



UNIVERSIDAD DE LA SERENA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y ECONÓMICAS
DPTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE TURISMO

PRIMER CONGRESO DE LA SOCIEDAD DE INVESTIGADORES
EN TURISMO DE CHILE
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES, CAMPUS LIRCAY,
UNIVERSIDAD DE TALCA
MAYO 2007

**PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA GENERACIÓN DE INDICADORES
DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO RECEPTIVO**

AUTORA
Luz Elena Cornejo Ganga.
Ingeniera Comercial.
Magíster en Asentamientos Humanos y Medio Ambiente
© Dra Desarrollo Urbano Sustentable
Directora Escuela de Turismo
Universidad de La Serena

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA GENERACIÓN DE INDICADORES DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO RECEPTIVO

I. INTRODUCCIÓN

El comercio de servicios es, junto al comercio de bienes, al flujo de capitales, a los movimientos de población, a la relación internacional de precio, a los flujos de información, una de las dimensiones de la integración económica internacional.

Pero, el comercio de servicios está mucho más restringido que el comercio de mercancías y su inclusión en los compromisos multilaterales bajo la Organización Mundial del Comercio (OMC) recién ha comenzado. Bajo el liderazgo de la OMC, se han firmado acuerdos plurilaterales en dos importantes industrias de servicios, telecomunicaciones y los servicios financieros. Sin embargo, como en todos los acuerdos laterales, el número de firmantes es mucho menor que el número de integrantes de la OMC y los tratados no implican las obligaciones de la OMC para las naciones que no los firman.

El turismo, como exportación de servicios, no escapa a esta falta de consideración en los compromisos multilaterales y bilaterales, a pesar de los efectos positivos en el mercado y en los ámbitos macroeconómico y microeconómico que implica la liberalización del turismo. Más aún, la inclusión del turismo se ha dificultado por la falta de definición como sector económico, la escasez de estadísticas económicas confiables e incluso por la internacionalización anterior al proceso de liberalización del comercio de bienes y servicio que ha tenido el turismo.

Teniendo en cuenta estas consideraciones, por una parte, y por otra, dado que los acuerdos de integración económica y la globalización en general, han contribuido a acelerar la expansión del turismo de negocios o de trabajo, estimulando los viajes de incentivo y de placer, desburocratizando fronteras, modernizando estructuras, se consideró necesario diseñar una metodología para evaluar la competitividad del turismo receptivo. La metodología diseñada fue aplicada al turismo receptivo proveniente del MERCOSUR a la Región de Coquimbo.

II. MARCO CONCEPTUAL Y TEÓRICO

II.1. TURISMO RECEPTIVO Y EXPORTACIONES DE SERVICIOS

El turismo, según el Manual de Balanza de Pagos del Fondo Monetario Internacional, (quinta edición 1993), se considera entre las exportaciones de servicios, como consumo en el exterior, que requiere que el consumidor se desplace hacia donde se encuentra el proveedor. Las categorías establecidas en dicho Manual, que se basa en el concepto de residencia, corresponden a: a) Transportes, que incluye el transporte de pasajeros, fletes y otros; cada una de estas cuentas de desagrega en transporte marítimo, aéreo y otros; b) Viajes, que comprende aquellos que son personales y los de negocios y c) Otros servicios, que abarca comunicaciones; construcción; seguros; financieros; informática e

información; regalías (royalties) y derechos de licencias; otros servicios empresariales; personales, culturales y recreativos; y servicios de gobierno no incluidos en otras partidas.

II.2. MODELOS Y ENFOQUES DE COMPETITIVIDAD APLICADOS AL TURISMO.

