Estudios Turísticos, n.º 138 (1998), pp. 117-132

Instituto de Estudios Turísticos
Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes

INFLACIÓN Y COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO: REFLEXIONES PARA UN DEBATE

Ezequiel Uriel*

El objetivo de este articulo es reflejar un conjunto de reflexiones personales en relación a la inflación y competitividad en el sector turístico. En un primer epígrafe, y para ser tomados como referencia, se examinan brevemente los índices de cambio efectivo real turístico que generalmente se utilizan como medida de la productividad del sector. El segundo epígrafe está dedicado al análisis del componente turístico del IPC, ya que actualmente es el único indicador oficial disponible para medir la inflación del sector turístico. En concreto, los puntos que se examinarán son la estructura de ponderaciones, la metodología de recogida de información y la evolución del componente turístico del IPC. En el epígrafe 3 se hacen una serie de propuestas en relación a los tipos de índices de precios turísticos que deben elaborarse, a los tipos de precios deben registrarse y al tratamiento de los problemas de cambio de calidad. El epígrafe 4 está dedicado precisamente a una metodología específica –los índices de precios hedónicos– para el tratamiento de los cambios de calidad; esta metodología goza de un amplio respaldo en el ámbito estadístico. Finalmente, en el epígrafe 5 se realizan comparaciones del índice de precios de hoteles del IPC con otros índices que ha elaborado el Instituto de Estudios Turísticos.

II. MEDICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD: ÍNDICES DE CAMBIO EFECTIVO REAL TURÍSTICO

En el análisis de la competitividad de las actividades económicas puede hacerse con un enfoque micro o con un enfoque macro. En el análisis micro se presta especial atención en relación al precio y a las características individuales de los bienes o servicios. Así, en el caso del sector turístico el análisis llevaría a examinar los precios en relación con los componentes de calidad.

Desde una perspectiva agregada, el concepto de competitividad se mide mediante índices de cambio efectivo real, que son una combinación de índices de cambio nominal e índice de precios relativos. Analíticamente,

$$CER_t = CEN_t \times IPR_t$$

CEN_t es el cambio efectivo nominal
IPR_t es el índice de precios relativos

* Catedrático de Análisis Económico de la Universidad de Valencia. Profesor Investigador del IVIE.

El cambio efectivo nominal de un país respecto a sus competidores turísticos se puede definir de muchas maneras. En concreto, en el Boletín de Turismo de Andalucía se utiliza la siguiente expresión:

$$CEN_t = \prod_{j=1}^{P} \left[\frac{TC_{jt}}{TC_{j0}} \right]^{\frac{\omega_{jt}+\omega_{j0}}{2}}$$

donde

TC_{jt} es el tipo de cambio del país j con respecto al país de referencia en el período t

TC_{j0} es el tipo de cambio del país j con respecto al país de referencia en el período 0

ω_{jt} y ω_{j0} son los ingresos anuales relativos por turismo del competidor j en los períodos t y 0

Es decir, este índice se define como una media geométrica de los índices de tipo de cambio de los países competidores con respecto al país de referencia, ponderados por la media de los ingresos anuales relativos turísticos de los países competidores en el período base y en el período actual.

El índice de precios relativos se define a su vez de la siguiente forma:

$$IPR_t = \prod_{j=1}^{P} \left[\frac{\frac{IPC_t}{IPC_{jt}}}{\frac{IPC_0}{IPC_{j0}}} \right]^{\frac{\omega_{jt}+\omega_{j0}}{2}}$$

donde

IPC_t y IPC_0 son los índices de precios de consumo del país de referencia en t y en 0

IPC_{jt} y IPC_{j0} son los índices de precios de consumo del país competidor j en t y en 0

En el Boletín indicado se utiliza el índice general del IPC de los distintos países para el cálculo de los precios relativos, debido sin duda a la falta de información específica sobre los precios turísticos. Es pues de la máxima importancia el disponer de buenos indicadores de precios sobre la demanda turística. A continuación vamos a examinar concretamente diversos aspectos de los componentes turísticos del IPC.

II. ANÁLISIS DEL IPC

En el verano de 1998 tuvo un gran impacto informativo la subida de 4 décimas del índice general del IPC, producida en el mes de julio. Según se dijo entonces, uno de los responsables de este incremento fue el sector turístico. Esto dio lugar a un encendido debate, sobre todo en este sector. La pregunta que muchos se plantean es la siguiente: ¿el IPC registra adecuadamente las variaciones de precios asociados al sector turístico? En lo que sigue vamos a tratar de hacer una primera aproximación a esta cuestión.

En el sistema actualmente vigente del IPC con base 1992 = 100 (1), dentro del grupo "Otros bienes y servicios" se encuentra la rúbrica denominada "Turismo y hostelería", que a su vez está integrada por tres componentes: "Restauración", "Hoteles y otros alojamientos" y el de "Servicios turísticos", en el que se incluyen los paquetes turísticos.

