

Análisis comparativo de la actividad turística entre México y Estados Unidos de América en función del índice de precios al consumidor y el poder de paridad cambiaria

*Antonio Kido **
*Ariadna E. Gallegos ***

RESUMEN

Esta investigación estudia la competitividad de precios del sector turístico en México respecto a Estados Unidos en relación a su diferencial de precios relativos. Se construyen índices de competitividad de precios turísticos para ambas naciones, con el objeto de conocer qué país presenta la canasta de bienes y servicios más barata para el turista. Se aplica una metodología que ha sido utilizada para medir la competitividad de precios en diferentes destinos turísticos del mundo (Dwyer, et al). Los resultados muestran que el sector turístico en México posee una ventaja comparativa respecto a Estados Unidos en función de su diferencial de precios.

PALABRAS CLAVES: Competitividad, actividad turística, índice nacional de precios al consumidor, poder de paridad de compra.

ABSTRACT

This paper looks for determining competitiveness of the tourism industry in Mexico respect to the USA based on relative prices. Price competitiveness indexes were constructed for the two countries in order to know what country present a cheaper domestic goods and services basket. The index price was based on Dwyer et. al, proposal. Results show that the tourism industry in Mexico has a comparative advantage over the USA in terms of its relative prices.

KEYWORDS: Competitiveness, tourism activity, domestic index price, purchase parity power.

Clasificación JEL: E12, R15

* Profesor Investigador del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

** Alumna del Doctorado de Negocios Internacionales del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

INTRODUCCIÓN

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), los principales resultados de la Cuenta Satélite Turismo en México 2003-2006, indican que el Valor Agregado Bruto Turístico representó 8.2% del correspondiente al total del país durante el año 2006, 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. El Valor Agregado Bruto Turístico registró en el año 2006 un crecimiento real de 4.5% respecto al año anterior. Las actividades relacionadas con el turismo generaron poco más de 2.4 millones de puestos de trabajo remunerados, representando el 6.8% respecto a los del total del país, destacando por su aportación al empleo de este sector los servicios de restaurantes, bares y centros nocturnos que ocuparon al 36.1% del total, los otros servicios 24.4%, los de transporte 18.2%, las actividades dedicadas a la producción de artesanías y otros bienes 11.8%, y los de alojamiento, tiempos compartidos y mantenimiento al 9.5%. Sin embargo, el sector turístico es muy sensible al impacto negativo de diversos eventos y fenómenos económicos y naturales, tales como volatilidad en los tipos de cambio, desastres naturales, y problemas varios de diferente índole, lo cual afecta la competitividad del sector.

GENERALIDADES DEL TURISMO

El turismo es uno de los sectores que tiene una mayor capacidad de crecimiento de la economía mundial. El desarrollo turístico promueve el crecimiento económico, tanto directa como indirectamente, puesto que estimula el crecimiento de otros sectores, además del ingreso doméstico, la demanda y es generador de empleos.

El turismo puede ser especialmente importante para países en desarrollo, puesto que dicha actividad puede generar suficiente riqueza para disminuir la pobreza, además de representar una fuente importante en la captación de divisas, de la inversión y el empleo (Organización Mundial de Turismo, 2003).

La actividad económica turística en México ha tenido un crecimiento importante en los últimos cincuenta años. Se han diversificado los productos ofrecidos, al aperturar alternativas nuevas en el mercado, ofreciendo más servicios, más accesibles y a un costo menor (Secretaría de Turismo, 2000).

El turismo, aún y cuando muestra una mejor resistencia que otros sectores, comenzó a deteriorarse desde el año 2008. A pesar de que 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 debido a las crisis financieras que se han presentado a nivel mundial (OMT, 2009).

Las llegadas de turistas internacionales disminuyeron en todo el mundo un 7% entre enero y agosto de 2009. Se estima que los ingresos por turismo internacional se contrajeron en términos reales entre un 9% y un 10% durante el primer semestre del 2009 (OMT, 2009).

