



UNIVERSIDAD MICHUACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN COMERCIO EXTERIOR

**“LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO
DE MÉXICO EN EL MARCO DEL FORO DE
COOPERACIÓN ECONÓMICA ASIA-PACÍFICO
(APEC)”**

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:

MAESTRA EN CIENCIAS EN COMERCIO EXTERIOR

PRESENTA:

MONTSERRAT CANO TORRES

DIRECTOR DE TESIS:

DR. JOSÉ CÉSAR LENIN NAVARRO CHÁVEZ

Morelia, Michoacán, Junio 2014.



DEDICATORIA

A Dios por todas las bendiciones recibidas durante esta etapa.

A mi padre por inculcarme el gusto por la cultura, la lectura, la ciencia y por creer en mí.

A mi madre por siempre estar para mí cuando lo necesito.

A mis tíos Cano: Yeya, Yuyú, Roge, Xóchitl, Beto y Nono por su cariño y apoyo

incondicional.

AGRADECIMIENTOS

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por ayudarme a continuar mi formación académica y darme la oportunidad de enriquecer mi trabajo de investigación a través de mi estancia en Turquía.

Al Dr. José César Lenin Navarro Chávez por confiar en mí, guiarme y compartir su experiencia y conocimiento.

A la Dra. América Ivonne Zamora por compartir sus ideas, brindarme su tiempo y orientarme.

A los Doctores José Carlos Rodríguez, Odette Delfín y Víctor Alcaraz por su tiempo y por ayudarme a presentar un mejor trabajo de investigación.

To Prof. Dr. Hale Özel for supporting me in every moment, guiding me and sharing her knowledge.

To Prof. Dr. Nazmi Kozak for his kindness and making my internship possible.

To my dear friends in Turkey, for your affection, unconditional support and sharing with me their house and culture. Thank you for making me had a great experience in your country.

ÍNDICE

SIGLAS Y ABREVIATURAS	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE GRÁFICOS	7
ÍNDICE DE CUADROS	8
INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO I.FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	13
1.1 Antecedentes	13
1.2 Planteamiento del problema	22
1.3 Pregunta General	23
1.4 Objetivo General	23
1.5 Hipótesis General	23
1.6 Variables	24
1.7 Matriz de Congruencia:	25
1.8 Justificación	26
CAPÍTULO II. EL TURISMO EN EL MUNDO	28
2.1 Antecedentes Históricos	28
2.2 Características del Turismo Moderno	32
2.3 El Turismo en el Mundo Actual	34
2.4 El Turismo en Cifras de la OMT	40
2.5 Organismos Internacionales	42
CAPÍTULO III.EL TURISMO EN MÉXICO	46
3.1 Antecedentes	46
3.2 Oferta Turística de México	50
CAPÍTULO IV. EL TURISMO EN APEC	68
4.1 ¿Qué es APEC (<i>Asia-Pacific Economic Cooperation</i>)?	68
4.2 La Participación de México en APEC	69
4.3 Características Socioeconómicas de los Países de APEC	71
4.4 La Industria Turística en las Economías Miembro de APEC	73
4.5 Las “Marca País” del Futuro	80

CAPÍTULO V. MARCO TEÓRICO	82
5.1 Antecedentes	82
5.2 Concepto de Competitividad.....	83
5.3 La Competitividad Turística	86
5.4 Indicadores de la Competitividad Turística	88
5.5 Modelos de Competitividad Turística	90
5.6 La Propuesta Metodológica para Medir la Competitividad Turística de Nazmi Kozak y Hale Kayar	119
CAPÍTULO VI. CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS.....	121
6.1 Antecedentes	121
6.2 Tipo de Investigación.....	122
6.3 Metodología	123
6.4 Elementos Clave para los Análisis.....	133
CAPÍTULO VII. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	138
7.1 Análisis de Clusters.....	138
7.2 Análisis de Escalamiento Multidimensional	146
7.3 México y su Clúster de Competitividad	151
7.4 México y sus Factores de Competitividad Turística	163
CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	165
Bibliografía.....	169

SIGLAS Y ABREVIATURAS

ABTC:	APEC Business Travel Card
APEC:	Asia- Pacific Economic Cooperation
CIA:	Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos de Norteamérica
EMD:	Escalamiento Multidimensional
OMT:	Organización Mundial del Turismo
ONU:	Organización de las Naciones Unidas
OTAN:	Organización del Tratado Atlántico Norte
PIB:	Producto Interno Bruto
SE:	Secretaría de Economía
SECTUR:	Secretaría de Turismo
SEGOB:	Secretaría de Gobernación
TICS:	Tecnologías de la Información y la Comunicación
TLCAN:	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
WEF:	World Economic Forum o Foro Económico Mundial
WTTC:	World Travel & Tourism Council

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Principales Destinos Turísticos del Mundo 2012	17
Tabla 2: Comparativo de la Posición en el Ranking de Competitividad Turística 2009-2013.....	19
Tabla 3: Comparativo de Llegadas de Turistas Internacionales Contra los Ingresos Percibidos por Turismo Internacional	21
Tabla 4: Proporción de Utilización de Medios de Transporte	41
Tabla 5: Cuota de Ingresos por Turismo Internacional.....	41
Tabla 6: Llegada de Visitantes Internacionales (miles de personas).....	64
Tabla 7: Gasto Medio de los Viajeros Internacionales en Dólares.....	64
Tabla 8: Ingreso de Divisas (millones de dólares).....	65
Tabla 9: Llegada de Visitantes Internacionales Vía Aérea (Principales Nacionalidades)..	66
Tabla 10: Calificación de Países APEC en el <i>Travel & Tourism Competitiveness Report</i> 2013	74
Tabla 11: Stress 1 de Kruskal.....	132
Tabla 12: Centros Finales de los Clústeres.....	144
Tabla 13: Competitividad por clúster de acuerdo a las variables de estudio	145
Tabla 14: Coordenadas finales del mapa conceptual de países	147
Tabla 15: Llegadas de Turistas Internacionales y su Ingreso Percibido	158
Tabla 16: Ponderaciones de los Factores de la Competitividad Turística del Clúster 4..	159
Tabla 17: Coordenadas de los Países del Clúster 4	160
Tabla 18: Factores de la Competitividad Turística de México	163

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1: Componentes del Turismo de Negocios	53
Gráfico 2: Porcentaje del Total de la Contribución Directa al PIB.....	76
Gráfico 3: Porcentaje de la Contribución Total del Turismo al PIB	77
Gráfico 4: Porcentaje del Total de Empleos Directos Generados por el Turismo	78
Gráfico 5: Porcentaje de los Empleos Totales Generados por el Turismo.....	79
Gráfico 6: Inversión total realizada por cada país de APEC en la industria turística.....	80
Gráfico 7: Ejemplo de Dendograma	127
Gráfico 8: Dendograma de los países APEC	139

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Economías Integrantes de APEC	14
Cuadro 2: Países que Recibieron el Mayor Número de Turistas Internacionales en 2011	15
Cuadro 3: Orígenes del Turismo	28
Cuadro 4: Divisiones Temporales del Turismo	30
Cuadro 5: Componentes de las Estructuras Turísticas	34
Cuadro 6: Cronología de Integración de Economías a la APEC	43
Cuadro 7: Playas Certificadas en México.....	52
Cuadro 8: Destinos Turísticos por Entidad Federativa	57
Cuadro 9: Destinos turísticos de la Zona Maya.....	58
Cuadro 10: Listado de Pueblos Mágicos de México.....	59
Cuadro 11: Ciudades pertenecientes al Programa Tesoros de México	60
Cuadro 12: Once Rutas Temáticas que Recorrer en México	61
Cuadro 13: Rutas Gastronómicas de México	62
Cuadro 14: Cronología de Adhesión de Países a APEC	68
Cuadro 15: Las Futuras 15 "Marca País"	81
Cuadro 16: Los Indicadores de Competitividad en el Monitor del WTTC.....	108
Cuadro 17: Ventajas e inconvenientes de los modelos de competitividad de los destinos turísticos más recientes estudiados en la literatura.....	111
Cuadro 18: Análisis de la Competitividad Turística de Turquía	114
Cuadro 19: Principales Resultados del Estudio.....	116
Cuadro 20: Economías APEC que Integran cada Clúster	140
Cuadro 21: Clúster 1.....	141
Cuadro 22: Clúster 2.....	141
Cuadro 23: Clúster 3.....	142
Cuadro 24: Clúster 4.....	143

RESUMEN

La competitividad es uno de los temas más usualmente referenciados por la teoría económica en los últimos años y es uno de los más controvertidos. En el caso del turismo no es la excepción, pues como se plantea más adelante, existen distintos modelos y metodologías que los investigadores expertos en la materia han aplicado para poder determinar con base a una serie de variables si un país es competitivo en la industria turística o no.

La presente investigación se enfoca al papel que ha desempeñado México en materia de competitividad turística dentro del marco de la región más dinámica del mundo en los últimos años: Asia-Pacífico.

Haciendo uso de las técnicas multivariantes y tomando como base las ponderaciones obtenidas por las economías objeto de estudio en los 14 factores de la competitividad turística del Foro Económico Mundial, se agruparon los países haciendo uso del Análisis de Clústeres para posteriormente detectar sus similitudes y diferencias e identificar los factores de mayor incidencia en la competitividad turística de la región Asia-Pacífico a través del Análisis de Escalamiento Multidimensional.

Por lo tanto, se analizará el desempeño de la actividad turística de las economías miembros del Foro de Cooperación Económica de Asia-Pacífico (APEC), haciendo una comparativa entre los países seleccionados de los tres continentes involucrados: Asia, América y Oceanía, que permitirá detectar cuáles son las principales áreas de oportunidad que México puede aprovechar para generar estrategias que le ayuden a obtener un mejor posicionamiento en la región.

Palabras clave: Competitividad, turismo, análisis multivariante.

ABSTRACT

In recent years, competitiveness has been one of the most controversial topics usually referenced by economic theory. Applied to tourism is not an exception, because as discussed below, there are different methodologies and models that experts in the field have used to determine if a country is competitive in the tourism industry or not based on the analysis of certain variables.

This research focuses on the role played by Mexico in the tourism competitiveness within the framework of the most dynamic region of the world in recent years: Asia-Pacific.

Based on the scores of the 14 tourism competitiveness factors of the World Economic Forum report from the analyzed economies, Multivariate Techniques were used in two steps. First a Cluster Analysis was performed to form groups to simplify the analysis and in a second place Multidimensional Scaling was used to identify how similar or different are the countries according to their performance in the touristic industry in the region and also to recognize the factors that influence directly in the touristic competitiveness of this countries in Asia-Pacific.

Therefore, the performance of the economies of APEC in the tourism industry will be discussed and analyzed, making a comparison between the selected countries in the three continents involved: America, Asia and Oceania with the aim of detecting the main areas Mexico can leverage to generate strategies that enable it to become more competitive in the tourism industry of this region.

Keywords: Competitiveness, tourism, multivariate analysis.

INTRODUCCIÓN

Los avances tecnológicos, el dinamismo comercial, los fenómenos políticos y sociales, la interacción económica y la interconexión a través de las telecomunicaciones han transformado al mundo en las últimas décadas, haciendo que un acontecimiento no solo afecte el lugar de los hechos, sino también a sus alrededores, la región a la que pertenece, el continente donde se ubica o el mundo entero.

Aunque para algunos el turismo existe desde los orígenes del hombre, para otros, es a raíz de todos los factores mencionados anteriormente que se suscita la oportunidad de que surja esta actividad.

Gracias a la infraestructura de telecomunicaciones y transportes que existen en estos días, las modificaciones a los derechos laborales y el aumento en el poder adquisitivo de las personas, en la actualidad, el viajar es una opción prácticamente al alcance de todos.

De esta forma, poco a poco el turismo se ha fortalecido y ha cobrado una mayor importancia para la economía de los países, al aportarles importantes ingresos por el concepto de divisas recibidas y activar la generación de empleo, además de ser un motor de desarrollo y contribuir a aminorar la pobreza en los países emergentes.

La crisis económica de 2008 afectó severamente a la industria turística disminuyendo de manera considerable las llegadas de turistas internacionales a los principales destinos del mundo y obligando a que los principales exportadores de turistas Estados Unidos y Europa optaran por quedarse en casa durante las vacaciones. Debido a este acontecimiento, los países emergentes comenzaron a despegar en la industria turística, principalmente los del sudeste asiático y Latinoamérica, ya que ofrecían grandes atractivos dados sus recursos naturales y culturales y hacían valer más las divisas devaluadas por la crisis. Motivados por éste y otros sucesos internacionales que influyen en el comportamiento de sus economías, los líderes de la región Asia-Pacífico por medio de APEC, formaron un grupo de trabajo especializado para ayudar a alinear los intereses y objetivos de los 21 países que lo integran, impulsando el desarrollo de la región a través del turismo. Para México esto implica una gran oportunidad para fortalecer su posición en la industria turística mundial, al favorecerse de los intercambios y acuerdos de la región.

Es así que este proceso de investigación parte de la hipótesis de que los 14 factores de la competitividad turística evaluados por el Foro Económico mundial (las políticas y reglamentos, la sustentabilidad ambiental, la protección y seguridad, la salud e higiene, la participación y eficiencia gubernamental, la infraestructura de transporte aéreo y terrestre, la infraestructura turística y de las TICS, la competitividad del precio de la industria, los recursos humanos, la afinidad por los viajes y el turismo y los recursos naturales y culturales), determinaron la competitividad turística de México en la región de Asia-Pacífico.

Para comprobar esta hipótesis, dos técnicas multivariantes fueron empleadas: el Análisis de Clusters y el Escalamiento Multidimensional.

De esta manera, se estructuró la tesis en ocho capítulos. En el capítulo uno se exponen los hechos que motivaron esta investigación, el problema de estudio, los objetivos que se pretenden alcanzar, la hipótesis de trabajo y las variables de estudio.

El capítulo dos trata acerca del origen del turismo, sus características y clasificaciones y expone la evolución que ha tenido a lo largo del tiempo, creando organismos internacionales que velan por sus intereses y vigilan las buenas prácticas. Además expone el panorama actual del turismo a nivel mundial, dando a conocer cifras, estadísticas y tendencias.

El capítulo tres habla de los antecedentes del turismo en México, cómo surge y cómo se ha ido desarrollando a través del tiempo incorporando diversos elementos como sus distintivos de calidad, la segmentación de su oferta turística, sus productos turísticos y algunas cifras que reflejan el estado en el que se encuentra actualmente la industria turística mexicana.

El capítulo cuatro desarrolla qué es el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico, explica el porqué de su creación, sus objetivos, así como los beneficios y los compromisos adquiridos por sus 21 economías miembros y la incidencia que tienen en la industria turística de la región.

El capítulo cinco expone las distintas metodologías que diversos estudiosos del turismo a nivel mundial han empleado para medir la competitividad turística de los destinos.

El capítulo seis desarrolla la metodología con la que se medirá la competitividad turística de México en APEC, así como las economías que la conforman. Da a conocer los análisis multivariantes que se estarán llevando a cabo y sus elementos clave.

En el capítulo siete se dan a conocer los resultados obtenidos después de haber llevado a cabo ambos análisis: Clusters y Escalamiento Multidimensional.

En el capítulo ocho se exponen las conclusiones a las que se han llegado acerca de la competitividad turística de México en APEC y las recomendaciones de lo que se cree coadyuvaría a su posicionamiento como destino turístico en la región.

CAPÍTULO I.

FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

El presente capítulo trata de la realidad de la industria turística en la región Asia-Pacífico y cómo la participación de México en la misma da origen a esta investigación, planteando una estructura para su desarrollo que contempla las preguntas, objetivos e hipótesis, así como su operacionalización. A continuación se presentan los elementos mencionados.

1.1 Antecedentes

Actualmente el turismo representa una actividad económica de gran importancia para los países. Un sector turístico en desarrollo contribuye a generar oportunidades de empleo, incrementa el ingreso nacional y puede mejorar la balanza de pagos. Por lo tanto, se trata de un vehículo importante de crecimiento y prosperidad para un país, sobre todo para aquellos en vías de desarrollo, pues puede constituir una significativa reducción en la pobreza (Blanke & Chiesa, 2011).

La edición 2012 del Panorama del Turismo Internacional, publicado por la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2012), señala que a nivel mundial, el turismo ocupa el 4° lugar de los productos de mayor exportación, solo detrás de los combustibles, los productos químicos y los productos alimenticios. El turismo representa el 30% de las exportaciones mundiales de servicios y el 6% del total de exportaciones a nivel global.

El *World Travel and Tourism Council* (Consejo Mundial de Viajes y Turismo), (WTTC, 2013), estima que de la combinación de actividades directas e indirectas, el sector turismo actualmente aporta el 9.2% del PIB global, 4.8 de las exportaciones mundiales y el 9.2% de la inversión a nivel mundial, regresando a la misma posición que tenía antes de la crisis de 2008.

Con base a la información proporcionada en el último reporte de la Competitividad de los Viajes y el Turismo 2011 elaborado por el *World Economic Forum* (Foro Económico Mundial),(WEF), la crisis económica mundial 2008-2009 fue un detonante para que los países emergentes pudieran posicionarse como nuevos destinos turísticos, ofreciendo nuevas opciones en el mercado. De igual forma, hace énfasis en la importancia de la sustentabilidad turística a través del cuidado del medio ambiente, ya que una de las ventajas comparativas de los países radica en la diversidad de recursos naturales y culturales que posee.

De igual forma, el WEF señala que otro factor indispensable que ha llevado al crecimiento acelerado en el turismo de la región Asia-Pacífico ha sido su inversión en infraestructura y el apoyo que han recibido los países miembros de sus gobiernos para impulsar esta actividad económica.

De esta región que ha mostrado el mayor dinamismo en los últimos años surge la APEC (por sus siglas en inglés) o Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico, que es un organismo que fue creado en 1989 con el fin de aprovechar la creciente interdependencia de las economías de la región, teniendo como objetivo impulsar una mayor prosperidad para sus habitantes y fomentar un crecimiento económico inclusivo, equitativo, sustentable e innovador (APEC, 2013).

APEC está integrada por 21 economías que constituyen alrededor del 40% de la población mundial, aproximadamente el 55% del PIB mundial y el 44% del comercio mundial (APEC, 2013).

Los 21 países que actualmente integran el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico son los siguientes:

Cuadro 1: Economías Integrantes de APEC

Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico	
América	Canadá, Chile, Estados Unidos, México y Perú.
Asia	Brunei Darussalam, República Popular de China, Hong Kong, Indonesia, Japón, República de Corea, Malasia, Papúa Guinea, Filipinas, Rusia, Singapur, Taipéi, Tailandia y Vietnam.
Oceanía	Australia y Nueva Zelanda

Fuente: Elaboración propia con base en APEC (2014).

APEC fue creada para promover la transparencia y establecer las mejores prácticas en los procedimientos y reglamentos relacionados con el flujo de bienes, servicios y capital en Asia-Pacífico. México se integró en 1993, teniendo como objetivo expandir y diversificar los vínculos económicos en la región y tener mayor presencia económica en el mundo (SE, 2012).

Para realizar sus funciones el foro está dividido en varios grupos de trabajo especializados. APEC reconoce que el turismo sostenible es un motor económico para la región que ayuda a la creación de empleos y promueve las inversiones y el desarrollo. Debido a esto, en 1991 creó el Grupo de Trabajo de Turismo, un espacio que reúne a los administradores del turismo de cada una de las economías miembros para compartir información, intercambiar puntos de vista y desarrollar áreas de cooperación así como intercambios y políticas de turismo. Desde su integración, México ha tenido un papel muy activo en el foro, incluso dirigiendo el Grupo Técnico de Trabajo de Turismo durante el período 2011-2013.

Aunque APEC representa una parte importante de la población mundial y de la economía internacional por su participación comercial y cuota de mercado, no deja de interactuar en un mundo globalizado de competencia feroz.

En materia turística no es la excepción, por lo que constantemente está compitiendo con otras regiones que tradicionalmente han sido los destinos turísticos más populares y visitados. Para tener una idea más clara, en la siguiente tabla se presenta los 10 países que en 2011 recibieron la mayor cantidad de turistas internacionales:

Cuadro 2: Países que Recibieron el Mayor Número de Turistas Internacionales en 2011

País		Llegadas de Turistas Internacionales (2011)
1	Francia	80 millones
2	Estados Unidos	62 millones
3	China	58 millones
4	España	57 millones
5	Italia	46 millones
6	Turquía	29 millones
7	Reino Unido	29 millones
8	Alemania	28 millones
9	Malasia	24 millones
10	México	23 millones

Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2012).

Como se puede apreciar en el recuadro con los nombres y cifras remarcados, casi la mitad de los 10 países que recibieron el mayor número de llegadas de turistas internacionales en el 2011, incluido México, pertenecen a APEC. Según datos proporcionados por el foro, en 2011, el turismo generó 120 billones de trabajos y contribuyó al 8.4% del empleo total de la región. Además, los viajes y el turismo en la zona representaron el 8.3% del PIB en 2011 y se estimó una tendencia de crecimiento al 9.2% del PIB para el 2022.

El acelerado crecimiento del turismo en la región fue desencadenado por diversos factores. Por un lado las aerolíneas de bajo costo incrementaron su participación en el mercado desde 2007, comenzando a transportar pasajeros principalmente de India y China, además de abrirse a nuevos mercados como el ruso.

La competencia feroz entre las aerolíneas propició la disminución de sus costos, ofreciendo así una opción accesible de transporte para muchas personas y por ende este volumen incrementó la demanda de cuartos de hotel. Por otra parte, China tenía la ventaja de estarse preparando para ser anfitrión de los Juegos Olímpicos en 2008 y de gozar de un PIB en crecimiento que atraía una cantidad de inversión extranjera de forma masiva. Además, su creciente nueva población de clase media estaba deseosa de conocer más allá de sus fronteras nacionales y de gastar su dinero en vacaciones (Kyriakidis, Oaten, & Jahns, 2011).

En el caso del Centro y Sudamérica, un factor importante a considerar en el aumento del flujo de turistas fue que a raíz de la crisis económica mundial, la debilidad del dólar estadounidense provocó que los turistas internacionales buscarán destinos donde su dinero rindiera más y estuvieran más cercanos a su país. Otro factor muy importante que impulsó el turismo de la región, fue la decisión que tomaron 12 países de Sudamérica de permitirles a sus ciudadanos viajar a través de ellos sin necesidad de pasaporte (Kyriakidis, Oaten, & Jahns, 2011).

Un factor que impacta directamente en la actividad turística es la política de los países con respecto a la emisión de pasaportes y visados, ya que repercute en la cantidad de visitantes internacionales, así como en la movilidad de sus nacionales al extranjero.

A partir de una evaluación mundial sobre los requisitos para la emisión de visados, la OMT ha concluido que, en 2012, Asia y las Américas fueron las regiones más abiertas a la entrada de turistas. Una media del 20% de la población mundial no necesitó visado para viajar a un destino asiático, mientras que un 19% pudo obtenerlo a su llegada y el 7% tramitó un visado electrónico. En el caso de las Américas los porcentajes fueron del 31%, del 8% y del 1% respectivamente.

Otro factor de relevancia para fomentar la llegada de turistas internacionales se concentra en el número de atracciones turísticas del destino y su relevancia a nivel internacional.

De acuerdo a esto, la región de Sudamérica se vio favorecida cuando en 2007 más de 100 millones de votantes a nivel global eligieron 3 de las más famosas atracciones como parte de las 7 Maravillas del Mundo: La Pirámide de Chichén Itzá en México, el Cristo Redentor de Brasil y Machu Pichu en Perú. De esta manera mejoró el flujo de turistas a la región, pues viajaban de un lugar a otro para conocer las maravillas (Kyriakidis, Oaten, & Jahns, 2011).

Los descritos anteriormente, solo fueron algunos de los factores que influenciaron mayormente la actividad turística internacional durante el 2011. Partiendo de que es una industria altamente dinámica debido a que los elementos que participan en ella que son afectados constantemente por el fenómeno de la globalización, existen cambios continuos en los países que exportan más turistas, surgen nuevos atractivos turísticos y destinos, nuevas rutas u opciones de transporte y por supuesto se modifican la cantidad de turistas internacionales que recibe cada destino y por ende los 10 más visitados.

Por lo anterior, durante el 2012 el panorama del turismo en el mundo se modificó, generando un nuevo *ranking* de los 10 destinos más visitados del que lamentablemente México salió, quedando de la siguiente manera:

Tabla 1: Principales Destinos Turísticos del Mundo 2012

País		Llegadas de Turistas Internacionales	
		2011	2012
1	Francia	82 millones	83 millones
2	Estados Unidos	63 millones	67 millones
3	China	58 millones	58 millones
4	España	56 millones	58 millones
5	Italia	46 millones	46 millones
6	Turquía	35 millones	36 millones
7	Alemania	28 millones	30 millones
8	Reino Unido	29 millones	29 millones
9	Rusia	23 millones	26 millones
10	Malasia	25 millones	25 millones

Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2013).

Como se puede apreciar en la Tabla 3, para el 2012 nuevamente 4 países de los 10 pertenecen a APEC, repitiendo casi todos a excepción de México, mientras que Rusia se incorporó.

Para poder llevar a cabo esta clasificación de destinos a nivel mundial la Organización Mundial del Turismo (OMT), recomienda hacer uso de diversos indicadores. Sin embargo, para efecto de este *ranking* considera los dos más importantes: las llegadas de turistas internacionales y los ingresos del turismo internacional. De acuerdo a esto, siete de los diez países aparecerán en ambas listas, aunque varían dependiendo del tipo de turistas que atraen y la duración de su estancia. En el caso de los ingresos, éstos dependen de las fluctuaciones del tipo de cambio de la moneda de cada país con respecto al dólar de los Estados Unidos (Panorama OMT del Turismo Internacional, 2013).

De acuerdo con el Panorama OMT (2013), la región Asia-Pacífico fue por segundo año consecutivo la de mayor crecimiento en la industria turística durante 2012, registrando un crecimiento equivalente a 15 millones de turistas más que en 2011. En consecuencia, la región percibió 324,000 millones de dólares en ingresos por turismo internacional, lo que representa el 30% del total mundial.

En la zona del sudeste asiático, el crecimiento lo lideró Tailandia con un aumento de 3 millones en la llegada de turistas con respecto a 2011. De igual forma, Camboya y Vietnam registraron crecimientos importantes, más 24% y 14%, respectivamente.

En cuanto a Asia del Noroeste, Japón encabezó el crecimiento al recuperarse rápidamente de las consecuencias del terremoto que sufrió en 2011. Por su parte Taiwán consiguió obtener un 20% más de turistas, mientras la República de Corea creció un 14 % y Hong Kong el 7%.

En Oceanía, Australia que es el destino principal obtuvo 4% más de llegadas de turistas internacionales en 2012, mientras que Nueva Zelanda disminuyó 1%.

Por su parte el continente americano también tuvo un crecimiento notable en la cantidad de turistas internacionales que lo visitaron durante el 2012. América Central lideró el crecimiento de turistas internacionales con un aumento del 8% en las llegadas de turistas internacionales, seguida de América del Sur con un crecimiento del 5%. En cuanto a América del Norte, que por su extensión territorial representa el mayor número de todas las llegadas de turistas internacionales, registró un 4% de aumento. De los 3 países que integran la región, Estados Unidos obtuvo el mayor crecimiento con un aumento del 7%, Canadá el 2% y lamentablemente México 0%, por lo que no hubo diferencia con el 2011 (Panorama OMT del Turismo Internacional, 2013).

Se sabe que la industria turística está constantemente expuesta a la volatilidad ocasionada por los altibajos de la economía internacional. Por lo tanto, está expuesta a sufrir a largo plazo cambios estructurales que la impulsen a desarrollar estrategias que van desde el marketing del destino y la oferta de productos, hasta la planificación de la infraestructura (Ringbeck & Pietsch, 2011).

Cabe destacar que aunque la región Asia-Pacífico ha tenido grandes avances en la actividad turística, no todos los miembros de APEC han mejorado en materia de competitividad en esta industria.

Para comprobarlo, en la siguiente tabla se exponen los lugares que han ocupado las 21 economías miembros de 2009 al 2013 en el ranking de competitividad turística del Foro Económico Mundial

Tabla 2: Comparativo de la Posición en el Ranking de Competitividad Turística 2009-2013.

	País	Continente	2013 Rank/140	2011 Rank/139	2009 Rank/133
1	Australia	Oceanía	11	13	9
2	Brunei Darussalam	Asia	72	67	69
3	Canadá	América	8	9	5
4	Chile	América	56	57	57
5	República Popular de China	Asia	45	39	47
6	Hong Kong, China	Asia	15	12	12
7	Indonesia	Asia	70	74	81
8	Japón	Asia	14	22	25
9	Corea del Sur	Asia	25	32	31
10	Malasia	Asia	34	35	32
11	México	América	44	43	51
12	Nueva Zelanda	Oceanía	12	19	20
13	Nueva Papúa Guinea	Asia	No hay información		
14	Perú	América	73	69	74
15	Filipinas	Asia	82	94	86
16	Rusia	Asia	63	59	59
17	Singapur	Asia	10	10	10
18	Taiwán	Asia	33	37	43
19	Tailandia	Asia	43	41	39
20	Estados Unidos	América	6	6	8
21	Vietnam	Asia	80	80	89

Fuente: Elaboración propia con base en WEF (2013).

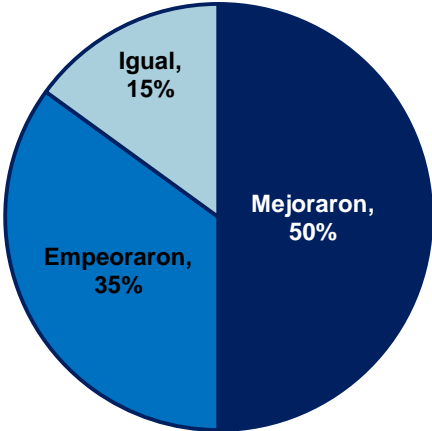
Como se puede apreciar en la tabla 4, la mayoría de los países mejoraron su posición en el *ranking* de competitividad turística:

De acuerdo con la información presentada en la tabla 4, a excepción de Papúa Nueva Guinea de quién no existe información al respecto, 10 países empeoraron su posición en el ranking: China fue la peor al descender 6 posiciones, seguida de Brunei Darussalam con 5 lugares. Perú y Rusia que retrocedieron 4 posiciones, Hong Kong 3 lugares, Australia y Tailandia 2 lugares y México y Canadá que solo descendieron 1 posición.

Por otra parte, fueron 7 países los que mejoraron su posición en el ranking. El que avanzó más posiciones fue Filipinas con 12 lugares, seguido de Japón que descendió 8 lugares, Nueva Zelanda y Corea del Sur ambas descendieron 7 lugares, mientras que Taiwán e Indonesia 4 lugares. Chile fue el que tuvo una menor mejoría al avanzar solo una posición.

Además hubo 3 países que permanecieron en la misma posición del 2011 al 2013. Éstos fueron: Estados Unidos, Singapur y Vietnam.

Gráfico 1: Comparativo 2011-2013 del Desempeño en Competitividad Turística de los Países de APEC de Acuerdo con los Resultados que Obtuvieron en el Ranking de Competitividad de Viajes y Turismo del WEF.



Fuente: Elaboración propia con base en la información obtenida del WEF, (2013).

De acuerdo a lo anterior, México decreció en su actividad turística, lo que se vio reflejado en su descenso de una posición comparando su desempeño del 2011 contra el del 2013. Por otra parte, el ingreso que obtienen los países de APEC por su actividad turística comparada con la cantidad de turistas internacionales que reciben no es proporcional, dejando ver claramente que a pesar de que en general la región ha tenido un acelerado crecimiento en la industria, no todas las economías reciben amplios beneficios de ella. Además hay que considerar que para los países en vías de desarrollo suele ser una de sus principales fuentes de ingresos, mientras que para los industrializados es solo una aportación extra.

Tabla 3: Comparativo de Llegadas de Turistas Internacionales Contra los Ingresos Percibidos por Turismo Internacional

	País	Continente	Llegadas de Turistas Internacionales 2011 (1000)	Ingresos por Turismo Internacional (2011) (Millones de \$ EE.UU)
1	Australia	Oceanía	6.146	31.534
2	Brunei Darussalam	Asia	209	***
3	Canadá	América	16.311	17.401
4	Chile	América	3.554	2.201
5	República Popular de China	Asia	57.725	166.843
6	Hong Kong, China	Asia	23.770	32.089
7	Indonesia	Asia	8.044	8.325
8	Japón	Asia	8.368	14.576
9	Corea del Sur	Asia	11.140	14.231
10	Malasia	Asia	25.033	20.250
11	México	América	23.403	12.739
12	Nueva Zelandia	Oceanía	2.565	5.454
13	Nueva Papúa Guinea	Asia	164	***
14	Perú	América	2.846	2.657
15	Filipinas	Asia	4.273	4.014
16	Rusia	Asia	25.736	11.187
17	Singapur	Asia	***	19.261
18	Taipéi (Taiwán)	Asia	7.311	20,1
19	Tailandia	Asia	22.354	30.092
20	Estados Unidos	América	66.969	126.214
21	Vietnam	Asia	6.848	6.632

***= Cifra o dato aún no disponible.

Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2012).

1.2 Planteamiento del problema

Es indiscutible la importancia que ha cobrado el turismo como motor de las economías a nivel mundial. Actualmente un país que no se desarrolla en esta industria, está dejando de ser competitivo no solo en ésta, sino como economía, al perder la oportunidad de percibir mayores ingresos que ayuden a su crecimiento.

Asimismo, por las ventajas que representa el turismo para la economía de los países, la competencia global se ha agudizado, haciendo que la industria turística se encuentre en un estado de cambios constantes al intentar adaptarse a las necesidades del mercado y tratando de satisfacer las distintas necesidades de sus clientes, creando segmentos y ofertas específicos, situación que permite que existan más opciones para los diferentes tipos de turistas pero también que hagan más compleja su decisión del destino al que viajarán. De igual forma, algunos de los países no tienen recursos suficientes o la debida capacidad de reaccionar para adaptarse a esta dinámica industria, lo que hace que en poco tiempo pierdan competitividad e incluso salgan del mercado.

Dada la importancia de las 21 economías que integran el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico por sus repercusiones en la economía mundial al generar el 44% del comercio, el 55% del PIB y constituir cerca de la mitad de la población del planeta es de interés analizar su participación y desempeño en la dinámica industria turística, considerando que el foro lo componen países que al ubicarse en distintos continentes poseen distintos recursos, cultura y nivel de desarrollo (APEC, 2013).

Es importante destacar que mientras para algunos de los países de APEC el turismo es uno de los principales pilares de su economía o incluso su principal fuente de ingresos, para otros se trata solo de una actividad complementaria por la que perciben una ganancia extra.

En el caso de México, su Producto Interno Bruto (PIB) está compuesto por las actividades primarias que constituyen el 1.60%, las actividades secundarias que representan el 34.87% y las actividades terciarias entre las que se encuentran las relacionadas al turismo que generan el 63.53%. Por lo tanto, en el caso de la economía mexicana la industria turística representa uno de sus principales ingresos solo después del petróleo que es su mayor sustento y las remesas de los migrantes mexicanos que laboran en el exterior (INEGI, 2013).

Por lo tanto, es preocupante que siendo el turismo una de las principales fuentes de ingreso para México, éste haya descendido posiciones en el ranking de competitividad turística del WEF y no haya registrado crecimiento alguno desde el 2011. Esto aunado a haber salido del grupo de los diez destinos en el mundo que reciben un mayor número de llegadas de turistas extranjeros, mientras que los países asiáticos y latinoamericanos siguen registrando un importante aumento en su actividad turística, posicionándose cada vez más y obteniendo una mayor cuota del mercado.

Por otra parte, a pesar de que México es uno de los países que a nivel internacional reciben un mayor número de llegadas de turistas extranjeros, el ingreso que obtiene por la actividad es mucho menor comparado con otras economías de APEC. Y aunque cuenta con vastos recursos naturales y ha mejorado varios aspectos de su industria turística permitiéndole avanzar posiciones en el ranking de competitividad internacional, en los 20 años que tiene de pertenecer a APEC, aún no ha logrado consolidarse como uno de los principales destinos turísticos de la región, ya que los competidores asiáticos han continuado como los principales beneficiados por esta actividad, después de Estados Unidos, el gran líder del grupo.

Por lo tanto, es necesario llevar a cabo una investigación que identifique qué recursos de los que poseen las 21 economías de APEC son decisivos en su competitividad turística y así mismo, cuáles de ellos son los que inciden de manera directa en su desempeño en la región. De esta forma, se podrá realizar un comparativo con los recursos de México y determinar su competitividad en la industria turística de Asia- Pacífico a partir del análisis de sus factores y se podrá determinar con base a los resultados si es competitivo o no.

De esta manera se pretende entender por qué teniendo una amplia y diversa dotación de recursos necesarios para ser un país líder en el segmento, México no ha logrado alcanzar esa posición en la región Asia-Pacífico. Para ello se estudiará cuáles han sido los factores que han determinado el posicionamiento de México en la competitividad de la industria turística de APEC.

1.3 Pregunta General

¿Qué factores determinaron la competitividad turística de México dentro del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)?

1.4 Objetivo General

Identificar los factores que determinaron la competitividad turística de México dentro del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC).

1.5 Hipótesis General

La competitividad turística de México dentro del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), estuvo determinada por las políticas y reglamentos, la sustentabilidad ambiental, la protección y seguridad, la salud e higiene, la participación y eficiencia gubernamental, la infraestructura de transporte aéreo y terrestre, la infraestructura turística y de las TICS, la competitividad del precio de la industria, los recursos humanos, la afinidad por los viajes y el turismo y los recursos naturales y culturales.

1.6 Variables

Para llevar a cabo la investigación se trabajará con una variable dependiente y catorce independientes con las que se busca identificar los factores que determinan la competitividad turística de los países de APEC en la región Asia-Pacífico y detectar cuáles de ellos inciden en la competitividad turística de México en la región.

A continuación se presentan las variables de estudio: La variable dependiente es la competitividad turística de México en APEC y las variables independientes son las mismas utilizadas por el Foro Económico Mundial en su reporte de la Competitividad de Viajes y Turismo y son las siguientes:

1. Políticas y reglamentos.
2. Sustentabilidad ambiental.
3. Protección y seguridad.
4. Salud e higiene.
5. Participación y eficiencia gubernamental.
6. Infraestructura del transporte aéreo.
7. Infraestructura del transporte terrestre.
8. Infraestructura turística.
9. Infraestructura de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC).
10. Competitividad del precio de la industria turística.
11. Recursos humanos.
12. Afinidad por los viajes y el turismo.
13. Recursos naturales.
14. Recursos culturales.

Con la finalidad de sintetizar los elementos clave y buscando confirmar que exista coherencia entre ellos, se elaboró una matriz que servirá de guía para desarrollar la investigación y facilitar llegar a los resultados y conclusiones finales.

Esta información se presenta a continuación en la matriz de congruencia.

1.7 Matriz de Congruencia:

A continuación se dan a conocer en síntesis los elementos clave de la investigación:

Pregunta General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Dimensiones	Indicadores
¿Qué factores determinaron la competitividad turística de México dentro del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)?	Identificar los factores que determinaron la competitividad turística de México dentro del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC).	La competitividad turística de México dentro del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), estuvo determinada por las políticas y reglamentos, la sustentabilidad ambiental, la protección y seguridad, la salud e higiene, la participación y eficiencia gubernamental, la infraestructura de transporte aéreo y terrestre, la infraestructura turística y de las TICS, la competitividad del precio de la industria, los recursos humanos, la afinidad por los viajes y el turismo y los recursos naturales y culturales.	<p><u>Dependiente:</u></p> <p>La competitividad turística de México dentro de APEC</p> <p><u>Independientes:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Políticas y reglamentos. 2. Sustentabilidad ambiental. 3. Protección y seguridad. 4. Salud e higiene. 5. Participación y eficiencia gubernamental. 6. Infraestructura del transporte aéreo. 7. Infraestructura del transporte terrestre. 8. Infraestructura turística. 9. Infraestructura de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC). 10. Competitividad del precio de la industria turística. 11. Recursos humanos. 12. Afinidad por los viajes y el turismo. 13. Recursos naturales. 14. Recursos culturales. 	Competitividad	Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del WEF.

1.8 Justificación

La presente investigación encuentra su motivación en la inquietud de estudiar una región de alto dinamismo e importancia en la economía internacional como lo es Asia-Pacífico, por las diferentes culturas y elementos que la conforman y cómo a pesar de ser tan diferentes entre sí, han logrado coordinarse para aprender unas de otras y sumar esfuerzos para alinear estrategias que les permitan un mayor y mejor desarrollo para sus países y por ende a toda la región.

A pesar de ser una zona muy prolífica en distintas industrias, esta investigación se enfocará a la actividad turística, que es una de las más importantes en la actualidad debido a la relevancia que representan sus aportaciones a la economía de los países.

Por lo tanto, el mayor interés es profundizar en la infraestructura turística de cada uno de los miembros del Foro Económico Asia-pacífico, identificar con qué recursos cuentan para llevar a cabo la actividad turística y sobre todo detectar sus ventajas competitivas y generar estrategias que coadyuven a lograr su posicionamiento en la industria turística a nivel regional e internacional. Con esta base, se pretende detectar cómo México además de las fortalezas que posee puede hacer uso de las ventajas de pertenecer a esta región para lograr mejorar su posicionamiento como destino turístico a nivel mundial.

Así mismo, es interesante indagar por qué se ha suscitado el fenómeno de que México a pesar de poseer vastos recursos y una serie de fortalezas para ser competitivo en la industria turística, en los veinte años que tiene formando parte de APEC no ha logrado posicionarse como uno de los destinos turísticos líderes de la región. Por el contrario, otros países que aparentemente no representarían ninguna competencia han logrado captar un mayor número de turistas en los últimos años.

Como se desarrollará más adelante en el capítulo metodológico, hasta el momento han sido principalmente tres modelos los que se han utilizado para medir la competitividad turística de un país o región. Sin embargo, para efectos de esta investigación se hará uso de dos técnicas multivariantes: el Análisis de Clusters y el Escalamiento Multidimensional, con la finalidad de identificar similitudes y diferencias de los factores de competitividad turística entre los países de APEC, identificar grupos y detectar qué factores son los que determinan la competitividad turística de estos países y cuáles de ellos inciden en la competitividad turística de México en la región Asia-Pacífico.

Por lo tanto, la presente investigación pretende hacer uso de una metodología ya probada para llevar a cabo el estudio comparativo de la competitividad turística entre países. De esta manera se garantiza que los resultados obtenidos en esta investigación serán veraces y de gran utilidad para futuros estudios y ayudarán a profundizar en algunos aspectos que permitirán explicar de mejor manera la realidad.

A partir de los resultados que se obtengan, se podrá conocer qué países son los más competitivos de la región y cuáles de las catorce variables de estudio son las más representativas o las que afectan directamente el desempeño de esta industria en los países de APEC.

Esta metodología permitirá comparar a México con los demás países de APEC y detectar qué factores son los de mayor incidencia en la competitividad turística de la Región Asia-Pacífico, así como identificar qué países son similares en su competitividad y cuáles son muy diferentes entre sí. De esta manera se lograrán identificar las áreas de oportunidad que tiene México para mejorar su posicionamiento como destino turístico en la región.

Para detallar el análisis, cabe señalar que esta investigación es de corte transversal, es decir, se trata de un estudio descriptivo a partir de la observación de las ponderaciones obtenidas por cada uno de los países de APEC en los 14 factores de la competitividad turística que evalúa el Foro Económico Mundial a través de su reporte de la Competitividad de Viajes y Turismo del 2013.

La importancia de esta investigación radica en que a pesar de su gran tamaño, influencia en la economía mundial y su dinamismo, por primera vez se realizará un estudio de esta naturaleza acerca de la industria turística de las economías miembros del Foro para la Cooperación Económica Asia-Pacífico, lo que permitirá distinguir las variables fuertes de las débiles y de esta manera entender a partir de la realidad actual, el desempeño de cada uno de los 21 países en esta industria.

De igual forma, los resultados obtenidos proporcionarán información valiosa para la toma de decisiones, la generación de estrategias y ayudará a resaltar la importancia que tiene para el desarrollo de los países debido a los ingresos que proporciona. Por lo tanto, esta investigación es de gran utilidad para aquellos empresarios que deseen obtener una mayor cuota de mercado, para los gobiernos que deseen mejorar su infraestructura turística y modificar sus leyes para obtener un mayor flujo de turistas internacionales y para aquellas organizaciones y estudiosos del turismo interesados en profundizar sus conocimientos acerca de esta región.

CAPÍTULO II.

EL TURISMO EN EL MUNDO

A lo largo de este capítulo se expondrá la evolución que ha tenido el turismo a través de los años, cómo se ha desarrollado en distintas etapas históricas, los factores clave que han permitido su crecimiento, cómo se ha convertido en una actividad económica importante, además de conocer las tendencias y organismos internacionales que lo regulan.

2.1 Antecedentes Históricos

La historia del turismo se remonta a los orígenes de la raza humana, cuando por su condición de nómadas, se veían obligados a recorrer largas distancias en búsqueda de alimentos y un clima más favorable para subsistir. Posteriormente, durante la Antigüedad las personas se desplazaban en la búsqueda de mejores condiciones de vida, trabajo, por el comercio o bien por actividades militares (OMT, 2013).

