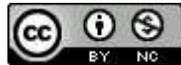




Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

EL DIFERENCIAL DE PRECIOS EN LA MEDICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DEL SECTOR TURÍSTICO EN MÉXICO.

Área del conocimiento y temática.

- Competitividad en industrias globales dinámicas
- La competitividad en el sector de servicios.

Nombre de autor (es).

- Ariadna Esmeralda Gallegos Rivas
- Antonio Kido Cruz

Institución a la que pertenece o representa.

- Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo

Domicilio

- Juan José de Lejarza #475
Centro
Morelia, Mich.
CP. 58000

Numero de teléfono y fax.

- (443) 312. 34. 13

Correo electrónico.

- ariadna_ga@yahoo.com
- ankido@colpos.mx

Dirección para correspondencia.

- Juan José de Lejarza #475
Centro
Morelia, Mich.
CP. 58000

RESUMEN

Esta investigación estudia la competitividad de precios del sector turístico en México con respecto a sus principales competidores a nivel internacional en relación a su diferencial de precios relativos.

Se determinaron los índices de competitividad de precios turísticos para México, Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea, a fin de determinar su diferencial de precios para conocer cuáles son los países más baratos para el turista al momento de convertir las monedas según el tipo de cambio. Se utilizó una metodología basada en diversos artículos (Dwyer, Forsyth y Rao, 1999, 2000, 2001), en los que se ha medido la competitividad de precios de destinos turísticos en el mundo, utilizando información generada en el Programa de Comparaciones Internacionales del Banco Mundial. Se determina que el sector turístico en México posee una ventaja comparativa respecto a sus principales competidores a nivel internacional en función de su diferencial de precios relativos.

Palabras claves: competitividad, precios turísticos, turismo

ABSTRACT

This research studies the price competitiveness of the tourism industry in Mexico respect to its main international competitors in relation to its relative price differential.

Price competitiveness indexes were determinate for Mexico, U.S., Canada and the European Union, to determine the price differential to know what are the cheapest countries for tourists at the time to convert their currency into its exchange rate. It was used a methodology based on some articles (Dwyer, Forsyth and Rao, 1999, 2000, 2001), which has measured the price competitiveness of tourist destinations in the world, using information generated by the International Comparison Program Bank. It is determined that the tourism industry in Mexico has a comparative advantage over its main international competitors in terms of its relative price differential.

Keywords: competitiveness, tourism prices, tourism

Introducción.

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual, debido a que es una actividad que ha sido considerada como un factor potencial para el desarrollo de una nación, por su gran capacidad de generación de riqueza y empleo, y su contribución a la aportación de divisas, al desarrollo regional y al crecimiento en el ámbito social y económico.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2009), este sector aporta alrededor del 15.4% de la producción mundial. El turismo representa alrededor de un 35% de la participación del total de las exportaciones de servicios en el mundo y al menos el 70% de la participación del total de las exportaciones de servicios en los países en vías de desarrollo (OMT, 2007).

La actividad económica turística en México ha tenido un crecimiento importante en los últimos cincuenta años (Secretaría de Turismo, 2000). Sin embargo, en un contexto de crisis mundial, el sector turístico está previendo una posible tendencia a la baja de los flujos de visitantes. El barómetro del Turismo Mundial de la Organización Mundial del Turismo (2009) afirma que aún y cuando el sector turístico ha presentado un crecimiento durante los últimos cinco años de un cinco por ciento, se situó en valores negativos durante la segunda mitad del 2008, y se teme que dicho comportamiento se acentúe en el año 2009, debido a las crisis financieras que se han presentado a nivel mundial.

En México, en los últimos años se han venido incrementando las cifras de captación de divisas por visitantes internacionales, el gasto promedio por turistas de internación, y la inversión pública y privada, por lo que el turismo ha tenido una contribución importante a la economía nacional. De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2008), el Valor Agregado Bruto Turístico representó 8.2% del correspondiente al total del país durante 2006, y registró un crecimiento del 4.5% respecto al año anterior, cifra superior a la del producto generado, de manera conjunta, por actividades económicas como la agricultura y las industrias alimentaria, de la madera, del papel, y de la química.