En México, el sector turístico se vió afectado por una reducción en el número de visitantes. El flujo total de turistas disminuyó por diversos factores que se han observado en la franja fronteriza norte, destacando entre muchos al incremento de los tiempos de espera en el cruce de las garitas fronterizas, la desaceleración de la economía estadounidense y al clima de inseguridad que se percibe en el país (Secretaría de Turismo, 2007).

En enero del 2009, México registró la peor caída en 15 años de los ingresos que capta por viajeros internacionales. Durante el primer mes del año 2009, el ingreso captado por esta actividad fue de 1,192 millones de dólares. En enero del año 2008 se captaron ingresos por 1,289 millones de dólares. Estas cifras representan una caída para el año 2009 de un 7.5%, equivalente a una decremento en la captación de ingresos por 97 millones de dólares. Esto se ve reflejado principalmente en el turismo de internación (Banco de México, 2009)

De acuerdo a la Organización de Comercio Mundial (2008), México ha tenido un comportamiento aleatorio respecto a su posición mundial en la recepción de turismo internacional. En el año 2002, tomó la posición número 12 con el 1.8% de participación mundial; en el 2003 la posición 13 con el 1.8%; en el 2004 la posición 14 con el 1.7%; en el 2005 la posición 14 con el 1.7%; en el 2006 la posición 9 con el 1.6%; en el 2007 la posición 10 con el 1.5% mundial.

El turismo internacional es muy sensible a diversos fenómenos económicos y naturales que lo impactan negativamente, además de otros factores que afectan la atractividad de un destino turístico, y que provocan que pierdan competitividad en los mercados turísticos (idem, 2004). Esta pérdida de competitividad se traduce en una disminución en el número de visitantes y en el gasto turístico.

En los últimos años, como consecuencia de la globalización, el sector turístico se ha enfrentado a una serie de cambios, tales como la internacionalización del capital, la expansión espacial de grandes corporaciones turísticas y la integración, cooperación y alianzas entre ellas, lo cual ha provocado un incremento sin precedentes en el nivel de competencia entre los destinos turísticos. Tal nivel de competencia, conduce a que el consumidor obtenga numerosas alternativas turísticas, por lo que de acuerdo a sus percepciones, necesidades y motivaciones, determina su elección de destinos y servicios turísticos (Acerenza, 2004).

Tabla 1
México en la recepción de Turismo Internacional

Año	Posición en el mercado	% Participación mundial
2002	12	1.8
2003	13	1.8
2004	14	1.7
2005	14	1.7
2006	9	1.6
2007	10	1.5

Fuente: Elaboración propia con cifras de la Organización Mundial de Comercio, 2008.

Uno de los factores determinantes para la demanda de servicios turísticos y para la elección de un destino turístico es el precio, el cual, ha cobrado gran importancia a raíz de las crisis financieras que se han presentado en todo el mundo. Uno de los efectos principales de la inflación es la pérdida del poder adquisitivo, por lo que, dependiendo de las motivaciones del viaje, el turista busca visitar aquel destino turístico en el que le sea más barato desplazarse.

La competitividad internacional en el sector turístico entre países puede ser analizado desde la perspectiva del precio, como una característica distintiva que hace que un lugar turístico sea preferido entre los consumidores. La competitividad de los precios es un factor capaz de cambiar la percepción del consumidor con respecto a su elección de destinos y servicios turísticos; es un motivante determinante para el turista (Dwyer, 2002).

De acuerdo al Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial del año 2009, México es un país que cuenta con una gran cantidad de riquezas culturales y naturales, ya que se encuentra en la posición número 13 a nivel mundial en el rubro que engloba recursos turísticos naturales, culturales y humanos; en la posición número 20 en el rubro de recursos culturales, el número 18 en recursos naturales; en el lugar número 10 por su número de Sitios Patrimonio Natural de la Humanidad; en el lugar número 6 por el número de Sitios Patrimonio Cultural de la Humanidad; y en la posición número 26 por su número de exhibiciones y ferias internacionales.

