



UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

MAESTRÍA EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

TESIS

**“INFLUENCIA DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA EN EL
CRECIMIENTO ECONÓMICO DE PAÍSES CON DESARROLLO MUY
ALTO Y CON DESARROLLO ALTO: UN ANÁLISIS COMPARATIVO”**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO EN CIENCIAS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**PRESENTA:
L.M. NARCISO SALVADOR TINOCO GUERRRERO**

**DIRECTOR DE TESIS:
DR. MARIO GÓMEZ AGUIRRE**

MORELIA, MICHOACÁN, JUNIO DE 2016.

DEDICATORIA:

A mi madre que es una mujer extraordinaria y que siempre me recibe con una sonrisa sin importar que tan enojado y estresado llegue.

A mi padre que me ha enseñado a perseguir mis sueños, a tener siempre dos planes A y a afrontar las adversidades con la frente en alto.

A Gerardo con quien nunca estamos de acuerdo pero con quien siempre celebramos los triunfos.

A Luis Manuel por su cariño y por su paciencia cuando me pongo a cantarle.

A mí por demostrarme a mí mismo que puedo cumplir metas que alguna vez parecieron lejanas.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco enormemente a la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo (UMSNH) y al Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales (ININEE) por haberme brindado la oportunidad de ser parte de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales, programa educativo de calidad.

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo económico que me brindó para estudiar en este programa de calidad, así como para realizar una estancia de investigación en la Universidad de la República, en Montevideo, República Oriental de Uruguay.

Un sincero agradecimiento a mi director de tesis, el Doctor Mario Gómez Aguirre, por el tiempo que me dedicó, así como el conocimiento compartido, consejos y guías. Muchas gracias por todo el apoyo brindado.

Agradezco también al Doctor Gabriel Brida por su paciencia durante mi estancia de investigación, las infinitas atenciones personales que tuvo conmigo, así como por ayudarme a comprender mejor el uso de los datos panel en econometría.

A los Doctores José Carlos A. Rodríguez Chávez y Jorge Víctor Alcaraz Vera quienes fueron, en diferente momento, coordinadores de la Maestría en Ciencias en Negocios Internacionales, les agradezco las atenciones que tuvieron hacia mi persona durante la duración del programa.

Al Doctor José César Lenin Navarro Chávez quien, desde el principio, con sus observaciones ayudó a mejorar la presente investigación.

A la Doctora América Ivonne Zamora Torres quien fue clave en mi decisión de entrar a este programa, así como en la elección del tema de la presente investigación.

ÍNDICE

GLOSARIO.....	11
ABREVIATURAS Y SIGLAS.....	12
RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN	16
CAPITULO I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.1 Planteamiento del problema.....	18
1.2 Descripción del problema.....	18
1.3 Preguntas de investigación.....	20
1.4 Objetivo de la investigación.....	20
1.5 Justificación.....	21
1.6 Tipo de investigación.....	22
1.7 Método.....	22
1.8 Hipótesis.....	23
1.9 Índice de Desarrollo Humano.....	23
1.10 Selección de países.....	26
1.11 Identificación de variables.....	28
1.13 Instrumentos y variables.....	29
1.14 Universo y muestra de estudio.....	29
1.15 Alcances y limitaciones de la investigación.....	30
CAPÍTULO II. ESCENARIO ECONÓMICO Y COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA.....	31
2.1 El Turismo y el crecimiento económico en el mundo.....	31
2.2 Alemania.....	33
2.3 Austria.....	35
2.4 Brasil.....	37

2.5 Bulgaria.....	40
2.6 Canadá.....	42
2.7 China.....	44
2.8 Croacia.....	45
2.9 España.....	47
2.10 Estados Unidos.....	50
2.11 Francia.....	52
2.12 Grecia.....	53
2.13 Italia.....	55
2.14 Malasia.....	57
2.15 México.....	59
2.16 Polonia.....	61
2.17 Reino Unido.....	63
2.18 Rusia.....	65
2.19 Tailandia.....	67
2.20 Turquía.....	69
2.21 Ucrania.....	71
CAPÍTULO III. TEORÍAS Y ESTUDIOS EMPÍRICOS.....	74
3.1 Crecimiento económico.....	74
3.2 Competitividad.....	76
3.3 Competitividad turística.....	77
3.4 Turismo y crecimiento económico.....	86
CAPÍTULO IV. MODELOS ECONOMETRÍCOS.....	91
4.1 Regresión en <i>pool data</i> o de datos agrupados.....	92
4.2 Regresiones de datos anidados.....	93
4.3 Pruebas de raíz unitaria.....	98

CAPÍTULO V. RESULTADOS.....	99
5.1 Resultados de las pruebas de raíz unitaria.	99
5.2 Resultados de MCO.....	104
5.3 Pruebas de causalidad	121
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	125
Conclusiones.....	125
Recomendaciones.....	128
BIBLIOGRAFÍA	130
ANEXO 1. PAÍSES MÁS VISITADOS DEL MUNDO Y SU CLASIFICACIÓN DE DESARROLLO POR AÑO.....	142
ANEXO 2. PRODUCTO INTERNO BRUTO E ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE VIAJES Y TURISMO PARA LOS PAÍSES.	149
ANEXO 3. MATRÍZ DE CONGRUENCIA	169

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Selección anual de países con desarrollo muy alto y alto, más visitados del mundo.	27
Tabla 2. Países objeto de la investigación.	28
Tabla 3. Acomodo de variables <i>dummy</i> para Efecto Fijos.	95
Tabla 4. Resultados de pruebas de raíz unitaria para el ICVT.	100
Tabla 5. Resultados de las pruebas de raíz unitaria para el PIB turístico.	102
Tabla 6. Resultados de las pruebas de raíz unitaria para la serie VISITAS.	104
Tabla 7. Resultados de MCO en datos agrupados para países con IDH muy alto.	106
Tabla 8. Resultados de MCO en efectos fijos para países con IDH muy alto.	108
Tabla 9. Resultados de MCG en efectos aleatorios para países con IDH muy alto.	110
Tabla 10. Resultados del test de Hausman para países con IDH muy alto.	111
Tabla 11. Resultados de MCO en datos agrupados para países con IDH alto.	112
Tabla 12. Resultados de MCO en efectos fijos para países con IDH alto.	114
Tabla 13. Resultados de MCG en efectos aleatorios para países con IDH alto.	116
Tabla 14. Resultados del test de Hausman para países con IDH alto.	117
Tabla 15. Resultados de MCO en datos agrupados para países con IDH muy alto y alto.	118
Tabla 16. Resultados de MCO en efectos fijos para países con IDH muy alto y alto.	119
Tabla 17. Resultados de MCG en efectos aleatorios para países con IDH muy alto y alto.	120
Tabla 18. Resultados del test de Hausman para países con IDH muy alto y alto.	120
Tabla 19. Pruebas de causalidad de Granger para países con IDH muy alto.	121
Tabla 20. Pruebas de causalidad de Granger para países con IDH alto.	122
Tabla 21. Pruebas de causalidad de Granger para países con IDH muy alto y alto.	123
Tabla 22. Comparación de resultados de impacto en la variable PIBTUR.	124

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Llegadas de turistas internacionales al mundo.	31
Figura 2. Ingresos por Turismo Internacional.	32
Figura 3. Comportamiento del PIB en Alemania 2007-2014.	34
Figura 4. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo para Alemania 2007-2015.	35
Figura 5. Comportamiento del PIB en Austria 2007-2014.	36
Figura 6. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Austria 2007-2015.	37
Figura 7. Comportamiento del PIB en Brasil 2007-2014.	38
Figura 8. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Brasil 2007-2015.	39
Figura 9. Comportamiento del PIB en Bulgaria 2007-2014.	40
Figura 10. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Bulgaria 2007-2015.	41
Figura 11. Comportamiento del PIB en Canadá 2007-2014.	42
Figura 12. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Canadá 2007-2015.	43
Figura 13. Comportamiento del PIB en China 2007-2014.	44
Figura 14. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para China 2007-2015.	45
Figura 15. Comportamiento del PIB en Croacia 2007-2014.	46
Figura 16. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Croacia 2007-2015.	47
Figura 17. Comportamiento del PIB en España 2007-2014.	48
Figura 18. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para España 2007-2015.	49
Figura 19. Comportamiento del PIB en Estados Unidos 2007-2014.	50
Figura 20. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Estados Unidos 2007-2015.	51
Figura 21. Comportamiento del PIB en Francia 2007-2014.	52

Figura 22. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Francia 2007-2015.....	53
Figura 23. Comportamiento del PIB en Grecia 2007-2014.....	54
Figura 24. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Grecia 2007-2015.	55
Figura 25. Comportamiento del PIB en Italia 2007-2014.	56
Figura 26. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Italia 2007-2015.....	57
Figura 27. Comportamiento del PIB en Malasia 2007-2014.....	58
Figura 28. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Malasia 2007-2015.	59
Figura 29. Comportamiento del PIB en México 2007-2014.	60
Figura 30. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para México 2007-2015.....	61
Figura 31. Comportamiento del PIB en Polonia 2007-2014.	62
Figura 32. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Polonia 2007-2015.....	63
Figura 33. Comportamiento del PIB en Reino Unido 2007-2014.....	64
Figura 34. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Reino Unido 2007-2015.	65
Figura 35. Comportamiento del PIB en Rusia 2007-2014.	66
Figura 36. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Rusia 2007-2015.....	67
Figura 37. Comportamiento del PIB en Tailandia 2007-2014.	68
Figura 38. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Tailandia 2007-2015.....	69
Figura 39. Comportamiento del PIB en Turquía 2007-2014.....	70
Figura 40. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Turquía 2007-2015.	71
Figura 41. Comportamiento del PIB en Ucrania 2007-2014.....	72

Figura 42. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Ucrania 2007-2015.	73
Figura 43. Gráfica de puntos con los valores del ICVT.	99
Figura 44. Gráfica de puntos con los valores del PIB turístico.	101
Figura 45. Gráfica de puntos con los valores de la serie VISITAS	103

GLOSARIO

Competitividad: es el grado en que una nación puede, bajo condiciones de mercado libres y equitativas, producir bienes y servicios que superan las pruebas de los mercados internacionales, manteniendo y aumentando, simultáneamente, los ingresos reales de sus habitantes a medio y largo plazo.

Competitividad turística: capacidad de la industria turística de un país para alcanzar sus objetivos por encima del promedio de referencia del sector, de manera sostenida.

Crecimiento económico: es el ritmo al que se incrementa la producción de bienes y servicios de una economía, y por lo tanto su renta, durante un período determinado.

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo: es un indicador multidimensional elaborado por el Foro Económico Mundial para medir la competitividad turística de las naciones, y que se basa en catorce dimensiones para cada uno de los países.

Índice de Desarrollo Humano: es un indicador elaborado por el PNUD utilizado para medir el desarrollo humano de países calculado a través de un indicador de esperanza de vida, uno de nivel educativo y otro de ingresos de la población.

Producto Interno Bruto Turístico: es un índice que tiene por objeto aportar información sobre el crecimiento del sector turístico en los diferentes países y su aportación a la economía de ellos.

ABREVIATURAS Y SIGLAS

ADF: Augmented Dickey Fuller.

AEE: Número de años esperados de escolaridad.

APE: Número de años promedio de escolaridad.

BM: Banco Mundial.

CNTA: China National Tourism Administration.

CTC: Canadian Tourism Commission.

EU: Esperanza de vida en años.

FEM: Foro Económico Mundial.

GCI: Growth Competitiveness Index.

IDH: Índice de Desarrollo Humano.

IAEE: Índice de años esperados de escolaridad.

IAPE: Índice de años promedio de escolaridad.

ICIT: Índice de Competitividad de la Industria Turística.

ICE: Índice de Competitividad Económica.

ICST: Índice de Competitividad del sector turístico.

ICTD: Índice de Competitividad de la Demanda.

ICVT: Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

IE: Indicador de Educación.

IEV: Indicador de Esperanza de Vida.

II: Indicador de Ingreso.

ISTAS: Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud.

LLC: Levin-Lin-Chu.

MELI: Mejor Estimador Lineal Insesgado.

MCG: Mínimos Cuadrados Generalizados.

MCO: Mínimos Cuadrados Ordinarios.

OECD: Organization for Economic Cooperation and Development.

OMT: Organización Mundial de Turismo.

ONU: Organización de las Naciones Unidas.

PIB: Producto Interno Bruto.

PIBTUR: Producto Interno Bruto Turístico.

PNUD: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

SECTUR: Secretaría de Turismo.

SIDA: Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida.

SRE: Secretaría de Relaciones Exteriores.

TTCI: Travel and Tourism Competitiveness Index.

UNWTO: United Nations World Tourism Organization.

VIH: Virus de Inmunodeficiencia Humana.

WEF: World Economic Forum.

RESUMEN

En este trabajo se analiza empíricamente la relación que existe entre la competitividad turística de los países y su crecimiento económico para países con desarrollo humano muy alto y alto. Para dicho fin se utiliza un modelo econométrico que tiene como variable dependiente al crecimiento económico y como variables independientes a la competitividad y actividad turísticas. Se utiliza la metodología propuesta por Gujarati (2010) y Wooldridge (2009) sobre relaciones entre variables para datos panel. Adicionalmente se realizan pruebas de raíces unitarias, y se analiza la causalidad de Granger. Se obtiene como resultado que existe un vínculo entre la variable dependiente y las independientes. Esta relación es más significativa en los países que tienen desarrollo humano alto, siendo de menor impacto en los países con desarrollo humano muy alto. También se encuentra que existe una relación de causalidad unidireccional que va desde el crecimiento económico hacia la competitividad turística de los países con desarrollo humano alto y muy alto, siendo bidireccional cuando se estudian a todos los países en conjunto.

Palabras clave: Competitividad, datos panel, crecimiento económico, turismo.

ABSTRACT

This paper empirically examines the relationship between tourism competitiveness and economic growth for countries with high and very high human development. For this purpose an econometric model that has as dependent variable the economic growth and as independent variables the tourism competitiveness and tourist activity is used. The methodology proposed by Gujarati (2010) and Wooldridge (2009) on relations between variables for panel data is used. Additionally unit root tests are performed, and Granger causality analyzes. The results shows that there is a relationship between the dependent and independent variables, this relationship is more significant in countries with high human development, and less significant in countries with very high human development. It is also found that there is a one-way causality relationship from economic growth to tourism competitiveness in countries with high and very high human development being two-way when all the countries are studied together.

Key words: competitiveness, panel data, economic growth, tourism.

INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia han existido muchas hipótesis sobre cómo se genera el crecimiento económico de las naciones, dos de las últimas son la hipótesis del crecimiento generado por exportaciones (Export-led Growth Hypothesis) y la de crecimiento generado por turismo (Tourism-led Growth Hypothesis) (Barro, 2009).

Ambas hipótesis han sido objeto de numerosas investigaciones empíricas en los últimos años, de las cuales en la mayoría de los casos se ha confirmado su validez para las diferentes unidades estudiadas, ya sean ciudades, regiones o países.

Sobre la hipótesis de crecimiento generado por turismo se han realizado por lo menos un centenar de trabajos empíricos para tratar de demostrar su validez, la mayoría de estos trabajos han concluido que dicha hipótesis es válida.

Autores como Hong (2009) afirman que es esperado que para el siglo XXI el turismo sea un motor importante para el crecimiento económico de países en vías de desarrollo, es por esto que es importante para países como México hacer estudios sobre la relación entre ambas variables.

La actividad turística es importante, sin embargo, la competitividad turística es la que generará a largo plazo destinos turísticos atractivos, creando una demanda con niveles de gasto altos, y de esta manera se va a generar un efecto multiplicador del turismo, que va a provocar crecimiento económico (Altimira, 2007).

El objetivo del presente trabajo es conocer el impacto que ha tenido la competitividad turística en el crecimiento económico de países con desarrollo muy alto y países con desarrollo alto en el periodo 2007-2015. La manera en la que se aborda el crecimiento económico es a través del PIB turístico, que forma parte del PIB de cada país, es por eso que al haber un incremento o una disminución en el PIB turístico, el PIB del país se va a ver afectado positiva o negativamente, según sea el caso. La hipótesis general del estudio es que la competitividad turística ha tenido impacto en el crecimiento económico de países con desarrollo muy alto y países con desarrollo alto en el periodo 2007-2015.

En el capítulo I (Fundamentos de la investigación) se abordan las características que delimitan el problema de investigación, se presentan las teorías principales mediante las cuales fueron seleccionadas las variables utilizadas en investigación esta, se presentan las hipótesis propuestas y se presenta la selección de los países objeto de estudio, así como las características de dicha selección.

En el capítulo II (Escenario económico y competitivo de la industria turística) se analiza la situación actual de la industria turística de cada uno de los países objeto del estudio, así como su competitividad turística y el crecimiento económico que han tenido en los últimos años. Además se expone un escenario actual sobre el turismo mundial.

En el capítulo III (Teorías y estudios empíricos) se presentan las principales teorías existentes en el estudio del crecimiento económico, así como paradigmas actuales sobre competitividad y competitividad turística. También se estudian diferentes trabajos empíricos econométricos que estudian la relación entre el crecimiento económico y el turismo.

En el capítulo IV (Modelos econométricos) se plantea el modelo econométrico propuesto para cumplir con los objetivos de la investigación, así como se describen y analizan las diferentes metodologías econométricas utilizadas para comprobar los resultados.

En el capítulo V (Resultados) se muestran y se interpretan los resultados obtenidos del trabajo econométrico llevado a cabo en esta investigación. Este capítulo se compone de tres apartados principales. En el primer apartado se exponen los resultados de las pruebas de raíz unitaria aplicadas a las variables utilizadas en la investigación. En el segundo apartado se muestran los resultados de las pruebas de relación entre las variables utilizadas en el estudio. En el tercer apartado se mencionan los resultados de las pruebas de causalidad realizadas.

En el capítulo VI (Conclusiones y recomendaciones) se despliega un conjunto de conclusiones que se hicieron a partir de los resultados obtenidos del trabajo econométrico y se exponen las recomendaciones hechas.

CAPITULO I. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1 Planteamiento del problema.

Desde finales de los ochenta y principios de los noventa se ha elevado el número de destinos turísticos en el mundo, esto gracias a una combinación de factores, entre los que se encuentran: la apuesta de algunos países por desarrollarse como destinos turísticos, el avance en las tecnologías de la información y comunicación que acorta distancias entre territorios, así como nuevas motivaciones de los turistas, que tienden alejarse del turismo tradicional en beneficio de un turismo basado en el descubrimiento de nuevas sensaciones (Flores y Barroso, 2009).

1.2 Descripción del problema.

La industria mundial del turismo ha logrado mantenerse relativamente estable a pesar del incierto panorama mundial económico, que ha estado caracterizado por un crecimiento frágil de la economía mundial, tensiones macroeconómicas y altas tasas de desempleo en muchos países. Por lo tanto la industria turística sigue siendo un sector fundamental para el desarrollo económico y la conservación de empleos, tanto en países desarrollados como en países en vías de desarrollo (World Economic Forum, 2013).

Según Hong (2009) es esperado que para el siglo XXI, el turismo internacional sea un vehículo importante para el crecimiento económico de países en vías de desarrollo. Por lo tanto para economías como la mexicana, es de suma importancia desarrollar el sector turístico, especialmente el del turismo internacional, para que a través de éste, se pueda generar un crecimiento económico que repercuta en la calidad de vida de las personas, principalmente mediante el empleo. Esto se da porque como generador de divisas, el sector turístico es claramente exportador, aunque un sector de exportación no tradicional debido a que “el turismo exporta hombres, no mercancías” (Sessa, 1983).

La Junta de Comercio y Desarrollo (2013) afirma que el turismo puede coadyuvar al crecimiento económico y a la reducción de la pobreza, en particular en los países en vías de desarrollo.

Existen muchos trabajos e investigaciones (Aguayo, 2001; Altimira, 2007; Brida, 2008, 2010, 2011; Such, 2009; Figueroa, 2014; etc.) en los que se aborda la relación entre turismo

y crecimiento económico, concluyendo que efectivamente existe un vínculo entre las dos variables. Sin embargo, Altimira (2007) menciona que la competitividad del sector turístico es la que garantizará a largo plazo destinos turísticos atractivos, generando una demanda con niveles de gastos altos, y de esta manera se va a generar un efecto multiplicador del turismo, que va a provocar crecimiento económico. Por esto es necesario investigar la relación que existe, específicamente, entre la competitividad turística y el crecimiento económico.

En este sentido, Pulido y Sánchez (2010) mencionan que un mayor nivel de competitividad turística contribuye al crecimiento turístico del país, y en consecuencia, a su crecimiento económico. Sin embargo no todas las dimensiones que componen a la competitividad turística, tienen el mismo impacto en el crecimiento económico de las naciones, por lo que es importante determinar cuáles de éstas, influyen más en el crecimiento económico de cada país.

Como la mayoría de los autores mencionan que esta relación (turismo – crecimiento) es más notoria en los países que se encuentran en vías de desarrollo, es necesario hacer un comparativo de esta relación entre los países que están en vías de desarrollo y los desarrollados, utilizando la competitividad turística.

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD, 2014), publica el Índice de Desarrollo Humano (IDH), el cual clasifica a los países, según su nivel de desarrollo, en países con desarrollo muy alto, alto, medio y bajo. Para los fines de esta investigación se toma en cuenta esta clasificación de países.

Es importante mencionar que en un mercado en donde la participación del sector servicios es cada vez mayor, y la competencia es global, es de vital importancia la capacidad de ser competitivos a fin de que visitantes internacionales se interesen por los destinos nacionales (Navarro y Zamora, 2013). De esta manera se puede afirmar que los países que tienen economías basadas en el turismo deben desarrollar modelos para lograr ventajas competitivas, a través de sus ventajas comparativas (Hong, 2009).

Por todo lo anterior, es de suma importancia que se realicen estudios sobre la relación que existe entre la competitividad turística, sus dimensiones y el crecimiento económico.

1.3 Preguntas de investigación.

1.3.1 Pregunta general

¿Cuál es el impacto que ha tenido la competitividad turística en el crecimiento económico de países con desarrollo muy alto y países con desarrollo alto en el periodo 2007-2015?

1.3.2 Preguntas específicas

1.3.2.1 ¿Ha existido un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015?

1.3.2.2 ¿En el periodo 2007-2015 se ha dado un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto?

1.3.2.3 ¿Ha ocurrido alguna relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015? De ser así ¿En qué dirección ha sido?

1.3.2.4 ¿En el periodo 2007-2015 se ha dado alguna relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto? De ser así ¿En qué dirección ha sido?

1.4 Objetivo de la investigación.

1.4.1 Objetivo general

Conocer el impacto que ha tenido la competitividad turística en el crecimiento económico de países con desarrollo muy alto y países con desarrollo alto en el periodo 2007-2015.

1.4.2 Objetivos específicos

1.4.2.1 Determinar si ha existido un vínculo entre competitividad turística y competitividad turística en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015.

1.4.2.2 Conocer si en el periodo 2007-2015 se ha dado un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto.

1.4.2.3 Descubrir si ha existido alguna relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015. Y de ser así, saber en qué dirección ha sido.

1.4.2.4 Revelar si en el periodo 2007-2015 se ha dado alguna relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto. Y de ser así, conocer en qué dirección ha sido.

1.5 Justificación.

1.5.1 Transcendencia

Realizar esta investigación es conveniente porque puede ayudar a saber si efectivamente es importante, para los países con desarrollo alto, y para los países con desarrollo muy alto, realizar esfuerzos que permitan mejorar la competitividad turística y generar crecimiento económico a través de ésta.

1.5.1.1 Relevancia social

La trascendencia social del proyecto, es que sus resultados pueden ayudar a que se eficiente, en cada país estudiado, la toma de decisiones que tienen que ver con la industria turística y su competitividad, ya que se sabrá cuáles son los rubros en los que hay que invertir más, para generar un mayor impacto en el crecimiento económico.

Uno de los alcances sociales que se pueden esperar al tomar decisiones que estén encaminadas a mejorar la competitividad turística, es la creación de empleos dentro de ésta industria, generando bienestar para la sociedad.

1.5.1.2 Implicaciones prácticas

Dentro de las implicaciones prácticas, a nivel macro, los resultados de esta investigación pueden contribuir a resolver el problema de saber qué programas o estrategias turísticas seguir implementando en los países, con el fin de generar crecimiento económico, ya que se conocerán cuáles son las dimensiones de la competitividad turística que impactan al crecimiento económico tanto en países con desarrollo alto, como en países con desarrollo

muy alto. De la misma manera, puede contribuir a la toma de decisiones en cuanto a qué programas o estrategias dejar de implementar.

1.5.1.3 Valor teórico

La información que se obtenga mediante esta investigación puede contribuir a reforzar la aceptación del modelo de crecimiento económico generado por la competitividad turística.

1.5.2 Horizonte temporal y espacial

El horizonte temporal de esta investigación comprende los años del periodo 2007, 2009, 2011, 2013 y 2015 que son los años en los que está publicado el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial (FEM).

El horizonte espacial de la presente investigación comprende a diez países con desarrollo alto, y diez países con desarrollo muy alto, clasificados según el PNUD (2014).

1.5.3 Viabilidad de la investigación

La investigación es viable, ya que existe la información que se requiere para llevarla a cabo.

1.6 Tipo de investigación.

La presente investigación es de tipo correlacional, ya que evalúa la relación que existe entre la variable independiente “competitividad turística” y la variable dependiente “crecimiento económico”.

Al mismo tiempo es una investigación de tipo explicativa ya que trata de entender mejor el fenómeno de crecimiento económico de los países en base al turismo.

1.7 Método.

El método científico es el procedimiento utilizado para los fines de esta investigación, ya que se espera que los resultados obtenidos sean aceptados por la comunidad científica.

1.8 Hipótesis.

1.8.1 Hipótesis general

La competitividad turística ha tenido impacto en el crecimiento económico de países con desarrollo muy alto y países con desarrollo alto en el periodo 2007-2015.

1.8.2 Hipótesis específicas

1.8.2.1 Ha existido un vínculo entre competitividad turística y crecimiento en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015.

1.8.2.2 En el periodo 2007-2015 se ha dado un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto.

1.8.2.3 Ha existido una relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015 que va en dirección competitividad – crecimiento.

1.8.2.4 En el periodo 2007-2015 se ha dado una relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto que va en dirección competitividad – crecimiento.

1.9 Índice de Desarrollo Humano.

Según la ONU (2015), el concepto de desarrollo humano surgió de los debates globales de la segunda mitad del siglo XX sobre de la relación entre crecimiento económico y el nivel de vida. A principios de los años 60, empezaron a surgir voces que reclamaban eliminar al Producto Interno Bruto (PIB) como indicador de desarrollo humano, ya que el crecimiento económico se había convertido en un objetivo que cumplir y en un indicador del progreso nacional en muchos países, a pesar de que el PIB no fue concebido para medir el bienestar. En los 70 y los 80, los debates sobre el desarrollo plantearon un enfoque alternativo que trascendiera al PIB, primero poniendo un mayor énfasis en el empleo, luego en el crecimiento redistributivo, y por último en la satisfacción de las necesidades básicas de las personas.

Para la ONU (2015) estas ideas allanaron el camino para el enfoque del desarrollo humano, que busca el aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía

en la que los seres humanos viven. Se trata de un enfoque centrado en crear mejores oportunidades y posibilidades de elección para todas las personas.