En relación a estos índices vamos a hacer referencia a tres aspectos:

1) La estructura de ponderaciones utilizadas en los tres componentes de la rúbrica "Turismo y hostelería". Esta

rúbrica viene a constituir una especie de "Índice general turístico", de los consumidores españoles.

2) La metodología de recogida de datos.

3) El perfil e intensidad de las variaciones de precios de los distintos componentes.

Estructura de ponderaciones

Antes de analizar las ponderaciones de la rúbrica "Turismo y hostelería" conviene señalar que no todo el consumo asignado a esta rúbrica puede considerarse turístico en sentido estricto. En sentido estricto para que se produzca un gasto turístico es necesario que se haya pernoctado fuera del domicilio habitual.

Así, buena parte del gasto en "Restauración" no podría considerarse turístico toda vez que es obvio que el gasto realizado por los hogares en servicios de restauración, que incluye cafeterías y bares, no se realiza con ocasión de desplazamientos turísticos en la mayor parte de las ocasiones.

Por tanto, sólo dos de los tres componentes del "Turismo y hostelería" tienen carácter plenamente turístico.

De todas forma, y con objeto de que tenga una idea el lector, el detalle los diferentes conceptos de gasto correspondientes a los tres componentes "turísticos", así como su distribución porcentual, aparecen en el cuadro 1, que se ha elaborado con información procedente de la Encuesta de Presupuestos Familiares 90-91, que es la utilizada para establecer las ponderaciones en el IPC Base 1992.

Metodología de recogida de información

De los tres componentes de "Turismo y hostelería" la única referencia que aparece en la metodología publicada por el INE para el IPC, base 1992, se refiere a la subclase "Hoteles y otros alojamientos". Concretamente, en esta nota se dice lo siguiente:

"Los precios utilizados para calcular el índice del artículo hoteles se obtienen a partir de una muestra de hoteles para cada una de las diecisiete CCAA más Ceuta y Melilla. En la elaboración de estas muestras se ha considerado el número de hoteles que posee cada Comunidad Autónoma, la categoría de los mismos, y el número de pernoctaciones realizadas en ellos por parte de los ciudadanos españoles. De modo que las muestras resultantes sean representativas de la estructura hotelera de cada Comunidad Autónoma.

Los precios se recogen de las publicaciones oficiales que edita anualmente el Ministerio de Comercio y Turismo, teniendo en cuenta las diferentes temporadas que se consideran a lo largo del año. El personal de los Servicios Centrales del INE confirma mensualmente los precios mediante llamada telefónica a los establecimientos de la muestra. Este método de recogida permite tomar los precios en municipios no incluidos en la muestra general del Índice de Precios de Consumo que, sin embargo, tienen una gran importancia en la oferta y de-

manda hotelera. El precio obtenido en cada Comunidad Autónoma se imputa a todas las provincias que la forman".

Sobre estas notas metodológicas quisiera hacer dos consideraciones. En primer lugar, para establecer la selección de las muestras se ha tenido en cuenta "el número de pernoctaciones realizadas en ellos por parte de los ciudadanos españoles". Es decir, se incluyen tanto las pernoctaciones que deben imputarse al consumo final de las familias (fundamentalmente, viajes de vacaciones) como las que deben imputarse al consumo intermedio (viajes de negocios o laborales). Sin embargo, el IPC debería tomar como referencia únicamente al consumo final de las familias. Al incluir las pernoctaciones totales de los españoles, de alguna forma se está primando los hoteles de las ciudades (destino con un importante componente de negocios laborales) sobre los hoteles vacacionales (principal componente del consumo familiar).

La segunda consideración que quiero hacer se refiere a la forma en que se agregan los precios de un producto de las distintas comunidades para obtener el índice global de ese producto y las implicaciones que esto tiene en el caso concreto del índice de hoteles. Para cada uno de los productos (bienes o servicios) incluidos en el índice, en cada comunidad se calcula el índice del producto de que se trate dividiendo el precio del mes actual por el precio correspondiente al año base; a su vez, el índice de cada comunidad se asigna a todas las provincias que la integran. Por otra parte, el índice nacional se obtiene como media de los índices de las diferentes comunidades ponderados por el consumo relativo de cada una de ellas. Veamos las implicaciones que tiene esta forma de proceder en el caso de los hoteles. Tomemos, por ejemplo, la Comunidad Valenciana. Los hoteles de la muestra de dicha comunidad autónoma se han seleccionado de acuerdo con las pernoctaciones de españoles en la misma. Una vez obtenido el índice de hoteles de la Comunidad Valenciana, para pasar al conjunto de España, el índice de precios de la Comunidad Valenciana viene ponderado por el consumo relativo de los valencianos en hoteles, única y exclusivamente. Del mismo modo, el índice de los hoteles de Madrid viene ponderado por el consumo de los madrileños. Con esta forma de proceder, que es la que aparentemente se deduce de las notas metodológicas, se obtiene un índice medio que es un híbrido muy particular. Así, los precios de hoteles que se asignan a los madrileños son los de Madrid, aún cuando para su gasto turístico en hoteles tengan más relevancia los establecimientos de otras comunidades autónomas, como por ejemplo la Comunidad Valenciana.

