



**CIA. TURÍSTICA Y HOTELERA, S. A. de C. V.**

Cartógrafos 318, Otay Jardín, 22390

Tijuana, B. C. México

Tel. Fax (664) 607 58 15

E-mail: [cthmexico@gmail.com](mailto:cthmexico@gmail.com)

[www.cthmexico.com](http://www.cthmexico.com)

## **BOLETÍN**

### **MÉXICO Y EL REPORTE DE COMPETITIVIDAD DE VIAJES Y TURISMO MUNDIAL 2011**

Por: Lic. Mario Cruz, Dir. Gral. CTH

<b>CONTENIDO</b>	<b>PÁG.</b>
<b>1. La importancia del Turismo</b>	<b>2</b>
<b>2. Camino a la Recuperación</b>	
<b>3. MÉXICO y el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo Mundial 2011</b>	
<b>a. El Índice de Competitividad de Viaje y Turismo. (ICVT) (The Travel &amp; Tourism Competitiveness Index)</b>	<b>2</b>
▪ Los 3 Sub índices del ICVT	
▪ Los 14 Pilares del ICVT	
▪ Los 74 Indicadores del ICVT	
✓ Como se determinan los indicadores	
✓ Su utilización	
<b>b. Calificación de México en el Índice de Competitividad de Viaje y Turismo</b>	<b>3</b>
▪ Calificación General	<b>3</b>
▪ Calificación en los 3 Sub Índices	
▪ Calificación en los 14 Pilares del ICVT	
▪ Calificación en los 74 Indicadores del ICVT	<b>4</b>
<b>c. ¿Que hacen las Naciones Lideres para obtener buenas calificaciones en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo?</b>	<b>7</b>
<b>d. ¿Como podemos incrementar nuestra Competitividad?</b>	<b>9</b>

## **1. La Importancia del Turismo**

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel & Tourism Council, WTTC) estima que, de actividades directas e indirectas combinadas, este sector registra un importante 9.2 por ciento del Producto Interno Bruto global, 4.8 por ciento de las exportaciones mundiales y el 9.2 por ciento de la inversión global.

Además, el sector turístico contribuye al empleo, incrementa el ingreso nacional y puede mejorar la balanza de pagos propiciando la prosperidad, particularmente en países en desarrollo, reduciendo la pobreza.

Apoyando lo anterior, SECTUR informa, en su Boletín 32 del 28 de Febrero del 2011, lo siguiente: “La Secretaria de Turismo, Guevara Manzo, destacó que actualmente el turismo representa la tercera fuente de ingresos de divisas al país, aporta el nueve por ciento del Producto Interno Bruto y genera cerca de 7.5 millones de empleos directos e indirectos. “

## **2. Camino a la recuperación**

Después de dos años durante los cuales el sector turístico le hizo frente a numerosos obstáculos, actualmente está emergiendo de un período muy crítico en su reciente historia. La industria ha enfrentado no solamente la crisis económica y la volatilidad de los precios del petróleo si no, perturbaciones climáticas, múltiples incidentes de inseguridad, pandemia y huelgas entre el personal de esta industria.

Sin embargo, después de estos acontecimientos negativos, el sector está actualmente presenciando una recuperación gradual con mercados emergentes. En efecto, después de una contracción significativa en el 2009, las llegadas de turistas internacionales se comienzan a levantar nuevamente en el 2010.

## **3. México y El Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2011 (*The Travel & Tourism Competitiveness Report* (TTCR)).**

Una forma objetiva de conocer la realidad en nuestra competitividad turística es poniendo en suspensión por un momento el contenido de las evaluaciones efectuadas por organismos oficiales y algunas publicaciones alentadoras que escuchamos y leemos continuamente y en su lugar analicemos el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2011 (*The Travel & Tourism Competitiveness Report* (TTCR)), ya que éste expresa el resultado de un estudio neutral, con datos de organismos confiables y la opinión de personas que toman decisiones de inversión y crean fuentes de trabajo en esta industria.

El Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2011 es publicado por el Foro Económico Mundial (World Economic Forum), basado en Ginebra, Suiza, dentro de los principios del Centro de Competencia y Desarrollo Global y el Programa de la Asociación de la Industria de la Aviación, Viaje y Turismo y ha sido desarrollado con la ayuda de varios patrocinadores de la Aviación, así como de empresas y organizaciones de turismo mundial.

### **a. El Índice de Competitividad de Viaje y Turismo. (ICVT) (*The Travel & Tourism Competitiveness Index*)**

Como parte del Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo, el Foro Económico Mundial ha establecido el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo donde participan 139 países en el año 2011, representando el 90 % de la población mundial. Para mayor comprensión, este índice está desglosado en 3 sub-índices, 14 pilares y 74 indicadores.

- **Los 3 Sub índices del ICVT**

El Índice de Competitividad de Viajes y Turismo está compuesto de tres sub índices: el sub índice de la Estructura Regulatoria de Turismo; el sub índice del Ambiente y Estructura para Negocios y el sub índice de Recursos humanos, Culturales y Naturales.

El primer sub índice capta los elementos que son políticas relativas generalmente al gobierno; el segundo sub índice se refiere a elementos del ambiente de negocios y la infraestructura “dura” (transportación terrestre, aérea, hotelería, etc.) de cada país; el tercer sub índice incluye los elementos “blandos” como humano, cultural y cualidades naturales, según se muestra en el cuadro No. 1.

- **Los 14 Pilares del ICVT**

Los Sub Índices anteriores son, a la vez, compuestos de 14 pilares de competitividad turística según se muestra más adelante en el Cuadro 2.

- **Los 74 Indicadores del ICVT**

- ✓ **Como se determinan los indicadores**

Cada uno de los pilares está conformado con un número de indicadores individualmente (74 en total). La información reportada incluye tanto investigación del Foro Económico Mundial (World Economic Forum, WEF) en su encuesta anual de opinión ejecutiva, así como datos cuantitativos de fuentes disponibles publicadas de organizaciones internacionales como por ejemplo: The International Air Transport Association (IATA), International Union for Conservation of Nature (IUCN), La Organización Mundial del Turismo (OMT), World Tourism Organization (UNWTO), World Travel & Tourism Council (WTTC), United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), y la United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). Ver cuadro No. 3.

Las encuestas son efectuadas entre directores y líderes de negocios destacados en todos los países cubiertos en el estudio, a personas que toman decisiones de inversión en sus respectivas economías. La investigación proporciona datos institucionales cualitativos en muchos temas, así como aspectos específicos de la industria del viaje y turismo y del ambiente natural.

- ✓ **Su utilización**

En esta 4ª. Edición del Índice de Competitividad de Viaje y Turismo (Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI), se cubre un récord de 139 economías proveyendo una herramienta estratégica comprensible para medir los factores y políticas que hacen atractivo el desarrollar el sector de Viajes y Turismo en diferentes países. Esta valiosa información puede ser utilizada por inversionistas, gobiernos en sus diferentes niveles y profesionales, para mejorar la competitividad de la industria en sus países, contribuyendo así a su crecimiento y prosperidad.

Estos datos permite analizar las deficiencias en los diferentes temas regulatorios y otros aspectos relativos a esta actividad y tomar en cuenta estos retos para solucionarlos y así buscar una mejoría en una forma específica, ayudando a crecer el sector. También permite a los países observar su progreso a través del tiempo en las diferentes áreas calificadas. Aquí tenemos la oportunidad de incrementar nuestra competitividad y considerar también la importancia del concepto “verde” emergente, que rápidamente está adquiriendo mayor importancia dentro del mercado potencial turístico atraído por las bellezas naturales.

## b. Calificación de México en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo

### ▪ Calificación General

México se ubica en el lugar 43 comparado con el resto del mundo, con una mejoría de ocho lugares en relación al reporte del año 2009.