Esto quiere decir que el enfoque del desarrollo humano se centra en mejorar la vida de las personas, en lugar de creer que el crecimiento económico llevará de forma automática a mejores oportunidades para todos. El crecimiento económico es un importante medio para el desarrollo, pero no un fin en sí mismo (ONU, 2015).

El IDH es una manera de calificar el desarrollo humano que tiene cada país, elaborado y publicado por el PNUD desde 1990. Es un indicador social que según el PNUD (2014) está compuesto por tres dimensiones que mejoran directamente las capacidades humanas:

- Salud, medida según la esperanza de vida al nacer en cada país.
- Educación, medida por la tasa de alfabetización de los adultos.
- Prosperidad económica, medida por el PIB per cápita.

El PNUD se encarga de elaborar este índice, el cual divide a los países en cuatro grandes grupos de acuerdo a su nivel de desarrollo:

- Desarrollo muy alto.
- Desarrollo alto.
- Desarrollo medio.
- Desarrollo bajo.

Éste índice se calcula de la siguiente manera:

$$IDH = \sqrt[3]{IEV \times IE \times II}$$

En dónde:

- IDH = Índice de Desarrollo Humano.
- IEV = Indicador de esperanza de vida.
- IE = Indicador de educación.
- II = Indicador de ingreso.

A su vez, éstos se calculan de la siguiente manera:

$$IEV = \frac{Eu - 20}{\max Eu - 20}$$

$$IE = \frac{\sqrt{IAPE \times IAEE}}{\max \sqrt{IAPE \times IAEE}}$$

$$IAPE = \frac{APE}{\max APE - 0}$$

$$IAEE = \frac{AEE}{\max AEE - 0}$$

$$II = \frac{\ln(PIBpc) - \ln(100)}{\ln(40,000) - \ln(100)}$$

EU = Esperanza de vida en años.

$IAPE$ = Índice de años promedio de escolaridad.

$IAEE$ = Índice de años esperados de escolaridad.

APE = Número de años promedio de escolaridad.

AEE = Número de años esperados de escolaridad.

Según el PNUD (2014):

- Para el año 2014 el país con mayor desarrollo humano fue Noruega, seguido por Australia, Suiza, Países Bajos y Estados Unidos (EE.UU). Todos estos países están catalogados en el Índice como países con desarrollo humano muy alto.

- Los países catalogados con desarrollo humano alto, que mejor puntuaciones tienen son Uruguay, Bahamas, Montenegro, Bielorrusia y Rumania.
- Los países que se encuentran considerados con un desarrollo humano medio que tienen mejores puntuaciones son Maldivas, Mongolia, Turkmenistán, Samoa y Palestina. Dentro del cuadril de países con desarrollo humano bajo, los que tienen mayores puntuaciones son Nepal, Pakistán, Kenia, Suazilandia y Angola.
- Los países que tienen el menor desarrollo humano de la lista de 187 países que incluye este Índice son Nigeria, República del Congo y República Centroafricana.

1.10 Selección de países.

Para seleccionar los países objeto de esta investigación, se tomó en cuenta, para los años 2007 a 2013, la lista de los países más visitados por el turismo internacional, en el mundo. Esta lista es publicada todos los años en el Barómetro Internacional del Turismo, de la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014).

A continuación se procedió a clasificar cada uno de éstos países de acuerdo a su nivel de desarrollo para cada año, tomando en cuenta el IDH publicado por el PNUD (2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013 y 2014).

Para cada uno de los años, de la lista de los más visitados de ese periodo, se seleccionó a los primeros diez países con desarrollo muy alto y a los primeros diez con desarrollo alto.

En la tabla 1 se pueden observar, para cada año, los diez países con desarrollo muy alto, y los diez países con desarrollo alto, más visitados del mundo.

A continuación, de la tabla 1 se procedió a encontrar a los diez países que tienen desarrollo muy alto la mayor cantidad de años, y los diez países que tienen desarrollo alto la mayor cantidad de años, por lo cual se concluye la selección con una lista de veinte países (diez de desarrollo muy alto y diez de desarrollo alto) que son objeto de la presente investigación. Estos países se pueden observar en la tabla 2.

Tabla 1. Selección anual de países con desarrollo muy alto y alto, más visitados del mundo.

2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Francia	Francia	Francia	Francia	Francia	Francia	Francia
España	EUA	EUA	EUA	EUA	EUA	EUA
EUA	España	España	China	China	China	España
Italia	China	China	España	España	España	China
Reino Unido	Italia	Italia	Italia	Italia	Italia	Italia
Turquía	Reino Unido	Turquía	Turquía	Turquía	Turquía	Turquía
Alemania	Turquía	Reino Unido	Reino Unido	Reino Unido	Alemania	Alemania
Rusia	Ucrania	Alemania	Alemania	Alemania	Reino Unido	Reino Unido
México	Alemania	Malasia	Malasia	Rusia	Rusia	Rusia
Malasia	Rusia	México	México	Malasia	Malasia	Tailandia
Austria	México	Austria	Rusia	México	Austria	Malasia
Canadá	Malasia	Rusia	Austria	Austria	México	Austria
Grecia	Austria	Ucrania	Ucrania	Ucrania	Ucrania	Ucrania
Polonia	Canadá	Canadá	Canadá	Tailandia	Tailandia	México
Arabia S.	Grecia	Grecia	Tailandia	Arabia S.	Canadá	Grecia
Países Bajos	Arabia S.	Tailandia	Grecia	Grecia	Grecia	Canadá
Hungría	Tailandia	Polonia	Polonia	Canadá	Polonia	Polonia
Croacia	Túnez	Túnez	Túnez	Bulgaria	Bulgaria	Bulgaria
Bahrein	Bulgaria	Bulgaria	Bulgaria	Brasil	Túnez	Túnez
Bulgaria	Brasil	Brasil	Brasil	Túnez	Brasil	Brasil

Desarrollo Muy Alto

Desarrollo Alto

Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014) y PNUD (2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014).

Tabla 2. Países objeto de la investigación.

Desarrollo Muy Alto	Desarrollo Alto
Alemania	Bulgaria
Austria	Malasia
Canadá	México
España	Rusia
Estados Unidos	Turquía
Francia	Brasil
Grecia	China
Italia	Ucrania
Reino Unido	Tailandia
Polonia	Croacia
Fuente: Elaboración propia con base en OMT (2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014) y PNUD (2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014).	

En el Anexo 1 se puede consultar, por año (2007-2013), la lista detallada de los países más visitados del mundo, la cantidad de visitas internacionales que recibieron, su IDH y su clasificación de desarrollo.

1.11 Identificación de variables.

En la presente investigación se considera la siguiente función:

$$C = F (C_o)$$

En donde la variable dependiente C es el crecimiento económico de una nación, y está en función de la variable independiente Co que es la competitividad turística de la misma.

A la vez, la competitividad turística está caracterizada, según el Foro Económico Mundial (2007) por una serie de dimensiones que la afectan, y que son las siguientes:

1. Reglas y regulaciones políticas.
2. Sustentabilidad ambiental.
3. Protección y seguridad.
4. Salud e higiene.
5. Priorización del turismo.
6. Infraestructura de transporte aéreo.
7. Infraestructura de transporte terrestre.
8. Infraestructura turística.
9. Infraestructura de las tecnologías de la información.
10. Competitividad de precios en la industria de turística.
11. Recursos humanos.
12. Afinidad por los viajes y el turismo
13. Recursos naturales.
14. Recursos culturales.

1.13 Instrumentos y variables.

Las variables utilizadas son las siguientes:

- Índice de competitividad de viajes y turismo de World Economic Forum (WEF) (2007-2015), desglosado.
- Indicador del PIB turístico de cada uno de los países estudiados.
- Estadísticas sobre las visitas internacionales recibidas a cada país.

El programa computacional utilizado es Econometrics Views para hacer corridas econométricas y pruebas sobre las variables consideradas en el estudio.

1.14 Universo y muestra de estudio.

No se utiliza muestra alguna, ya que los países estudiados fueron considerados como un todo, cada uno.

1.15 Alcances y limitaciones de la investigación.

La presente investigación se limita a estudiar la relación que existe entre competitividad turística y desarrollo económico en Alemania, Austria, Brasil, Bulgaria, Canadá, China, Croacia, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Italia, Malasia, México, Polonia, Reino Unido, Rusia, Tailandia, Turquía y Ucrania en el periodo que comprende los años 2007, 2009, 2011, 2013 y 2015; haciendo un análisis comparativo de ellos, y tomando en cuenta las catorce dimensiones del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del WEF.

Las condiciones de la industria turística en los países objeto de la presente investigación son diferentes para cada uno debido a sus condiciones geográficas, políticas y culturales. El impacto que tiene la industria turística en el PIB de estos países también es diferente para cada uno y la competitividad turística de ellos se ha comportado de diferente manera para ellos a través de los últimos años.

En el siguiente capítulo (II) se analizan aspectos turísticos, geográficos, de crecimiento económico y de competitividad turística, tanto a nivel mundial como para cada uno de los países objeto de la investigación.

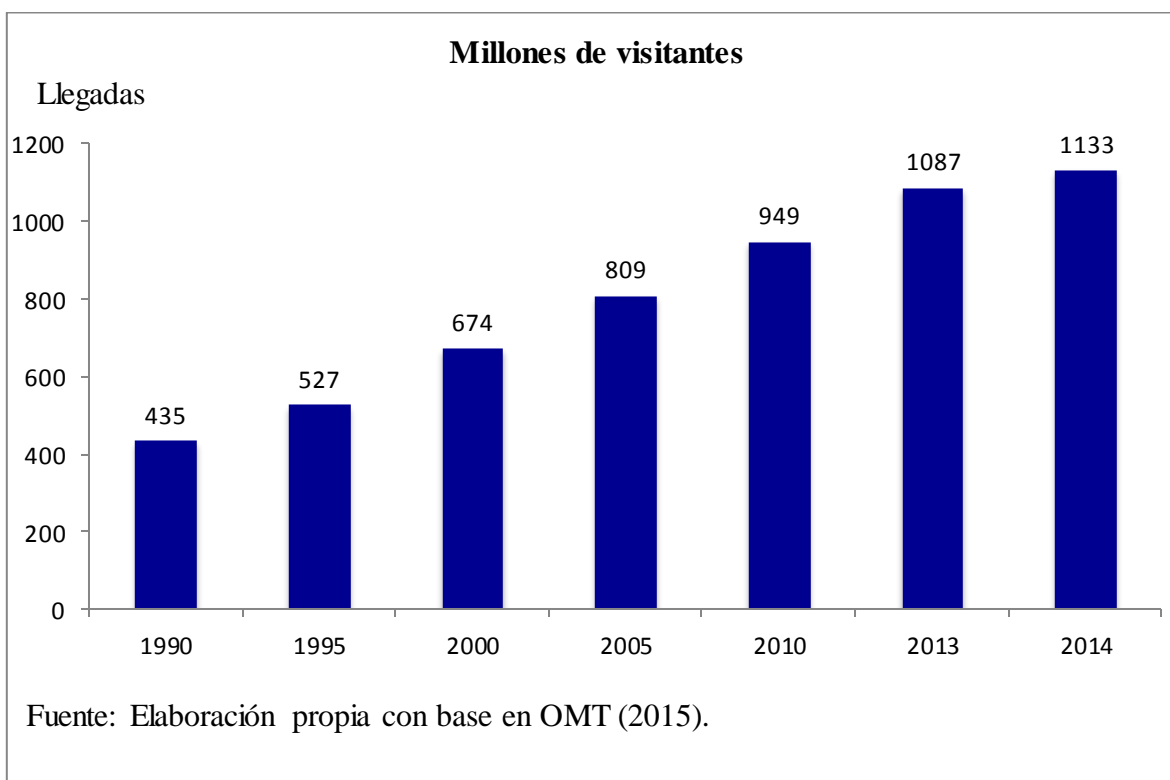
CAPÍTULO II. ESCENARIO ECONÓMICO Y COMPETITIVO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA.

En este capítulo se presenta información sobre la situación de los últimos años en la industria turística, la competitividad turística, y el comportamiento del PIB tanto a nivel mundial, como particularmente, para cada uno de los países que son sujetos de la presente investigación.

2.1 El Turismo y el crecimiento económico en el mundo.

En la actualidad, el turismo es una de las actividades económicas más importantes que se realizan en el mundo y cada vez son mayormente aceptados los beneficios que éste tiene para los países.

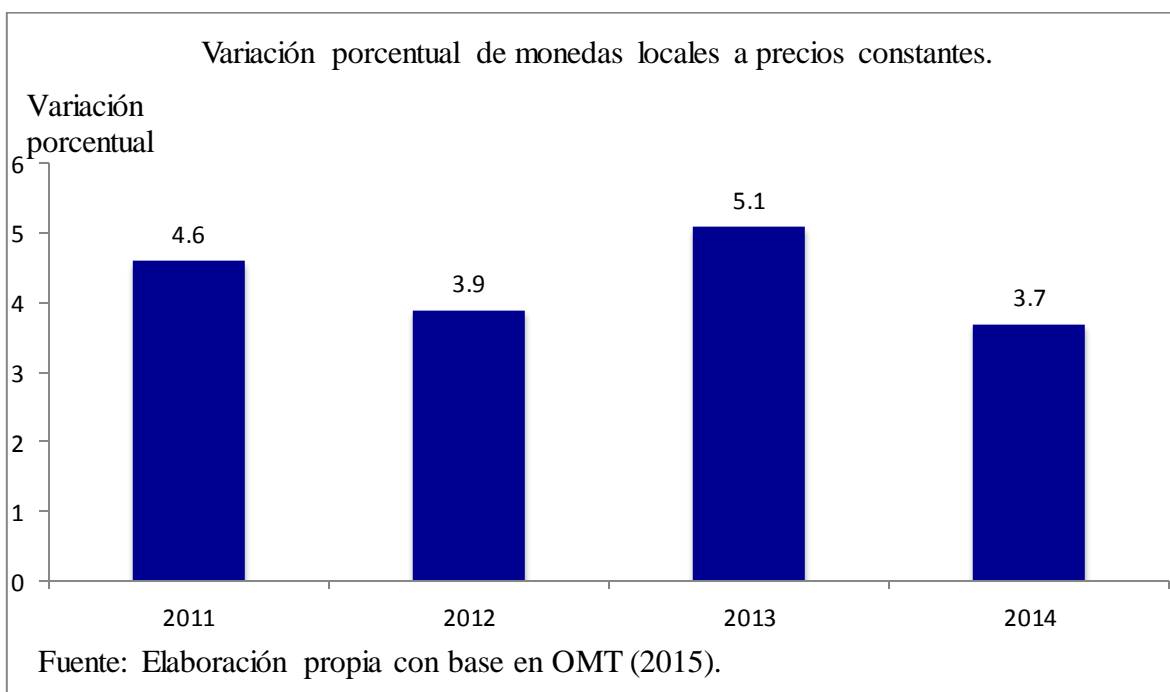
Figura 1. Llegadas de turistas internacionales al mundo.



De acuerdo con la OMT (2015), y como se puede apreciar en la figura 1, las llegadas de turistas internacionales han aumentado año con año en el mundo, pasando de 435 millones de visitas en 1990 hasta alcanzar una cifra récord de 1,133 millones de llegadas de viajeros internacionales al mundo en 2014.

De todas las regiones, la región de América registró el mayor crecimiento con un 8% en llegadas internacionales, seguida por Asia, Medio Oriente, Europa y África, en ese orden (OMT, 2015).

Figura 2. Ingresos por Turismo Internacional.



En la figura 2 se muestran, de acuerdo a datos de la OMT (2015), las variaciones porcentuales que han tenido, a nivel mundial, los ingresos por turismo internacional, sin importar la moneda. Se puede apreciar que la mayor variación porcentual de los últimos años se dio en 2013 con una diferencia positiva de 5.1% respecto a 2012, y que la menor ha sido en 2014, con una variación positiva de 3.7% respecto de 2013.

Hablando en cifras monetarias, los ingresos mundiales por turismo internacional alcanzaron la cifra de 1,245,000 millones de dólares en el año 2014, lo que significa un crecimiento de 3.7% (OMT, 2015).

Es importante mencionar que más de la mitad del total de los viajeros que pernoctaron en destinos turísticos en 2014, llegaron a su destino en avión (54%) , mientras que el transporte carretero quedó en segundo lugar (39%), las vías acuáticas en tercero (5%) y el tren en cuarto (2%) (OMT, 2015).

Según datos de Naciones Unidas (2015) la economía global ha estado creciendo a un ritmo moderado, con una tasa estimada de 2.6%. La recuperación de la crisis mundial de 2008 se ha visto afectada por conflictos geopolíticos como las crisis en Irak, Siria y Ucrania. De la misma manera, la mayoría de las economías muestra incrementos cada vez menores en las tasas de crecimiento del PIB en comparación a los niveles previos a la crisis.

Una debilidad muy importante del panorama económico mundial es la creación de empleos, esto debido a que el crecimiento del PIB ha sido muy lento los últimos años y por lo tanto no ha sido capaz de generar suficiente cantidad de empleos productivos en el mundo (Naciones Unidas, 2015).

De acuerdo con información de OMT (2015), la industria turística en el mundo aporta en promedio un 9% al PIB de los países, además de generar uno de cada once empleos que existen en el mundo. Los intercambios comerciales que se dan gracias a este sector representan un 6% del comercio internacional y un 30% de las exportaciones de servicios.

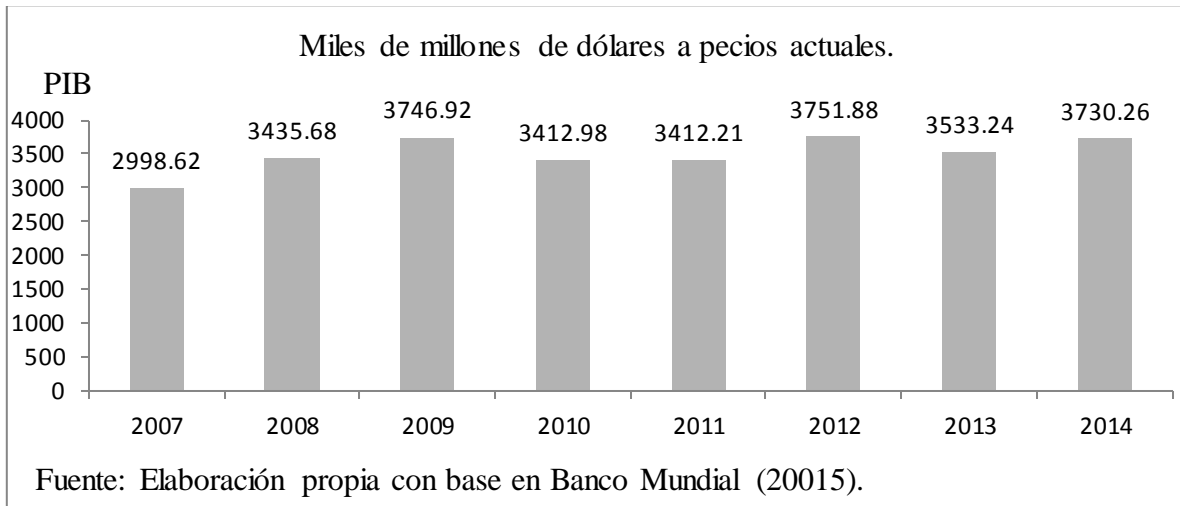
2.2 Alemania.

Alemania es un país europeo que se encuentra situado en la zona central del continente. Tiene colindancia al este con Polonia y República Checa; al sur con Austria y Suiza; al oeste con Luxemburgo, Francia, Bélgica y Holanda; y al norte con Dinamarca. Alemania tiene salida tanto al Mar Báltico, como al Mar del Norte (Google Maps, 2015).

Alemania tiene una superficie de 357,170 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 80,645,605 personas, llegando a 80,889,505 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 231 personas por kilómetro cuadrado y tiene una esperanza de vida al nacer de 81 años (Banco Mundial, 2015).

Es posible llegar a Alemania a través de tierra, mediante trenes de alta y baja velocidad; y autobuses que parten de diferentes países europeos; a través del mar mediante barcos y cruceros; o a través del aire gracias a su infraestructura aérea (Monitor Europeo, 2014)

Figura 3. Comportamiento del PIB en Alemania 2007-2014.



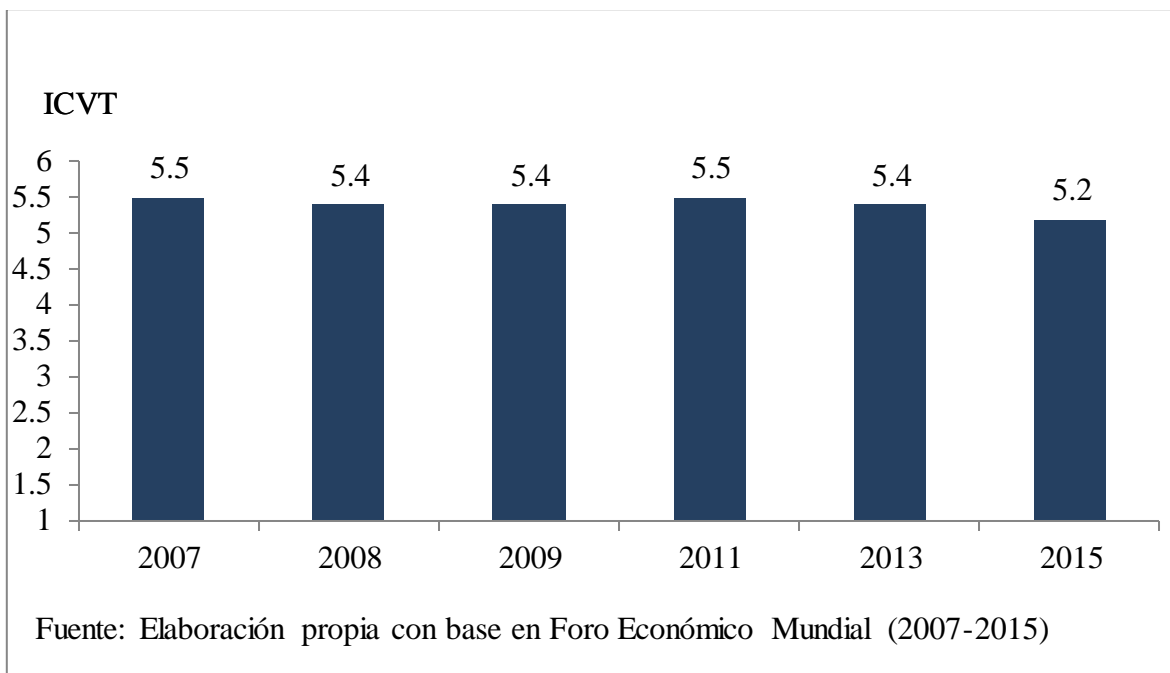
El PIB de Alemania ha estado subiendo y bajando en los últimos años, sin embargo se puede apreciar en la figura 3 que se mantuvo relativamente estable desde el año 2007 hasta el año 2014, incluso con un crecimiento de casi 800 mil millones de dólares en ese periodo (Banco Mundial, 2015).

Según el Monitor Europeo (2014) la industria del turismo en Alemania se ha estado recuperando en los últimos años, ya que tuvo una caída muy importante producto de la crisis financiera y económica; y la recesión subsecuente en 2009.

El turismo en este país se ha visto beneficiado gracias a la importancia de las celebraciones alemanas en general, así como por una alta confianza de los visitantes desde la recesión (Monitor Europeo, 2013).

Según la OMT (2014) Alemania es el séptimo país más visitado del mundo, habiendo recibido 31.5 millones de visitantes en el año 2013, debajo de Italia y Turquía; y por encima de Reino Unido y Rusia.

Figura 4. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo para Alemania 2007-2015.



Como se puede observar en la gráfica figura 4, la competitividad turística (según del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial) de Alemania se ha mantenido relativamente constante durante los últimos años, mostrando un descenso de 5.5 en 2007 a 5.2 en 2015.

En el año 2014, la industria del turismo en Alemania tuvo una contribución de 58,512.3 millones de dólares al PIB, representando un 1.7% del total, además de que contribuyó con alrededor de 761,900 trabajos, representando un 1.8% del total del empleo en ese país (Foro Económico Mundial, 2015).

2.3 Austria.

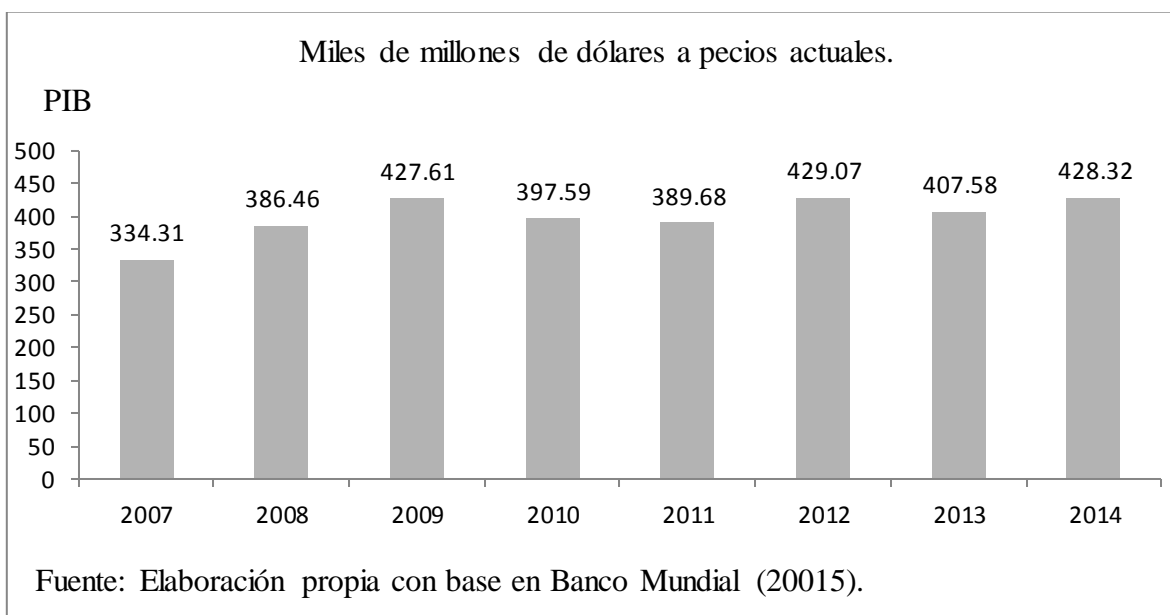
Austria, país europeo, se encuentra situado en la zona centro del continente. Tiene colindancia al norte con Alemania y República Checa; al sur con Italia y Eslovenia; al este con Hungría y Eslovaquia; y al oeste con Suiza. Este país no cuenta con salida al mar, sin embargo está cerca del mar Adriático, a través de Eslovenia o Italia Google Maps. (2015-2).

Según datos del Banco Mundial (2015), Austria tiene una superficie de 83,879 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 8,479,375 personas, aumentando a 8,534,492 en el

año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 104 personas por kilómetro cuadrado y tiene una esperanza de vida al nacer de 81 años.

Es posible ingresar a Austria a través de tierra, mediante trenes de alta y baja velocidad, así como de autobuses; y a través de aire gracias a la infraestructura aérea que tiene (Monitor Europeo 2014 - 2).

Figura 5. Comportamiento del PIB en Austria 2007-2014.