Durante la Edad Media, debido a la influencia de la Iglesia Católica, el turismo básicamente se concretó a peregrinaciones religiosas y fue hasta que ocurrieron la Revolución Industrial y la Revolución Francesa que las condiciones laborales y salariales de los empleados comenzaron a modificarse y empezaron a tener derecho a vacaciones y un poder adquisitivo mayor para salir de sus lugares de origen (OMT, 2012).

El Diccionario Turístico Internacional, que fuera publicado por la Academia Internacional del Turismo de Montecarlo en 1955, establece que los orígenes del término turismo se encuentra en dos vocablos: la voz de origen francés “*tour*” y su equivalente en inglés “*turn*” (*giro o vuelta*).

Cuadro 3: Orígenes del Turismo

Autor	Fundamentos del origen del término turismo
Maximilano Korstanje	El origen del término turismo se remonta al antiguo sajón “ <i>torn</i> ”, hacia el siglo XVIII.
Arthur Haulot	El origen de la palabra se encuentra en el vocablo hebreo <i>Tur</i> , que figura dentro de la Biblia con el significado de “ <i>viaje de reconocimiento</i> ”.
Manuel Rodríguez Blanco	Afirma que el término <i>tour</i> aparece documentalmente por primera vez en 1760.
Natalia Porto	El término <i>tour</i> aparece documentado por primera vez entre 1760 y 1768, con motivo de la publicación de la obra “ <i>The Grand Tour</i> ”.

Fuente: Elaboración propia con base en Beltrami (2011).

Por lo tanto, a partir de la información anterior, se puede concluir que el vocablo *tour* aparece en el transcurso del siglo XVIII.

La elaboración de una historia del turismo es un hecho dificultoso. Primero por la inexistencia de flujos turísticos en determinados períodos históricos y por ende la ausencia de turistas. El segundo problema surge si se quieren analizar los viajes en su totalidad, ya que deberían contemplarse desde las expediciones militares, hasta los viajes comerciales e incluso incluir los desplazamientos migratorios. Por lo tanto, para el autor no existiría distinción alguna entre una historia del turismo de una historia social, comercial, demográfica o militar (Beltrami, 2011).

De acuerdo a lo anterior, la historia del turismo es inseparable de cuestiones ambientales, sociales, geográficas, políticas y económicas. Por eso (Beltrami, 2011), sugiere que al realizar una historia del turismo hay que partir de las siguientes premisas:

1. Los viajes no pueden aislarse del contexto en el que están insertos.
2. Los movimientos de viajeros deben mostrarse según la visión de la sociedad histórica en la que se desarrollan.
3. El escenario turístico y la concepción del ocio de una dada sociedad son inseparables del estudio turístico.
4. La infraestructura, el transporte, la hospitalidad y la seguridad, ejercen una influencia notable en los desplazamientos de personas; al igual que las condiciones políticas, económicas y sociales.
5. La existencia de turismo no puede constatarse a partir de la existencia de viajeros que ingresen dentro de la categoría de turista únicamente, pues al turismo debe entenderse como un fenómeno social.
6. El “viajero individual” no prueba la existencia de flujos turísticos, aunque pueda formar parte de ellos.

Debido a la complejidad que implica resumir y demarcar las etapas de la historia del turismo, distintos investigadores en la materia se han dado a la tarea de establecer sus categorías con el enfoque de su formación o disciplina de estudio y de los objetivos de sus investigaciones. Las siguientes divisiones de las etapas históricas del turismo son las que actualmente se utilizan como base y las más reconocidas:

Cuadro 4: Divisiones Temporales del Turismo

Autor	División Temporal del Turismo
Miguel Ángel Acerenza	<ol style="list-style-type: none"> 1. Antecedentes remotos (hasta el s. XVI). 2. El turismo a partir del siglo XVI. 3. El turismo a partir de mediados del siglo XIX. 4. El turismo después de la Primera Guerra Mundial. 5. El turismo después de la Segunda Guerra Mundial. 6. El turismo en las últimas décadas (a partir de 1970).
Margarita Barreto	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proto-historia del turismo. 2. Viajes obligatorios (siglos II-X d.C.). 3. Antecedentes del turismo moderno (siglos XVI-XVIII). 4. Turismo moderno (siglo XIX). 5. Turismo contemporáneo (siglo XX).
Miguel Khatchikian	<ol style="list-style-type: none"> 1. La era pre-industrial (antigüedad-fines del s. XVIII). 2. Era moderna (s. XIX, aprox. 1815-1914). 3. Momento de transición (período entre guerras). 4. El turismo masivo (desde la 2ª Guerra Mundial hasta nuestros días).

Fuente: Elaboración propia con base en Beltrami (2011).

Si bien estas son algunas de las clasificaciones de las etapas del turismo, no son las únicas, pues los estudiosos en la materia no han llegado a un consenso general que pruebe en su totalidad algunas de ellas. Sin embargo, son de utilidad para situarse contextualmente y sirven como punto de partida para iniciar las investigaciones relativas al turismo. De esta forma, de acuerdo con Acerenza, esta investigación se sitúa en el “turismo de las últimas décadas”, mientras que para Barreto, sería parte del “turismo contemporáneo” y para Khatchikian se trataría de una investigación acerca del “turismo masivo”.

En resumen, se puede decir que el turismo como se conoce actualmente surgió a mediados del siglo pasado a raíz de la combinación de diversos factores (Beltrami, 2010):

1. Político:

- Estabilidad global después de las 2 guerras mundiales. Se crean organismos internacionales como la ONU y la OTAN.
- Alemania se recupera y se convierte en uno de los países más importantes de Europa.

2. Sociales:

- Consolidación de los derechos laborales fundamentales, tales como jornadas de 40 horas, retribución de periodos de desempleo y la remuneración de las vacaciones.
- Reconocimiento de congestión y escaso bienestar en la mayoría de las ciudades europeas, percatándose del buen clima del sur, eligiendo sus playas como lugar ideal para su recuperación.

3. Económico:

- Aumento del nivel de vida y poder adquisitivo, consolidándose la clase media.
- Aparición de las empresas intermediarias, favoreciendo el turismo “en masa”.
- Surgimiento de empresas de publicidad que con técnicas avanzadas, ayudándose de imágenes y mensajes produjeron gran impacto en la sociedad, incitándoles el consumo turístico y provocándoles conocer y visitar otras culturas y lugares en el mundo.

4. Tecnológico:

- Desarrollo de la aviación comercial
- Avances en transporte y sistemas de comunicación.

Posteriormente, en 1994 la Organización Mundial del Turismo definiría el concepto de Turismo de la siguiente manera:

“El Turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.”

Hay que contemplar que los viajes de negocios, dada su frecuencia e importancia para los países ya son incluidos también con datos estadísticos en las cifras de turismo internacional.

2.2 Características del Turismo Moderno

En la actualidad la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2013), distingue 4 elementos esenciales para la actividad turística:

1. Demanda.- Integrante elemental de cualquier mercado, ésta representa a los consumidores reales o potenciales.
2. Oferta.- Conjunto de elementos materiales o naturales, actividades, productos o servicios que satisfacen la experiencia del usuario a través de la experiencia turística.
3. Espacio geográfico.- Territorio donde confluyen la oferta y la demanda.
4. Operadores del mercado.- Los intermediarios que facilitan el acceso a los servicios turísticos.

Además, el turismo hace importantes aportaciones a la macroeconomía de un país:

- Empleo: Generación de puestos directos e indirectos
- Contribución al PIB
- Balanza de pagos: Se considera la actividad turística de un país como exportación y por lo tanto recibe divisas.
- Redistribución de la renta

2.2.1 Clasificaciones y elementos del turismo

Según la clasificación realizada por Esteban A. en 1996 se identifican los siguientes tipos de turismo:

1. Turismo “Sol y Playa”
2. Turismo cultural
3. Turismo de naturaleza
4. Turismo de negocios: (Congresos, convenciones, seminarios, ferias)
5. Turismo rural o de interior
6. Turismo deportivo
7. Turismo de salud

Las clasificaciones del turismo ayudan a generar estrategias específicas para atraer más turistas y detectar áreas de oportunidad que aún no han sido desarrolladas. Sin embargo, hay elementos de “valor turístico” que de acuerdo a la OMT (1985), puede aportar un territorio para volverse más atractivo:

- Accesibilidad: Infraestructura y capacidad en puertos y aeropuertos.
- Buenas comunicaciones: Enlaces con los diferentes puntos de entrada y salida al destino, además de las intercomunicaciones en la propia zona (centros urbanos, comerciales, etc.)
- Iniciativa privada: Encargada de la creación de productos turísticos específicos dentro del ámbito privado, capaces de satisfacer las necesidades del usuario, en función de la especialización del destino.
- Normativa jurídica: Responsable de crear el marco reglamentario que arbitre los distintos intereses que puedan coexistir en el territorio.

Según Cooper, Fletcher y Gilbert, (1993), los destinos turísticos son un conjunto de componentes, los cuales pueden estar enclavados en los siguientes apartados:

- Atracciones: Características naturales, artificiales o eventos.
- Servicios e instalaciones de apoyo a las atracciones: Alojamiento, comercios, servicios de seguridad, bancos, etc.
- Accesos: Desarrollo y mantenimiento de vínculos de transporte eficiente con los mercados emisores pero también el transporte interno en el destino.
- Ancillary services: aquellos servicios prestados al turista y al sector turístico a través de las organizaciones locales de turismo.

Otro modo de estudiar y delimitar los destinos turísticos es agrupar sus componentes en dos grandes bloques:

- a) **Infraestructura**: Representa la labor de la Administración Pública competente, necesaria para que una zona pueda ser habitada y desarrollada la actividad turística.
- b) **Superestructura**: Representa la intervención privada, la cual desarrolla definitivamente una zona convirtiéndola en turística, por medio de la construcción de alojamientos, atracciones, comercios, etc.

Estos dos grandes bloques de la infraestructura turística se componen de los siguientes elementos:

Cuadro 5: Componentes de las Estructuras Turísticas

Infraestructura General	Supraestructura
<ul style="list-style-type: none"> • Agua, electricidad, gas, alcantarillado. • Hospitales, bancos, tiendas, gasolineras. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hoteles, pensiones, campamentos, ciudades de vacaciones. • Restaurantes, cafeterías y bares. • Intermediarios, agencias de viajes y operadores turísticos. • Instalaciones recreativas • Parques temáticos • Centros de convenciones y congresos.

Fuente: Elaboración propia con base en Betancort y Fernández (2002).

De acuerdo con el contenido de la tabla 6, la infraestructura general contempla los servicios básicos para llevar a cabo la operación. En este caso el apoyo de los gobiernos es necesario, pues de ellos depende el generar y mantener una estructura que propicie las inversiones y un buen ambiente de negocios. Por otra parte, la supraestructura se compone de elementos propios de la actividad turística, tanto aquellos que son considerados como básicos e indispensables, como algunos de sus principales complementos.

2.3 El Turismo en el Mundo Actual

Desde hace 20 años los viajes y el turismo se han convertido en uno de los principales productos de exportación en el mundo junto con todos los servicios que esta actividad económica implica como los hoteles, restaurantes y otros negocios que han contribuido a crear una industria global multibillonaria (Ringbeck & Pietsch, 2011).

2.3.1 La crisis económica de 2008

La industria turística es extremadamente sensible a todos los sucesos económicos y sociales que acontecen tanto en el país destino como en el mundo entero.

En 2008 no fue la excepción y la crisis económica afectó severamente a la actividad turística menguando el número de viajes internacionales.

Esto trajo serias consecuencias para la industria, entre ellas que el turismo maduro que tradicionalmente se había caracterizado por los destinos europeos y norteamericanos, dejaron de percibir las cantidades de llegadas de turistas internacionales a las que estaban acostumbrados, dándole paso a las economías emergentes de figurar en el mapa como nuevos destinos turísticos. Así, mientras los europeos adoptaban la práctica del turismo regional o local, varios países asiáticos y de América Latina crecían aceleradamente posicionándose como las mejores opciones para visitar en vacaciones. A esto debemos sumarle el factor del rápido crecimiento de la clase media en estos países y un marcado compromiso de sus gobiernos por apoyar la actividad turística (Blanke & Chiesa, 2011).

El WTTC estima que de la combinación de actividades directas e indirectas, el sector turismo actualmente aporta el 9.2% del PIB Global, 4.8 de las exportaciones mundiales y el 9.2% de la inversión a nivel mundial, regresando a la misma posición que tenía antes de la crisis.

Un sector turístico en desarrollo contribuye a generar oportunidades de empleo, incrementa el ingreso nacional y puede mejorar la balanza de pagos. Por lo tanto se trata de un vehículo importante de desarrollo y prosperidad para un país, sobre todo para aquellos en vías de desarrollo puede constituir una significativa reducción en la pobreza (Blanke & Chiesa, 2011).

2.3.2 Secuelas después de la crisis: Rutas a seguir para lograr un sector turístico.

Uno de los atractivos del turismo es que genera una derrama económica en el país destino, misma que se vio notablemente afectada debido a la disminución tan drástica de turistas, pues eran pocas las personas con posibilidades económicas para viajar.

Durante la década de los 90's Europa Occidental y América de Norte eran los mercados emisores más importantes de gastos en viajes, sin embargo, en la última década han disminuido y otros países como China han mantenido el mismo flujo por años.

En el año 2000, Europa Occidental y Norteamérica representaban el 70% del total global del gasto personal en viajes, pero para 2010 disminuyó al 62%, decreciendo al orden del 1% anual en Norteamérica y 0.7% en Europa Occidental (Ringbeck & Pietsch, 2011).

Aunque la industria turística ha estado sometida constantemente a la competencia de precios, ésta situación forzó al sector a sacar ventaja de nuevos canales de distribución, así como internet para establecer nuevos modelos de negocios y lograr ofrecer precios más bajos (Ringbeck & Pietsch, 2011).

Esta situación provocó que el turista abandonara la opción de viajar a los destinos tradicionales y comenzara a buscar otros que le ofrecieran más por el mismo valor que pagaba por el destino de costumbre. Por lo tanto, las estrategias de turismo de hoy, deben basarse en la diversificación.

Aunque se prevé una mejoría en la economía mundial, la industria turística seguirá enfrentándose a la volatilidad de la demanda de los viajeros ocasionada por los altibajos de la economía internacional, las políticas económicas, la volatilidad del precio del petróleo, el costo del carbón, las regulaciones ambientales, las fluctuaciones monetarias, los brotes pandémicos, los ataques terroristas y la agitación política (Ringbeck & Pietsch, 2011).

2.3.3 Inversión: Un indicador clave de competitividad en la industria del turismo

La inversión en los productos turísticos y en su infraestructura no solo es esencial para mantener y expandir la capacidad del destino, sino que también mejora su calidad, competitividad y productividad (Cockerell & Goodger, 2011).

Aunque los destinos cuenten con la infraestructura turística necesaria para atender el volumen de visitas que reciben, o incluso la exceda, la capacidad de la industria no está necesariamente alineada directamente con las preferencias del consumidor. Los viajeros tienen gustos diferentes y fluctúan dependiendo de varios factores. Esto significa que la inversión en el turismo sigue siendo importante en cada una de las fases del ciclo económico global (Cockerell & Goodger, 2011)

Para Cockerell y Goodger (2011), en el caso del turismo, algunas de las inversiones sugeridas más importantes son las siguientes:

- Desarrollo de lugares para alojamiento como hoteles y casas de vacaciones, incluyendo edificios nuevos y sus muebles, además del mantenimiento mayor de las instalaciones cuando ya están en funcionamiento.
- Transporte de pasajeros, tales como aviones, cruceros, barcos, autobuses, todos para el uso específico del turismo.
- Reformas y proyectos de inversión para atraer visitantes.
- Inversiones “verdes” dentro de la industria que favorezcan el cuidado del medio ambiente, tales como la energía solar y modernizar las instalaciones para mejorar la eficiencia energética o el uso del agua.

En un comparativo realizado entre países, se demuestra como las economías emergentes son las que hacen un mayor número de inversiones en infraestructura turística y destinan un mayor porcentaje de su PIB a este sector a comparación que las denominadas “economías maduras” (Cockerell & Goodger, 2011).

Esto se debe en gran medida a que las economías de los distintos países se encuentran en una fase económica de desarrollo diferente.

A las economías emergentes la inversión en el turismo les ayudará a expandir su capacidad y a potencializarse para generar una mayor demanda que les permita aumentar el número de visitantes y su contribución al PIB. Mientras tanto, las economías maduras no invierten tanto en el sector porque aunque lo consideran importante no es prioritario, ya que su economía se basa en otros sectores y con la infraestructura con la que cuentan perciben los ingresos deseados por la actividad turística.

2.3.4 El turismo verde

Desde el último reporte hace 2 años del World Travel & Tourism 2009, la tendencia hacia la “economía verde” se ha venido incrementando. La comunidad internacional reconoce la necesidad de ser coherentes con los desafíos globales actuales: la pobreza extrema, la volatilidad económica masiva y el cambio climático, mientras nos anticipamos y nos preparamos para enfrentar las futuras crisis por comida, agua y recursos energéticos, todos ellos generados por un dramático crecimiento de la población mundial (Lipman & Vorster, 2011).

Por lo tanto la industria turística además de generar inversiones e ingresos para el país destino, debe ser punta de lanza y velar por el cuidado del medio ambiente y ser el principal sector que tome la iniciativa para su protección y siga al pie de la letra todos los tratados al respecto, ya que afectan directamente su desempeño.

Para tener esto más claro 1 de cada 5 animales vertebrados está en peligro de extinción y muchos ecosistemas están al borde del colapso. Por si fuera poco, el hombre contribuye al cambio climático y al estrés del medio ambiente que genera insuficiencia de alimentos, conflictos por recursos y la pérdida del sustento de millones de personas (Marton-Lefèvre & Borges, 2011).

Gracias al estudio de la Economía de los Ecosistemas y la Biodiversidad, en 2010 empezaron a realizarse estudios del impacto económico de la pérdida de la biodiversidad y significativo valor y el negocio que representa conservar la naturaleza (Marton-Lefèvre & Borges, 2011).

Como una de las industrias de mayor crecimiento en el mundo, el turismo depende directamente de ecosistemas saludables y por lo tanto juega un papel protagónico en la promoción de las buenas prácticas y las soluciones para el cuidado del medio ambiente. Además la biodiversidad de un país constituye una ventaja competitiva en el mercado turístico. De esta participación activa surge el Ecoturismo como una rama especializada y con gran potencial catalizador para el desarrollo de la economía local.

2.3.5 Evaluando la apertura de fronteras

Tradicionalmente las facilidades para realizar viajes y negocios han sido consideradas como temas y disciplinas separados. Generalmente en los gobiernos de los países, los ministerios, instituciones y partes interesadas del sector privado a menudo se encuentran separados de cada uno de los sectores, aunque comparten varias áreas de interés (Chiesa, Doherty, & Drzeniek, 2011).

El World Economic Forum, ha promovido reuniones para concientizar a los países que participan en el Foro del impacto que tienen las fronteras tanto para el turismo como para el comercio.

El acercamiento entre ambos sectores pretende identificar áreas comunes entre la Competitividad de la Industria Turística y los Índices de Comercio con el objetivo de detectar aquellos elementos que determinan si las fronteras de un país están abiertas (Chiesa, Doherty, & Drzeniek, 2011).

Para esto fueron seleccionados 5 pilares de cada uno de los reportes de los sectores (Chiesa, Doherty, & Drzeniek, 2011):

Comercio:

1. Acceso al mercado.
2. La eficiencia de la administración de las aduanas.
3. Eficiencia de los procedimientos de importación y exportación.
4. Transparencia de la administración fronteriza.
5. Disponibilidad y calidad del equipo de transporte.

Turismo:

1. Infraestructura el transporte aéreo.
2. Infraestructura del transporte terrestre.
3. Infraestructura de las TIC.
4. Políticas, reglamentos y regulaciones.
5. Protección y seguridad.

De esta forma se detecta claramente la estrecha relación que existe entre el comercio y el turismo, ya que generalmente cuando un país tiene apertura comercial con otro o con una región, hace extensivas las facilidades o restricciones al área de turismo.

2.3.6 Panorama de la Organización Mundial del Turismo

Evolución y Panorama Actual

Según datos de la OMT, la tendencia a la alza iniciada en 2010 de llegadas de turistas internacionales en el mundo continuo en 2011, creciendo a un ritmo del 5% durante los primeros 4 meses del año.

Las previsiones realizadas por la OMT en enero del 2012, estimaron un crecimiento para ese año de entre el 3% y el 4% en las llegadas de turistas internacionales.

Tendencias a Largo Plazo (OMT, 2012):

- El turismo ha sufrido una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor crecimiento e importancia en el mundo.
- Han surgido nuevos destinos que están desplazando a los tradicionales: Europa y Norteamérica.
- A pesar de las crisis económicas globales, las llegadas de turistas internacionales han presentado un crecimiento ininterrumpido a partir de 1980 con 277 millones, hasta el 2011 con 983 millones.
- La OMT calcula que a largo plazo el número de llegadas de turistas internacionales crecerá a un ritmo del 3.3% anual a partir del 2010 y hasta el 2030. Este porcentaje representa alrededor de 43 millones de llegadas de turistas cada año, lo cual llevaría a alcanzar un total de 1.800 millones de llegadas en 2030.
- La previsión apunta a que, entre 2010 y 2030, las llegadas a economías emergentes crezcan a un ritmo del 4,4% al año, es decir, el doble que el de las economías avanzadas (+2,2% al año). La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 47% en 2011 y se prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales.

Turismo Internacional: Clave para el desarrollo, la prosperidad y el bienestar

A nivel mundial, el turismo ocupa el 4º lugar de los productos de mayor exportación, solo detrás de los combustibles, los productos químicos y los productos alimenticios (OMT, 2012).

El turismo representa el 30% de las exportaciones mundiales de servicios y el 6% del total de exportaciones a nivel global (OMT, 2012).

A partir de la información proveniente de los países que disponen de datos, se estima que (OMT, 2012):

- El turismo contribuye a cerca del 5% del PIB mundial.
- El turismo contribuye alrededor del 7% a la generación de empleos directos e indirectos en todo el mundo.
- El turismo constituye aproximadamente el 2% del PIB de las economías avanzadas y diversificadas, mientras que representa más del 10% para los países en los que es un pilar importante para su economía.

Según información proporcionada por la OMT (2012), estos son los principales motivos para el turismo:

- El 51% de los turistas internacionales de 2011 indicaron que su motivo de viaje eran por ocio y recreación.
- Cerca del 15% de los turistas internacionales indicaron que viajaban por negocios o motivos profesionales.
- El 27% de los turistas internacionales indicó que viajaba por distintos motivos: visitas a parientes y amigos, motivos religiosos, tratamientos de salud, etc.
- El objeto de la visita del 7% restante de las llegadas no se especificó.

2.4 El Turismo en Cifras de la OMT

2.4.1 Transportes

De acuerdo a la información proporcionada por la OMT, los turistas internacionales de 2011 utilizaron los siguientes medios de transporte:

Tabla 4: Proporción de Utilización de Medios de Transporte

Medio de Transporte	Porcentaje (2011)	Porcentaje (2012)
Transporte aéreo	51%	52%
Transporte terrestre	49%	48%
Carreteras	41%	40%
Ferrocarril	2%	2%
Vía acuática	6%	6%

Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2013).

De acuerdo con la información proporcionada en la tabla 9, el medio de transporte más utilizado para viajar en el 2011 fue el avión, seguido de los automóviles y autobuses que viajan a través de carreteras. La siguiente opción fueron los transportes acuáticos y por último el ferrocarril. Para el 2012 se mantuvo la misma tendencia, aumentando 1% el uso del transporte aéreo y disminuyendo 1% el transporte terrestre y el uso de las carreteras.

2.4.2 Ingresos percibidos por el turismo internacional

Durante 2011 el turismo impulsó de manera importante el desarrollo de las economías, logrando el siguiente crecimiento:

Tabla 5: Cuota de Ingresos por Turismo Internacional

Región	Crecimiento (2011)	Ingresos	
		Millones de USD	Cuota de mercado (%)
Américas	+ 5.7%	199,000	19%
Europa	+ 5.2%	463,000	45%
Asía y el Pacífico	+ 4.4%	289,000	28%
África	+2.2%	33,000	3%
Medio Oriente	-14%	46,000	4%

Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2012).

Conforme a la información presentada en la tabla 10, el continente americano fue el de mayor crecimiento debido a los ingresos percibidos por turismo internacional en 2011. Sin embargo, de las 5 regiones analizadas ocupa el 19% de la cuota del mercado, lo que lo

coloca en tercera posición después del líder Europa con 45% del mercado y Asia-Pacífico con el 28%. Mientras tanto, Medio Oriente y África mantienen una cuota del mercado similar con el 4% y 3% respectivamente. En cuanto al crecimiento por ingresos del turismo internacional, Europa fue el de mayor crecimiento después de América, seguido de Asia-Pacífico y África en menor medida. Medio Oriente es la única región que no registró crecimiento.

2.4.3 El Turismo hacia el 2030

Por regiones, el mayor crecimiento tendrá lugar en Asia y el Pacífico, donde se prevé que las llegadas aumenten en 331 millones hasta alcanzar los 535 millones en 2030 (+4,9% al año). Europa (de 475 millones a 744 millones) y las Américas (de 150 millones a 248 millones) crecerán comparativamente menos (OMT, 2012).

Con un ritmo de crecimiento mayor, la cuota de mercado de varias regiones del mundo aumentara hasta el año 2030. Asia y el Pacífico pasara del 22% en 2010 hasta el 30% en 2030. Como resultado de esto, Europa (del 51%, al 41%) y las Américas (del 16%, al 14%) experimentaran un descenso en sus cuota de turismo internacional, debido principalmente al menor crecimiento que registrarán los destinos maduros de América del Norte, Europa del norte y Europa Occidental (OMT, 2012).

2.5 Organismos Internacionales

2.5.1 La Organización Mundial del Turismo (OMT)

La Organización Mundial del Turismo, en inglés conocida como *United Nations World Tourism* (UNWTO), es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. Actualmente la integran 155 países, 6 miembros asociados y más de 400 miembros afiliados entre los cuales se encuentran representantes del sector privado, instituciones de enseñanza, asociaciones de turismo y autoridades turísticas locales (OMT, 2013).

La OMT es la principal organización internacional en el sector turístico y defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo, además de procurar la maximización de la contribución de la actividad turística a la situación socioeconómica de los países, minimizando los posibles impactos negativos y comprometiéndose a promover el turismo como instrumento para la reducción de la pobreza y fomento de un desarrollo sostenible (OMT, 2013).

Sus orígenes se remontan a 1946 cuando se reunió el Primer Congreso Internacional de Organismos Nacionales de Turismo en Londres y se decidió crear una nueva organización internacional de carácter no gubernamental y de ámbito universal. En 1975 se celebra en Madrid la primera reunión de la Asamblea General de la OMT y se elige esta ciudad como sede de la organización (OMT, 2013).

Actualmente impulsan el desarrollo de cinco proyectos entre sus países miembros divididos en cinco regiones: África, Américas, Asia-Pacífico, Europa y Medio Oriente. Los proyectos son los siguientes (OMT, 2013):

- Unidad de consultoría en turismo y biodiversidad.
- Soluciones de energía para hoteles.
- Protección a los niños.
- Turismo y atenuación a la pobreza.
- Tourcom.

Una de las regiones más importantes para la OMT por su dinamismo en el sector turismo es Asia-Pacífico en la que actualmente están implementando proyectos especialmente en Indonesia, Camboya y Vietnam, teniendo como objetivos principales apoyar en su misión a la OMT en maximizar los beneficios del turismo, promover un desarrollo sustentable, aliviar la pobreza, proteger la biodiversidad ambiental y fomentar la tolerancia y el respeto por la diversidad religiosa, moral y creencias filosóficas entre las naciones.

2.5.2 Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)

La idea de formar APEC fue una iniciativa del entonces Primer Ministro australiano Bob Hawke quien lo sugirió en un discurso que dio en Seúl en 1989. Un año más tarde 12 de las economías de Asia-Pacífico se reunieron en Canberra, Australia para establecer la APEC (APEC, 2013).

Cuadro 6: Cronología de Integración de Economías a la APEC

Año	Economías Integradas a la APEC
1990	Los miembros fundadores fueron: Australia, Brunei Darussalam, Canadá, Indonesia, Japón, Corea, Malasia, Nueva Zelanda, Filipinas, Singapur, Tailandia y Estados Unidos.
1991	Se integran China, Hong Kong y China, Taipéi (Taiwán)
1993	Se unen México y Papúa Nueva Guinea
1994	Se integra Chile
1998	Se unen Perú, Rusia y Vietnam.

Fuente: Elaboración propia con base en APEC (2013).

De 1989 a 1992 la APEC mantenía un diálogo informal entre ministerios, hasta que en 1993 el Presidente de los Estados Unidos William Jefferson Clinton (Bill Clinton), estableció la práctica de una reunión anual entre los líderes de las economías de APEC (APEC, 2013).

APEC es el primer foro económico de la región Asia-Pacífico y tiene como objetivo principal apoyar el crecimiento económico sustentable y próspero en la región. Lo anterior a través de defender el libre comercio y la inversión, acelerando la integración económica regional, fomentando la cooperación técnica y económica, mejorando la seguridad humana y facilitando un ambiente de negocios favorable y sostenible (APEC, 2013).

Para trabajar y atender distintas áreas la APEC (2013), se divide en cuatro grupos principales:

1. El Comité de Administración y Presupuestos.
2. El Comité Económico.
3. El Comité en Comercio e Inversiones.
4. El Comité Directivo de Altos Funcionarios de Cooperación Económica y Técnica del cual se desprenden todos los grupos de trabajo especializados de la organización y en el cual se encuentra el Grupo Técnico de Trabajo del Turismo.

Grupo Técnico de Trabajo de Turismo

Para APEC el turismo sostenible es el principal motor económico de la región, ayudando a crear empleos y promoviendo la inversión y por ende el desarrollo. Por eso en 1991 creó este grupo especializado de trabajo en el que se reúnen los administradores turísticos de las diferentes economías miembros para compartir información, intercambiar puntos de vista y desarrollar áreas de cooperación común y políticas para el turismo comercial (APEC, 2013).

En octubre del 2011, México fue designado para coordinar el Grupo Técnico de Trabajo. La coordinación tendrá una duración de 2 años.

2.5.3 World Travel & Tourism Council (WTTC)

El World Travel & Tourism Council es el foro de los líderes de la industria de los viajes y el turismo. Reúne alrededor de 100 altos ejecutivos de empresas líderes en turismo en todo el mundo, por lo que el WTTC tiene una visión general sobre todos los temas relacionados con la industria.

El foro fomenta la participación en la actividad turística al reconocerla como una de las mayores industrias en el mundo que soporta alrededor de 255 millones de puestos de trabajo y genera el 9% del PIB mundial (WTTC, 2013).

Además, el foro promueve la asociación de los sectores público y privado para lograr obtener resultados conjuntos en los que se satisfagan las necesidades de las economías a través del trabajo coordinado entre las empresas locales y regionales con sus respectivas autoridades, basándose en:

- a) Los gobiernos deben reconocer a los viajes y el turismo como una prioridad
- b) Las empresas deben buscar el equilibrio con la gente, la cultura, el medio ambiente y la economía.
- c) Una búsqueda compartida entre el Gobierno y las empresas de crecimiento a largo plazo y la prosperidad.

El Consejo fija con regularidad las prioridades estratégicas con el fin de identificar los aspectos que más dificultan el funcionamiento o desarrollo del sector.

Actualmente el Consejo está enfocado en trabajar bajo tres estrategias:

1. Libertad para Viajar.- Resolución de problemas que comúnmente afectan los derechos y capacidades de una persona promedio para viajar nacional o internacionalmente ya sea por negocios o por placer.
2. Políticas para el Crecimiento.- Tienen la finalidad de ayudar a resolver los conflictos que surgen cuando los gobiernos o las autoridades actúan en contra de las empresas o dejan de apoyar al sector privado, cuya actividad consiste en la creación de riqueza y fuentes de empleo a través de la operación o el desarrollo de los viajes y el turismo.
3. Turismo para el Mañana.- Es el resumen de las preocupaciones de Consejo por el futuro del sector de viajes y turismo y las acciones que se llevan a cabo para garantizar que las generaciones venideras tengan la posibilidad de enriquecer sus vidas a través de la experiencia de los viajes y conozcan el mundo.

CAPÍTULO III.

EL TURISMO EN MÉXICO

El presente capítulo trata de cómo se originó la actividad turística en México, las normas y estándares de calidad que se han implementado, además de los programas y diversas rutas que se han desarrollado para la atracción de un mayor número de turistas, que le han permitido lograr un posicionamiento en el mercado y consolidarse como destino turístico a nivel internacional.

3.1 Antecedentes

El turismo es una actividad importante que beneficia la derrama económica e inversión en los países en vías de desarrollo como es el caso de México, al generar empleos directos e indirectos que atienden la demanda de los turistas. Además es la principal actividad por la cual ingresan divisas al país y ayuda a distribuir el ingreso y equilibrar la economía nacional a través del turismo interno (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

Es evidente cómo la tecnología y sucesos internacionales como las guerras, la inestabilidad política, las epidemias y los desastres naturales afectan directamente a los destinos turísticos, provocando que unos descendan en el número de llegadas de turistas internacionales, mientras otros se benefician de las circunstancias para posicionarse.

En el caso de México no ha sido la excepción, por lo que puede dividirse en tres etapas del desarrollo de su turismo moderno (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006):

- a) **Etapa 1:** Corresponde al periodo comprendido entre 1945, al final de la Segunda Guerra Mundial, hasta la introducción del jet en la aviación comercial en 1958.
- b) **Etapa 2:** Abarca de 1959 a 1970 cuando se inicia la planeación de los centros turísticos de Cancún e Ixtapa.
- c) **Etapa 3:** De 1973 en adelante, cuando empieza la ejecución de los centros turísticos y se observan los primeros resultados.

Al término de la Segunda Guerra Mundial, la situación en México era difícil debido a que había disminuido precipitosamente el volumen de exportaciones, por lo que el gobierno optó por un desarrollo a través de la industrialización.

A falta de capital e inversiones para llevarlo a cabo, el presidente en turno Miguel Alemán propuso el desarrollo de la actividad turística como fuente de ingresos para lograr capitalizarse y lograr financiar la industria de la transformación. De esta forma, durante su campaña en 1946, dio a conocer la “Declaración Turística” o “Carta Turística” en la que decía que el turismo nacional y extranjero serían útiles para: “desarrollar muchas zonas del país, elevar el ingreso de sus habitantes, estimular otras actividades económicas y dar vida a las regiones productivas” (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

Fue así que durante su mandato, Miguel Alemán logró proyectar a México internacionalmente, impulsando la creación de los primeros centros turísticos en el país: Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Cozumel, Isla Mujeres, Veracruz, Mérida, Guadalajara y la Ciudad de México. Además, con la finalidad de darle más dinamismo a la actividad turística, deslindó a la Secretaría de Gobernación de esta actividad para crear la Dirección General de Turismo (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

3.1.1 Cronología de Antecedentes del Turismo en México

De 1947 a 1957: Este periodo es de vital importancia para la industria turística de México, debido a la inyección de capital para la infraestructura terrestre y aérea. Durante esta etapa se fortalecieron los tramos carreteros de México-Acapulco, México-Veracruz, México-Guadalajara, México-Guanajuato, México-Cuernavaca, se concluyó la carretera Panamericana que va desde Ciudad Juárez hasta la frontera con Guatemala, además de construirse la primera terminal de autobuses en Guadalajara y crearse la Comisión Mexicana de Caminos. En cuanto a la infraestructura aérea, se mejoraron los aeropuertos de México, Acapulco y Tijuana, además de que se inició la operación de líneas aéreas internacionales como Air France, KLM, Aerovías Guest y Pan Am, realizándose el primer vuelo comercial a Europa (México-Madrid) en 1948 (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

El alojamiento también se vio favorecido por las facilidades otorgadas por el gobierno a inversionistas nacionales y extranjeros para desarrollar este sector, lo que impulsó su crecimiento y pasó de 4 mil 200 habitaciones en 1946 a 2 mil 998 hoteles y 82 mil 438 habitaciones en 1958 (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

De 1958 a 1970: Este periodo abarca el mandato de dos presidentes Adolfo López Mateos y Gustavo Díaz Ordaz, ambos identificaron al turismo como un instrumento de apoyo económico complementario y reconocieron su importancia en la balanza de pagos (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

Debido a esto, impulsaron el desarrollo de la actividad turística haciendo que tuviera su base en la promoción de las costumbres nacionales, el folklore y la arquitectura, creando una oferta turística para visitantes extranjeros integrada por elementos de historia, cultura y arte de México.

De esta forma, las obras realizadas en este periodo fueron encaminadas a la edificación de museos y a la remodelación de atractivos de la cultura prehispánica y colonial (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

También hay que destacar el avance que hubo en la infraestructura aérea, debido a la construcción de nuevos aeropuertos que permitió que se extendieran las rutas nacionales, además de inaugurarse nuevas rutas desde Sudamérica para conectar vía México con la ciudad de Los Ángeles, California (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

En cuanto a hotelería, para 1964 ya existían 3 mil 333 establecimientos con un total de 92 mil 954 habitaciones, principalmente concentradas en los estados de Guerrero, Jalisco, Tamaulipas, Veracruz y el Distrito Federal (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

En 1959 se crearon las Cámaras Nacionales de Turismo y la Confederación de Cámaras Nacionales de Turismo, para coordinar a los prestadores de servicios entre sí y con el gobierno federal; y se abrió la carrera de Técnico en Turismo en la Universidad Autónoma del Estado de México. En 1962 se dio a conocer el primer “Plan Nacional de Desarrollo Turístico”, pionero de su género en el mundo. Para 1965, se creó el órgano paraestatal de administración de aeropuertos, Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA), responsable de la operación de las terminales aéreas en el país (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

Década de los 70’s en adelante: Debido a la crisis económica mundial a inicios de este periodo, disminuyó considerablemente el número de viajeros internacionales, por lo que durante los mandatos de Luis Echeverría y José López Portillo se reorientaron las políticas turísticas hacia el mercado nacional (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

A finales de los 70’s Acapulco, Puerto Vallarta y Cozumel eran los principales destinos turísticos internacionales, pero debido a la intención de diversificar los centros costeros, se inició la planeación de Cancún, Ixtapa y Puerto Escondido, por lo que se obtuvieron créditos del Banco Mundial y del Banco Interamericano de Desarrollo. De esta manera se iniciaron las operaciones en estos nuevos centros, en Cancún en 1975, en Ixtapa en 1978 y en Puerto Escondido hasta 1981 (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

Durante la administración de Luis Echeverría se amplió en forma considerable la labor de promoción del turismo nacional e internacional, aprovechando eventos como el IX Campeonato Mundial de Fútbol, celebrado en 1970, o el Festival Cervantino, que se celebró por primera vez en 1972. Además, derivado de los convenios bilaterales que se suscribieron aumentó el número de delegaciones de promoción en el extranjero. Para 1980 eran 18 establecidas en Estados Unidos, Japón, Argentina y Canadá (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

En 1974 se creó la Secretaría de Turismo, como órgano del poder Ejecutivo para aglutinar las acciones del sector y mejorar la coordinación de la actividad. En 1980 se expidió una nueva Ley Federal de Turismo donde se contemplaron las zonas de interés de desarrollo turístico como estrategia de diversificación de la oferta fundamentalmente dirigida al mercado interno. Se siguió apoyando la red aeroportuaria, pasando de 33 aeropuertos para vuelos de alcance corto en 1976, a 49 en 1981 (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

En la década de los 80's, México se vio nuevamente severamente afectado debido a la crisis petrolera, por lo que una vez más hubo de corregir sus estrategias para fomentar la actividad turística. Durante la gestión de Miguel de la Madrid, se iniciaron las obras de infraestructura en las Bahías de Huatulco, concebido como un nuevo polo para promover el desarrollo de la región y estimular la economía del estado de Oaxaca, además de obras de consolidación en Cancún, Ixtapa, San José y Loreto y se puso en marcha el programa de remodelación del Acapulco tradicional (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

El continuo desarrollo de los atractivos turísticos del Caribe, así como la diversificación y promoción de los principales destinos en el sur de los Estados Unidos, provocaron que el producto turístico mexicano perdiera competitividad. Estos mercados desarrollaron productos orientados a captar turistas que buscan destinos de playa o circuitos que incluyen diversos atractivos turísticos (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

En el periodo de 1985 a 1994, el crecimiento anual del turismo extranjero que visitaba nuestro país fue del 3.3% anual, mientras que en Estados Unidos fue del 6.6% y en el Caribe del 6.2%. La desaceleración del crecimiento anual del turismo proveniente de Norteamérica resulta muy significativa, ya que históricamente este ha sido el mercado más importante para México. Para el periodo 1985-1990 el crecimiento anual del turismo proveniente de los Estados Unidos fue de 9.6%, para el periodo 1990-1994 fue apenas de 1.9% (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

El gobierno de Ernesto Zedillo una vez más reconoció la importancia de la actividad turística y decidió impulsarla, diversificando los destinos turísticos para tener una oferta para el mercado extranjero adicional a los destinos de playa tradicionales. De esta manera, ciudades fronterizas como Tijuana y Ciudad Juárez, así como las grandes urbes como México, Guadalajara y Monterrey, además de la región del Mundo Maya y las principales ciudades coloniales se integran como destinos a la oferta turística del país (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

Para la década de los 90's la red carretera presentaba un retraso muy grande. Por esta razón se implementaron esquemas de participación privada con la posibilidad de cobro de peaje, lo que amplió la cobertura de carreteras de cuatro carriles, pasando de 4 mil 802 km en 1989 a 9 mil 562 km en 1996, permitiendo un nuevo impulso al turismo doméstico (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

De acuerdo con el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, el turismo en México enfrenta una serie de problemas que se caracteriza principalmente por una marcada dependencia de los visitantes provenientes de Estados Unidos y del segmento de sol y playa; una participación del turismo nacional de internación sin políticas de fomento para utilizar la capacidad instalada en periodos de reflujo o baja demanda; un desarrollo turístico que se limita a centros de sol y playa; una sobreoferta en los destinos principales que originan impactos ambientales negativos, crecimientos urbanos con carencia de servicios públicos e inadecuados niveles de atención al turista, entre otros (Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, 2006).

3.2 Oferta Turística de México

Por su privilegiada posición geográfica, México se ha visto favorecido por una serie de factores que representan una ventaja comparativa ante otros actores del turismo internacional, ya que cuenta con una amplia biodiversidad y diferentes climas que permiten el desarrollo de diversos complejos turísticos especializados. Por lo tanto, México tiene una clara vocación turística por los recursos que posee.

Para poder generar productos turísticos, es necesario conocer los recursos con los que se cuenta para elaborar estrategias que permitan maximizarlos y lograr una mayor eficiencia en su uso, así como detectar las áreas de oportunidad para desarrollarlos o bien, adquirirlos si es necesario.

La extensión territorial de México, es de 1'964, 375 km² de los cuales 1 959 248 Km² son superficie continental y 5 127 Km² corresponden a superficie insular. México destaca entre los países del mundo por la extensión de sus litorales, que es de 11,122 km, exclusivamente en su parte continental, sin incluir litorales insulares (INEGI, 2013).

La República Mexicana posee dos fronteras (INEGI, 2013):

- a) Frontera Norte Con los Estados Unidos de América. Se extiende una línea fronteriza a lo largo de 3,152 km desde el Monumento 258 al noroeste de Tijuana hasta la desembocadura del Río Bravo en el Golfo de México. Son estados limítrofes al norte del país: Baja California, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas.

- b) Frontera Sur: La línea fronteriza con Guatemala tiene una extensión de 956 km; con Belice de 193 km (No incluye 85.266 km de límite marítimo en la Bahía de Chetumal). Los estados fronterizos del sur y sureste del país son: Chiapas, Tabasco, Campeche y Quintana Roo.

Actualmente el gobierno mexicano está trabajando a través de sus distintas dependencias para lograr impulsar el desarrollo turístico del país y mejorar su posicionamiento dentro de los destinos más visitados a nivel internacional.

Debido a esto ha puesto en marcha diversas estrategias como el desarrollo de nuevos productos turísticos, programas regionales, la creación del Sistema Nacional de Capacitación para el Sector Turismo, medidas de facilitación migratoria, apertura en los visados y el programa de apoyo a MIPYMES turísticas entre otros como los estándares de calidad.

3.2.1 Distintivos de Calidad

Al hablar de competitividad, inmediatamente pensamos en dos variables: calidad y precio. Al tratarse de competitividad turística es necesario que los destinos cuenten con las instalaciones, personal, entorno, bebidas, alimentos y actividades de calidad. Es por eso que el Gobierno Mexicano a través de la Secretaría de Turismo otorga las siguientes certificaciones que demuestran la calidad de los servicios de los ofertantes turísticos en el país (SECTUR, 2011):

- a) Distintivo M: Modernización Turística



El Programa de Calidad Moderniza, es un sistema de gestión para el mejoramiento de la Calidad de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, a través del cual podrán estimular a los colaboradores e incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística que les permita satisfacer las expectativas de sus clientes

La Dirección de Modernización Turística participa conjuntamente con la Secretaría de Economía y Bancomext, en el Programa de Apoyo a la Competitividad de las Pymes Turísticas; mediante el cual esta Dirección proporciona los elementos necesarios para la capacitación y certificación de las Mipymes Turísticas, a fin de lograr la obtención del Distintivo "M".