Como hemos indicado, la referencias metodológicas acerca de los hoteles son las únicas que aparecen publicadas en la monografía del INE. Es decir, no hay ninguna referencia ni a la rúbrica de "Restauración", ni a la de "Servicios turísticos". Por otra parte, se desconoce la práctica con que se recoge la información de base para cada uno de estos índices, la particular cesta de la compra utilizada para la elaboración de los mismos (tema que tradicionalmente el INE ha venido considerando de carácter reservado), el tamaño y estabilidad de la muestra de unidades informantes, así como otros te-

mas de interés para entender el contenido y significación de aquellos.

Análisis de la evolución de los índices de precios de consumo sobre turismo

Vamos a examinar a continuación la evolución del agregado "Turismo y hostelería", y especialmente del componente relativo a hoteles, para un período largo, concretamente para el período 1976-1998. De esta forma, podremos examinar esta evolución con una mayor perspectiva temporal. Desde 1976 hasta la actualidad se han aplicado bases diferentes: la base de 1976, que proporciona información mensual desde enero de 1976 hasta julio de 1985; la base de 1983, que ofrece información mensual desde agosto de 1985 hasta diciembre de 1992; y, finalmente, la base de 1992, que es la actualmente vigente, facilita información mensual a partir de enero de 1993.

En la base 1976 se elabora un agregado denominado "Turismo", con tres componentes: "Hoteles y turismo", "Restaurantes" y "Bares". Los años en que estuvo vigente esta base se caracterizaron por una fuerte inflación, especialmente el propio año base. En dicho año el índice específico de hoteles pasó de 81,6 en enero a 137,3 en diciembre, es decir, en el transcurso de 11 meses tuvo un crecimiento de más del 68%. En los componentes de restaurantes y bares, los incrementos de precios que recoge el IPC fueron mucho más moderados.

Situándonos al final del período en que estuvo vigente este índice vemos que los precios de los hoteles se multiplicaron, con respecto al año base de 1976, por un factor de 7,3 en los hoteles, frente a un factor de 4,2 en los restaurantes y de 4,5 en los bares.

En el caso de los hoteles, el examen de los momentos en que se van produciendo las subidas da alguna pista sobre los procedimientos de recogida. Dejando aparte los meses correspondientes al año base, en el período enero 1977- agosto 1985, los cambios se producen a saltos. Concretamente, el índice "Hoteles y turismo" solo cambia en los meses que se indican en el cuadro 2.

CUADRO 2
IPC: Hoteles y turismo. Base 1976=100
Meses en que se producen cambios de precios

Año	Meses
1977	Enero (0,3%), febrero (0,2%) y marzo (14,3%)
1978	Marzo (25%) y junio(8,7%)
1979	Abril (25%) y junio (13,3%)
1980	Abril (12%)
1981	Abril (18,3%)
1982	Mayo (18,6%)
1983	Abril (15,4%)
1984	Marzo (16,4%)
1985	Febrero (13,5%)

Cabe inferir de esta información que los precios que se toman son los precios de tarifa y que esta revisión se efectúo una vez al año, excepto en 1977, 1978 y 1979. Las subidas de enero y febrero 1977 son pequeñas y pueden deberse a que, en ese momento, no estaba definida completamente la metodología de recogida. En cambio, en 1978 las dos subidas son importantes: 25% en marzo y 8,7 en julio. Lo mismo ocurre en

1979: 25% en abril y 13% en junio. Se podría conjeturar, a partir de estos datos, que en los años 1978 y 1979 se produjeron dos subidas de precios en cada uno de los años.

En la base 1983 se elabora un agregado que se denomina "Turismo y hostelería", con una ponderación del 6,25% en el total del gasto, y con solo dos componentes. El primero de ellos se denomina "Restaurantes, cafeterías y bares" , con una ponderación sobre el total de 5,82%; es decir, con respecto al sistema anterior se han agrupado los componentes de restaurantes, por una parte, y bares y cafeterías, por otra. El segundo componente, que se denomina "Hoteles, alojamientos y servicios turísticos" tiene una ponderación de 0,43%. En la monografía del INE se ofrece información adicional acerca del contenido de este componente. Concretamente, se indica que, dentro del mismo, se incluyen "Estancias en hoteles y alojamientos. Viajes organizados con todo incluido y otros servicios turísticos".