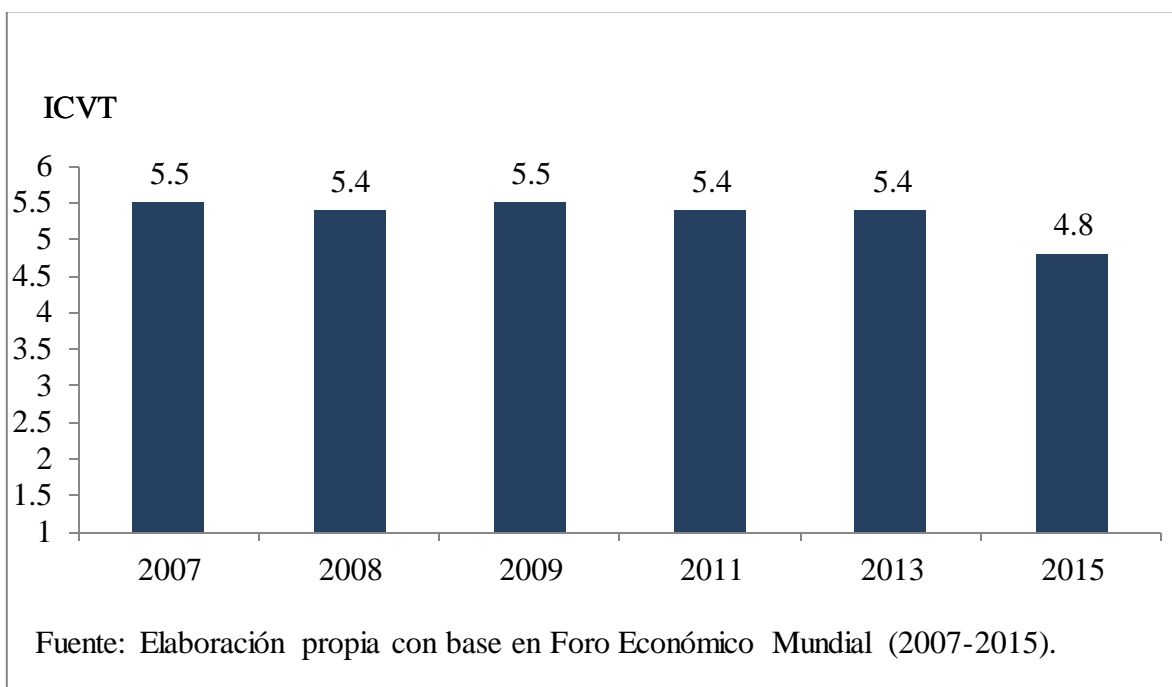
En la figura 5 se puede apreciar que el PIB de Austria ha subido y bajado en los últimos años, pero ha mantenido una tendencia creciente, teniendo un incremento de casi 100 mil millones de dólares desde 2007 hasta 2014 (Banco Mundial, 2015).

De acuerdo con Monitor Europeo (2014 - 2) la mayor demanda de los visitantes que viajan a Austria son los servicios de salud y de prosperidad, y este país se ha estado viendo beneficiado por el creciente número de turistas que buscan tanto relajación como actividades físicas saludables, despreciando actividades como recostarse junto a una alberca o una playa.

Desde Noviembre de 2012 a Octubre de 2013, se ocuparon 1.1 millones de camas en hoteles dentro de Austria, lo cual denota amplia capacidad hotelera en ese país (Statistik Austria, 2014).

Según la OMT (2014) Austria es el décimo tercer país más visitado del mundo, habiendo recibido 24.8 millones de visitantes en el año 2013, situándose por debajo de Malasia y Tailandia; y por encima de Ucrania y México.

Figura 6. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Austria 2007-2015.



En la figura 6 se puede observar como la competitividad turística de Austria era más alta en el año 2007, y a partir del año 2008 descendió. Sin embargo en el año 2009 tuvo un incremento, el cual perdió en 2011 y en el año 2015 tuvo una disminución muy grande (FEM, 2007-2015).

Según el FEM (2015), la industria turística de Austria proveyó 19,345.7 millones de dólares al PIB representando un 4.9% del total en el año 2014. El empleo que esta industria genera representó un 5.3% del empleo total en ese país en 2014.

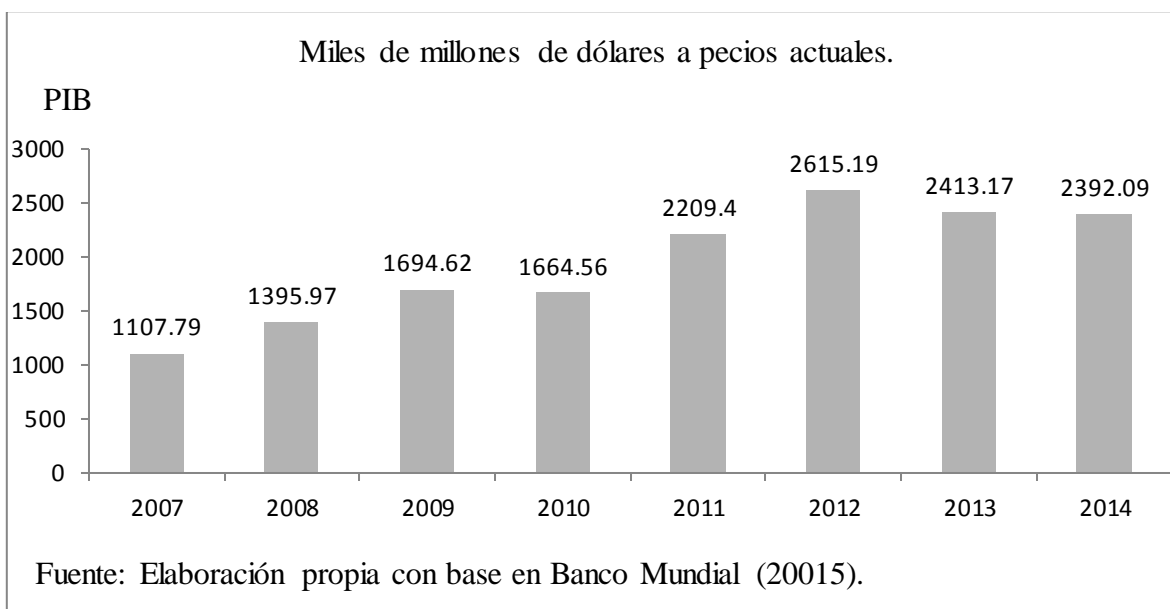
2.4 Brasil.

Brasil es un país americano ubicado en la zona sur del continente. Tiene colindancia al norte con Venezuela y Colombia; al sur con Uruguay, Argentina y Paraguay; y al oeste con Bolivia y Perú. Cuenta con salida al Océano Atlántico por toda su frontera este (Google Maps, 2015-3).

Según datos del Banco Mundial (2015), Brasil tiene una superficie de 8,515,770 kilómetros cuadrados, siendo uno de los países más grandes del mundo. Su población en 2013 era de 200,361,925 personas, creciendo a 202,033,670 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 24 personas por kilómetro cuadrado y tiene una esperanza de vida al nacer de 74 años.

Es posible ingresar a Brasil a través de tierra, mediante tren o autobús, partiendo de numerosos países latinoamericanos; a través del mar mediante barcos y cruceros; o a través del aire gracias a su infraestructura aérea (Organización Brasileña, 2014).

Figura 7. Comportamiento del PIB en Brasil 2007-2014.



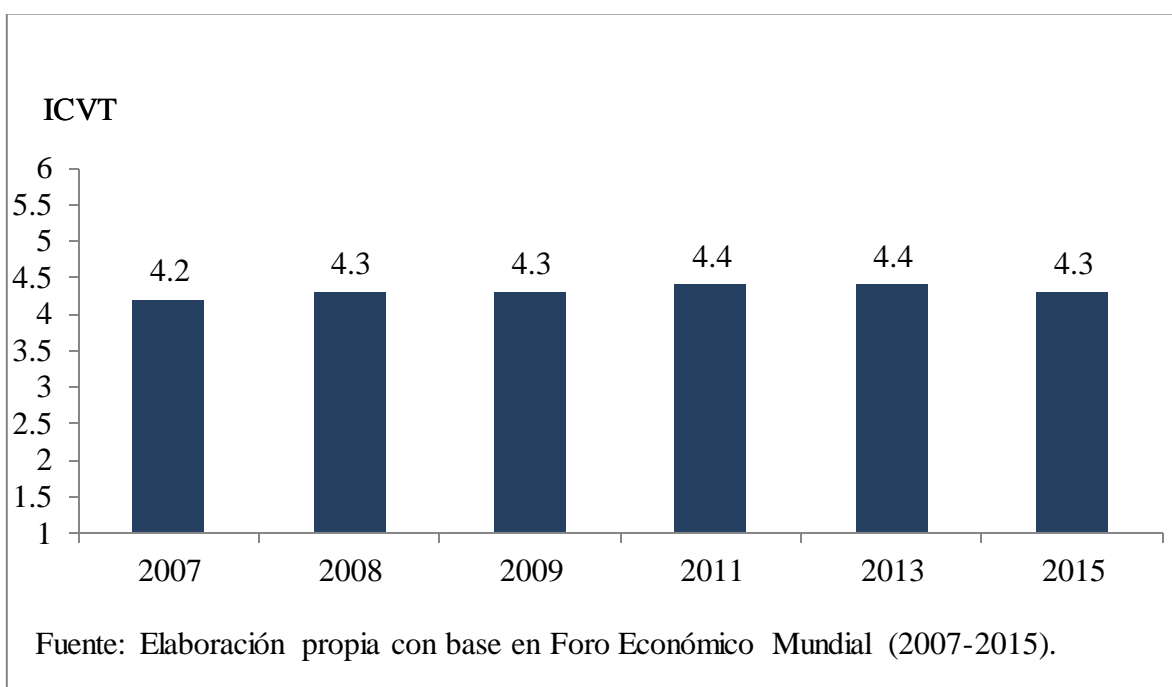
El PIB de Brasil, como se puede apreciar en la figura 7, ha mantenido una tendencia incremental, sin embargo durante los años 2013 y 2014, se redujo respecto año anterior respectivamente (Banco Mundial, 2015).

De acuerdo con la Organización Brasileña (2014) el turismo en Brasil se está convirtiendo en una industria muy importante. Los dos lugares más visitados del país son Río de Janeiro y Sao Paulo.

Durante un periodo entre 2006 y 2008, el turismo en Brasil se vio afectado por la crisis económica y financiera mundial, y por la recesión posterior, sin embargo, Brasil sigue siendo el país más visitado de Sudamérica (Organización Brasileña, 2014).

Según la OMT (2014) Brasil es el cuadragésimo sexto país más visitado del mundo, habiendo recibido 5.8 millones de visitantes en el año 2013, situándose por debajo de Túnez y Eslovaquia; y por encima de Argentina y Kazajistán.

Figura 8. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Brasil 2007-2015.



Como se puede observar en la figura 8, la competitividad turística (según del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial) de Brasil ha mantenido una tendencia creciente desde el año 2007 hasta el año 2013, sin embargo para el año 2015 muestra un descenso. Durante los años 2009 y 2013 respectivamente, no tuvo variación respecto al año anterior.

De acuerdo con datos del Foro Económico Mundial (2015), en el año 2014 la industria turística de Brasil generó 76,971.4 millones de dólares, lo que representó un 3.5% del PIB en ese país. Esta industria también representó el 3% del empleo total, con aproximadamente 3,048,500 personas trabajando en ella ese mismo año.

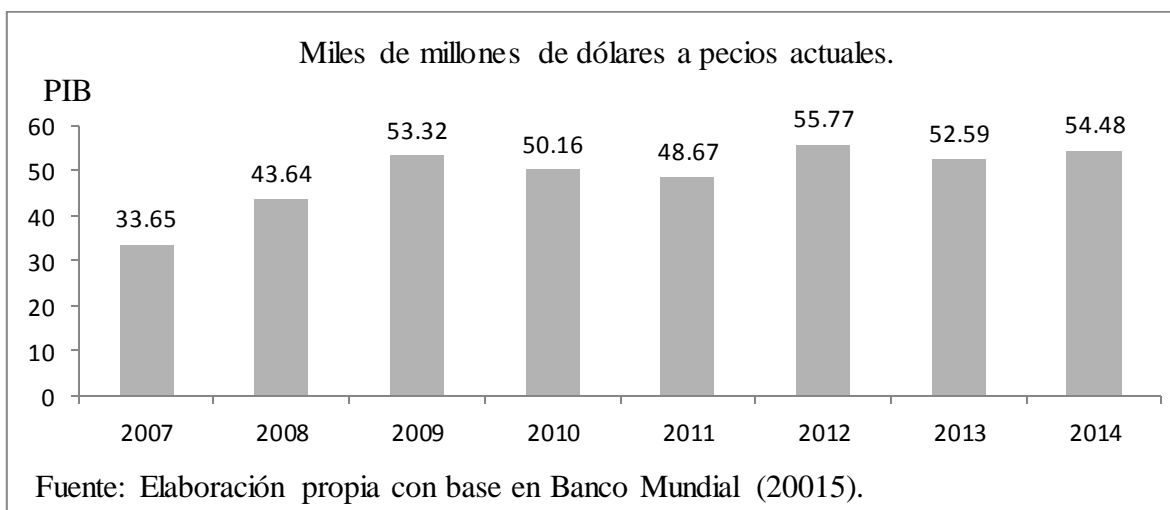
2.5 Bulgaria.

Bulgaria, país europeo, se encuentra situado en la zona sureste del continente Europeo. Tiene colindancia al norte con Rumania; al sur con Grecia y Turquía; y al oeste con Serbia y Macedonia. Cuenta con salida al Mar Negro por toda la zona este del país (Google Maps, 2015-4).

Según datos del Banco Mundial (2015) Bulgaria tiene una superficie de 111,000 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 7,265,115 personas, disminuyendo a 7,226,291 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 67 personas por kilómetro cuadrado, tiene una esperanza de vida al nacer de 74 años.

Es posible ingresar a Bulgaria a través de tierra, mediante trenes tanto o autobuses partiendo de diferentes países europeos; a través del Mar Negro mediante barco; o a través del aire gracias a su infraestructura aérea (National Statistical Institute, 2015).

Figura 9. Comportamiento del PIB en Bulgaria 2007-2014.



Como se puede observar en la figura 9 el PIB de Bulgaria ha estado subiendo y bajando durante los últimos años, aunque siempre mostrando una tendencia positiva. El PIB de este país aumentó en más de veinte mil millones de dólares de 2007 a 2014 (Banco Mundial, 2015).

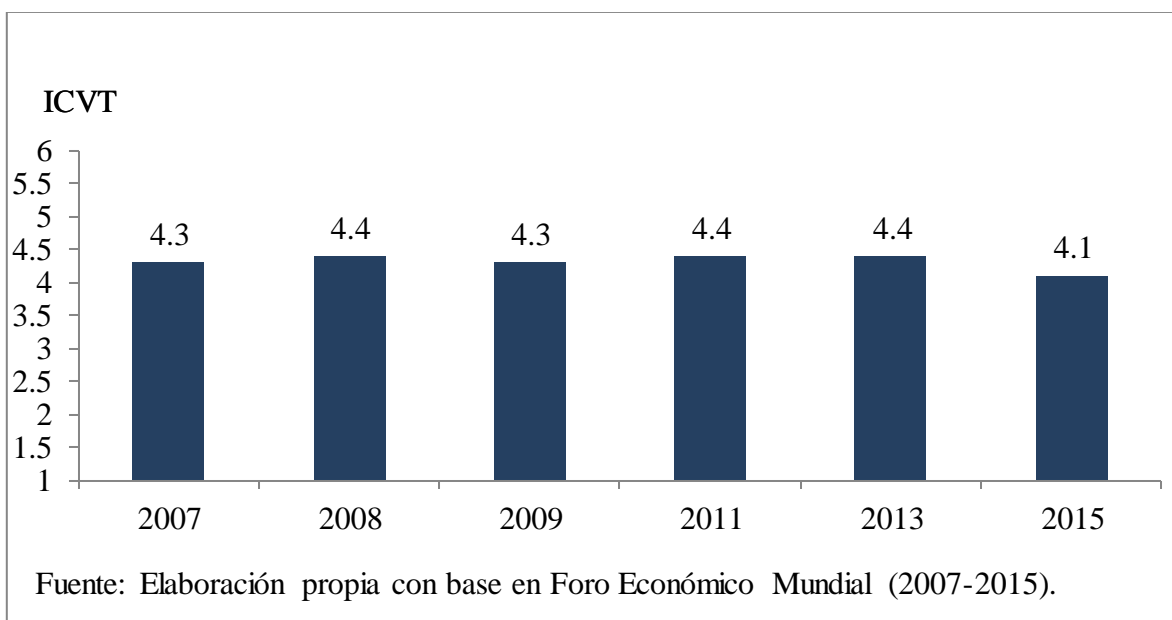
La mayoría de las visitas internacionales que recibe ese país son vacacionistas y personas que visitan por motivos recreacionales, el segundo grupo de visitantes son los profesionistas

que viajan por trabajo. Los países de dónde más recibe visitas este país son EE.UU., Austria, Bélgica y Croacia (National Statistical Institute, 2015).

El turismo en Bulgaria es una industria muy importante, ya que según datos de la OECD (2007) esta actividad contribuyó en 2005 alrededor de un 4.5% al PIB y representa un 3.9% del empleo total en ese país. De acuerdo a información del FEM (2015), esta industria produjo 2,027.5 millones de dólares para Bulgaria en el año 2014, lo que representó un 3.7% del PIB. Ese mismo año se pudieron contar 100,100 empleos producidos por esta industria.

Según la OMT (2014) Bulgaria es el cuadragésimo segundo país más visitado del mundo, habiendo recibido 6.9 millones de visitantes en el año 2013.

Figura 10. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Bulgaria 2007-2015.



En la figura 10 se puede apreciar como la competitividad turística (según del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del FEM) de Bulgaria aumentó desde 2007 a 2013. Sin embargo este aumento no fue muy grande, incluso se puede observar que en el año 2009 tuvo una disminución en este indicador, y en el año 2013 se mantuvo igual respecto a 2011. En el año 2015 se observa una caída de dicho indicador respecto a todos los años anteriores.

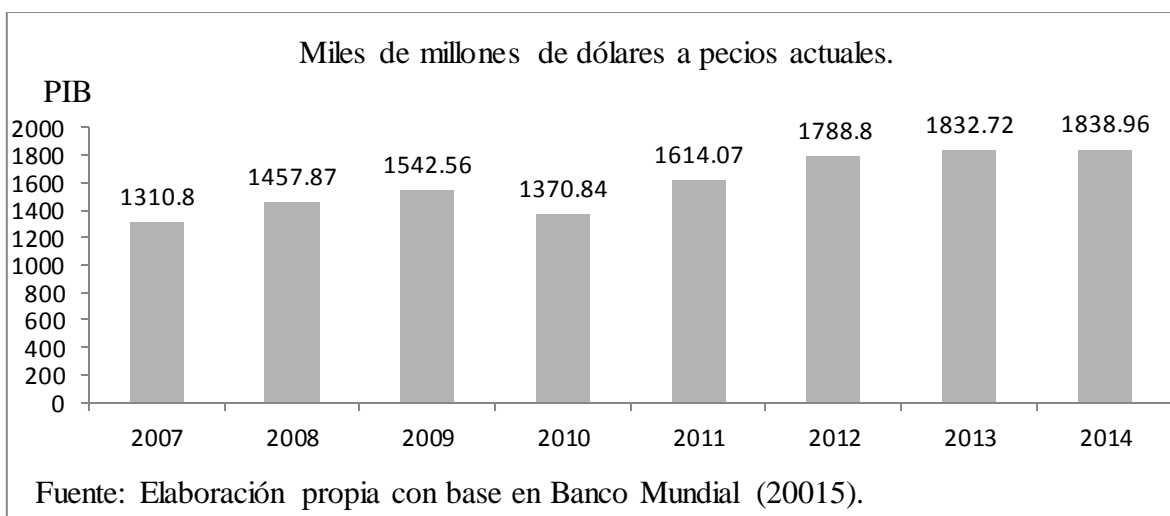
2.6 Canadá.

Canadá es un país americano que se encuentra situado en la zona norte del continente. Tiene colindancia al sur con EE.UU., al oeste con Alaska, que es territorio de EE.UU., y al norte con el Polo Norte. Cuenta con salida tanto al Océano Pacífico como al Océano Atlántico (Google Maps, 2015-5).

Según datos del Banco Mundial (2015) Canadá tiene una superficie de 9,984,670 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 35,158,304 personas, llegando a 35,540,419 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 4 personas por kilómetro cuadrado, tiene una esperanza de vida al nacer de 81 años, la cual es una de las más altas del mundo.

Es posible ingresar a Canadá a través de tierra, con una numerosa flotilla autobuses que parte de EE.UU.; a través del mar mediante barcos y cruceros; o a través del aire gracias a su infraestructura aérea de primer nivel (CTC, 2013).

Figura 11. Comportamiento del PIB en Canadá 2007-2014.



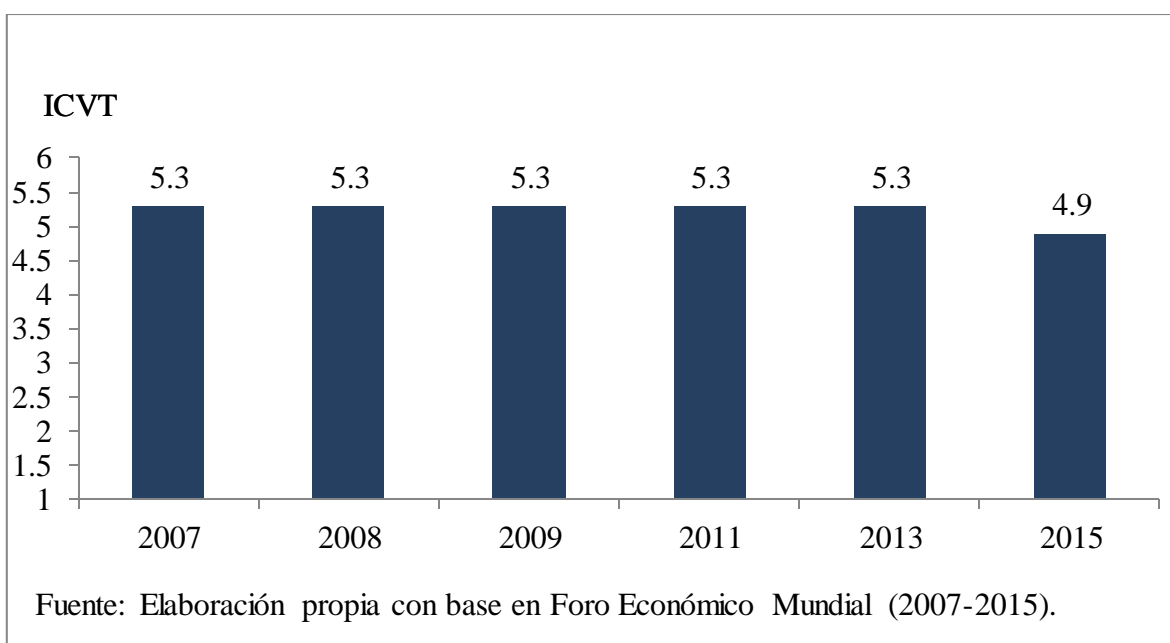
Como se puede observar en la figura 11 el PIB de Canadá ha mantenido una tendencia de crecimiento durante los últimos años, creciendo un poco más de quinientos mil millones de dólares desde el año 2007 hasta el año 2014 (Banco Mundial, 2015).

Según la CTC (2013), los visitantes que viajan a Canadá son originarios principalmente de EE.UU., Reino Unido, Francia, China y Australia, seguidos por Alemania, Japón y México.

Dos de los principales tipos de visitantes que recibe este país es el turismo de spa o de relajación, el cual trata de beneficios a la salud y reducción de estrés; y el segundo es el turismo aborigen, el cual se trata de conocer cómo era la cultura nativa en ese país, además es importante la cantidad de turistas que visitan Canadá con fines de diversión en deportes extremos debido al clima frío y nevado del país. Las ciudades más visitadas de Canadá son Toronto y Montreal (CTC, 2015).

Según la OMT (2014) Canadá es el décimo séptimo país más visitado del mundo, habiendo recibido 16.6 millones de visitantes en el año 2013.

Figura 12. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Canadá 2007-2015.



En la figura 12 se observa como la competitividad turística de Canadá se ha mantenido estable a través de los años del estudio, mostrando una puntuación de 5.3 constantemente hasta el año 2015 en donde se observa una fuerte disminución en éste índice.

En el año 2014 la industria turística de Canadá generó 19,401.2 millones de dólares, representando 1.1% del PIB y llegó a emplear a aproximadamente 326,500 personas, lo que significó el 1.8% del total de personas económicamente activas (CTC, 2015).

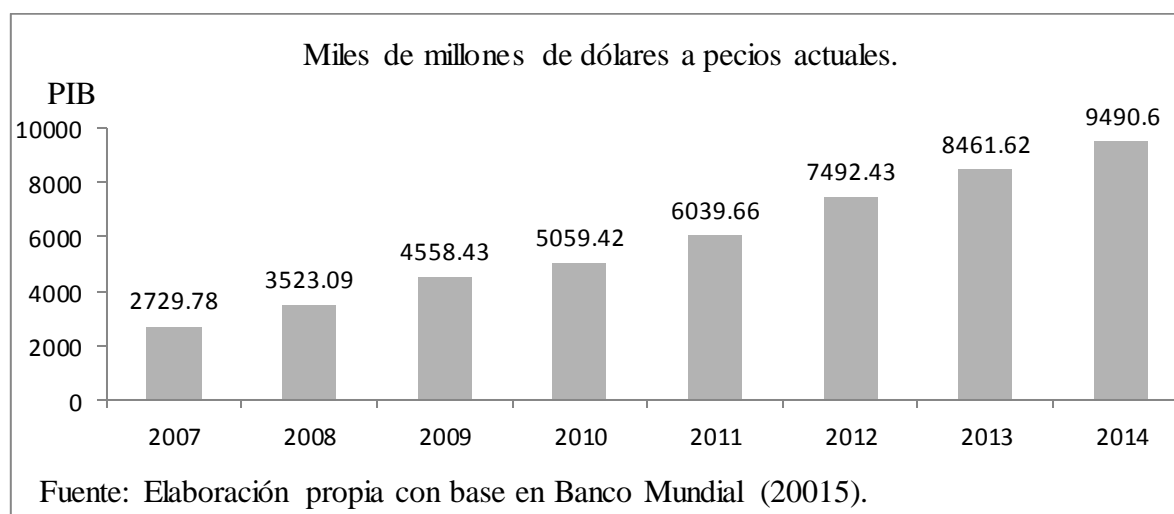
2.7 China.

China es un país asiático, está ubicado en la zona oriente del continente. Colinda al sur con Tailandia, Vietnam, Nepal e India; al oeste con Pakistán, Afganistán, y Kazajistán; al norte con Mongolia y Rusia; y al este con Corea del Sur. Cuenta con salida por el este al Océano Pacífico, a poca distancia de Japón y de Filipinas (Google Maps, 2015-6).

Según datos del Banco Mundial (2015), China tiene una superficie de 9,562,911 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 1,357,380,000 personas, creciendo a 1,364,270,000 en el año 2014, siendo el país con mayor población en el mundo. La densidad de población para el año 2014 fue de 13,130 personas por kilómetro cuadrado, lo que contrasta con el resto de los países analizados, tiene una esperanza de vida al nacer de 75 años.