México es el país latinoamericano con más inscripciones en la Lista de Patrimonio Mundial de la Humanidad y el tercer a nivel mundial. Cuenta con 29 sitios declarados Patrimonio: 25 culturales y 4 naturales. Algunos destinos turísticos de México que cuentan con una importante dotación de recursos son las Ciudades Coloniales y las Ciudades Patrimonio Cultural de la Humanidad.

Tabla 2
Competitividad de los recursos de México

Indicador	Posición mundial
Recursos turísticos naturales, culturales y humanos	13
Recursos culturales	20
Recursos Naturales	18
Sitios Patrimonio Natural de la Humanidad;	10
Sitios Patrimonio Cultural de la Humanidad	6
Número de exhibiciones y ferias internacionales	26

Fuente: Elaboración propia con cifras del Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, 2009.

OBJETIVOS

Investigar la competitividad del sector turístico en México en relación a Estados Unidos de América en función del índice nacional de precios al consumidor ajustando el tipo de cambio peso mexicano-dólar norteamericano por el poder de paridad de compra.

JUSTIFICACIÓN

El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 establece que “El sector turismo es una prioridad del Estado mexicano, y éste se ha propuesto asegurar su capacidad competitiva”; de acuerdo a ello, el Programa Nacional de Turismo de México 2001-2006 tuvo como uno de sus objetivos elevar y extender la competitividad del país.

La toma de decisiones estratégicas turísticas ha estado sujeta a una información limitada en su contenido y en su oportunidad. Por ello es fundamental la producción de estudios e investigaciones que propicien un mayor y mejor conocimiento del fenómeno turístico, del comportamiento del sector y de las tendencias del turismo nacional e internacional; se debe avanzar en la generación de construcción de mejor información, que contribuya mejorar la toma de decisiones, al orientar las acciones públicas y privadas de los agentes del sector. Para lograr este conocimiento, es indispensable conocer las principales variables que muestren el comportamiento de la actividad turística, a fin de reaccionar con celeridad para aprovechar las oportunidades, de prever con acciones correctivas y de sortear de mejor manera las situaciones adversas que se presentan en los mercados. Se debe desarrollar un sistema de evaluación que permita valorar la participación, el desempeño y los logros de los diferentes agentes involucrados en el sector turístico, así como su impacto en el desarrollo del sector, de manera que se esté en condiciones de dimensionar el impacto de las estrategias su desarrollo (Programa Nacional de Turismo de México 2006-2012).

El mencionado programa analiza las tendencias y experiencias turísticas a nivel internacional, y detecta la necesidad de fortalecer la planeación, investigación y asistencia estadística para desarrollar el sector de forma sustentable; aumentar la rentabilidad en los aspectos social, económico y ambiental y alcanzar un crecimiento equitativo en las regiones y comunidades locales, así como incrementar la competitividad, razón por la cual es relevante esta investigación.

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 establece también dentro de sus objetivos elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales; aumentar la atractividad de la oferta de México; evaluar de manera permanente la gestión y resultados de las políticas públicas; fortalecer los sistemas de investigación e información en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector; y, mejorar la posición competitiva del turismo mexicano a nivel mundial.

Es indispensable generar conocimiento científico e información orientado hacia las necesidades del sector turístico y a la resolución de problemas y la toma de decisiones, con el objeto de alcanzar los objetivos de la actividad turística y la elaborar la política pública. Se requiere medir la actividad turística e identificar indicadores de evaluación de la eficiencia sectorial y gubernamental. Así también es fundamental identificar, medir y controlar los impactos que la actividad turística está ocasionando en los distintos destinos turísticos, tanto los ambientales y económicos, como los sociales y culturales, con la pretensión de dar una orientación sustentable a los programas y acciones en ejercicio y por emprender por los responsables de los ámbitos público, privado y social. Es necesaria la elaboración de diagnósticos que analicen y precisen las disfuncionalidades existentes y se propongan los instrumentos adecuados que permitan la convergencia de esfuerzos para el logro de objetivos y metas en una misma dirección. Se precisa la creación de sistemas de evaluación turística mediante la creación y aplicación de indicadores que hagan posible la valoración del desempeño público y la medición de su eficacia y eficiencia de manera automatizada. El contar con información completa, confiable y oportuna es requisito indispensable para promover la competitividad (Secretaría de Turismo, 2007).