- b) Distintivo H: Higiene, Confianza y Seguridad en el Manejo de los Alimentos



Con el propósito fundamental de disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por los alimentos en turistas nacionales y extranjeros y mejorar la imagen de México a nivel mundial con respecto a la seguridad alimentaria, desde 1990, se implementó el programa Nacional de Manejo Higiénico de Alimentos, Distintivo "H", para todos los establecimientos fijos de alimentos y bebidas.

El Distintivo "H", es un reconocimiento que otorgan la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud, a aquellos establecimientos fijos de alimentos y bebidas: (restaurantes en general, restaurantes de hoteles, cafeterías, fondas etc.), por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004.

c) Programa de Playas Limpias

El programa surge como consecuencia del Sistema Nacional de Información sobre la Calidad del Agua en Playas Mexicanas, iniciado en 2003 con la participación de las Secretarías de Turismo, Salud, Marina y Medio Ambiente. Actualmente las autoridades estatales de salud son quienes realizan los muestreos y análisis del agua en cada uno de los 17 estados costeros de México. La protección y conservación de las playas requiere de la participación de todos los sectores y la ciudadanía, por lo que se invita a reportar cualquier anomalía en las páginas de SEMARNAT y COFEPRIS, o bien directamente a los Comités de Playas establecidos en los destinos turísticos (SEMARNAT, 2013).

El programa se compone de:

- Resultados de calidad del agua de mar.
- Ficha técnica del análisis del agua.
- Protección de la salud.
- Comités de playas.
- Lineamientos para determinar la calidad del agua.
- Acciones que realizan las instancias gubernamentales.

Actualmente México cuenta con 15 playas certificadas:

Cuadro 7: Playas Certificadas en México

Playa	Localización
1. El Chileno	Los Cabos, Baja California Sur
2. Camarones	Puerto Vallarta, Jalisco
3. Garza Blanca	Puerto Vallarta, Jalisco
4. Verde Camacho	Mazatlán, Sinaloa
5. Bucerias	Nayarit
6. Nuevo Vallarta Norte I y II	Nayarit
7. Nuevo Vallarta Sur	Nayarit
8. Los Muertos	Nuevo Vallarta, Nayarit
9. Chacala	Nayarit
10. El Palmar	Ixtapa Zihuatanejo, Guerrero
11. Miramar	Ciudad Madero, Tamaulipas
12. San Isidro	Actopan, Veracruz
13. Chahué	Huatulco, Oaxaca
14. Aventuras DIF	Akumal, Quintana Roo
15. Grand Velas	Playa del Carmen, Quintana Roo

Fuente: Elaboración propia con base en SEMARNAT (2013).

3.2.2 Tipología del Turismo en México

De acuerdo a la Secretaria de Turismo (2013), la oferta turística de México está compuesta por los siguientes productos:

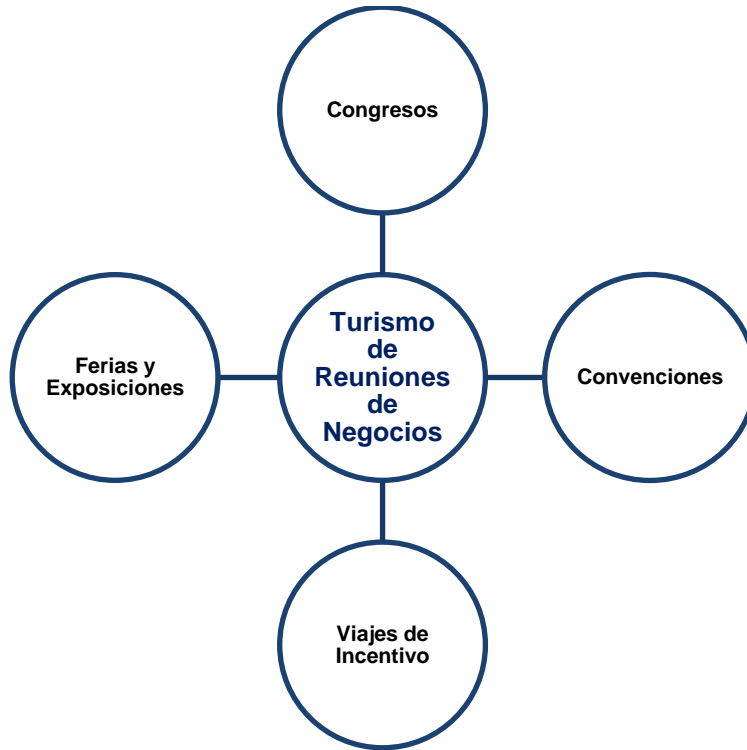
a) Turismo de Reuniones de Negocios

Este tipo de turismo a su vez se clasifica en dos:

- a) Turismo de Negocios Individual.- Es cuando una persona se desplaza por sus actividades laborales y visita un destino turístico específico seleccionado por el mercado o producto que es el principal interés del negocio a realizar.
- b) Turismo de Negocios Grupal.- A diferencia del anterior, este se da cuando existe la posibilidad de seleccionar el destino turístico donde se realice un congreso, convención o viaje de incentivos, siempre y cuando cumpla con los requisitos para su organización.

Turismo de Reuniones de Negocios: Es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes (SECTUR, 2011). Se compone de la siguiente forma:

Figura 1: Componentes del Turismo de Negocios



b) Turismo Cultural

El Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural de SECTUR-CESTUR de 2002, lo define como “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”.

Este tipo de turismo es importante para dar a conocer, preservar y disfrutar el rico patrimonio cultural de México. Además trae como consecuencia el desarrollo económico y social de las comunidades al generar nuevos empleos.

Debido a la variada oferta cultural de México, la SECTUR ha identificado varios subsegmentos de los que destacan tres principalmente:

- Turismo Religioso.
- Turismo Gastronómico.
- Turismo Idiomático.

Para impulsar este tipo de turismo, la SECTUR creó el Programa de desarrollo de Turismo Cultural, cuyas acciones se agrupan en tres grandes grupos:

1. Desarrollo del producto, entendido como poner en valor turístico el patrimonio cultural de un país.
2. Asesoría a municipios, comunidades, grupos sociales, promotores culturales y prestadores de servicios turísticos.
3. Acciones de difusión y comercialización, mediante encuentros con turoperadores y agencias de viajes.

La cobertura del programa abarca aquellos sitios específicos que tienen un alto impacto turístico por la llegada de turistas, derrama económica y generación de empleos. De esta manera se han seleccionado:

- Zonas arqueológicas, museos, santuarios, misiones.
- Ciudades mexicanas patrimonio mundial.
- Ruta El Camino Real Tierra Adentro.
- Ciudades Histórico-Culturales.

Otro objetivo de este programa es desarrollar nuevos productos turísticos en los sitios culturales, actividades que muestren sus encantos y permitan la diferenciación entre las ciudades culturales.

c) Turismo de Salud

Este tipo de turismo se enfoca a la promoción de los destinos en México con aguas termales, entre los que destacan los estados de:

- Coahuila
- Estado de México
- Guanajuato
- Hidalgo
- Jalisco
- Michoacán
- Puebla
- Morelos

La utilización del agua en México, principalmente la termal, ha dado pie a la edificación de parques acuáticos y balnearios, así como “*spas*”, que han ido desarrollándose con base a estándares y certificaciones internacionales.

d) Turismo de Naturaleza

A través del portal en internet de la SECTUR, el Gobierno Federal tiene un espacio con el objeto de fomentar, desarrollar, difundir y promover este turismo en el marco de la competitividad y sustentabilidad.

Para lograrlo pone a disposición para su consulta información generada sobre: financiamiento, capacitación, eventos, publicaciones, estudios, destinos, prestadores de servicios, normatividad y ligas de interés.

Para tener un punto de partida, hacen de conocimiento público a través de SECTUR el documento de “Reporte de Diagnóstico sobre el potencial de los recursos de turismo de la naturaleza en México”, en el que hacen un análisis detallado de los recursos naturales y cómo pueden ser aprovechados para fomentar el desarrollo de actividades ecoturísticas y de aventura.

El reporte muestra un análisis con base a 10 pilares:

1. Desarrollo Sustentable.
2. Seguridad.
3. Infraestructura y equipamiento.
4. Recursos naturales.
5. Recursos culturales.
6. Recursos de aventura.
7. Emprendedurismo.
8. Servicios básicos.
9. Salud.
10. Imagen.

De acuerdo a los resultados, detectan las áreas de oportunidad y proponen estrategias para impulsar el desarrollo de este tipo de turismo, aumentar su calidad y atraer más inversión.

e) Turismo de Segmentos Especializados

La intención de SECTUR con esta estrategia es desarrollar líneas de productos de interés especial que diversifiquen la oferta turística de México, con la finalidad de captar un mayor número de turistas.

La SECTUR consciente de que cada región del país es diferente y no puede seguir una misma estrategia, se ha propuesto seguir líneas acción que le permitan diseñar una cartera de negocios turísticos acordes a sus potencialidades y competencias particulares como:

- a) Transferencia de tecnología en temas de competitividad y desarrollo de productos turísticos, mediante la elaboración y edición de fascículos teóricos conceptuales, foros y conferencias especializadas.
- b) Impulso a las mejores prácticas en materia de competitividad turística, mediante seminarios y talleres en los temas siguientes:
 - Agrupamientos Turísticos Competitivos (*Clusters*).
 - Creación y Operación de Agencias Locales Integradoras de Viajes (*Destination Management Companies*).
 - Clubes de Producto.
- c) Asistencia a municipios y destinos en temas emergentes, mediante: Asesoría directa sobre identificación de proyectos

3.2.3 Diversidad de Destinos Turísticos en México

Con base a la información proporcionada por la herramienta “Atlas Turístico de México” (2013) de la Secretaría de Turismo, el país cuenta con los siguientes principales destinos turísticos por entidad federativa:

Cuadro 8: Destinos Turísticos por Entidad Federativa

Entidad Federativa	DESTINOS						
	1	2	3	4	5	6	7
Aguascalientes	Aguascalientes						
Baja California	Ensenada	Mexicali	Playas de Rosarito	San Felipe	Tecate	Tijuana	
Baja California Sur	Cabo San Lucas	La Paz	Loreto	San José del Cabo			
Campeche	Campeche						
Chiapas	Comitán de Domínguez	Palenque	San Cristóbal de las Casas	Tapachula	Tonalá	Tuxtla Gutiérrez	
Chihuahua	Chihuahua	Ciudad Juárez	Hidalgo del Parral	Nuevo Casas Grandes			
Coahuila de Zaragoza	Piedras Negras	Saltillo					
Colima	Colima	Manzanillo					
Distrito Federal	Ciudad de México						
Durango	Durango						
Guanajuato	Celaya	Guanajuato	Irapuato	León	Salamanca	San Miguel de Allende	
Guerrero	Acapulco	Ixtapa Zihuatanejo	Taxco				
Hidalgo	Pachuca						
Jalisco	Guadalajara	Puerto Vallarta	San Juan de los Lagos	Tequila			
Estado de México	Toluca	Valle de Bravo					
Michoacán de Ocampo	Morelia						
Morelos	Cuernavaca						
Nayarit	Nuevo Vallarta						
Nuevo León	Monterrey	Santiago					
Oaxaca	Bahías de Huatulco	Oaxaca	Puerto Escondido	Tuxtepec			
Puebla	Puebla						
Querétaro	Querétaro	San Juan del Río	Tequisquiapan				
Quintana Roo	Akumal	Cancún	Chetumal	Cozumel	Isla Mujeres	Playa del Carmen	Playacar
San Luis Potosí	San Luis Potosí						
Sonora	Guaymas	Hermosillo	Puerto Peñasco				
Tabasco	Villa Hermosa						
Tamaulipas	Matamoros	Tampico					
Sinaloa	Culiacán	El Fuerte	Los Mochis	Mazatlán			
Tlaxcala	Tlaxcala						
Veracruz Ignacio de la Llave	Cuatzacualcos	Boca del Río	Xalapa				
Yucatán	Chichén Itzá	Mérida	Uxmal	Valladolid			
Zacatecas	Zacatecas						

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2013).

3.2.4 Productos Turísticos de México

a) Mundo Maya

La región mexicana del Mundo Maya comprende un área de 241,784 Km². El compromiso del gobierno federal en esta zona es impulsar el desarrollo regional y consolidar el turismo como una verdadera prioridad nacional. Este esfuerzo de México forma parte de una alianza multinacional donde participan los países centroamericanos de Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras, herederos también del legado de esa civilización prehispánica, en el marco de la Organización Mundo Maya (SECTUR, 2011).

Cuadro 9: Destinos turísticos de la Zona Maya

Campeche	Chiapas	Quintana Roo	Tabasco	Yucatán
Calakmul	Palenque	Tulum	Pomoná	Uxmal
Edzná	Izapa	Cobá	Comalcalco	Chichén Itzá

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2011).

La región Mundo Maya ofrece tanto a turismo nacional como internacional los siguientes segmentos: sol y playa, cultura, ecoturismo y aventura, buceo, cruceros, negocios y convenciones.

b) Pueblos Mágicos

Este programa, desarrollado por la Secretaría de Turismo en colaboración con diversas instancias gubernamentales y los gobiernos locales, contribuye a revalorar un conjunto de poblaciones mexicanas que siempre han estado en el imaginario colectivo y que representa alternativas diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Tiene como objetivo resaltar el valor turístico de las localidades del interior del país y estructurar una oferta turística innovadora que atienda la demanda naciente de cultura, tradiciones, aventura, deporte extremo en escenarios naturales o simplemente ser parte de la cotidianidad de la vida rural (SECTUR, 2011).

La Secretaría de Turismo define un Pueblo Mágico como una *“localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio - culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico”*.

Para que una localidad pueda ser parte de este programa debe enviar un expediente a la SECTUR que después de ser evaluado, realizará una visita para cerciorarse de que la información es veraz y está en condiciones de ser nombrada Pueblo Mágico (SECTUR, 2011).

De acuerdo con la SECTUR estos son algunos de los criterios de selección:

- Deben ser localidades que posean atributos simbólicos, leyendas, historia y/o hechos trascendentes.
- Se consideraran aquellas localidades que cuenten con una población base de 20,000 habitantes.
- La localidad deberá ubicarse a menos de 200 Km o el equivalente a 2 horas de distancia vía terrestre, a partir de un destino turístico consolidado o bien de una población considerada como el mercado emisor.
- Entregar a la SECTUR el expediente con la información solicitada.

A continuación se presentan los Pueblos Mágicos por entidad federativa:

Cuadro 10: Listado de Pueblos Mágicos de México

Entidad Federativa	Pueblos Mágicos				
	1	2	3	4	5
Aguascalientes	Calvillo	Real de Asientos			
Baja California Sur	Todos los Santos	Loreto			
Campeche	Palizada				
Chiapas	San Cristóbal de las Casas				
Chihuahua	Creel				
Coahuila	Parras de la Fuente	Cuatro Ciénagas			
Colima	Cómala				
Guanajuato	Dolores Hidalgo	Mineral de Pozos			
Guerrero	Taxco				
Hidalgo	Real del Monte	Huasca de Ocampo	Mineral del Chico		
Jalisco	Tapalpa	Tequila	Mazamitla	San Sebastián del Oeste	
Estado de México	El Oro	Tepotzotlán	Valle de Bravo	Malinalco	
Michoacán	Pátzcuaro	Tlalpujahua	Cuitzeo	Santa Clara del Cobre	Angango
Morelos	Tepotztlán	Tlayacapan			
Nuevo León	Santiago				
Oaxaca	Capulálpam de Méndez				
Puebla	Cuetzalan	Zacatlán de las Manzanas	Pahuatlán		
Querétaro	Bernal	Jalpan de Serra	Cadereyta de Montes		
Quintana Roo	Bacalar				
San Luis Potosí	Real de Catorce	Xilitla			
Sinaloa	Cosalá	El Fuerte			
Sonora	Álamos	Magdalena de Quino			
Tabasco	Tapijulapa				
Tamaulipas	Mier	Tula			
Tlaxcala	Huamantla				

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2013).

De las 31 entidades federativas que componen México, solo 25 de ellas poseen poblaciones que ostentan el título de “Pueblo Mágico”.

La entidad que cuenta con el mayor número de Pueblos Mágicos es Michoacán con 5, seguido por Jalisco y el Estado de México con 4. Posteriormente encontramos a Puebla, Hidalgo y Querétaro con 3, Aguascalientes, Baja California Sur, Coahuila, Guanajuato, Morelos, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora y Tamaulipas con 2 y por último Chiapas, Chihuahua, Colima, Guerrero, Nuevo León, Quintana Roo, Tabasco, Tamaulipas y Tlaxcala con 1.

c) Tesoros de México

En 2010 la Secretaría de Turismo lanzó el Programa “Tesoros de México” en un foro al que asistieron hoteleros, restauranteros, agentes de viaje, prestadores de servicios turísticos y las autoridades de las sedes correspondientes al programa que son los estados de Guanajuato, Morelos, Michoacán, Puebla y Chiapas. De esta forma se pretende que estos estados representen con su riqueza, la excelencia de la gastronomía, hospedaje y hospitalidad mexicana que es conocida por los turistas de todo el mundo (SECTUR, 2011).

Cuadro 11: Ciudades pertenecientes al Programa Tesoros de México

Chiapas	Guanajuato	Michoacán	Morelos	Puebla
Tapachula	Celaya	Morelia	Amacuzac	Atlixco
San Cristóbal de las Casas	Guanajuato	Pátzcuaro	Cuernavaca	Puebla
La Trinitaria	Mineral de Pozos	Uruapan	Tepoztlán	San Pedro Cholula
	San Miguel Allende	Zitácuaro	Xochitepec	

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR, 2013.

d) Rutas de México

Se trata de 11 rutas que incluyen a los 32 estados de la república y pasan por distintos sitios de interés que ofrecen experiencias diversas como: gastronomía, ecoturismo, aventura, deportes extremos, arte popular, sol y playa y demás atractivos y actividades que ofrecen al viajero el experimentar la riqueza natural, arquitectónica, histórica y cultural (SECTUR, 2011).

Cuadro 12: Once Rutas Temáticas que Recorrer en México

Ruta	Ciudades
1. La Cultura del Vino y El Acuario de Mundo	Tijuana, Valle de Guadalupe, Ensenada, Los Cabos, La Paz y Espíritu Santo
2. Tarahumaras Milenarios	Chihuahua, Bahuichivo, Cd. Cuauhtémoc, Cerocahui, Creel, Los Mochis, Barrancas y El Fuerte.
3. La Magia de la Naturaleza	Xochimilco, Santa Clara del Cobre, Acapulco, Morelia, Zirahuen, Taxco, Capula, Tingambato, Cuernavaca, Tzintzunzan, Tingambato, Cuernavaca, Uruapan, Cd. de México, Pátzcuaro e Ixtapa Zihuatanejo
4. La Cuna de la Historia y el Romanticismo	Bernal, Chapala, San Miguel de Allende, Guanajuato, Tequila y Tlaquepaque
5. El Arte del Tequila y la Música Bajo el Sol	Guadalajara, Colima, Tequila, Cómala, Riviera Nayarit, Puerto Vallarta y Manzanillo
6. Las Bellezas Huastecas	Tampico, Papantla, Huasteca Potosina, Real del Monte, Ciudad Valles, Pachuca, Poza Rica, El Tajín
7. Los Mil Sabores del Mole	Cd. de México, Cacaxtla, Tlaxcala, Puebla, Oaxaca, Monte Albán, Bahías de Huatulco y Mazunte
8. El Misterio y Origen de los Mayas	Mérida, Cozumel, Tuxtla Gutiérrez, Cd. del Carmen, Edzna, Izamal, Riviera Maya, San Cristóbal de las Casas, Isla Aguada, Chichen Itzá, Tulúm, Agua Azul, Palenque, Champoton, Valladolid, Chetumal, Villahermosa, Sabancuy, Cancún, Bacalar, Palizada y Campeche
9. Una Experiencia Virreinal	Cd. de México, Aguascalientes, Morelia, Querétaro, Zacatecas, San Miguel de Allende, Durango, Guanajuato, San Luis Potosí, San Juan de los Lagos, Querétaro
10. El Encuentro Fascinante entre la Historia y la Modernidad	Durango, Monterrey, Lerdo, Hermosillo, Torreón, Guaymas, Parras, San Carlos y Saltillo
11. Don Vasco	Morelia, Cuitzeo, Pátzcuaro, Tzintzunzan, Uruapan, Paracho, Santa Fe de la Laguna y Santa Clara del Cobre

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2013).

e) Rutas Gastronómicas

Surgen para aprovechar la riqueza gastronómica del país y convertirla en un atractivo turístico motivador del viaje.

La tradición culinaria de México inició con el aprovechamiento del maíz, que se convirtió en la base alimentaria, junto con otros frutos y vegetales: chile, jitomate, cacao, aguacate, calabaza, nopal, vainilla y frijol (SECTUR, 2011).

En 2010, la cocina tradicional mexicana fue designada Patrimonio Mundial de la UNESCO, bajo el título de Patrimonio Cultural Inmaterial.

Para crear las rutas, la SECTUR se dio a la tarea de recorrer más de 11 mil kilómetros de los que se obtuvieron cerca de 2 mil fichas de los recursos gastronómicos representativos. Además involucraron al equipo de trabajo a Cámaras, Touroperadores, Chefs y a los Gobiernos locales. De esta forma se integraron al proyecto las 32 entidades que conforman la República Mexicana, 25 etnias, 500 chefs, 155 destinos y más de 600 hoteles y restaurantes (SECTUR, 2011).

De esta manera nacieron las siguientes rutas:

Cuadro 13: Rutas Gastronómicas de México

Ruta Principal	Localización
1. Los Dulces Sabores de Antaño	Tlaxcala y Puebla
2. Los Mil Sabores del Mole	Oaxaca
3. Los Fogones entre Viñas y Aromas del Mar	Baja California y Baja California Sur
4. Cocina de Dos Mundos	Chihuahua
5. La Mesa de la Huerta y el Mar	Sinaloa
6. La Ruta de los Mercados	Morelos y Guerrero
7. El Altar del Día de Muertos	Michoacán
8. El Sabor de Hoy	Ciudad de México
9. Platos con Historia	Querétaro y Guanajuato
10. Cocina al Son del Mariachi	Jalisco
11. Los Sabores del Mar	Colima y Nayarit
12. La Cultura del Maguey	Hidalgo
13. Del Mar a la Laguna	Tamaulipas
14. Del Café a la Vainilla	Veracruz
15. La Ruta del Cacao	Chiapas y Tabasco
16. Los Ingredientes Mestizos del Mayab	Campeche, Yucatán y Quintana Roo
17. La Sazón del Minero	Zacatecas, Aguascalientes y San Luis Potosí
18. Entre Cortes y Viñedos	Nuevo León, Coahuila, Durango y Sonora

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2011).

3.2.5 Las Cifras del Turismo en México

Como ya se ha mencionado anteriormente, la actividad turística representa un motor de desarrollo económico y social para México. Por lo tanto, es necesario medir a través de cifras su comportamiento para que de esta manera se puedan detectar las áreas de oportunidad y las debilidades para generar estrategias que permitan tener una mayor competitividad en la industria, atraer más turistas y obtener mayores ingresos de esta actividad.

De acuerdo a la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER, s.f.), 2012, estas son algunas cifras clave de la actividad turística en México:

- La actividad turística representa más del 8% del PIB nacional.
- Genera 2.5 millones de empleos directos y permite consolidar otros 7.5 millones de indirectos.
- Constituye la tercera actividad captada de divisas, sólo después de la industria del petróleo y de las remesas.
- Los salarios del sector turístico están 30% por arriba de la media nacional.

- México ocupa el 1er lugar en Latinoamérica, en cuanto a sitios reconocidos como patrimonio de la humanidad por la UNESCO (27).
- Cuenta con 32 pueblos mágicos, 173 zonas arqueológicas y 175 mil monumentos catalogados de los siglos XVI al XIX.

Viajeros Internacionales

Los viajeros internacionales pueden clasificarse de diferentes formas. Por lo tanto se definen los siguientes conceptos antes de presentar los datos estadísticos correspondientes.

La (SECTUR, 2010) clasifica a los viajeros internacionales de la siguiente forma para sus reportes:

- **Visitantes Internacionales:** Toda persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
- **Turista Internacional:** Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en México.
- **Turismo de Internación:** Son aquellos que rebasan la franja fronteriza o que directamente llegaron al país a cualquiera de las ciudades o destinos turísticos del interior se les denomina turistas de internación; son los que mayor importancia tienen para la actividad turística del país en materia de turismo internacional, destacando entre sus características una mayor estadía, un mayor uso de los servicios turísticos, y por supuesto, porque son los que realizan un mayor gasto.
- **Turismo Fronterizo:** Un visitante que permanece en la frontera de otros países con México, una noche por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado.
- **Excursionistas Fronterizos:** Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado de México y permanecen en frontera.
- **Excursionistas Internacionales:** Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado de México.
- **Pasajeros de Crucero:** Personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque para pernoctar, aunque éste permanezca en el puerto durante varios días.

A continuación se presenta la información acerca de la llegada de turistas internacionales a México en el periodo 2010-2012, así como el dinero que gastaron durante su estancia y las divisas que generaron.

Tabla 6: Llegada de Visitantes Internacionales (miles de personas)

Indicador	Enero-Diciembre			Variación Porcentual		Enero-Marzo			Variación Porcentual	
	2010	2011	2012	2010-2012	2011-2012	2011	2012	2013	2011-2013	2012-2013
Visitantes Internacionales	81,953	75,732	75,970	-7.3%	0.3%	19,700	19,463	19,207	-2.5%	-1.3%
Turistas Internacionales	23,290	23,403	23,113	-0.8%	-1.2%	15,935	6,146	6,708	2.4%	-1.1%
Turismo de Internación	13,327	13,327	13,483	1.2%	1.9%	3,153	3,810	3,885	10.6%	2.0%
Turismo Fronterizo	9,962	10,166	9,631	-3.3%	-5.3%	2,422	2,336	2,194	-9.4%	-6.1%
Excursionistas Internacionales	58,664	52,329	52,857	-9.9%	1.0%	13,765	13,317	13,128	-4.6%	-1.4%
Excursionistas Fronterizos	52,615	47,039	47,726	-9.3%	1.5%	11,997	11,579	11,600	-3.3%	0.2%
Pasajeros de Crucero	6,048	5,289	5,130	-15.2%	-3.0%	1,768	1,738	1,528	-13.5%	-12.1%

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2013).

A través de la información proporcionada en el recuadro, podemos apreciar que existe una tendencia a la baja en el número de visitantes a México, pues exceptuando el turismo de internación que tuvo un ligero aumento, los demás han tenido un notable descenso.

La siguiente tabla muestra el gasto en dólares que hicieron los turistas internacionales durante su visita en el periodo 2010-2012.

Tabla 7: Gasto Medio de los Viajeros Internacionales en Dólares

Indicador	Enero-Diciembre			Variación Porcentual		Enero-Marzo			Variación Porcentual	
	2010	2011	2012	2010-2012	2011-2012	2011	2012	2013	2011-2013	2012-2013
Visitantes Internacionales	146.3	156.7	167.4	14.4%	6.8%	170.8	184.9	201.8	18.1%	9.1%
Turistas Internacionales	429.0	427.6	463.5	8.0%	8.4%	482.4	502.5	545.3	13.0%	8.5%
Turismo de Internación	708.5	713.8	752.7	6.2%	5.5%	779.5	776.1	820.1	5.2%	5.7%
Turismo Fronterizo	55.0	54.9	58.5	6.4%	6.7%	51.4	56.3	58.6	14.1%	4.1%
Excursionistas Internacionales	34.1	35.6	38.0	11.4%	6.7%	36.5	38.3	42.7	17.2%	11.5%
Excursionistas fronterizos	28.0	29.4	32.0	14.4%	8.8%	28.4	29.9	35.2	23.8%	17.8%
Pasajeros de Crucero	87.4	90.5	93.5	7.0%	3.3%	91.0	94.6	100.1	10.0%	5.8%

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2013).

Cabe destacar que aunque el número de visitantes internacionales ha venido disminuyendo desde 2010, es importante ver que los turistas que llegan ahora gastan más y generan una mayor derrama económica. Además del gasto medio que se estima hacen los turistas internacionales en su visita a México, el incremento del mismo es notorio debido al aumento del ingreso de divisas que se puede apreciar a continuación.

La siguiente tabla muestra la cantidad de divisas expresadas en dólares que ingresaron a México en el periodo 2010-2012.

Tabla 8: Ingreso de Divisas (millones de dólares)

Indicador	Enero-Diciembre			Variación Porcentual		Enero-Marzo			Variación Porcentual	
	2010	2011	2012	2010-2012	2011-2012	2011	2012	2013	2011-2013	2012-2013
Visitantes Internacionales	11,992	11,869	12,720	6.1%	7.2%	3,365	3,599	3,876	15.2%	7.7%
Turistas Internacionales	9,991	10,006	10,712	7.2%	7.1%	2,863	3,088	3,315	15.8%	7.3%
Turismo de Internación	9,443	9,448	10,148	7.5%	7.4%	2,739	2,957	3,186	16.3%	7.8%
Turismo Fronterizo	548	558	564	2.9%	1.1%	124	132	129	3.4%	-2.2%
Excursionistas Internacionales	2,001	1,862	2,008	0.4%	7.8%	502	510	561	11.8%	10.0%
Excursionistas fronterizos	1,472	1,384	1,528	3.8%	10.4%	341	346	408	19.7%	18.0%
Pasajeros de Crucero	529	479	480	-9.3%	0.2%	161	164	153	-4.9%	-6.9%

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2013).

Como puede apreciarse ha sido notable el incremento de divisas generado por la actividad turística de 2010 a la fecha. Por lo que se deduce que aunque se registra un menor número de llegadas de turistas internacionales al país, éstos tienen un mayor gasto durante su estancia.

A continuación se presentan por nacionalidades los principales turistas internacionales que visitan México.

Tabla 9: Llegada de Visitantes Internacionales Vía Aérea (Principales Nacionalidades)

País	Enero-Diciembre				Diferencia		Variación Porcentual	
	2010	2011	2012	% respecto al total 2012	2010-2012	2011-2012	2010-2012	2011-2012
1 Estados Unidos	5,907,533	5,728,166	5,941,914	55.0%	34,381	213,748	0.6%	3.7%
2 Canadá	1,460,418	1,563,150	1,571,544	14.5%	111,126	8,394	7.6%	0.5%
3 Reino Unido	295,831	330,072	363,142	3.4%	67,311	33,070	22.8%	10.0%
4 España	287,163	279,531	278,811	2.6%	-8,352	-720	-2.9%	-0.3%
5 Argentina	170,467	200,694	251,221	2.3%	80,754	50,527	47.4%	25.2%
6 Brasil	117,658	196,267	248,900	2.3%	131,242	52,633	111.5%	26.8%
7 Francia	170,250	186,780	202,855	1.9%	32,605	16,075	19.2%	8.6%
8 Alemania	163,266	165,136	172,841	1.6%	9,575	7,705	5.9%	4.7%
9 Colombia	102,177	125,882	163,725	1.5%	61,548	37,843	60.2%	30.1%
10 Italia	133,292	150,691	156,533	1.4%	23,241	5,842	17.4%	3.9%
11 Venezuela	84,868	88,806	129,331	1.2%	44,463	40,525	52.4%	45.6%
12 Perú	50,676	69,373	90,892	0.8%	40,216	21,519	79.4%	31.0%
13 Chile	67,661	76,382	88,148	0.8%	20,487	11,766	30.3%	15.4%
14 Japón	66,164	72,338	85,687	0.8%	19,523	13,349	29.5%	18.5%
15 Rusia	27,137	41,944	77,034	0.7%	49,897	35,090	183.9%	83.7%
16 Países Bajos	68,964	67,820	63,159	0.6%	-5,805	-4,661	-8.4%	-6.9%
17 Costa Rica	53,152	44,415	59,361	0.5%	6,209	14,946	11.7%	33.7%
18 Guatemala	50,274	44,422	59,091	0.5%	8,817	14,669	17.5%	33.0%
19 Australia	41,992	47,512	53,698	0.5%	11,706	6,186	27.9%	13.0%
20 China	28,398	36,878	47,810	0.4%	19,412	10,932	68.4%	29.6%
21 Corea del Sur	34,965	40,303	47,615	0.4%	12,650	7,312	36.2%	18.1%
22 Cuba	39,249	40,873	44,881	0.4%	5,632	4,008	14.3%	9.8%
23 Portugal	48,630	43,459	38,879	0.4%	-9,751	-4,580	-20.1%	-10.5%
24 Suecia	21,779	27,107	36,867	0.3%	15,088	9,760	69.3%	36.0%
25 Ecuador	26,073	29,036	33,351	0.3%	7,458	4,495	28.6%	15.5%
Resto de las nacionalidades	419,379	446,183	497,297	4.6%	77,918	51,114	18.6%	11.5%
TOTAL	9,937,416	10,143,220	10,804,767	100%	867,351	661,547	8.7%	6.5%

Fuente: Elaboración propia con base en SECTUR (2013).

Como es notorio, Estados Unidos domina la cuota del mercado al representar más del 50% del turismo internacional en México, seguido de Canadá.

Las siguientes nacionalidades no son tan representativas pues ocupan menos del 4% del mercado.

Este es un claro indicador de que México debe diversificar su oferta turística y voltear a los países asiáticos, además de seguir promoviéndose como destino turístico para Sudamérica.

3.2.6 Visados

Aunque los visados representan un mecanismo de control que le permite a los países identificar a los extranjeros que ingresan, transitan y salen de su país, en la actualidad puede representar una barrera al turismo al implicar una serie de trámites engorrosos al turista que finalmente puede desistir en visitar un país debido a la inversión de tiempo y dinero que representa este trámite.

Es sabido que los países se reúnen para pactar condiciones favorecedoras que les permitan a sus ciudadanos el libre tránsito bajo ciertas condiciones. En el caso de México no es la excepción.

A continuación se presentan los países de APEC a los cuales se les solicita visa para ingresar a México para fines de recreo o cualquier actividad no remunerada que no rebase los 180 días.

Las personas de los países que presenten alguno de los siguientes documentos o quedan exentos de visa mexicana (SEGOB, 2014):

- a) Documento que acredite residencia permanente en Canadá, Estados Unidos de América, Japón, el Reino Unido, la Gran Bretaña e Irlanda del Norte, o cualquiera de los países que integran el Espacio Schengen.
- b) Visa válida y vigente de los Estados Unidos de América.
- c) Tarjeta de Viajero de Negocios de APEC (ABTC) aprobada por México
- d) Certificado que lo acredite como miembro de la tripulación de la aeronave que arriba.

Estos son los países de APEC a los que México les solicita visa (SEGOB, 2014):

- China
- Federación Rusa
- Filipinas
- Indonesia
- Papúa Nueva Guinea
- Tailandia
- Vietnam

Por su parte las economías de APEC que le solicitan visa de turista a nacionales mexicanos son:

- Canadá
- China
- Indonesia
- Federación Rusa
- Tailandia
- Taiwán
- Vietnam

Por lo anterior, se puede apreciar que a excepción de Papúa Nueva Guinea, Canadá y Taiwán, la solicitud de visa de turista es recíproca.

CAPÍTULO IV.

EL TURISMO EN APEC

En este capítulo se aborda la importancia que tiene la región Asia- Pacífico en el mundo y cómo los países líderes de la zona decidieron agruparse para alinear estrategias que les permitieran un mayor crecimiento y desarrollo en distintas áreas e industrias. Es así como surge la idea de crear el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico, conocido por sus siglas en inglés como APEC (*Asia-Pacific Economic Cooperation*), el cual entre otros temas, reúne a los encargados del sector turístico de los países miembros en foros que les permiten compartir sus experiencias, inquietudes, lograr acuerdos y fijar objetivos en común.

4.1 ¿Qué es APEC (*Asia-Pacific Economic Cooperation*)?

Es la región económica más dinámica en años recientes. APEC (por sus siglas en inglés) o Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico, es un organismo que fue creado en 1989 con el fin de aprovechar la creciente interdependencia de las economías de la región, teniendo como objetivo crear una mayor prosperidad para sus habitantes y fomentar un crecimiento económico inclusivo, equitativo, sustentable e innovador. Está integrada por 21 economías que constituyen alrededor del 40% de la población mundial, aproximadamente el 55% del PIB mundial y el 44% del comercio mundial (APEC, 2013).

Cuadro 14: Cronología de Adhesión de Países a APEC

País	Continente	Fecha de incorporación
Australia	Oceanía	7 de noviembre de 1989
Brunei Darussalam	Asia	7 de noviembre de 1989
Canadá	América	7 de noviembre de 1989
Indonesia	Asia	7 de noviembre de 1989
Japón	Asia	7 de noviembre de 1989
República de Corea	Asia	7 de noviembre de 1989
Malasia	Asia	7 de noviembre de 1989
Nueva Zelanda	Oceanía	7 de noviembre de 1989
Filipinas	Asia	7 de noviembre de 1989
Tailandia	Asia	7 de noviembre de 1989
Estados Unidos	América	7 de noviembre de 1989
República Popular de China	Asia	14 de noviembre de 1991
Hong Kong, China	Asia	14 de noviembre de 1991
China, Taipéi (Taiwán)	Asia	14 de noviembre de 1991
México	América	19 de noviembre de 1993
Papúa Nueva Guinea	Asia	19 de noviembre de 1993
Chile	América	12 de noviembre de 1994
Perú	América	15 de noviembre de 1998
Rusia	Asia	15 de noviembre de 1998
Vietnam	Asia	15 de noviembre de 1998

APEC fue creada para promover la transparencia y establecer las mejores prácticas en los procedimientos y reglamentos relacionados con el flujo de bienes, servicios y capital en Asia-Pacífico.

Se encuentra cimentada en 3 pilares (APEC, 2013):

- La inversión y liberación del comercio.
- La facilidad para hacer negocios.
- La cooperación técnica entre los países miembros.

Para realizar sus funciones el foro está dividido en varios grupos de trabajo especializados. APEC reconoce que el turismo sostenible es un motor económico para la región que ayuda a la creación de empleos y promueve las inversiones y el desarrollo.

Debido a esto, en 1991 creó el Grupo de Trabajo de Turismo, un espacio que reúne a los administradores del turismo para compartir información, intercambiar puntos de vista y desarrollar áreas de cooperación así como intercambios y políticas de turismo.

La Carta de Turismo APEC, aprobada en la 1ª Reunión Ministerial de Turismo de Corea en el 2000, constituye la base para la cooperación turística de la región. Refleja un compromiso colectivo para mejorar la cultura económica, social y medioambiental de las economías miembro, estableciendo cuatro objetivos fundamentales (APEC, 2013):

1. La eliminación de los impedimentos para el turismo de negocios y de inversión.
2. Aumentar la movilidad de los visitantes y la demanda de bienes y servicios turísticos.
3. La gestión sostenible de los resultados e impactos del turismo.
4. Mejorar el reconocimiento y la comprensión del turismo como vehículo para el desarrollo económico y social.

4.2 La Participación de México en APEC

México se integró a la APEC en 1993 teniendo como objetivo expandir y diversificar los vínculos económicos con Asia-Pacífico y tener mayor presencia económica en el mundo.

México ha implementado una ambiciosa política de apertura comercial desde hace décadas, a través de una serie de reformas a nivel internacional. El principal y claro ejemplo de esto es el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), que ha tenido un fuerte impacto a nivel mundial al constituirse como un detonador para las cadenas globales de suministro.

- México se unió a la APEC un poco antes de firmar el TLCAN. En 1993 las exportaciones de México a Estados Unidos eran de 43 mil millones de dólares, después de firmar el TLCAN se han incrementado hasta llegar a más de 238 mil millones de dólares. De igual forma, las importaciones de Asia a México se multiplicaron, pasando de 7.4 mil millones a 96 millones de dólares (SE, 2012).
- La diversificación comercial que México ha tenido en sus importaciones con Asia ha ido en aumento. Un año previo al TLCAN, las importaciones provenientes de Estados Unidos representaban el 70%. Actualmente solo representan el 49%. La diversificación ha favorecido a los países asiáticos que han incrementado su participación en las importaciones a México de 11.3% en 1993 a 31.8% en el 2010 (SE, 2012).
- Aproximadamente el 90% de las importaciones provenientes de Asia son bienes intermedios o de capital que serán procesados en México para después ser exportados a otros países, principalmente a Estados Unidos (SE, 2012).
- Por lo anterior, el TLCAN ha demostrado ser un factor fundamental de integración económica, no solo a nivel norteamericano, sino también de manera relevante con la región Asia-Pacífico.

Por lo tanto, pertenecer a APEC le ha brindado a México la oportunidad de contar con una plataforma que le ayuda a enriquecer las estrategias que pone en práctica para mejorar la competitividad de su economía y la de la región.

De acuerdo a la Secretaría de Economía (2012), México ha logrado avances gracias a los esfuerzos que se han llevado a cabo en varias áreas prioritarias para APEC, siendo las siguientes las más destacadas:

- Mejora regulatoria, incluyendo la eliminación de más de 16 mil normas.
- Mejora de procesos y tiempos para la apertura de empresas.
- Facilitación al comercio exterior a través de la simplificación arancelaria.
- Continuo apoyo financiero y técnico a las PYMES.
- Inversión en infraestructura sin precedentes en el México contemporáneo
- Inversión en capital humano, con énfasis en la cobertura universal de salud y educación.

En octubre del 2011 a través de su boletín 194, la Secretaría de Turismo dio a conocer que México fue designado por los países miembros de APEC para coordinar el Grupo Técnico de Trabajo de Turismo de las 21 economías que integran el organismo internacional.

La coordinación tendrá una duración de 2 años, en los que establecerá una agenda que permita fortalecer el sector e incrementar el flujo turístico de los países miembros.

Los ministros del ramo intercambiarán información y buenas prácticas que han establecido en sus países para ampliar la oferta turística en sectores tales como el turismo médico, de reuniones y convenciones, turismo deportivo, cruceros y ecoturismo, entre otros (SECTUR, 2011).

4.2.1 Beneficios para México en APEC

a) Aprovechamiento de Programas de Cooperación (SE, 2012):

México se ha beneficiado de las actividades de APEC para la formación y mejora de sus capacidades. Entre 2009 y 2011 fueron capacitados alrededor de 200 funcionarios del gobierno mexicano con fondos de APEC en temas de: competencia, inversión, servicios, reforma estructural, facilidad para hacer negocios, propiedad intelectual, entre otros.

b) Tarjeta de Viaje para Personas de Negocios APEC (ABTC) (SE, 2012):

Se trata de una visa que le permite a los empresarios ingresar a las 21 economías miembros de APEC. Hasta diciembre de 2011 en México se han otorgado 339 tarjetas ABTC. De esta forma se ahorra tiempo y dinero y se favorece el intercambio comercial entre países.

4.3 Características Socioeconómicas de los Países de APEC

Aunque los 21 países de APEC se localizan en la misma región del planeta, poseen recursos y características diferentes que los hacen distintos entre sí. Estos elementos les brindan una serie de ventajas y les imponen una serie de retos a superar para seguir avanzando en su camino hacia la competitividad.

A continuación se detallan las características de los países de APEC y su clasificación de acuerdo a 3 grupos (Cuevas, 2001):

A. Economías de Alto Nivel de Desarrollo

Un rasgo distintivo de este grupo es la baja contribución que tiene la agricultura a su PIB (exceptuando a Nueva Zelanda), pues su crecimiento económico se basa principalmente en la manufactura, las finanzas y los servicios.

Los países que integran este grupo son:

- Estados Unidos
- Canadá
- Brunei Darussalam
- Japón
- Australia
- Hong Kong
- Singapur
- Nueva Zelanda
- Corea del Sur
- Taiwán

Este grupo al igual que otros países desarrollados en el mundo se distinguen por tener altos niveles de exportación, convirtiéndolos en los principales proveedores a nivel internacional. De esta forma, cuentan con suficiente capital para invertir en infraestructuras y alcanzar elevados niveles de bienestar.

Es importante resaltar la importancia del turismo como uno de los principales generadores de divisas del grupo. Por ejemplo, el ingreso que percibe Estados Unidos por esta actividad es mayor al PIB de Chile.

Problemas a los que se enfrenta este grupo:

- Distribución inequitativa de la riqueza.
- Envejecimiento de la población.

B. Economías de Desarrollo Intermedio

Independientemente de su PIB, son países que aún no alcanzan la madurez económica que sustente el bienestar de la mayoría de sus habitantes.

Este grupo está formado por:

- Chile
- México
- Malasia
- Rusia
- Tailandia
- Perú
- Filipinas
- China

Este grupo se caracteriza por la dualidad económica en la que vive, ya que por una parte tienen la fortuna de tener una amplia dotación de recursos naturales pero al mismo tiempo las ineficiencias de sus sistemas institucionales no les permiten explotarlos al máximo.

Un rasgo importante de este grupo es que a diferencia de los países desarrollados, la participación de la agricultura en el PIB es elevada, incluso en la mayoría de los casos es la principal actividad que emplea a la mayor parte de la fuerza de trabajo.

Este grupo representa más del 60% de la población total de APEC y se caracteriza por tener un alto porcentaje de la población bajo la línea de pobreza. Los países con indicadores de pobreza más aguda son Perú, Filipinas y Rusia.