Es posible ingresar a China a través de tierra, mediante trenes y autobuses; a través del mar mediante barcos y cruceros; o a través del aire por avión (CNTA, 2013).

Figura 13. Comportamiento del PIB en China 2007-2014.



Como figura 13 permite apreciar, el PIB de China ha estado creciendo constantemente, ha sido uno de los países que mejor desempeño ha tenido en este indicador durante el periodo presentado (Banco Mundial, 2015).

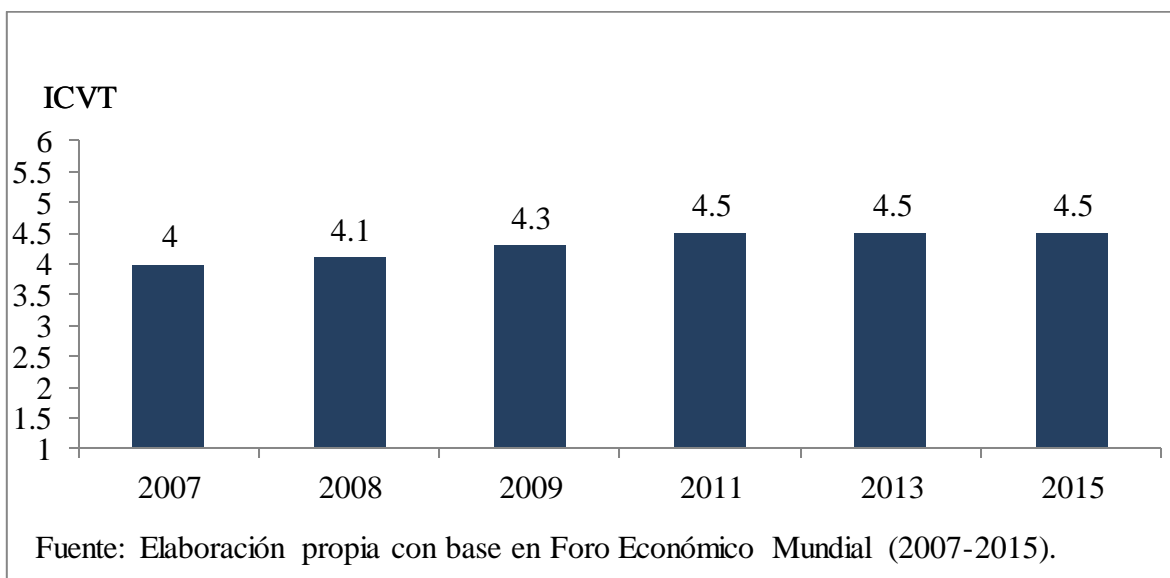
Según la China National Tourism Administration (CNTA, 2013), China tiene un gran potencial turístico, el cuál en la última década se ha incrementado un 10% cada año. En 2013 el turismo en China, representó un 4% del crecimiento del PIB y ha tenido

repercusiones positivas en el empleo, consumo y desarrollo económico de ese país. De acuerdo con información del FEM (2015), la industria turística de China empleó en el año 2014 a 22,779,800 personas, representando un 3% del empleo total en ese país

Los destinos más populares de China incluyen Beijing, Shanghai, Xian, Guilin, Hangzhou, Sanya, Lhasa, Chengdu, Lijiang, Hong Kong y Macau (CNTA, 2013).

Según la OMT (2014) China es el cuarto país más visitado del mundo, habiendo recibido 55.7 millones de visitantes en el año 2013, solamente atrás de EE.UU. y España; y por encima de Italia y Turquía.

Figura 14. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para China 2007-2015.



Observando la figura 14 se puede indicar que el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo de China ha mantenido una tendencia creciente desde el año 2007 hasta el año 2015, creciendo año con año, excepto por los correspondientes a 2013 y 2015, en donde no se aprecia diferencia con 2011. Sin embargo pasó de 4 puntos en 2007 a 4.5 puntos en 2015 (FEM, 2007-2015).

2.8 Croacia.

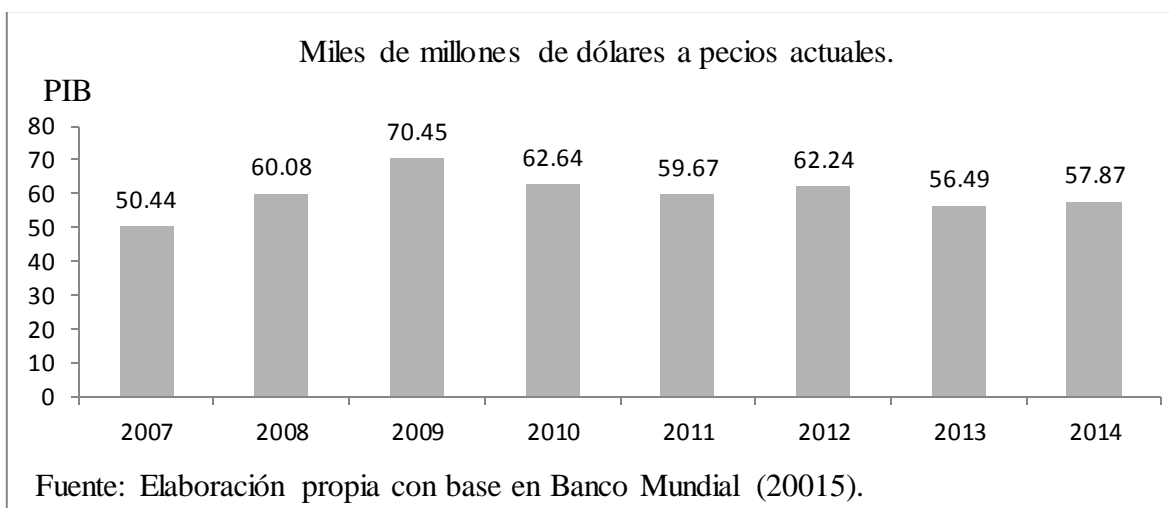
Croacia es país europeo, está ubicado en la zona este del continente. Tiene frontera al noroeste con Eslovenia, al noreste con Hungría, al este con Serbia y al sur con Montenegro.

Cuenta con salida al Mar Mediterráneo por toda su costa oeste, y se encuentra próximo a Italia cruzando el mar (Google Maps, 2015-7).

Según datos del Banco Mundial (2015), Croacia tiene una superficie de 56,590 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 4,255,700 personas, disminuyendo a 4,236,400 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 76 personas por kilómetro cuadrado. Croacia tiene una esperanza de vida al nacer de 77 años.

Se puede llegar a Croacia a través de tierra, mediante trenes y autobuses; a través del mar mediante barcos y cruceros por el Mediterráneo; o a través del aire (Monitor Europeo, 2014-6).

Figura 15. Comportamiento del PIB en Croacia 2007-2014.



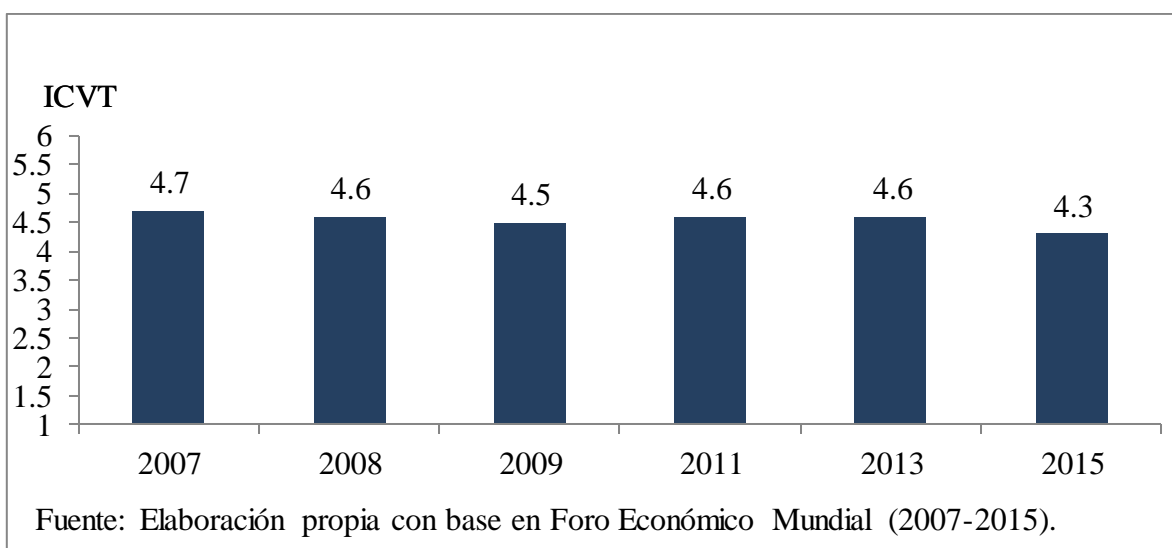
Observando la figura 15 se puede notar que el PIB de Croacia se incrementó desde el año 2007 hasta el año 2009, sin embargo mostró una tendencia decreciente desde el año 2009 hasta el 2014, disminuyendo, en ese periodo, alrededor de trece mil millones de dólares (Banco Mundial, 2015).

De acuerdo con el Monitor Europeo (2014 – 6), la industria hotelera de Croacia no ha explotado todo su potencial, sin embargo en el año 2014 se hicieron muchas inversiones en este tema, abriendo o anunciando proyectos de apertura de grandes hoteles. Este sector se ha vuelto más competitivo en Croacia gracias a que los grandes participantes de la industria han seguido las estrategias planteadas por el gobierno.

La temporada en la que Croacia recibe más visitantes es en los meses de Julio y Agosto, en los cuales ese país recibe aproximadamente el 50% de las ocupaciones nocturnas de todo el año, mientras que en resto de Europa, esos dos meses representan el 33% de las ocupaciones anuales (Demunter y Dimitrakopoulou, 2014).

Según la OMT (2014) Croacia es el vigésimo quinto país más visitado del mundo, habiendo recibido 11 millones de visitantes en el año 2013, detrás de Singapur y Suecia; y por encima de Hungría y Japón.

Figura 16. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Croacia 2007-2015.



Como se puede observar en la figura 16, la competitividad turística de Croacia ha mantenido una tendencia decreciente desde el año 2007 hasta el año 2015, pasando en total de 4.7 en este indicador para el año 2007, a 4.3 para el año 2015 (FEM, 2007-2015).

La industria turística en Croacia, de acuerdo con datos del FEM (2015), generó en el año 2014, 6,127.9 millones de dólares, lo que representó un 12.1% de PIB y empleó a más de 138,100 personas en ese mismo año, lo que representó un 13.3% del empleo total en ese país.

2.9 España.

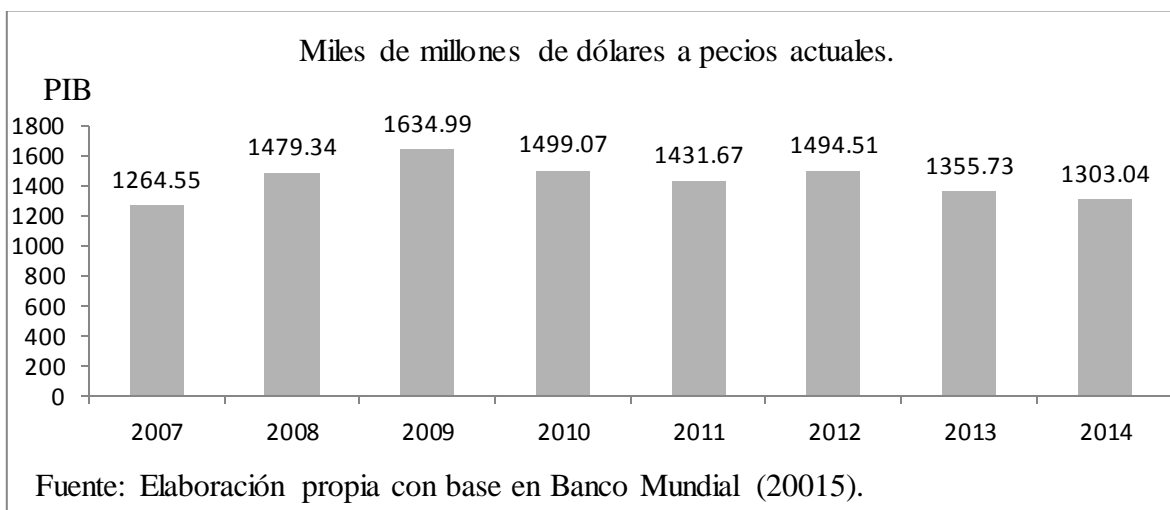
España, país europeo, está ubicado en la zona oeste del continente. Colinda al noreste con Francia, al suroeste con Portugal y al sur con el estrecho de Gibraltar que casi lo une con

Marruecos. Cuenta con salida tanto al Océano Atlántico como al Mar Mediterráneo (Google Maps, 2015-8).

Según datos del Banco Mundial (2015), España tiene una superficie de 505,600 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 46,620,045 personas, pasando a 46,404,602 en el año 2014, como se puede notar, la población en ese país disminuyó. La densidad de población para el año 2014 fue de 93 personas por kilómetro cuadrado y tiene una esperanza de vida al nacer de 82 años.

Es posible ingresar a España a través de tierra, con una numerosa flotilla trenes y autobuses que parten tanto de Portugal como de Francia; a través del mar mediante barcos y cruceros por el Mediterráneo; o a través del aire gracias a una buena infraestructura aérea (ISTAS, 2004).

Figura 17. Comportamiento del PIB en España 2007-2014.



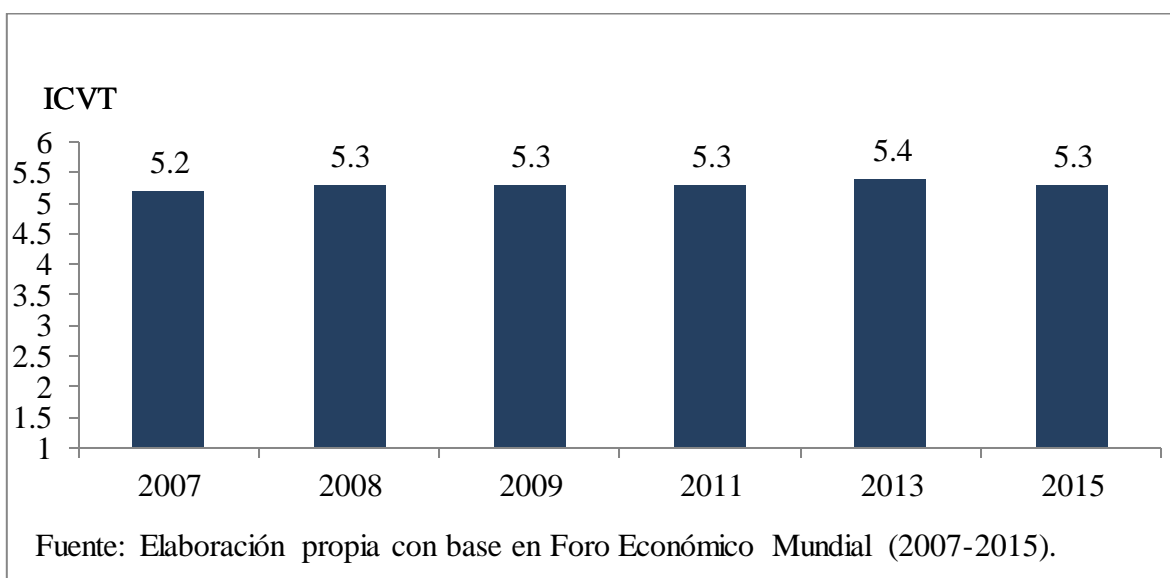
Observando la figura 17 se puede notar que el PIB de España ha estado subiendo y bajando en los últimos años, sin embargo se puede apreciar que desde el año 2012 hasta el 2014 ha tendido a disminuir. Esto puede ser debido a la crisis que ha azotado a ese país durante los últimos años (Banco Mundial, 2015).

Uno de los rasgos básicos del turismo en España es la diversidad y la abundancia de sus recursos. Existen cuatro entornos turísticos diferenciados: el espacio litoral, el de montaña, el espacio rural y el urbano. No obstante, la mayoría de turistas extranjeros que visitan

España son provenientes de países del centro y norte de Europa, cuya motivación más importante es aproximarse a un clima soleado cerca de la costa (ISTAS, 2004).

Según la OMT (2014) España es el tercer país más visitado del mundo, habiendo recibido 60.7 millones de visitantes en el año 2013, solamente atrás de Francia y Estados Unidos; y por encima de China e Italia.

Figura 18. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para España 2007-2015.



Como se puede observar en la figura 18, la competitividad turística (según del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del FEM) de España ha mantenido una tendencia creciente desde el año 2007 hasta el año 2013, sin embargo durante los años 2008, 2009 y hasta 2011 se mantuvo estable, siendo hasta 2013 cuando se incrementó para descender nuevamente en 2015.

La industria turística en España, de acuerdo con datos del FEM (2015), generó en el año 2014, 74,158.5 millones de dólares, lo que representó un 5.7% de PIB y completó un poco más de 866,400 personas empleadas, lo que significó un 5.2% del empleo total del país.

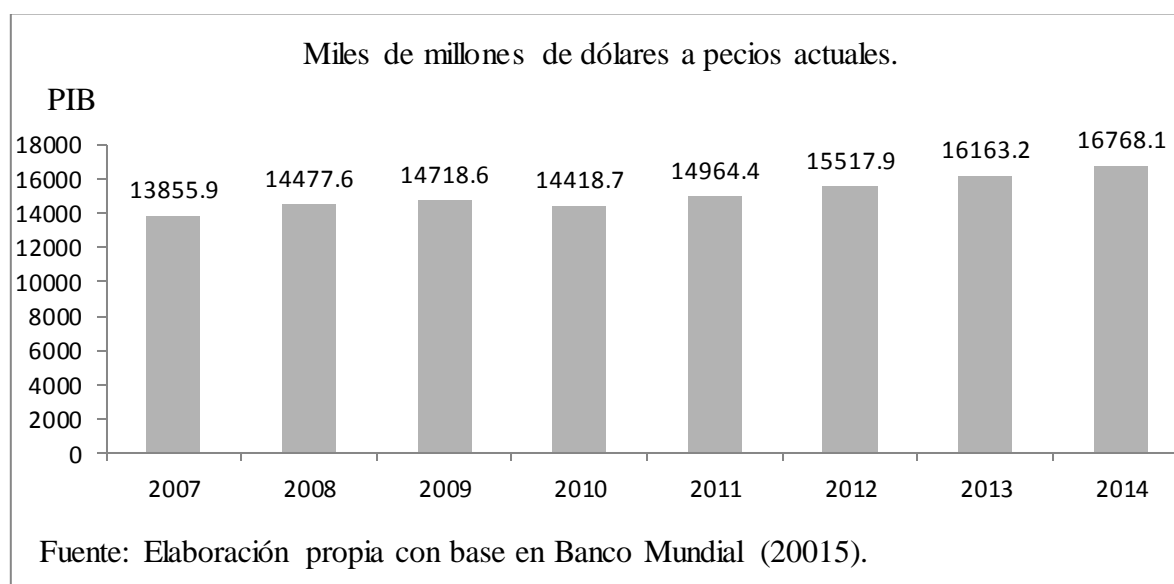
2.10 Estados Unidos.

EE.UU. es uno de los países americanos que se encuentran situados en la zona norte del continente. Tiene colindancia al norte con Canadá y al sur con México. Cuenta con salida tanto al Océano Pacífico como al Océano Atlántico (Google Maps, 2015-9).

Según datos del Banco Mundial (2015) EE.UU. tiene una superficie de 9,831,510 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 316,497,531 personas, aumentando a 318,857,056 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 35 personas por kilómetro cuadrado, tiene una esperanza de vida al nacer de 79 años.

Es posible ingresar a EE.UU. a través de tierra, con una numerosa flotilla autobuses que parte tanto de México como de Canadá; a través del mar mediante barcos y cruceros; o a través del aire gracias a su infraestructura aérea de primer nivel (Turismoeeuu, 2009).

Figura 19. Comportamiento del PIB en Estados Unidos 2007-2014.



Como se puede observar en la figura 19 el PIB de EE.UU. ha tenido una tendencia ascendente en los últimos años. Se puede observar como a pesar de la crisis mundial de 2008 que comenzó en Estados Unidos, el PIB de dicho país no decreció, al contrario, creció. Sin embargo se puede observar en el año 2010 una caída.

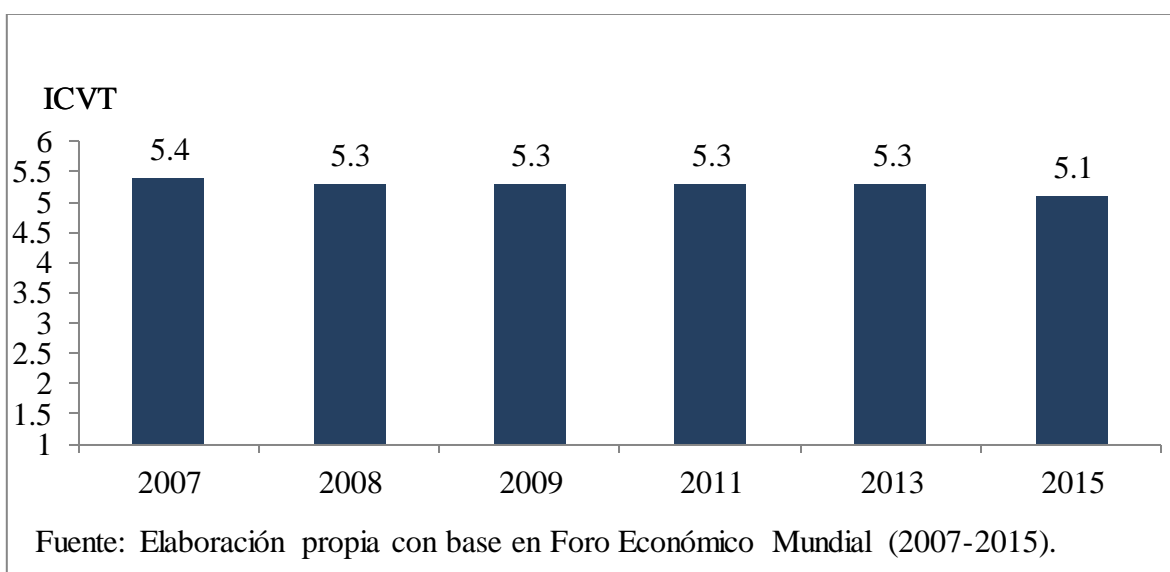
Según Turismoeeuu (2009), en este país se combinan las alturas de 3,300 metros de los Montes Baker, 4,300 del Monte Rainier, y de 1,300 a 1,500 metros en la altiplanicie de la

Gran Cuenca. También están las Grandes Llanuras que poseen alrededor de 2.500 metros de ancho. Además al este se encuentran los Montes Apalaches, y al oeste las Montañas Rocosas y la Sierra Nevada, todos atractivos turísticos importantes.

EE.UU. alberga a más de 400 especies de mamíferos, 500 especies de reptiles y anfibios, 750 especies de aves y 91.000 distintas clases de insectos. Los parques nacionales suman 58 y las áreas naturales protegidas son administradas por las autoridades federales y estatales (Turismoeuu, 2009).

Según la OMT (2014) EE.UU. es el segundo país más visitado del mundo, habiendo recibido 69.8 millones de visitantes en el año 2013.

Figura 20. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Estados Unidos 2007-2015.



En la figura 20 se puede notar que la competitividad turística de EE.UU. era más alta en el año 2007, y a partir del año 2008 descendió. Sin embargo desde el año 2008 hasta el año 2013, se mantuvo estable sólo para descender de nuevo en 2015 (FEM, 2007-2015).

El FEM (2015) indica que la industria turística de EE.UU. tuvo ingresos por 450,164 millones de dólares en 2014, lo que fue un 2.7% del total del PIB. Hablando de empleo, esta industria alcanzó poco más de 5,434,700 personas trabajando en ella, representando un 3.8% del empleo total del país.

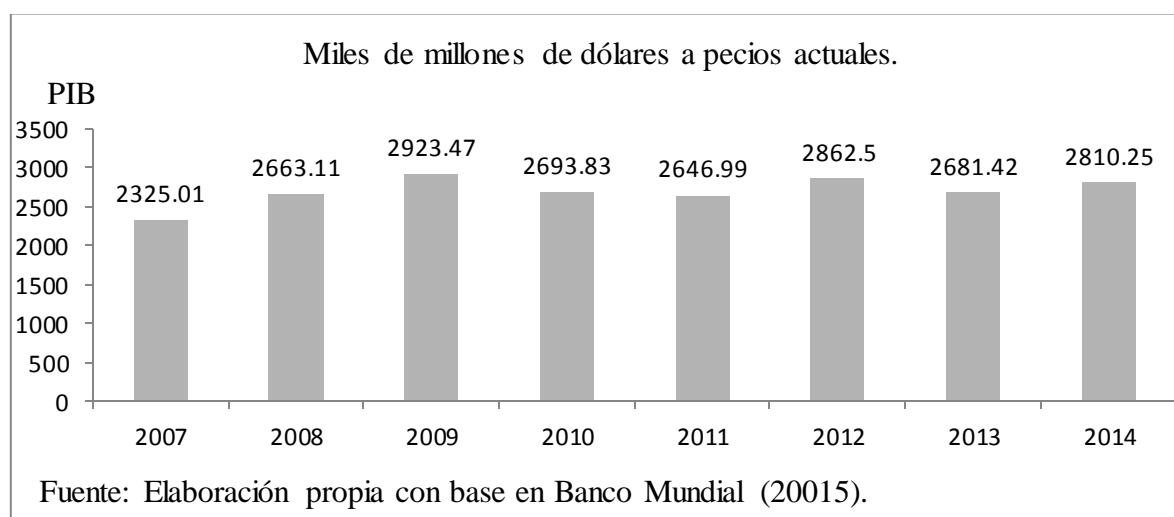
2.11 Francia.

Francia es un país europeo que se encuentra situado en la zona occidental del continente Europeo. Tiene colindancia al norte con Bélgica y al sur con España. Cuenta con salida al Mar Mediterráneo por el sureste y al Océano Atlántico por el oeste (Google Maps, 2015-10).

Según datos del Banco Mundial (2015) Francia tiene una superficie de 549,091 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 65,920,302 personas, llegando a 66,201,365 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 120 personas por kilómetro cuadrado y tiene una esperanza de vida al nacer de 82 años.

Es posible ingresar a Francia a través de tierra, con una numerosa flotilla de trenes tanto de baja como de alta velocidad; a través del mar mediante barcos y cruceros; o a través del aire gracias a su infraestructura aérea (Monitor Europeo (2014).

Figura 21. Comportamiento del PIB en Francia 2007-2014.