México ofrece una amplia variedad de recursos y ventajas naturales que brindan servicios turísticos atractivos y demandados por el consumidor. Estos distintivos ofrecen la posibilidad de que nuestro país se convierta en una potencia turística a nivel internacional. Sin embargo, el potencial de desarrollo de la industria turística depende, en gran parte, de su habilidad para mantener una ventaja competitiva en su oferta de productos y servicios turísticos.

La competitividad internacional en el sector turístico puede ser analizada desde la perspectiva de los costos comparativos. El diferencial de precios relativos es un factor determinante de la demanda de estos servicios, y pueden ser determinados mediante índices de competitividad de precios, los cuales pueden ser útiles para estudiar los aspectos referentes a aquellas características distintivas que hacen que un lugar turístico sea preferido en los consumidores, y analizar cómo cambia esta percepción a través del tiempo, así como sus causas principales. Además, permite la comparación de un destino turístico en cuanto a la competitividad de sus precios en relación con sus principales competidores. El precio es un factor capaz de cambiar la percepción del consumidor con respecto a su elección de destinos y servicios turísticos (Dwyer, 2002). El diferencial de precios constituye, en cierta forma, una de las motivaciones del turismo internacional, y explica en gran medida el éxito de ciertos destinos turísticos, además de que responde al flujo del mercado turístico (Vellas, 2004).

El presente estudio plantea la elaboración de un diagnóstico de la competitividad de precios turísticos en México, mediante la generación de índices de competitividad turística respecto a la oferta turística internacional de México y de sus principales competidores, tomando como principal eje de análisis el nivel de precios y sus determinantes a nivel país, con el objeto de que dichos índices puedan servir como lineamientos generales para el incremento de la competitividad en México, al mostrar la evolución y el desempeño que ha tenido el sector turístico, y fungir así como un instrumento estratégico para el desarrollo del sector y para la orientación de las alternativas de acción y la toma de decisiones en el ámbito público y privado.

Materiales y Métodos (Desarrollo técnico)

Para determinar la competitividad del sector turístico en México, se presenta una metodología que tiene por objeto la construcción de un índice de competitividad que permita conocer, en términos comparativos, la competitividad turística de México y su ventaja comparativa en el diferencial de precios relativos, respecto a sus principales competidores turísticos a nivel internacional. Existe evidencia empírica que muestra que los viajeros internacionales son sensibles al precio (Crouch, 1999), por lo que es relevante aplicar esta metodología para medir la competitividad de los precios en el sector turístico del país y compararlos con sus respectivos competidores.

Esta metodología se basa en diversos artículos (Dwyer, Forsyth y Rao, 1999, 2000a, b, c, 2001; Dwyer, Mistilis, Forsyth y Rao 2001), en donde los autores han tratado de construir los índices de precios de competitividad de los destinos turísticos en todo el mundo, utilizando información generada en el Programa de Comparaciones Internacionales (Banco Mundial 1993; Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, 1987, 1993, 1998).

Estos índices pueden utilizarse para determinar, desde el punto de vista de los visitantes, la competitividad de los precios turísticos de una nación o región, en términos absolutos y relativos (Dwyer et al. 2000a). También pueden ser utilizados para evaluar un destino turístico de la competitividad de los precios desde la perspectiva de viaje de los visitantes con diferentes fines (Dwyer, Forsyth y Rao 1999, 2000b, c; Dwyer, Mistilis, Forsyth y Rao, 2001). También se pueden descomponer para determinar la influencia relativa de los tipos de cambio y las tasas de inflación doméstica en la competitividad de los precios de los destinos (Dwyer, Forsyth y Rao, 2001).

Las paridades del poder adquisitivo (PPA) se utilizan en lugar del tipo de cambio para convertir las medidas de una economía nacional en una moneda común. Al tomar en cuenta los diferenciales de precio entre los países, dichas paridades permiten comparar el tamaño de los mercados, la estructura de las economías y lo que el dinero puede comprar; estas cifras indican cuáles son los países más baratos y más caros al momento de convertir las monedas según el tipo de cambio (Banco Mundial, 2008).