En el período agosto de 1985 a diciembre de 1992, que son los meses en que se publica los índices de base 1983, el comportamiento de los precios turísticos fue mucho más moderado que en el sistema anterior. Situándonos al final del período en que estuvo vigente este índice se observa que los precios de los hoteles se multiplican con respecto a agosto de 1985 por un factor de 1,99 en los hoteles y 1,88 en los restaurantes, cafeterías y bares.

Veamos en que momentos tuvieron lugar los cambios. Dejando aparte los meses correspondientes al último año de vigencia (1992), las variaciones también se produjeron en escalón con uno o dos cambios por año. Concretamente, el índice hoteles y servicios turísticos solo cambió en los siguientes meses, con los incrementos que se indican en el cuadro 3.

CUADRO 3
IPC: Hoteles. Base 1983 = 100
Meses en que se producen cambios y variaciones porcentuales

Año	Meses
1986	Enero (18%)
1987	Enero(7%)
1988	Enero (4%) y marzo (6%)
1989	Enero (4%)y marzo (5,6%)
1990	Enero (5,3%) y marzo (6,2%)
1991	Enero (-0,8%) y febrero (7,5%)
1992	Subidas: enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio y julio
1992	Bajadas: agosto, septiembre octubre y noviembre

De esta información se desprende que la revisión de los precios de los hoteles en los años 1986 y 1987se hizo en el mes de enero. En los años 1988 a 1990 la revisión se efectuó en dos meses (enero y marzo); particularmente, me extraña que esas variaciones de precios correspondan a dos revisiones de tarifas de los hoteles, ya que las subidas son relativamente moderadas, al menos en comparación con las acaecidas en la década anterior. La variación de enero de 1991 no parece plausible, y quizás se podría achacar a algún error en el proceso de recogida del IPC.

En el año 1992, que es el último que se elaboró con la base 1983, parece que se mo-

difican radicalmente los procedimientos de recogida, presagiándose los cambios de la base 1992, que es la actualmente vigente. La evolución de los precios de los hoteles largo de este año resulta un tanto peculiar: subidas consecutivas en los meses de enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio y julio, seguida de bajadas en los meses agosto, septiembre, octubre y noviembre.

Respecto a la base de 1992 ya nos hemos referido a la estructura de ponderaciones y a la metodología de recogida. Veamos ahora como se han comportado los índices del agregado "Turismo y hostelería" y sus componentes. En este caso vamos a dedicar una atención especial a dos de ellos: "Hoteles" y "Servicios turísticos". (En el sistema anterior de 1983 estos dos componentes aparecían agregados en uno solo). Hasta el momento actual, en este sistema el comportamiento de los precios es mucho más moderado que en los sistemas anteriores.

Situándonos en agosto de 1998 - y con respecto a la media de 1992, los precios de los hoteles se multiplican por un factor de 1,42 en los hoteles, los restaurantes, cafeterías y bares por un factor de 1,29 y los servicios turísticos por un factor de 2,14.

La evolución de precios de los hoteles a los largo de este período sigue unas pautas que difieren de la evolución que tenían en los dos sistemas anteriores. Ahora los cambios del índices son continuos: en la mayor parte de los casos se trata de subidas, aunque también se producen disminuciones. Los meses en que se alcanza la máxima cota dentro del año respectivo se indican en el cuadro 4 a.

Por otra parte, los meses en que se producen disminuciones de precios son los que aparecen en el cuadro 4 b.

CUADRO 4a

IPC: Hoteles. Base 1992=100

Meses con máximas cotas en el año

Año	Máxima cota en el año
1993	Diciembre
1994	Octubre
1995	Noviembre
1996	Septiembre y noviembre
1997	Septiembre

CUADRO 4b

IPC: Hoteles. Base 1992=100

Meses con disminuciones de precios

Año	Meses
1993	Agosto
1994	Febrero a mayo, noviembre y diciembre
1995	Noviembre
1996	Agosto y diciembre
1997	Mayo, octubre, noviembre y diciembre

Sobre las pautas de variación de los precios de los hoteles en el sistema de base 1992 vamos a realizar algún comentario. En primer lugar, las variaciones de precio no parecen responder en absoluto a los cambios de tarifa que se realizan con carácter puntual en el mes de enero. Por el contrario, en los meses de enero las variaciones de precio con respecto al mes anterior son mínimas: nunca superiores a 0,6 y en algún caso negativas, aunque naturalmente dentro del año los precios pueden oscilar debido a cambios de temporada. En las notas meto-

dológicas se dice que los precios se toman directamente de las publicaciones oficiales del Ministerio de Comercio y Turismo (es decir, se toman los precios de tarifa), que se "confirman mensualmente los precios mediante llamadas a los establecimientos de la muestra". Cabe preguntarse qué es lo que se confirma. Podrían considerarse, entre otras, estas dos alternativas en las consultas a los establecimientos hoteleros: ¿el precio de tarifa que aparece en la Guía de hoteles está bien recogido?, o, ¿el precio que aplican realmente los hoteles es distinto del precio de tarifa? Para despejar estas dudas, sería conveniente que el INE diera información adicional sobre los procedimientos concretos de recogida.