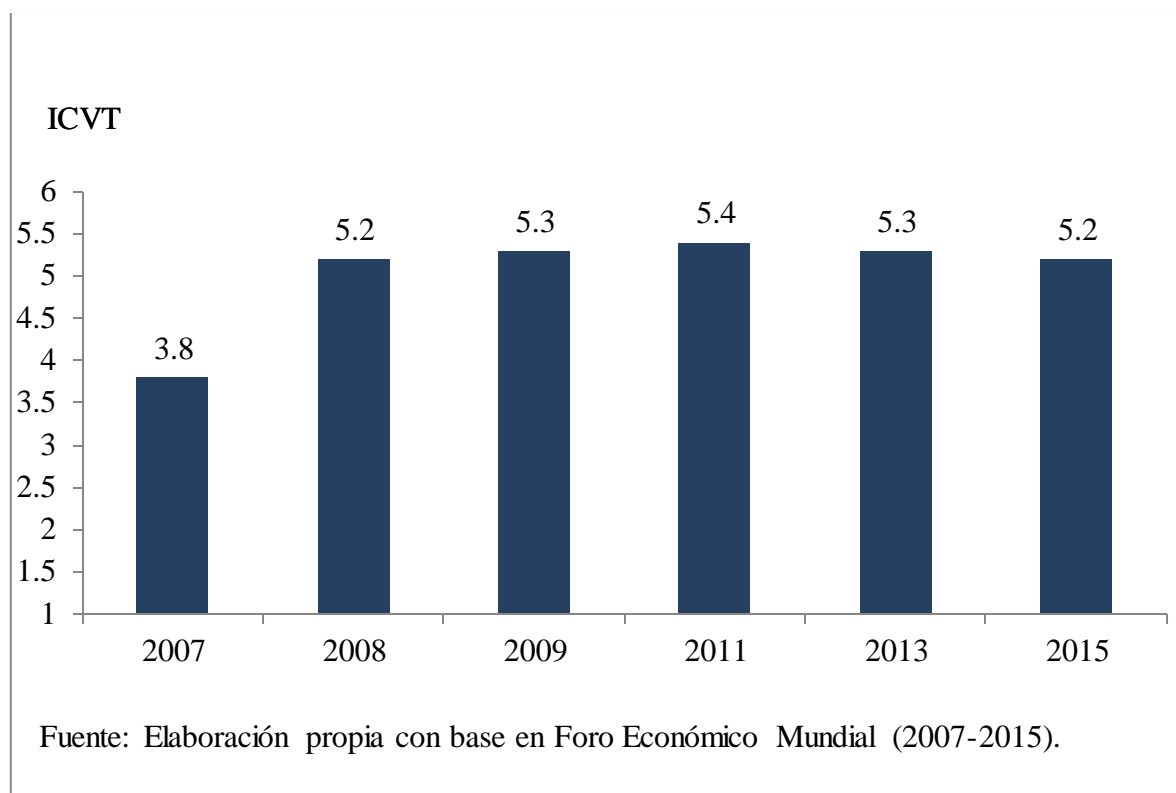


Como se puede observar en la figura 21 el PIB de Francia ha tenido una tendencia ascendente en los últimos años. En los años 2010 y 2011 se observó una caída en el PIB, esto puede ser consecuencia de la guerra de divisas de 2010 que tuvo sus orígenes en la crisis mundial de 2008.

Para sus visitantes, Francia cuenta con múltiples atracciones turísticas, las cuales se enfocan en la historia, el arte y la gastronomía. Estas atracciones se encuentran situadas en distintos lugares del país, siendo la ciudad de París una de las más visitadas (Monitor Europeo, 2014).

Según la OMT (2014) Francia es el país más visitado del mundo, habiendo recibido 85 millones de visitantes en el año 2013. El gasto en turismo tanto de viajeros internacionales como de viajeros domésticos desempeña un papel muy importante en el mantenimiento de la actividad económica del país, contribuyendo aproximadamente un 7% al PIB total de Francia (Monitor Europeo (2014)). En el año 2014 la industria turística de este país empleó a 1,195,500 personas, lo cual significa un 4.4% del total del Francia.

Figura 22. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Francia 2007-2015.



Observando la figura 22 se puede notar que la competitividad turística de Francia aumentó significativamente de 2007 a 2008, y a partir de ese año se ha mantenido estable. Esta estabilidad puede ser la causa de que en los últimos años, este país se haya mantenido como uno de los países más visitados del mundo (OMT, 2014).

2.12 Grecia.

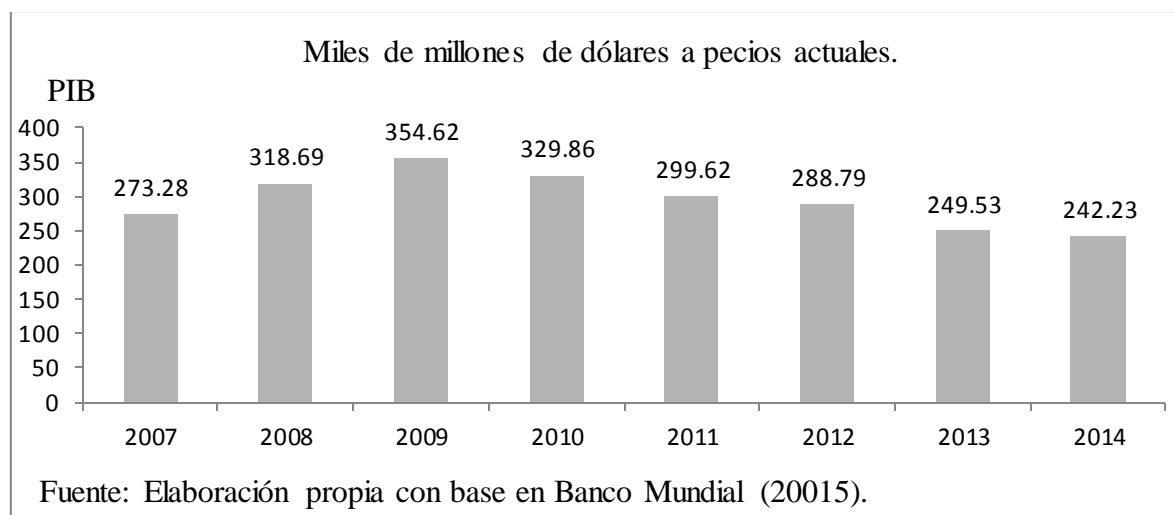
Grecia es un país europeo que se está ubicado en la parte sureste del continente. Tiene frontera al norte con Macedonia y Bulgaria; al este con Turquía; y al oeste con Albania. Se

encuentra cerca marítimamente con Grecia, Albania y Tunes. El Mar Mediterráneo rodea a la mayor parte de éste país, el cual tiene alrededor de 1,400 islas (Google Maps, 2015-11).

Según datos del Banco Mundial (2015), Grecia tiene una superficie de 131,960 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 11,027,549 personas, disminuyendo a 10,957,740 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 85 personas por kilómetro cuadrado y tiene una esperanza de vida al nacer de 81 años.

Es posible ingresar a Grecia a través de tierra, mediante autobuses que parte de distintos países de Europa y Asia; a través del mar mediante barcos y cruceros; o a través del aire gracias a su infraestructura aérea (Monitor Europeo (2014-3)).

Figura 23. Comportamiento del PIB en Grecia 2007-2014.

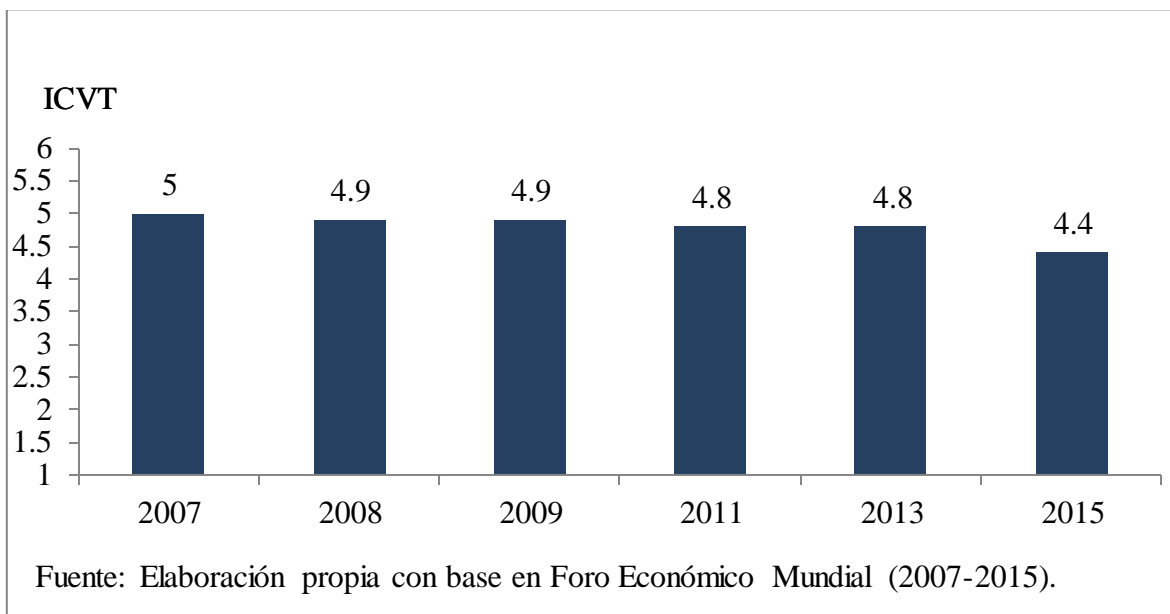


En la figura 23 se puede ver que el PIB de Grecia ha estado disminuyendo en los últimos años. Se aprecia como el último año en el que el PIB de este país creció fue en 2009, año desde el cual ha estado descendiendo. Esto puede ser consecuencia de la fuerte crisis que ha azotado a este país durante los últimos años (Banco Mundial, 2015).

Según el Monitor Europeo (2014-3), el año 2013 fue bueno para la industria turística en Grecia, a pesar de la recesión que hay en ese país. El número de visitantes internacionales se incrementó significativamente respecto al año anterior. El incremento en estos viajes ha tenido efectos positivos en el transporte, lo cual también ha ayudado a revertir la cifra negativa de personas que visitan las atracciones turísticas.

Según la OMT (2014) Grecia es el décimo sexto país más visitado del mundo, habiendo recibido 17.9 millones de visitantes en el año 2013, ubicándose debajo de Ucrania y México; y por encima de Canadá y Polonia.

Figura 24. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Grecia 2007-2015.



Se puede ver en la figura 24 como la competitividad turística de Grecia ha disminuido constantemente durante los últimos años. Pasó de una puntuación de 5 en 2007, a 4.9 en 2008 y a 4.8 en 2011 para mantenerse a ese nivel en el año 2013 y disminuir notablemente en el año 2015 llegando a 4.4 (FEM, 2007-2015).

Para este país la industria turística generó 14,194.4 millones de dólares en el año 2014, lo que fue un 6.5% del total del PIB. Hablando de empleo, esta industria generó el 8.9% del total nacional con un total de 319,500 personas trabajando en ella (FEM, 2015).

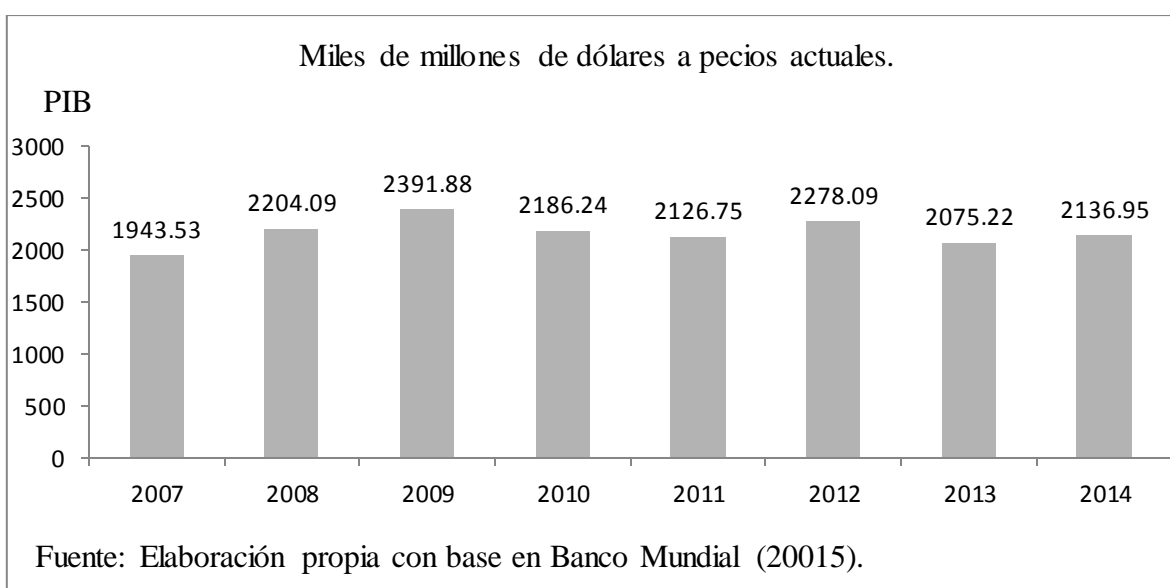
2.13 Italia.

Italia, país europeo, está ubicado en la zona mediterránea del continente. Tiene fronteras al norte con Suiza y Austria; al este con Eslovenia; y al oeste con Francia. Se encuentra cerca marítimamente con Grecia, Albania y Tunes. El Mar Mediterráneo rodea a la mayor parte de este país (Google Maps, 2015-12).

Según datos del Banco Mundial (2015), Italia tiene una superficie de 301,340 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 60,233,948 personas, llegando a 61,336,387 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 209 personas por kilómetro cuadrado y tiene una esperanza de vida al nacer de 82 años.

Es posible ingresar a Italia a través de tierra, mediante trenes de alta y baja velocidad; y autobuses que parten tanto de Austria como de Suiza; a través del Mar Mediterráneo mediante barcos y cruceros; o a través del aire (Turismo, 2014).

Figura 25. Comportamiento del PIB en Italia 2007-2014.



Mirando la figura 25 se puede notar que el PIB de Italia ha estado subiendo y bajando en los últimos años, sin embargo se puede apreciar que se mantuvo relativamente estable desde el año 2007 hasta el año 2014 (Banco Mundial, 2015).

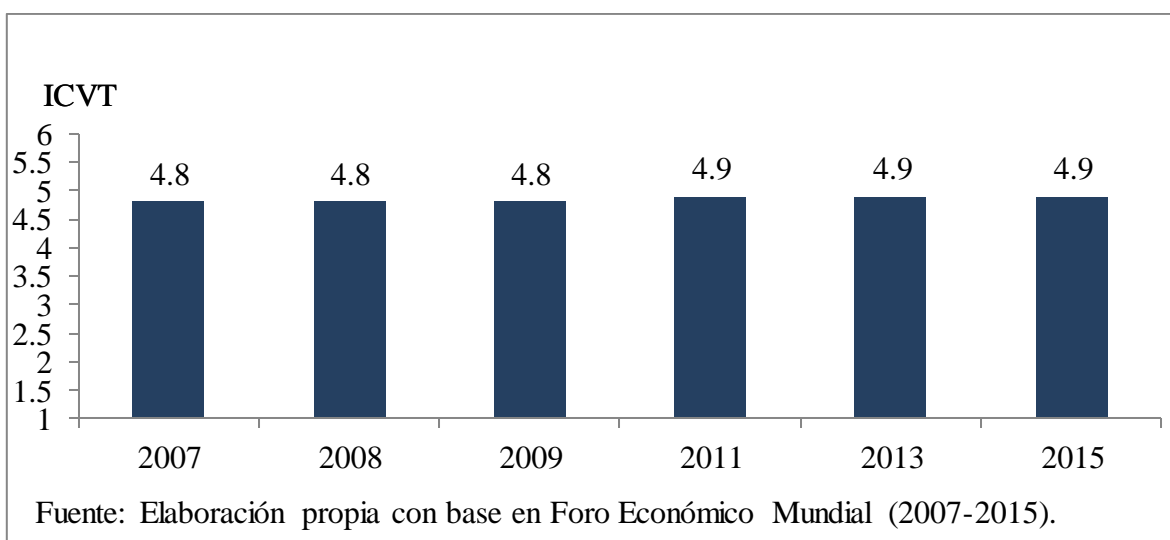
Según Turismo (2014), Italia está dividida en cinco regiones geográficas. Entre las ciudades más populares de Italia están Roma, Milán, Venecia, Bolonia, Nápoles y Pisa, además de tener las islas de Sicilia y Cerdeña.

Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (2014) la actividad turística de Italia representó un 10.3% de su PIB en 2013 y de acuerdo con el FEM (2015), en el año 2014 se contabilizaron 1,105,900 empleos generados por este sector, lo que implica un 4.9% del total nacional en ese país.

Según Turismo (2014) la riqueza artística que tiene este país es uno de los atractivos principales para el turismo ya que muchos pintores, escultores y cantantes son provenientes de Italia. Aunado a esto, el turismo religioso es muy importante ya que dentro de Italia se encuentra la región de El Vaticano, lugar visitado por millones de turistas cada año.

Según la OMT (2014) Italia es el quinto país más visitado del mundo, habiendo recibido 47.7 millones de visitantes en el año 2013, debajo de España y China; y por encima de Turquía y Alemania.

Figura 26. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Italia 2007-2015.



Al apreciar la figura 26 se puede ver como la competitividad turística de Italia se ha mantenido constante durante los últimos años, incluso tuvo un incremento en el año 2011, el cual mantuvo en los años 2013 y 2015 (FEM, 2007-2015).

2.14 Malasia.

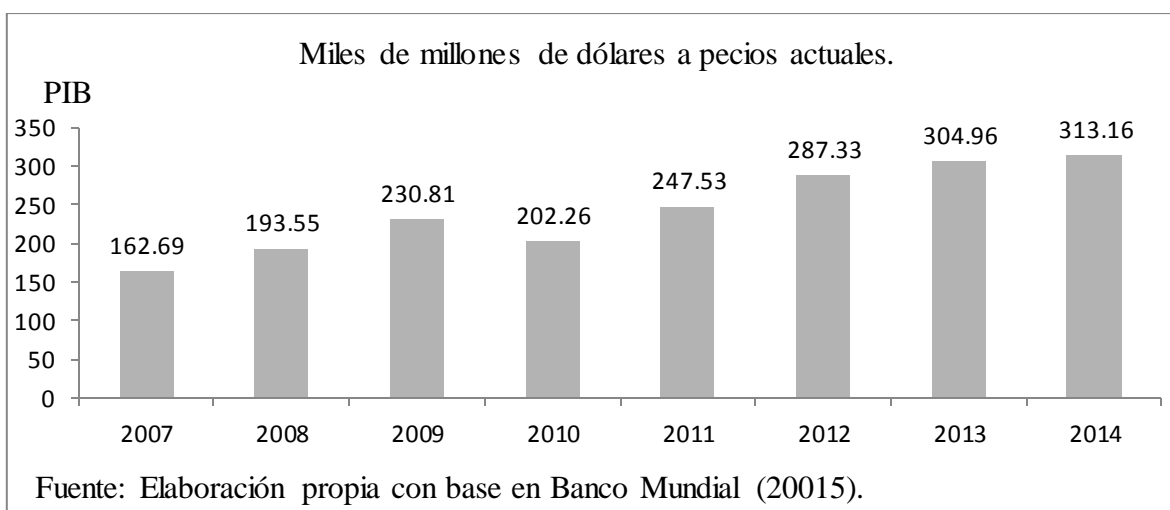
Malasia es un país asiático ubicado en el sureste del continente. Este país está dividido en dos territorios (Malasia Peninsular y Malasia Oriental). En medio de sus dos territorios se encuentra el Mar de China Meridional. Malasia Peninsular colinda al norte con Tailandia y al sur con Singapur. Malasia Oriental colinda al sur con Indonesia (Google Maps, 2015-13).

Según datos del Banco Mundial (2015), Malasia tiene una superficie de 330,800 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 29,716,965 personas, aumentando a 30,187,896 en

el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 92 personas por kilómetro cuadrado. Malasia tiene una esperanza de vida al nacer de 75 años.

Es posible ingresar a Malasia peninsular a través de tierra, mediante autobuses que parten de Tailandia y Singapur; a través del mar mediante barcos y cruceros; o a través del aire. Llegar a Malasia Oriental se puede lograr a través de tierra, mediante autobuses que parten de Indonesia; a través del mar mediante barcos y cruceros; y a través de aire mediante aviones (Departamento de Turismo de Malasia, 2015).

Figura 27. Comportamiento del PIB en Malasia 2007-2014.

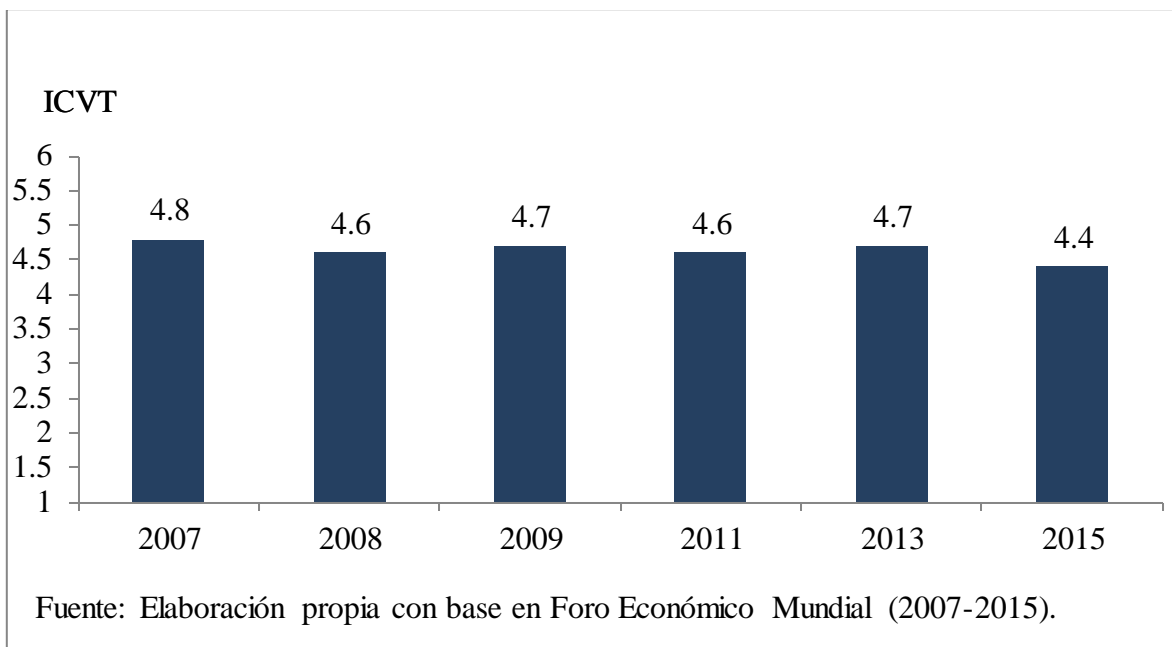


Como se puede notar en la figura 27 el PIB de Malasia ha mantenido una tendencia de crecimiento durante los últimos años, creciendo alrededor de ciento cincuenta y un mil millones de dólares desde 2007 hasta 2014 (Banco Mundial, 2015).

Según el Departamento de Turismo de Malasia (2015) uno de los mayores atractivos turísticos de ese país es el contraste que se puede apreciar entre los rascacielos ubicados junto a zonas de casas de madera, y el de los hoteles de cinco estrellas que se encuentran a metros de las zonas arqueológicas. La mayor cantidad de turistas que visitan Malasia son originarios de Singapur, Indonesia, China y Tailandia (UNWTO, 2013).

Según la OMT (2014), Malasia es el décimo primer país más visitado del mundo, habiendo recibido 25.7 millones de visitantes en el año 2013, situándose por debajo de Rusia y Tailandia; y por encima de Austria y Ucrania.

Figura 28. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Malasia 2007-2015.



Como se puede observar en la figura 28 la competitividad turística de Malasia ha aumentado y disminuido en los últimos años, situándose en 4.8 en 2007, disminuyendo a 4.6 en 2008, aumentando nuevamente en 2009 a 4.7, disminuyendo en 2011 a 4.6 para aumentar nuevamente en 2013 y situarse en 4.7, únicamente para disminuir a su nivel más bajo en 2015 (FEM, 2007-2015).

De acuerdo con datos del FEM (2015), la industria turística en Malasia representó un 7.2% del PIB y un 6.7% del empleo total de ese país, con 880,800 personas trabajando en ella.

2.15 México.

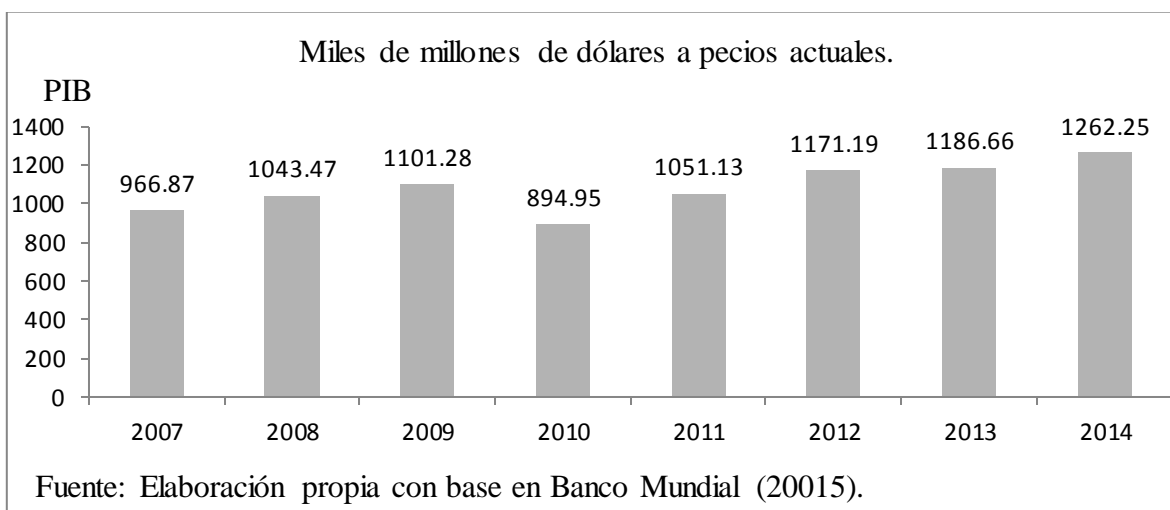
México es uno de los países americanos que están ubicados en la zona norte del continente. Tiene colindancia al norte con EE.UU. y al sur con Guatemala y Belice. México tiene salida tanto al Océano Pacífico, por su lado oeste, como al Océano Atlántico, a través del Golfo de México, por su lado este (Google Maps, 2015-14).

Según datos del Banco Mundial (2015), México tiene una superficie de 1,964,380 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 122,332,399 personas, creciendo a

123,799,215 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 64 personas por kilómetro cuadrado. México tiene una esperanza de vida al nacer de 77 años.

Es posible ingresar a México por tierra, mediante autobuses provenientes de Estados Unidos, Guatemala y Belice; por mar, mediante barcos y cruceros; y por aire gracias a su infraestructura aérea (SRE, 2013).

Figura 29. Comportamiento del PIB en México 2007-2014.



Mirando la figura 29 se puede ver el PIB de México ha mantenido una tendencia creciente durante los últimos años, excepto por una disminución en 2010. Su PIB ha crecido casi trescientos mil millones de dólares desde 2007 hasta 2014 (Banco Mundial, 2015).