La medición tradicional del turismo no ha tenido en cuenta la interdependencia económica cada vez mayor de todos los países y la reducción de barreras políticas y económicas entre ellos; los marcos conceptuales no ha evolucionado de acuerdo a los cambios de la naturaleza y de la significación del turismo a nivel mundial y su potencial de crecimiento futuro (OMT, 1995).

Es relevante medir la competitividad del sector turístico del país y compararlo con sus respectivos competidores, con el objeto de que los resultados obtenidos puedan servir como lineamientos generales para el incremento de la competitividad.

Dado lo anterior, la estimación de la demanda y el estudio de los componentes de la competitividad turística se convierten en herramientas esenciales para el establecimiento de políticas y estrategias encaminadas a encontrar soluciones que reactiven y potencialicen el crecimiento de la actividad económica turística. El sector requiere la elaboración de un sistema nacional de estadísticas de turismo y la medición de la actividad turística, como un instrumento para obtener una ventaja competitiva a nivel internacional, como cuestión fundamental para prever un desarrollo del sector. Es necesario el conocimiento sobre datos referentes a la competitividad y sus elementos de estructuración.

MATERIALES Y MÉTODOS

El diseño metodológico de investigación, con el que se pretende cuantificar las relaciones existentes entre las variables, así como medir la importancia de las variables que afectan la competitividad del sector turístico se presenta a continuación:

El ámbito territorial que delimita el área de estudio, contempla dos niveles de estudio: nivel nacional e internacional. Para cada uno de estos niveles, se contemplan distintas unidades de observación:

Nivel internacional. Las unidades de observación comprenden las regiones/ países de México y Estados Unidos, los cuales compiten entre sí por el número de turistas.

En cuanto a lo referente al criterio de elección del año base, cabe mencionar la crisis económica que presentó en México en el año de 1994 y que perduró durante algunos años. En este período se mostró una importante devaluación del peso mexicano y consecuentemente una reducción en la inversión y fuga de capitales. Lo anterior ocasionó un desequilibrio económico que originó importantes fluctuaciones en los tipos de cambio y en los índices de precios, situación que comienza a estabilizarse hacia el año de 1998. Por esta razón, se considera el año 2000 como año base para la generación de los índices de competitividad.

ANÁLISIS INTERNACIONAL DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Para el análisis a nivel internacional, esta investigación comprende dos fases:

Fase I. Se realiza una investigación documental, con la recopilación de información de la Organización Mundial de Turismo, del Sistema Integral de Operación Migratoria, del Foro Económico Mundial y del Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos; se recaban y analizan cifras y aspectos

que permiten denotar la posición actual del sector en la competitividad internacional, además de los indicadores macroeconómicos del mismo a nivel nacional, lo que permite generar una perspectiva general del turismo en México.

Fase II. Se realiza un estudio longitudinal para comparar la competitividad del sector turístico en México con Estados Unidos de América (USA) tomando como principal rector de análisis el nivel de precios y sus determinantes a nivel país.

El reporte de Competitividad de Viajes y Turismo, evalúa la competitividad considerando 14 dimensiones. Sin embargo, esta investigación solamente se limita al análisis de una de estas dimensiones, debido a las limitaciones económicas que se tienen para realizar una investigación a este nivel.

La dimensión que se toma para esta investigación es el nivel de precio. La diferencia de este análisis con el ya realizado en el anterior reporte, radica en los indicadores que se utilizan para esta dimensión.

El Reporte sobre Competitividad de Viajes y Turismo, considera en su dimensión de precio, los indicadores de: impuestos y cargos en boletos de pasajes y aeropuertos, poder de paridad cambiaria, alcance y efecto de los impuestos, niveles de precios de combustibles, índices de precios de hoteles.