En segundo lugar, no parece que el índice del IPC recoja cambios de carácter estacional ya que en la serie no se observan una pautas de este tipo, a pesar de que, según las notas metodológicas del INE, se tienen "en cuenta las diferentes temporadas que se consideran a lo largo del año".

En tercer lugar, podría inferirse que el peso de los hoteles de ciudad es mucho más importante que los precios de hoteles vacacionales o de costa, ya que el índice, dentro del año, alcanza su máximo en alguno de los cuatro últimos meses del año.

Por la incidencia que ha tenido su evolución en los últimos tiempos conviene que prestemos una especial atención también a la evolución del índice de precios de los servicios turísticos, de los que únicamente conocemos que se refieren a viajes organizados con todo incluido, es decir, a lo

Como puede verse en el cuadro 5, las subidas y bajadas máximas son de auténtico escalofrío, sobre todo si se tiene en cuenta que se producen en una época de relativa moderación de precios. Recientemente, A. Espasa (2) ha calificado como "la estacionalidad más errática y compleja que están mostrando los precios de los hoteles y los paquetes turísticos". Estando de acuerdo en lo fundamental con estas afirmaciones , voy a hacer unas apostillas. En el caso de los hoteles, los movimientos del índice son relativamente suaves, con una estacionalidad extraña que no corresponde con la que se podría esperar *a priori* en un índice que debería representar básicamente la evolución del turismo vacacional que es el componente más importante del consumo final de los residentes españoles.

CUADRO 5

IPC: Servicios turísticos. Base 1992=100

Máximas subidas y bajadas de precios

Año	Máxima subida del año	Máxima bajada del año
1993	Febrero (8,4%)	Noviembre (-9,5%)
1994	Marzo (12,6%)	Noviembre (-14,9%)
1995	Marzo (8,6%)	Noviembre (-12,1%)
1996	Marzo (11,5%)	Noviembre (-9,0%)
1997	Julio (21,1%	Octubre (-12,1%)
1998	Julio (18,3%)	¿?

En lo que respecta, a la estacionalidad de los servicios turísticos, señalaría que es extraña, más que compleja. En mi primer lugar, como muestra el cuadro 5, no entiendo qué reflejan esos movimientos tan bruscos

III. PROPUESTAS SOBRE ELABORACIÓN DE ÍNDICES DE PRECIOS TURÍSTICOS

Una vez realizado el examen de los componentes turísticos del IPC llega el momento de plantear propuestas encaminadas con un doble objetivo. Por una parte, se trata a cubrir lagunas en este ámbito y , por otra parte, se deben corregir algunas de las insuficiencias que tiene el actual sistema de precios turísticos en el IPC. Las propuestas las he agrupado en torno a tres cuestiones: a) ¿qué tipos de índices de precios se deben elaborar?; b) ¿qué precios deben registrarse?; y c) ¿qué metodología se debe aplicar en la elaboración de los índices?

¿Qué tipos de índices de precios turísticos deben elaborarse?

Los índices de precios van asociados a flujos monetarios de gasto o de producción. Por lo tanto, antes de hablar de índices de precios turísticos conviene definir los tipos flujos monetarios con componentes turísticos.

En mi opinión deben distinguirse los siguientes flujos referidos al turismo:

a) Consumo final turístico de los residentes en España.

b) Consumo final turístico de los residentes fuera de España.

c) Consumo intermedio turístico.

d) Consumo turístico, final e intermedio, de los no residentes.

e) Valor añadido del sector turístico.

Los flujos a) y b) conforman el agregado consumo turístico nacional. El índice de precios aplicable a este agregado (es decir, el que debe aplicarse para deflactarlo) se corresponde con la rúbrica "Turismo y hostelería" del IPC. Ya hemos señalado algún problema que plantea este índice, por lo que sería conveniente resolverlo en el sistema que sustituya al actual.

Presumiblemente el INE elaborará un nuevo IPC tomando como base el año 2.001. La estructura de las ponderaciones se obtendrá de la Encuesta Básica de Presupuestos Familiares que se realizará en torno a dicho año. Conviene recalcar aquí la importancia de recoger con la mayor precisión posible una estructura de ponderaciones que se refiera al consumo de los españoles tanto en los desplazamientos turísticos realizados dentro del territorio nacional (antes, durante y después de los mismos), como fuera de él (en este caso, sólo procedería recoger los realizados antes y después de realizados estos desplazamientos). En la futura EPF sería conveniente incorporar un módulo turístico a fin de mejorar substancialmente la estructura de ponderaciones utilizada para reflejar en el IPC los "precios turísticos".