Modelo de Competitividad de Porter

Porter, sostiene que para mejorar la competitividad de una zona turística, se deben considerar cuatro áreas claves de actuación. La primera está relacionada con las condiciones de los factores productivos, como la existencia de recursos humanos cualificados, la tecnología disponible, las características desarrolladas en el proceso de entrega del servicio, las condiciones geográficas y medio ambientales, la localización, el papel jugado por el sector público, el capital financiero disponible, todos ellos fundamentales para el éxito de un sector. (OMT, 1998)

La segunda área clave corresponde a las condiciones de la demanda en cada país o región que determinan el comportamiento empresarial y las estrategias que se han de seguir en cada caso. Así, por ejemplo, el grado de sofisticación de la demanda en un país determinado influirá en el sector empresarial a la hora de responder a las exigencias de la misma. La segmentación, es por tanto, una herramienta fundamental para crear ventajas competitivas identificar los cambios que se vayan produciendo en las expectativas de los consumidores. (OMT, 1998)

La tercera área clave está relacionada con las características de las industrias conexas en sentido horizontal (se habla entonces, de complementariedad) o en sentido vertical (cuando existen proveedores), que determinan el grado de desarrollo de un sector específico. El acceso a cierta tecnología, por ejemplo, facilita el intercambio de ideas e información entre dichas empresas, así como también la innovación del sector (OMT, 1998)

La cuarta área clave está constituida por las Estrategias de las empresas, características relativas a la estructura del sector y al grado de rivalidad existente que determinan la organización y formas de gestión de las empresas, por lo que influyen en el ritmo de desarrollo de un sector determinado (OMT, 1998)

Modelo de Competitividad de Calgary

Este modelo permite el análisis de la competitividad del turismo en una región específica, sobre la base de la aplicación de dos elementos básicos, cuales son: la información interna y la investigación del mercado acerca de las preferencias de los consumidores. El modelo identifica primero la función básica de la que se desprenderán las otras. Entre las funciones básicas podemos considerar el nivel económico del destino, la competitividad del turismo, el atractivo, la gestión, la organización, la información, la eficiencia (OMT, 1998)

Sin embargo, este 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 relativo de cada una de ellas en la función de competitividad. (OMT,1998)

Modelo Atractivo, Marketing, Productividad y Gestión (A.M.P.G.)

Este modelo básicamente está orientado a reforzar la competitividad de un conjunto turístico, reduciendo el costo operativo e incrementando el valor percibido por el consumidor. Los conjuntos turísticos son, desde el punto de vista operativo, más eficaces y por tanto más competitivos cuando poseen un alto grado de atractivo (una buena relación valor/esfuerzo), son eficaces en sus actividades de marketing, muestran un alto nivel de productividad en términos financieros, tecnológicos y de recursos humanos, y son eficaces en su gestión del sistema turístico del destino (OMT, 2001)

El Grado de Atractivo de un conjunto turístico, puede ser analizado a través de la relación Valor/Esfuerzo de una “Experiencia Turística”, considerando cuatro variables, dos de las cuales corresponden a la ecuación compuesta por los dos principales atributos ”servicios/precio” (equivalente a la antigua relación calidad /precio) y las otras dos que agrupan múltiples aspectos intangibles que constituyen la esencia del aporte de una experiencia turística diferente, auténtica y satisfactoria y que se basa en el equilibrio entre “sensaciones” y “otros esfuerzos”. Estas variables pueden ser relacionadas de la siguiente manera:

| | | |
|--|--|--|
| $\frac{\text{Valor}}{\text{Esfuerzo}} =$ | $\frac{\text{Servicios Turísticos Ofrecidos} + \text{Ambiente/ Atmósfera}}{\text{Precios}}$ | $+ \frac{\text{Calidad de los servicios} + \text{Experiencias y relaciones} + \text{Sentimientos y sensaciones}}{\text{Otros esfuerzos y factores disuasorios}}$ |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Diversidad de los servicios • Ambiente/ Atmósfera • Costo de Producto • Esfuerzos de pago | <ul style="list-style-type: none"> • Calidad de los servicios • Experiencias y relaciones • Inconvenientes • Inseguridad |

La Eficacia de las Estrategias y Prácticas de Marketing está relacionada con la capacidad de un destino turístico y de las empresas interesadas para adaptarse a la demanda potencial, vender con eficacia, continuar incrementando la fidelidad de sus clientes y buscar nuevas fuentes para obtener una ventaja comparativa. (OMT, 2001)