El Índice del nivel de precios al consumidor muestra cuáles son las economías más caras y más baratas; es el coeficiente de la Paridad del Poder Adquisitivo (PPA) de un país dividido por su tipo de cambio respecto del dólar estadounidense. Un índice superior a 100 significa que, en promedio, los precios son más altos que en el mismo país, y un índice inferior a 100 significa que los precios son relativamente más bajos (Banco Mundial, 2008).

Cabe mencionar que para objeto de esta investigación, se tomará a Estados Unidos como país de referencia comparativa de la competitividad turística, debido a que el dólar americano es la moneda de intercambio más utilizada en el mundo, y sobre la cual se basan las referencias tomadas de la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE, 2009) para los tipos de cambio y los Índices de Precios al Consumidor.

Para la construcción de índices de competitividad de precios turísticos mediante esta metodología, se requiere el seguimiento de los siguientes pasos:

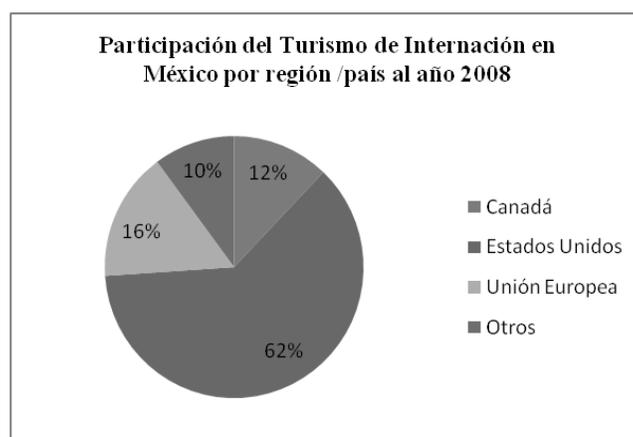
En primer lugar, deben seleccionarse los países de origen que serán sometidos a análisis, tomando como criterio de elección al conjunto de mercados turísticos principales que compiten entre sí, ya que la competitividad de los precios puede ser plenamente comprendido sólo en comparación con otros destinos que los visitantes pueden elegir.

Para este estudio se utilizó información primaria, obtenida del Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM, 2009) cuyo registro permite conocer con mayor grado de exactitud la nacionalidad de los turistas, pues refleja el registro de ingreso al país mediante la lectura electrónica

del pasaporte de cada turista. De acuerdo a esta información y para los objetivos de esta investigación, se tomó como conjunto de estudio aquellos países / regiones que son susceptibles de proporcionar el 88.86% del turismo de internación a México, los cuales se conforman por Estados Unidos, con un 61.85%; Canadá con un 12.08% y la Unión Europea con un 15.95% del total del turismo de internación a México, y a su vez, son destinos turísticos que se disputan entre sí el flujo turístico.

En la siguiente gráfica se observa que la participación del turismo de internación a México, es de Estados Unidos, con un 61.85%; Canadá con un 12.08% y la Unión Europea con un 15.95% del total del turismo de internación.

Gráfica 1. Participación del turismo de internación en México.



Fuente: Sistema Integral de Operación Migratoria, Instituto Nacional de Migración, 2009.

En segundo lugar, se requiere la recopilación de los índices de precios, tomando como fuente de información la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2009). Se recopilaron datos de los Índices de Precios al Consumidor para cada uno de los destinos mencionados, considerando los precios generales de la canasta básica en virtud de que no existen índices de precios específicos para los servicios turísticos para todos los países.

En tercer lugar, se necesitan calcular las paridades del poder adquisitivo, como criterio de correspondencia entre los datos de compras y niveles de gasto requeridos en los diferentes destinos para comprar la misma canasta de bienes y servicios, y los datos de precios derivados del poder de

compra para cada país. El poder de paridad adquisitivo indica los niveles de gastos requeridos en los diferentes destinos para comprar la misma canasta de bienes y servicios.