Refiriéndonos en concreto a los hoteles, y dado que con relación a España se dispone de información de precios completa, en cada unidad territorial - provincia, por ejemplo - se debería calcular de índice de precios de los consumidores de la provincia obtenido como media de los índices de las provincias en que realizan el gasto, ponderados por la participación relativa en dicho gasto.

Con respecto al gasto turístico de los residentes españoles en el exterior - flujo b) -, dadas las dificultades - al menos a corto plazo - de obtener información de precios fuera de nuestras fronteras, el correspondiente índice de precios debería estar basado en los precios de los paquetes turísticos con destino en el exterior.

Aparte de los flujos a) y b) que se corresponden con componentes del IPC, sería conveniente elaborar índices específicos de precios para deflactar los restantes flujos.

¿Qué tipos de precios deben registrarse?

En relación con la toma de precios de los hoteles en el IPC", es oportuno formularse la siguiente pregunta: ¿ cómo se justifica que un índice de precios de consumo tome en el caso del alojamiento en hoteles como unidad de referencia precios ofertados y no, como ocurre con el resto de los artículos del IPC, precios pagados por los consumidores?. Esta contradicción con lo que es la práctica general en el IPC, obedece sin duda a la dificultad de abordar una estimación de los precios realmente practicados. Por la información de que dispongo, ningún país ha desarrollado este tipo de instrumento estadístico de observación (bien como operación estadística aparte del IPC, o como investigación específica para su tratamiento integrado en él)

En relación con este punto, es ilustrativa la controversia mantenida recientemente entre los hoteleros suizos y la Oficina Federal de Estadística de Suiza. Los hoteleros sostenían que en un sector donde es frecuente la práctica del descuento, la evolución real de los precios no puede registrarse adecuadamente tomando solamente los precios de tarifa. En la respuesta dada por Oficina Federal se afirmaba lo siguiente: "Si como pretenden los hoteleros, la práctica de los descuentos es una práctica general, ello no supondría que la evolución del índice difiere de la realidad puesto que sólo si la amplitud de estos descuentos fluctuaran a lo largo del tiempo, se producirían sesgos" (3). Estando básicamente de acuerdo con esta afirmación, me gustaría añadir un comentario. En mi opinión y referido al caso de España, los descuentos en los hoteles no ha sido siempre una práctica que ha tenido la misma incidencia a lo largo del tiempo, sino que se han ido incrementando en gran medida en las dos últimas décadas. De ser cierta esta apreciación personal, esto implicaría que en el IPC en España se han podido introducir sesgos como consecuencia de registrar siempre los precios de tarifa.

En definitiva, es importante que en el sistema de indicadores turísticos se elabore un índice de precios que refleje la evolución de los precios realmente practicados. Como hay diferentes tipos de precios (tarifa, fin de semana , bonotel, etc.), en ese índice cada tipo de precio debería ir ponderado por su importancia relativa.

¿Cómo deben tratarse los problemas de calidad?

Antes de tratar de contestar a la pregunta, habría que ver si es pertinente el plantearla.

Como es sabido en la elaboración de magnitudes a precios constantes se parte de la siguiente ecuación básica:

$$valor = precio \times volumen$$

o, en términos agregados,

$$índice\ de\ valor = índice\ de\ precios \times \times índice\ de\ volumen$$

Es importante aclarar que el término "volumen" recoge tanto variaciones en cantidad como variaciones en calidad. De acuerdo con esta precisión, un índice de precios debería recoger únicamente variaciones *puras* de precios.

Planteadas así las cosas, la primera pregunta a formular sería la siguiente: ¿a lo largo del tiempo las variaciones de los precios de los hoteles incorporan un componente de calidad?

Es claro que si los hoteleros están incrementando la calidad de los servicios ofertados éstos tendrán que reflejar este hecho en subidas de precios, por lo que el índice debe descontar las variaciones de calidad en los precios pagados por el consumidor. En este sentido, es importante recordar que el objetivo del IPC es la medición de las variaciones puras de los precios pagados por los consumidores, es decir, la variación de precios de los mismos servicios turísticos que han sido definidos en el año base.

Ni que decir tiene que en un contexto económico en que las variaciones del índice general de precios son cuantitativamente reducidas, la importancia de los posibles sesgos alcistas producidos en el IPC como consecuencia de que las variaciones de precio vayan aparejadas con variaciones de calidad es un tema especialmente relevante.

Considerando el supuesto, que creo que tiene algún fundamento, de que las variaciones de precios de los hoteles incorporan en alguna medida cambios en calidad, hay que dar respuesta al pregunta de cómo tratar estos cambios.

El Sistema de Cuentas Nacionales de las Naciones Unidas de 1993 (SCN-93) (4) dedica un capítulo a las cuentas en precios constantes. Este capítulo ha sido elaborado presumiblemente por el profesor Hill que es una de las mayores autoridades en este campo. Uno de los temas al que se presta más atención en dicho capítulo es al tratamiento de los cambios de calidad, proponiéndose distintas alternativas. Como solución más adecuada se sugiere el cálculo de índices de precios hedónicos.