C. Economías de Bajo Nivel de Desarrollo

Indonesia, Papúa Guinea y Vietnam surgen como naciones independientes en la segunda mitad del siglo XX y son los únicos países en APEC considerados como de menor desarrollo.

Se caracterizan por ser ricos en recursos naturales y tener un amplio espacio territorial, ya que entre los 3 países su extensión supera al de Brunei, Japón, Hong Kong, Singapur, Taiwán Nueva Zelanda, Chile, Malasia, Tailandia y Filipinas juntos, del cual el 52 % es zona forestal, por lo que la producción de madera para construcción es tan importante para Indonesia como para Papúa Nueva Guinea.

4.4 La Industria Turística en las Economías Miembro de APEC

La actividad turística como detonante del desarrollo económico de los países es indiscutible, por lo tanto, es cada vez más notoria la importancia que dan los gobiernos a impulsar estrategias que ayuden a explotar al máximo los atractivos que poseen para atraer cada vez más visitantes.

APEC está constituida tanto por países industrializados como por países en vías de desarrollo, por lo que es interesante monitorear su actividad turística que a simple vista pudiera parecer muy contrastante.

A continuación se presentan algunos datos estadísticos del desempeño de las economías de APEC en esta industria.

De acuerdo con el *Travel & Tourism Competitiveness Report* de 2013 del *World Economic Forum*, estos son los lugares que obtuvieron en el ranking de 140 países, 20 de las economías de APEC. (Papúa Nueva Guinea se omite en la tabla al no aparecer en el índice).

Tabla 10: Calificación de Países APEC en el *Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*

PAÍS/140	2013	Calificación	2011
1 Estados Unidos	6	5.32	6
2 Canadá	8	5.28	9
3 Singapur	10	5.23	10
4 Australia	11	5.17	13
5 New Zelanda	12	5.17	19
6 Japón	14	5.13	22
7 Hong Kong, China	15	5.11	12
8 Corea del Sur	25	4.91	32
9 Taipéi, Taiwán	33	4.71	37
10 Malasia	34	4.7	35
11 Tailandia	43	4.47	41
12 México	44	4.46	43
13 China	45	4.45	39
14 Chile	56	4.29	57
15 Rusia	63	4.16	59
16 Indonesia	65	4.11	68
17 Brunei Darussalam	72	4.01	67
18 Perú	73	4	69
19 Vietnam	80	3.95	80
20 Filipinas	82	3.93	94

Fuente: Elaboración propia con base en *WEF* (2013).

El primer lugar en el ranking de 140 países en competitividad turística de acuerdo al *WEF* fue Suiza con una calificación de 5.66, quien se ha mantenido desde 2011 en la primera posición a nivel mundial.

Es importante destacar que tres de los países de APEC, Estados Unidos, Canadá y Singapur están dentro de los 10 primeros lugares del ranking, seguidos muy de cerca por Australia Y Nueva Zelanda que ocupan las posiciones 11 y 12 respectivamente.

Algunos datos sobresalientes acerca de los resultados de las economías de APEC en el ranking:

- Tres países permanecieron igual que en 2011: Estados Unidos, Singapur y Vietnam.
- Otros países como Canadá, Malasia y Rusia avanzaron modestamente una posición, mientras Australia avanzó 2, seguida de Indonesia que avanzó 3 y Taiwán que avanzó 4 posiciones.
- Nueva Zelanda y Corea del Sur lograron aventajar 7 posiciones desde el 2011 a la fecha.

- El país de APEC más destacado en esta edición por haber avanzado 12 posiciones en el ranking es Filipinas.
- Dentro de los resultados negativos al retroceder en el ranking se encuentran México que retrocedió una posición, Tailandia con 2, Hong Kong con 3, Rusia y Perú con 4, Brunei Darussalam con 5 y China que cayó 6 lugares.

Algunos indicadores que sirven como termómetro de la actividad turística en los países son:

- a) La contribución directa del turismo al PIB.
- b) La contribución total al turismo al PIB.
- c) La contribución total del turismo al empleo.
- d) La inversión en turismo.

Con esta información es fácil hacer un diagnóstico de la actividad de la industria turística de un país y determinar si es un componente principal en su economía o no. A continuación se presenta de manera detallada por país dicha información.

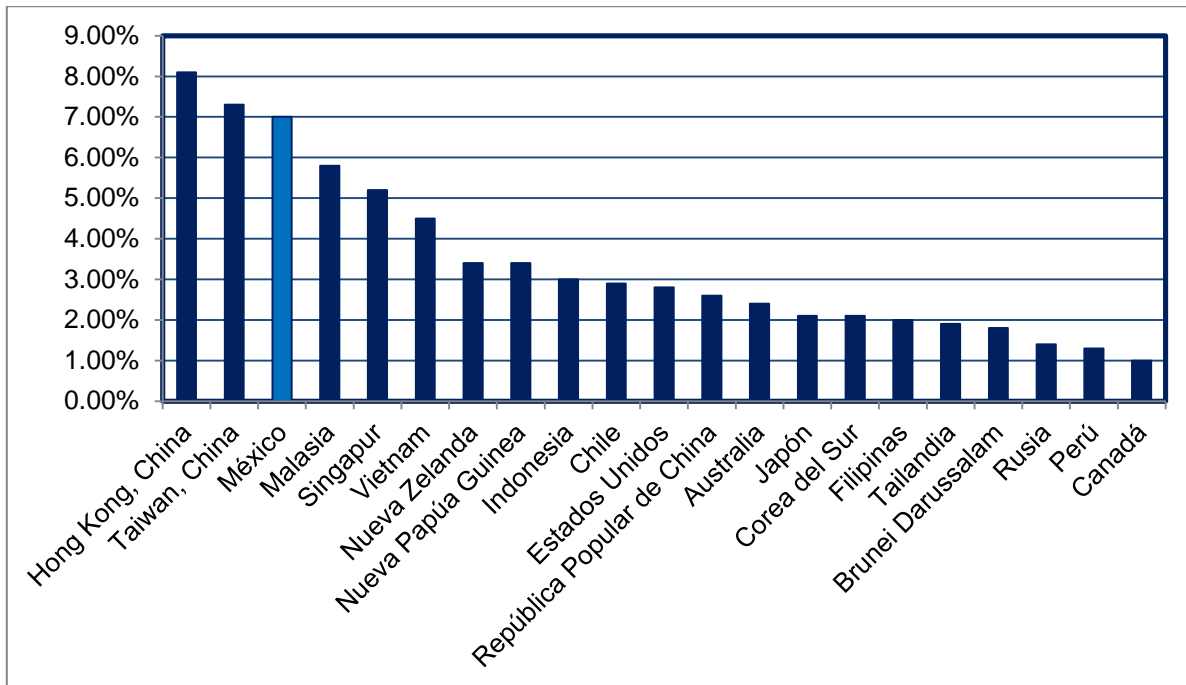
Contribución del Turismo al PIB de los países de APEC

Para este apartado es necesario distinguir entre la contribución directa y la total del turismo al PIB que de acuerdo al *World Travel & Tourism Council* (WTTC) es la siguiente:

- a) **Contribución Directa.-** Refleja el gasto interno realizado en viajes y turismo dentro de un país determinado tanto por sus residentes como por sus no residentes por motivos de ocio y de negocio, así como el gasto que realiza el gobierno en actividades o lugares que están relacionadas directamente con el turismo como los museos o parques nacionales.
- b) **Contribución Total.-** Incluye de manera amplia los impactos indirectos e inducidos sobre la economía que tienen los viajes y el turismo. Incluyen por ejemplo:
 - Gobierno: Promoción y comercialización del turismo, seguridad, servicios de saneamiento de la zona, etc.
 - Las compras nacionales de bienes y servicios por parte de los sectores directamente relacionados con los turistas: Compra de alimentos, servicios de limpieza en los hoteles, servicios de agencias de viajes, etc.

La contribución "inducida" mide el PIB y el empleo apoyado por el gasto de aquellos que están directa o indirectamente relacionados con la industria del turismo.

Gráfico 2: Porcentaje del Total de la Contribución Directa al PIB



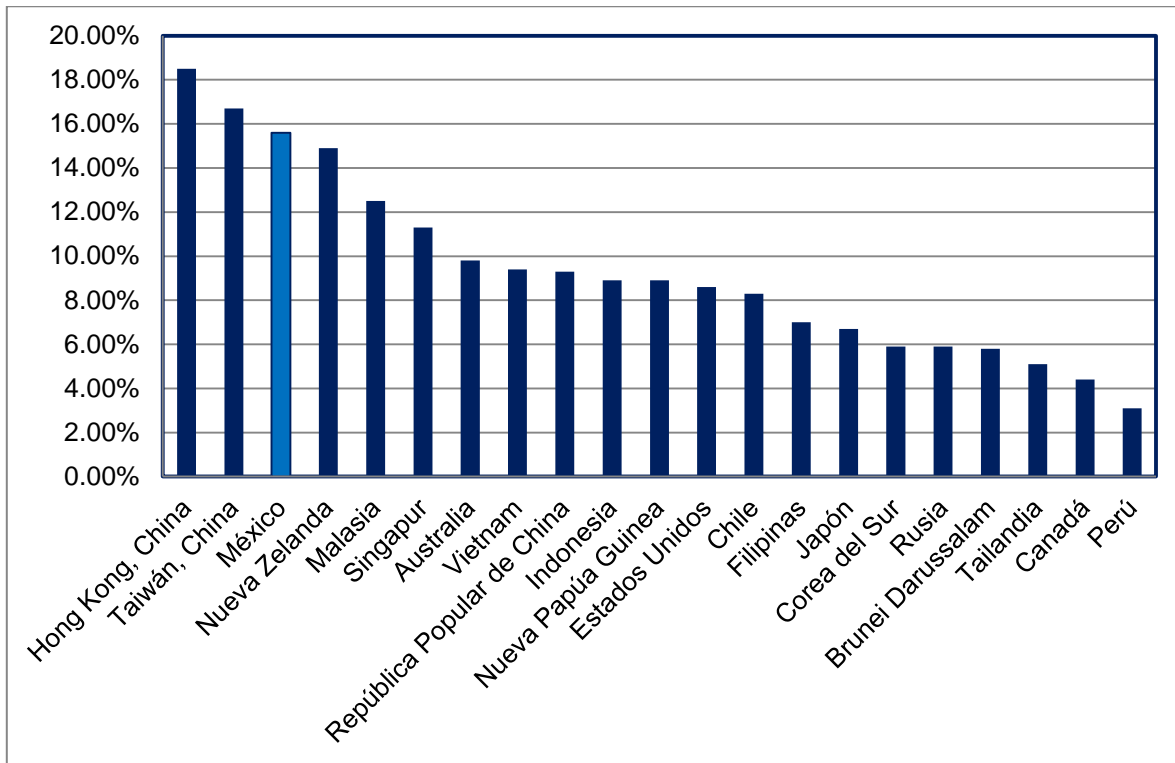
Fuente: Elaboración propia con base en el WTTC (2013).

Observando la imagen y enfocándose en los primeros diez países que hacen una mayor aportación directa a su PIB a través de la actividad turística, es notorio que a excepción de Singapur y Nueva Zelanda, se trata de países considerados en vías de desarrollo.

Esto arroja una tendencia en la que se confirma que el turismo es una fuente importante de ingresos para los países y ayuda a su desarrollo económico.

Se puede ver cómo algunos otros países como Estados Unidos o Canadá, aunque invierten en la industria turística, más bien apuestan por la diversificación al tener otras industrias de alto desempeño incluso muy superiores al turismo, por lo que esta actividad, aunque les es importante por los ingresos que les genera no es la prioritaria. De esta manera su PIB es integrado mayormente por otras industrias.

Gráfico 3: Porcentaje de la Contribución Total del Turismo al PIB



Fuente: Elaboración propia con base en el WTTC (2013).

A partir de esta información se puede detectar qué países de APEC tienen mayor vocación turística, pues los que obtienen mayor porcentaje son aquellos en los que se ve reflejada la inversión que han hecho en infraestructura turística al contar con diversos servicios complementarios al turismo.

Por otra parte, se distingue una tendencia muy marcada en los países del sudeste asiático, quienes además de México, son los que tienen una mayor participación en su PIB de la industria turística. Esto muestra claramente que los gobiernos de estos países, están generando estrategias que les permitan invertir y mejorar sus infraestructuras para atraer más turistas y hacer de esta industria un pilar en sus economías.

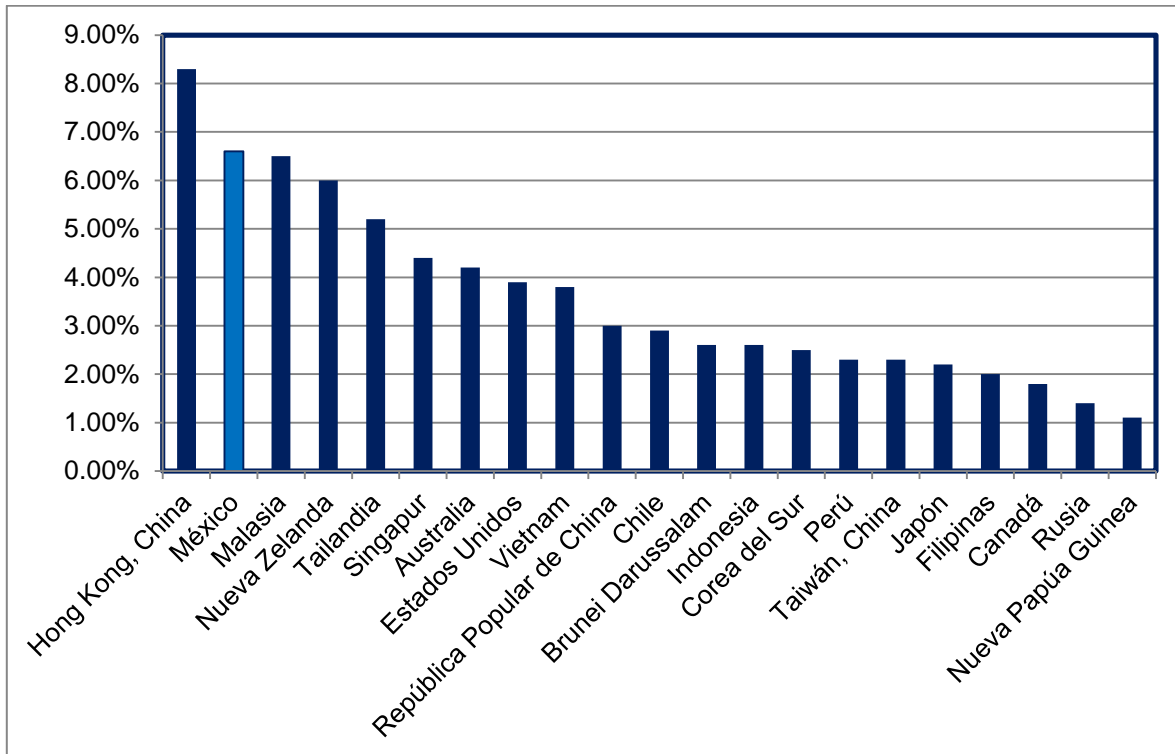
Muy de cerca, siguen sus pasos los países considerados parte de otro continente que son Australia y Nueva Zelanda, quienes aprovechando el dinamismo de la región también cuentan con una notable participación en el turismo de la región.

De todo el continente americano, México es el país que más depende de la industria turística, ya que un alto porcentaje de su PIB proviene de esta actividad. Aquí se confirma que para este país el turismo es la actividad más importante generadora de ingresos solo después del petróleo y las remesas.

c) La contribución total del turismo al empleo en las economías APEC

Al igual que ocurre con la aportación del turismo al PIB, en su reporte, el WTTC hace la distinción entre los ingresos que obtiene cada país vía la actividad turística y el ingreso total que percibe considerando actividades complementarias al turismo. De esta manera separa los empleos que se generan directamente por la actividad turística de aquellos empleos indirectos que generalmente resultan de actividades complementarias. A continuación se presentan los resultados obtenidos por las 21 economías de APEC en este último reporte.

Gráfico 4: Porcentaje del Total de Empleos Directos Generados por el Turismo

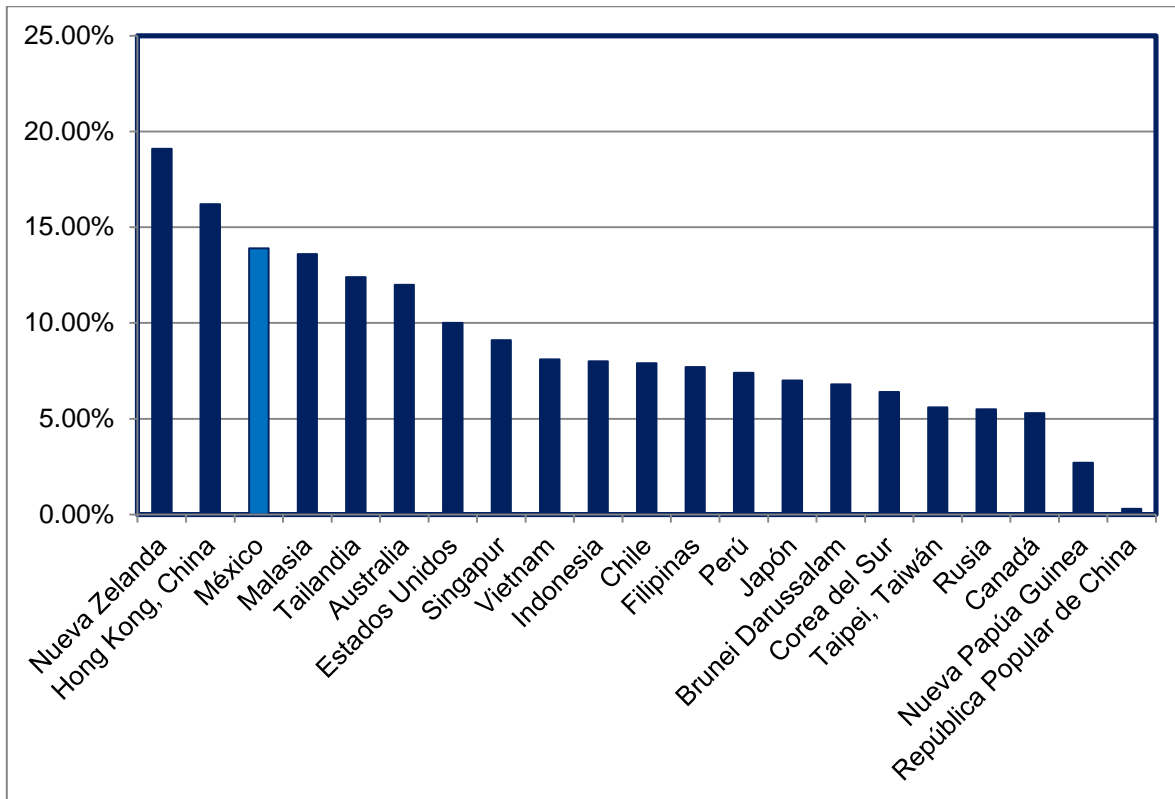


Fuente: Elaboración propia con base en el WTTC (2013).

Un indicador inequívoco del desarrollo económico y social de un país es la tasa de desempleo o bien la cantidad de empleos formales que se crean cada año. Esta es una manera en la que se pueden identificar aquellos países que gozan de cierta estabilidad y están creciendo económicamente.

Como se observa en la gráfica, México ocupa el segundo lugar en APEC solo después de Hong Kong como los países que generan el mayor número de empleos gracias a la actividad turística. Por lo tanto, para Hong Kong, México, Malasia, Nueva Zelanda y Tailandia, el turismo constituye un pilar en sus economías al ser una de las principales fuentes de trabajo para sus habitantes.

Gráfico 5: Porcentaje de los Empleos Totales Generados por el Turismo



Fuente: Elaboración propia con base en el WTTC (2013).

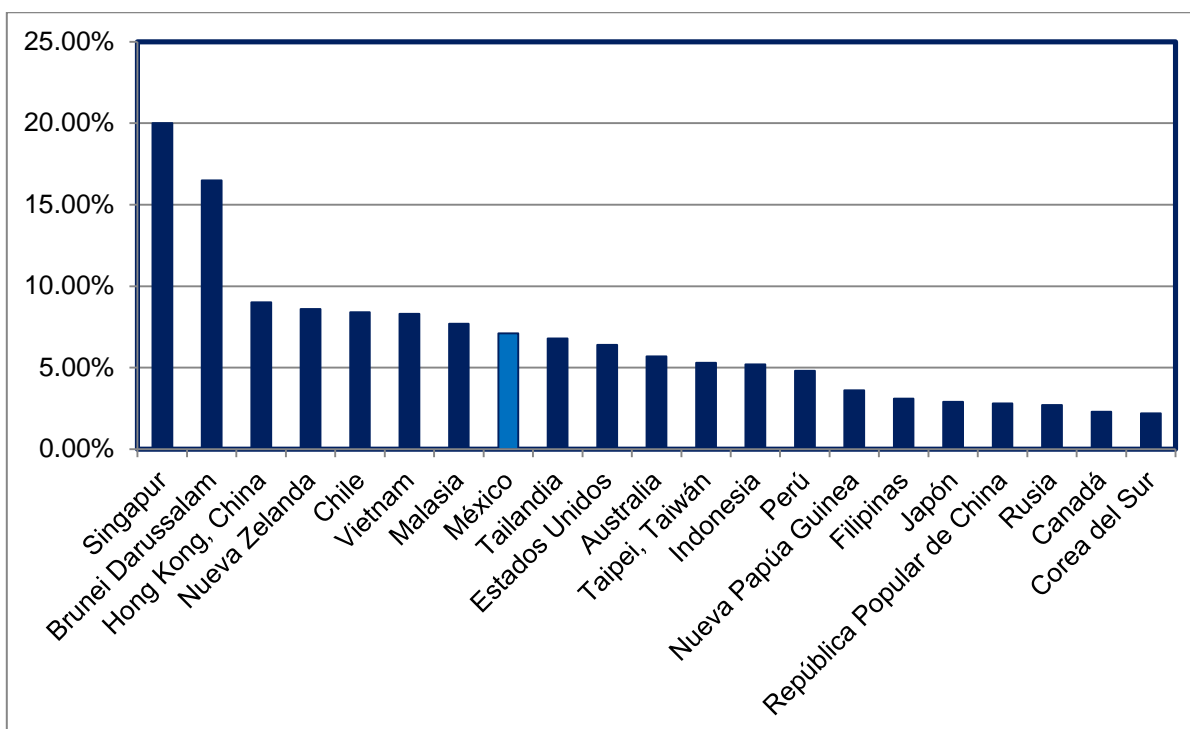
Como se comentó anteriormente, este gráfico que muestra en qué medida los países de APEC generan empleos a través del turismo, considera todas aquellas actividades que son complementarias para satisfacer las necesidades del turista tales como transporte público, servicios bancarios, tiendas departamentales, servicios de comunicación, etc.

De nueva cuenta vemos que los mismos países que predominan en la generación de empleos directos por el turismo se repiten cuando se trata de la creación de empleos indirectos. Esto confirma que la industria turística es de vital importancia para el desarrollo de la economía en los países del sudeste asiático, Oceanía y México.

d) La inversión que los países de APEC hacen en turismo

Por los gráficos anteriores podemos deducir que no para todos los países de APEC la industria turística es una prioridad, aunque obtienen ingresos considerables de ella. Sin embargo, hay países desarrollados que cuentan con una economía basada en la diversificación de industrias, mientras que otros como la mayoría del sudeste asiático tienen el turismo como el pilar de su economía. A continuación los gráficos correspondientes a la inversión en turismo que hace cada país de APEC.

Gráfico 6: Inversión total realizada por cada país de APEC en la industria turística



Fuente: Elaboración propia con base en el WTTC (2013).

Sin duda este gráfico muestra los resultados más contrastantes que rompen un poco con las tendencias anteriores debido a que otros participantes de APEC como Chile y Vietnam se encuentran dentro de los primeros países de la región que destinan más recursos a la industria turística, aunque aún no se ha visto reflejado en los resultados. Los países del sudeste asiático mantienen su tendencia de apostar por el turismo como el principal motor de su economía.

A través de este gráfico se puede apreciar cómo los países asiáticos y americanos, principalmente los latinos han descubierto que la actividad turística es altamente rentable y por ende hay que invertir en ella para cubrir una mayor cuota del mercado de la región y a nivel internacional, pues no basta con tener vastos y atractivos recursos sino se cuenta con la infraestructura necesaria para aprovecharlos.

4.5 Las “Marca País” del Futuro

Actualmente la industria turística ha cobrado auge alrededor del mundo al representar un importante ingreso para los países y también uno de los principales motores de desarrollo. Por lo tanto, cada vez son más los países que destinan grandes partidas de su presupuesto a la infraestructura turística con la finalidad de atraer un mayor número de visitantes.

La actividad turística ha cobrado tal importancia por su influencia sobre la economía que en varios estudios ya se le considera como una de las dimensiones a analizar. Tal es el caso del **“Índice de Países Marca 2012-2013”**, que nos revela que existen 15 países que tienen potencial para convertirse en líderes mundiales en un futuro cercano debido a una serie de factores.

Cuadro 15: Las Futuras 15 "Marca País"

País	
1	Emiratos Árabes Unidos
2	Chile
3	Malasia
4	Qatar
5	Estonia
6	China
7	Islandia
8	México
9	Brasil
10	Turquía
11	Tailandia
12	Colombia
13	India
14	Kazajistán
15	Vietnam

Fuente: Elaboración propia con base en “Country Brand Index 2012-13”.

De acuerdo con este índice, seis de los países de APEC se convertirán en líderes internacionales próximamente.

Cabe destacar que aunque hacen mención de la fuerte problemática de inseguridad por la que atraviesa México debido al narcotráfico, destacan su crecimiento poblacional, así como el de su PIB y sus exportaciones. Aunado a esto, los analistas consideran que México posee una estabilidad política, su acceso a recursos y su posición geográfica, son factores que le benefician para lograr ser uno de los próximos líderes mundo.

CAPÍTULO V.

MARCO TEÓRICO

A lo largo de este capítulo se expondrán los distintos conceptos que se han desarrollado sobre el turismo, los elementos que lo conforman, sus clasificaciones y las distintas metodologías y herramientas que han empleado los estudiosos en la materia para medir y determinar los factores de la competitividad de un destino.

5.1 Antecedentes

Desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes zonas por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Sin embargo, es hasta la mitad del siglo XX que el turismo surge como un fenómeno de masas. A partir de los años 50, el viaje internacional se fue haciendo cada vez más accesible para un mayor porcentaje de la población debido a diferentes factores como la aparición del avión de pasaje al término de la Segunda Guerra Mundial, el bajo precio del petróleo, la aparición de vacaciones pagadas, el aumento del tiempo libre en países industrializados y al aumento de la renta disponible de las familias. El desarrollo de las comunicaciones y de los medios de transporte fue otro factor determinante que amplió enormemente las posibilidades de llegar a nuevas y lejanas regiones de acogida o destinos turísticos (OMT, 2004).

Hasta la fecha existe un gran debate académico acerca de qué es exactamente el turismo, los elementos que lo componen y quién debe ser considerado turista, dando lugar a un sinnúmero de definiciones que destacan diversos aspectos de esta actividad. Por lo tanto, cabe señalar que no existe definición correcta o incorrecta, pero con la finalidad de poder elaborar el marco teórico y conceptual que sustenta esta investigación, se tomarán como referencias las definiciones propuestas por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y aquellas que se consideren más adecuadas de acuerdo a los conceptos que se estarán analizando.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT, 1994), *“el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”*.

La industria turística es compleja y está integrada por diversos elementos y distintos sectores económicos que se involucran en su desarrollo. Es por eso que el turismo es considerado como una exportación de una región o nación hacia el lugar de destino (país receptor) (OMT, 2004).

De acuerdo a la OMT (2004), se distinguen cuatro elementos básicos en el concepto de actividad turística:

1. La demanda.- Conjunto de consumidores o posibles consumidores.
2. La oferta.- Conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística.
3. El espacio geográfico.- Lugar físico donde se encuentran la oferta y la demanda y donde se sitúa la población residente.
4. Los operadores del mercado.- Empresas y organismos cuya función principal es la interrelación entre la oferta y la demanda.

Cabe aclarar que para fines de esta investigación de los tres tipos de turismo existentes: interior, nacional e internacional, nos enfocaremos exclusivamente en éste último.

5.2 Concepto de Competitividad

El entorno global es dinámico y constantemente sufre diversos cambios que afectan directamente a la actividad turística a nivel internacional, tales como: la globalización económica, los avances tecnológicos, el cambio en las condiciones de oferta y demanda y los problemas ecológicos. Todos estos factores generan nuevos riesgos y oportunidades. Por lo tanto, las empresas de la industria turística ya no pueden basar sus estrategias exclusivamente en la rebaja de los precios, sino que su éxito a largo plazo dependerá de una mejora continua de todos sus recursos y saberlos mantener en situaciones adversas (OMT, 2004).

Dentro de la industria turística se habla de que una empresa, organización o país puede tener 2 tipos de ventajas: las comparativas y las competitivas.

Ventajas Comparativas.- Vienen dadas por los factores propios del destino turístico que han posibilitado su nacimiento y expansión. Entre ellos, cabe destacar los recursos naturales, las condiciones socioeconómicas y las políticas utilizadas para mejorar el sector. Se trata de aquellos elementos que condicionan la situación de partida y que han constituido el núcleo de desarrollo turístico predominante hasta el momento (OMT, 2004).

Ventajas Competitivas.- Vienen determinadas por aquellos elementos incorporados (valor añadido) al destino turístico. La educación y formación específicas para la actividad turística, una mejora de los canales y medios de información del destino, el esfuerzo permanente por introducir innovaciones son algunos de los factores que permiten mejorar la competitividad en el momento actual (OMT, 2004).

La ventaja comparativa como parte de la teoría neoclásica del comercio internacional encontró su máximo exponente en el teorema de Heckscher-Ohlin que parte de los siguientes supuestos: la competencia es perfecta entre países, los factores productivos son móviles entre sectores de un mismo país e inmóviles entre países, existe pleno empleo de los factores de producción disponibles, identidad y homoteticidad en los gustos de los individuos, así como identidad de la matriz de necesidades factoriales totales unitarios entre países (De la O Barroso & Flores, 2006).

Las conclusiones más importantes de éste teorema son las siguientes (Torres 1982, en de la O Barroso y Flores, 2006):

- Las diferencias regionales en la oferta de factores productivos son la condición determinante del comercio internacional.
- La razón principal de la localización de determinadas actividades económicas en ciertos países se debe a los factores de producción (tierra, clima, recursos naturales, mano de obra, capital, etc.), están distribuidos en proporciones desiguales entre los mismos.
- Cada región usará en mayor proporción sus recursos naturales más abundantes por ser más baratos.
- La diferencia de factores y de precios influye en la localización de la producción y en la especialización de determinados países o regiones en determinados sectores productivos.

Por lo tanto, cuando se hace referencia a las ventajas comparativas de un país que se ha especializado en ciertos sectores productivos, nos estamos refiriendo a los anteriormente mencionados.

Como se puede apreciar, este modelo es muy similar al propuesto inicialmente por David Ricardo (1817), apoyado en el supuesto de competencia perfecta, rendimientos constantes y en los conceptos de ventaja comparativa y dotación factorial (De la O Barroso & Flores, 2006).

A partir de los años ochenta surge una nueva teoría de la competitividad, basada en un conjunto de factores más amplios a los propuestos por la teoría neoclásica del comercio internacional.

La nueva teoría está construida bajo un enfoque estratégico y se apoya en el concepto de ventaja competitiva, teniendo como uno de sus principales referentes el modelo conocido como el “Diamante de la Competitividad”, propuesto por Porter en 1990 (De la O Barroso y Flores, 2006). Según Porter (Porter M. , 2011), la competitividad de toda una nación tiene su origen en un nivel microeconómico, es decir, que su competitividad es la suma de la competitividad de sus empresas individualmente consideradas.

En su modelo, Porter considera cuatro factores que facilitan o impiden que se den las ventajas competitivas para las empresas que operan en una nación: las condiciones de los factores productivos, las condiciones de la demanda, las industrias complementarias y las estructuras o estrategias empresariales. Además, considera dos variables externas adicionales: los acontecimientos imprevistos como las catástrofes naturales, atentados terroristas, embargos políticos y boicots y las influencias de los gobiernos, como la adopción de políticas económicas, restricciones legales etc. (Sánchez & Fajardo, 2004).

Las definiciones de competitividad incluyen tanto una acepción macroeconómica como una acepción microeconómica. Desde la óptica macroeconómica, según la OCDE (The World Competitiveness Report, 1994), es “el grado en el que una nación puede, bajo condiciones de mercados libres y equitativas, producir bienes y servicios que superan las pruebas de los mercados internacionales, manteniendo y aumentando simultáneamente los ingresos reales de sus habitantes a medio y largo plazo”. Desde la perspectiva microeconómica, la competitividad es percibida como un fenómeno empresarial, relacionándose con su comportamiento en el mercado en el que opera (Sánchez & Fajardo, 2004). Por consiguiente, cuando se analiza la competitividad de las empresas turísticas situadas en los núcleos turísticos receptores, las ventajas comparativas tienen un papel destacado, ya que la mayor parte de las actividades productivas tienen como base recursos agotables o no renovables.

Para las empresas turísticas, si las dotaciones factoriales son administradas eficientemente, no llegarán a agotarse, pues el turista disfruta por ejemplo del paisaje, las playas, la cultura, etc., pero no los consume (Ritchie y Crouch, 2004 en de la O Barroso y Flores, 2006).

De acuerdo con Figuerola (1995), en el marco de la actividad turística más que en otros sectores económicos, la dependencia del espacio es muy superior, ya que podría decirse que la razón de ser del hecho turístico, en un determinado lugar, es la existencia de un atractivo o causa específica, el cual provoca que los turistas se decidan por visitar determinados destinos.

5.3 La Competitividad Turística

A la fecha han sido pocas las investigaciones sobre competitividad en el sector de servicios, a pesar de que puede ser igual o más importante incluso que la competitividad industrial como lo demuestran entre otros Porter (1990), Newall (1992) y Krugman (1994), (Sánchez & Fajardo, 2004).

De acuerdo con Hassan (2000), la competitividad de los destinos turísticos se puede definir como “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores”.

En su publicación “Introducción al Turismo” de 1998, la Organización Mundial del Turismo (OMT), menciona que los siguientes cambios estructurales afectan directamente al sector turístico, obligándolo a implementar estrategias para afrontarlos:

- 1. La globalización económica:** La apertura de los mercados provoca una mayor competencia internacional y como consecuencia fomenta un proceso de concentración de empresas que ayuda al fortalecimiento de las mismas y aumenta su posibilidad de sobrevivir en el mercado global.
- 2. Los avances tecnológicos:** Han permitido una mayor flexibilidad para crear ofertas de viajes para segmentos específicos, facilitando la comunicación global y permitiendo una interacción instantánea entre el ofertante y el consumidor final.
- 3. Condiciones de oferta turística:** Debido a la proliferación de destinos turísticos emergentes se está produciendo un endurecimiento de la demanda.

4. **Condiciones de demanda turística:** Los niveles de exigencia de la demanda se han incrementado, produciendo una evolución en los estilos de vida que obligan a los ofertantes de servicios turísticos a innovar.
5. **Problemas ecológicos:** Existe una clara relación entre competitividad y sostenibilidad, dado el aumento de la sensibilidad ambiental de un gran número de turistas que integran la demanda. Las zonas turísticas que no han sido capaces de definir un modelo turístico integrado al medio ambiente, son las que en las circunstancias actuales encuentran más dificultades para competir con éxito.

Al ser el turismo uno de los subsectores de más peso en la industria de servicios de muchos países, cuando se trata de analizar su competitividad, Crouch y Ritchie (1999) introducen su teoría de la ventaja comparativa y la ventaja competitiva. Según su teoría, estas ventajas pueden ser de la siguiente forma (Sánchez y Fajardo, 2004):

Ventaja Comparativa.- Son los factores de los que está dotado el destino turístico, tanto los naturales como aquellos que han sido creados, considerando los siguientes: recursos humanos, recursos físicos, recursos de conocimientos o científicos, recursos de capital e infraestructuras, recursos históricos y recursos culturales.

Ventaja Competitiva.- Es la capacidad que tiene un destino turístico para utilizar sus recursos de forma eficiente a mediano y largo plazo. De esta forma, puede contar con una amplia variedad de recursos y, sin embargo, no ser tan competitivo como otro destino que cuente con pocos recursos turísticos, pero que los emplee de forma más eficiente.

Otro de los principales modelos de competitividad turística es el de Dywer y Kim (2003), quienes basándose en el modelo de Crouch y Ritchie (1999), proponen el suyo introduciendo algunos aspectos y conceptos importantes como los recursos heredados y los recursos creados al igual que los factores y recursos complementarios. Además de la gestión del destino, el modelo integrado de Dywer y Kim considera de manera especial las condiciones de la demanda. Para ellos, la demanda turística incluye tres elementos esenciales: la conciencia turística, la percepción y las preferencias. Así, a su parecer, la gestión del destino y las condiciones de la demanda forman en su opinión las condiciones locales que pueden ejercer una influencia positiva o negativa sobre la competitividad y afectar la prosperidad económica de la región (Sánchez & Fajardo, 2004).

5.4 Indicadores de la Competitividad Turística

La competitividad es un concepto multidimensional (Scott y Lodge, 1985), por lo tanto, es necesario utilizar varios indicadores.

Existen indicadores de dos tipos (Sánchez & Fajardo, 2004):

- a) **Objetivos.-** Son aquellos cuantitativamente medibles. Por ejemplo: la existencia de recursos declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, la superficie dedicada a reservas naturales, el clima, las horas de sol, etc.

- b) **Subjetivos.-** Son aquellos que se relacionan con la percepción del visitante y que por lo tanto son indicadores de carácter cualitativo. Por ejemplo: La valoración de la competitividad de un recurso natural o cultural y determinar su “estética”, su “belleza” o su “grandeza”.

Hay que tener presente que no existe un único conjunto de indicadores de competitividad que pueda ser aplicado a todos los destinos turísticos sin excepción y en cualquier momento, ya que dependiendo del destino del que se trate unos indicadores serán más relevantes que otros (Sánchez & Fajardo, 2004).

En la actualidad son dos versiones de indicadores las más utilizadas para medir la competitividad turística. La primera es la que propone Dywer y otros (2001 en Sánchez y Fajardo, 2004) con los siguientes indicadores:

- a) **Recursos Inherentes:** Indicadores de recursos naturales y de cultura y herencia histórica.

- b) **Recursos Creados:** Indicadores de infraestructura turística, acontecimientos especiales, actividades de ocio disponibles, entretenimiento, lugares para ir de compras.

- c) **Factores y Recursos Complementarios:** Indicadores de infraestructura general, de calidad en el servicio, de accesibilidad al destino, de hospitalidad y de restricciones del mercado.

- d) Gestión del Destino: Indicadores de la organización de la gestión empresarial del destino turístico, de la dirección de marketing del destino, de la política, la planificación y el desarrollo del destino, del desarrollo de recursos humanos y de la gestión medioambiental.
- e) Condiciones Locales: Indicadores de localización del destino, del entorno microeconómico competitivo, del entorno macroeconómico competitivo, de la seguridad ciudadana del destino y la competitividad de precios del destino.

De igual forma, recomiendan considerar las estadísticas de visitantes tanto en número como en gasto turístico, la contribución del turismo a la economía, las inversiones en turismo, la competitividad de precios en el turismo, el apoyo institucional al turismo y los incentivos fiscales y financieros de las instituciones públicas.

Para evidenciar aún más la complejidad que implica la cuantificación de la competitividad de los destinos turísticos y la elección correcta de sus indicadores, tenemos al World Travel and Tourism Council (WTTC), perteneciente al World Economic Forum (WEF), quien desde el 2001 puso en marcha un observatorio encargado de monitorear a las 100 empresas líderes en el sector del turismo y viajes a nivel internacional.

Los indicadores que utilizan son los siguientes:

- | | |
|---|---|
| 1. Políticas y Reglamentos | 8. Infraestructura turística |
| 2. Sustentabilidad Ambiental | 9. Infraestructura de las TIC |
| 3. Protección y Seguridad | 10. Competitividad del precio en la industria turística |
| 4. Salud e Higiene | 11. Recursos Humanos |
| 5. Participación y Eficiencia Gubernamental | 12. Afinidad por los Viajes y el Turismo |
| 6. Infraestructura del transporte aéreo | 13. Recursos Naturales |
| 7. Infraestructura del transporte terrestre | 14. Recursos Culturales |

Estos indicadores son los que serán tomados como base para llevar a cabo el análisis discriminante entre las economías integrantes de Asia- Pacific Economic Cooperation (APEC).

5.5 Modelos de Competitividad Turística

El interés por el conocimiento de los factores determinantes de competitividad de los destinos turísticos y la inserción de la variable sostenibilidad como condicionante estratégico, ha dado lugar a la existencia de distintos modelos conceptuales (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

La siguiente revisión teórica pretende analizar los principales modelos de competitividad que se han aplicado a los destinos turísticos, profundizando tanto en sus limitaciones como en sus fortalezas.

Por su parte, Valls (2004) expone que *“...para que un destino turístico sea competitivo debe generar a largo plazo beneficios superiores a la media de la competencia en tres ámbitos: beneficios económicos (para los negocios de la zona de modo que atraiga a los mejores inversores, empresarios, trabajadores, proveedores, expertos, etc.), beneficios sociales (en términos de calidad de vida, puestos de trabajo de calidad, innovación, etc.) y beneficios medioambientales (de manera que el uso turístico financie íntegramente la tasa de regeneración y no haya que recurrir a excepciones)”*.

Por consiguiente, *“la competitividad global de un destino turístico implica lograr la sostenibilidad económica, sociocultural y ecológica, ya que si no se logra en algunas de estas áreas no será posible obtenerla a nivel global”* (Sancho et al., 2001).

A continuación se presentan los principales modelos que se han empleado para medir la competitividad turística.

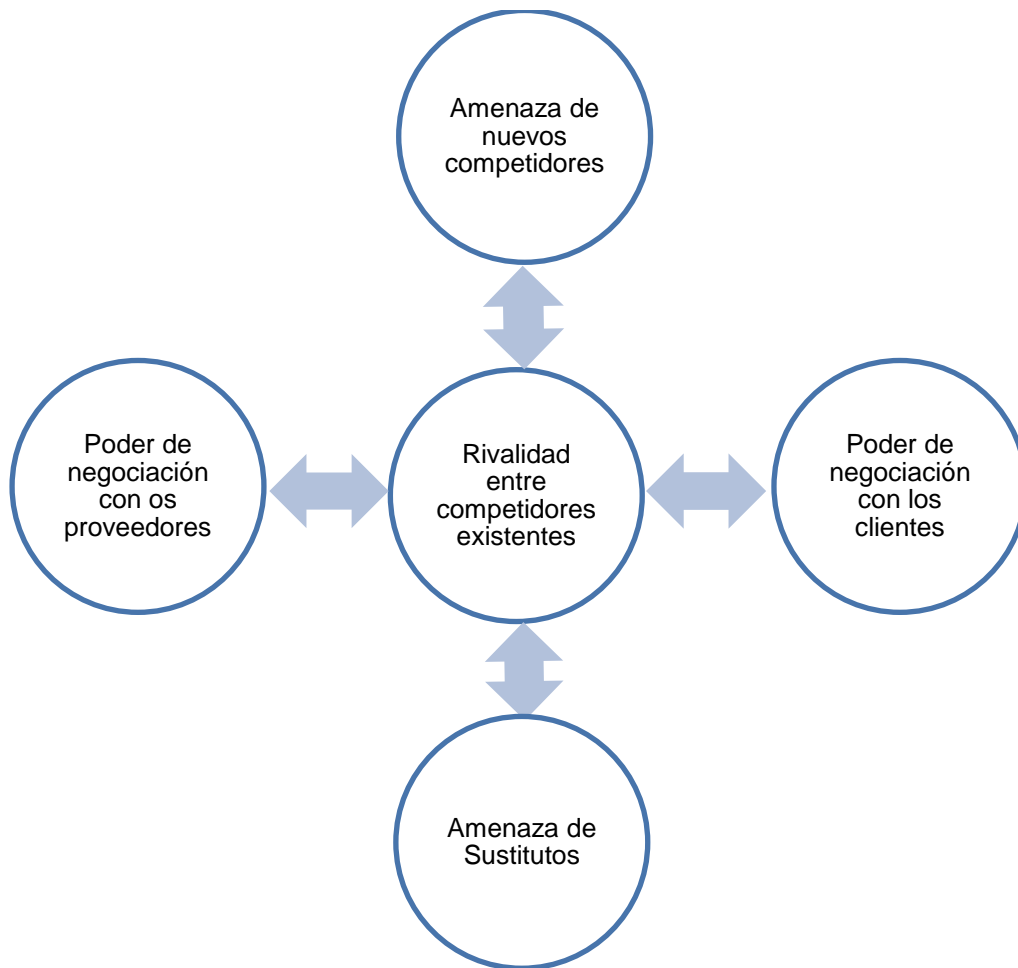
5.5.1 Modelo de Competitividad de Porter

Para Porter (2007), el escenario en el que la competencia se lleva a cabo, es la industria en la que una empresa y sus rivales compiten por el negocio. Por lo tanto, considera que el comprender la estructura subyacente de la industria de la empresa, ahora y en el futuro es una disciplina fundamental en la formación e la estrategia.

