

## Valoración de atributos de los paquetes turísticos nacionales<sup>(1)</sup>

**María Cristina Palud**

*Licenciada en Economía.*

*Facultad de Ciencias Económicas –*

*Universidad Nacional del Litoral*

*Email: mcpalud@hotmail.com*

### Resumen

Fecha de recepción  
30/11/2013  
Fecha de aprobación  
30/06/2014

#### Palabras clave

- *bien turístico*
- *servicios hoteleros*
- *discriminación de precios*
- *diferenciación de productos*
- *precios hedónicos*

El objetivo de este trabajo es analizar el precio de mercado de los diferentes atributos de los paquetes turísticos que comprenden los principales destinos de Argentina. Considerando la oferta realizada por los operadores mayoristas en la ciudad de Santa Fe en el año 2012, se estima un modelo econométrico en base al enfoque de los precios hedónicos. Los resultados empíricos muestran que en su mayoría los atributos de los paquetes turísticos son significativos para explicar los precios, y el signo de los impactos encontrados son los esperados acorde a la relación precio–calidad.

### Abstract

- Keywords**
- *touristic good*
  - *hotel services*
  - *price discrimination*
  - *product differentiation*
  - *hedonic prices*

The aim of this paper is to analyze the market price of the different attributes of tour packages that include the main destinations in Argentina. Considering the offer made by wholesale operators in the city of Santa Fe in 2012, an econometric model is estimated based on the hedonic pricing approach. The empirical results show that most of the attributes of package tours are significant in explaining the prices, and the sign of the expected impacts are found according to the price–quality relationship.

(1) Trabajo ganador del Primer Premio en el concurso PREMIE (Premio Nacional al Estudiante Investigador en Ciencias Económicas) otorgado por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Litoral. Edición 2013.