En esta investigación, para la dimensión del nivel de precios, se considera como indicadores sus determinantes a nivel país: la Paridad del Poder Adquisitivo, Los índices de Precios al Consumidor y los Tipos de cambio.

Para realizar un análisis completo de la competitividad del precio, es necesario integrar la aportación de los precios/costos relativos en moneda nacional con la del tipo de cambio efectivo. “Los indicadores construidos a partir de precios finales no son del todo apropiados para el estudio de la competitividad, puesto que es posible que arrojen una mejora o mantenimiento de la competitividad conseguido gracias a una reducción en los márgenes de beneficios, lo que a medio y a largo plazo desviarán los factores productivos hacia otras actividades, reduciendo la oferta y provocando una pérdida de cuota de mercado” (Fuster, 2003).

Por los motivos anteriores, en esta investigación se consideran los índices de precios al consumidor y el tipo de cambio para cada una de las regiones seleccionadas, además de la Paridad del Poder Adquisitivo, con el objeto de medir, en términos reales, cuál destino turístico es más barato para el turista, al momento de visitarlo.

Existe evidencia empírica que muestra que los viajeros internacionales son sensibles al precio, por lo que el nivel de precios es un determinante para la elección de un destino turístico (Crouch, 1991). De esta manera, se considera el nivel de precios como una dimensión de la dotación de recursos de un destino turístico.

Para comparar la competitividad del sector turístico en México con sus principales competidores a nivel internacional, tomando como principal rector de análisis el diferencial de precios y sus determinantes a nivel país, se presenta una metodología que tiene por objeto la elaboración de un índice de competitividad de precios turísticos. 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 varios destinos turísticos, exceptuando México, entre otros. Estos estudios utilizan 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).

La determinación de variables, dimensiones e indicadores de este nivel de análisis es la siguiente:

Tabla 2						
Variables, dimensiones e indicadores a nivel internacional						
Variables:	Competitividad turística en USA		Competitividad turística en México			
Dimensiones	Nivel de Precios		Índice de competitividad de precios turísticos			
Indicadores	Índice de Precios al Consumidor de regiones seleccionadas	Tipo de Cambio de regiones seleccionadas	Relación de paridad cambiaria peso – dólar de regiones seleccionadas	Índice de Precios al Consumidor de regiones seleccionadas	Tipo de Cambio de regiones seleccionadas	Relación de paridad cambiaria peso – dólar de regiones seleccionadas
Fuentes	OCDE, 2009	OCDE, 2009	Metodología de Sadoulet, Janvry, 2004	Metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999- 2001		

Fuente: Elaboración propia, con el uso de indicadores propuestos por la metodología de Dwyer, Forsyth y Rao, 1999 – 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 muestra cuáles son las economías más caras y más baratas. Se basa en la experiencia de los viajeros cuando hacen compras luego de convertir su propia moneda a las tasas de mercado. El Índice del Nivel de Precios 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 (2009) para los tipos de cambio y los Índices de Precios al Consumidor.

Para la construcción de índices de competitividad de precios turísticos, la metodología propuesta comprende cuatro etapas:

Primera Etapa. Se seleccionan los países de origen que serán sometidos a análisis.

Dado que los visitantes de diferentes orígenes tienen diferentes patrones de compras, se toma como criterio de análisis el 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 (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. Desde el año 2005 este sistema opera de manera permanente en los 11 aeropuertos más importantes del país, dando así una cobertura próxima al 90 por ciento en el registro de los turistas que se internan a nuestro país. De acuerdo a esta información y para los objetivos de esta investigación, se tomó como conjunto de estudio aquellos países y/o regiones que son susceptibles de proporcionar el 61.5 del turismo de internación a México, representado por visitantes de USA.

Segunda Etapa. Se recopilan los Índices de Precios al Consumidor para cada una de las regiones seleccionadas.

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). 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.

Tercera etapa. Se calculan las paridades del poder adquisitivo para cada una de las regiones seleccionadas.

El cálculo de las paridades del poder adquisitivo se utiliza 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.