En la superficie, cada sector de la industria es diferente, pero finalmente se ven afectados por los mismos factores según Porter (2007): la competitividad y la rentabilidad.

Para comprender la competencia y la rentabilidad de una industria, es necesario mirar más allá de sus diferencias y analizarlas a un nivel más profundo. En cualquier industria existen cinco fuerzas básicas de competitividad, cuya fuerza colectiva determina el potencial de ganancias a largo plazo (Porter M. E., 2007)

Figura 2: Fuerzas que Conforman la Competencia de una Industria



Fuente: Elaboración propia con base en Porter (2007).

Según Porter (2007), el comprender las fuerzas competitivas y sus causas permite dimensionar cualquier industria, sin importar si se trata de un producto o un servicio, emergentes o maduros, o de alta o baja tecnología. Un análisis de la estructura de la industria revela las raíces de su rentabilidad en cualquier punto en el tiempo y a su vez, proporciona un marco que permite anticiparse e influir en los cambios de la competitividad y rentabilidad de la industria.

Generalmente hay la tendencia de ver a la competencia de manera muy estrecha, limitándose a analizar solo a los competidores directos. Como lo enfatiza la ilustración 1, la competencia va más allá de la establecida por los rivales dentro de la industria. Clientes, proveedores, nuevos competidores potenciales y los sustitutos, todos ellos representan competencia para la empresa y luchan por obtener una mayor rentabilidad y cuota del mercado. La rivalidad que se genera de la interacción de estas cinco fuerzas, es la que da lugar a la rentabilidad de la industria (Porter M. E., 2007).

Las fuerzas más competitivas son las que determinan la rentabilidad de una industria y son las más importantes a tomar en cuenta para la generación de estrategias (Porter M. E., 2007).

Para Porter (2007), cada industria tiene una estructura subyacente o un conjunto de características económicas y técnicas, que dan lugar a estas fuerzas competitivas.

Para ejemplificar su modelo, Porter examina la estructura del sector desde la perspectiva de una empresa líder en su industria y hace una descripción de cómo le afectan las cinco fuerzas:

Amenazas de Entrada

Los competidores potenciales de nuevo ingreso a la industria traen consigo diferentes capacidades, muchas veces diferentes a las ya existentes y un deseo voraz por ganar cuota en el mercado.

El grado de amenaza que representa para la industria un nuevo competidor dependerá de las barreras de entrada que existan y de la reacción que tengan hacia ellos los competidores ya existentes.

Para Porter (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011), son siete las principales barreras de entrada (Porter M. E., 2007):

1. Economías de Escala del Lado de la Oferta.- Estas economías se generan cuando las empresas que producen en grandes volúmenes gozan de precios unitarios bajos, ya que pueden distribuir los costos fijos entre más unidades, emplear tecnología más eficiente o mantener mejores condiciones con sus proveedores. Este sistema de economías de escala del lado de la oferta disuade a muchos competidores, ya que fuerza al aspirante a entrar a una gran escala o que acepte una desventaja en costos.
2. Economías de Escala del Lado de la Demanda.- Gozan de beneficios conocidos como efectos de red. Se presentan en las industrias donde la disposición del comprador para pagar por el producto de una empresa aumenta con el número de otros compradores que patrocinan a dicha empresa.
3. Costos de Cambios de Cliente.- Se trata de los costos fijos a los que se enfrenta un comprador al cambiar de proveedor, ya que esto repercutirá a su vez en las especificaciones de su producto, capacitar a sus empleados o incluso crear nuevos procesos. Al estar en esta situación, a la empresa le será más difícil ganar clientes.
4. Los Requisitos del Capital.- La necesidad de tener que invertir una gran cantidad de recursos para poder competir, constituye una barrera de entrada.

Dependiendo de la empresa, puede que no necesita capital exclusivamente para cubrir sus costos fijos, sino también para poder ofrecer crédito a sus clientes, adquirir inventarios y hacer frente a las pérdidas iniciales.

5. Las Ventajas de ser una Empresa Titular independientemente del tamaño.- Las empresas líderes pueden tener costos o ventajas de calidad no disponibles para sus rivales potenciales, sin importar cuál sea su tamaño.
6. Acceso desigual a los Canales de Distribución.- La empresa nueva que desea ingresar al mercado debe asegurarse de la distribución de su producto o servicio. En algunas ocasiones el acceso a la distribución es una barrera de entrada tan alta que la empresa que desea entrar al mercado debe crear sus propios canales de distribución.
7. Restricciones de Gobierno a través de Políticas.- Los gobiernos pueden limitar o favorecer la entrada de empresas a las industrias a través de licencias, protección de patentes, barreras a la inversión extranjera y limitando o apoyando el acceso a las materias primas locales.

El Poder de los Proveedores

Los proveedores pueden ejercer su poder de negociación subiendo sus precios, transfiriendo sus costos “por debajo del agua” a otros participantes o limitando la cantidad y la calidad del producto o servicio que proveen.

Una industria depende de múltiples grupos de proveedores y el poder de cada uno de ellos depende de una serie de características estructurales propias de la industria.

Un grupo de proveedores es poderoso cuando (Porter M. E., 2007):

- Su grupo está más concentrado que a la industria a la que le vende.
- Cuando una industria depende por completo del producto que ellos le proveen porque adaptaron todos sus procesos y especificaciones a ese producto en particular.
- Los proveedores pueden representar una fuerte competencia al ofrecer en el mercado productos diferenciados de los que venden sus mismos clientes y que los producen con las mismas materias primas.
- Cuando no hay sustitutos para la materia prima que proveen.
- El grupo de proveedores puede tener argumentos para integrarse hacia adelante en la industria si ve que sus clientes tienen una alta rentabilidad en el mercado.
- El grupo de proveedores no depende necesariamente de una industria. Al abastecer a varias, puede sacar provecho al máximo de la rentabilidad que obtiene de cada una de ellas.

El Poder de los Clientes

Los clientes poderosos pueden obligar a bajar los precios, demandar una calidad más alta o más servicios y hacer que sus proveedores se enfrenten entre sí.

El Grupo de Clientes tiene influencia en la industria cuando (Porter M. E., 2007):

- Concentra grandes volúmenes de compras que son mayores en relación con el tamaño de un único proveedor. Estos compradores pueden llegar a ser muy influyentes en aquellas industrias donde los costos fijos son lo más importante.
- Los productos e la industria son estándar o no diferenciados. Cuando los compradores consideran que fácilmente pueden sustituir al proveedor, los obligarán a enfrentarse entre ellos para ver quién les hace la mejor oferta.
- Si los costos llegan a ser muy elevados, los compradores tienden a integrarse hacia atrás.

La Amenaza de los Sustitutos

Un sustituto funciona de la misma manera o similar que los productos ya existentes en la industria.

Los productos o servicios sustitutos pueden limitar el potencial de ganancias de la industria al ponerle un techo a los precios a los que las compañías de una industria pueden comprar o bien desarrollarse a tal grado que terminen desplazando a otros productos o servicios ya existentes (Porter M. E., 2007).

Rivalidad entre Competidores ya Existentes

Esta rivalidad puede darse de distintas maneras: descuento en precios, introducción de nuevos productos, campañas publicitarias, etc. El grado de rivalidad en una industria depende de la base en la cual compiten las compañías y en la intensidad con lo que lo hacen.

La competencia entre compañías de una industria hace fluctuar los precios si (Porter M. E., 2007):

- El producto o servicio carece de diferenciación o costos por su cambio. Esto hace que los compradores cambien fácilmente de ofertantes.
- Los costos fijos son altos y los costos marginales bajos. Esto crea una presión intensa a las competidores al intentar reducir sus precios por debajo de los costos promedio con la finalidad de atraer más clientes.

- Debe poderse incrementar la capacidad. La necesidad de expandir la capacidad de las compañías a menudo provoca periodos de sobrecapacidad y reducción de precios.

Independientemente de si el precio es una base principal de la competencia, la intensidad de ésta es mayor si:

- Los competidores son numerosos y más o menos se igualan en tamaño y en poder. Sin un líder en la industria, las buenas prácticas deseables para ésta no son llevadas a cabo ni se promueven.
- La industria crece lentamente. Un crecimiento lento o negativo intensifica la rivalidad y ejerce una mayor presión en la lucha de una cuota del mercado.
- Las barreras de salida son altas. Estas barreras hacen que las compañías de una industria se mantengan compitiendo entre ellas a pesar de que están ganando rendimientos muy bajos o incluso negativos.

Porter (1985), señala que la empresa puede definir su actuación a partir de tres estrategias genéricas:

- **Liderazgo en costos:** Se enfoca en la reducción de costos aprovechando todas las oportunidades disponibles para conseguir los precios más bajos de la industria. Puede lograrse aprovechando las economías de escala, las ventajas tecnológicas, el acceso preferencial a materias primas y minimizando costos en todas las áreas posibles.
- **Diferenciación:** Las empresas pretenden diferenciarse del resto de sus competidores de la industria distinguiéndose en algún aspecto que suponga un valor añadido para el consumidor.
- **Enfoque/Segmentación:** Se sigue una estrategia de diferenciación pero centrándose en un grupo específico de consumidores o en un área geográfica concreta. Así la empresa podrá responder mejor a las necesidades del segmento que sus competidores.

En 1990, Porter afirma que la posición competitiva de las empresas está influenciada por el entorno del sector al que pertenecen, que normalmente está condicionado por los siguientes elementos:

1. Condiciones de los factores productivos.- El éxito de un sector se determina en función de diversos factores productivos como el recurso humano calificado, la tecnología disponible, las condiciones geográficas y el medio ambiente, la localización, el capital financiero disponible, etc.

2. Condiciones de la demanda.- Las características de la demanda varían de un país a otros y determinan el comportamiento empresarial y las estrategias a seguir en cada caso. Por lo tanto, la segmentación se convierte en una herramienta fundamental para la creación de ventajas competitivas.
3. Características de las industrias conexas.- La ausencia o presencia de un tejido de industrias conexas determinan el grado de desarrollo de un sector específico.
4. Estrategias de las empresas, características relativas a la estructura del sector y al grado de rivalidad existente.- Estos factores constituyen las cuatro áreas clave de actuación para mejorar la competitividad de una zona turística, ya que determinarán la organización y formas de gestión de las empresas, lo que influirá en el ritmo de desarrollo del sector.

En el sector turístico, la elección de la estrategia competitiva más adecuada debe realizarse partiendo de un buen conocimiento de las características estructurales del sector.

El Diamante de Porter aplicado a la Competitividad Turística

1. Entrada de Nuevos Competidores:

- La importante expansión de la oferta en el sector turístico durante los últimos años refleja la ausencia de barreras de entrada, fundamentalmente debido a los productos poco diferenciados y a las facilidades suministradas por el sector público para la inversión turística.

2. Amenaza de Sustitutos:

- El desarrollo de nuevas formas de turismo y de ocio (por ejemplo en casa o el área de residencia habitual), representa una amenaza real para el desarrollo de ciertos destinos turísticos.

3. Poder de Negociación de los Compradores:

- La demanda turística se caracteriza por ser altamente voluble, mientras que la oferta es rígida, principalmente debido a elevados costos fijos y la necesidad de alcanzar máximos de ocupación en períodos muy cortos. Por eso los intermediarios son de gran importancia, ya que representan la única posibilidad para muchos componentes de esa oferta de alcanzar grandes volúmenes de ventas.

4. El Poder de Negociación de los Proveedores:

- El costo de los inputs necesarios para el desarrollo del turismo depende de la relación de la empresa con sus proveedores.
- Los RH cualificados son cada vez más caros y escasos y los recursos financieros también son costosos.
- La rivalidad creciente en muchos destinos turísticos entre visitantes y residentes por el uso de los recursos locales, encarece su utilización.

5. El Grado de Rivalidad Existente entre Competidores

Esta industria se caracteriza por una competencia intensa debido a una serie de factores:

- Crecimiento más rápido en la oferta que en la demanda
- Una diferenciación mínima (percibida o real) de los destinos
- La facilidad para acceder a los canales de distribución
- Las subvenciones públicas para la mejora de las infraestructuras turísticas

Críticas al Modelo:

El modelo es muy genérico y por lo tanto, no permite la cuantificación de las variables estratégicas para mejorar la competitividad (OMT, 2004). Además, no contempla los factores internos de las firmas que conforman el sector turístico.

5.5.2 Modelo de Competitividad del Foro Económico Mundial (WEF)

El Sector Turismo ha seguido demostrando que es clave para el desarrollo económico y para la generación de empleos tanto en países desarrollados como en los que están en vías de desarrollo (World Economic Forum, 2013).

El índice de Competitividad de Viajes y Turismo, tiene como objetivo medir los factores y políticas que hacen que sea atractivo desarrollar el Sector Turismo en diferentes países (World Economic Forum, 2013).

El índice fue desarrollado por el Foro Económico Mundial en colaboración con distintas organizaciones:

- **Deloitte:** Empresa líder en servicios profesionales como consultoría, impuestos, asesoría financiera y auditoría con presencia en más de 150 países.
- **La Asociación Internacional de Transporte Aéreo:** Conocida por sus siglas en inglés como IATA, fundada en La Habana, Cuba en 1945. Es un instrumento para la cooperación entre aerolíneas que ayuda a promover la seguridad, fiabilidad, confianza y economía en el transporte aéreo en beneficios económico de sus accionistas privados.
- **Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza:** Conocida por sus siglas en inglés como IUCN, fue fundada en 1948 y tiene su sede en Gland, Suiza. Tiene como misión influir, alentar y ayudar a las sociedades de todo el mundo a conservar la integridad y diversidad de la naturaleza y asegurar que todo uso de los recursos sea equitativo y ecológicamente sostenible.
- **Organización Mundial del Turismo:** Creada en 1925 y vinculada a las Naciones Unidas desde 1976, tiene su sede en Madrid, España y cuenta con 154 estados miembros. Tiene como propósito promover el turismo.

Además recaba información y datos clave de varias empresas líderes en la industria como aerolíneas y cadenas hoteleras.

El índice se base en tres grandes categorías de variables que facilitan o conducen a la competitividad. Estas categorías se resumen en los tres subíndices que lo componen:

- Subíndice de Marco Regulatorio.
- Subíndice de Ambiente de Negocios e Infraestructura.
- Subíndice de recursos Humanos, Culturales y Naturales.

Cada uno de estos tres subíndices está compuesto por un número de pilares de la competitividad turística, los cuales son catorce en total:

1. Políticas y Reglamentos

- 1.1 La prevalencia de la propiedad extranjera.
- 1.2 Derechos de propiedad.
- 1.3 El impacto en los negocios de las reglas para las IED.
- 1.4 Requerimientos para visa.
- 1.5 La apertura para acuerdos bilaterales de servicios aéreos.
- 1.6 La transparencia del gobierno para crear políticas.

- 1.7 Tiempo necesario para iniciar un negocio.
- 1.8 El costo que tiene iniciar un negocio.
- 1.9 Índice de compromisos y restricciones del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) en materia de viajes y turismo.

2. Sustentabilidad Ambiental

- 2.1 La rigurosidad de la normatividad ambiental.
- 2.2 Cumplimiento de la normatividad ambiental.
- 2.3 Sustentabilidad del desarrollo de la industria de viajes y turismo.
- 2.4 Emisiones de dióxido de carbono.
- 2.5 Concentración de materia en partículas.
- 2.6 Especies amenazadas.
- 2.7 Ratificación de los tratados ambientales.

3. Protección y Seguridad

- 3.1 Costos de negocio del terrorismo.
- 3.2 La fiabilidad de los servicios de la policía.
- 3.3 Costos de negocio por crimen y violencia.
- 3.4 Accidentes de tránsito.

4. Salud e Higiene

- 4.1 Densidad de médicos.
- 4.2 Acceso a servicios de salud de calidad.
- 4.3 Acceso al agua potable de mejor calidad.
- 4.4 Número de camas de hospital.

5. Participación y Eficiencia Gubernamental

- 5.1 Prioridad que otorga el Gobierno a la industria de viajes y turismo.
- 5.2 El gasto del Gobierno en la industria de viajes y turismo.
- 5.3 Eficiencia del marketing y el *branding* para atraer turistas.
- 5.4 Integridad anual de los datos de viajes y turismo.
- 5.5 La capacidad de entregar datos de viajes y turismo mensual o trimestralmente.

6. Infraestructura del transporte aéreo

- 6.1 Calidad de la infraestructura del transporte aéreo.
- 6.2 Kilómetros disponibles por asiento (doméstico).
- 6.3 Kilómetros disponibles por asiento (internacional).
- 6.4 Salidas por cada 1000 habitantes.
- 6.5 Densidad de aeropuertos.
- 6.6 Número de aerolíneas operando.
- 6.7 Transporte aéreo internacional de la red.

7. Infraestructura del transporte terrestre

- 7.1 Calidad de las carreteras.
- 7.2 Calidad de la infraestructura ferroviaria.
- 7.3 Calidad de la infraestructura portuaria.
- 7.4 Calidad de la red de transporte doméstico.
- 7.5 Densidad de carreteras.

8. Infraestructura turística

- 8.1 Habitaciones de hotel.
- 8.2 Presencia de las principales empresas de alquiler de automóviles.
- 8.3 Número de cajeros automáticos que aceptan tarjetas Visa.

9. Infraestructura de las TICS

- 9.1 Grado de utilización del Internet en los negocios.
- 9.2 Usuarios de Internet.
- 9.3 Líneas telefónicas.
- 9.4 Suscriptores de internet de banda ancha.
- 9.5 Suscriptores de planes de telefonía móvil.

10. Competitividad del precio en la industria turística

- 10.1 Impuestos a los pasajes y cargos aeroportuarios.
- 10.2 Paridad del poder adquisitivo.
- 10.3 Alcance y efecto de los impuestos.
- 10.4 Niveles de precio de los combustibles.
- 10.5 Índice de precios de los hoteles.

11. Recursos Humanos

- 11.1 Matriculación a nivel de escuela primaria.
- 11.2 Matriculación a nivel de escuela secundaria.
- 11.3 Calidad del sistema educativo.
- 11.4 Disponibilidad local de investigación y servicios especializados.
- 11.5 Alcance de la capacitación del personal.

12. Afinidad por los Viajes y el Turismo

- 12.1 Apertura al turismo.
- 12.2 Actitud de la población local hacia los visitantes extranjeros.
- 12.3 Recomendación de prolongar los viajes de negocios.

13. Recursos Naturales

- 13.1 Número de sitios naturales que son Patrimonio Mundial.
- 13.2 Áreas protegidas.

13.3 Calidad del medio ambiente natural.

13.4 Total de especies conocidas.

14. Recursos Culturales

14.1 Número de sitios que son Patrimonio Cultural de la Humanidad.

14.2 Estadios deportivos.

14.3 Número de ferias y exposiciones internacionales.

14.4 Exportaciones de las industrias creativas.

Como se puede apreciar, cada uno de estos pilares a su vez está integrado por una serie de variables individuales.

La información del índice es obtenida a través de la Encuesta de Opinión a Ejecutivos y los datos cuantitativos son extraídos de las bases de datos públicas, organismos internacionales, instituciones avocadas a los viajes y el turismo y de los expertos en la materia.

Los datos duros utilizados en el índice son normalizados en escala del 1 al 7 para alinearlos con los resultados obtenidos en la encuesta de opinión a ejecutivos. Para esto se utiliza la siguiente fórmula:

$$6 \times \left[\frac{\text{Puntuación del país} - \text{Mínimo de la muestra}}{\text{Máximo de la muestra} - \text{Mínimo de la muestra}} \right] + 1$$

Cada uno de los pilares se calcula como promedio no ponderado de los componentes individuales de las variables.

El mínimo de la muestra y el máximo de la muestra son los resultados más bajos y más altos obtenidos de toda la muestra respectivamente.

Para aquellas variables de datos duros cuyo valor indica malos resultados (ej. Accidentes de tránsito, precios de la gasolina), se utilizó una fórmula de normalización, que además de convertir las series a escalas del 1 al 7, las revierte, de tal forma que el 1 y el 7 corresponden a lo peor y lo mejor respectivamente:

$$-6 \times \left[\frac{\text{Puntuación del país} - \text{Mínimo de la muestra}}{\text{Máximo de la muestra} - \text{Mínimo de la muestra}} \right] + 7$$

Este modelo identifica la competitividad de un país dependiendo de su habilidad para crear y sostener a largo plazo un valor económico añadido en relación a sus competidores.

5.5.3 Modelo de Competitividad de Calgary

A sus autores Crouch y Ritchie se les reconoce como los pioneros en la elaboración de contribuciones conceptuales sobre la competitividad de los destinos turísticos (Garau, 2006), desarrollando el Modelo de Competitividad de Calgary.

Según Ritchie y Crouch (1993), este modelo permite el análisis de la competitividad del turismo en una región específica. Además, resaltan que un destino turístico competitivo debe contribuir a aumentar el bienestar de la población local.

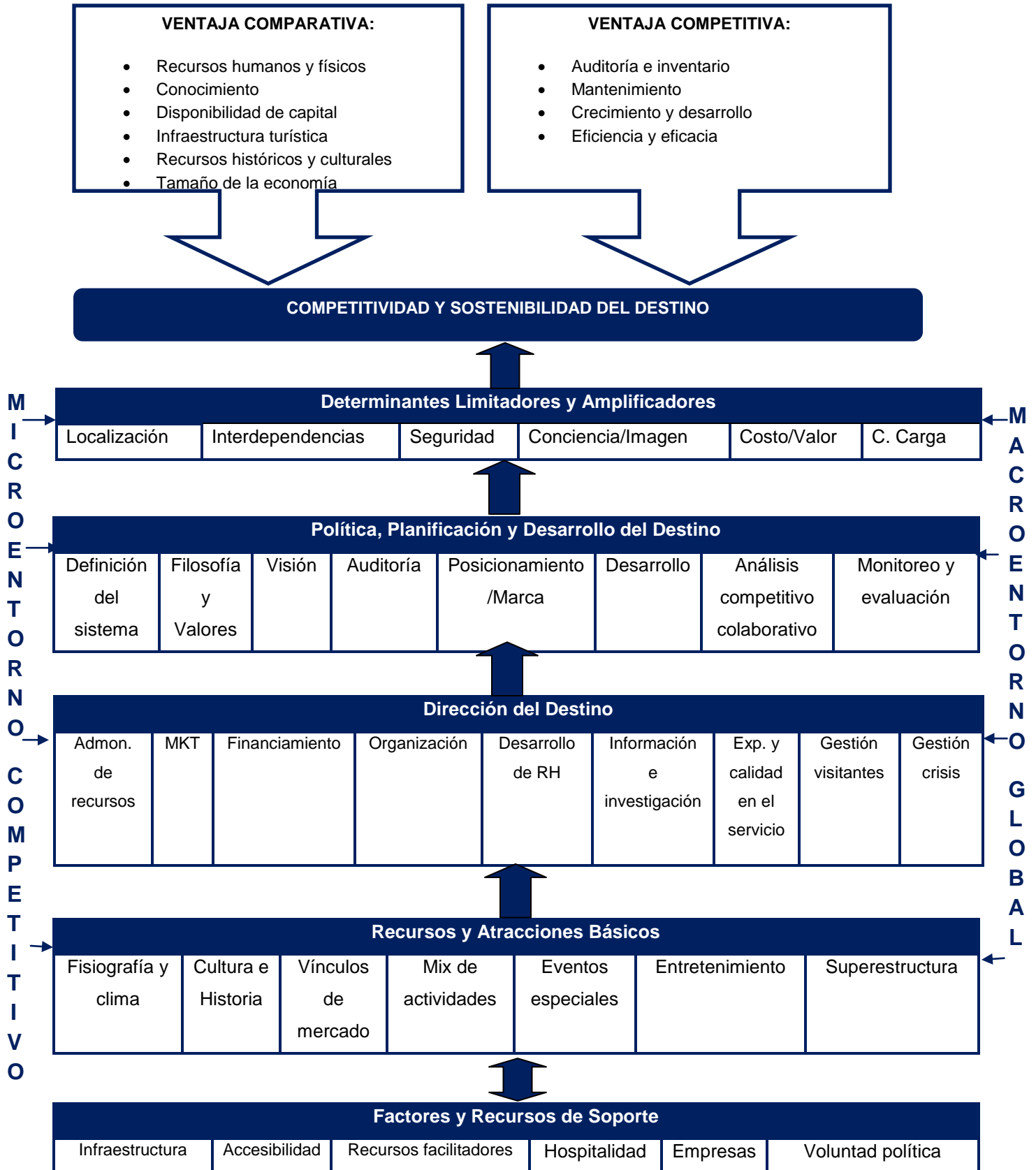
Establecen que para entender la competitividad de un destino en el largo plazo es apropiado considerar dos elementos (Crouch y Ritchie, 1999): la ventaja comparativa (recursos endógenos): recursos del destino (recursos humanos, recursos físicos, conocimiento de los recursos, disponibilidad de capital, infraestructura turística, recursos históricos y culturales y tamaño de la economía) y la ventaja competitiva (recursos desplegados): capacidad de utilizar esos recursos de manera eficaz a largo plazo (auditoría e inventario, mantenimiento, crecimiento y desarrollo y eficiencia y eficacia).

Además, en su modelo consideran el entorno competitivo micro que incluye los elementos principales que definen el entorno inmediato de competencia, en que el que un destino debe adaptarse para poder competir: residentes, empleados, medios de comunicación, instituciones financieras, turistas, empresas turísticas, etc. (Crouch y Ritchie, 1999).

Es entonces que en 2003, Crouch y Ritchie proponen un modelo en el que la clave son los recursos, pues éstos actúan como factores de atracción. De igual forma, consideran que debe existir una política de planificación y desarrollo del destino, así como de factores limitadores o amplificadores que influyen en la competitividad.

Por lo tanto, el Modelo de Calgary es únicamente explicativo y está compuesto de los siguientes elementos:

MODELO DE CALGARY (Ritchie y Crouch, 2000)



La información interna del destino y la investigación del mercado acerca de las preferencias de los consumidores constituyen dos elementos básicos en la aplicación de este modelo. De esta manera se propone una serie de funciones compuestas por variables medibles en el mundo real del turismo.

Ejemplo: Las funciones propuestas por el modelo permiten la medición de las variables que las componen y por lo tanto de la competitividad el destino turístico. Así se entiende que por ejemplo la función “*atractivo*” se compone de las siguientes variables.

1. Atractivo:

- a) Características Naturales.- Paisajes, flora y fauna, ríos, lagos, océanos y montañas.
- b) Clima.- Temperatura, vientos, precipitaciones, humedad, predictibilidad.
- c) Características sociales y culturales.- Tradiciones, gastronomía, lengua, arquitectura, religión, educación, actividades de ocio, trabajo, historia, arte, escultura y música.
- d) Infraestructura general.- Redes carreteras, ferrocarriles, autobuses, aeropuertos, suministro de agua, electricidad, servicios médicos, financieros y de telecomunicaciones.
- e) Supraestructura turística.- Hoteles, moteles, pensiones, apartamentos, campings, restaurantes, bares, tabernas, fast food, touroperadores y agentes de viaje, oficinas de información y promoción turística, facilidades deportivas, teatros, casinos, clubes nocturnos.
- f) Accesos y facilidades de transporte.- Distancia física y temporal de los mercados de origen, frecuencia, calidad y facilidad de acceso por aire, tren o carretera.
- g) Actitud hacia los turistas.- Calor de acogida, facilidad de comunicación, voluntad de informar al turista, ausencia de hostilidad al visitante.
- h) Exclusividad.- Geografía, cultura, símbolos, hechos históricos, etc.

Elaboración propia con base en OMT (2004).

Así el modelo identifica primero la función básica de la que se desprenderán las otras:

- 1. Nivel económico del destino= fn Competitividad (Sector 1, Sector 2, Turismo...)
- 2. Competitividad del turismo (TC)=fn [(Atractivo del destino),(Gestión del destino),(Información sobre el destino),(Eficiencia del destino)]
- 3. Atractivo= fn (Atractivo del destino, elementos xyz)
- 4. Gestión= fn (Marketing, Gestión)
- 5. Organización= fn (Habilidades de organización del destino, Alianzas estratégicas)
- 6. Información= fn (Sistema de información interna, Investigación)
- 7. Eficiencia= fn (Experiencia Integral, Productividad)

Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2004).

El modelo necesita desarrollos adicionales que justifiquen la elección de las variables independientes que entran en las funciones, cuáles son los factores que determinan cada una de esas variables y cuál es el peso de cada una de ellas en la función de competitividad.

Crítica al Modelo de Calgary:

Aunque este es uno de los modelos más aceptados para la medición de la competitividad de destinos turísticos, algunos autores identificaron varias debilidades en él (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011):

- Es un modelo descriptivo y conceptual. En la práctica muchos destinos no poseen bases de datos ni indicadores para valorar todos los factores que se presentan en el modelo.
- Aunque al inicio categorizan las variables según su relevancia, diferenciando los que son esenciales, de soporte, etc., sería necesario establecer un orden y ponderar el peso de cada uno de los elementos con la finalidad de jerarquizar la importancia de cada factor.
- El modelo se enfrenta al planteamiento de factores abstractos o de difícil medición cuantitativa (ej. La filosofía).

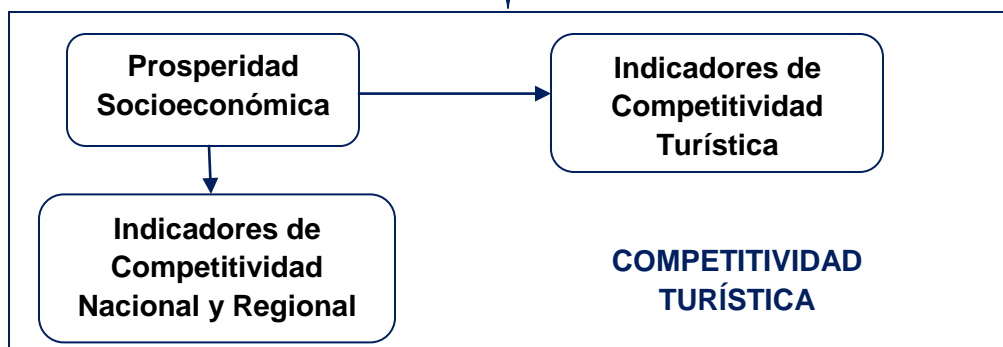
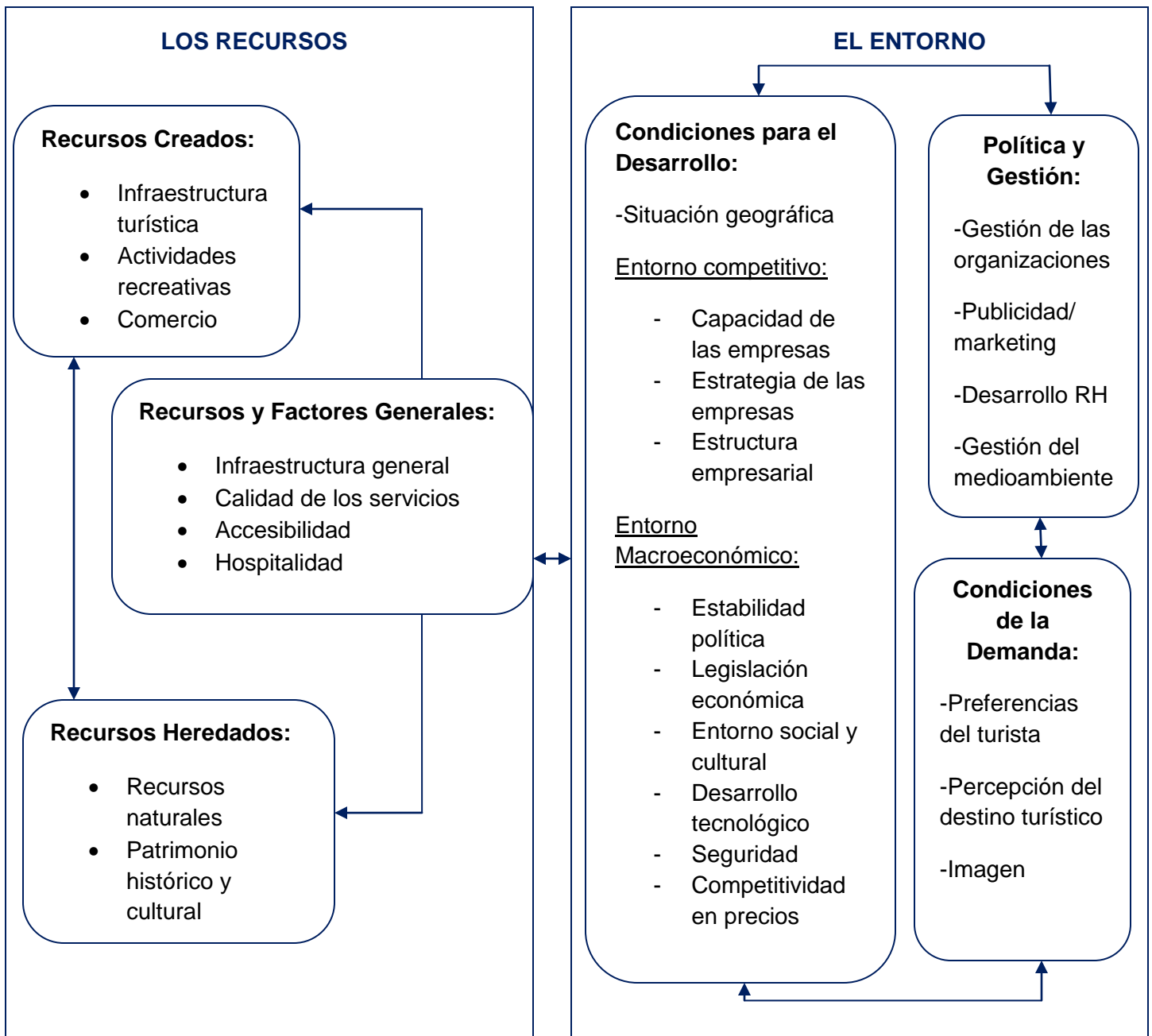
5.5.4 El Modelo Integrado de la Competitividad del Destino Turístico de Dwywer y Kim

Tomando como referencia el modelo de Crouch y Ritchie, propusieron un modelo de competitividad al que llamaron “Modelo Integrado”.

En el exponen que los *recursos heredados*, *recursos creados* y *los recursos de soporte*, conforman las determinantes de éxito del destino turístico y la base de su competitividad (Dwywer y Kim, 2002).

Además de los recursos, el modelo contempla condiciones situacionales como la gestión del destino y la demanda. En su conjunto, la interrelación de todos estos factores impulsan a alcanzar la competitividad de los destinos turísticos y a mejorar el nivel de vida de los residentes (Dwywer y Kim, 2002).

MODELO INTEGRADO DE LA COMPETITIVIDAD DE DYWER Y KIM (2003)



Críticas al Modelo:

- La principal limitación de este modelo es la problemática en su aplicación práctica, puesto que *“recoger a través de indicadores o encuestas la situación en cada destino de cada uno de los elementos sería de una gran utilidad, pero sería muy costoso y en algunas ocasiones imposible por la falta de datos disponibles comparables entre destinos”* (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).
- Este modelo fue aplicado para analizar la competitividad de destinos como Corea y Australia. Resalta que los autores establecen una serie de indicadores para cuantificar dicha competitividad, aunque reconocen que no son los únicos que podrían haber formado la base de la encuesta (Kim y Dwyer, 2003).
- Además, según Kim y Dwyer (2003) sería interesante ponderar los indicadores en función de su grado de importancia para el turismo en Corea o Australia. Pero tal acción sería complicada, ya que sería necesario un examen muy desglosado de los motivos de viaje de los visitantes de cada destino y supervisión continua de los cambios en sus preferencias.

5.5.5 El Monitor de Competitividad del “World Travel and Tourism Council” y el Índice de Competitividad Turística de Gooroochurn y Sugiyarto

Con la finalidad de elaborar indicadores de referencia entre países, el *World Travel and Tourism Council* (WTTC) en colaboración con el Instituto *Christel De Haan Travel Research* (TTRI) de la Universidad de Nottingham, han desarrollado el “Monitor de Competitividad (CM)”.

Fue puesto en práctica en el 2001 a partir de 65 indicadores de competitividad turística que se resumen en ocho grandes grupos para evaluar el grado de competitividad de más de 200 países.

La metodología se resume en dos etapas:

1. Se seleccionan 23 indicadores y se normalizan según la técnica adoptada por las Naciones Unidas. Después *“se calcula un índice agregado para cada uno de los ocho grupos, que se obtiene como media aritmética de los índices normalizados”* (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).
2. A partir de la metodología del CM, Gooroochurn y Sugiyarto (2005) elaboran *“un indicador sintético de competitividad, obteniendo una media ponderada de cada uno de los ocho indicadores compuestos, donde los pesos se han obtenido utilizando técnicas de análisis factorial”* (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

Cuadro 16: Los Indicadores de Competitividad en el Monitor del WTTC

Indicadores				
Competitividad de Precios	Índice de precios de hoteles	Índice de paridades de poder de compra		
Factor Humano	Índice de participación	Índice de impacto turístico		
Desarrollo de Infraestructura	Índice de carreteras	Instalaciones sanitarias	Instalaciones de agua potable	
Medio Ambiente	Densidad de población	Emisiones de CO2	Relaciones de tratados internacionales	
Desarrollo Tecnológico	Terminales de internet	Líneas telefónicas móviles	Exportaciones de alta tecnología	
Recursos Humanos	Índice de educación			
Apertura Turística	Visados	Apertura turística	Apertura comercial	Tasas en el comercio internacional
Desarrollo Social	Índice de desarrollo humano	Periódicos	Computadoras personales	Televisiones

Fuente: Elaboración propia con base en Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco (2011).

Gooroochurn y Sugiyarto creen que no todos los factores repercuten igual en la competitividad del destino turístico (De la O Barroso & Flores, 2006).

De acuerdo a Gooroochurn y Sugiyarto (2005), el valor asignado a cada uno de los ocho indicadores son los siguientes (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011):

1. Tecnología (0,220).
2. Indicador social (0,217).
3. Recursos humanos (0,153).
4. Precio (0,147).
5. Apertura (0,126).
6. Infraestructura (0,101).
7. Factor humano (0,033).
8. Medioambiente (0,003).

Después Gooroochurn y Sugiyarto (2005) realizan el cálculo del índice de competitividad y generan un ranking con la finalidad de jerarquizar el grado de competitividad turística de los respectivos países. Finalmente concluyen que los destinos turísticos más competitivos son: Estados Unidos, Suecia, Noruega, Finlandia y Australia. Como los menos competitivos destacan: Burkina Faso, Chad, Benín, Etiopía y Camboya (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

Críticas al Modelo:

- La aportación que hacen Gooroochum y Sugiyarto (2005), intenta solucionar la ausencia de datos y permite comprara la competitividad de diferentes países. Sin embargo, la desventaja principal de este estudio se observa en los resultados que revelan que a excepción de Estados Unidos, ninguno de los otros países considerados como los más competitivos en turismo aparecen en el ranking de países más visitados del mundo (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).
- Otra crítica es el valor que se le concede a los indicadores, ya que puede ser cuestionable que el indicador con más peso sea la Tecnología mientras que el de Medio ambiente es considerado el de menor valor, en tanto que para otros autores como Crouch, Ritchie y Mihalic, entre otros, destacan que los recursos naturales y medioambientales son uno de los principales atractivos de un destino (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).
- Los indicadores presentados contemplan los aspectos sociales, humanos, económicos y medioambientales. Sin embargo, no contemplan la estructura empresarial de los destinos turísticos, por lo que se desvía del enfoque estructural que considera a la empresa como una parte esencial de la competitividad de los destinos (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

Basándose en este Monitor de Competitividad Malakauskaite y Navickas (2009), modificaron algunos de los indicadores utilizados en éste modelo e incluyeron otros con la finalidad de reflejar las condiciones necesarias de un sistema turístico contemporáneo. Por ejemplo:

- **Indicador de precios:** Contemplan los precios de restaurantes y los de la oferta turística de bienes y servicios.
- **Indicador de infraestructura:** Proponen contemplar más indicadores relacionados con el transporte como a red de ferrocarriles, la calidad del sistema de telecomunicaciones y aerolíneas.
- **Dimensión humana:** Para complementarla, decidieron agregar el indicador de población.
- **Indicadores de Desarrollo Social:** En este rubro los autores decidieron reemplazar el indicador de computadoras personales por el número de cafeterías con internet.

5.5.6 La Competitividad del Turismo según Hong

Hong (2009), define la competitividad como *“la capacidad de un destino para crear, integrar y ofrecer experiencias turísticas incluidos los productos de valor añadido y servicios considerados importantes por los turistas”*.

Para Hong, las experiencias turísticas ayudan a conservar una buena posición en el mercado frente a la competencia.

Su modelo para analizar la competitividad de un destino turístico toma en cuenta *“las ventajas comparativas de Ricardo, incluyendo las condiciones de los recursos naturales y el grado de cambio tecnológico, las ventajas competitivas de Porter, que explican el aumento del comercio entre países con similares dotaciones de factores; la gestión del turismo, ofreciendo una educación de calidad y formación para mejorar las ventajas comparativas y las competitivas; y, por último, las condiciones del entorno, tanto doméstico como global”*.

Exalta al Modelo de Calgary como el más importante en el análisis de la competitividad del turismo, pero señala que quedan algunos aspectos que se pueden mejorar:

- Debe existir una mayor precisión en el orden de los factores y categorías de variables según su importancia.
- Para Hong, el Modelo de Calgary no analiza la interacción entre las ventajas comparativas y competitivas y la competitividad del turismo.
- Otro aspecto a mejorar del Modelo de Calgary es que muchos de los factores se analizan en términos cualitativos y no cuantitativos.

El modelo y la metodología propuestos por Hong (2009) permiten ponderar y jerarquizar la importancia de cada factor e indicador con respecto a la relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

El estudio arroja los siguientes resultados (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011): Con el 49.18%, las ventajas comparativas exógenas son el factor más importante para mejorar la competitividad de un destino turístico, más específicamente los recursos culturales y naturales.

Otros factores importantes son:

- Las ventajas competitivas (17.27%).
- Gestión del turismo (12.01%).
- Ventajas comparativas endógenas (10.62%)
- Condiciones del entorno mundial (6.03%)
- Entorno doméstico (4.89%), es el factor de menor relevancia.

Cuadro 17: Ventajas e inconvenientes de los modelos de competitividad de los destinos turísticos más recientes estudiados en la literatura

MODELO	VENTAJAS	INCONVENIENTES
Crouch y Ritchie (1999)	<ul style="list-style-type: none"> • Propone una amplia variedad de indicadores y variables determinantes de competitividad. • Establece una categorización inicial de la importancia de los factores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo basado en conceptos cualitativos de competitividad y relaciones abstractas. - Se les concede la misma ponderación a todos los indicadores. - Problemas para ponerlo en práctica, puesto que recopilar toda la información referente al destino con respecto a los factores propuestos sería muy útil, pero complicado. La mayoría de las veces es inviable debido al número de datos existentes y comparables entre destinos. - Faltan variables e indicadores para medir el entorno y los recursos naturales de los destinos.
Dwyer y Kim (2003)	<ul style="list-style-type: none"> • Diferencia entre la base de la competitividad y las condiciones locales del destino. • Propone indicadores cuantitativos y cualitativos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se concede la misma ponderación a todos los indicadores. - Problemas para su aplicación por escasez de datos e información comparable de los destinos.
Gooroochurn y Sugiyarto (2005)	<ul style="list-style-type: none"> • Permite comparar la competitividad de diferentes destinos turísticos y elaborar un ranking según su grado de competitividad. • Se concede diferente peso a cada uno de los indicadores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sus resultados no concuerdan con la realidad de los destinos. - El peso que se les otorga a los indicadores puede ser cuestionable.
Hong (2009)	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliza y jerarquiza la importancia de cada factor e indicador con respecto a la relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico. 	<p>Los cuestionarios fueron enviados a investigadores académicos con experiencia en la temática y a funcionarios del gobierno que trabajan en turismo. Por lo que sería interesante contrastar el estudio con todos los agentes implicados en el sector turístico para completar a perspectiva.</p>

Fuente: Elaboración propia con base en Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco (2011).

5.5.7 Otras Aportaciones a la Medición de la Competitividad Turística

Para algunos autores, la correlación que existe entre los recursos naturales y la gestión del medioambiente de un destino turístico con su competitividad es tan directa que han decidido perfilar sus investigaciones desde esta óptica.

De acuerdo con Bosch Campubrí *et al* (1998), se puede resumir el desarrollo turístico básicamente en dos modelos:

- a) Intensivo Continuo: Este modelo refleja el desarrollo turístico tradicional en el que sus características dependen de la densidad urbana, el deterioro del paisaje y del medio ambiente, ofertas estandarizadas, falta de conexión entre los espacios y desaprovechamiento de los recursos.
- b) Extensivo Puntual: Aquí se agrupan aquellos modelos alternativos de desarrollo turístico cuyas premisas son prevenir la contaminación y ayudar a la protección de los espacios naturales. Los autores lo definen de la siguiente manera: “Se caracteriza por una importante prevención de la contaminación y por una preocupación por la protección de los espacios naturales, mientras se incorporan recursos culturales”.