### ▪ Calificación en los 3 Sub Índices

Para facilitar la interpretación de nuestra posición en el ICVT debemos de tomar en cuenta que el número que representa la calificación en los Sub Índices, Pilares e Indicadores, es la distancia del número 1, para obtener la posición óptima.

#### CUADRO NO. 1

(Negro claro=2009, Negro oscuro=2011)

<u>Sub índice A:</u>	<u>Sub índice B:</u>	<u>Sub índice C:</u>
<u>Estructura regulatoria 80/74</u>	<u>Ambiente y estructura para negocios 62/61</u>	<u>Recursos Humanos, Culturales y Naturales 13/13</u>

### ▪ Calificación en los 14 Pilares del ICVT.

México obtiene altos puntajes por sus recursos naturales (lugar 10). Los recursos culturales del país son también muy ricos (lugar 19), con 33 sitios **culturales y naturales** declarados Patrimonios de la Humanidad, varias ferias y exhibiciones internacionales, así como una fuerte industria creativa (lugar 18).

Sin embargo, existen calificaciones desfavorables en otros aspectos como son en: Recursos humanos (lugar 73), habiendo perdido 10 puntos desde la previa calificación en 2009 (lugar 63), Educación y Capacitación lugar 63 (2009 Lugar 65), Disponibilidad de mano de obra lugar 87 (2009 lugar 64), según se muestra en el siguiente cuadro.

## CUADRO NO. 2

(Negro claro=2009, Negro oscuro=2011)

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE TURISMO MUNDIAL Participantes: 139 Países    Año: 2011		
MÉXICO 2009, 51º LUGAR		2011, 43º LUGAR
<b>Sub índice A: Estructura regulatoria (4.3) 80/74</b>  Pilar 1: Política, reglas y regulaciones (4.5) 58/56  Pilar 2: Sustentabilidad ambiental (4.1) 101/114  Pilar 3: Seguridad y Protección (3.6) 126/128  Pilar 4: Higiene y Salubridad (4.4) 74/64  Pilar 5: Prioridad hacia el Turismo (5) 35/30	<b>Sub índice B: Ambiente y estructura para negocios (3.7) 62/61</b>  Pilar 6: Infraestructura de transportación aérea. (4.00) 40/47  Pilar 7: Infraestructura de transportación terrestre (3.1) 84/79  Pilar 8: Infraestructura turística (3.9) 49/43  Pilar 9: Estructura de Tecnología de la información y comunicación (TIC) (2.8) 69/75  Pilar 10: Competitividad en precios en Viajes y Turismo (4.6) 77/45	<b>Sub índice C: Recursos Humanos, Culturales y Naturales (4.9) 13/13</b>  Pilar 11: Recursos humanos (5.1) 63/73 Educación y Capacitación (4.7) 65/63 Disponibilidad mano de obra (5.5) 64/87  Pilar 12: Afinidad hacia el turismo (4.6) 90/73  Pilar 13: Recursos naturales (4.7) 18/10  Pilar 14: Recursos culturales (5.) 20/19

▪ **Calificación en los 74 Indicadores del ICVT.**

El reporte completo contiene perfiles detallados de cada una de las economías consideradas en el estudio así como una extensa sección de tablas informativas con calificación global cubriendo 74 indicadores incluidos en el ICVT.

**A continuación se muestra un detalle de las variables de los indicadores incluidos en cada uno de los 14 pilares, comparando 2009 VS 2011.**

## CUADRO NO. 3

### MÉXICO Y EL ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DETALLADO DE TURISMO

	2009	2011
<b>Sub Índice A: Estructura Regulatoria</b>	<b>80</b>	<b>74</b>
<b>Pilar 1: Políticas, reglas y regulaciones</b>	<b>58</b>	<b>56</b>
1.01 Aceptación de propiedad extranjera	25	22
1.02 Derechos de propiedad	89	88
1.03 Impacto en negocios de reglas de Inversión Extranjera) FDI	62	64
1.04 Requerimientos de visa (hard data)	82	89
1.05 Apertura a los Acuerdos de Servicios Aéreos Bilaterales (hard data)	22	23
1.06 Transparencia gubernamental legislativa	94	79
1.07 Tiempo requerido para empezar un negocio (hard data)	79	35