En la misma línea, un grupo de prestigiosos economistas han elaborado en 1996 para el Senado de los Estados Unidos el denominado del Informe Boskin (5), por ser éste el economista que encabeza el grupo. En este informe se hacen recomendaciones en el sentido de que la elaboración de índices hedónicos es la más adecuada para el tratamiento de los problemas de cambio de calidad, a fin de obtener una medida más precisa en los índices de precios de consumo (6). En realidad, el Bureau of Labor Statistics de los EEUU, que es el organismo responsable de la elaboración del IPC de aquel país, viene aplicando esta técnica desde hace bastante tiempo. El director de la oficina de precios de este Departamento, Brent Moulton, ha escrito un interesante artículo en

1996 (7) en el que examina el problema de los posibles sesgos que pueden tener los índices de precios de consumo. Más recientemente en el volumen del Journal of Economic Perspectives correspondiente al invierno de 1998 aparecen todo un conjunto de artículos que profundizan en toda esta problemática, señalando las posibles mejoras a introducir en el IPC con objeto de corregir los sesgos alcistas producidos fundamentalmente por la contaminación que sufren los índices de precios por no separar adecuadamente los cambios de calidad.

Apoyado por todos estos precedentes, sería conveniente que el INE introduzca en el nuevo sistema de índices de precios de consumo, o al menos contemple la posibilidad de introducir, el método de los precios hedónicos o algún procedimiento alternativo para el tratamiento de los problemas de cambio de calidad.

IV. ÍNDICES DE PRECIOS HEDÓNICOS Y SU APLICACIÓN A LOS PRECIOS TURÍSTICOS

La metodología de los índices de precios hedónicos se puede aplicar a los precios turísticos con una doble finalidad. Por una parte, en la elaboración de índices de precios de consumo esta técnica permite tratar adecuadamente los problemas de calidad y medir las variaciones de precios intertemporales. Por otra parte, los índices de precios hedónicos se pueden utilizar para realizar comparaciones de precios interespaciales; además, con esta metodología se puede obtener una valoración del componente de ubicación asignable a cada zona turística.

La elaboración de índices de precios hedónicos tiene como soporte teórico la función, o hipótesis, hedónica. De acuerdo con la hipótesis hedónica, un bien o servicio heterogéneo puede contemplarse como agregación de un conjunto de características, siendo éstas las que determinan el comportamiento tanto de los consumidores como de los productores.

La calificación de hedónico proviene del hecho de suponer que las características diferenciados son objeto directo del deseo de los consumidores y, además, son observables. Estas características juegan el papel de variables económicas homogéneas, valoradas por consumidores y productores.

Consideremos como ejemplo una pernoctación en un hotel. Sin duda alguna, se trata de un servicio heterogéneo que está integrado por distintas características como puedan ser la situación del hotel, los metros cuadrados de la habitación, el hecho de tener o no frigorífico en la habitación, etc. De acuerdo con la hipótesis hedónica, el precio que paga un cliente por una pernoctación es una agregación del precio pagado por cada una de las características asociadas a ese servicio.

Hemos partido del supuesto de que las características asociadas a un bien o servicio son observables. En cambio, los precios de estas características no lo son. Así pues, se plantea el siguiente problema: ¿como estimar los precios implícitos de cada una de las características?

La solución consiste en la elaboración de un modelo econométrico en el que la variable endógena, es decir, a variable a explicar,

es el precio del bien o servicio agregado. Los regresores, es decir, las variables explicativas, son las características del bien. Estas características pueden ser cuantitativas (por ejemplo, los metros cuadrados de la habitación en el caso de servicios hoteleros) o cualitativas (por ejemplo, el tener frigorífico o no en la habitación). Como es sabido las variables cualitativas se introducen en el modelo como variables dicotómicas que toman el valor 1 o 0, según esté presente o no determinada característica.

Una vez estimado el modelo, los coeficientes correspondientes a las características se interpretan como precios implícitos de las mismas. Ahora cabe preguntarse: ¿cómo se obtienen los índices de precios hedónicos a partir del modelo estimado? El procedimiento de obtención es el siguiente. En el modelo de regresión deben incluirse precios de hoteles, y de sus características asociadas, correspondientes a distintos periodos de tiempo. En esta regresión conjunta se introduce una variable ficticia asociada a cada período de tiempo, excepto uno de ellos que se toma como referencia. Los índices de precios hedónicos se construyen utilizando los coeficientes de las variables ficticias temporales, siendo el período base aquél cuya variable ficticia se ha omitido.