Para ejemplificar este modelo, estos son algunos de sus postulados (Mazaro & Varzin, 2008):

- Protección de espacios naturales como franjas litorales, islas, montañas, flora, etc.
- Potenciación de los recursos naturales como oferta alternativa y que permita recuperar el territorio como atractivo esencial: los senderos, caminos de ronda, antiguos trazados ferroviarios, etc.
- Incorporación de recursos culturales en la oferta turística: museos, parques arqueológicos, festivales de música o gastronomía típicos, itinerarios monumentales o históricos, etc.

Para los autores existen factores y características del modelo que son determinadas por un conjunto global y competitivo en donde la segmentación, la flexibilidad y la conciencia y preocupación ambiental se han posicionado como condicionantes del desarrollo turístico. Para ellos todos estos elementos se agrupan en cuatro grandes fuerzas (Mazaro & Varzin, 2008):

- Consumidores.
- Tecnología.
- Producción.
- Gestión.

Poon (1993), sugiere generar un turismo responsable a través de promover el cuidado del medio ambiente, generando distintos núcleos de preservación medioambiental.

Ella recomienda que los destinos turísticos que aspiran a ser competitivos sigan estos cuatro puntos (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011):

1. Situar el medio ambiente en el que se desenvuelven y su cuidado como la principal prioridad.
2. Hacer del turismo un sector líder.
3. Fortalecer los canales de distribución en el mercado.
4. Desarrollar un sector privado dinámico.

Otros autores como Mihalic (2000) establece que a través de los esfuerzos por minimizar el impacto ambiental y poner en práctica estrategias de marketing que promuevan las actividades que pueden realizarse en entornos naturales, un destino turístico puede aumentar su competitividad. Por lo anterior, evalúa la gestión ambiental como instrumento de competitividad y la clasifica de la siguiente manera (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011):

- Gestión por códigos de conductas.
- Gestión por el desarrollo de buenas prácticas ambientales.
- Gestión por las certificaciones o las mejores prácticas y por los sistemas de acreditación.

Por su parte Huybers y Benett (2003) reconocen que a gestión ambiental puede aumentar la competitividad y la demanda de un destino turístico pero que eso implica costos, debido a que hay empresas que con su actividad impactan negativamente en el entorno y esto hace que se inviertan recursos en el saneamiento del medio ambiente, ya que los visitantes buscan un entorno con calidad medioambiental, lo que al final fortalecerá al destino.

Basándose en este modelo Hu y Wall (2005) reconocen que la gestión medioambiental implica costos pero que hay ciertas prácticas que pueden ayudar a reducirlos. Por ejemplo, enfatizan que aplicar iniciativas ambientales sostenibles y mantener una buena relación con las autoridades y habitantes de la localidad producen un aumento en la demanda.

En 2007 Mazaro presentó su propuesta a la que llamó *Comp&tenible Model*, modelo que pretende conocer y evaluar qué acciones competitivas implementan los destinos turístico que ayuden a un desarrollo sostenible.

En palabras de la autora: *“permite una evaluación eficaz, segura y suficientemente amplia de la situación de un destino turístico desde el punto de vista de la sostenibilidad y de su capacidad competitiva, a la vez que permite la comparación entre destinos turísticos que compiten en un mismo segmento de la demanda turística”*.

A grandes rasgos, los modelos y aportaciones anteriormente planteados son conceptuales y descriptivos, a pesar de que algunos factores son difíciles de aplicar al ser generales y carecer de indicadores.

Lo que queda claro es que para los autores la competitividad y la sostenibilidad son considerados como aspectos complementarios e interrelacionados entre sí y que por lo tanto, si ha de analizarse el desarrollo competitivo de los destinos turísticos deben considerarse ambos.

5.5.8 Estudios Empíricos de la Competitividad Turística

Estudio de la Competitividad Turística de Turquía: Kozak y Rimmington:

En 1999 Kozak y Rimmington se proponen hacer un análisis de la competitividad turística de Turquía a través de la siguiente metodología:

Cuadro 18: Análisis de la Competitividad Turística de Turquía

Autores	Año	Objeto de estudio	Metodología	Información extraída de la encuesta
Kozak y Rimmington	1999	Turquía	Encuestas aplicadas a turistas británicos que visitaron el país en el verano de 1998	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil de los turistas • Otros destinos que visitaron desde 1995 • Atributos que motivaron su visita • La posición de Turquía frente a sus competidores • Satisfacción de los turistas con respecto a los atributos planteados • Motivos de decepción más importantes con respecto a los países competidores.

Fuente: Elaboración propia con base en Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco (2011).

A partir de la información recabada a través de las encuestas concluyen que los competidores directos de Turquía son los destinos del Mediterráneo y que los factores valorados más positivamente frente a sus competidores fueron: la hospitalidad, la relación calidad-precio, el tiempo, la seguridad y la protección, e transporte y el medioambiente.

Críticas al Modelo (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011):

Por medio de este estudio no se pueden conocer las variables determinantes de la competitividad, ya que al resultado al que se llega es qué factores satisfacen más que en otros destinos a los turistas ingleses. Además, las encuestas solo se realizaron en Turquía y desde la perspectiva de la demanda.

Estudio de la Competitividad Turística de Hong Kong: Enright y Newton:

Desde la perspectiva de la oferta, está el estudio de la competitividad de los destinos turísticos que hicieron Enright y Newton (2004).

Lo primero que hacen es investigar la importancia que tienen los factores atractores y empresariales en la competitividad del turismo urbano en el área de Asia-Pacífico. Después aplican encuestas a profesionales del sector turístico de Hong Kong y comparan esta ciudad con sus principales competidores para estimar una competitividad relativa. Para hacerlo, los autores utilizan la parrilla IPA, un método de análisis frecuente en las investigaciones de destinos turísticos (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

Esta herramienta permite identificar los factores clave del destino representados en cuatro cuadrantes (Enright y Newton, 2004):

- a) Cuadrante I: Representa aquellos elementos importantes para la competitividad en los que Hong Kong se encuentra mejor posicionado que sus competidores y por lo tanto debe mantenerse en la misma dirección.
- b) Cuadrante II: Contempla los elementos considerados como “esfuerzos inútiles”, ya que el destino posee una buena posición relativa, pero no implica factores importantes para la competitividad.
- c) Cuadrante III: Aquí se incluyen aquellos elementos que no poseen una buena posición pero al mismo tiempo no son determinantes de la competitividad del destino.
- d) Cuadrante IV: Está compuesto por los atributos en los que debe de trabajar el destino, ya que se trata de elementos determinantes de su competitividad y no tiene una buena posición relativa.

El estudio determina quiénes son los competidores en el turismo urbano de la región Asia-Pacífico y propone una clasificación de la importancia de los factores atractivos y los relacionados con la empresa en el turismo de la región. Con él, los autores pretenden aportar un análisis cuantitativo y una metodología empírica que sea capaz de proporcionar una base para la gestión y las decisiones políticas en el sector turístico (Enright y Newton, 2004).

Estudio de la Competitividad Turística en Corea y Australia

En 2003 Dwyer y Kim pusieron en práctica su modelo tomando como referencia para realizar las comparaciones entre los destinos turísticos a los siguientes países: Hong Kong, Malasia, Tailandia, Japón, Taiwán, China, Singapur, Indonesia y Nueva Zelanda. Su objetivo era conocer las variables que habían llevado a estos países a alcanzar el éxito como destinos turísticos y mejorar el flujo entre ellos (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

Para realizar el estudio, seleccionan a Australia como país base y lo comparan contra 9 destinos a través del factor precio. De esta forma, comparan los precios de un conjunto de bienes y servicios turísticos en una amplia gama de destinos competidores a través del desarrollo de los índices de competitividad de los precios internacionales (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

Los siguientes son los principales resultados obtenidos del estudio (Ahidé, 2005):

Cuadro 19: Principales Resultados del Estudio

PAIS	FACTORES					
	Recursos Heredados	Recursos Creados	Recursos de Apoyo	Condiciones Situacionales	Gestión del Destino	Condiciones de la Demanda
Australia	Sanidad Parques Paisaje Flora y fauna Naturaleza.	Actividades deportivas, de naturaleza y aventura	Telecomunicaciones, sistema financiero, calidad de los servicios	Seguridad, valor destino	Importancia del turismo sostenible, capacitación a las necesidades del turista, reputación de la organización de promoción turística	Buena imagen general
Corea	Arte Sitios históricos Arquitectura	Cocina, compras vida nocturna y eficiencia en los aeropuertos	Telecomunicaciones, sistema financiero, calidad de los servicios	Seguridad, compras, TICS, comercio electrónico	Importancia del turismo sostenible, capacitación a las necesidades del turista, reputación de la organización de promoción turística	Buena imagen general. Ajuste entre productos turísticos. Preferencias de los consumidores

Fuente: Elaboración propia con base en Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco (2011).

Algunos resultados negativos del estudio importantes de resaltar son los siguientes (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011):

Australia: Distancias a lugares de origen y acceso a capital de riesgo.

Corea: Acceso a servicios de salud y acceso a capital de riesgo.

Críticas al Estudio:

De acuerdo con (Garau, 2006), el estudio se limita exclusivamente al análisis de la competitividad en base al precio a pagar y no se consideran otros factores importantes en la competitividad de un destino como la gestión medioambiental o la sustentabilidad.

Estudio de la Competitividad Turística de los Municipios Extremeños Españoles

Por su parte, los investigadores Sánchez y Fajardo (2004), proponen para medir la competitividad de 45 municipios extremeños españoles una metodología basada en la Teoría de Respuesta al Ítem.

De esta manera, seleccionaron 12 indicadores de competitividad turística con la finalidad de analizar cuáles de ellos eran los responsables de la competitividad de dichos municipios y así poderlos clasificar en un ranking.

Para los autores esta teoría y el modelo logístico de dos parámetros es una técnica que permite establecer un ranking de competitividad de los municipios y conocer cuáles son los factores diferenciales en la competitividad de los destinos (Sánchez & Fajardo, 2004).

Críticas al modelo:

Los mismos autores señalan como ventaja de emplear el modelo logístico de dos parámetros el hecho de que *“propone una metodología para el análisis estadístico de los indicadores dicotómicos de competitividad, diferencia los indicadores según su dificultad; determina si grado de discriminación y permite medir el valor latente de competitividad de los destinos turísticos”* (Sánchez & Fajardo, 2004)

Por otra parte, consideran que el principal inconveniente es que no se trata estrictamente de un modelo de competitividad turística y que además, no considera indicadores de competitividad cuantitativos (Sánchez & Fajardo, 2004).

Por último Garau en 2006 propuso dos índices para analizar la competitividad de los destinos (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011):

- a) Índice de Competitividad de la Demanda (ICDT).**
- b) Índice de Competitividad de la Industria Turística (ICIT).**

El ICDT, lo realizó a través de encuestas que aplicó a turistas europeos en los cinco principales destinos del Mediterráneo: Península Española, Canarias, Islas Baleares, Francia e Italia.

El autor explica que utilizando la parrilla IPA logró plasmar la relevancia y posición de cada variable y destino.

Este estudio mide la competitividad desde el punto de vista de la demanda, ya que el cálculo permite al autor concluir que las Baleares son el líder desde la perspectiva de la demanda turística y logra detectar que los factores que atraen a los turistas son: el clima, el paisaje, la limpieza, la higiene y las playas, mientras que los factores que fueron los peor considerados destacan: las facilidades para mayores y niños, atracciones, relación con otros turistas y el ambiente nocturno (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011)

5.5.9 Conclusiones de la Revisión de las Distintas Metodologías Empleadas para la Medición de la Competitividad Turística

Después de analizar las distintas técnicas empleadas hasta el momento para explicar y medir la competitividad de los destinos turísticos, se concluye que actualmente ninguno de estos modelos es aplicado preferentemente para estudios relacionados a esta temática (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011).

De esta forma, se han detectado puntualmente las principales limitantes de los modelos anteriormente expuestos (Diéguez, Gueimonde, Sinde, & Blanco, 2011):

Los modelos conceptuales exponen una cantidad elevada de factores determinantes de la competitividad, pero no los jerarquizan ni los ponderan en función a su relevancia, como es el caso de los modelos de Crouch y Ritchie y el de Dwyer y Kim.

Algunos modelos teóricos carecen de indicadores que nos permitan medir las distintas variables que presentan. En la práctica, muchos de los factores considerados como esenciales para la competitividad de los destinos no pueden utilizarse debido a la falta de información útil para compararlos y por otra parte algunos factores son abstractos o intangibles lo que dificulta su medición cuantitativa.

Por una parte la medición de la competitividad turística está condicionada por los indicadores que se utilizan y por el otro lado no existe unanimidad en los indicadores que deben emplearse para cuantificarla.

Los resultados obtenidos del modelo de Gooroochum y Sugiyarto no concuerdan con la realidad de los destinos, ya que ninguno de los países que resultaron competitivos según este índice figura en la lista de los países más visitados del mundo. De igual forma, la ponderación que se les otorga a los indicadores es cuestionable al poner a la tecnología como el de mayor peso y considerar el factor medioambiental como de menor importancia.

Por su parte, las contribuciones empíricas de Enright y Newton en 2004 y de Kozak y Rimmington en 1999, solo permiten comparar la competitividad de un destino frente a otros competidores al mismo tiempo, lo que imposibilita crear un ranking de competitividad de los destinos, pues en algunos casos los datos son tomados solamente en el país objeto de estudio y no en el de sus competidores.

Todas las mediciones son incompletas porque solo abordan una perspectiva, ya sea desde la óptica de la oferta con el modelo de Enright y Newton o de la demanda con el modelo de Kozak y Rimmington, en ambos casos se pierde información esencial. Lo mismo ocurre con estudios empíricos como el de Dwyer y Kim que analizan la competitividad desde un enfoque concreto que es la perspectiva del precio a pagar, sin considerar otros factores clave para la competitividad de un destino turístico como lo son sus recursos.

De acuerdo con Flores y Barroso (2009), *“todos los factores propuestos en los modelos analizados se encuentran interrelacionados, de forma que la competitividad de los destinos va a venir dada por las sinergias que se establecen entre los mismos y no por la simple sumatoria de los valores que toman cada uno de los factores considerados, lo cual nos lleva a entender la competitividad como un concepto sistémico”*.

Por lo tanto, un modelo que pretenda medir la competitividad de los destinos turísticos debe contener factores de la oferta y la demanda, así como precios y factores endógenos y exógenos de su entorno, para que sea lo más completo posible y los resultados coincidan con la realidad estudiada.

5.6 La Propuesta Metodológica para Medir la Competitividad Turística de Nazmi Kozak y Hale Kayar

Evaluando las diversas metodologías que se han utilizado a nivel internacional para medir la competitividad turística de países y destinos, el Dr. Nazmi Kozak y la Dra. Hale Kayar de la Facultad de Turismo de la Universidad de Anatolia, tomaron como punto de partida las principales limitaciones y debilidades de éstos y generaron una propuesta que permitiera tener una visión integral de la realidad del destino turístico, evaluando los principales factores que la integran. Con base a esto, deciden utilizar como variables para su modelo las mismas 14 que analiza el World Economic Forum en su Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo que abarca distintas áreas clave de un destino como las regulaciones y participación del gobierno, las facilidades para hacer negocios, su sistema de salud e higiene, la seguridad y estabilidad, sus diversas infraestructuras y los recursos culturales y naturales que posee. Tomando en cuenta estas variables, es fácil detectar cuáles son sus debilidades y áreas de oportunidad.

Para tal efecto utilizan dos análisis multivariantes, primeramente un análisis de clústeres que les permite agrupar a los países de Europa y Turquía de acuerdo a los puntajes obtenidos en las 14 variables del Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo y posteriormente realizan un análisis de escalamiento multidimensional que indica las distancias que existen entre los países y que simbolizan las similitudes que tienen entre ellos, además de ayudar a identificar las variables que inciden directamente en la competitividad turística de los países.

De esta manera, a través de datos secundarios se pueden identificar las áreas de oportunidad y las debilidades de los países para poder proporcionar información útil para la toma de decisiones en el caso de los empresarios de la industria turística y también para generar estrategias e inversión en la infraestructura en el caso de los gobiernos.

La mayor ventaja que posee es que a diferencia de otros modelos, al basarse en las 14 variables del WEF y sus indicadores, no es necesario aplicar encuestas para obtener la información o complementarla. Por lo tanto, se trata de un modelo totalmente cuantitativo que genera un índice a partir de las variables mencionadas.

En consecuencia, al comprobarse que es un modelo exitoso para llevar a cabo el análisis comparativo de la competitividad turística entre países e identificar las variables que inciden en la misma, se ha decidido hacer uso de esta metodología.

CAPÍTULO VI.

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

A través de la revisión de literatura presentada en el capítulo anterior, se puede constatar que los investigadores han aplicado diversas metodologías para medir la competitividad turística, además de haber expuesto distintos enfoques de una misma realidad. Algunos de ellos han hecho uso de técnicas cuantitativas, otros han empleado técnicas cualitativas y también están los que han intentado hacer una combinación de ambas. Sin embargo, al intentar hacer el comparativo entre varios países el investigador se enfrenta a diversas limitantes como la falta del recurso económico, la insuficiencia de tiempo y dificultades para obtener cierta información.

Por lo tanto, en este capítulo se describe cómo con base al método científico hipotético-deductivo y al uso de una metodología cuantitativa se llevará a cabo el comparativo entre 20 de los países de APEC y se determinará si México es competitivo en la industria turística de la región o no.

6.1 Antecedentes

La actividad turística en la actualidad es para muchos países de vital importancia, pues la reconocen como su principal fuente de desarrollo.

De acuerdo con D'Hausterre (2000), la competitividad turística de un destino es la habilidad que tiene el mismo para mantener su posición en el mercado y mejorar a través del tiempo. Es así que el concepto de competitividad turística se basa en demasiados elementos que a su vez tienen lugar a nivel micro y macro del entorno en el que se desenvuelven (Kayar & Kozak, 2008).

Por lo tanto, un análisis comparativo de los factores de la competitividad turística entre los países, ofrece información útil para la toma de decisiones y para aquellos gobiernos que deseen mejorar su infraestructura turística.

Además, el conocer exactamente qué variables son las más efectivas a la hora de determinar la competitividad turística de un país, ayuda a identificar sus fortalezas y amenazas, y con ello a incrementar la llegada de turistas y su desarrollo (Bahar & Kozak, 2005).

Debido a esto, la presente investigación pretende dar seguimiento al trabajo “*Measuring Destination Competitiveness: An Application of Travel and Tourism Competitiveness Index*” publicado en 2008 por el Dr. Nazmi Kozak y la Dra. Hale Kayar en el que proponen un método cuantitativo que identifica las fortalezas y debilidades de los países en su desempeño de la actividad turística. En el mismo, exponen cómo la cuota de mercado turístico ha ido decreciendo gradualmente en los países miembros de la Unión Europea dando pie a que emerjan nuevos destinos turísticos. Por lo tanto, sugieren que los nuevos estudios deben centrarse en el Sudeste Asiático y en la región del Pacífico, como es el caso de esta investigación.

6.2 Tipo de Investigación

La aplicación del método científico depende en gran medida del asunto que se pretende investigar, lo que explica la multiplicidad de técnicas y la relativa independencia de ciertos sectores de la ciencia, dejando claro que el método no es infalible para encontrar la verdad y que solo provee una serie de prescripciones perfectibles que nos ayudan al planteamiento de observaciones y experimentos, el planteamiento de los problemas y la interpretación de los resultados (Bunge, 2005).

No existe un solo método y dependerá del objeto de estudio del que se trate y del criterio y enfoque del investigador si se emplea solo uno o bien una combinación de distintas metodologías y herramientas (Feyerabend, 1975).

A través del tiempo, distintos estudiosos han definido el método científico y han elaborado clasificaciones acerca de los tipos de investigación. Existe una multiplicidad de métodos y técnicas, que no de metodologías, que se utilizan en la producción de conocimiento, de suerte que bien podríamos expresar que dependiendo del tipo de investigación es el tipo de método o métodos a seguir. Según el área del conocimiento es el tipo de método que se utiliza y, no es sólo un método sino que son conjuntos de métodos o técnicas que se conjugan para llegar al producto deseado (Navarro, 2011).

De esta manera, el método científico puede definirse como un conjunto de pasos que se siguen en la generación de conocimiento objetivo, avalado por una serie de reglas rigurosas que no den lugar a dudas, que ese conocimiento se pueda justificar teórica y empíricamente, es decir, que el conocimiento es verdadero (Navarro, 2011).

Históricamente en la investigación científica han predominado tres métodos científicos básicos: a) el baconiano, que postula el desarrollo de la inducción, b) el galileano, que postula la experimentación y el c) el cartesiano, que postula la duda fundamentada en el análisis y la síntesis de los problemas. Sin embargo, actualmente dada la diversidad de escuelas y paradigmas investigativos, estos métodos se han complementado y es frecuente reconocer entre otros, métodos como los siguientes: Método deductivo, método inductivo, método inductivo-deductivo, método hipotético deductivo, método analítico,

método sintético, método analítico-sintético, método histórico-comparativo y método dialéctico (Navarro, 2011).

La presente investigación se llevará a cabo a través del denominado método “hipotético-deductivo”, que es el camino lógico para buscar soluciones a los problemas que nos planteamos.

El método “*hipotético-deductivo*” consiste en elaborar hipótesis acerca de las que serían las posibles soluciones del problema planteado, para posteriormente comprobarlas a partir de los datos disponibles (Cegarra, 2011).

Por lo tanto, a través de la metodología que se describirá, se pretende comprobar las hipótesis planteadas.

6.3 Metodología

El método científico no consiste sólo en seguir una serie de pasos. Se necesita hacerlo con todo rigor, apoyarse en máximas heurísticas y apegarse estrictamente a las reglas metodológicas (Navarro, 2011).

Para medir la competitividad turística de México en APEC, la presente investigación basará sus análisis en datos secundarios obtenidos del reporte publicado por el World Economic Forum: “*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*”.

Este reporte contiene un índice que muestra la puntuación obtenida en materia de competitividad turística evaluando 14 factores de 140 países.

El análisis de los datos se realizará a través de dos pasos. Primeramente se llevará a cabo un Análisis de Clústeres, mediante el cual se agruparan los países miembros de APEC y posteriormente se aplicará un análisis de Escalamiento Multidimensional para identificar los factores que determinan la competitividad turística de los países objeto de estudio.

Por medio del análisis de clústeres se pretende integrar a los 20 países del universo de estudio en distintos grupos que se formarán de acuerdo a sus similitudes. Posteriormente, haciendo uso de estos grupos se llevará a cabo el segundo análisis que ayudará a detectar dimensiones subyacentes y conocer cuáles de ellas son las que tienen mayor incidencia en la competitividad turística de los países de APEC.

Análisis Multivariantes

La accesibilidad a los equipos de cómputo y su desarrollo tecnológico, han permitido capturar y procesar grandes bancos de datos y han promovido y extendido la utilización de los análisis multivariantes en muchas disciplinas.

El análisis de datos multivariantes tiene por objeto el estudio estadístico de diversas variables medidas en elementos de una población a través de los siguientes procesos (Peña, 2002):

1. Resumir el conjunto de variables en unas pocas nuevas variables, construidas como transformaciones de las originales, con la mínima pérdida de información.
2. Encontrar grupos en los datos si existen.
3. Clasificar nuevas observaciones en grupos definidos.
4. Relacionar dos conjuntos de variables

La descripción de una realidad compleja donde existen muchas variables se simplifica mediante la construcción de uno o varios Índices o indicadores que la resumen.

Disponer de estos indicadores tiene varias ventajas (Peña, 2002):

1. Si son pocos se pueden representar gráficamente y comparar distintos conjuntos de datos o instantes en el tiempo
2. Simplifican el análisis al permitir trabajar con un número menor de variables
3. Si las variables indicadoras pueden interpretarse, se puede mejorar el conocimiento de la realidad estudiada.

El análisis multivariante de datos proporciona métodos objetivos para conocer cuántas variables indicadoras, que a veces se denominan factores, son necesarias para describir una realidad compleja y determinar su estructura. Los datos de partida para un análisis multivariante están habitualmente en una tabla de dos o más dimensiones y para trabajar con ellos es muy conveniente considerar la tabla como una o varias matrices (Peña, 2002).

El análisis multivariante puede plantearse en dos niveles. El primero tiene como objetivo utilizar solo los datos disponibles y extraer la información que contienen. Los métodos encaminados a este objetivo son conocidos como métodos de exploración de datos. En el segundo nivel, ya más avanzado, ya se ha generado conocimiento sobre el problema que va más allá del análisis particular de los datos disponibles al pretender obtener conclusiones sobre la población que ha generado los datos a partir de la construcción de un modelo que lo explique y permita ver los datos futuros. Los métodos encaminados a este objetivo se conocen como métodos de inferencia (Peña, 2002).

El Concepto de Proximidades y Distancias en las Técnicas Multivariantes

Se conoce como proximidades a un conjunto de medidas que indican si dos o más elementos son cercanos o lejanos según una o más variables. Las similitudes y las distancias se calculan según el valor de una o más variables (Álvarez, 1995).

Las similitudes miden la proximidad entre casos respecto a algún parámetro predeterminado. Tienen el máximo valor si los elementos son cercanos y disminuyen si son lejanos. En estadística las principales medidas de similitud utilizadas son: Coseno de dos vectores y el Coeficiente de Correlación de Pearson (Álvarez, 1995).

Para entender mejor el concepto de distancia, la Real Academia de la Lengua Española la define como la longitud del segmento de recta comprendido entre dos puntos del espacio.

En el caso de las técnicas multivariantes, la distancia mide la proximidad entre casos o grupos de casos. Una de las distancias más utilizadas es la euclídea cuyos valores se calculan con la siguiente expresión (Universidad de Valencia, 2014):

$$d(i,j) = (W_i - W_j)' (W_i - W_j)$$

Aunque es la distancia más utilizada, tiene el inconveniente de depender de las unidades de medida de las variables. Por ejemplo la estatura de una persona y su peso están expresados en distintas unidades. La distancia euclídea depende mucho de las unidades de medida, y cuando no existe una unidad fija natural, como en este ejemplo, no está justificado utilizarla (Peña, 2002).

El segundo inconveniente no se deriva directamente de la utilización de este tipo de distancia, sino de la naturaleza de las variables. Si las variables utilizadas están correlacionadas, estas variables nos darán una información, en gran medida redundante. Parte de las diferencias entre los valores individuales de algunas variables podrían explicarse por las diferencias en otras variables. Como consecuencia de ello la distancia euclídea inflará la disimilitud o divergencia entre los individuos. La distancia euclídea será, en consecuencia, recomendable cuando las variables sean homogéneas y estén medidas en unidades similares y/o cuando se desconozca la matriz de varianzas (Universidad de Valencia, 2014).

6.3.1 Análisis de Clusters

Los procedimientos exploratorios son a menudo útiles para entender la naturaleza compleja de las relaciones multivariantes. Realizar la búsqueda de datos para encontrar una estructura de agrupamientos “naturales” es una importante técnica exploratoria que nos permite identificar con facilidad valores atípicos y generar hipótesis interesantes acerca de la relación que existe entre las variables (Johnson & Wichern, 2007).

Un clúster se define como un grupo de observaciones o casos relativamente homogéneos (Burns & Robert, 2008).

El análisis de clusters parte de una extensa cantidad de datos y nos ayuda a clasificarlos formando grupos que nos facilitarán su manipulación y análisis. En este análisis no hay conocimiento previo acerca de qué elementos pertenecen a qué grupos. La agrupación o agrupaciones se definen a través de un análisis de los datos. Posteriormente los grupos pueden ser utilizados para llevar a cabo análisis multivariantes. A diferencia de otros análisis como el discriminante, el análisis de clusters crea nuevas agrupaciones sin ninguna noción preconcebida de los grupos que pueden surgir. Así, cada grupo se describe a sí mismo en base a los datos recopilados. Por lo tanto, en algunos casos los elementos de cada grupo son similares en algunos aspectos y muy diferentes a otros grupos (Burns & Robert, 2008).

Por lo tanto, el Análisis de Clusters se define como el método estadístico para dividir una muestra en clases homogéneas para generar una clasificación operacional (Burns & Robert, 2008).

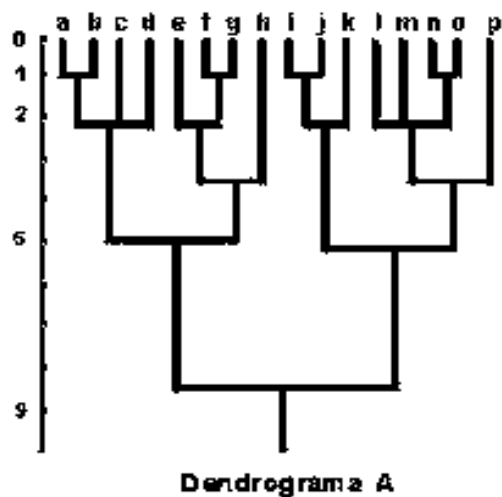
En la actualidad existen distintas herramientas y programas estadísticos que ayudan a realizar el análisis de clusters. Sin embargo, para esta investigación los análisis se llevarán a cabo en el software SPSS versión 20.0.0.

Dado que se desconoce la cantidad de clusters con los que se estará trabajando desde un principio, la técnica del análisis se inicia con una secuencia que consta de dos pasos (Burns & Robert, 2008):

1. Análisis Jerárquico: Haciendo uso del software SPSS primeramente se selecciona el método “Ward”, aplicando la distancia euclidiana al cuadrado. Este procedimiento ayuda a determinar el número óptimo de grupos con los que se estará trabajando.
2. El siguiente paso es volver a ejecutar el análisis jerárquico con un número determinado de grupos, lo que permite asignar todos los casos en la muestra a un grupo determinado.

El análisis jerárquico parte del conglomerado de datos y considera a cada uno de ellos como un clúster, por lo tanto hay tantos casos como grupos. Posteriormente, por medio de un algoritmo, el programa SPSS combina los grupos secuencialmente, reduciéndolos hasta que solo queda un solo grupo. Durante este proceso el programa calcula la distancia existente entre los puntos de datos o sus diferencias para formar los grupos. Los resultados se ven reflejados en un *dendograma* que representa los grupos y la distancia que existe entre ellos como se aprecia en el siguiente ejemplo (Universidad de Valencia, 2014):

Gráfico 7: Ejemplo de Dendograma



Fuente: Universidad de Valencia (2014).

El gráfico anterior se denomina dendograma y representa en forma de árbol lógico el proceso de formación de grupos. De igual manera, también indica la distancia a la que se ha producido la unión (Universidad de Valencia, 2014).

En este ejemplo las letras representan las variables que han sido agrupadas en clusters y en el lado izquierdo los números indican la distancia que existe entre cada uno de ellos. Por lo tanto, partiendo de la imagen, se puede decir que en este ejemplo existen dos grandes clusters, el primero formado por las letras (a,b,c,d,e,f,g y h) y el segundo por (i, j, k, l, m, n, y p).

Haciendo uso del SPSS para hacer el análisis de clusters, el objetivo principal que buscará el algoritmo del programa será unir objetos hasta formar un gran grupo a partir de la medición de la distancia que existe entre ellos o sus similitudes (Burns & Robert, 2008).

Para medir las distancias existen diversos métodos, en este caso se hará uso de la distancia Euclídea¹ al cuadrado que es la más aceptada y utilizada para este fin al ser considerada una extensión del Teorema de Pitágoras². La distancia suele ser calculada a partir de datos en bruto en lugar de estandarizados. Una vez decidido cómo se medirán las distancias entre clústeres, se procede a elegir el algoritmo de aglomeramiento a utilizar. En este caso se hará uso de dos:

a) Método de Ward

La característica de este método es que se enfoca en la aproximación del análisis de la varianza para evaluar la distancia existente entre los clusters. Este método se basa en el cálculo de la suma total de las desviaciones al cuadrado con respecto a la media del clúster (Burns & Robert, 2008).

La propuesta de Ward surge a partir de la pérdida de información que se produce al integrar los distintos individuos en clusters y para remediarlo propuso medirlos a través de la suma total de los cuadrados de las desviaciones de cada punto (individuo) y la media del clúster en el que se integra. Una investigación llevada a cabo por Kuiper y Fisher probó que este método era capaz de acertar mejor con la clasificación óptima que otros métodos -mínimo, máximo, media y centroide- (Universidad de Valencia, 2013).

b) Método K-Means

A diferencia del aglomeramiento jerárquico o el método Ward que se utilizan cuando se desconoce el número de clusters con los que se estará trabajando, este método es empleado cuando ya se tiene una hipótesis del número de grupos con los que se llevará a cabo el análisis. De esta manera al ingresar en el software el número de clusters con los que deseamos trabajar, el algoritmo K-Means dará como resultado el número de grupos deseado que contiene los elementos más similares entre sí. Así, el algoritmo dividirá el conjunto en “k” grupos en donde cada observación pertenece al grupo más cercano a la media (Burns & Robert, 2008).

Uno de los grandes retos a los que se enfrenta un investigador al hacer uso del análisis de clusters es determinar la cantidad de grupos con los que se estará trabajando, ya que si bien los programas estadísticos facilitan la tarea, al final será el criterio del investigador y el objetivo de dicha investigación los que ayudarán a determinar el número exacto de clusters.

¹ La distancia euclídea considera que la distancia más corta entre dos puntos es la recta que los une; se utiliza en problemas de localización de zonas rurales y urbanas de trazo irregular (como es el caso de la mayoría de las ciudades de México) (ITESCAM, 2013).

² El teorema fue descubierto hace 2500 años por el matemático griego Pitágoras. Su teoría demostró que el cuadrado de la hipotenusa en los triángulos rectángulos, es igual a la suma de los cuadrados de los catetos (Kendall Hunt, 2013).

6.3.2 Análisis de Escalamiento Multidimensional

6.3.2.1 Orígenes del Escalamiento Multidimensional

Los orígenes de este análisis se remiten al campo de la psicología cuando en el siglo XX los estudiosos intentaban explicar la relación que existía entre la intensidad física de ciertos estímulos con su intensidad subjetiva (Guerrero & Ramírez, 2009).

La historia de las técnicas de Escalamiento Multidimensional comienza en 1952 con el trabajo de Torgerson, quien acuñó el término. Posteriormente, en 1962 Shepard presentó una formulación bastante precisa con la que demostró empíricamente que conociendo la ordenación de las distancias entre puntos se podría encontrar una configuración de puntos en un espacio euclidiano de baja dimensión cuyas interdistancias euclidianas reproducirían prácticamente la ordenación original. En los años 60, Kruskal retomaría el trabajo de Shepard y lo refinaría para que otros autores como Lingoes y Guttman lo desarrollaran. Los autores anteriormente mencionados proponen técnicas que abordan el problema de construir distancias métricas transformando adecuadamente las disimilitudes, conocidas actualmente con el nombre de escalamiento multidimensional no métrico (Linares, 2001).

En las décadas de los 80 y 90 los estudiosos continuaron con la búsqueda de algoritmos que lograran alcanzar una configuración final de puntos cuyas distancias fueran lo “más cercanas posibles” a las disimilitudes apreciadas. Entonces en 1996 Gower propuso el método de Análisis de Coordenadas Principales que evita resolver los procesos iterativos de las técnicas no métricas, por lo que se le considera como un método métrico de escalamiento multidimensional (Linares, 2001).

6.3.2.2 Concepto de Escalamiento Multidimensional

Se le conoce como Escalamiento Multidimensional a una serie de técnicas que ayudan al investigador a identificar elementos clave a partir de los datos que se han recolectado, ayudando a determinar cuántas dimensiones deben utilizarse dependiendo de la situación de la que se trate, la importancia relativa que tiene cada una de ellas y cómo los objetos son relacionados perceptualmente. De esta forma, el objetivo principal del escalamiento multidimensional es transformar las variables en distancias que puedan ser representadas en un espacio multidimensional (Terry College of Business, 2013).

El Escalamiento Multidimensional (EMD) es una técnica de representación espacial que permite visualizar sobre un mapa un conjunto de estímulos cuyo posicionamiento relativo se desea analizar. Es decir, es un procedimiento sencillo para dibujar mapas en los que son representados en forma de puntos un conjunto de objetos (destinos turísticos, marcas, candidatos políticos, empresas, etc.), de tal manera que entre más cercanos los objetos en el mapa significa que son percibidos de manera similar, en tanto que su alejamiento indica que tienen poco en común (Vila, 2000).

El EMD se basa en la comparación de objetos o estímulos de tal manera que si un individuo juzga a los objetos A y B como los más parecidos, entonces las técnicas del EMD colocarán a dichos objetos en el gráfico de tal forma que la distancia entre ellos sea más reducida que la que exista entre cualquier otro par de objetos (Guerrero & Ramírez, 2009).

Por lo tanto, el Escalado Multidimensional o Análisis de Proximidades se puede definir como una técnica de análisis multivariante que permitirá apreciar gráficamente el grado de semejanza de un conjunto de individuos u objetos. La representación gráfica resultante facilitará la visibilidad de posibles grupos de individuos u objetos que serían difícilmente imaginables a la luz de los datos disponibles (Guerrero & Ramírez, 2009).

En las técnicas de escalamiento multidimensional se parte de dos requisitos: el primero trata con los conceptos de objeto-estímulo y de similaridad-disimilaridad-distancia y el segundo requisito se refiere al procedimiento a seguir para obtener una configuración de puntos que refleje las similitudes percibidas u observadas. Los términos objeto y estímulo se usan de manera intercambiable. Realmente un objeto es simplemente una cosa, un individuo o un evento, mientras que estímulo se refiere al objeto percibido, o sea, a la percepción del objeto (Linares, 2001).

El Escalamiento Multidimensional parte de una matriz “*D*” cuadrada $n \times n$ de distancias o disimilaridades entre n elementos de un conjunto. Se entiende como matriz cuadrada aquella que tiene el mismo número de filas y columnas (Peña, 2002).

Esta matriz puede representar por ejemplo las similitudes o distancias entre n productos fabricados por una empresa, las distancias percibidas entre n candidatos políticos, las diferencias entre n preguntas de un cuestionario o las distancias o similitudes entre n sectores industriales. Dichas distancias pueden obtenerse a través de ciertas variables o bien pueden ser resultado de una estimación directa como un sondeo (Peña, 2002).

Entonces, el objetivo que se persigue es representar esta matriz mediante un conjunto de variables donde $p < n$, de tal manera que las distancias euclídeas entre las coordenadas de los elementos respecto a estas variables sean iguales (o lo más próximas posibles) a las distancias o disimilaridades de la matriz original. Por lo tanto, a partir de la matriz *D* se pretende obtener una matriz *X*, de dimensiones $n \times p$, que pueda interpretarse como la matriz de p variables en los n individuos y donde la distancia euclídea entre los elementos reproduzca aproximadamente la matriz de distancias *D* inicial. Cuando $p > 2$, las variables pueden ser ordenadas de acuerdo a su importancia y suelen hacerse representaciones gráficas en dos y tres dimensiones para entender la estructura existente (Peña, 2002).

Cuando existen muchos elementos, la matriz de similitudes será grande y la representación por unas pocas variables de los elementos permitirá que se entienda su estructura: qué elementos tienen propiedades similares, si aparecen grupos entre elementos, si hay elementos atípicos, etc. Además, si es posible interpretar las variables, aumentará el conocimiento del problema (Peña, 2002).

Existen dos modelos básicos de escalamiento multidimensional que se describen a continuación:

- a) Modelo de Escalamiento Métrico.- Consiste en un método algebraico para encontrar la configuración de los puntos a partir de las disimilitudes entre los puntos. Es apropiado cuando dichas disimilitudes son distancias euclídeas, y es robusto aun en la situación en la que las distancias puedan ser distorsionadas por los errores (Rivera & Molero, 2010).

Este método también conocido como de “coordenadas principales”, se aplica cuando la matriz inicial es propiamente de distancias (Peña, 2002).

- b) Modelo de Escalamiento No Métrico.- Al igual que el escalado anterior, tiene como objetivo encontrar ‘n’ puntos cuyas distancias coincidan con las disimilitudes entre ‘n’ objetos o individuos. Es decir, se pretende representar los datos sin mucha distorsión en sólo dos o tres dimensiones. Pero la diferencia básica es que se usa solamente el rango de disimilitudes (Rivera & Molero, 2010).

Se aplica cuando la matriz es de similitudes (Peña, 2002).

Los métodos Métricos utilizan las diferencias entre similitudes, mientras que los No Métricos parten de que si A es más similar a B que a C, entonces A está más cerca de B que de C, pero las diferencias entre las similitudes AB y AC no tienen interpretación (Peña, 2002).

6.3.2.3 *El EMD y otros Análisis Multivariantes*

Los métodos multivariantes son los siguientes:

1. Componentes Principales.
2. Análisis Factorial.
3. Análisis Discriminante.
4. Análisis de Clúster o Conglomerados.
5. Correlaciones Canónicas.

El factor común entre todos ellos es que tienen como objetivo reducir la dimensión de los datos con la finalidad de encontrar y definir tendencias y grupos. Sin embargo, la gran diferencia entre estas técnicas radica en la matriz que se emplea para llevar a cabo el análisis, en donde para el caso de las tres primeras técnicas se utiliza una matriz de covarianza o de correlaciones y en las demás se trabaja con una matriz de distancias o disimilitudes (Rivera & Molero, 2010).

6.3.2.4 El Procedimiento del EMD

De manera general, el procedimiento para llevar a cabo el escalamiento multidimensional comprende los siguientes pasos:

El punto de partida es una matriz de disimilaridades entre objetos, de igual forma se define el número de dimensiones con la finalidad de obtener un gráfico de los objetos con una solución particular (Linares, 2001). Posteriormente se procede a (Rivera & Molero, 2010):

- a) Definir Objetivos.- Es muy importante definir claramente el o los objetivos que esperamos alcanzar tras la aplicación de esta técnica. En este caso, los objetivos vienen dados por el problema a resolver con ayuda de la información.
- b) Proceso.- Consiste en realizar el EMD con ayuda de cualquiera de los paquetes estadísticos existentes en el mercado, pues realizar el análisis sin este tipo de asistencia es casi imposible.
- c) Análisis de la Representación Gráfica Obtenida.- Si el objetivo planteado no era el más adecuado, encontraremos una nube de puntos bastante difusa, en la cual no podremos diferenciar nada. Si por el contrario, éstos son correctos, se apreciarán en la representación de manera bastante satisfactoria, grupos formados por los individuos u objetos que son más semejantes.

Posteriormente, a través de algún estadístico conveniente se mide la bondad de ajuste entre las distancias de la configuración y las disparidades. Existen diferentes definiciones de este estadístico, pero la mayoría surge de la definición del llamado Índice de Esfuerzo -en inglés: *STRESS*- (Linares, 2001).

El *STRESS1* es la fórmula introducida por Kruskal quien ofreció la siguiente guía para su interpretación (Linares, 2001):

Tabla 11: Stress 1 de Kruskal

Tamaño del Stress 1	Interpretación
0.2	Pobre
0.1	Regular
0.05	Bueno
0.025	Excelente
0.00	Perfecto

Fuente: Elaboración propia con base en Linares (2011).

Entre las ventajas de utilizar el EMD en comparación con otras técnicas multivariantes están las siguientes (Guerrero & Ramírez, 2009):

- Los datos en el EMD pueden estar medidos en cualquier escala, mientras que en el análisis factorial deben estar medidos en escala de razón o intervalo.
- El EMD proporciona soluciones para cada individuo, lo cual no es posible con el análisis factorial ni con el análisis clúster.
- En el EMD el investigador no necesita especificar cuáles son las variables a emplear en la comparación de objetos, algo que es fundamental en el análisis factorial y en el análisis de clústeres, con lo que se evita la influencia del investigador en el análisis.
- Las soluciones proporcionadas por EMD suelen ser de menor dimensionalidad que las proporcionadas por el análisis factorial (Schiffman, Reynolds y Young, 1981).
- En el EMD pueden ser interpretados directamente las distancias entre todos los puntos, mientras que en el análisis de correspondencias solamente pueden ser interpretadas directamente las distancias entre filas o bien entre columnas.

6.4 Elementos Clave para los Análisis

6.4.1 Objeto de Estudio:

Como consecuencia de la globalización, la tecnología de punta y las crisis económicas, actualmente la industria turística está expuesta a un constante cambio, ya que la cuota de mercado se va repartiendo con base a las preferencias del turista por determinados destinos, así como la oferta y demanda de los mismos que son afectados por elementos micro y macroeconómicos.

En la actualidad, Asia-Pacífico representa la región de mayor dinamismo comercial en el mundo y por ende representa un mercado importante para el turismo mundial. Es por eso que el objeto de esta investigación es estudiar los factores que inciden en la competitividad turística de los países miembros del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico, para después detectar los factores que tienen un mayor impacto en el desempeño de México en esta industria y analizar si es competitivo o no en la región.

6.4.2 Universo de Estudio

El Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico fue fundado en 1992 y está compuesto por 21 países que son muy diversos entre sí, originando que sea el universo de estudio de esta investigación dada la importancia económica de la región a nivel mundial y debido al surgimiento de nuevos destinos turísticos de gran demanda en los últimos años.