1.08 Costo para iniciar un negocio (hard data)	69	72
1.09 Acuerdos con GATS (General Agreement on Trade in Services)	N/A	101
<b>Pilar 2: Sustentabilidad del ambiente</b>	<b>101</b>	<b>114</b>
2.01 Rigurosidad del ambiente regulatorio	74	67
2.02 Imposición en el ambiente regulatorio	77	82
2.03 Sustentabilidad del desarrollo de la industria del turismo.	48	68
2.04 Emisiones de dióxido de carbono (hard data)	73	75
2.05 Concentración de partículas de materia (hard data)	73	75
2.06 Especies en peligro (hard data)	130	136
2.07 Ratificación de tratados ambientales (hard data)	52	65
<b>Pilar 3: Seguridad y protección</b>	<b>126</b>	<b>128</b>
3.01 Costo del terrorismo en los negocios	71	112
3.02 Confiabilidad en los servicios policíacos	123	132
3.03 Costo del crimen y violencia en los negocios	124	132
3.04 Accidentes de tráfico en carretera (hard data)	115	86
<b>Pilar 4: Salud e higiene</b>	<b>74</b>	<b>64</b>
4.01 Densidad médica (hard data)	55	35
4.02 Acceso a mejoría sanitaria (hard data)	75	75
4.03 Acceso a mejorar el agua potable (hard data)	62	68
4.04 Camas de hospital (hard data)	105	93
<b>Pilar 5: Prioridad del turismo</b>	<b>35</b>	<b>30</b>
5.01 Prioridad del gobierno de la industria del turismo	38	45
5.02 Gasto del gobierno en turismo (hard data)	38	40
5.03 Efectividad de mercadeo de la marca México para atraer turismo	40	48
5.04 Comprensión de estadísticas anuales de Viaje y Turismo	N/A	15
5.05 Oportunidad en proveer estadísticas mensuales y trimestrales de VyT	N/A	12
5.04 Asistencia a ferias de turismo (hard data)	25	N/A
<b>Sub índice B: Infraestructura y ambiente del negocio del Turismo</b>	<b>62</b>	<b>61</b>
<b>Pilar 6: Infraestructura del transporte aéreo</b>	<b>40</b>	<b>47</b>
6.01 Calidad de la infraestructura aérea	56	65
6.02 Asientos disponibles domésticos por kilómetro (hard data)	9	11
6.03 Asientos disponibles internacionales por kilómetro (hard data)	20	22
6.04 Salidas aéreas por cada 1,000 habitantes (hard data)	61	68
6.05 Densidad de aeropuertos (hard data)	75	61
6.06 Número de aerolíneas en operación (hard data)	23	26
6.07 Red de transportación aérea (hard data)	42	55
<b>Pilar 7: Infraestructura de transportación terrestre</b>	<b>84</b>	<b>79</b>
7.01 Calidad de las carreteras	66	62
7.02 Calidad de la infraestructura ferroviaria	72	76
7.03 Calidad de la infraestructura portuaria	94	89
7.04 Calidad de la red de transporte doméstico	54	57
7.05 Densidad de carreteras(hard data)	82	88
<b>Pilar 8: infraestructura turística</b>	<b>49</b>	<b>43</b>
8.01 Cuartos de hotel (hard data)	51	50
8.02 Presencia de principales compañías rentadoras de autos (hard data)	23	1
8.03 Cajeros automáticos aceptando tarjetas Visa (hard data)	50	55
<b>Pilar 9: Estructura de Información y Comunicación Tecnológica (I C T)</b>	<b>69</b>	<b>75</b>
9.01 Cobertura del uso de Internet en negocios	79	78
9.02 Usuarios de Internet (hard data)	65	77
9.03 Líneas telefónicas (hard data)	68	74
9.04 Subscriptores de Internet en banda ancha (hard data)	54	53