La metodología de los precios hedónicos se puede aplicar para realizar no solamente comparaciones temporales sino también comparaciones espaciales. En el caso de los hoteles, la aplicación de esta metodología permitiría medir la valoración que hacen los consumidores de las distintas zonas turísticas. En este caso se introduciría una variable ficticia por cada una de las zonas turísticas, excepto por la zona turística que se tome como referencia. El coeficiente de una zona turística estaría asociado al valor asignado a esa zona en relación con la zona tomada como referencia.

V. COMPARACIONES DEL ÍNDICE DE PRECIOS DE HOTELES DEL IPC CON OTROS ÍNDICES

El Instituto de Estudios Turísticos ha iniciado una línea de trabajo sobre los precios turísticos cuyos primeros resultados se refieren a la elaboración de un conjunto de índices de precios teóricos (tarifas) aplicados en el período 1992-1997 por el conjunto de hoteles identificados en la Guía oficial de hoteles de España.

En concreto se han elaborado tres tipos de índices: índices de Laspeyres para todos los hoteles, índices de Laspeyres para la muestra común de hoteles e índices hedónicos de carácter temporal.

1) Índices de Laspeyres para todos los hoteles

En estos índices se ha seguido la misma metodología que en el IPC, es decir, la metodología de Laspeyres, tomándose fijas las ponderaciones del año base. En este caso, se ha tomado como año base 1993. En relación con el IPC, estos índices se diferencian en dos aspectos:

a) En este índice, a diferencia del IPC, la ponderación se ha establecido en función de las plazas hoteleras, y por agregaciones sucesivas se han obte-

nido índices categoría del hotel, zonas y comunidades.

b) Dada la importancia del factor estacional en muchas zonas, el índice elaborado se calcula comparando los precios de un mes con los precios del mismo mes del año base.

2) Índices de Laspeyres para la muestra común de hoteles

Estos índices son iguales a los anteriores salvo en lo que respecta a los hoteles que intervienen en su cálculo. En los índices del apartado anterior, en cada año de 1993 a 1996 se toman todos los hoteles que aparecen en cada categoría y zona en las Guías de Hoteles. Por el contrario, en estos segundos índices solamente se han tenido en cuenta los hoteles comunes a las Guías del período 1993-1996.

3) Índices hedónicos

Estos índices se han calculado según la metodología analizada en el período anterior, habiéndose tomado precios de todos los hoteles que aparecen en la Guía de cada año.

En el cuadro 7 se refleja la evolución de estos tres tipos de índices, así como el componente de hoteles del IPC, para el período 1993-1996. Debe destacarse que los tres índices mencionados, especialmente el índice hedónico, han tenido unos incrementos inferiores al experimentado por el IPC. Como se ha indicado anteriormente, este último tipo de índice refleja únicamente variaciones puras de precios, ya que las variaciones de calidad han sido previamente descontadas en el modelo econométrico que se utiliza para su elaboración.

CUADRO 7

Comparación de índices de precios de hoteles

Año	IPC INE		Todos hoteles		Muestra común		Ind. edónicos	
	Índice	Crecimiento anual	Índice	Crecimiento anual	Índice	Crecimiento anual	Índice	Crecimiento anual
1993	100,00		100,00		100,00		100,00	
1994	103,61	3,61	101,52	1,52	100,70	0,69	102,45	2,45
1995	107,53	3,78	107,63	6,02	107,21	6,47	105,99	3,46
1996	116,44	8,29	111,70	3,78	112,71	5,20	109,32	3,14
1997	120,10		117,07		108,59		111,97	

NOTAS

(1) "Índice de Precios de Consumo. Base 1992. Metodología", enero 1994, Instituto Nacional de Estadística.

(2) Espasa, A., "Perspectivas inflacionistas para 1997-1999 en la economía española", *Boletín Económico de ICE* número 2561, diciembre 1997.

(3) Recogido en "Statistique de prix 1996. Inventaire des mesures politiques influant sur les prix. Evaluation de la base de donées et question méthodologiques", Office Federal de la Statistique de Suiza, decembre 1996.

(4) Naciones Unidas (1993), "Un sistema de Cuentas Nacionales. Coedición de Naciones Unidas, Comisión Europea, OCDE, FMI y Banco Mundial.

(5) Boskin, Michael J., Dumberger E., Gordon R., Griliches Z. and Jorgerson D., "Towards a more accurate measure of the cost of living", Final Report to the U.S. Senate Finance Committee, Washington, D. C., decembre 1996.

(6) El informe estima para los EE.UU. que el sesgo alcista en el IPC es del orden de una 1.1 por 100 anual correspondiendo hasta el 0,4 al hecho de mantener fijas las ponderaciones, mientras que los restantes 0,7 se debería a los cambios de calidad asociados a los nuevos productos introducidos periódicamente en el IPC a los efectos de sustitución de los productos que forman la cesta de la compra.

(7) Moulton, B. R. (1996), "Bias in the Consumer Price Index. What is the evidence?", *Journal of Economic Perspectives*, volumen 10, núm. 4, páginas 159-177.