Un Alto Nivel de Productividad, en términos competitivos, significa, que en un destino turístico, las inversiones deben ser rentables, los salarios razonables y el “valor en capital” de sus recursos y atractivos turísticos aumenta con el tiempo. El valor en capital del destino está directamente vinculado con la forma en que se gestiona, y por tanto, con la protección y con el mantenimiento y la mejora constante de sus recursos y atractivos turísticos. Los beneficios de las inversiones en un destino van unidos a la obtención de un equilibrio óptimo entre los precios y el nivel de ocupación. En general, cualquier política que fomente nuevas inversiones en los destinos que pudieran llevar a un exceso repentino de oferta de

servicios turísticos está abocada al fracaso. Este tipo de política influye no sólo en la rentabilidad a corto plazo, sino también en el éxito a largo plazo de un destino, como testifican algunos destinos turísticos de sol y playa masificados de mitad del decenio de 1980 y principio de 1990. Por esta razón, la planificación del crecimiento debe también realizarse y acordarse en colaboración. La productividad de los recursos humanos depende de la eficacia de la tecnología empleada para prestar los servicios. La formación y la enseñanza constituyen otro factor clave para la mejora y la justificación de unos salarios más elevados. (OMT, 2001)

La Eficacia de la Gestión de un destino turístico, está vinculada a la determinación del ritmo y crecimiento potencial de ese destino, su capacidad de atraer nuevas y sólidas inversiones, y su potencial de crear una sensación de bienestar entre la población local y los visitantes. Ello equivale a lograr la sostenibilidad a largo plazo del sistema. Es importante determinar qué modelo de crecimiento se desea y qué clientes y mercados han de buscarse. Debería formularse una política clara para atraer y estimular inversiones, señalar las condiciones en las que se efectuarán y decidir qué inversiones son prioritarias. Además el destino necesita un sistema de supervisión o "panel de control" para evaluar la sostenibilidad del turismo. Los principales indicadores deberían descubrir los aspectos pertinentes del crecimiento, la productividad, la sensación de bienestar de la comunidad local y el grado de satisfacción del turista (OMT, 2001)

III. METODOLOGÍA

El Marco Conceptual y Teórico se elaboró recopilando información bibliográfica, y generalizaciones empíricas extraídas de otros estudios. Ello permitió contar con conceptos e indicadores de competitividad del turismo receptivo.

Los antecedentes para el Turismo Receptivo (llegadas y pernoctaciones) se obtuvieron principalmente de estadísticas de SERNATUR-INE a nivel nacional y regional. Los ingresos de divisas de los turistas extranjeros que visitan la Región de Coquimbo se estimaron para los años 1998 y 2001, sobre la base, a su vez de la estimación del gasto promedio diario por turista y de las pernoctaciones en establecimientos de alojamiento turístico (considerando las casas en arriendo)

El análisis de la Competitividad del Turismo Receptivo para los países del MERCOSUR se lleva a cabo utilizando indicadores relacionados con la Participación en el Mercado, los Precios Relativos y la Calidad del Turismo Receptivo

El Indicador de Participación en el Turismo Receptivo del MERCOSUR se determina dividiendo el ingreso de divisas del turismo receptivo proveniente del MERCOSUR a la Región de Coquimbo por el total de ingreso de divisas generadas por el turismo receptivo intra MERCOSUR

$$\text{ICPMERCOSUR} = \frac{\text{DTR}_{\text{rm}}}{\text{DTR}_{\text{tm}}}$$

Donde:

- ICPMERCOSUR:** Indicador de competitividad relacionado con la participación del turismo receptivo de la Región de Coquimbo en el turismo receptivo Intra MERCOSUR.
- DTR_{rm}:** Ingreso de divisas del turismo receptivo de la Región de Coquimbo proveniente del MERCOSUR
- DTR_{tm}:** Ingreso de divisas del turismo receptivo Intra MERCOSUR.

El Indicador de Precios Relativos considera el ingreso promedio generado por pernoctación, inflactado por el tipo de cambio nominal y deflactado por el IPC.

El ingreso promedio generado por pernoctación se obtuvo dividiendo los ingresos de divisas generados por el turismo receptivo intra MERCOSUR, por las pernoctaciones correspondientes, obteniéndose un ingreso por pernoctación. A partir de este valor se generó un promedio ponderado por la participación de las pernoctaciones de cada país en el total de pernoctaciones del MERCOSUR.