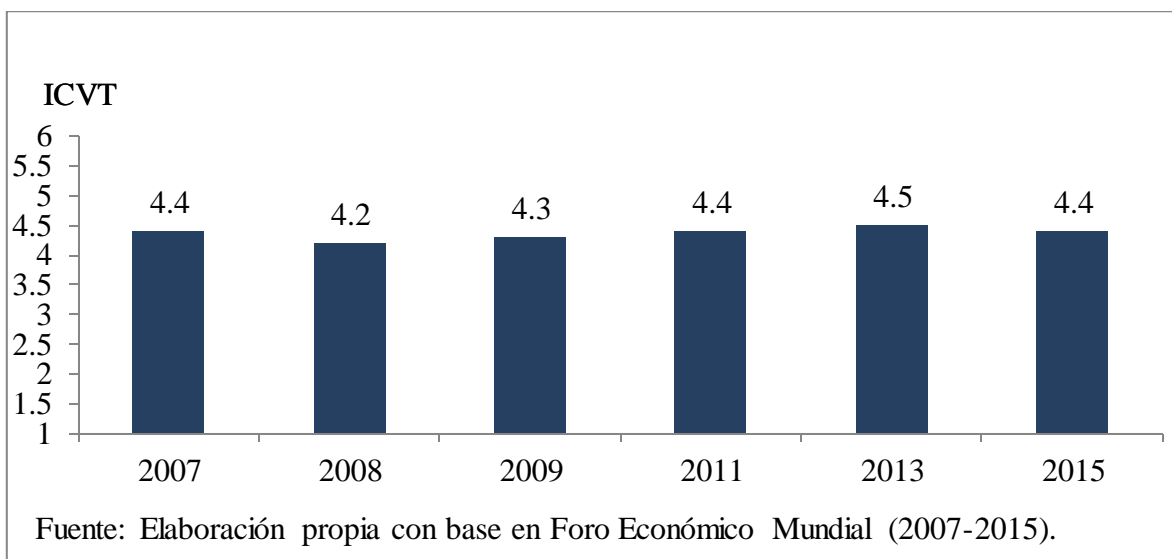
Según el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (2014 – 3) en el año 2013, la contribución de la industria de viajes y turismo en México fue de 13.3% al PIB. Los empleos que implica esta industria, representaron en el mismo año, un 14.2% del total del empleo en el país.

Según la OMT (2014), México es el décimo quinto país más visitado del mundo, habiendo recibido 24.2 millones de visitantes en el año 2013, situándose debajo de Austria y Ucrania; y por encima de Grecia y Canadá.

De acuerdo con la SRE (2013) México es el principal destino mundial de las líneas de cruceros, ya que acapara aproximadamente el 60% de las llegadas turísticas de cruceros en el mundo. Cozumel, isla mexicana, es el puerto que más llegadas de cruceros recibe en el mundo, abarcando un 23% del total.

La mayor cantidad de visitantes que llegan a México son provenientes de EE.UU., Canadá y Europa (SECTU, 2014).

Figura 30. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para México 2007-2015.



Como se puede observar en la figura 30 la competitividad turística (según del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del FEM) de México ha bajado y subido durante los últimos años, situándose en 4.4 para 2007, aumentando a 4.5 en 2013, únicamente para disminuir de nuevo a 4.4 en 2015.

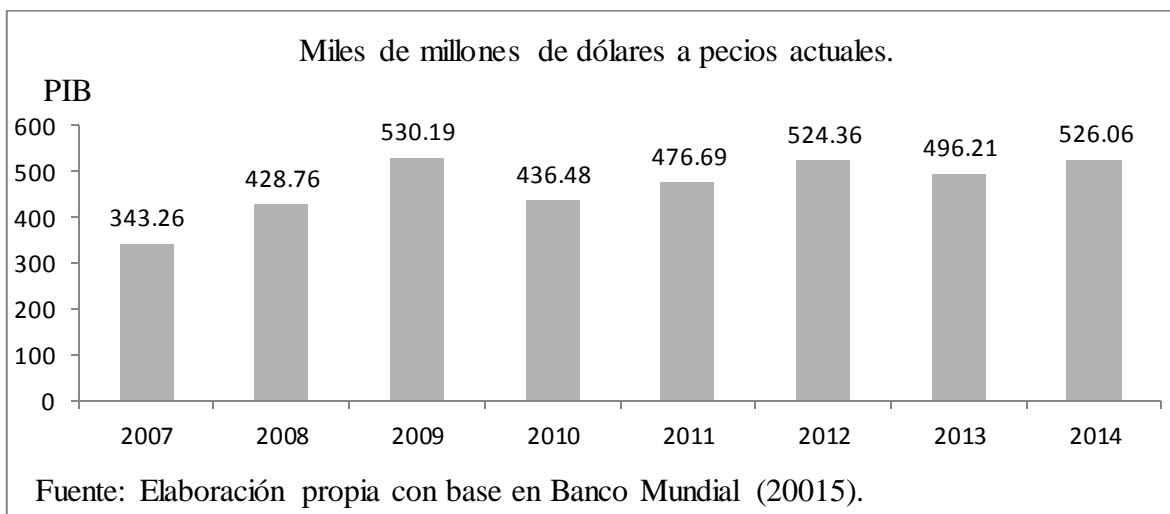
2.16 Polonia.

Polonia es un país europeo que se encuentra situado en la parte centro del continente. Colinda al este con Bielorrusia, Lituania y Ucrania; al sur con Eslovaquia y República Checa; y al oeste con Alemania. Polonia tiene salida al mar Báltico por su lado norte, lo que le permite una conexión cercana con Suiza, Finlandia y Rusia (Google Maps, 2015-15).

Según datos del Banco Mundial (2015), Polonia tiene una superficie de 312,680 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 38,040,196 personas, disminuyendo a 37,995,529 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 124 personas por kilómetro cuadrado. Polonia tiene una esperanza de vida al nacer de 77 años.

Es posible ingresar a Polonia por tierra, mediante autobuses provenientes de países europeos; por mar, mediante barcos a través del Mar Báltico; y por aire gracias a su infraestructura aérea (Monitor Europeo, 2014-4).

Figura 31. Comportamiento del PIB en Polonia 2007-2014.



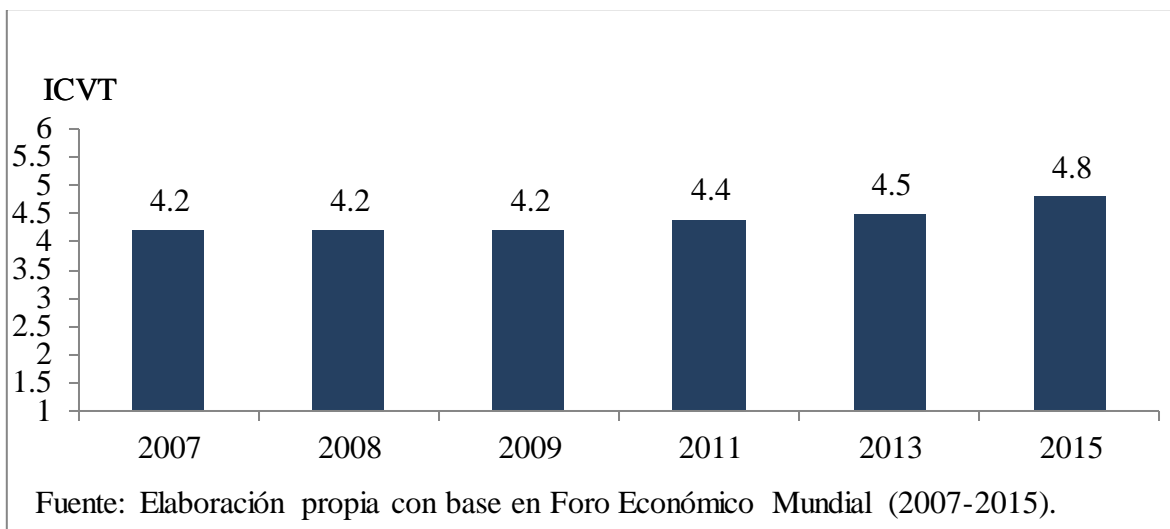
En la figura 31 se puede notar que el PIB de Polonia ha mantenido una tendencia de crecimiento durante los últimos años. Desde el año 2007 hasta el 2014 aumentó en poco más de ciento ochenta mil millones de dólares (Banco Mundial, 2015).

De acuerdo con la Oficina Central de Estadística (2013), los países de donde más turismo recibe Polonia son Alemania, Rusia, Ucrania y Reino Unido, en ese orden. Una parte de los turistas que visitan Polonia se hospedan en establecimientos de salud, por lo que el turismo médico es un mecanismo muy importante de captación de turistas en ese país. Los turistas que visitan Polonia se hospedan en su mayor parte en hoteles, moteles, casas de familias, centros vacacionales, centros de entrenamiento y hostales.

La industria hotelera se ha vuelto muy competitiva en ese país, hablando de niveles de precios y categoría de los servicios ofrecidos (Monitor Europeo, 2014 – 4).

Según la OMT (2014), Polonia es el décimo octavo país más visitado del mundo, habiendo recibido 15.8 millones de visitantes en el año 2013, situándose debajo de Grecia y Canadá; y por encima de Arabia Saudita y Holanda.

Figura 32. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Polonia 2007-2015.



Evidenciado en la figura 32, la competitividad turística de Polonia permaneció constante durante los años 2007, 2008 y 2009, pero a partir de 2011 comenzó a incrementarse para llegar a un total de 4.8 en el año 2015 (FEM, 2007-2015).

La industria turística de Polonia generó en el año 2014 un total de 10,938.6 millones de dólares, lo que fue un 2.1% del PIB, así como proveyó alrededor de 334,100 empleos a los habitantes de ese país, representando un 2.2% del empleo total (FEM, 2015).

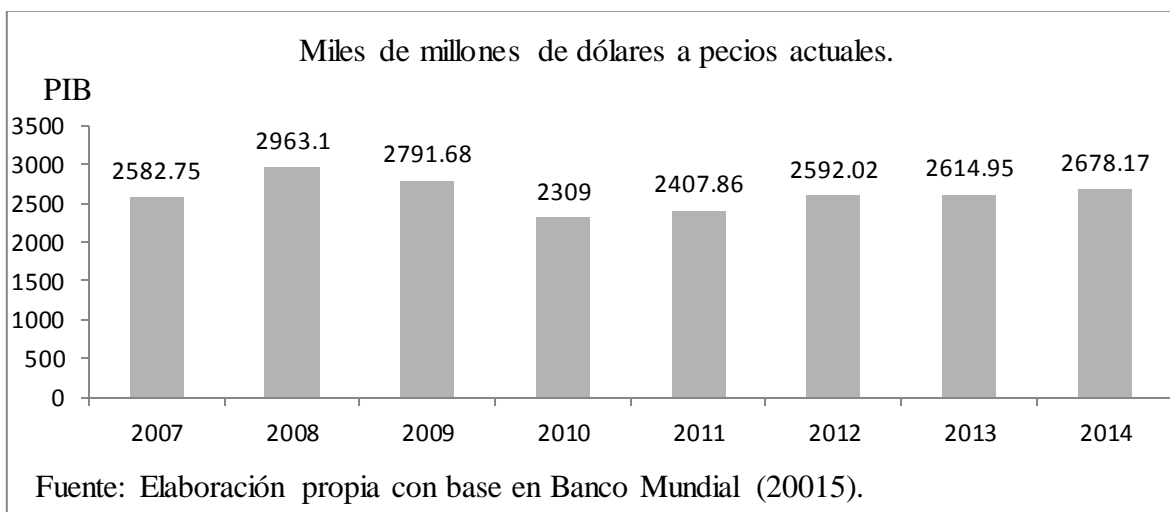
2.17 Reino Unido.

Reino Unido es un país europeo que se encuentra situado en la zona noroeste del continente. Este país está conformado por la Isla de Gran Bretaña, la parte norte de la Isla de Irlanda y otras pequeñas islas que se encuentran en la zona. La única colindancia que tiene Reino Unido, es con Irlanda, a través de Irlanda del Norte. Reino Unido tiene salidas al mar por el Océano Atlántico, el Mar del Norte, el Mar de Irlanda y el Canal de la Mancha (Google Maps, 2015-16).

Según datos del Banco Mundial (2015), Reino Unido tiene una superficie de 243,610 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 64,106,779 personas, llegando a 64,510,376 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 267 personas por kilómetro cuadrado, tiene una esperanza de vida al nacer de 81 años.

Es posible ingresar a Reino Unido por tierra, mediante autobuses y trenes provenientes de Irlanda; por mar, mediante barcos y cruceros; por aire gracias a su infraestructura aérea; y a través del Euro túnel, que conecta éste país con Francia, mediante un túnel que atraviesa el Canal de la Mancha (Rhodes, 2015).

Figura 33. Comportamiento del PIB en Reino Unido 2007-2014.



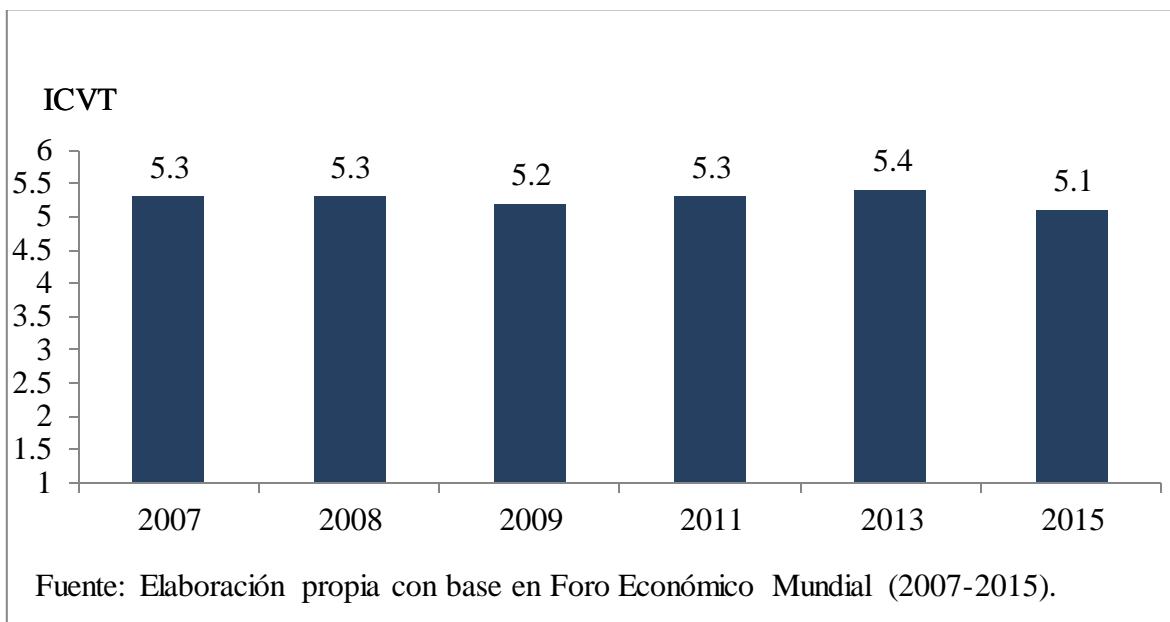
Como se puede observar en la figura 33 el PIB de Reino Unido ha crecido y disminuido en los últimos años, presentando un ligero crecimiento desde el año 2007 hasta el año 2014, de alrededor de noventa y seis mil millones de dólares (Banco Mundial, 2015).

La mayor parte de las personas foráneas que visitan Reino Unido lo hacen por motivos recreacionales, una parte muy importante por motivos de negocios y algunos para visitar a familiares que viven en ese país. Los países de donde más visitas recibe este país son Francia, Alemania, EE.UU., Irlanda, Holanda, España e Italia. La cantidad de empleos ofrecidos por el sector turístico en este país creció un 5.4% de 2009 a 2013, en comparación con el empleo total, que creció 2.8% en el mismo periodo (Rhodes, 2015).

La industria turística de este país aportó en 2014 90,313.8 millones de dólares, lo que representó un 3.5% del PIB. La cantidad de empleos que registró Reino Unido en ese año fue de 1,765,200 representando un 3.5% del total de empleo (Foro Económico Mundial, 2015).

Según la OMT (2014), Reino Unido es el octavo país más visitado del mundo, habiendo recibido 31.2 millones de visitantes en el año 2013, situándose debajo de Turquía y Alemania; y por encima de Rusia y Tailandia

Figura 34. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Reino Unido 2007-2015.



Evidenciado en la gráfica figura 34 la competitividad turística de Reino Unido se mantuvo estable, desde el año 2007 hasta el año 2011, mostrando un incremento de 0.1 puntos en el año 2013 sin embargo tuvo una disminución para el año 2015, situándose en 5.1 (FEM, 2007-2015).

2.18 Rusia.

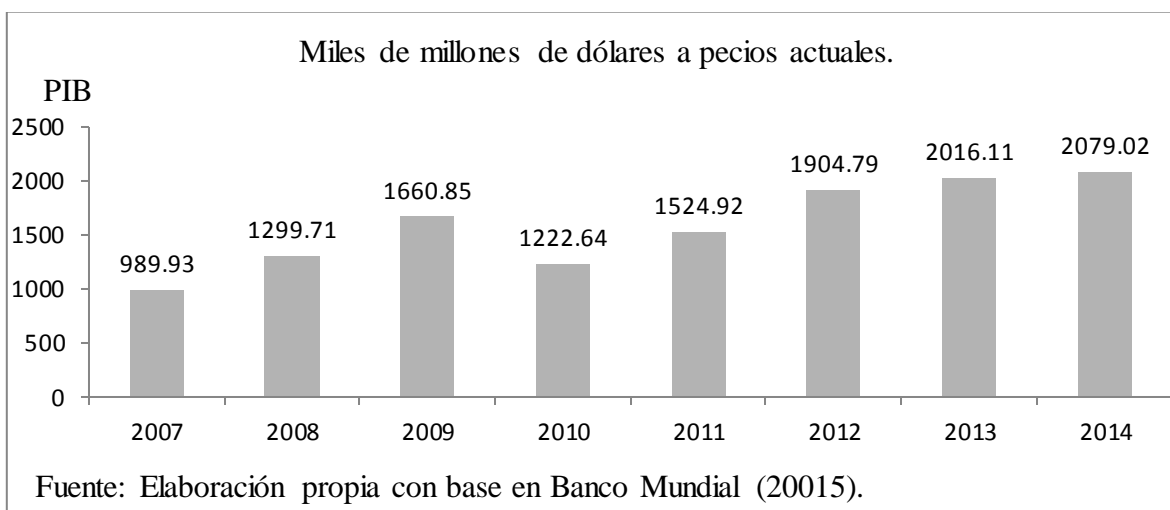
Rusia es el país más extenso del mundo, ocupa una parte muy importante de Asia, y otra de Europa. Colinda al oeste con Noruega, Finlandia, Bielorrusia y Ucrania; al sur colinda, entre otros, con Turquía, Kazajistán, Mongolia, China y Corea del Norte; además de compartir una frontera marítima con EE.UU. por el este (Google Maps, 2015-17).

Según datos del Banco Mundial (2015), Rusia tiene una superficie de 17,098,240 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 143,506,911 personas, llegando a 143,819,569 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 9 personas por kilómetro

cuadrado, siendo una de las menores densidades poblacionales del mundo. Rusia tiene una esperanza de vida al nacer de 71 años.

Es posible ingresar a Rusia por tierra, mediante autobuses y trenes provenientes de diversos países europeos y asiáticos; por mar, mediante barcos; y por aire gracias a su infraestructura aérea (Monitor Europeo, 2014-5).

Figura 35. Comportamiento del PIB en Rusia 2007-2014.

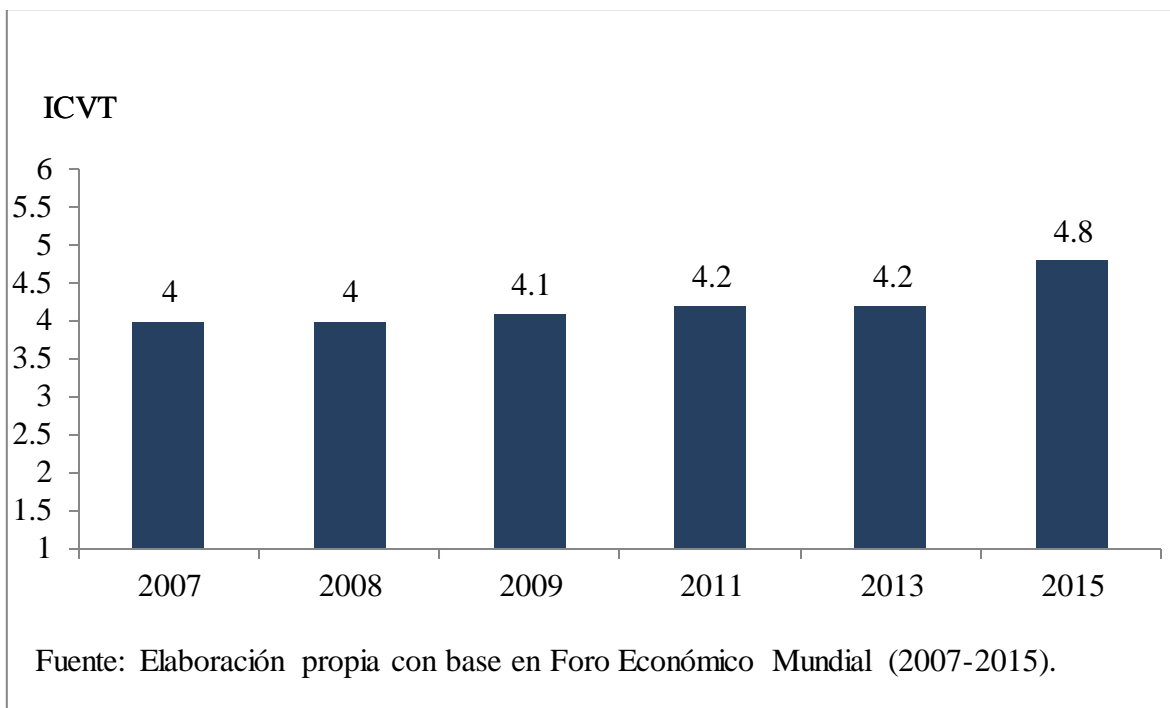


Como se puede ver en la figura 35 el PIB de Rusia ha crecido constantemente en los últimos años. Desde 2007 hasta 2014 creció un poco más de un billón de dólares (Banco Mundial, 2015).

De acuerdo con el Monitor Europeo (2014-5) la industria turística en Rusia fue afectada de manera muy importante debido a la bancarrota de ocho operadores turísticos, lo cual hizo que aproximadamente 10,000 turistas tuvieran problemas con sus viajes en 2014. Esto tuvo un impacto muy importante en la confianza de los consumidores. Sin embargo se espera que las estadísticas turísticas de este país mejoren en los próximos años.

Según la OMT (2014), Rusia es el noveno país más visitado del mundo, habiendo recibido 28.4 millones de visitantes en el año 2013, situándose debajo de Alemania y Reino Unido; y por encima de Tailandia y Malasia.

Figura 36. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Rusia 2007-2015.



Observando la figura 36 se puede ver que la competitividad turística de Rusia ha venido creciendo. Este indicador creció 0.1 punto en 2009 y la misma cantidad en 2011, manteniéndose estable para el año 2013 y aumentar 0.6 puntos en el año 2015 (FEM, 2007-2015).

De acuerdo con información obtenida del FEM (2015), la industria turística de Rusia aportó 29,924.9 millones de dólares a la economía de ese país, así como 966,900 empleos.

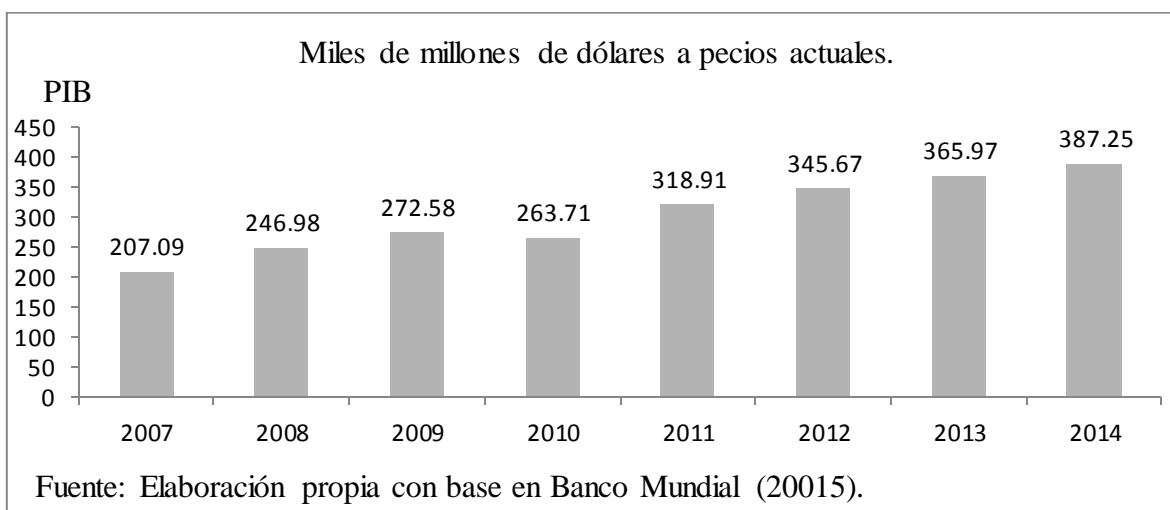
2.19 Tailandia.

Tailandia es un país asiático ubicado en el sureste del continente. Colinda al norte con Laos y Birmania; y al sur con Malasia y Camboya. Tiene salida al mar por la parte este a través del Golfo de Tailandia y por el oeste a través del Mar Andamán (Google Maps, 2015-18).

Según datos del Banco Mundial (2015), Tailandia tiene una superficie de 513,120 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 67,010,502 personas, llegando a 67,222,972 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 131 personas por kilómetro cuadrado. Tailandia tiene una esperanza de vida al nacer de 74 años.

Es posible llegar a este país por tierra, mediante autobuses provenientes de Laos, Birmania y Camboya; por mar, mediante barcos y cruceros; y por aire gracias a su infraestructura aérea (Autoridad Turística de Tailandia, 2003).

Figura 37. Comportamiento del PIB en Tailandia 2007-2014.