9.05 Suscriptores de teléfonos móviles (hard data)	81	92
<b>Pilar 10: Competitividad en precios en la industria del Viaje y turismo</b>	<b>77</b>	<b>45</b>
10.01 Impuestos en boletos y cargos en aeropuertos (hard data)	126	96
10.02 Poder de compra de la paridad monetaria (hard data)	82	96
10.03 Cobertura y efecto de impuestos	88	113
10.04 Niveles de precios de combustible (hard data)	22	25
10.05 Índice de precios de hoteles (hard data)	43	25
<b>Sub índice C: Recursos Humanos, Culturales y Naturales del Turismo</b>	<b>13</b>	<b>13</b>
<b>Pilar 11: Recursos Humanos</b>	<b>63</b>	<b>73</b>
Educación y Capacitación		63
11.01 Inscripción de Educación Primaria (hard data)	23	28
11.02 Inscripción en Educación Secundaria (hard data)	67	63
11.03 Calidad del sistema educativo	109	120
11.04 Disponibilidad de investigación especializada y servicios de capacitación	55	55
11.05 Cobertura de capacitadores	87	84
11.06 Prácticas de contratación y despido	90	120
11.07 Facilidades para contratar mano de obra extranjera	64	97
11.08 Frecuencia de VIH (hard data)	67	68
11.09 Impacto de VIH/AIDS	68	78
11.10 Promedio de vida (hard data)	50	38
<b>Pilar 12: Afinidad hacia el turismo</b>	<b>90</b>	<b>73</b>
12.01 Apertura al turismo (hard data)	111	116
12.02 Actitud de la población hacia visitantes extranjeros	38	39
12.03 Recomendaciones sobre extensión de viajes de negocios	77	39
<b>Pilar 13: Recursos naturales</b>	<b>18</b>	<b>10</b>
13.01 Número de Sitios naturales declarados Patrimonio de la Humanidad	10	10
13.02 Áreas Protegidas (hard data)	67	56
13.03 Calidad del ambiente natural	121	120
13.04 Total de especies conocidas (hard data)	9	9
<b>Pilar 14: Recursos culturales</b>	<b>20</b>	<b>19</b>
14.01 Número de sitios culturales declarados Patrimonio de la Humanidad	6	5
14.02 Estadios deportivos (hard data)	81	83
14.03 Número de ferias y exhibiciones internacionales	26	24
14.04 Exportaciones de industrias creativas	17	18

Hard data: Números y Gráficos, no cualitativos

### c. ¿Que hacen las Naciones Lideres para obtener buenas calificaciones en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo?

#### ECONOMÍAS QUE SOBRESALEN EN LOS PRIMEROS TRES LUGARES

A continuación mencionamos las economías que sobresalen en sus calificaciones en los primeros 3 lugares, en los pilares más importantes.

#### **Recursos Humanos**

Suiza, Singapur (Sureste de Asia, formada de 63 Islas y una artificial) e Islandia (Isla europea en el Océano Atlántico Norte) tienen los tres primeros lugares en el pilar de los Recursos Humanos. Estos países tienen sistemas educativos sobresalientes así como facilidades de entrenamiento muy actualizadas y una fuerza de trabajo muy saludable.

Adicionalmente, se caracterizan por un mercado flexible al contratar fuerza de trabajo extranjera lo que hace más fácil administrar el reclutamiento de temporada, tan crítica para la industria del turismo.

### **Afinidad hacia el Turismo**

Los países con las tres calificaciones más altas por su afinidad en el turismo son Líbano (Oeste de Asia en el Mar Mediterráneo, limita con Siria e Israel), Barbados (Antillas bajas, oeste Atlántico Norte), y Albania (Continente Europeo sureste, menos de 72 Kilómetros de Italia en el estrecho Otranto), todos ellos ofrecen gran apertura al visitante, con el apoyo de los proveedores de servicios quienes expresan su apreciación y valoran altamente la visita de los turistas.