Por último, el poder de paridad adquisitivo para cada país debe ser ajustado por los tipos de cambio para obtener índices de competitividad de los precios. Los tipos de cambio entre las monedas de dos países se ajustan según el diferencial de inflación entre dichos países. Estos índices comparan los precios de bienes y servicios que adquieren los turistas para los distintos países. Así, el poder de paridad de compra es un indicador económico que tiene como objetivo comparar de una manera realista el nivel de vida entre distintos países, en términos de las variaciones de precios y el costo de vida de cada país, eliminando las diferencias en los niveles de precios entre países (Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico, 2009).

En cuanto a lo referente al criterio de elección del año base, cabe mencionar que se excluye el período de la crisis económica que se presentó en México a partir del año de 1994, por su negativo impacto en la devaluación del peso mexicano, en la inversión y en las fluctuaciones en los tipos de cambio e Índices de precios. El año de 1998 marca el inicio de una etapa de estabilidad económica, razón por la cual se considera hasta el año 2000 como año base para la generación de los índices de competitividad.

Para determinar los índices de competitividad de los precios, se utiliza la siguiente fórmula:

$$PCI = \frac{\text{Tasa de Cambio Nominal}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100$$

Ec. 1

Donde:

PCI = Índice de competitividad de precios

Para obtener el Precio de Paridad de Compra, se utilizó:

$$PPC = Tc * \frac{\text{IPC Doméstico Año Base} / \text{IPC Doméstico Año Final}}{\text{IPC Externo Año Base} / \text{IPC Externo Año Final}}$$

Ec. 2

Donde:

PPC : Precio de Paridad de compra

Tc^* representa la tasa de cambio nominal del año base

IPC doméstico año base: Índice de precios doméstico año base 2000 / 2008

IPC doméstico año final: Índice de precios año 2008

IPC externo año base: Índice de precios año base 2000 / 2008

IPC externo final: Índice de precios año 2008

Obtención de información.

Para la recopilación de las cifras requeridas para la construcción de los índices de precios, se utiliza como fuente de información la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 2009). Los índices de precios al consumidor y las tasas de cambio obtenidos para cada uno de los destinos mencionados son los siguientes:

Tabla 1. Tasa de cambio e Índice de Precios al Consumidor en México para el año 2000 – 2008

País:	México	
Año	IPC Año base = 2000	Tasa de cambio peso – dólar americano
2000	78,65	9,46
2001	83,65	9,34
2002	87,86	9,66
2003	91,86	10,79
2004	96,16	11,29
2005	100,00	10,90
2006	103,63	10,90
2007	107,74	10,93
2008	113,26	11,13

Fuente: OCDE, 2009.

Tabla 2. Tasa de cambio e Índice de Precios al Consumidor en Estados Unidos para el año 2000 – 2008

País:		Estados Unidos	
Año	IPC Año base = 2000	Tasa de cambio dólar - dólar	
2000	88,18	1,00	
2001	90,67	1,00	
2002	92,11	1,00	
2003	94,20	1,00	
2004	96,72	1,00	
2005	100,00	1,00	
2006	103,23	1,00	
2007	106,17	1,00	
2008	110,25	1,00	

Fuente: OCDE, 2009.

Tabla 3. Tasa de cambio e Índice de Precios al Consumidor en Canadá para el año 2000 – 2008

País:		Canadá	
Año	IPC Año base = 2000	Tasa de cambio dólar canadiense – dólar americano	
2000	89,16	1,49	
2001	91,41	1,55	
2002	93,47	1,57	
2003	96,05	1,40	
2004	97,83	1,30	
2005	100,00	1,21	
2006	102,00	1,13	
2007	104,18	1,07	
2008	106,65	1,07	

Fuente: OCDE, 2009.