Debido a la ausencia de información, se ha decidido extraer a Papúa Nueva Guinea del universo de estudio, considerando para efectos de esta investigación los siguientes 20 países:

- | | |
|-------------------------------|--------------------|
| 1. Australia | 11. México |
| 2. Brunei Darussalam | 12. Nueva Zelanda |
| 3. Canadá | 13. Perú |
| 4. Chile | 14. Filipinas |
| 5. República Popular de China | 15. Rusia |
| 6. Hong Kong, China | 16. Singapur |
| 7. Indonesia | 17. Taiwán |
| 8. Japón | 18. Tailandia |
| 9. Corea del Sur | 19. Estados Unidos |
| 10. Malasia | 20. Vietnam |

6.4.3 Variables de Estudio

Las variables de estudio son las siguientes:

- a) **Variable dependiente:** La competitividad turística de México en la región APEC
- b) **Variables independientes:** Los 14 factores de la competitividad turística publicados en el reporte *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*".

Las 14 variables independientes y sus indicadores son los siguientes:

VARIABLES INDEPENDIENTES	INDICADORES
1. Políticas y Reglamentos	<ul style="list-style-type: none"> • La prevalencia de la propiedad extranjera • Derechos de propiedad • El impacto en los negocios de las reglas para las IED • Requerimientos para visa • La apertura para acuerdos bilaterales de servicios aéreos • La transparencia del gobierno para crear políticas • Tiempo necesario para iniciar un negocio • El costo que tiene iniciar un negocio • Índice de compromisos y restricciones del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) en materia de viajes y turismo.
2. Sustentabilidad Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • La rigurosidad de la normatividad ambiental • Cumplimiento de la normatividad ambiental • Sustentabilidad del desarrollo de la industria de viajes y turismo • Emisiones de dióxido de carbono • Concentración de materia en partículas • Especies amenazadas • Ratificación de los tratados ambientales
3. Protección y Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Costos de negocio del terrorismo • La fiabilidad de los servicios de la policía • Costos de negocio por crimen y violencia • Accidentes de tránsito
4. Salud e Higiene	<ul style="list-style-type: none"> • Densidad de médicos • Acceso a servicios de salud de calidad • Acceso al agua potable de mejor calidad • Número de camas de hospital
5. Participación y Eficiencia Gubernamental	<ul style="list-style-type: none"> • Prioridad que otorga el Gobierno a la industria de viajes y turismo • El gasto del Gobierno en la industria de viajes y turismo • Eficiencia del marketing y el branding para atraer turistas • Integridad anual de los datos de viajes y turismo • La capacidad de entregar datos de viajes y turismo mensual o trimestralmente
6. Infraestructura del transporte aéreo	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de la infraestructura del transporte aéreo • Kilómetros disponibles por asiento (doméstico) • Kilómetros disponibles por asiento (internacional) • Salidas por cada 1000 habitantes • Densidad de aeropuertos • Número de aerolíneas operando • Transporte aéreo internacional de la red

7. Infraestructura del transporte terrestre	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de las carreteras • Calidad de la infraestructura ferroviaria • Calidad de la infraestructura portuaria • Calidad de la red de transporte doméstico • Densidad de carreteras
8. Infraestructura turística	<ul style="list-style-type: none"> • Habitaciones de hotel • Presencia de las principales empresas de alquiler de automóviles • Número de cajeros automáticos que aceptan tarjetas Visa
9. Infraestructura de las TICS	<ul style="list-style-type: none"> • Grado de utilización del Internet en los negocios • Usuarios de Internet • Líneas telefónicas • Suscriptores de internet de banda ancha • Suscriptores de planes de telefonía móvil
10. Competitividad del precio en la industria turística	<ul style="list-style-type: none"> • Impuestos a los pasajes y cargos aeroportuarios • Paridad del poder adquisitivo • Alcance y efecto de los impuestos • Niveles de precio de los combustibles
11. Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Matriculación a nivel de escuela primaria • Matriculación a nivel de escuela secundaria • Calidad del sistema educativo • Disponibilidad local de investigación y servicios especializados • Alcance de la capacitación del personal • Índice de precios de los hoteles
12. Afinidad por los Viajes y el Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura al turismo • Actitud de la población local hacia los visitantes extranjeros • Recomendación de prolongar los viajes de negocios
13. Recursos Naturales	<ul style="list-style-type: none"> • Número de sitios naturales que son Patrimonio Mundial • Áreas protegidas • Calidad del medio ambiente natural • Total de especies conocidas
14. Recursos Culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Número de sitios que son Patrimonio Cultural de la Humanidad • Estadios deportivos • Número de ferias y exposiciones internacionales • Exportaciones de las industrias creativas

Elaboración propia con base en el *“Travel & Tourism Competitiveness Report 2013”*.

Cabe aclarar que para efectos de esta investigación, solo se tomarán en cuenta los promedios obtenidos por los 20 países en cada uno de los 14 factores.

6.5.4 Fuentes de información

Tanto para el Análisis de Clústeres como para el de Escalamiento Multidimensional se utilizarán los puntajes obtenidos por los 20 países del universo de estudio en el *“Travel & Tourism Competitiveness Report 2013”*.

CAPÍTULO VII. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

A lo largo de este capítulo se darán a conocer los resultados obtenidos del Análisis de Clusters y de Escalamiento Multidimensional, llevados a cabo para determinar la competitividad turística de México dentro del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico. Así mismo, se interpretarán los resultados y se hará énfasis en los detalles más significativos descubiertos durante este proceso.

A continuación se presentan los resultados.

7.1 Análisis de Clusters

Haciendo uso del programa SPSS 20.0.0, se introdujeron los puntajes obtenidos por cada uno de los 20 países de APEC para cada una de las 14 variables que determinan la competitividad turística de acuerdo al Foro Económico Mundial.

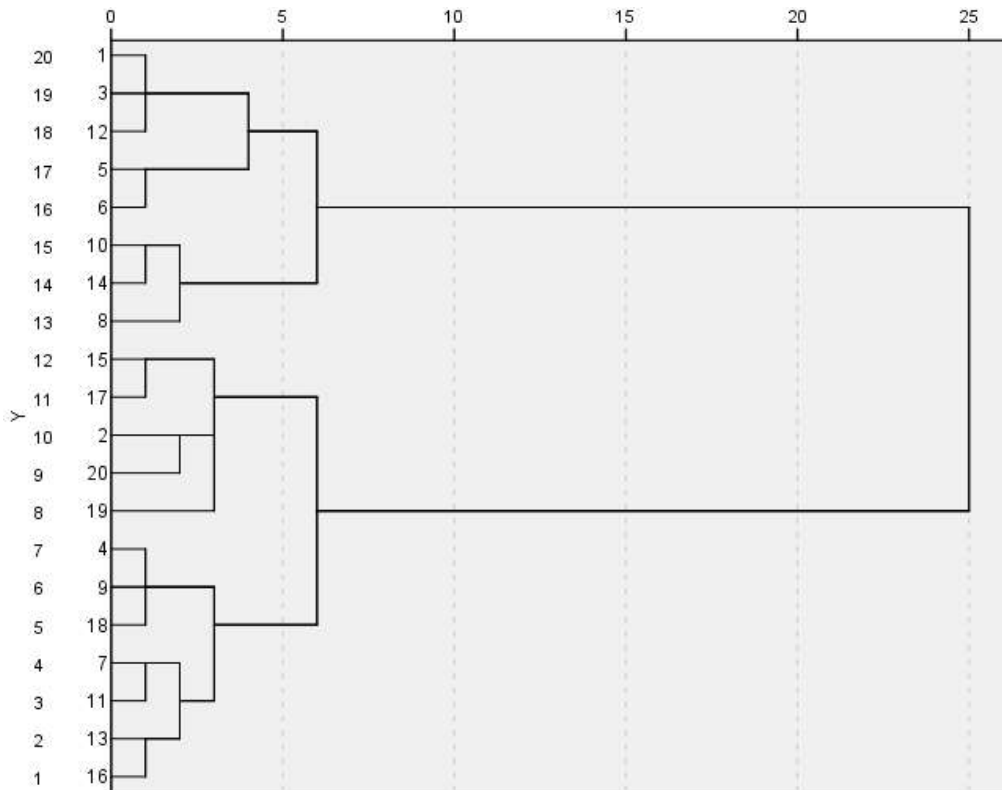
Con base a esta información, se llevaron a cabo los análisis que se describen a continuación.

7.1.1 Análisis Jerárquico

Debido a que de primera instancia se desconocían en su totalidad las similitudes o diferencias de los países de APEC en materia de competitividad turística, se introdujeron las puntuaciones que obtuvieron cada uno de ellos en el reporte del WEF en 2013 en el programa SPSS, con la finalidad de obtener el número de clústeres o grupos con los que se estaría trabajando.

Primeramente se interpretó el dendograma, figura que resultó del análisis de clusters jerárquico y el cual explica gráficamente cómo es que se llevó a cabo la aglomeración de los 20 países de APEC de acuerdo a los puntajes que obtuvieron en el reporte de Competitividad Turística de Viajes y Turismo de 2013.

Gráfico 8: Dendograma de los países APEC



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 20.0.

La primera columna con la numeración consecutiva del 1 al 20 indica el número de países, mientras que los números de la columna derecha representan los 20 países de APEC que son los siguientes:

- | | |
|-----------------------|--------------------------------|
| 1. Australia | 11. Tailandia |
| 2. Brunei Darussalam | 12. Estados Unidos |
| 3. Canadá | 13. República Popular de China |
| 4. Indonesia | 14. Hong Kong |
| 5. Japón | 15. Taipéi (Taiwán) |
| 6. República de Corea | 16. México |
| 7. Malasia | 17. Chile |
| 8. Nueva Zelanda | 18. Perú |
| 9. Filipinas | 19. Rusia |
| 10. Singapur | 20. Vietnam |

En la parte superior, los números nos indican la distancia que hay entre grupos, es decir, que tan similares o distintos son. Basándose en el dendrograma, se puede observar que básicamente hay cuatro grandes grupos o clusters que son los que se representan con las líneas horizontales que rebasan la línea de distancia 5. Por lo tanto, el dendrograma sugiere una solución de 4 clusters para llevar a cabo los análisis posteriores.

7.1.2 Análisis de K- Medias

Una vez realizado el análisis de clústeres jerárquico se procedió a llevar a cabo el análisis de K- Medias.

Basándose en los resultados reflejados en el dendograma, se decidió trabajar con cuatro clústeres que se presentan a continuación:

Cuadro 20: Economías APEC que Integran cada Clúster

No. De Países	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Clúster 4
1.	Japón	Brunei Darussalam	Australia	Indonesia
2.	República de Corea	Filipinas	Canadá	Malasia
3.	Estados Unidos	Chile	Nueva Zelandia	Tailandia
4.	China, Taipei	Vietnam	Singapur	China
5.			China, Hong Kong	México
6.				Perú
7.				Rusia

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 20.0.

Como se puede apreciar en la tabla 31, el clúster más numeroso es el 4 con 7 países: Indonesia, Malasia, Tailandia, China, México, Perú y Rusia. El segundo más grande es el clúster número 3 con 5 países: Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur y Hong Kong. Por su parte los clústeres 1: Japón, Corea, Estados Unidos y Taipéi y el clúster 2: Brunei Darussalam, Filipinas, Chile y Vietnam en ambos casos están formados por 4 países cada uno.

Debe recalarse que cada uno de los países dentro de los diferentes clústeres forma grupos de competidores.

Con la finalidad de determinar las características de cada clúster, fueron calculados y analizados los puntajes que obtuvieron en cada una de las 14 variables de estudio.

7.1.3 Descripción y Análisis de los Clústeres

Clúster 1

El primer clúster está compuesto por cuatro países que de acuerdo con las cifras proporcionadas en 2013 por el *World Travel & Tourism Council* (WTTC) han tenido el siguiente desempeño en el desarrollo de su industria turística:

Cuadro 21: Clúster 1

País	Contribución Total del Turismo al PIB (% del PIB)	Contribución Total del Turismo al Empleo (%)	Inversión Total en Turismo (%)
Japón	6.7%	7.0%	2.9%
República de Corea	5.9%	6.4%	2.2%
Estados Unidos	8.6%	10%	6.4%
China, Taipéi (Taiwán)	5.1%	5.6%	5.3%

Fuente: Elaboración propia con base en WTTC (2013).

En este clúster, la industria turística representa un importante ingreso para el desarrollo de su economía, además de ser un importante generador de empleos. A pesar de ello, exceptuando a los Estados Unidos y Taiwán que tiene una economía basada en el turismo, la inversión total en esta industria no ha sido considerable.

Clúster 2

El segundo clúster está formado igualmente por cuatro países que de acuerdo con el WTTC (2013) han tenido el siguiente desempeño en la industria turística:

Cuadro 22: Clúster 2

País	Contribución Total del Turismo al PIB (% del PIB)	Contribución Total del Turismo al Empleo (%)	Inversión Total en Turismo (%)
Brunei Darussalam	5.8%	6.8%	16.5%
Filipinas	7.0%	7.7%	3.1%
Chile	8.3%	7.9%	8.4%
Vietnam	9.4%	8.1%	8.3%

Fuente: Elaboración propia con base en WTTC (2013).

Con base a la información expuesta en el recuadro anterior, se puede constatar la fuerte dependencia que tienen los países del segundo clúster por la industria turística, ya que representa un importante ingreso y constituye uno de los motores principales de desarrollo, lo que se ve reflejado en la cantidad de empleos que esta industria genera en estos países.

En este clúster el país que más invierte en turismo es Brunei Darussalam, seguido de Chile y Vietnam que prácticamente hacen la misma inversión. A comparación de sus compañeros de clúster, Filipinas hace una inversión mínima, sin embargo, obtiene casi los mismos resultados que los demás.

Clúster 3

El tercer clúster está compuesto por cinco de los países más poderosos del mundo, populares por la calidad de vida que ofrecen y las nuevas atracciones que han creado para atraer un mayor número de turistas.

De acuerdo a la información proporcionada por el WTTC en 2013, este es el desempeño que han tenido dichos países en la industria turística:

Cuadro 23: Clúster 3

País	Contribución Total del Turismo al PIB (% del PIB)	Contribución Total del Turismo al Empleo (%)	Inversión Total en Turismo (%)
Australia	9.8%	12%	5.7%
Canadá	4.4%	5.3%	2.3%
Nueva Zelandia	14.9%	19.1%	8.6%
Singapur	11.3%	9.1%	20%
China, Hong Kong	18.5%	16.2%	9.0%

Fuente: Elaboración propia con base en WTTC (2013).

De acuerdo a la información proporcionada en el recuadro, se puede constatar que el tercer clúster tiene una fuerte actividad turística y en algunos casos como Hong Kong o Nueva Zelandia, el turismo representa un importante ingreso para sus economías. De igual forma, esta industria es un importante generador de empleos. Por último, podemos apreciar que países como Singapur, hacen una fuerte inversión en esta industria, lo que significa que obtienen grandes beneficios de la misma.

Clúster 4

El cuarto clúster es el más numeroso. Compuesto por 7 países, es el grupo que reúne aquellas economías que a simple vista pudieran parecer más disímolas. A continuación se presentan las cifras que marcan el desempeño que este clúster ha tenido en la industria turística de acuerdo al WTTC (2013):

Cuadro 24: Clúster 4

País	Contribución Total del Turismo al PIB (% del PIB)	Contribución Total del Turismo al Empleo (%)	Inversión Total en Turismo (%)
Indonesia	8.9%	8.0%	5.2%
Malasia	15.6%	13.6%	7.7%
Tailandia	16.7%	12.4%	6.8%
China	9.3%	8.3%	2.8%
México	12.5%	13.9%	7.1%
Perú	8.9%	7.4%	4.8%
Rusia	5.9%	5.5%	2.7%

Fuente: Elaboración propia con base en WTTC (2013).

De acuerdo con la información contenida en el recuadro, se puede apreciar que el clúster cuatro tiene una marcada dependencia hacia la industria turística como una de sus principales fuentes de ingreso. Esto mismo se ve reflejado en la generación de empleos donde sin duda, la actividad turística juega un papel fundamental.

Por otra parte, la inversión que realizan los países del cuarto clúster en su industria turística es notable, ya que exceptuando los casos de China y Rusia, los demás invierten más del 5% en esta industria, lo que demuestra su importancia.

Una vez identificados los cuatro clústeres y su desempeño en la industria turística durante el último año, se puede comprender de manera más sencilla los resultados obtenidos por cada uno de ellos en el análisis de K-Medias.

En la siguiente tabla se muestran los centros de cada una de las variables analizadas, por los cuales fueron agrupados los 20 países, así como el reflejo de los atributos de cada uno de los cuatro conglomerados.

Tabla 12: Centros Finales de los Clústeres

Factores Competitivos	Clúster 1	Clúster 2	Clúster 3	Clúster 4
Políticas y Reglamentos	5.05	4.55	5.58	4.46
Sustentabilidad Ambiental	4.45	4.03	4.82	4.17
Protección y Seguridad	5.43	5.05	6.06	4.26
Salud e Higiene	5.95	4.45	5.70	4.44
Participación y eficiencia Gubernamental	4.70	4.25	5.40	4.70
Infraestructura del transporte aéreo	4.70	3.28	5.66	3.99
Infraestructura del Transporte Terrestre	5.58	3.48	5.26	3.60
Infraestructura Turística	4.83	3.22	5.38	3.87
Infraestructura de las TIC's	5.43	3.13	5.24	3.10
Competitividad del Precio en la Industria Turística	4.30	5.15	4.16	4.89
Recursos Humanos	5.40	4.95	5.70	4.97
Afinidad por los Viajes y el Turismo	4.65	4.60	5.40	4.54
Recursos Naturales	4.38	3.80	4.56	5.17
Recursos Culturales	5.45	2.73	4.10	4.06

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 20.0.

Con base a los resultados obtenidos indicados en la tabla 32, en el clúster número 3 las “políticas y reglamentos”, la “sustentabilidad ambiental”, la “protección y seguridad”, la “participación y eficiencia gubernamental”, la “infraestructura del transporte aéreo”, la “infraestructura turística”, los “recursos humanos” y la “afinidad por los viajes y el turismo”, obtuvieron el puntaje más alto y por lo tanto pueden identificarse como factores competitivos exitosos para estos países. En cambio, en el clúster número 1 difieren notablemente al destacar la “salud e higiene”, la “infraestructura del transporte terrestre”, la “infraestructura de las TICS” y los “recursos culturales” como los factores más exitosos y competitivos. Por su parte el clúster número 4 que es en el que se encuentra México solo destacó los “recursos naturales” como factor competitivo. Por último, el clúster número 2 solo sobresalió en la variable “competitividad del precio en la industria turística”, que es una de las más importantes si se considera que la competitividad depende de la calidad y precio de los productos y servicios. De acuerdo a este análisis, resalta la destacada participación de los países integrantes del clúster 3 al sobresalir en más de la mitad de las variables de estudio. Sin embargo, estos resultados muestran la fotografía

del panorama actual de la industria turística en APEC al reflejar cómo distintos factores son los que inciden en la actividad de esta industria de acuerdo a cada uno de los clústeres.

Conforme al concepto de competitividad, la variable del precio es uno de los componentes principales y llama la atención que sea el único factor en el que destaca el clúster número 2. El clúster número 4 al destacar exclusivamente en el factor recursos naturales, refleja una clara tendencia de la base de su actividad turística y cómo este factor es su motor.

A continuación se presenta qué clústeres destacan en cada una de las variables que de acuerdo al WEF miden la competitividad en la industria turística conforme a los resultados obtenidos en el análisis de K-Medias:

Tabla 13: Competitividad por clúster de acuerdo a las variables de estudio

	Variables de Competitividad Turística	Mejor Clúster	Puntaje obtenido	Países
1.	Políticas y Reglamentos	3	5.58	Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur, Hong Kong
2.	Sustentabilidad Ambiental	3	4.82	Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur, Hong Kong
3.	Protección y Seguridad	3	6.06	Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur, Hong Kong
4.	Salud e Higiene	1	5.95	Japón, República de Corea, Estados Unidos y Taipéi
5.	Participación y eficiencia Gubernamental	3	5.40	Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur, Hong Kong
6.	Infraestructura del transporte aéreo	3	5.66	Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur, Hong Kong
7.	Infraestructura del Transporte Terrestre	1	5.58	Japón, República de Corea, Estados Unidos y Taipéi
8.	Infraestructura Turística	3	5.38	Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur, Hong Kong
9.	Infraestructura de las TICS	1	5.43	Japón, República de Corea, Estados Unidos y Taipéi
10.	Competitividad del Precio en la Industria Turística	2	5.15	Brunei Darussalam, Filipinas, Chile y Vietnam
11.	Recursos Humanos	3	5.70	Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur, Hong Kong
12.	Afinidad por los Viajes y el Turismo	3	5.40	Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur, Hong Kong
13.	Recursos Naturales	4	5.17	Indonesia, Malasia, Tailandia, China, México, Perú y Rusia
14.	Recursos Culturales	1	5.45	Japón, República de Corea, Estados Unidos y Taipéi

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados presentados en el análisis de K-Medias de SPSS 20.0.

Por lo tanto, con base a los resultados presentados, podría decirse que el clúster número 3 es el más competitivo de APEC. Sin embargo, hay que prestar especial atención al resultado obtenido en la variable de Competitividad del Precio en la Industria Turística en la que el clúster número 2 sorprendentemente es el más competitivo.

El clúster número 1 puede decirse que es el segundo más competitivo en la industria turística dentro de APEC, que coincidentemente agrupa países desarrollados que atraen cientos de turistas tanto por negocios como por placer.

Por último, el clúster número 4 aunque es el más numeroso, es el menos competitivo dentro de APEC al destacar exclusivamente en la variable de Recursos Naturales. Esto quiere decir que este clúster necesita explorar sus áreas de oportunidad y generar estrategias que le permitan aprovechar sus recursos además de invertir en otras áreas para desarrollar y fortalecer su industria turística.

Lamentablemente México se encuentra dentro del clúster menos competitivo de la región Asia-Pacífico.

7.2 Análisis de Escalamiento Multidimensional

El análisis de escalamiento multidimensional fue empleado para detectar la distancia que existen entre los países de la muestra, así como los factores que inciden en la competitividad de los mismos.

Para llevarlo a cabo, primeramente se consideró la medida del estrés que es la más utilizada para evaluar que tan pobres o buenos son los resultados obtenidos de una configuración específica que reproduce la matriz de distancias observada (Özdamar, 2004).

Para este análisis la medida del estrés fue calculada en 0.03, lo que significa un ajuste bueno, más no excelente, lo que correspondería al rango 0.00 - <0.025 (Özdamar, 2004). Por lo tanto, puede decirse que los resultados de este análisis representan a los datos utilizados para este estudio.

Con la finalidad de ilustrar los niveles de competitividad de los 20 países individualmente, que fueron previamente organizados en 4 clústeres, se aplicó el análisis de escalamiento multidimensional para complementar y comparar la información proporcionada previamente por el análisis de clústeres.

A continuación se presentan los resultados obtenidos del análisis de escalamiento multidimensional aplicado a los países de la muestra y a los factores de competitividad que representan las variables de estudio.

7.2.1 Análisis de los 20 países de APEC

La Ilustración 10 nos muestra el mapa que refleja las coordenadas obtenidas para los 20 países de APEC en 2 dimensiones que se presentan en la siguiente tabla.

Tabla 14: Coordenadas finales del mapa conceptual de países

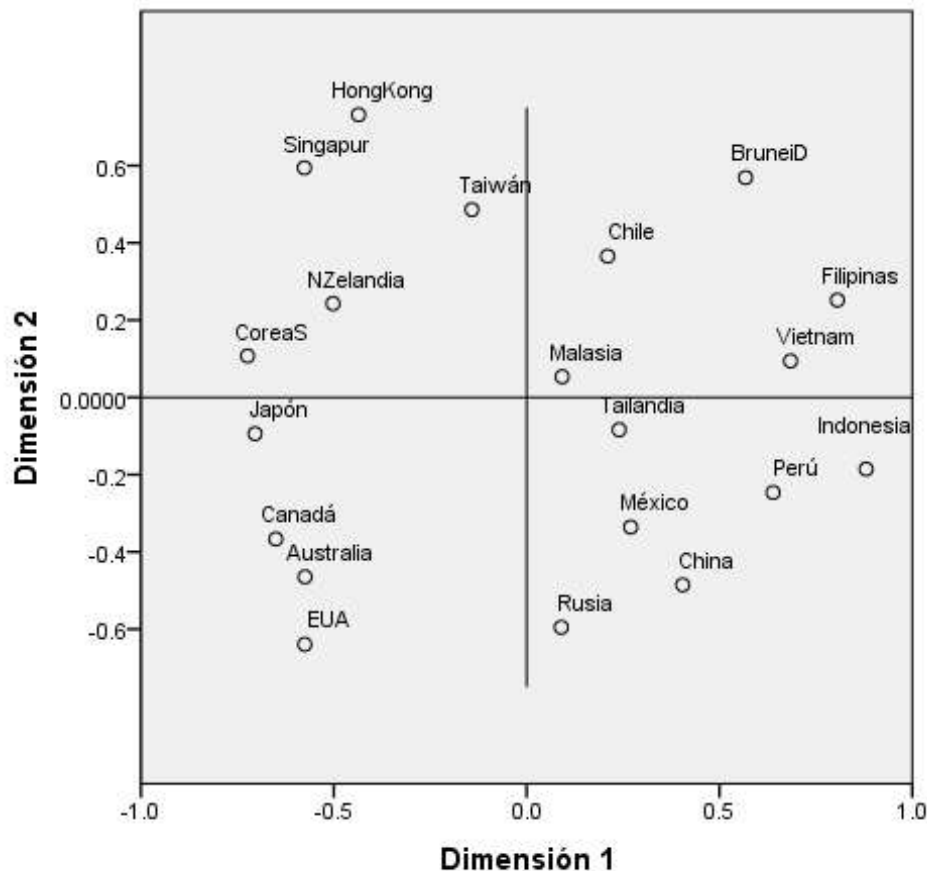
	Coordenadas Finales	
	Dimensión	
	1	2
Australia	-.574	-.465
BruneiD	.568	.569
Canadá	-.650	-.367
Indonesia	.880	-.186
Japón	-.704	-.094
CoreaS	-.724	.107
Malasia	.092	.053
Nueva Zelandia	-.502	.243
Filipinas	.806	.252
Singapur	-.576	.595
Tailandia	.240	-.084
EUA	-.575	-.639
China	.405	-.485
Hong Kong	-.436	.732
Taiwán	-.142	.486
México	.270	-.336
Chile	.210	.365
Perú	.639	-.246
Rusia	.090	-.595
Vietnam	.685	.094

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 20.0.

Los hallazgos del análisis de escalamiento multidimensional para los países muestran que en la primera dimensión Indonesia y Corea del Sur son los países más alejados el uno del otro al tener las coordenadas (.880) y (-.724) respectivamente. Mientras que en la dimensión 2, los países más lejanos de acuerdo a sus coordenadas son Hong Kong (.732) y Rusia (-.595).

Con base a estos resultados, se puede inferir que estos 4 países de acuerdo a las 2 dimensiones que se están manejando son los que más difieren entre sí, de acuerdo a los factores de competitividad turística objeto de estudio.

Figura 3: Mapa Conceptual de las Coordenadas de los países de APEC



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 20.0.

A partir del mapa conceptual se puede distinguir como las coordenadas de los países reflejados en la Ilustración 10 son bastante similares a los 4 clústeres de competidores al ver como en el cuadrante I se encuentran: Brunei Darussalam, Chile, Filipinas, Malasia y Vietnam en donde todos los países a excepción de Malasia que pertenece al clúster 4, forman parte del clúster número 2.

En el cuadrante II encontramos que de acuerdo a las coordenadas proporcionadas por el EMD Hong Kong, Singapur, Taiwán, Nueva Zelandia y Corea del Sur son cercanos entre sí. Comparándolo con los resultados del análisis anterior, tenemos que a excepción de Corea del Sur y Taiwán que pertenecen al clúster 1, los demás están dentro del clúster número 3.

En el cuadrante III tenemos a Australia, Canadá, Japón y los Estados Unidos. En este caso los 2 primeros países pertenecen al clúster 3, mientras que los 2 últimos pertenecen al clúster número 1.

Por último en el cuadrante IV se concentran a la mayor cantidad de países al contener 6 de los 20 que componen la muestra. Aquí encontramos a Tailandia, Indonesia, Perú, México, China y Rusia que coincidentemente todos pertenecen al clúster 4.

Después de haber revisado los 4 cuadrantes con los países que contienen cada uno de ellos, se puede apreciar que existen ciertas coincidencias con los resultados obtenidos en el análisis de clústeres.

7.2.2 Análisis de los factores de la competitividad

En esta segunda etapa, el análisis de escalamiento multidimensional fue utilizado para obtener información sobre la eficacia de los factores de competitividad aplicados a los países de la muestra.

Antes de presentar los resultados del análisis, cabe señalar que el valor de la medida del estrés fue calculado en .035, lo que indica que nuevamente se trata de un ajuste perfecto y que los resultados que se muestran representan los datos utilizados para este estudio (Özdamar, 2004).

La Ilustración 11 corresponde a la distribución de los factores de competitividad utilizada en la determinación de la posición competitiva de los países. En esta ilustración se muestran los 14 factores de la competitividad turística en 2 dimensiones.

De acuerdo al mapa conceptual representado por el gráfico 11, si se observa la dimensión 1, el factor “recursos naturales” tiene una alta incidencia en la competitividad turística de los países de APEC. De igual modo la “sustentabilidad ambiental” y la “infraestructura del transporte aéreo” influyen considerablemente en la competitividad turística de los países de la muestra. El factor de “infraestructura turística” tiene un efecto similar a los anteriores al encontrarse muy próximo, sin embargo, de acuerdo a la dimensión 1 se encuentra de los valores negativos.

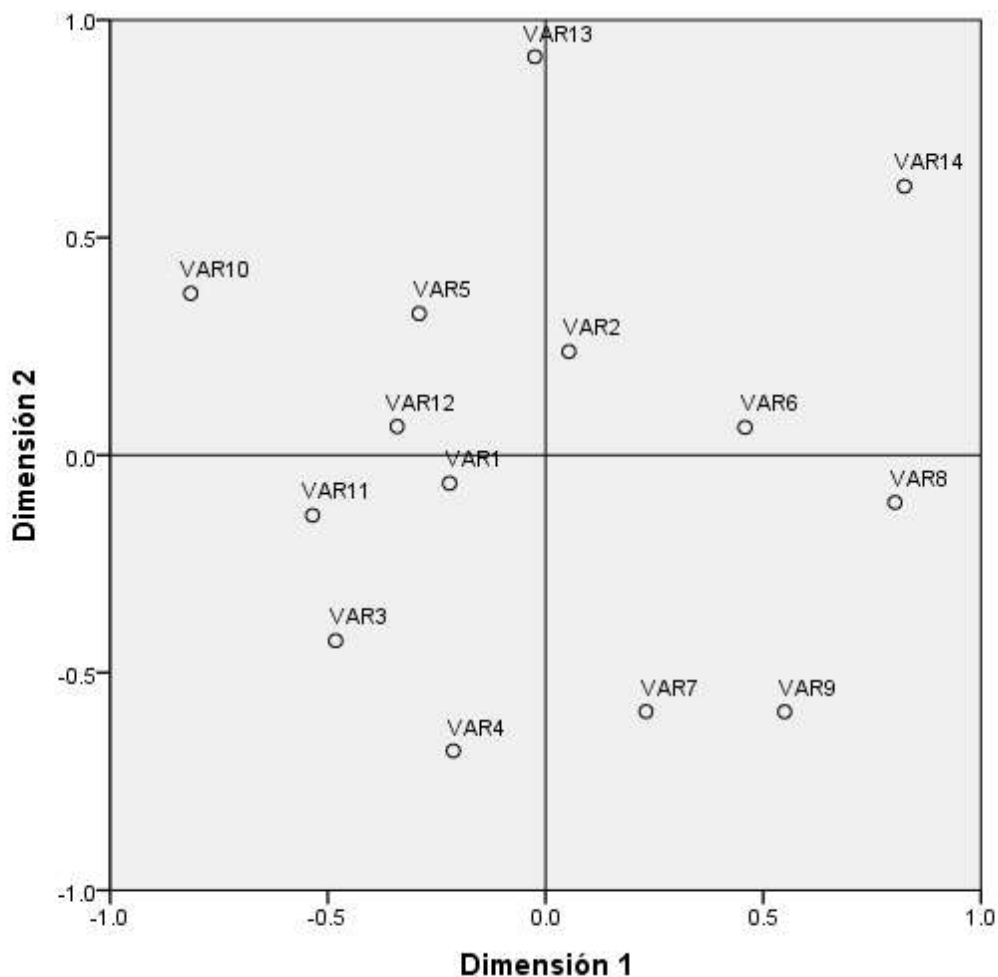
De igual modo los factores “infraestructura del transporte terrestre”, así como la “infraestructura de las TICS” influyen en la competitividad turística de los países pero en menor medida al encontrarse en el cuadrante negativo.

De acuerdo a la dimensión número 2, el factor “recursos naturales” es el de mayor incidencia en la competitividad turística de los países de APEC.

Mientras tanto los factores de “competitividad del precio en la industria turística”, la “participación y eficiencia gubernamental” y la “afinidad por los viajes y el turismo” son de

igual forma relevantes y generan un efecto similar sobre la competitividad turística de los países de la muestra.

Figura 4: Mapa Perceptual de los Factores de la Competitividad



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 20.0.

Nota: VAR1 representa políticas y reglamentos, VAR2: sustentabilidad ambiental, VAR3: protección y seguridad, VAR4: salud e higiene, VAR5: participación y eficiencia gubernamental, VAR6: infraestructura del transporte aéreo, VAR7: infraestructura del transporte terrestre, VAR8: infraestructura turística, VAR9: infraestructura de las TICS, VAR10: competitividad del precio en la industria turística, VAR11: recursos humanos, VAR12: afinidad por los viajes y el turismo, VAR13: recursos naturales y VAR14: recursos culturales.

Los hallazgos del análisis de escalamiento multidimensional califican a los recursos culturales, la sustentabilidad ambiental y la infraestructura del transporte aéreo como los factores de la competitividad que se distinguen de manera efectiva sobre los otros factores analizados para los países de la muestra. En otras palabras, estos factores

fueron detectados como los más significativos en la determinación de la competitividad turística de los destinos.

De acuerdo con la tabla 32, Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur, Hong Kong que integran el clúster 3 son los más competitivos en los factores de “sustentabilidad ambiental” y la “infraestructura del transporte aéreo”. Mientras que Japón, República de Corea, Estados Unidos y Taipéi (Taiwán) que integran el clúster 1, son los más competitivos en el factor “recursos culturales”.

Los hallazgos también revelaron que los siguientes factores, considerados como secundarios debido a la relativa menor importancia que representan debido a su incidencia en la competitividad turística de los países de la muestra, se encuentran la infraestructura del transporte terrestre, la infraestructura turística y la infraestructura de las TICS.

Conforme a la tabla 28, el liderazgo de los factores anteriormente mencionados corresponde al clúster 1: Japón, República de Corea, Estados Unidos y Taipéi (Taiwán) para los factores de infraestructura terrestre e infraestructura de las TICS, mientras que para el factor “infraestructura turística”, el clúster 3: Australia, Canadá, Nueva Zelandia, Singapur y Hong Kong, es el líder.

7.3 México y su Clúster de Competitividad

De acuerdo con el análisis de clusters llevado a cabo, México forma parte del clúster número 4 junto con otros 6 países:

- | | |
|--------------|----------|
| 1. Indonesia | 4. China |
| 2. Malasia | 5. Perú |
| 3. Tailandia | 6. Rusia |

La mitad de los países que componen el clúster, es decir, Indonesia, Malasia y Tailandia pertenecen a la región conocida como Sudeste Asiático, situada al sur de China y al este de la India.

Por otra parte se encuentran Perú y México en el continente americano y Rusia, el país de la muestra de mayor extensión territorial.

Con la finalidad de entender más fácilmente el comportamiento y la interacción de los integrantes del clúster número 4 en la competitividad turística del Asia-Pacífico, a continuación se presenta una breve descripción de cada uno de ellos:

Indonesia

Es el archipiélago más grande del mundo compuesto por 13, 466 grandes y pequeñas islas de las cuales la mayoría permanecen inhabitadas e incluso no tienen nombre. Se localiza en el sudeste asiático entre el Océano Índico y el Océano Pacífico (Indonesia's Official Tourism Website, 2013).

En el siglo XVII fue colonizada por los holandeses para posteriormente ser ocupada por los japoneses, logrando su independencia en 1945. A nivel internacional destaca por ser el mayor estado-archipiélago y la nación de mayoría musulmana más grande del mundo. (CIA, 2014).

Las islas más populares son Sumatra, Java, Bali, Kalimantan (mejor conocida como Borneo), Sulawesi (Cebes), las islas Molucas, conocidas como las islas originales de las especies y Papua. Todas ellas constituyen el mejor resort- isla del mundo con su diversidad cultural, sus hermosas playas, su música y sus danzas. Por su ubicación su biodiversidad es muy diversa y va desde el prehistórico dragón de comodo, orangutanes y el rinoceronte de Java, hasta los búfalos enanos de Anoa y las aves de colorido plumaje como la cacatúa y el ave del paraíso (Indonesia's Official Tourism Website, 2013).

Su territorio tiene un total de 1, 904,569 km² y está constituido básicamente por tierras bajas costeras y zonas montañosas en el interior. Dependiendo de la región, su clima oscila entre lo tropical y el calor húmedo, siendo éste un poco más moderado en las montañas. Los riesgos naturales a los que se enfrenta constantemente son las inundaciones, severas sequías, tsunamis, terremotos, incendios forestales y la intensa actividad volcánica, ya que Indonesia posee la mayor cantidad de volcanes que cualquier otro país del mundo, de los cuales aproximadamente 76 están activos (CIA, 2014).

Algunas de las actividades y atractivos turísticos que ofrece Indonesia son: buceo, *snorkeling*, *surfing*, ecoturismo, senderismo, pueblos tradicionales, patrimonios históricos, sitios para ir de compras, lugares para comer, conferencias, exhibiciones, campos de golf, deportes acuáticos, spas y parques temáticos (Indonesia's Official Tourism Website, 2013).

Su sociedad está compuesta por diversos grupos étnicos, siendo 8 los principales. Los idiomas oficiales son el Bahasa (una variación del Malayo), inglés, holandés y dialectos locales, dentro de los cuales el más hablado es el javanés. De acuerdo a la información disponible hasta el 2013, su población asciende a 251,160, 124 habitantes (CIA, 2014).

Además del turismo, Indonesia cimenta su economía en las siguientes industrias: Petróleo y gas natural, textil, automotriz, electrodomésticos, calzado, minería, cemento, instrumentos y accesorios médicos, artesanía, fertilizantes químicos, madera, joyería y alimentos procesados (CIA, 2014).

Malasia

Es un país ubicado en el sudeste asiático que tiene frontera con Tailandia y Borneo, bordeando Indonesia, Brunei el sur de Vietnam y el mar del sur de China. Su territorio tiene un total de 329, 847 km² en el que predomina el clima tropical y en el suroeste de abril a octubre y en el noroeste de octubre a febrero es la temporada de los monzones. Su geografía comprende mayoritariamente llanuras costeras, colinas y montañas. Los principales riesgos naturales a los que se enfrenta constantemente son las inundaciones, los derrumbes y los incendios forestales (CIA, 2014).

La diversidad cultural de Malasia se ve reflejada en su geografía: 11 estados y 2 territorios federales (Kuala Lumpur y Putrajaya) forman la Malasia peninsular, separada por el Mar de China del Sur de Malasia del Este que incluye 2 estados (Sabah y Sarawak de la Isla de Borneo) y un tercer territorio federal: la isla de Labuan (Malaysia Tourism, 2014).

Durante los siglos XVIII y XIX los ingleses establecieron a lo largo de Malasia colonias y protectorados que posteriormente serían ocupados por los japoneses de 1942 a 1945. Fue hasta 1963 que se formó Malasia, cuando las antiguas colonias británicas de Singapur, Sabah y Sarawak en las costas de Borneo se unieron a la federación (CIA, 2014).

Su sociedad está compuesta básicamente por malayos, chinos, hindúes e indios entre otros. Su lengua oficial es Bahasa de Malasia, seguido del inglés, el chino, el panjabi entre otros de la región. De acuerdo con la información disponible del 2013 su población asciende a 29, 628,392 habitantes (CIA, 2014).

La multiculturalidad de Malasia la ha convertido en un paraíso gastronómico, siendo sede de varios festivales internacionales. Además, sus habitantes se distinguen por ser tranquilos, cálidos y amigables (Malaysia Tourism, 2014).

El atractivo turístico de Malasia reside en la mezcla de culturas y tradiciones que han dado como resultado una nación de paisajes pintorescos, donde la tecnología se ha introducido respetando las tradiciones. Es así que se pueden encontrar rascacielos enormes desde los cuales se pueden observar las casas de maderas construidas sobre las rocas, mientras que los hoteles de cinco estrellas se encuentran a tan solo unos metros de los arrecifes más antiguos (Malaysia Tourism, 2014).

La oferta turística de Malasia se concentra en varios paquetes de las siguientes categorías: Vacaciones activas, naturaleza vida salvaje, cultura y ciudades e islas y playas. Las salidas internacionales a su capital Kuala Lumpur, son principalmente desde países europeos: Reino Unido, Italia, Holanda y Alemania (Malaysia Tourism, 2014).

Aunque la actividad turística constituye un importante ingreso, su economía está cimentada en las siguientes industrias: procesamiento y manufactura de caucho y aceite de palma, petróleo y gas natural, industria ligera, productos farmacéuticos, tecnología médica, electrónica y semiconductores, tala de árboles y transformación de la madera (CIA, 2014).

Tailandia

Este país ubicado en el sudeste asiático limita al este con Laos y Camboya, al sur con Malasia y el Golfo de Camboya y al oeste con Birmania y el mar de Andamán. Su territorio total asciende a 513,120 km², en el que predomina el clima tropical, los monzones y el calor húmedo. El principal riesgo natural al que se enfrentan son las sequías y el hundimiento de la tierra en la zona de Bangkok como consecuencia de la disminución de la capa freática (CIA, 2014). Su tamaño equivale al del estado de Texas en Estados Unidos o al de Francia (Tourism Thailand, 2014).

Desde mediados del siglo XIV se estableció como Reino, régimen que ha mantenido hasta la fecha al ser el único país del sudeste asiático que nunca estuvo en poder de los europeos (CIA, 2014).

Su esquema de gobierno es similar al del Reino Unido. Al ser una monarquía constitucional, se elige a un Primer Ministro para estar al frente del gobierno, mientras que un heredero Thai, se convierte en rey y encabeza al Estado (Tourism Thailand, 2014).

La sociedad tailandesa se compone básicamente de dos grupos étnicos los Thai y los chinos. Por lo tanto los idiomas más hablados son el thai y el inglés, utilizado por la clase alta. Según la información disponible hasta el 2013 su población total asciende a 67,497, 151 habitantes (CIA, 2014).

La religión predominante en Tailandia es el Budismo, aunque la tolerancia religiosa es una costumbre arraigada y además está protegida por su constitución (Tourism Thailand, 2014).

La historia de Tailandia es larga y bastante bien documentada. Se remonta a la civilización neolítica situada en la hoy Patrimonio Mundial de la UNESCO Ban Chiang. Durante los primeros siglos de la era común, tribus de Mon, Khmer y pueblos Tai establecieron reinos dentro de las fronteras de Tailandia moderna; dando paso al imperio de Angkor para el segundo milenio. Sin embargo, la historia de Tailandia como la conocemos, comenzó cuando los reinos de Lan Na (Chiang Rai / Chiang Mai) y Sukhothai, los primeros reinos tailandeses verdaderamente independientes, establecieron sociedades muy desarrolladas en las regiones del Norte y Central de Tailandia en los siglos XIII y XIV. Finalmente, el Reino de Ayutthaya, que fue fuertemente influenciado por Angkor, conquistó la vecina Sukhothai y dominó la región durante los próximos cien años de la historia de Tailandia (Tourism Thailand, 2014).

Aunque el turismo es una industria de gran importancia para este país, después de éste existen otras industrias que son importantes porque coadyuvan a su desarrollo, tales como: textiles y prendas de vestir, procesamiento de productos agrícolas, bebidas, tabaco, cemento, manufactura ligera, computadoras, circuitos integrados, muebles, plásticos, automóviles y autopartes. Además, Tailandia es el segundo mayor productor del mundo de tungsteno y el tercer mayor productor de estaño (CIA, 2014).

Perú

Este país se ubica en Sudamérica, tiene costa en el Océano Pacífico y se ubica entre Ecuador y Chile. Su territorio total es de 1, 285,216 km² y dependiendo de la región su clima varía entre tropical al este, desierto en el oeste y frío en los Andes. Los peligros naturales a los que se enfrenta constantemente son los terremotos, tsunamis, derrumbes, inundaciones y la actividad volcánica (CIA, 2014).

En la antigüedad, el territorio peruano albergó a varias de las civilizaciones andinas prominentes, en especial la de los incas quienes cayeron ante los conquistadores españoles en 1533. Posteriormente en 1821 el país logró su independencia (CIA, 2014).