### **Recursos Naturales y Culturales**

Los tres países que sobresalen en el pilar de Recursos Naturales cubren tres continentes: Brasil, Tanzania (África del este colinda con Kenia y Uganda) y Estados Unidos. Todos estos países tienen varios sitios declarados Patrimonio de la Humanidad y muchas áreas naturales protegidas y una rica fauna valorada por sus especies conocidas que viven en ellas.

Austria (Europa Central, colinda con Alemania, República Checa y Hungría) es calificada en 4º lugar ofreciendo también recursos naturales ricos al visitante.

Estos países tienen la gran fortuna de estar provistos con atracciones inherentes para turistas interesados en la naturaleza.

Finalmente, Suecia (País nórdico, en la península escandinava en Europa del Norte, colinda con Noruega al oeste y Finlandia al este), España y el Reino Unido son los tres primeros países por sus recursos culturales. Los tres tienen un número importante de sitios culturales declarados Patrimonio de la Humanidad, industria creativa fuerte, muchas ferias y exhibiciones internacionales, así como estadios con gran capacidad.

Estos atributos vienen juntos al proveer una variedad de atracciones culturales al visitante. Más detalles sobre países específicos se presentan a continuación.

### **Competitividad en Precios**

El pilar más competitivo es representado por Brunei Darussalam (País del sudeste de Asia, ubicado en el norte de la isla de Borneo), Gambia (Nación en África occidental. Se encuentra rodeada en su totalidad por Senegal) y Malasia (Localizada en el sureste asiático distribuida en un territorio dividido en dos regiones por el Mar de la China Meridional). Estos países tienen el beneficio del bajo costo de los combustibles. Brunei también se favorece de bajos cargos de aeropuerto e impuestos en general, mientras que Gambia y Malasia son caracterizados por impuestos moderados y bajos precios de combustibles así como precios de hoteles muy competitivos. Al escoger estos destinos, estos países ofrecen a sus visitantes más beneficios por su dinero.

## **PAÍSES EUROPEOS CON CARACTERÍSTICAS SOBRESALIENTES**

### **Suiza**

Suiza permanece en primer lugar, posición que conserva desde la primera edición del este reporte, con aspectos sobresalientes en el ambiente de negocios, siendo sede de organizaciones mundiales y su alto nivel de seguridad estando en segundo lugar, después de Finlandia, que es número 1.

Este es un país rico en cultura y recursos naturales, incluyendo un impresionante número de sitios declarados Patrimonios de la Humanidad, considerando el tamaño del país, (41.290 km<sup>2</sup>). Sus áreas naturales son protegidas y conservadas en su estado natural (5º lugar mundial), acompañados de programas estrictos de sustentabilidad ambiental (2º lugar mundial), basado en una legislación fuertemente aplicada.

También se distingue por ser un centro mundial con muchas ferias internacionales y exhibiciones cada año y una excelente transportación terrestre (5º. Lugar).

La mano de obra en la industria es apoyada por personal disponible, altamente calificado y habilitado (2º lugar), cuenta con un número importante de las mejores escuelas de hotelería. Su infraestructura turística está calificada como la 8ª en el mundo.

### **Alemania.**

Alemania ocupa el 2º lugar habiendo desplazado a Austria comparado con el reporte anterior. Este país es caracterizado por sus abundantes recursos culturales, estando en el 6º lugar mundialmente, por sus 32 sitios culturales, declarados Patrimonio de la Humanidad.

### **Italia**

Sus fortalezas son: salud e higiene y una excelente infraestructura turística (primer lugar)

Sus debilidades son: Falta de transparencia en regulación gubernamental, su transportación terrestre requiere mejorar, carece de políticas efectivas para la conservación del medio ambiente y falta de competitividad en precios.

## **PAÍSES EN LAS AMÉRICAS CON CARACTERÍSTICAS SOBRESALIENTES**

Estados Unidos ocupa el primer lugar en las Américas y 6º mundial, 3º en ambiente de negocios y 2º en infraestructura aérea.