El indicador correspondiente se puede expresar de la siguiente forma:

$$\text{ICP} = \frac{\text{t}^* \text{ cn} \cdot \text{Igp}_{\text{ern}}}{\text{IPC}}$$

Donde:

- t* cn** : tipo de cambio nominal
- Igp_{ern}** : ingreso generado por pernoctación.
- IPC** : índice de precio al consumidor

Como tipo de cambio nominal se utilizó el promedio del valor (expresado en pesos chilenos de los años 1998 y 2001) de las monedas de los países del MERCOSUR, de los cuales provienen los turistas y cuyo destino es la Región de Coquimbo. Este promedio se corrigió por la inflación de cada país de los años 1998 y 2001, y se ponderó por la participación de los países en el turismo receptivo de la Región de Coquimbo, proveniente del MERCOSUR.

El IPC corresponde al promedio anual del Índice de Precios al Consumidor de Chile en los años 1998 y 2001.

Los dos indicadores requirieron de la estimación del gasto promedio diario por turista extranjero para a su vez determinar los ingresos de divisas generados por el turismo receptivo proveniente del MERCOSUR.

Estimación del gasto promedio diario del turista extranjero y del ingreso de divisas en la Región de Coquimbo.

La estimación del gasto promedio diario por turista se llevó a cabo para los años 1998 y 2001. (Para los años 1999 y 2000 no se obtuvo las pernoctaciones correspondientes) Para los dos años se considera que el comportamiento del turista es distinto en los meses de baja y de alta temporada y por ello, para los meses de Marzo a Noviembre se estima el gasto promedio diario por turista como si fuera de baja temporada y para los meses de Enero, Febrero y Diciembre, como si fuera de alta temporada.

Para estimar el gasto promedio diario por turista en el año 1998 entre los meses de Marzo a Noviembre, se consideró el gasto promedio diario por turista por nacionalidad y tipo de alojamiento, obtenido de la tabulación de la encuesta del estudio sobre el gasto realizado por el Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) en los años 1998-1999. En este estudio la encuesta se aplicó en el mes de Noviembre del 1998. Para obtener el gasto promedio diario por turista por nacionalidad y tipo de alojamiento para el resto de los meses del período Marzo- Noviembre, se aplicó el mismo factor de corrección que utiliza SERNATUR Dirección Nacional para estimar el gasto de los turistas extranjeros en el país. A modo de ejemplo se presenta el factor de corrección para el mes de Marzo:

$$\text{Factor de Corrección Mes de Marzo: } \frac{\frac{\text{Tipo de Cambio Promedio de Marzo-Noviembre}}{\text{IPC Promedio de Marzo-Noviembre}}}{\frac{\text{IPC mes de Marzo}}{\text{Tipo de cambio de Marzo}}}$$

Estimado el gasto promedio diario por turista por nacionalidad y por tipo de establecimiento para cada mes, se procede a estimar el gasto promedio diario por turista por nacionalidad para cada mes. Para ello el gasto anteriormente calculado se pondera por la proporción de las pernoctaciones por tipo de alojamiento para cada nacionalidad, obteniéndose un gasto promedio diario por turista por nacionalidad para cada mes.

Para obtener el gasto promedio diario por turista según nacionalidad de la temporada baja se calcula un promedio ponderado por las pernoctaciones de cada mes de las diferentes nacionalidades.

Las nacionalidades consideradas para la estimación del gasto corresponden a: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, (para los países del MERCOSUR), Bolivia, Perú, USA, Resto de América, Alemania, España, Francia, Inglaterra, Italia; Resto de Europa; Japón, Resto del mundo. En el caso que para algún país no se cuente con la información acerca del gasto se aplica el gasto de otro país del mismo continente o del resto de los países del continente.