Los primeros pobladores del Perú llegaron a través del istmo de Panamá hace 20, 000 años y eran cazadores y recolectores. Con el desarrollo de la agricultura surgieron los primeros asentamientos y culturas, siendo la primera la de Caral aproximadamente hace 5,000 años, convirtiéndola en la más antigua de América. El Imperio Inca fue el más importante de Sudamérica, considerándolo como un Estado dado que alcanzó una organización política y un sistema de distribución de la riqueza, así como un gran desarrollo en la arquitectura y la agricultura. Sin embargo, no desarrollaron la escritura, por lo que se conoce de ellos es gracias a sus dibujos, su arte y la interpretación de los cronistas (Turismo de Perú, 2014).

La sociedad peruana está compuesta básicamente por cuatro grupos étnicos que son el amerindio, los mestizos, los blancos, los negros, japoneses y chinos entre otros. Como lengua oficial está el español junto con el Quechua y el Aymara entre otros dialectos. En la actualidad su población asciende a 29, 849,303 habitantes (CIA, 2014).

Durante la década de los 70's, Perú estuvo gobernado por una dictadura militar del general Juan Velasco, misma que estatizó el petróleo, los medios de comunicación y reformó las bases agrarias. En los 80's, regresó el gobierno democrático, pero el país se sumergió en una terrible hiperinflación. Por si fuera poco, a la par surgieron 2 movimientos terroristas que sacudieron al país inundándolo de violencia por 20 años. En los 90's el presidente Fujimori promulgó leyes que abatieron a los grupos terroristas, permitiendo que el país se reincorporara al sistema económico mundial. A partir del 2000, Perú ha tenido un gobierno democrático continuo, lo que le ha permitido lograr un desarrollo económico y alcanzar índices de crecimiento nunca antes vistos (Turismo de Perú, 2014).

Aunque el turismo constituye un importante ingreso, la base de la economía peruana está sustentada en las siguientes industrias: Minería, extracción de petróleo y refinación, gas natural y su licuefacción, la pesca, cemento, vidrio, textiles, prendas de vestir, procesamiento de alimentos, cerveza, refresco, caucho, muebles, maquinaria y productos químicos (CIA, 2014).

Rusia

Este país con una gran área territorial de 17, 098,242 km² se extiende a lo largo del norte de Asia, bordeando el Océano Ártico desde los Urales en Europa, hasta la costa del Océano Pacífico Norte. Debido a su gran extensión territorial el clima es muy variado de una región a otra. En Rusia podemos encontrar un clima húmedo en las estepas del sur, sobre todo en la parte europea, un clima subártico en Siberia con el clima de tundra en el polo norte. Esto hace que el frío del invierno y el clima del verano sean muy diversos. Algunos de los desafíos naturales a los que se enfrenta Rusia debido a sus condiciones climáticas es la permanente capa de hielo que cubre la región de Siberia que es el principal factor que inhibe su desarrollo, además de las inundaciones que sufre en primavera y los incendios forestales en el verano. Por otra parte hay que tener presente la actividad volcánica de las islas Kuriles y los terremotos de la región de Kamchatka (CIA, 2014).

Rusia es el país de la nieve y los crudos inviernos, los prados llenos de flores, los caudalosos ríos, el sol del verano que nunca se oculta y personas con un gran corazón e increíblemente talentosas para el arte, además de contar con un sinnúmero de atractivos naturales, históricos y culturales (Travel to Russia, 2014).

La historia de Rusia se remonta al siglo XII, cuando fue fundada por el principado de Moscovia que terminó con 200 años de dominio mongol y absorbió a los principados circundantes. En el siglo XVII bajo el mando de Pedro I se consolida como el Imperio Ruso extendiéndose hasta el Mar Báltico. Posteriormente en el siglo XIX haría adquisiciones territoriales en Europa y Asia. Debido a las derrotas devastadoras ocurridas durante la Primera Guerra Mundial, el Imperio Ruso cae para dar pie a la Unión Soviética. En diciembre de 1991 se dividió la URSS en Rusia y 14 territorios independientes como los conocemos ahora (CIA, 2014).

Actualmente Rusia tiene una población de 142, 500,482 habitantes que pertenecen básicamente a 5 grupos étnicos: rusos, tatar, ucranianos, bashkir y chuvash entre otros. Su territorio cubre más de 17 millones de kilómetros cuadrados y se tarda aproximadamente una semana en cruzar las diez zonas horarias del país en tren y diez horas en avión. El idioma oficial es el ruso. El 60% de su población es atea, mientras que la mayoría de los creyentes son ortodoxos (Travel to Russia, 2014).

La actividad turística en los últimos años se ha convertido en un ingreso para su economía, sin embargo, ésta está cimentada en la gama completa de las industrias mineras y extractivas que producen carbón, petróleo, gas, metales y productos químicos. Además cuentan con todas las formas de construcción de maquinaria de trenes, aviones y vehículos espaciales, la industria de las armas, la construcción naval, maquinaria agrícola y de la construcción, generación de energía eléctrica, instrumentos médicos y científicos, textiles, alimentos y artesanías (CIA, 2014).

China

Con 9, 596,961 kilómetros cuadrados, su territorio limita con Afganistán, Burma, Kazajistán, Corea del Norte, Laos, Mongolia, Nepal, Pakistán, Rusia, Tayikistán y Vietnam. Su terreno es altamente montañoso, además de contar con altas mesetas, colinas, llanuras y desiertos. Las principales amenazas naturales a las que se enfrenta son los tifones, tsunamis, inundaciones, hundimiento de tierra y sequías. Después de Rusia, Canadá y Estados Unidos, es el país de mayor extensión. Además el monte Everest en la frontera con Nepal, es el más alto del mundo. El mandarín es el idioma más hablado (CIA, 2014).

China fue una de las primeras civilizaciones y por ende pionera de las actividades económicas, cuando hace cerca de 5,000 años los habitantes del valle del Río Amarillo ya habían comenzado con la agricultura y la cría de ganado. En el siglo XXI, estableció una sociedad esclavista con la fundación de la dinastía Xia, escribiendo de esta manera un broche de oro a los largos años de la sociedad primitiva. En el año 221 A.C, Qin Shihuang estableció por primera vez la autocracia centralizada de China, inaugurando con ello la historia de China en el feudalismo, que soportó en una sucesión de dinastías hasta la Guerra del Opio de 1840. La revolución democrática burguesa de 1911 dirigida por Sun Yat –Sen, puso fin a más de 2.000 años de sistema monárquico feudal. La República Popular de China fue fundada el 1 de octubre de 1949. Hoy está llevando a cabo la reforma y las políticas abiertas y ha establecido una economía de mercado socialista (China Tourism, 2014).

Con 1, 355, 692,576 habitantes, es el país más poblado a nivel mundial. A partir de 1970, China pasó de un sistema económico cerrado a uno más orientado al mercado, convirtiéndose en 2010 en el mayor exportador del mundo. Las reformas iniciaron con la eliminación gradual de la agricultura colectiva y la liberación gradual de los precios. Después de mantener su moneda estrechamente vinculada al dólar americano, en julio de 2005 China revaluó su moneda y se trasladó a un sistema de tipo de cambio que hace referencia a una canasta de monedas (CIA, 2014).

Su economía se basa en el valor bruto de su producción industrial, la minería y procesamiento de minerales, el hierro, acero, aluminio y otros metales, carbón, construcción de maquinaria, armamentos, textiles y prendas de vestir, petróleo, cemento, productos químicos, fertilizantes, productos de consumo, calzado, juguetes, electrónica, procesamiento de alimentos, equipo de transporte (automóviles, vagones, barcos y aviones), equipos de telecomunicaciones, lanzadores espaciales y satélites (CIA, 2014).

Por su milenaria cultura y vasta extensión territorial, cuenta con cientos de atractivos turísticos. En la actualidad existen diversos paquetes para todo tipo de turistas: aire y tierra, cruceros, paquetes en tierra y los de lujo (China Tourism, 2014).

Una vez descritos los países que junto con México integran el Clúster 4, a continuación se presenta a manera de punto de partida de su análisis la cantidad de turistas que reciben así como el ingreso que perciben por esta actividad.

Tabla 15: Llegadas de Turistas Internacionales y su Ingreso Percibido

País	Llegadas de Turistas Internacionales en 2012 (1000)	Ingresos por Turismo Internacional (\$ millones de EE.UU)
1. México	23.403	12.739
2. Indonesia	8.044	8.325
3. Tailandia	22.354	30.092
4. Malasia	25.033	20.250
5. China	57.725	50.028
6. Perú	2.846	2.657
7. Rusia	25.736	11.187

Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2013).

Como se puede apreciar en la tabla 31 la relación entre la llegada de turistas internacionales y el ingreso percibido por esta actividad es variable. Por un lado tenemos el caso de México y Rusia que tienen una gran diferencia en esta relación “llegadas-ingresos”, ya que perciben muy poco ingreso para la cantidad de turistas internacionales que reciben. Una de las causas pudiera ser que ambos son países de gran extensión territorial y en muchos casos son utilizados solo de paso para el destino final o bien debido al fenómeno migratorio en el que sus ciudadanos regresan a pasar unos días o una temporada en sus lugares de origen sin hacer uso de la infraestructura turística.

Por otro lado tenemos los casos de Indonesia y Perú en los que se puede decir que hay una relación óptima entre la cantidad de turistas internacionales que los visitan y el ingreso que perciben.

En el caso de Malasia y China es una situación similar a la de México y Rusia, pues perciben un menor ingreso con respecto a la cantidad de turistas internacionales que reciben. Sin embargo, esta diferencia no es tan significativa.

Por último, tenemos el caso de Tailandia que rompe con los descritos anteriormente, ya que percibe mayores ingresos en relación a la cantidad de turistas internacionales que recibe. Uno de los motivos podría ser que las personas que visitan este destino turístico pertenezcan a una clase socioeconómica media-alta que les permite disfrutar al máximo de la infraestructura turística de este país.

Una vez hecha una breve descripción de los seis países que pertenecen al mismo clúster de competitividad turística que México, analizaremos el puntaje que obtuvieron en cada uno de los 14 factores de la competitividad de acuerdo al Reporte de Viajes y turismo del WEF 2013. Para dicho análisis se considera exclusivamente a China peninsular, es decir, se omiten Hong Kong y Taipéi.

De acuerdo al WEF, las ponderaciones oscilan en un rango del 1 al 7, donde el 1 es la calificación más baja y el 7 es la mejor.

Tabla 16: Ponderaciones de los Factores de la Competitividad Turística del Clúster 4

Factores de Competitividad	México	Indonesia	Malasia	Tailandia	China	Perú	Rusia
1. Políticas y Reglamentos	4.7	4.3	5.3	4.4	4.3	4.5	3.7
2. Sustentabilidad Ambiental	4.2	3.9	4.7	4.3	4.2	4.4	3.5
3. Protección y Seguridad	3.7	4.4	4.8	4.4	4.8	3.8	3.9
4. Salud e Higiene	4.7	2.9	4.6	4.3	4.5	3.7	6.4
5. Participación y Eficiencia Gubernamental	5	5.4	4.7	5	4.7	4.5	3.6
6. Infraestructura del Transporte Aéreo	3.8	3.5	4.5	4.6	4.3	2.9	4.3
7. Infraestructura del Transporte Terrestre	3.6	3.2	4.6	3.8	4.1	2.8	3.1
8. Infraestructura Turística	4.4	2.1	3.8	5.2	2.5	4.2	4.9
9. Infraestructura de las TIC's	2.9	2.7	3.5	2.6	3	2.8	4.2
10. Competitividad del Precio en la Industria Turística	4.9	5.3	5.4	5	4.9	4.2	4.5
11. Recursos Humanos	5	4.9	5.4	4.9	5.2	4.8	4.6
12. Afinidad por los Viajes y el Turismo	4.6	4.2	5.4	5.4	4	4.5	3.7
13. Recursos Naturales	5.4	5.6	5.1	4.9	5.6	5.3	4.3
14. Recursos Culturales	5.1	3.5	3.9	3.6	5.5	3.3	3.5

Fuente: Elaboración propia con base en WEF (2013).

Como se puede apreciar en la tabla 31, en el primer factor de la competitividad turística que es *“Políticas y Reglamentos”* vemos como Malasia ocupa la primera posición seguida de México y Perú. En el factor *“Sustentabilidad Ambiental”*, Malasia ocupa el primer lugar seguida de Perú y Tailandia respectivamente. En el factor *“Protección y Seguridad”* ocurre un fenómeno interesante, pues tenemos un empate en la primera posición entre Malasia y China, seguidas de un segundo empate en la segunda posición con Indonesia y Tailandia, mientras Rusia queda en tercer lugar. Por su parte en el factor *“Salud e Higiene”* tenemos que Rusia es el líder indiscutible al tener la puntuación más elevada, seguida de México y por una mínima diferencia de Malasia. En cuanto a la *“Participación y Eficiencia Gubernamental”*, tenemos como líder indiscutible de este factor a Indonesia, seguida de un empate en la segunda posición entre México y Tailandia y un segundo empate para la tercera posición de este factor entre Malasia y China. En el factor *“Infraestructura del Transporte Aéreo”* Tailandia es la más competitiva seguida de Malasia, Rusia y China respectivamente. En el factor de la *“Infraestructura del Transporte Terrestre”* Malasia es el líder seguida de China y Tailandia. En el factor de *“Infraestructura Turística”* Tailandia es el líder, seguido en la segunda posición por Rusia y en tercer lugar México. En el factor *“Infraestructura de las TICs”* el líder indiscutible es Rusia, seguida por Malasia y China respectivamente. En cuanto al factor *“Competitividad del Precio en la Industria Turística”* encontramos que existe una mínima diferencia entre los resultados obtenidos por los países que componen este clúster, teniendo como líder de este factor a

Malasia, seguida muy de cerca por Indonesia en la segunda posición y en tercer lugar a Tailandia seguida muy de cerca por México y China. En el factor “*Recursos Humanos*” Malasia es el líder seguido de China y México respectivamente. En lo que respecta al factor “*Afinidad por los Viajes y el Turismo*” tenemos un empate en la primera posición entre Malasia y Tailandia, seguidas de México y Perú en la tercera posición. En el factor de “*Recursos Naturales*”, muy importante para la competitividad turística existe un empate entre Indonesia y China, seguidos en la segunda posición por México a quién sigue muy de cerca Perú. Y por último en el factor de “*Recursos Culturales*” al igual que el anterior uno de los de mayor relevancia en la competitividad turística tenemos que en la primera posición se encuentra como líder indiscutible China, seguida de México y por una amplia diferencia en tercera posición se encuentra Malasia.

Aunque a excepción de la ponderación obtenida por Rusia en el factor “Salud e Higiene” que se acerca bastante al 7 que es lo óptimo de acuerdo al WEF, a partir de este breve análisis podemos inferir que el país más competitivo en la industria turística de este clúster es Malasia al destacar por sobre los demás en la mitad de los 14 factores evaluados obteniendo el mayor número de puntuaciones elevadas. Sin embargo, las diferencias entre las puntuaciones obtenidas por Malasia y otros países como México, Tailandia y China no difieren mucho entre sí, mientras que Rusia destaca estratégicamente en algunos factores e Indonesia se visualiza como el menos competitivo del grupo a partir de los resultados obtenidos.

Con la finalidad de profundizar en el análisis de la competitividad turística de los países del Clúster 4, se procedió a llevar a cabo el Análisis de Escalamiento Multidimensional para distinguir similitudes y diferencias entre ellos, así como los factores que inciden en mayor medida en la competitividad de dichos países dentro de la industria turística de la región Asia-Pacífico. Con base a las ponderaciones previamente analizadas de los 7 países, se llevó a cabo el EMD a través del programa SPSS 20.0. Primeramente se analizaron las similitudes y diferencias que existen entre ellos, mismas que fueron representadas gráficamente en un mapa que refleja las siguientes coordenadas

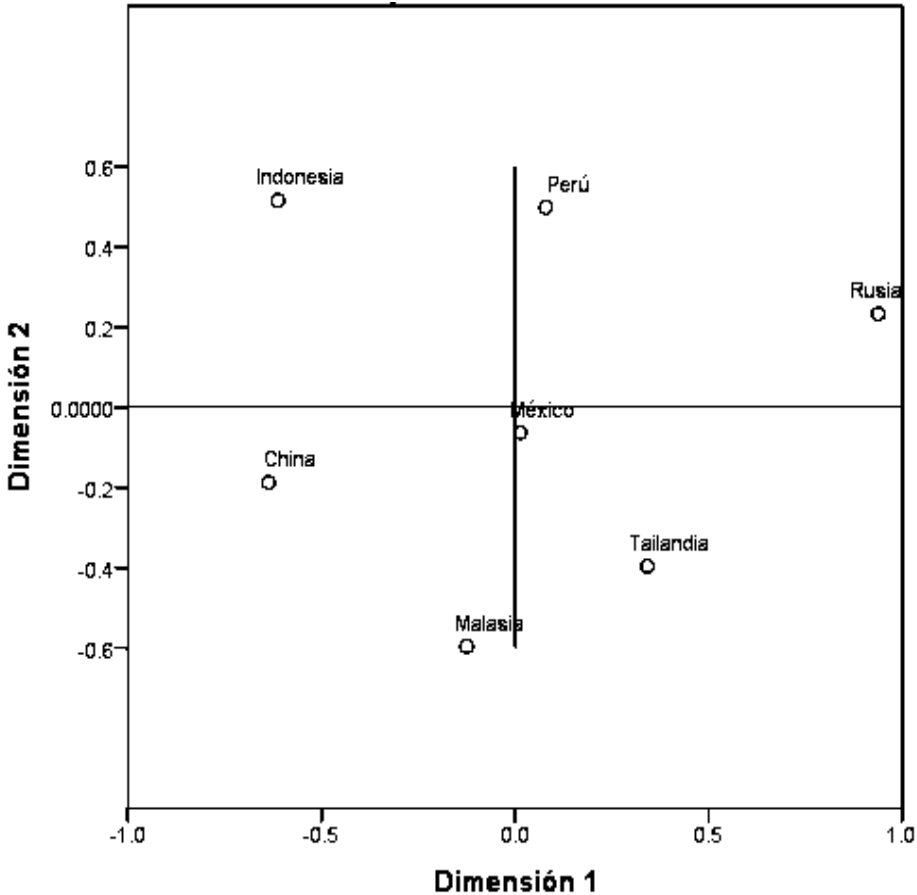
Tabla 17: Coordenadas de los Países del Clúster 4

Coordenadas Finales		
	Dimensión	
	1	2
Indonesia	-.612	.515
Malasia	-.125	-.597
Tailandia	.342	-.396
China	-.637	-.188
Perú	.080	.498
Rusia	.938	.232
México	.013	-.063

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 20.0.

De acuerdo con las coordenadas mostradas en la Tabla 32, podemos apreciar que de acuerdo a la dimensión 1 los países más distantes entre sí con China y Rusia, mientras que en la dimensión 2 son Indonesia y Malasia. Esto quiere decir que estos 4 países son los que más difieren entre sí respectivamente en cuanto a su competitividad turística. A continuación se presenta el mapa que lo representa.

Figura 5: Mapa Conceptual de las Coordenadas de los Países del Clúster 4.

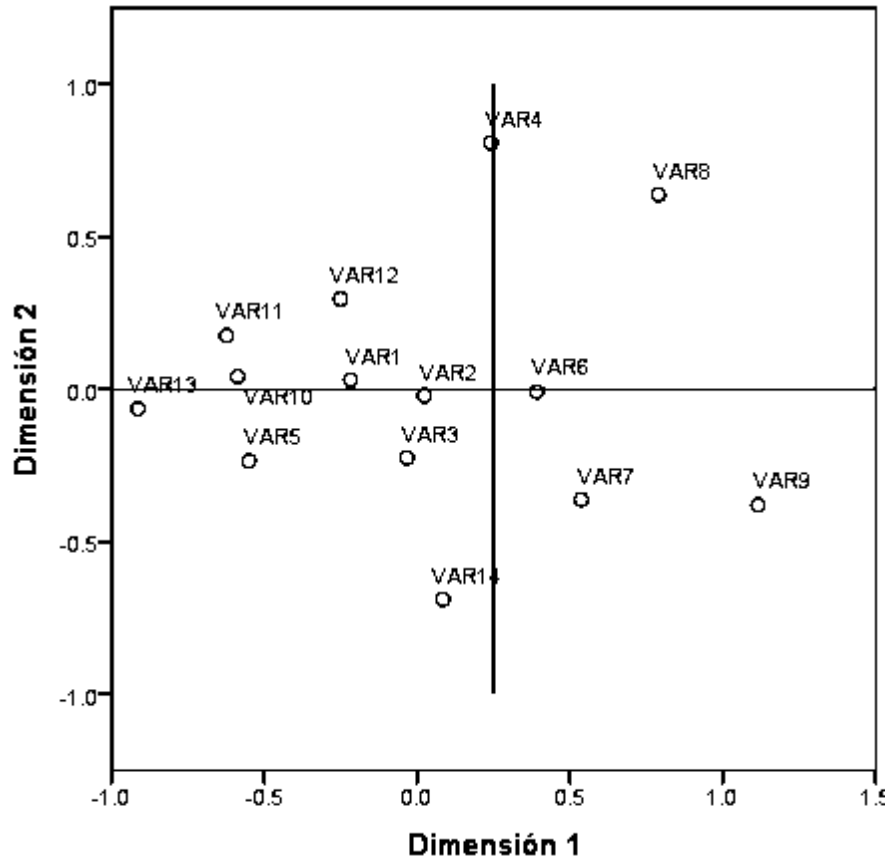


Fuente: Elaboración propia en SPSS 20.0

De acuerdo con el gráfico tenemos entonces que Rusia y Perú son similares, al igual que México es similar que Tailandia y China con Malasia. Se puede observar como México, Tailandia y China son cercanos entre sí y todos ellos a Malasia, lo que confirma las conjeturas del análisis anterior al ver como Rusia y Perú son más similares entre sí y cómo Indonesia se separa por completo al tener resultados sumamente diferentes al resto. Debido a esto es el único país que aparece representado solo en un cuadrante. Esto quiere decir que Indonesia es el que difiere mayormente al resto de los países en competitividad turística.

A continuación se presenta el resultado obtenido del Análisis de Escalamiento Multidimensional llevado a cabo a través de SPSS 20.0 para detectar los factores de mayor incidencia en la competitividad turística de los países del Clúster 4 en la región Asia-Pacífico.

Figura 6: Los Factores de la Competitividad Turística del Clúster 4



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en SPSS 20.0.

Nota: VAR1 representa políticas y reglamentos, VAR2: sustentabilidad ambiental, VAR3: protección y seguridad, VAR4: salud e higiene, VAR5: participación y eficiencia gubernamental, VAR6: infraestructura del transporte aéreo, VAR7: infraestructura del transporte terrestre, VAR8: infraestructura turística, VAR9: infraestructura de las TICS, VAR10: competitividad del precio en la industria turística, VAR11: recursos humanos, VAR12: afinidad por los viajes y el turismo, VAR13: recursos naturales y VAR14: recursos culturales.

De acuerdo a los hallazgos del EMD reflejados en el mapa anterior, se concluye que el factor “*Infraestructura Turística*” (VAR8) es el de mayor incidencia en la competitividad turística de Asia-Pacífico para el Clúster 4. De igual forma el factor “*Infraestructura de Transporte Aéreo*” (VAR6) tiene una importante influencia sobre la competitividad turística para estos países.

Por su parte, los factores “*Políticas y Reglamentos*” (VAR1), “*Competitividad del Precio en la Industria Turística*” (VAR10), “*Recursos Humanos*” (VAR11) y la “*Afinidad por los Viajes y el Turismo*” (VAR12) tienen un efecto similar sobre la competitividad turística del Clúster 4, pero su incidencia es en menor grado que los factores descritos en los párrafos anteriores. Por lo tanto, bajo el criterio de que el factor de mayor incidencia en la competitividad turística de este clúster es la “*Infraestructura Turística*”, retomando la información de la Tabla 16, el país más competitivo sería Tailandia al haber obtenido la ponderación más elevada, seguida de Rusia y México respectivamente.

En cuanto al factor “*Infraestructura aérea*” que de igual forma influye considerablemente en la competitividad turística de estos países, tenemos que nuevamente Tailandia obtuvo la ponderación más elevada seguida de Malasia y China respectivamente. Por lo anterior, a partir de los resultados se puede advertir la destacada participación de Tailandia como destino turístico en Asia-Pacífico. Sin embargo, Malasia, México y China le siguen de cerca, sin olvidar que Rusia está obteniendo ponderaciones elevadas en determinados factores. Con base a esto, podemos señalar que Indonesia y Perú son los países menos competitivos del Clúster 4 al no destacar en las ponderaciones de los 14 factores de la competitividad turística.

7.4 México y sus Factores de Competitividad Turística

Después de haber hecho un análisis minucioso de la competitividad de los países que componen el Clúster 4 y los factores que inciden en su competitividad es momento de enfocarse en México y llevar a cabo un análisis de sus factores de competitividad turística.

De acuerdo con el WEF estas son las ponderaciones que México obtuvo en cada uno de los 14 factores de la competitividad turística en el 2013.

Tabla 18: Factores de la Competitividad Turística de México

Factores de Competitividad	México
1. Políticas y Reglamentos	4.7
2. Sustentabilidad Ambiental	4.2
3. Protección y Seguridad	3.7
4. Salud e Higiene	4.7
5. Participación y Eficiencia Gubernamental	5
6. Infraestructura del Transporte Aéreo	3.8
7. Infraestructura del Transporte Terrestre	3.6
8. Infraestructura Turística	4.4
9. Infraestructura de las TICS	2.9
10. Competitividad del Precio en la Industria Turística	4.9
11. Recursos Humanos	5
12. Afinidad por los Viajes y el Turismo	4.6
13. Recursos Naturales	5.4
14. Recursos Culturales	5.1

Fuente: Elaboración propia con base en WEF (2013).

Recordando que bajo el criterio del WEF el rango de las ponderaciones de los factores es del 1 al 7 donde 1 es el peor y el 7 es el mejor, procedemos a realizar el análisis de la competitividad de los factores de México.

De acuerdo con la información de la Tabla 33 podemos apreciar que los factores de ponderación más elevada son los “Recursos Naturales” en primer lugar, seguido de los “Recursos Culturales” y un empate entre la “Participación y Eficiencia Gubernamental” y los “Recursos Humanos”.

Por la diversidad de climas y extensión de su territorio México goza de una situación privilegiada en cuanto a sus vastos recursos naturales que por ende han beneficiado a la proliferación de recursos culturales.

Por su parte los factores de la competitividad turística en los que México no destaca son la infraestructura de las TIC, situación muy grave si tomamos en cuenta el impacto que tiene en la comunicación entre ofertantes y demandantes, además de los alcances de la publicidad y atractivo para el turista, junto con la “Infraestructura del Transporte Terrestre”, “Protección y Seguridad” y la “Infraestructura del Transporte Aéreo”.

Retomando el análisis EMD efectuado con los 20 países de APEC, los factores de mayor incidencia en la competitividad turística son los recursos culturales, la sustentabilidad ambiental y la infraestructura del transporte aéreo, de los cuales México solo destaca en el primer factor mencionado.

Conforme al EMD aplicado al Clúster 4, los factores de mayor incidencia en la competitividad fueron las infraestructuras turísticas y de transporte aéreo, en las cuales México no destaca al tener en ambas una ponderación por debajo de 5.

Por lo tanto se puede concluir que México debe invertir y generar planes de acción que lo lleven a mejorar sus ponderaciones en sus recursos culturales, sustentabilidad ambiental, infraestructura del transporte aéreo y su infraestructura turística.

CAPÍTULO VIII.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Rescatando el planteamiento original de la problemática que originó esta investigación acerca de ¿qué factores han determinado la competitividad turística de México dentro de APEC?, se llegó a las siguientes conclusiones:

A través de los datos proporcionados por el WTTC, nos podemos percatar de la importancia que representa la industria turística para las economías de APEC. En el caso de los países integrantes considerados como desarrollados, podemos ver como la actividad turística aporta ingresos importantes a pesar de que paralelamente tengan otras industrias que les generan aportaciones similares o superiores. Por su parte, se pudo constatar como las economías denominadas en “vías de desarrollo” de APEC tienen una alta dependencia de la actividad turística al ser uno de sus principales ingresos y uno de los más importantes motores de desarrollo.

En el caso de México se comprueba la importancia que tiene la industria turística al ser una de las principales fuentes de ingreso y contribuir al desarrollo del país a través de la generación de empleos directos e indirectos, además de activar el uso de otros servicios complementarios.

México necesita alinear objetivos entre el Gobierno y la iniciativa privada para lograr un desarrollo integral en los factores competitivos de su clúster: la infraestructura turística y la aérea. Al igual que los factores de competitividad turística de la región: los recursos culturales y la sustentabilidad ambiental.

En la medida que México mejore su condición aeroportuaria e invierta en el desarrollo de los destinos turísticos actuales y cree nuevos destinos, además de ayudar a su conservación y explotar la riqueza cultural que posee, estaríamos suponiendo que su competitividad turística en Asia-Pacífico mejoraría significativamente y muy posiblemente se convertiría en uno de los destinos de mayor demanda, logrando así su posicionamiento en la región.

Para tener un panorama con mayor claridad al respecto, habría que realizar futuras investigaciones que nos informaran qué clase de turistas son los que visitan México, cuáles con sus expectativas y los factores que terminan su decisión de elegirlo como destino y no otro país. Además de registrar datos específicos de los mismos, tales como la nacionalidad, ingresos, estado civil, escolaridad entre otros datos importantes que sirvan como base para la generación de estrategias de posicionamiento, publicidad y de igual modo para enfocar el desarrollo de las infraestructuras de tal manera que cumpla con las expectativas de los turistas.

Estos resultados le permitirán a México generar estrategias de diversificación de su oferta turística, explotando el mercado del turismo cultural, de naturaleza, de negocios, rural o interior, deportivo y el médico y de salud y no quedarse exclusivamente en el denominado “sol y playa”.

Por otra parte, retomando el análisis de factores de la competitividad turística de la región Asia-Pacífico, podemos concluir que los de mayor incidencia para lograr un buen desempeño en la actividad turística son los recursos culturales y los recursos naturales.

Recordando las palabras de los expertos en la materia, se confirma que la actividad turística depende de la dotación de recursos naturales que posee un destino turístico y que dependerá de la buena administración del mismo su éxito o fracaso.

Debemos recordar que en la mayoría de los casos, los atractivos turísticos de un destino se basan en la riqueza de sus recursos culturales que motivan a los potenciales turistas a visitarlos. Sin embargo, aunque los destinos dependen en gran medida de la dotación de recursos culturales y naturales que poseen, no siempre están sujetos a la cantidad o diversidad, sino a la calidad, precio, infraestructura y servicios complementarios alrededor de los mismos.

Considerando que los recursos naturales son no renovables, son de vital importancia las estrategias que se pongan en práctica para ayudar a su preservación, al constituir en muchos casos el principal atractivo turístico. De aquí que el análisis de factores haya arrojado que la sustentabilidad ambiental es esencial para que un país mantenga su competitividad en la industria turística, ya que de perderlos, estaría también renunciando a su papel como destino turístico.

De igual forma, la infraestructura del transporte aéreo destaca como uno de los factores esenciales para que los países de la región Asia-Pacífico puedan atraer un mayor número de turistas. Este resultado arrojado por análisis de escalamiento multidimensional tiene su lógica si consideramos que prácticamente la mitad de los países que integran APEC son islas o en algunos casos continentes. Por lo que el transporte aéreo constituye el principal medio de transporte para llegar a estos destinos.

Pero no solo se trata de poder desplazarse del país de origen al de destino, al turista también le interesa poderse mover internamente para visitar los distintos atractivos. Por lo tanto, otro de los factores importantes de la competitividad en la industria turística de la región ha resultado ser la infraestructura del transporte terrestre. Un país con deficiencias en esta infraestructura no permite la correcta movilidad de los turistas, lo que provoca que todos se concentren en los mismos lugares e impide que exploren otros atractivos, por lo que desaprovecha la oportunidad de atraer un mayor número de turistas y con ello la posibilidad de recibir mayores ingresos.

Otro factor que resultó ser relevante para la competitividad turística de la región es la infraestructura de las tecnologías de la información. En la actualidad es esencial que los destinos turísticos posean dicha infraestructura ya que representa una de sus mejores herramientas para atraer nuevos turistas al ofrecerles distintos servicios, sobre todo a

través de internet. De esta manera el potencial turista puede hacer contacto directo con los proveedores de servicios turísticos en todo momento, puede visitar virtualmente los lugares y tomar una mejor decisión acerca de los destinos que visitará, además de las diversas facilidades que existen hoy en día para realizar las reservaciones y compras de boletos en línea. Además en muchas ocasiones constituye un factor decisivo a la hora de elegir el destino a visitar, pues el turista desea estar comunicado con sus amigos, familiares, negocios o empresas en todo momento.

La infraestructura turística de los países también constituye un factor de importancia para un buen desempeño en dicha actividad. Debemos recordar que no solo se trata de atraer un mayor número de turistas internacionales, sino que los destinos exitosos generan estrategias e invierten en infraestructura de acuerdo con las necesidades que van detectando, para lograr retener a los turistas con estancias de mayor duración o bien hacer que regresen periódicamente.

En cuanto a la competitividad turística de APEC se concluye que el clúster número 3 es el más exitoso, al contar con las puntuaciones más altas en la mayoría de los factores analizados, incluyendo los factores de mayor incidencia en la actividad turística. Por lo tanto, Australia, Canadá, Nueva Zelanda, Singapur, Hong Kong, de acuerdo a los datos analizados son los más competitivos en la industria turística de la región, seguidos de Japón, República de Corea, Estados Unidos y Taipéi (Taiwán).

Por su parte Brunei Darussalam, Filipinas, Chile y Vietnam, puede decirse que son competitivos en la industria turística de APEC exclusivamente por la variable del precio. Su futuro en la actividad turística es incierto, debido a que su estrategia depende de una variable en constante cambio, que aunque en estos momentos represente su mayor fortaleza y les ayuda a atraer un cierto volumen de turistas, el día de mañana puede verse severamente afectados y perder el ingreso que obtienen de esta actividad. Por lo tanto, es recomendable que diversifiquen sus estrategias para atraer turistas y aseguren su permanencia dentro de la industria.

Finalmente tenemos al resto de los países de APEC: Indonesia, Malasia, Tailandia, China, México, Perú y Rusia, que han resultado ser los menos competitivos en la actividad turística, al solo destacar en el factor de recursos naturales.

Con base a los resultados obtenidos, México pertenece al grupo de los países menos competitivos de la región. Sin embargo, este resultado ofrece un punto de partida para la generación de estrategias que modifiquen el desempeño que tiene en esta industria. Los recursos naturales son una fortaleza para México por la riqueza de su biodiversidad que aún no han sido explotados del todo como atractivo turístico, concentrándose solo en ciertas zonas del país.

Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos en esta investigación es recomendable poner en marcha planes de acción que ayuden a mejorar la infraestructura turística de México en el que estén alineados los objetivos del Gobierno, la iniciativa privada y los habitantes de los destinos.

Por lo tanto, es recomendable realizar un estudio que identifique cuáles son los recursos naturales que posee México que pudieran posicionarse como nuevos atractivos y destinos turísticos, además de detectar cuáles son las necesidades actuales de los turistas internacionales que visitan el país. De esta forma se diversifica la oferta turística y puede ser que se obtenga una ventaja competitiva sostenida frente a otros competidores.

De igual forma es recomendable hacer un proyecto integral en el que se contemplen los nuevos atractivos turísticos derivados del estudio de recursos naturales potenciales con vocación de destino turístico, así como las estrategias para satisfacer las necesidades de los turistas internacionales que visitan México y se complementen con la inversión en las infraestructuras necesarias como el transporte aéreo, terrestre y marítimo, además de contar con las tecnologías de la información necesarias para mantener comunicación en todo momento. También es importante incluir los recursos culturales con los que cuentan estos lugares y generar un plan de mantenimiento y cuidados necesarios a través de educar a las personas locales y que con el soporte de leyes y reglamentos coadyuven a la sustentabilidad ambiental.

Con la finalidad de detectar más específicamente las áreas de oportunidad que tiene México para posicionarse en la industria turística de Asia-Pacífico y el mundo, es recomendable llevar a cabo un estudio minucioso de los factores de la competitividad turística utilizados en este estudio por cada uno de los estados. Esto ayudará a detectar destinos potenciales y a generar estrategias integrales regionales que faciliten la actividad turística, además de identificar los factores negativos que han motivado el decrecimiento del volumen de visitas de turistas extranjeros.

Bibliografía

- Álvarez, R. (1995). *Estadística Multivariante y No Paramétrica con SPSS*. Madrid: Díaz Dantos.
- APEC. (febrero de 2013). *Asia-Pacific Economic Cooperation*. Obtenido de Asia-Pacific Economic Cooperation: <http://www.apec.org/>
- Bahar, O., & Kozak, M. (2005). *Küreselleşme sürecinde uluslararası turizm ve rekabet edebilirlik*. Ankara.
- Beltrami, M. (2010). *Ocio y Viajes en la Historia: Antigüedad y Medioevo*.
- Beltrami, M. (2011). *Ocio y Viajes en la Historia: Antigüedad y Medioevo*. Academia España.
- Betancort, B., & Fernández, H. (2002). Determinantes de la Competitividad de un destino Turístico: Los Casos de Puerto del Carmen, Costa Teguise y Playa Blanca.
- Blanke, J., & Chiesa, T. (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. Suiza: World Economic Forum.
- Bunge, M. (2005). *La ciencia: su método y su filosofía*. Editorial Sudamericana S.A.
- Burns, R., & Robert, B. (2008). *Business Research Methods and Statistics using SPSS*.
- Cegarra, J. (2011). *Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (23 de marzo de 2006). *Cámara de Diputados, LXIII Legislatura, H. Congreso de la Unión*. Obtenido de <http://www.diputados.gob.mx/inicio.htm>
- Chiesa, T., Doherty, S., & Drzeniek, M. (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. WEF.
- China Tourism. (2014). *China like never before*. Obtenido de <http://www.cnto.org/>
- CIA. (2014). *Central Intelligence Agency US*.
- Cockerell, N., & Goodger, D. (2011). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011*. WEF.
- COFEMER. (s.f.). *Comisión Federal de Mejora Regulatoria*. Recuperado el 7 de julio de 2013, de http://www.cofemer.gob.mx/images/stories/xx_conferencia_nal/2SECTURBenjam%C3%ADnD%C3%ADazD%C3%ADaz.pdf

- CONCANACO. (s.f.). Recuperado el 07 de julio de 2013, de http://www.concanaco.com.mx/documentos/Estadistica_45.pdf
- (s.f.). *Country Brand Index 2012-13*.
- Cuevas, A. B. (2001). Variables socioeconómicas de las economías de APEC:1999. *México y la Cuenca del Pacífico*.
- De la O Barroso, M., & Flores, D. (2006). La Competitividad Internacional de los Destinos Turísticos: Del enfoque Macroeconómico al enfoque Estratégico. *Cuadernos de Turismo de la Universidad de Murcia*, 7-24.
- Diéguez, I., Gueimonde, A., Sinde, A., & Blanco, L. (2011). Análisis de los Principales Modelos Explicativos de la Competitividad de los Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad. *Cultur Revista de Cultura y Turismo*, 101-124.
- Feyerabend, P. (1975). *Against Method*. US Library Congress.
- Gálvez, E. D., Capuz-Rizo, S. F., & Ordieres, J. B. (2012). Estudio de la incertidumbre en la Programación de Actividades usando la Matriz de Estructura Dependiente. *Información Tecnológica*, 19-34.
- Garau, J. (2006). The Recent Evolution and Impact of Tourism in the Mediterranean: The Case of Island Regions, 1990-2002.
- Guerrero, M., & Ramírez, J. M. (2009). El Analisis de Escalamiento Multidimensional: una alternativa y complemento a otras tecnicas multivariantes. *Departamento de Economía y Empresa*.
- Guiwu, W., & Wende, Y. (2008). Grey Relational Analysis Method For Multiple Attribute Decision Making With Incomplete Weight Information in Intuitionistic Fuzzy Setting. *Chinese Control and Decision Conference (CCDC 2008)*.
- Huang, Y.-L., & Lin, C.-T. (2010). Constructing grey relational analysis model evaluation of tourism competitiveness.
- Huang, Y.-L., L.-T. (s.f.). Constructing grey relational analysis model evaluation of tourism competitiveness.
- Indonesia's Official Tourism Website. (2013). *Wonderful Indonesia*. Obtenido de <http://www.indonesia.travel/>
- INEGI. (2013). *Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. Recuperado el 5 de julio de 2013, de <http://mapserver.inegi.org.mx/geografia/espanol/datosgeogra/extterri/frontera.cfm?s>
- ITESCAM. (2013). *ITESCAM*. Obtenido de www.itescam.edu.mx/principal/sylabus/fpdb/recursos/r5096.DOC

- Johnson, R., & Wichern, D. (2007). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Julong, D. (1988). *Introduction to Grey System Theory*.
- Kayar, H., & Kozak, N. (2008). Measuring Destination Competitiveness: An application of Travel and Tourism Competitiveness Index. *The 4th Conference for Graduate Research in Tourism, Hospitality and Leisure, 22-27*.
- Kendall Hunt. (2013). *Kendall Hunt High School Math Resources*. Obtenido de http://math.kendallhunt.com/documents/dg3/condensedlessonplansspanish/dg_clps_09.pdf
- Kyriakidis, A., Oaten, S., & Jahns, J. (2011). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011*. WEF.
- Linares, G. (2001). ESCALAMIENTO MULTIDIMENSIONAL: CONCEPTOS Y ENFOQUES. *REVISTA INVESTIGACION OPERACIONAL*, 173-183.
- Lipman, G., & Vorster, S. (2011). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011*. WEF.
- Malaysia Tourism. (2014). *Visit Malaysia the true Asia*. Obtenido de <http://www.tourism.gov.my/en/Master/Web-Page/About-Malaysia>
- Marton-Lefèvre, J., & Borges, M. (2011). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011*. WEF.
- Mazaro, R., & Varzin, G. (Julio de 2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Administração Contemporânea*, 12(3).
- Navarro, J. C. (2011). *Epistemología y Metodología*. México: Grupo Editorial Patra.
- OMT. (2004). *Introducción al Turismo*. OMT.
- OMT. (2012). *Panorama OMT del Turismo Internacional, edición 2012*. OMT.
- OMT. (2013). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://www2.unwto.org/es>
- Özdamar, K. (2004). *Paket Programalar ile İstatistiksel veri Analizi*. Eskisehir: Kaan Kitavebi.
- Panorama OMT del Turismo Internacional. (2013). *Panorama OMT del Turismo Internacional 2013*.
- Peña, D. (2002). *Análisis de Datos Multivariantes*.

- Porter, M. (2011). *Ventaja Competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior*. CECSA.
- Porter, M. E. (2007). Understanding Industry Structure. *Harvard Business School*, 1-16.
- Ringbeck, J., & Pietsch, T. (2011). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011*. WEF.
- Rivera, J., & Molero, V. (2010). El Escalado Multidimensional en la Investigación de Mercados. Usos y aplicaciones. *Investigación y Marketing*.
- Sánchez, M., & Fajardo, M. A. (2004). *Biblioteca de la Universidad de Sevilla*. Obtenido de Universidad de Sevilla: <http://fama.us.es/>
- SE. (febrero de 2012). *Secretaría de Economía*. Obtenido de Secretaría de Economía: http://www.economia.gob.mx/files/Documento_Informativo_APEC.pdf
- SECTUR. (2010). *DataTur*. Recuperado el 1 de agosto de 2013, de SECTUR: http://datatur.sectur.gob.mx/work/sites/datatur/resources/PDFContent/191/Glosario_DataTur.pdf
- SECTUR. (23 de octubre de 2011). *Secretaría de Turismo*. Obtenido de Secretaría de Turismo: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_194
- SEGOB. (2014). *Secretaría de Gobernación*. Obtenido de http://www.inm.gob.mx/index.php/page/Paises_Visa
- SEMARNAT. (2013). *Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales*. Recuperado el 5 de julio de 2013, de http://www.semarnat.gob.mx/playas/playas_limpias/Paginas/Playas.aspx
- Terry College of Business. (2 de diciembre de 2013). *Terry College of Business*. Obtenido de <http://www.terry.uga.edu/~pholmes/MARK9650/Classnotes4.pdf>
- Tourism Thailand. (2014). *Amazing Thailand, it begins with the people*. Obtenido de <http://www.tourismthailand.org/>
- Travel to Russia. (2014). *Visit Russia*. Obtenido de <http://www.visitrussia.org.uk/>
- Tung, G.-S., Cheng, T.-M., & Wu, L.-C. (2009). The Measurement of Competitiveness of International Tourists Hotels in Taiwan. *The Journal of International Management Studies*.
- Turismo de Perú. (2014). *Peru Travel*. Obtenido de <http://www.peru.travel/>
- Universidad de Valencia. (2 de diciembre de 2013). *Contenedor Hipermedia de Estadística Aplicada a las Ciencias Económicas y Sociales*. Obtenido de <http://www.uv.es/ceaces/>

Universidad de Valencia. (2014).

Vila, N. (2000). *Universitat de Valencia*.

Wang, R.-T. (2011). Performance Evaluation Method- Grey Relation Analysis.

WEF. (2011). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011*.

WEF. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*.

World Economic Forum. (2013). *Travel & Tourism Competitiveness Index*.

WTTC. (febrero de 2013). *World Travel & Tourism Council*. Obtenido de World Travel & Tourism Council: <http://www.wttc.org/>