Tabla 4. Tasa de cambio e Índice de Precios al Consumidor en la Unión Europea para el año 2000 – 2008

País:			Unión Europea		
			IPC	Tasa de cambio	
Año			Año base = 2000	Euro – dólar americano	
2000			83,45	1,09	
2001			88,19	1,12	
2002			92,54	1,06	
2003			95,36	0,89	
2004			97,66	0,81	
2005			100,00	0,80	
2006			102,58	0,80	
2007			105,33	0,73	
2008			109,44	0,68	

Fuente: OCDE, 2009.

Para la construcción de los índices de competitividad de precios (PCI) para cada uno de los destinos, se sustituyen las fórmulas con los datos recopilados, elaborando el procedimiento para comparar cada uno de los países entre sí y para cada uno de los años analizados en el período de estudio.

A continuación se muestran, los Índices de Competitividad de Precios Turísticos obtenidos para cada país, para los años 2006, 2007 y 2008, con su respectiva variación porcentual respecto al año inicial y al año final. El signo positivo (+) representa una variación positiva en el índice, es decir, un incremento en los valores absolutos de los índices correspondientes. El signo negativo (-) representa una variación negativa en el índice, es decir, un decremento en los valores absolutos de los índices correspondientes. Un índice superior a 100 significa que, en promedio, los precios son más altos que en el mismo país, y un índice inferior a 100 significa que los precios son relativamente más bajos (Banco Mundial, 2008).

Tabla 5. Índice de Competitividad de precios de Canadá al año 2006 – 2008

País:		Canadá			
Año	PCI2006	PCI2007	PCI2008	Var. Por.	
Estados Unidos	95.67	97.05	97.62	+	2
Unión Europea	91.2	92.57	93.07	+	2.01
México	83.06	85.3	86.82	+	4.33

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009. Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 - 2001

Tabla 6. Índice de Competitividad de precios de Estados Unidos al año 2006 – 2008

País:		Estados Unidos			
Año	PCI2006	PCI2007	PCI2008	Var. Por.	
Canadá	104.52	103.04	102.33	-	2.14
Unión Europea	97.83	95.39	95.24	-	2.72
México	86.82	87.89	88.85	+	2.28

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009. Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 - 2001

Tabla 7. Índice de Competitividad de precios de la Unión Europea al año 2006 – 2008

País:		Unión Europea			
Año	PCI2006	PCI2007	PCI2008	Var. Por.	
Canadá	109.64	108.02	107.45	-	-2.04
Estados Unidos	104.89	104.83	105	+	1.1
México	91.07	92.14	93.29	+	2.38

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009. Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 2001

Tabla 8. Índice de Competitividad de precios de México al año 2006 – 2008

País:	México				
Año	PCI2006	PCI2007	PCI2008	Var. Por.	
Canadá	120.39	117.24	115.17	-	4.53
Estados Unidos	115.18	113.67	112.55	-	2.34
Unión Europea	103.81	108.53	104.5	+	0.66

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009. Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 - 2001

Resultados.

Como se puede observar en los datos anteriores efectuados con esta metodología, se puede concluir lo siguiente:

De acuerdo a los índices de Competitividad de Precios Turísticos obtenidos, el país que presenta un mayor índice, y por tanto, es más competitivo es México. En orden de mayor competitividad a menor, México es seguido por la Unión Europea, Estados Unidos y por Canadá, en último lugar.

Cabe mencionar que, aún y cuando México muestra un liderazgo en competitividad de precios respecto a sus competidores, es notable que en el análisis del período comprendido por este estudio, muestra un decremento en los valores de sus índices respecto a Canadá y Estados Unidos, lo cual puede interpretarse como una tendencia a la baja en su competitividad de precios turísticos, que aún y cuando siguen presentando un liderazgo, deben considerarse tales tendencias para la toma de decisiones y políticas, tanto privadas como gubernamentales. Para el caso de la Unión Europea, esta competitividad se ha incrementado del año 2006 al 2008, por lo que se denota un incremento en la competitividad de precios respecto a dicho país. Dicho de otra forma, pudiera decirse que la Unión Europea puede estar ganando terreno en cuanto a competitividad de precios respecto a México, aspecto que también debe ser observado por los agentes turísticos a través del tiempo.