La estimación del gasto promedio diario por turista según nacionalidad en los meses de Enero y Febrero de 1998 considera el gasto promedio diario por turista obtenido en la encuesta aplicada en la temporada alta del año 1999 en el estudio ya citado. Por tal razón este gasto se expresa en pesos y dólares de Enero del año 1998. Para el mes de Febrero de 1998 se aplica el factor de corrección ya explicado:

$$\text{Factor de Corrección Mes de Febrero: } \frac{\frac{\text{Tipo de Cambio Promedio de Diciembre -Febrero}}{\text{IPC Promedio de Diciembre - Febrero}}}{\frac{\text{IPC mes de Febrero}}{\text{Tipo de cambio de Febrero}}}$$

Para estimar el gasto en el mes de Diciembre del año 1998, se consideró de nuevo el mismo gasto promedio diario por turista de la encuesta y estudio ya citados y sólo se le aplicó el factor de corrección, ya que esta encuesta fue

aplicada entre los meses de Enero y Febrero del año 1999. De esta forma se obtuvo un gasto promedio diario por turista según nacionalidad y tipo de establecimiento para cada mes.

Para los meses de Enero y Febrero, fue necesario agregar el gasto promedio diario por turista de los visitantes de la Región que se alojan en casas arrendadas. Para ello se tomó en cuenta la población flotante de origen argentino llegada a la Región de Coquimbo según un estudio realizado en el año 1996. El número de turistas argentinos que llegaron a la Región en los meses de Enero y Febrero de año 1996, corresponde a 57.844 (16.0% de la población flotante)

Considerando que el porcentaje de población flotante que se aloja en casas, es igual a 79.3%, se puede estimar que un total de 45.870 argentinos se alojan en casas en los meses de Enero y Febrero. Aplicando la misma distribución de las llegadas de argentinos para los meses de Enero y Febrero del año 2001, se estima que para el mes de Enero del año 1998, 29.797 turistas argentinos se alojan en casas de arriendo y en el mes de Febrero, 16.073.

Estimadas las llegadas de argentinos que se alojan en casas arrendadas, se procede a estimar las pernoctaciones, considerando 4.6 días que corresponde a la estadía promedio de argentinos obtenida del estudio realizado en el año 2002-2003. Las pernoctaciones de argentinos que se alojan en casas corresponden a 136.831 para el mes de Enero y 73.809 para el mes de Febrero.

El gasto promedio diario por turista estimado según nacionalidad por tipo de establecimiento para cada mes, se pondera por las pernoctaciones para obtener el gasto promedio diario por turista por nacionalidad para los meses de Enero, Febrero y Diciembre, respectivamente.

Para estimar el gasto promedio diario por turista según nacionalidad para el año 1998 se pondera el gasto promedio diario por turista por las pernoctaciones de cada mes según nacionalidad.

El gasto promedio diario por turista según nacionalidad para el año 2001, considera en primer lugar el gasto promedio diario por nacionalidad y tipo de alojamiento de la encuesta aplicada en el mes de Agosto del año 2002. Este gasto se deflacta para expresarlos en pesos del año 2001, debido a que sólo se cuenta con las pernoctaciones del 2001 para la Región de Coquimbo y otros países. El gasto promedio diario por turista en pesos de Agosto del 2001 se expresa en dólares del mismo mes, considerando el tipo de cambio observado. A este gasto promedio diario por turista expresado en dólares de Agosto del año 2001 se le aplica el mismo factor de corrección actualizado, ya expresado.

Para obtener el gasto promedio diario por turista por nacionalidad para cada mes, se pondera el gasto anteriormente obtenido por las pernoctaciones según tipo de establecimiento para cada nacionalidad. El gasto promedio diario por turista para los meses de Marzo-Noviembre, se pondera por las pernoctaciones mensuales y

se obtiene un promedio ponderado del gasto promedio diario por turista por nacionalidad en temporada baja.

Para estimar el gasto promedio diario por turista en los meses de Enero, Febrero y Diciembre del año 2001, se considera el promedio en pesos del gasto obtenido con la aplicación de la encuesta en el mes de Enero del 2003. Este gasto promedio se deflacta para expresarlo primero en pesos de Enero del 2001 y después en dólares del mismo mes. Luego es aplicado el factor de corrección para el mes de Febrero. Para el mes de Diciembre del año 2001 se toma el gasto de Enero de 2003 y se lleva en pesos a Enero de 2002, convirtiéndolo posteriormente a dólares y aplicando factor de corrección para el mes de Diciembre.