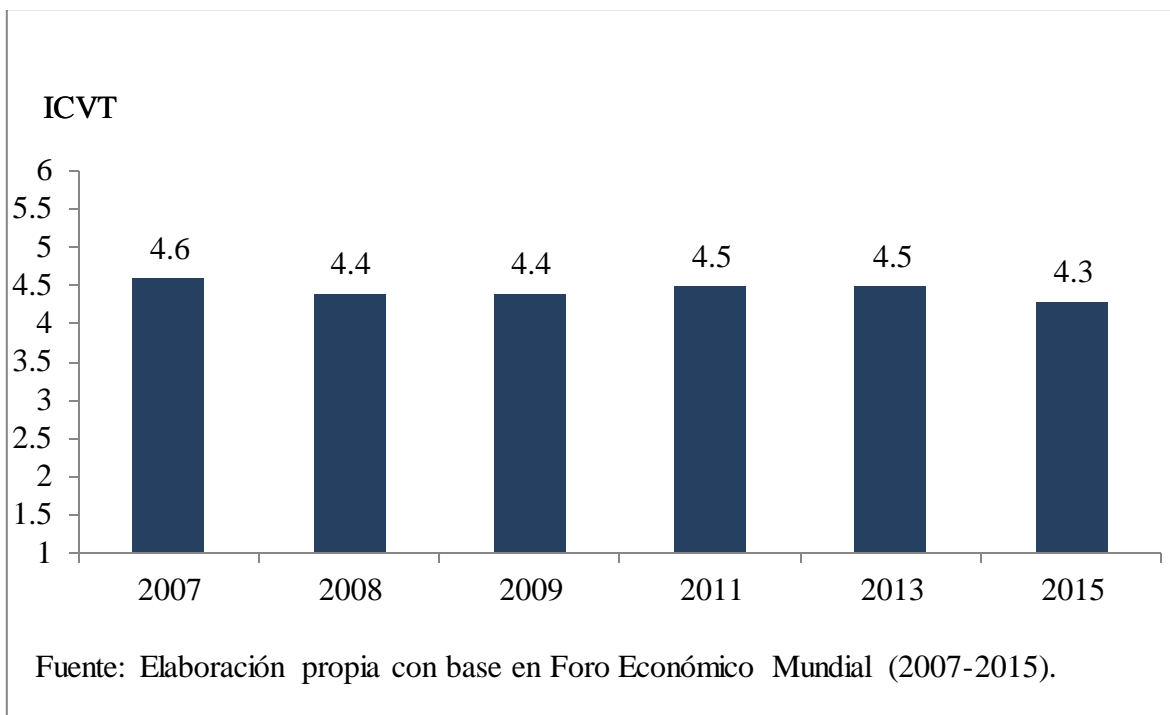
Evidenciado en la figura 37 el PIB de Tailandia ha crecido constantemente en los últimos años, con excepción del año 2010 en donde tuvo una ligera disminución. Este indicador creció alrededor de ciento ochenta mil millones de dólares de 2007 a 2014 (Banco Mundial, 2015).

De acuerdo con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (2014 – 4), la contribución total de la industria turística de Tailandia a su PIB fue de 20.2% en el año 2013 y se espera que llegue al 22.7% en 2024. La contribución total de este sector al empleo en ese país, fue de 15.4% para el mismo año.

La restauración de la confianza en la protección y seguridad que existe en el país, ha sido un factor decisivo para que la industria turística repunte a través de grandes convenciones y conferencias que se realizan en Tailandia (Autoridad Turística de Tailandia, 2003).

Según la OMT (2014), Tailandia es el décimo país más visitado del mundo, habiendo recibido 26.5 millones de visitantes en el año 2013, situándose debajo de Reino Unido y Rusia; y por encima de Malasia y Austria.

Figura 38. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Tailandia 2007-2015.



Como se puede observar en la figura 38 la competitividad turística de Tailandia tuvo un descenso en el año 2008, se mantuvo estable en el año 2009, para incrementarse en el año 2011 y mantenerse en 4.5 puntos en el año 2013. En el año 2015 se observó una disminución de dicho índice y se situó en 4.3 puntos (FEM, 2007-2015).

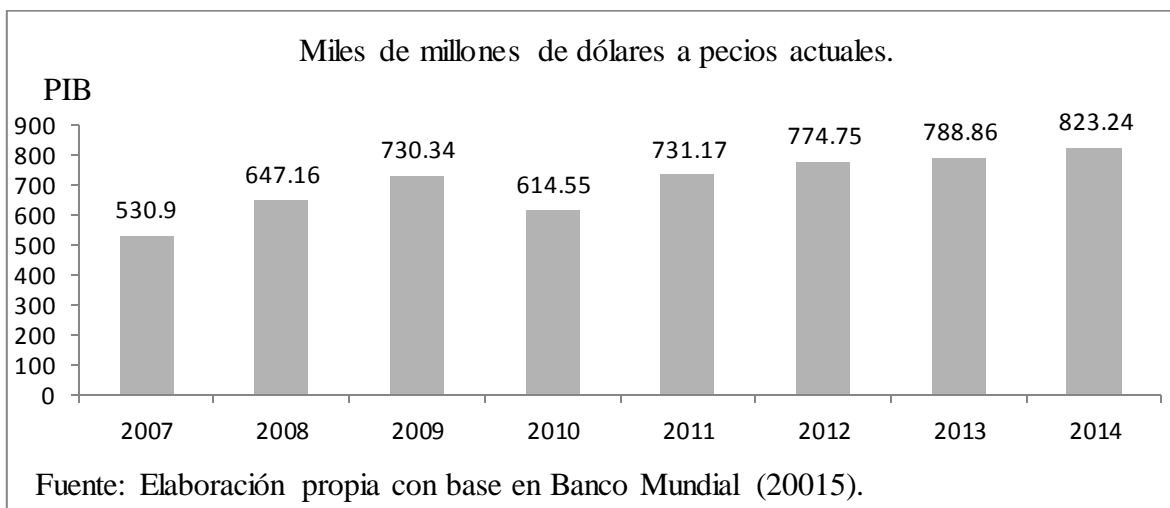
2.20 Turquía.

Turquía es un país que está ubicado tanto en el continente europeo, como en el continente asiático. Colinda al este con Georgia, Irán y Armenia; al oeste con Bulgaria y Grecia; y al sur con Irak y Siria. Tiene salida al Mar Negro por toda su costa norte, y al Mar Mediterráneo por la costa suroeste (Google Maps, 2015-19).

Según datos del Banco Mundial (2015), Turquía tiene una superficie de 783,560 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 74,932,641 personas, creciendo a 75,837,020 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 99 personas por kilómetro cuadrado. Tiene una esperanza de vida al nacer de 75 años.

Es posible llegar a Turquía por tierra, mediante autobuses provenientes de países asiáticos y europeos; por mar, mediante barcos y cruceros a través del Mar Mediterráneo; y por aire gracias a su infraestructura aérea (Instituto Estadístico de Turquía, 2012).

Figura 39. Comportamiento del PIB en Turquía 2007-2014.



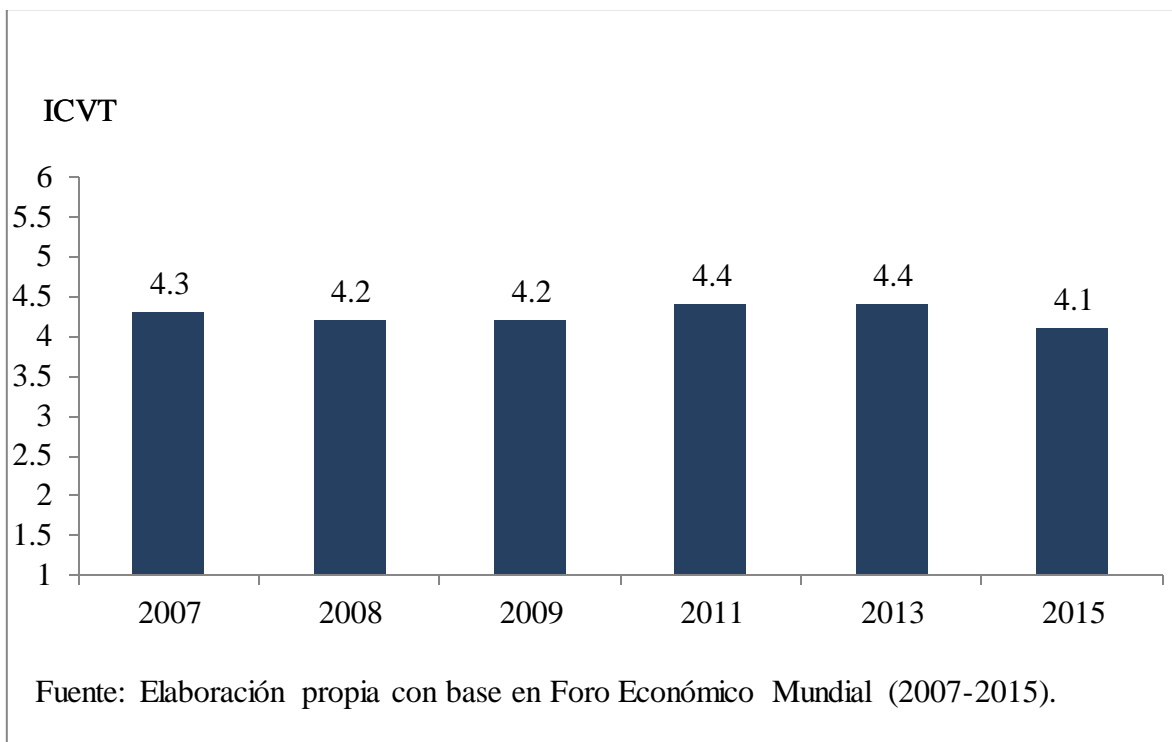
En la figura 39 se puede notar como el PIB de Turquía ha mantenido una tendencia de crecimiento durante los últimos años, exceptuando el año 2010 en el cual tuvo un decremento. Este indicador ha crecido en poco menos de trescientos mil millones de dólares desde al año 2007, hasta el año 2014 (Banco Mundial, 2015).

De acuerdo con el Instituto Estadístico de Turquía (2012), los principales gastos que hacen los viajeros que visitan ese país, son en comidas y bebidas, después en alojamiento, seguido por salud y relajación, transporte, deportes y cultura.

La contribución total de la industria turística de Turquía a su PIB fue de 12.3% en el año 2013. La contribución total de este sector al empleo en ese país, fue de 9.1% para el mismo año (Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2014 – 5).

Según la OMT (2014), Turquía es el sexto país más visitado del mundo, habiendo recibido 37.8 millones de visitantes en el año 2013, situándose debajo de China e Italia; y por encima de Alemania y Reino Unido.

Figura 40. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Turquía 2007-2015.



Como se puede observar en la figura 40 la competitividad turística (según del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del FEM) de Turquía disminuyó en el año 2008 y se mantuvo igual en el año 2009, sin embargo en 2011 aumentó en 0.2 puntos, y se mantuvo igual en 2013. En el año 2015, así como en la mayoría de los países, se puede observar una disminución más importante en este índice, llegando a 4.1 puntos en total.

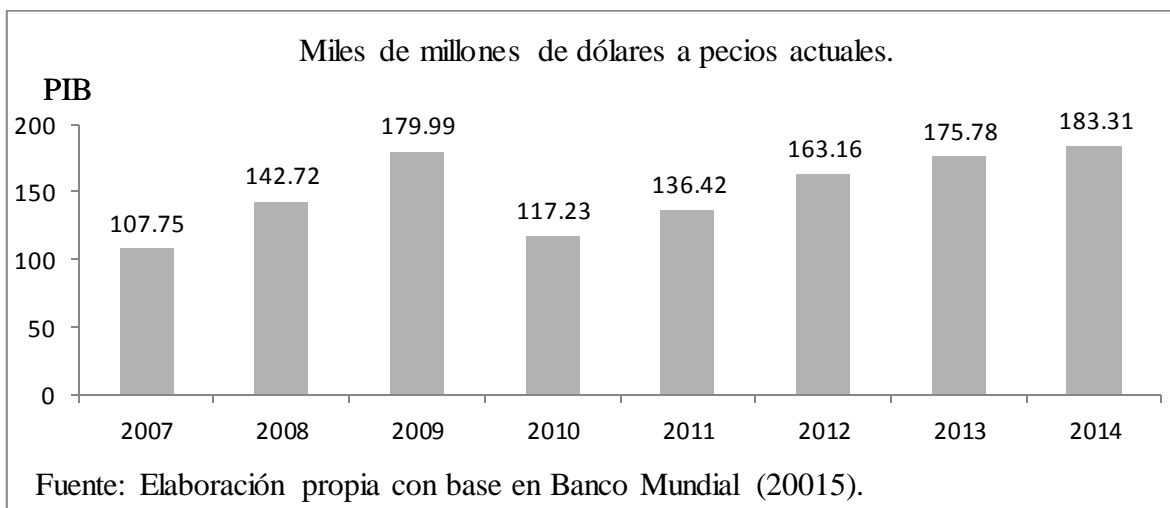
2.21 Ucrania.

Ucrania, país europeo, se encuentra ubicado en la zona este del continente. Colinda al norte con Bielorrusia; al este con Rusia; al sur con Rumania y Moldavia; y al oeste con Hungría, Eslovaquia y Polonia. Tiene salida al Mar Negro por su costa sur (Google Maps, 2015-20).

Según datos del Banco Mundial (2015), Ucrania tiene una superficie de 603,550 kilómetros cuadrados. Su población en 2013 era de 45,489,600 personas, disminuyendo a 45,362,900 en el año 2014. La densidad de población para el año 2014 fue de 78 personas por kilómetro cuadrado. Ucrania tiene una esperanza de vida al nacer de 71 años.

Es posible llegar a Ucrania por tierra, mediante autobuses y trenes provenientes de diversos países europeos; por mar, mediante barcos a través del Mar Negro; y por aire gracias a su infraestructura aérea (Visit Kiev Ukraine, 2015).

Figura 41. Comportamiento del PIB en Ucrania 2007-2014.



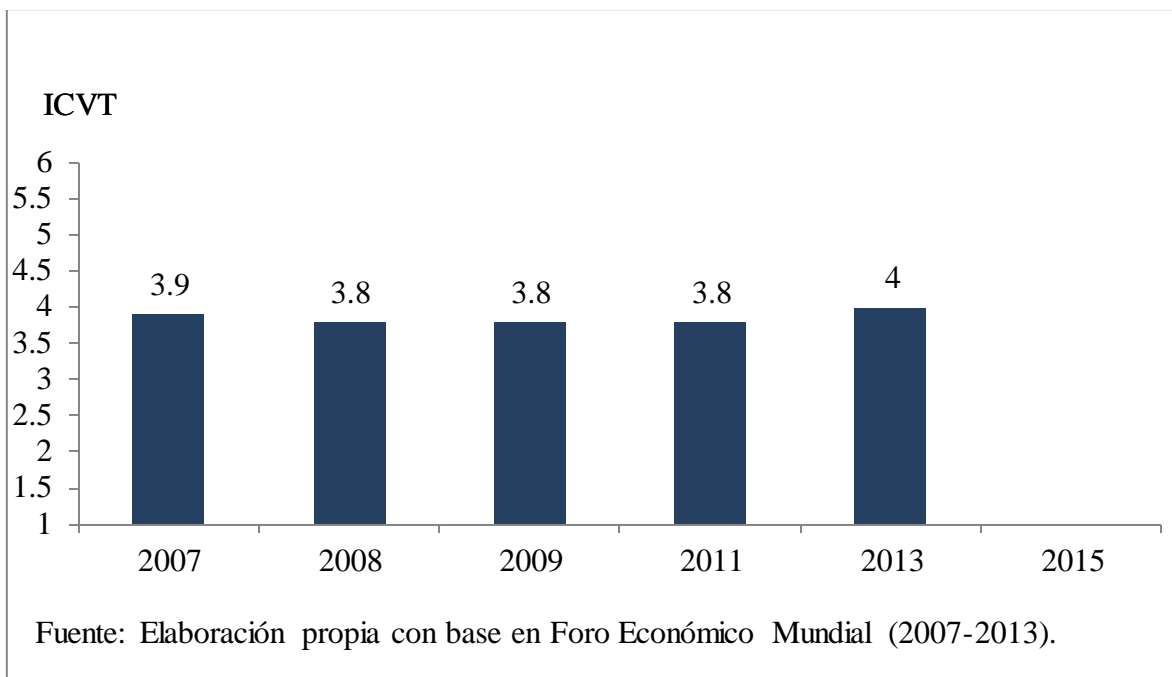
Observando la figura 41 se puede precisar que el PIB de Ucrania ha mantenido una tendencia de crecimiento durante los últimos años, exceptuando el año 2010 en el cual tuvo un decremento muy importante. Este indicador ha crecido poco menos de ochenta mil millones de dólares desde el año 2007, hasta el año 2014 (Banco Mundial, 2015).

La mayor parte de los visitantes que llegan a Ucrania son originarios de Rusia, República de Moldava, Bielorrusia, Polonia, Rumania, Hungría, Eslovaquia y Alemania, en ese orden (Visit Kiev Ukraine, 2015).

La contribución total de la industria turística de Ucrania a su PIB fue de 8.6% en el año 2013. La contribución total de este sector al empleo en ese país, fue de 7.7% para el mismo año (Consejo Mundial de Viajes y Turismo, 2014 – 6).

Según la OMT (2014), Ucrania es el décimo cuarto país más visitado del mundo, habiendo recibido 24.7 millones de visitantes en el año 2013, situándose debajo de Malasia y Austria; y por encima de México y Grecia.

Figura 42. Comportamiento del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) para Ucrania 2007-2015.



Como se puede observar en la figura 42 la competitividad turística (según del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del FEM) de Ucrania disminuyó en el año 2008 y se mantuvo igual en los años 2009 y 2011, para después crecer 0.2 puntos en el año 2013. En el año 2015, este índice no se calculó para Ucrania debido a la falta de datos que pudo encontrar el FEM (2015), por lo que se dejó este país fuera del reporte de dicho año.

En este capítulo se proporcionaron datos descriptivos sobre el turismo, competitividad turística y crecimiento económico de los países objeto de la investigación. Existen diferentes teorías y numerosos estudios empíricos que sugieren la manera en la que estas variables se relacionan. En el siguiente capítulo (III) se abordan teorías sobre el crecimiento económico, competitividad turística y actividad turística, así como se analizan estudios científicos que han relacionado estas variables.

CAPÍTULO III. TEORÍAS Y ESTUDIOS EMPÍRICOS.

3.1 Crecimiento económico.

Muchos han sido los autores interesados en estudiar el crecimiento económico, ya que, en palabras de Barro (2009), el crecimiento es probablemente el factor que por sí mismo tiene mayor influencia sobre el nivel de vida individual de las personas, por lo que entender los factores determinantes del crecimiento económico es básico para entender cómo aumentan los niveles de vida de la población, y de esta manera, reducir la pobreza mundial.

Según Barro (2009) el inicio de la teoría moderna del crecimiento es el artículo clásico de Ramsey (1928) que trata sobre la optimización en el tiempo del comportamiento de los hogares, esta teoría va más allá de su aplicación a la teoría del crecimiento, ya que en la actualidad es más fácil hablar sobre el consumo, precios de los activos, y del ciclo económico, si se hace referencia a estas aportaciones de optimización, sin embargo este enfoque fue aceptado hasta los años sesenta por la comunidad de investigadores de la economía.

Después de Ramsey (1928) otros autores crearon modelos de crecimiento económico como por ejemplo Domar (1946) y Harrod (1939), Solow y Swan (1956), Kuznets (1973), Cass y Koopmans. Sin embargo según Barro (2009), Romer (1987) fue el primero en incluir las variables de inversión y desarrollo y de competencia imperfecta, en un modelo de crecimiento económico.

Una de las diferencias más importantes entre las teorías de crecimiento económico de los sesenta, y de los noventa es que en los noventa se dio mucha importancia a las implicaciones empíricas y a la relación entre las teorías y los datos reales; en la teoría de los sesenta, se prestaba más importancia a la parte teórica. No obstante, los métodos aplicados siguen basándose en las teorías que se dieron en los años sesenta (Barro, 2009).

Las teorías y modelos que se habían propuesto hasta mediados de los años setenta, estaban basadas en el modelo de sustitución de las importaciones, la cual alentaba a las naciones a mejorar su capacidad manufacturera interna. Sin embargo desde mediados de los setenta, las políticas, estudios y modelos propuestos, cambiaron a un enfoque de crecimiento guiado por las exportaciones (Export-led Growth).

Según García (1996) la teoría convencional del comercio internacional plantea que las ganancias en términos de crecimiento económico, la apertura comercial, y la promoción de exportaciones, generan ganancias que se obtienen una sola vez, producto de una mayor eficiencia en la asignación de recursos y del aprovechamiento de las ventajas comparativas. Sin embargo, el mayor crecimiento económico que han alcanzado algunas naciones que se dedican a exportar, sugiere que las exportaciones tienen la capacidad de sostener trayectorias más elevadas de crecimiento.

El análisis sistemático del impacto de las exportaciones en el proceso de crecimiento económico, inicialmente comienza con Nurkse (1960), quién según García (1996) atribuye el éxito de ciertas economías en el siglo XIX al hecho de que participaran de forma importante en el comercio mundial. Sin embargo, muestra que el auge del comercio no fue el único factor de los casos de éxito de las naciones del siglo XIX, ya que había varios países (por ejemplo India) que aunque entraron en la dinámica del comercio mundial, no tuvieron tasas de crecimiento aceleradas como las de otros países; concluye que el crecimiento y el incremento de las exportaciones, son resultados del aumento de la competitividad de la economía (García, 1996).

En 1985, Balassa señala que “las exportaciones incrementan la productividad total de factores, a través de lograr la eficiencia productiva, la utilización de plena capacidad productiva, el aprovechamiento de las economías de escala y la asignación eficiente de los recursos”. Por este motivo, se genera una función de producción, en donde las exportaciones juegan un papel fundamental y están correlacionadas con la productividad total de los factores:

$$Y = F(K, L, X)$$

En donde Y es el PIB, K es el capital, L el trabajo y X las exportaciones.

Esfahani (1991) y Salvatore (1983) retoman el argumento de Kravis (1970) para saber si las exportaciones actúan como motor de crecimiento o sólo son acompañantes del proceso de crecimiento. Según García (1996), consideran más específicamente el efecto de las importaciones, especialmente de bienes intermedios y de capital, en el proceso de producción de países menos desarrollados, y después, las exportaciones aparecen como la

principal fuente de divisas. En este caso, las exportaciones permiten un crecimiento que depende en menor grado del ahorro externo.

En general, el modelo de *Export-led Growth* ha sido utilizado en múltiples trabajos de investigación, los cuales han aportado evidencia de que efectivamente hay una relación de dependencia y de causalidad entre las exportaciones y el crecimiento económico, y como según Sessa (1983), la actividad turística es una forma de exportación, es de esperarse que ésta sea un factor fundamental en el crecimiento económico de las naciones.

Durante los últimos años se ha desarrollado una hipótesis de crecimiento económico generado por la industria turística o Tourism-Led Growth Hypothesis (TLGH) la cual indica que la actividad turística internacional tiene un impacto positivo en el crecimiento económico de los países.

Existen por lo menos un centenar de trabajos empíricos que abordan este tema. Brida, Cortés-Jiménez y Pulina (2014) realizaron un análisis de 95 artículos empíricos que tratan de comprobar la TLGH para diferentes países utilizando distintas metodologías, algunos de estos trabajos son Durbarry (2004), Narayan (2004), Louca (2006), Brida y Risso (2009), Katircioglu (2010), Brida, et al. (2011), Cortés-Jiménez, et al (2011), Jackman (2012), Ahiawodzi (2013), Li, et al. (2013), Tang y Tan (2013), por mencionar algunos y concluyen en su trabajo que la hipótesis es aceptada en la mayoría de las ocasiones.

3.2 Competitividad.

La competitividad es un concepto muy complicado ya que no es totalmente objetivo, también tiene una fuerte carga de subjetividad y un carácter multidimensional. Por otra parte, la competitividad se puede aplicar a un amplio rango de entidades económicas, como puede ser una nación, región, municipio, sector económico, corporación, empresa o hasta un producto o servicio determinado (Sánchez y Fajardo, 2004).

Según Cárdenas (2001) el concepto de competitividad se puede ver desde dos puntos de vista, el macroeconómico y el microeconómico. En este sentido Romo y Abdel (2005) proponen una clasificación de la competitividad en varios niveles: competitividad de la empresa, de la industria, de la región y del país.

Desde el punto de vista microeconómico o de la empresa, “la competitividad es la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico” (Porter, 1990).

Definiendo a una industria como el conjunto de empresas que se dedican a actividades económicas similares, Romo y Abdel (2005) inferen que la competitividad industrial “es el resultado, en gran medida, de la competitividad de empresas individuales, pero al mismo tiempo la competitividad de las empresas se incrementa por el ambiente competitivo prevaleciente en la industria”.

Para definir a la competitividad de una región, Porter (2003) comienza por establecer que los *clusters* “son grupos geográficamente cercanos de compañías, proveedores, prestadores de servicios e instituciones relacionadas en un campo particular, que están interconectados y vinculados entre sí por aspectos comunes y complementarios” a partir de esta definición, Romo y Abdel (2005) mencionan que en opinión de Porter (2003) los *clusters* tienen el potencial de afectar de manera positiva la competitividad regional de tres maneras: incrementando la productividad de las empresas o industrias constituyentes, elevando la capacidad de innovación y por lo tanto, el crecimiento en la productividad y reduciendo los costos de transacción, lo que hace incrementar la productividad de las empresas o industrias constituyentes.

Desde el punto de vista macroeconómico o del país, “la competitividad es el grado en que una nación puede, bajo condiciones de mercado libres y equitativas, producir bienes y servicios que superan las pruebas de los mercados internacionales, manteniendo y aumentando, simultáneamente, los ingresos reales de sus habitantes a medio y largo plazo” (World Economic Fórum, 2011)

3.3 Competitividad turística.

Hablando de industria turística, la competitividad turística está definida como “la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta manera, el bienestar nacional, a través de la aplicación de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad,

integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social” (Ritchie y Crouch, 2000).

Otra definición de competitividad turística es “La capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores” (Hassan, 2000).

Hong (2009) define a la competitividad turística como “la capacidad de un destino para crear, integrar y ofrecer experiencias turísticas incluyendo productos de valor agregado y servicios importantes para los turistas”.

La Secretaría de Turismo Federal en México (SECTUR, 2001) define a la competitividad turística como “la capacidad de la industria turística de un país para alcanzar sus objetivos por encima del promedio de referencia del sector, de manera sostenida” por lo que ésta es la definición que se utilizará para los fines de esta investigación.

A través del tiempo han sido varios los autores y organizaciones que han dedicado su atención al estudio de la competitividad en el ramo turístico. La mayoría de estos estudios realizados se han centrado en el impacto del turismo, las cualidades que atraen a los turistas y la imagen de los destinos turísticos (Garau, 2007). Sin embargo los estudios sobre las variables o los factores que afectan a la competitividad turística, y su impacto, han sido pocos.

Un modelo conceptual de la competitividad de un destino turístico, mejor conocido como Modelo de la Competitividad de Calgary, fue creado por Crouch y Ritchie (1990). Ellos aseguran que para entender la competitividad de los destinos turísticos, es apropiado considerar dos elementos básicos que se encuentran dentro de ésta. Estos dos elementos son la ventaja comparativa y la ventaja competitiva.

Para la ventaja comparativa son de importancia los factores endógenos del destino turístico. Porter (1990) identifica cinco categorías principales, que son los recursos humanos, recursos físicos, recursos de conocimiento, recursos de capital y la infraestructura. En el contexto del turismo, a Crouch y Ritchie (1990) les parece apropiado incluir, además, los recursos culturales e históricos.

Mientras que la ventaja comparativa está constituida por los recursos que están disponibles en el destino turístico, la ventaja competitiva se refiere a la habilidad para utilizar esos recursos eficientemente en el largo plazo. Un destino que tiene visión turística, comparte esta visión con todas las partes involucradas, entiende tanto sus fuerzas como sus debilidades, desarrolla una apropiada estrategia de mercadotecnia y la implementa exitosamente, debería de ser más competitivo que un destino que no lo hace (Crouch y Ritchie, 1990).

Crouch y Ritchie (1990) hacen un ordenamiento de los factores del entorno que afectan a la competitividad turística, agrupándolos en cinco grupos, que son 1) recursos y atractivos, 2) factores y recursos complementarios, 3) política de planificación y desarrollo del destino, 4) dirección del destino y 5) determinantes limitadores y amplificadores de la competitividad. Todos estos están interrelacionados y son influenciados por el macroentorno y el microentorno.