### **Canadá**

Canadá tiene políticas ambientales apropiadas, ocupando el 2º lugar en América y 9º en el mundo.

### **Barbados**

Barbados está posicionado en el 3er. lugar en América y 28º mundialmente por su afinidad hacia la industria de Viaje y Turismo, su positiva actitud y la valoración que el país tiene hacia esta actividad, dedicando un alto porcentaje de su presupuesto en promover con campañas de mercadeo del destino.

Recaban estadísticas relevantes oportunamente y han incrementado esfuerzos hacia la sustentabilidad del ambiente proporcionando mayor competitividad en este aspecto.

### **México**

México ha mejorado en ocho lugares mundialmente desde la calificación anterior (ver cuadro No. 2), y está ahora posicionado en el 4º lugar (en América) sobrepasando a Costa Rica y Brasil, comparado con el año 2009.

México obtiene impresionantes puntos por sus recursos naturales (10º lugar) con numerosos sitios Patrimonios de la Humanidad (33) y abundante fauna. Los recursos culturales del país son también de los mejores en el mundo (19º lugar), varias ferias internacionales y además posee una fuerte industria creativa. Estas fortalezas inherentes son reforzadas por la priorización general del sector en el país (30º lugar mundial), con campañas de mercadeo de destino para atraer turistas y esfuerzos significativos para recabar estadísticas oportunas.

Algunas áreas que requieren atención son: la infraestructura del transporte terrestre (79º lugar), insuficiente salubridad e higiene (64º lugar), así como seguridad y protección ciudadana (128º), además de los indicadores sujetos a mejoría marcados que se muestran en el cuadro No. 3.

### **d. ¿Como podemos incrementar nuestra Competitividad?**

Son muchos los esfuerzos que se requieren para incrementar nuestra competitividad y para contestar esta pregunta en una forma objetiva necesitamos hacer un análisis detallado de las áreas

que requieren atención prioritaria considerando las calificaciones más desfavorables, según se señalan en el Cuadro 3 (columna 2011), que muestra nuestra calificación en cada uno de los 74 indicadores.

Es también de importancia considerar que cada destino tiene características propias, por ejemplo, lugares tradicionales como destinos turísticos (Acapulco, Mazatlán, Cd. de México, etc.) y los destinos más recientes como (Cancún, Los Cabos, Huatulco, etc.), tienen estructuras turísticas más actualizadas que otros destinos.

Por otra parte, existen conceptos en los Indicadores sobre los cuales todos podemos influir directamente, como los que se indican en color en el Cuadro 3, y otros en los que intervienen sectores o entidades oficiales. En estos últimos es recomendable presentar propuestas y planteamientos que ayuden a incrementar nuestra competitividad en el sector, en una forma efectiva.

Estamos seguros que con el análisis detallado de los indicadores podemos orientar nuestro esfuerzo conjunto para mejorar nuestra competitividad en el turismo. Por nuestra parte las recomendaciones son:

- Que se pongan al frente de las dependencias responsables de promover el turismo a profesionales con capacidad comprobada en esta actividad.
- Que se haga seguimiento de la planeación de los conceptos plasmados en el Programa Sectorial de Turismo, dependiente del Plan Nacional de Desarrollo.
- Que se apliquen estrictamente las leyes de protección al medio ambiente, cada día es más la inclinación del turista a visitar lugares que protegen los recursos naturales, la fauna y las especies en peligro.
- Mejorar la calidad de las carreteras para promover el turismo nacional e internacional.
- Mejorar la calidad del sistema educativo, ya que esto facilitaría la comprensión de la cultura turística.
- Propiciar la disponibilidad de investigación especializada y servicios de capacitación en materia de turismo.

Esta es nuestra opinión, ¿Cuál es la suya?

*Fuente: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 © 2011 World Economic Forum*

*El Reporte Global de Competitividad es un reporte bianual publicado por el Foro Económico Mundial. El primer reporte fue publicado en 1979*

**0112**