Cabe destacar que en los meses de Enero, Febrero y Diciembre del 2001 es necesario agregar los antecedentes recopilados para camping y casas de arriendo. En el primer caso se procede de la misma manera que en el resto de los establecimientos de alojamiento turístico. En las casas de arriendo, se consideró el porcentaje de la muestra de turistas argentinos que visitó la Región de Coquimbo, en los meses de Enero y Febrero del año 2001 y que se alojó en casas de Arriendo, según el estudio del Gasto que realiza anualmente SERNATUR, Dirección Nacional. Esta proporción se aplicó al número de turistas que ingresó en los meses de Enero y Febrero del 2001 por el Paso de Los Libertadores, obteniendo como resultado 22.371 llegadas de argentinos para el mes de Enero y 12.338 para el mes de Febrero. Estas llegadas son multiplicadas por el promedio de estadía de los argentinos en casas arrendadas según datos de la encuesta aplicada en temporada alta 2002-2003, para obtener las pernoctaciones de argentinos en casas arrendadas para los meses de Enero y Febrero del año 2001.

Una vez estimado el gasto promedio diario por turista por nacionalidad y tipo de alojamiento de cada mes se procede a ponderar por las pernoctaciones de las diferentes nacionalidades y obtener así un gasto promedio diario por turista para cada mes. A su vez, ponderando este gasto promedio diario por turista por las pernoctaciones de cada mes, se obtiene el gasto promedio diario por turista, según nacionalidad, para el año 2001.

El gasto promedio diario por turista por nacionalidad y tipo de establecimiento para cada mes, calculado de la forma descrita anteriormente, permitió junto a las pernoctaciones, estimar el ingreso de divisas de los años 1998 y 2001.

Estimación de las pernoctaciones totales de los establecimientos de alojamiento turístico de la Región de Coquimbo

Las pernoctaciones para los establecimientos de alojamiento turístico (hoteles, moteles, apart hoteles) se calculan mes a mes considerando el porcentaje de ocupabilidad de camas de la muestra del Instituto Nacional de Estadísticas, Región de Coquimbo, y aplicándola al inventario de establecimientos de alojamiento turístico registrado por SERNATUR, Dirección Regional, Región de

Coquimbo. En el caso de los establecimientos que no están dentro de la muestra del INE se les aplica una ocupabilidad semejante a los de la muestra del INE.

Las residenciales no son consideradas en la muestra del INE y por ello se les aplica una ocupabilidad de establecimientos semejantes.

En los meses de Enero, Febrero y Diciembre de los años 1998 y 2001 se agregan las pernoctaciones de los camping y de los extranjeros que alojan en casas arrendadas. En el caso de los camping, se considera como capacidad promedio de sitios para 5 personas y se aplica la ocupabilidad de sitios de la muestra del INE, al total de camping que tiene registrado SERNATUR para los años 1998 y 2001.

Para estimar las pernoctaciones de los extranjeros que arriendan casas se consideró el porcentaje de argentinos entrados por el paso Los Libertadores que visitaron la ciudad de La Serena y que se alojaron en casas de arriendo, en los meses de Enero y Febrero del año 2001, de acuerdo a la encuesta del estudio del gasto del turismo receptivo que realiza SERNATUR, Dirección Nacional, para todo el país. Esta proporción fue aplicada al total de turistas ingresados por El Paso los Libertadores en los meses de Enero y Febrero de los años 1998 y 2001. El número de turistas argentinos así obtenidos fue multiplicado por la permanencia promedio estimada a partir de la encuesta aplicada para esta tesis en Enero y Febrero del 2003. Para el año 1998 se aplicó el promedio de permanencia extraído del mismo estudio, debido a que en este año no se logró determinar este promedio de estadía para los turistas que llegaron a casas de arriendo.

Las pernoctaciones por nacionalidad se obtienen aplicando la distribución porcentual de la muestra del INE para los años 1998 y 2001, mes a mes. Las nacionalidades consideradas son las mismas a las del gasto promedio diario por turista según nacionalidad.

Cabe señalar que el INE no considera los turistas provenientes de Uruguay ni de Japón. En ambos casos se tomó en cuenta la proporción de estos turistas sobre el total de turistas extranjeros de la muestra, sólo en los meses en que se registró su venida.