Para obtener el Precio de Paridad Adquisitivo, se utilizó la siguiente fórmula (Sadoulet, Janvry, 2004):

$$PPC = Tc * \frac{IPC \text{ Doméstico Año Base} / IPC \text{ Doméstico Año Final}}{IPC \text{ Externo Año Base} / IPC \text{ Externo Año Final}} \quad \text{Ec. 1}$$

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

La tasa de cambio nominal es el precio de una moneda extranjera en términos de una moneda nacional, que como se mencionó anteriormente, se toma en función del dólar americano, para cada una de las regiones seleccionadas (Ver anexo 1).

Cuarta etapa. El poder de paridad adquisitivo para cada región se ajusta a los tipos de cambio para obtener índices de competitividad de precios.

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. De esta forma, el poder de paridad de compra es la relación básica de equilibrio en los mercados reales. Esta relación solo se cumple a largo plazo, ya que a corto plazo los precios entre países no son los mismos. (Rahnema, 2007). 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. Son las tasas de conversión monetaria que eliminan las diferencias en los niveles de precios entre países (OCDE, 2009).

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

$$PCI = \frac{\text{Tasa de Cambio Nominal}}{\text{Precio de Paridad de Compra}} \times 100 \quad \text{Ec. 2}$$

Donde:

PCI = Índice de competitividad de precios

RESULTADOS

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. 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).

Figura 1				
Índice de Competitividad de precios de Estados Unidos 2006-2008				
País:	Estados Unidos			
Año	PCI 2006	PCI 2007	PCI 2008	Var. Por.
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.

Figura 2

Índice de Competitividad de precios de México al año 2006-2008

País:	México			
Año	PCI 2006	PCI 2007	PCI 2008	Var. Por.
Estados Unidos	115.18	113.67	112.55	- 2.34

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

Cabe mencionar que, aún y cuando México muestra un liderazgo en competitividad de precios respecto a USA, es notable que en el análisis del período comprendido por este estudio, muestra un decremento en los valores de sus índices respecto a este mismo país, 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.

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 pudiera ser considerado dentro de las estrategias promocionales para incrementar el flujo de turistas internacionales.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

- AZERENZA, M., (2004). *Marketing de destinos turísticos*. Editorial Trillas, 1a. Edición, México
- AZERENZA M., (2009). *Competitividad de los destinos turísticos*, Editorial Trillas, 1ª. Edición, México.
- CROUCH, G., and J. Brent Ritchie (1999). *Competitive Tourism Destinations: Combining Theories of Comparative Advantage*. Unpublished working paper, Ninth Australian Tourism & Hospitality Research Conference, Adelaide, Australia.
- CROUCH, G., and J. R. Brent Ritchie (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, nº 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, vol. 6, nº 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.
- DWYER, L., P. Forsyth and P. Rao., (2002). *Destination Price Competitiveness: Exchange Rate Changes versus Domestic Inflation*. Journal of Travel Research.
- FONDO MONETARIO INTERNACIONAL (2005). *Programa de Comparación Internacional*.
- FORO ECONÓMICO MUNDIAL (2009). *The Travel & Tourism Competitiveness Index 2009: Measuring Sectorial Drivers in a Downturn*.
- FUSTER, B. (2003). *La competitividad de las manufacturas españolas en la Unión Europea*. Universidad de Alicante, España.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2002). *Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible*.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2006). *Tourism Market Trends, Annex Tourism*.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO (2006). *UNWTO Yearbook of Tourism Statistics*.
- RAHNEMA, (2007). *Finanzas Internacionales*, 1ª. Edición, Ediciones Deusto, Barcelona, España.
- SADOULET, E., Janvry, A., (1995). *Quantitative Development Policy Analysis*, Johns Hopkins University Press, USA.
- SECRETARÍA DE TURISMO (2000). *Estudio de Gran visión de Turismo en México*.
- SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL (1999). *Cuenta Satélite del Turismo, 1999 – 2004*.
- SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL (2006). *Turismo de Internación 2000 – 2005*.
- SISTEMA INTEGRAL DE INFORMACIÓN DE MERCADOS TURÍSTICOS, (2009).