Para el caso de la Unión Europea, quien ocupa el segundo lugar en competitividad de precios turísticos respecto a los países seleccionados, observa una tendencia positiva en sus índices respecto al período analizado para Estados Unidos y México, mas no ocurre así para el caso de Canadá, donde se muestra una tendencia negativa en sus valores absolutos de estos índices.

Estados Unidos, quien ocupa el tercer lugar en competitividad de precios turísticos respecto a los países seleccionados, presenta una tendencia a la baja en sus índices respecto al período analizado

para Canadá y la Unión Europea, y una tendencia a la alza en su competitividad de precios respecto a México.

Canadá, quien a pesar de ocupar el último lugar en competitividad de precios turísticos respecto a los países seleccionados, presenta una tendencia a la alza respecto al período analizado, en relación a todos sus competidores, lo cual, de seguir así a largo plazo, podría superarlos en su competitividad de precios.

Tabla 9. Liderazgo en competitividad turística de precios entre México y sus principales competidores

- 1 México
 - 2 Unión Europea
 - 3 Estados Unidos
 - 4 Canadá
-

Fuente: Elaboración propia con cifras tomadas de la OCDE, 2009. Índice basado en la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 - 2001

De esta forma se obtiene la comparación de la competitividad del sector turístico en México respecto a sus principales competidores a nivel internacional, tomando como principal rector de análisis el nivel de precios y sus determinantes a nivel país, destacando que el sector turístico en México posee una ventaja comparativa respecto a sus principales competidores a nivel internacional en función de su diferencial de precios relativos, aspecto que puede ser considerado para incrementar el flujo de turistas internacionales.

Bibliografía y fuentes de información

Crouch, G., and Brent Ritchie, J. R. (1999). Competitive Tourism Destinations: Combining Theories of Comparative Advantage. Unpublished working paper, *Ninth Australian Tourism and Hospitality Research Conference*, February, in Adelaide, Australia.

Crouch, G., and Brent Ritchie, J. R. (2000). The Competitive Destination: A Sustainability Perspective. *Tourism Management*, 21,

Crouch, G.I. y Ritchie, J.R.B (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Bussiness Research*, 44.

- Crouch, G.I., y Ritchie, J.R.B. (1995). Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise. *IV Congreso Anual de Negocios*. Estambul, Turquía.
- Dwyer, L. y Kim, CH. (2003), Destination competitiveness: a models and determinants. *Current issues in tourism*, 6(5).
- Dwyer, L., (2001). *Destination competitiveness: development of a model with application to Australia and the Republic of Korea*. Korea Tourism Research Institute, 2001.
- Dwyer, L., P. Forsyth, and P. Rao, (1999). *Tourism Price Competitiveness and Journey Purpose*. Turizam.
- Dwyer, L., P. Forsyth, and P. Rao, (2000). The Price Competitiveness of Travel and Tourism: A Comparison of 19 Destinations. *Tourism Management*, 21
- Dwyer, L., P. Forsyth, P. Rao, and P. Valerio (1998) *Australia: A Price Competitive Tourist Destination*. Sydney: Tourism Council of Australia.
- Fondo Monetario Internacional (2005). *Programa de Comparación Internacional*.
- Foro Económico Mundial (2009). *The Travel & Tourism Competitiveness Index 2009: Measuring Sectorial Drivers in a Downturn*.
- Organización Mundial de Turismo (2006). *Tourism Market Trends*, Annex World Tourism.
- Organización Mundial de Turismo (2006). *UNWTO Yearbook of Tourism Statistics*.
- Secretaría de Turismo (2000). *Estudio de Gran visión de Turismo en México: Perspectiva 2020*.
- Secretaría de Turismo Federal (1999). *Cuenta Satélite del Turismo de México, 1999 – 2004*.
- Secretaría de Turismo Federal (2006). *Turismo de Internación 2000 – 2005. Visitantes Internacionales hacia México*.
- Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos, (2009)
- Sistema Integral de Información Migratoria, (2009)