Las pernoctaciones así determinadas, por nacionalidad y tipo de alojamiento para cada mes son multiplicadas por el gasto promedio diario por turista estimado también según nacionalidad y tipo de alojamiento para cada mes, obteniéndose el ingreso de divisas por nacionalidad y tipo de alojamiento para cada mes.

El Indicador de Calidad del Turismo Receptivo, considera que el turismo proveniente de países como Alemania, Reino Unido, Estados Unidos y Japón, es más exigentes en términos de calidad de servicios y por lo tanto puede ser clasificado como de mayor competitividad.

V TURISMO RECEPTIVO PROVENIENTE DEL MERCOSUR A LA REGIÓN DE COQUIMBO

El turismo proveniente de los países del MERCOSUR es de gran importancia para la Región, especialmente por el turismo argentino. Las pernoctaciones de los países provenientes del MERCOSUR constituyen el 69.2% de las pernoctaciones totales de turistas extranjeros en el año 1998 y en el año 2001, el porcentaje es igual a 58.1%, considerando que en el año 1998 sólo se cuenta con antecedentes para los países de Argentina y Brasil y en el año 2001 para los mismos países y además para Uruguay.

Aunque la participación de los turistas extranjeros provenientes del MERCOSUR disminuyó en el año 2001 a nivel regional, en términos absolutos, estas pernoctaciones aumentaron en un 2.3% a diferencia de lo que ocurrió en el país, que experimentaron una leve baja de un 0.9%.

El total de pernoctaciones generadas por los países integrantes del MERCOSUR en el año 2001 fue de 666.827 pernoctaciones obteniendo una participación del 58.1% respecto al total de pernoctaciones de turistas extranjeros en la Región de Coquimbo. En el país esta participación es de 47.7% respecto al total de pernoctaciones extranjeras en el territorio nacional. Si comparamos la región con el país, podemos ver que la participación de las llegadas y pernoctaciones del MERCOSUR es mayor en la Región de Coquimbo respecto al país.

Por otra parte, los países del MERCOSUR aportan a la Región de Coquimbo el 64.9% de los ingresos de divisas generados en el año 1998 y el 60.0% en el año 2001. En el país, el aporte corresponde a 36.8% para el año 1998 y 15.7% para el año 2001.

Claramente Argentina es el país de origen más importante para la Región de Coquimbo entre los países del MERCOSUR. El turismo argentino aporta entre el 95.3% y el 96.3% de los ingresos de divisas generados por el turismo receptivo proveniente del MERCOSUR. En el país, también Argentina es un país importante entre los países del MERCOSUR, pero comparte su importancia con Brasil especialmente en relación a la generación de ingresos de divisas, obteniendo éste último una participación del 4.7% para 1998 y 3.7% para el 2001.

VI COMPETITIVIDAD DEL TURISMO PROVENIENTE DEL MERCOSUR

VI.1. Competitividad del Turismo Receptivo de la Región de Coquimbo según su participación en el Turismo Receptivo del MERCOSUR

La competitividad del turismo receptivo proveniente de los países del MERCOSUR en la Región de Coquimbo según su participación en el mercado alcanza a un 0.8% en el año 1998, es decir, el turismo receptivo de la Región de Coquimbo participa de un 0.8% del turismo receptivo Intra MERCOSUR.

En el año 2001, la participación del turismo receptivo en la Región de Coquimbo de los países del MERCOSUR alcanza a 1.1% del total de ingresos de divisas del turismo receptivo intra MERCOSUR.

VI.2. Competitividad del Turismo Receptivo en la Región de Coquimbo según precios relativos

El indicador de competitividad según precios relativos y expresado en dólar por pernoctación, permite señalar que en el año 1998, este indicador era igual a 79.5 dólares y en el año 2001 la cifra disminuye a 73.7 dólares por pernoctación.

VI.3. Competitividad del Turismo Receptivo de la Región de Coquimbo según calidad.

En el año 1998, el ingreso de divisas de los turistas extranjeros provenientes de los países de Alemania, Reino Unido y Estados Unidos, alcanzaron la cifra de 8.129 miles de dólares. Cabe destacar que en este año, no se cuenta con datos para el turismo extranjero proveniente de Japón.

En el año 2001, los ingresos de divisas generados ahora por todos los países representativos de mayores exigencias en calidad, aumentan a 13.419 miles de dólares, incluyendo los turistas provenientes de Japón.

VII CONCLUSIONES

El Turismo Receptivo forma parte de las exportaciones de servicios, aunque su cuantificación presenta dificultades, relacionadas con los procedimientos que existen para evaluar el volumen de ingresos que origina el turista extranjero, ya que hay múltiples canales por los que fluye el dinero turístico sin posibilidad de ser controlado e imputado a su exacto origen.

La liberalización del comercio de servicios turísticos no ha sido explícitamente considerada, aunque genera efectos en el mercado turístico, en el ámbito microeconómico y en el ámbito macroeconómico

El Turismo Receptivo en la Región de Coquimbo si bien ha disminuido en términos de llegadas y pernoctaciones, ha generado mayor ingreso de divisas entre los años 1998 y 2001. El turismo proveniente de los países del MERCOSUR es de gran importancia para la Región, (especialmente por el turismo argentino), aportando más del 60.0% de las pernoctaciones y de los ingresos de divisas.

La competitividad del turismo proveniente del MERCOSUR en términos de participación en el mercado y calidad ha aumentado, en cambio en términos de precio ha disminuido.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) (2000) Panorama de la Inserción Internacional de América Latina y El Caribe. Santiago de Chile.
- ✓ Comisión Económica para América Latina y El Caribe (CEPAL) (2000) Fuentes de las ventajas competitivas en la industria.
- ✓ Di Filippo A y Franco R (2000) Integración Regional, Desarrollo y Equidad Siglo XXI Editores S A España.
- ✓ Figuerola P Manuel (1985) Teoría Económica del Turismo Alianza Universitaria Textos Madrid España.
- ✓ Gobierno de Argentina. Ministerio de Economía. Secretaría de Política Económica INDEC Dirección Nacional de Cuentas Internacionales.
- ✓ Gobierno de Chile. Región de Coquimbo Instituto Nacional de Estadísticas. (INE) 1998/1999-2000/2001 Datos extraídos de llegadas y pernoctaciones de turistas extranjeros en temporadas alta y baja.
- ✓ Gobierno de Chile Región de Coquimbo. Secretaría Regional de Planificación y Coordinación. Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) Dirección Regional de Coquimbo (1996) Estudio de la Población Flotante de la zona costera Cuarta Región de Coquimbo.
- ✓ Gobierno de Chile Región de Coquimbo. Secretaría Regional de Planificación y Coordinación. Universidad Francisco de Aguirre. (1998) Análisis del impacto del MERCOSUR en la Región de Coquimbo Tomo I y II.
- ✓ Gobierno de Chile Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) Departamento de Planificación (2000) Estudio del gasto del turista extranjero.
- ✓ Gobierno de Chile Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) Instituto Nacional de Estadísticas (INE) Anuarios de Turismo 1996-2001
- ✓ Gobierno de Chile Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) (1990-1999) Una década en el Turismo Chileno. Compendio Estadístico.
- ✓ Gobierno de Chile Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) (2001) El turismo chileno en cifras.
- ✓ Gobierno de Chile Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) (2000) Chile. Comportamiento del turismo receptivo y emisor.
- ✓ Gobierno de Chile Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR) (2001) Estudio sobre el turista extranjero.
- ✓ Ministerio de Turismo de Uruguay, base de Encuestas de Turismo Receptivo
- ✓ Ministerio de Turismo de Argentina. Oficina de Estadísticas de Turismo Receptivo.
- ✓ Organización Mundial de Turismo (OMT) (1995) Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de Turismo. Organización Mundial de Turismo (OMT) (1998) Introducción al turismo. Publicado por la Organización Mundial de Turismo (OMT) Madrid España.
- ✓ Organización Mundial de Turismo (OMT) Consejo empresarial (CEOMT) 2001) Cooperación entre sectores público y privado. Mejorando la competitividad turística. Publicado por Organización Mundial de Turismo (OMT) Madrid, España.
- ✓ Universidad de La Serena. Dirección de Investigación. Departamento de Ciencia Económicas y Empresariales. (2002-2003) Efectos del ALC Chile MERCOSUR en la competitividad de las exportaciones de bienes y servicios de la Región de Coquimbo.