Los propios autores de este modelo, manifiestan que el mismo es meramente conceptual, no es predictivo ni causal.

Dwyer y Kim (2003) en su modelo integrado de la competitividad del destino turístico, indican que para lograr una ventaja competitiva en la industria del turismo, los destinos turísticos deben asegurarse que todas las experiencias turísticas ofrecidas por ellos sean superiores a aquellas que pueden ser consideradas como alternativas para los visitantes potenciales.

“La competitividad del destino debe de estar relacionada con la habilidad del propio destino para entregar bienes y servicios que tengan mejor desempeño que los que entregan otros destinos, en aquellos aspectos de la experiencia turística que sean considerados importantes por los visitantes” (Dwyer y Kim, 2003).

En el modelo de (Dwyer y Kim, 2003) se consideran tres tipos de recursos: recursos heredados (naturales y culturales), recursos creados (infraestructura turística, rango de actividades, infraestructura de compras, entretenimiento y eventos especiales) y recursos de soporte (infraestructura general, calidad de los servicios, accesibilidad para llegar al destino, hospitalidad y vínculos de mercado). Estos recursos están influenciados por la gestión del

gobierno y la demanda. Todos unidos, conforman las principales variables que determinan el éxito de un destino turístico.

Enright y Newton en 2004 desarrollaron una aproximación a la competitividad del destino turístico. Este estudio trata de hacer una combinación de los factores que determinan la competitividad del destino, y los factores genéricos de competitividad económica, construyendo una encuesta que fue aplicada a personas que se encuentran dentro de la industria turística en Hong Kong.

Los autores lograron identificar las principales variables que afectan a la competitividad de Hong Kong, con respecto de sus competidores y de esta manera hacer conclusiones sobre cuáles son las medidas a tomar.

En la propuesta de Enright y Newton (2004), son utilizadas 52 variables, proveyendo un análisis empírico, cuantitativo basado en teorías, que proporciona la base para desarrollos estratégicos y formulación de políticas dentro de la industria del turismo. En este caso las variables que salen con una puntuación más alta dentro de la categoría de atractivos del destino son la cocina, seguridad, vida nocturna, atractivo visual y clima. Las que tienen una menor puntuación son la música y presentaciones, museos y galerías.

Dentro de las variables que impactan a la competitividad de la industria en general, las más altas fueron el potencial de mercado de China, accesos internacionales, el sistema financiero y bancario y las facilidades de comunicación. Las de menor impacto son la demanda local de mercado, apoyo para industrias relacionadas, competencia local honorable, costos relacionados con la propiedad y otros costos (Enright y Newton, 2004).

El monitor de competitividad del World, Travel and Tourism Council, desarrollado por Gooroochun y Sugiyarto (2005) propone una metodología innovadora para medir la competitividad de la industria turística en 200 países.

Gooroochun y Sugiyarto (2005) aseguran que la competitividad de los destinos turísticos es importante, especialmente cuando los países están buscando tener una mayor participación de mercado en esta industria. Al igual que Crouch y Ritchie (1990), indican que la competitividad es un concepto muy complejo que engloba varios aspectos que son difíciles

de medir. La propuesta que ellos presentan se basa en datos calculados anualmente por el Banco Mundial (BM) y las Naciones Unidas (ONU), esto con la finalidad de evitar la falta de datos disponibles en muchos países. De esta manera se pueden realizar estudios comparativos de competitividad turística entre diferentes naciones.

En este monitor de competitividad turística de Gooroochun y Sugiyarto (2005) se identifican ocho principales indicadores: 1) precio, 2) nivel de apertura, 3) tecnología, 4) infraestructura, 5) turismo humano, 6) desarrollo social, 7) medio ambiente y 8) recursos humanos.

Utilizando el análisis factorial confirmatorio, se identifica el peso de cada uno de estos indicadores. Descubriendo que el desarrollo social y la tecnología son los indicadores que tienen más peso en la competitividad turística, y que el turismo humano y los indicadores de medio ambiente son los que tienen el menor peso (Gooroochun y Sugiyarto, 2005).

Garau (2007) hace una propuesta interesante para medir la competitividad. Sugiere que se manejen dos índices: uno para medir la competitividad de la demanda y otro para medir la competitividad de la oferta.

Para determinar los factores que afectan a la competitividad de la demanda, se construye el Índice de Competitividad de la Demanda (ICTD) y lo calcula a partir de las opiniones de los clientes de la industria turística, utilizando encuestas en donde “los consumidores valoran aquellos factores más importantes que les han impulsado a viajar” (Garau, 2007).

El Índice de Competitividad de la Industria Turística (oferta) (ICIT) tiene dos componentes principales, que son el Índice de Competitividad Económica (ICE) y el Índice de Competitividad Sector Turístico (ICST).

EL ICE es el mismo que el Growth Competitiveness Index (GCI) elaborado anualmente por el FEM. Para elaborar el ICST se encuesta a personas dentro del sector empresarial, que destacan algunos de los factores más importantes para la competitividad desde el punto de vista de la oferta, como el buen acceso internacional, promoción del destino, innovación en la gestión medio ambiental, etc. Se visualiza la importancia y posición relativa de cada factor y de cada destino. Los índices para cada destino se obtienen por medio de la

sumatoria de multiplicar el peso de cada factor, por su valor y el número de factores (Garau, 2007).

Hong (2009) hace una propuesta diferente a las que se habían presentado hasta ese año para medir la competitividad del destino turístico. Él cree que es importante para las economías que dependen del turismo, desarrollar modelos que les permitan utilizar sus ventajas comparativas y convertirlas en ventajas competitivas.

Hong (2009) propone que la competitividad del destino turístico debe de estar compuesta por cuatro elementos: 1) las ventajas comparativas ricardianas, incluyendo las condiciones de los recursos naturales (ventajas comparativas exógenas) y el grado de cambio tecnológico (ventajas comparativas endógenas), 2) las ventajas competitivas (Porter, 1990) que explican el aumento del comercio entre países con dotaciones de factores similares, 3) la administración turística, proveyendo de educación de alta calidad para mejorar las ventajas comparativas y competitivas y 4) las condiciones medioambientales, incluyendo las condiciones ambientales locales y globales. Su modelo permite jerarquizar cada variable, en relevancia en su contribución a la competitividad del destino turístico (Hong, 2009).

El WEF (2013) propone el Índice de Competitividad Turística o TTCI por sus siglas en inglés (The Travel & Tourism Competitiveness Index) como medida de la competitividad turística de cada país. El TTCI se basa en tres categorías principales de variables que influyen en la competitividad turística. Estas categorías se resumen en tres subíndices: el primero es el marco regulatorio, el segundo es la infraestructura y el entorno empresarial y tercero son los recursos humanos, culturales y naturales.

El primer subíndice conjunta los elementos relacionados con la política y que se encuentran “bajo el amparo del gobierno”, el segundo subíndice contiene los elementos del entorno empresarial y la infraestructura "dura" de cada economía, y el tercer subíndice capta los elementos que se refieren a la dotación de recursos humanos, culturales y naturales de cada país (WEF, 2013).

Según el WEF (2013), cada uno de estos tres subíndices está compuesto por una serie de dimensiones, de las cuales hay 14 en total. Cada una de estas dimensiones está, a su vez, formada por un número de indicadores individuales. Estas dimensiones e indicadores son:

1. Reglas y regulaciones políticas. En donde se puede encontrar: prevalencia de propietarios externos, derechos de propiedad, impacto en los negocios de las reglas de IED (FDI), requerimientos de visa, transparencia en la creación de políticas del gobierno, número de días para empezar un negocio y costo de empezar un negocio.

2. Sustentabilidad ambiental. En donde se encuentran: rigor de las regulaciones ambientales, endurecimiento de las regulaciones ambientales, sustentabilidad en el desarrollo de la industria del turismo, emisiones de dióxido de carbono, concentración de partículas, porcentaje de especies amenazadas y ratificaciones de tratados ambientales.

3. Protección y seguridad. En donde se incluyen: costos del negocio por el crimen y la violencia, confiabilidad en los servicios policíacos, accidentes de carretera y costos de terrorismo para los negocios.

4. Salud e higiene. En donde se enmarcan: densidad de población, acceso a mejoras sanitarias, acceso a mejor agua bebible y número de camas en los hospitales.

5. Priorización del turismo. En donde se engloban: prioridad que tiene el gobierno en la industria turística, gasto del gobierno en turismo, efectividad de la mercadotecnia para atraer turistas, comprensión de los datos de turismo, líneas de tiempo de la industria turística.

6. Infraestructura de transporte aéreo. Que tiene como indicadores: calidad de la infraestructura aeroportuaria, asientos aéreos en vuelos nacionales, asientos aéreos en vuelos internacionales, salidas, número de aerolíneas que operan y red internacional de transporte aéreo.

7. Infraestructura de transporte terrestre. Engloba: calidad de las carreteras, calidad de la infraestructura ferroviaria, calidad de la infraestructura portuaria, calidad de la red de transporte carretero y densidad de carreteras.

8. Infraestructura turística. En donde se enmarcan: número de cuartos de hotel, presencia de empresas grandes de renta de autos y cajeros automáticos que aceptan tarjetas Visa.

9. Infraestructura de las tecnologías de la información. Cuyos indicadores son: tecnologías de la información para transacciones entre negocios, tecnologías de la información para transacciones entre negocio y consumidor, porcentaje de individuos que utilizan Internet, número de líneas de telefonía fija, suscripciones de Internet de banda ancha, suscripciones de telefonía celular y suscripciones de banda ancha móvil.

10. Competitividad de precios en la industria de turística. Que tiene como indicadores: impuestos de boletos de avión y cargos aeroportuarios, paridad de poder adquisitivo, precios de combustible, alcance de los impuestos y el índice de precios hoteleros.

11. Recursos humanos. En donde vienen contenidos: porcentaje de personas con educación primaria, porcentaje de personas con educación secundaria, calidad del sistema educativo, disponibilidad local de entrenamiento especializado, entrenamiento del personal, prácticas de contratación y despido, facilidad para la contratación de personal extranjero, prevalencia del VIH, impacto del VIH/SIDA en el negocio y expectativa de vida.

12. Afinidad por los viajes y el turismo. En donde se pueden identificar: apertura al turismo, actitud de la población hacia los visitantes extranjeros, extensión de los viajes de negocio recomendados y nivel de orientación al consumidor.

13. Recursos naturales. En donde se encuentran: número de sitios naturales patrimonio mundial, calidad del ambiente natural, total de especies conocidas, protección a la biodiversidad terrestre y áreas marinas protegidas.

14. Recursos culturales. Engloba: número de sitios patrimonio cultural de la humanidad, número de estadios deportivos, número de ferias y exhibiciones internacionales y exportaciones de las industrias creativas.

3.3.1 Consideraciones a los modelos de competitividad turística.

En el modelo de Crouch y Ritchie (1999) se pueden identificar algunas fortalezas y debilidades. Primero que nada, es una fortaleza que considere tanto los factores del entorno

en general, como aquellos que están relacionados con los factores de gestión, administración y organización de las empresas turísticas a nivel microeconómico.

Entre las debilidades que se identifican, los autores aceptan que es un modelo meramente descriptivo, por lo que no se pueden hacer inferencias de causalidad. Otra de sus desventajas es que existe la posibilidad de que muchos países no dispongan de la información que se requiere para medir gran parte de las variables que están involucradas. Tampoco tiene una metodología para identificar el orden de importancia que tienen las variables al momento de impactar en la competitividad de la industria turística. Además de todas estas desventajas, también se observa que es un modelo que va a ser difícil de operar, ya que incluye variables cualitativas que son difíciles de medir.

Del modelo de Dwyer y Kim (2003) se resaltan los tres tipos de recursos (heredados, creados y de soporte) como una posible manera de clasificar los recursos intervinientes en la competitividad turística. Es un modelo que puede ser de gran utilidad cuando se quiera comprar dos destinos turísticos ya sean locales o a nivel nación, pero tiene una desventaja muy grande, y ésta es que puede resultar muy laborioso el hecho de tener que levantar encuestas en cada uno de los destinos turísticos que se quieran comparar. Por otra parte los autores destacan que es necesario un mayor conocimiento de las motivaciones de los turistas, para que de esta manera se puedan conocer las motivaciones que son determinantes a la hora de decidir un destino, y así poder darle un orden de importancia a cada una de las variables que pueden impactar a la competitividad turística.

El modelo de Enright y Newton (2004) es un estudio de la competitividad desde el punto de vista de la oferta. Es el primer estudio que aborda la competitividad turística desde el lado de la oferta. Sin embargo es muy clara una limitación al saber que sirve únicamente para comparar un país con el resto de sus competidores, y no con otro país específico.

A diferencia del modelo de Enright y Newton, el modelo de Gooroochun y Sugiyarto (2005) permite hacer una comparación entre diferentes países, ya sean dos o doscientos. Sin embargo al basarse en datos que no están directamente relacionados con el turismo, es posible que los resultados que se obtengan al aplicar este modelo, no sean reales. De hecho

esto lo menciona Garau (2007) al decir que los países señalados por Enright y Newton como los más competitivos, no figuran en la lista de los países más visitados del mundo.

La propuesta que hace Garau (2007) de dos índices, explica la competitividad turística desde dos lados: 1) el punto de vista de los consumidores de servicios turísticos (demanda), y 2) el punto de las empresas involucradas en el sector turismo (oferta). Sin embargo dentro de su metodología se encuentra la aplicación de encuestas tanto a turistas como a personas involucradas en las empresas turísticas, elementos que requieren de un amplio trabajo de campo.

El modelo de Hong (2009) permite darle un orden por importancia a cada una de las variables que afectan a la competitividad, y toma en cuenta tanto a las ventajas comparativas como a las ventajas competitivas. Es un modelo con el cual se pueden comparar varios países, si la información está disponible para ellos. Sin embargo si no hay información disponible en los países, no se puede utilizar.

El Índice de competitividad turística y de viajes del WEF (2013) es un índice utilizado por muchas organizaciones y por muchos investigadores, sin embargo se encuentran diferencias en el uso de las diversas dimensiones. En algunas investigaciones no se toman en cuenta todas las dimensiones que están propuestas. Esto se decide de acuerdo a la situación particular de cada país. Es un índice que se calcula a partir de indicadores cuantitativos, por lo que su análisis es generalmente aceptado por la comunidad científica.

El Índice de competitividad turística y de viajes del WEF es el modelo utilizado para completar los objetivos de esta investigación.

3.4 Turismo y crecimiento económico.

La generación de divisas y el crecimiento económico basado en nuevos sectores (con la creación de nuevos puestos de trabajo) son dos de los efectos potenciales más importantes del desarrollo del sector turístico en una economía (Gibson, 1993). Como generador de divisas, el sector turístico es claramente exportador, aunque un sector de exportación no tradicional debido a que “el turismo exporta hombres, no mercancías” (Sessa, 1983).

Altimira (2007) plantea un análisis teórico en donde utiliza al turismo y su impacto en el crecimiento económico de un país para una economía globalizada, enfatizando las etapas del desarrollo sostenible. Se menciona que con el fin de identificar los beneficios netos del turismo en una economía, en términos de crecimiento económico y desarrollo sustentable es fundamental contar con una medición adecuada de las variables del turismo, por lo que es necesaria una medición econométrica del turismo. Afirma que el desarrollo económico debe ir de la mano con un turismo sustentable, ya que el turismo afecta a la mayoría de los sectores comerciales de un país. Concluye que la competitividad del sector es la que garantizará a largo plazo destinos turísticos atractivos, generando una demanda con niveles de gastos altos, de esta manera se va a generar un efecto multiplicador del turismo, que va a crear crecimiento económico, y este será sustentable solo si las bases en las cuales se apoyan, respetan y protegen los recursos naturales, culturales, históricos y valores nacionales.

La Junta de Comercio y Desarrollo (2013) le atribuye al turismo, el potencial de generar crecimiento económico y reducción de la pobreza, haciendo un uso estratégico de éste para que la derrama económica se multiplique hacia adelante y hacia atrás en la cadena de producción de servicios turísticos, beneficiando de esta manera a la mayor cantidad de personas posibles. Hay que tomar en cuenta que es muy importante conservar tanto los recursos naturales como los patrimonios culturales, ya que éstos corren peligro de daño siempre que el turismo aumenta, entonces si se quiere generar un desarrollo sostenible, deben de crearse políticas rigurosas que los protejan.

Un claro ejemplo de las políticas y estrategias que propone la Junta de Comercio y Desarrollo (2013), se encuentra en el trabajo realizado por el Centro Nacional de Competitividad (2011) de Panamá, en donde se logra mostrar que la actividad turística internacional tiene un impacto positivo significativo y cada vez mayor en el PIB de ese país. Aunado a esto, se hace la conclusión de que es importante proteger las áreas naturales y los patrimonios culturales ya que son una parte fundamental de la fuente del turismo en ese país. También es necesario, según ellos, formar cadenas de eslabones que permitan que los beneficios de la actividad turística lleguen hacia la población más pobre en el ámbito rural y urbano.

Aguayo, et al. (2001) muestran la importancia del turismo y de la industria manufacturera como variables relevantes en la explicación del valor añadido regional. Estudiando ambas

variables en España para el periodo 1976 - 1995. Los autores proveen de un panorama sobre la situación tanto de la industria manufacturera como del turismo en España durante los años a los que se refiere la investigación, además de algunas estadísticas sobre pernoctaciones en hoteles en las diferentes regiones de ese país. Se realiza una corrida econométrica con un modelo que consta de seis ecuaciones para explicar las seis variables que ellos manejan, se utiliza la metodología de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO). Se concluye que la actividad turística internacional por sí misma no representa un factor decisivo en el crecimiento económico de España, sino que tiene que venir acompañada por la industria manufacturera para poder influir positivamente en el crecimiento. Por las fechas en las que se realizó esta investigación, podría esperarse que los resultados en el tiempo actual, sean diferentes.

En 2008, Brida, et al, analizan la contribución que tiene el turismo al crecimiento económico en EE.UU., España, Francia, Italia y Reino Unido, a través de la metodología propuesta por Ivanov y Webster en 2007, en dónde se utiliza el crecimiento económico de un país mediante la tasa de crecimiento del PIB real per cápita. Se mide la variación del PIB real per cápita producida por el sector turístico, calculando el porcentaje de cambio del producto debido al sector turístico de un periodo al siguiente. Se utiliza el modelo del equilibrio general computable (CGE).

Los resultados muestran que el mayor dinamismo y contribución al crecimiento económico de las actividades turísticas se registra en Italia y en Reino Unido, por lo que resalta la importancia de un sector turístico desarrollado, y de una buena integración del mismo al conjunto de actividades económicas.

Los mismos autores, en el año 2009 utilizan una prueba de raíz unitaria y de correlación para determinar la relación que existe entre ambas variables en Colombia. Se encuentra que hay una relación positiva entre el gasto en turismo y el crecimiento del PIB per cápita real. Utilizando la prueba de causalidad de Granger se advierte que la dirección va desde el gasto en turismo hacia el crecimiento económico.

Brida, et al. (2010) estudian las relaciones entre turismo, desarrollo y crecimiento económico en Antioquía bajo dos perspectivas. En primer lugar, cuantificando la contribución del sector

turismo al crecimiento de la economía antioqueña desde principio de los noventas hasta el año 2005. Este análisis se complementa con un estudio de la importancia que tiene el sector turismo en el crecimiento de largo plazo de la economía antioqueña. Para esto se recurre a las técnicas de cointegración desarrolladas por Johansen, y a la estimación de modelos con mecanismos de corrección del error, además de la prueba de causalidad de Granger. Dentro de los resultados obtenidos se advierte que el turismo depende estrechamente del resto de la economía. Todo indica que para esta región, la relación de causalidad es esa. Siendo la región antioqueña un polo de turismo de negocios, depende proporcionalmente del desarrollo de los principales sectores que influyen la economía regional.

Además de tomar en cuenta el tipo de destino turístico en el que se está trabajando, es necesario considerar que no todos los factores o dimensiones que afectan a la competitividad turística, generan crecimiento económico en la misma magnitud, eso lo dejan en claro Pulido y Sánchez (2010) establecer que aunque existe una relación entre la competitividad turística, que afecta al crecimiento turístico del destino y este a su vez impulsa el desarrollo o crecimiento económico del país, es posible que en algunos países, las dimensiones de la competitividad turística que generan este crecimiento, sean diferentes que las de otros países, por lo que cada país debe enfocarse en los factores o las dimensiones que tienen más capacidad de generar este crecimiento.

En 2011 Brida, et al, confirman que el sector turístico dentro de las cinco regiones más importantes de Colombia tiene una relación de cointegración con el crecimiento económico, lo que le da más validez a la hipótesis de que las actividades turísticas además de verse afectadas por la competitividad turística del destino, contribuyen al crecimiento económico de los países.

Figuroa et al. (2014) para identificar la importancia del turismo en el crecimiento económico de México utilizan datos de fácil acceso y trabajan con ellos para concluir que si existe una relación entre las dos variables, pero que además también es importante considerar al tipo de cambio como un factor interviniente, ya que si éste aumenta, también lo harán los ingresos por servicios turísticos.

En general puede afirmarse que la relación existente entre la actividad turística y el crecimiento económico es un tema que ha sido bastante estudiado, y que es aceptado por la mayoría de los investigadores. Se pueden identificar por lo menos un centenar de trabajos empíricos que estudian esta relación mediante una hipótesis denominada “*Tourism-led Growth Hypothesis*” (TLGH), la cual, según Brida, et al. (2014) es una hipótesis derivada de la hipótesis de crecimiento en base a exportaciones (*Export-led Growth Hypothesis*).

Brida, et al. (2014) hicieron una revisión de más de cien trabajos empíricos sobre la relación que hay entre la actividad turística y el crecimiento económico. Estos trabajos emplean diferentes metodologías y están realizados en diferentes países, en algunos se estudian incluso a grupos de países. La conclusión a la que llegan los autores es que TLGH está confirmada en la mayoría de los casos analizados, por lo que podría decirse que la hipótesis ha sido validada.

En este capítulo se analizaron teorías y trabajos empíricos sobre la relación que existe entre el turismo, su competitividad y el crecimiento económico. En el siguiente capítulo (IV) se explica la propuesta de modelo econométrico que se utiliza en la presente investigación para estudiar la relación entre competitividad turística y crecimiento económico.

CAPÍTULO IV. MODELOS ECONOMETRÍCOS.

Según Gujarati (2010) una base de datos panel integra información para varios individuos a lo largo del tiempo y tiene dos dimensiones:

- Corte transversal: muestra de N individuos en cada $t = 1, \dots, T$.
- Corte longitudinal: series de T periodos para cada $i = 1, \dots, N$.

La presente investigación tiene una base de datos que está dispuesta en forma de panel ya que incluye información para veinte países (individuos) a lo largo del tiempo (2007-2015).

Se pretende identificar la diferencia en el impacto de la variable explicatoria (competitividad turística) en la variable dependiente (crecimiento económico), para países que tienen desarrollo muy alto y países que tienen desarrollo alto, por lo tanto es necesario crear dos paneles (uno para los países de estudio con desarrollo muy alto, y otro para los países de estudio con desarrollo alto). Cada uno de los paneles queda conformado por las siguientes dos dimensiones:

- Corte transversal: muestra de 10 individuos en cada $t = 2007, \dots, 2015$.
- Corte longitudinal: series de 5 periodos (bianual) para cada $i = 1, \dots, 10$.

En los trabajos empíricos revisados no existía algún modelo que incluyera únicamente a la variable competitividad turística y a la variable crecimiento económico, por lo tanto para revisar la relación que existe entre ambas variables, se consideró un modelo en donde la variable dependiente es crecimiento económico (representada por el PIB turístico de los países) y las variables independientes son competitividad turística (representada por el ICVT) y actividad turística (representada por las VISITAS).

El modelo econométrico utilizado para los fines de esta investigación es el siguiente:

$$Y_{it} = \beta_0 + X_{it}\beta_1 + Z_{it}\beta_2 + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

En donde y_{it} representa al crecimiento económico, X_{it} es la competitividad turística, Z_{it} son las visitas turísticas y ε_{it} son los residuos.

Según Gujarati (2010) cuando los datos de una investigación están dispuestos en forma de panel, pueden tomarse dos vías diferentes para realizar estimaciones sobre el modelo:

- Regresión en *pool data* o de datos agrupados.
- Regresiones de datos anidados.

4.1 Regresión en *pool data* o de datos agrupados.

Gujarati (2010) explica que esta vía consiste en tomar las observaciones de todos los países y estimar una “gran” regresión sin atender a la naturaleza transversal ni temporal de los datos. Es decir que no importa el orden de los datos, el tiempo del que fueron tomados, ni el país al que describen.

Según Wooldridge (2009), para este caso, la estructura de panel en los datos no cambia la forma en la que se estima β , por lo que es posible utilizar un modelo lineal común de MCO. Sin embargo, utilizar esta vía para realizar estimaciones sobre el modelo implica la necesidad de hacer supuestos “muy fuertes” como el hecho de eliminar la heterogeneidad inobservable del modelo:

$$Y_{it} = X_{it}\beta_1 + Z_{it}\beta_2 + u_{it} \quad (2)$$

En dónde $i = 1, \dots, N$, $t = 1, \dots, T$ y $u_{it} = \mu_i + \delta_t + \varepsilon_{it}$

Wooldridge (2009) explica que el término aleatorio del modelo incluye tres componentes, que representan fuentes de variabilidad no observable. Para que la estimación por esta vía sea adecuada, se tiene que suponer que $\delta_t = 0$ y que $\mu_i = 0$, lo cual deja fuera del modelo la variabilidad temporal y la variabilidad por país.

El término aleatorio queda reducido a ε_{it} que debería de satisfacer todos los supuestos clásicos, sin embargo Gujarati (2010) afirma que la individualidad de cada sujeto se subsume en el término de variabilidad ε_{it} , en consecuencia es muy probable que el error esté correlacionado con la variable explicativa por lo que los coeficientes estimados pueden estar sesgados, además de ser inconsistentes.

Otra desventaja de este método, según Gujarati (2010) es que agrupar las observaciones en su totalidad significa suponer que los coeficientes de regresión son iguales para todos los países, es decir que no hay distinciones entre ellos, o sea que un país es tan bueno como otro, supuesto que en la realidad es muy difícil de sustentar.

En otras palabras, lo que justifica utilizar este método de estimación es la ausencia de heterogeneidad inobservable, sin embargo en este caso no se puede asegurar que no existan factores externos al modelo que afecten el comportamiento de la variable dependiente “Crecimiento Económico”, por lo que se tiene que buscar otro método de estimación, más específicamente regresiones de datos anidados.

4.2 Regresiones de datos anidados.

De acuerdo con Gujarati (2010), en un modelo de datos panel, si no se disponen de todas las variables de influencia o explicativas, entonces $Cov(X_{it}, \varepsilon_{it}) \neq 0$, es decir que los residuos no son independientes de las observaciones, por lo que MCO estará sesgado.

$$Y_{it} = X_{it}\beta_1 + Z_{it}\beta_2 + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

El modelo (3) no cuenta con todas las variables que tienen influencia en y_{it} ya que el crecimiento económico no depende únicamente de una variable, sino que al contrario, es influenciado por múltiples variables; y la hipótesis de *Tourism Led Growth* es sólo una de ellas.

Para Wooldridge (2009), este problema en la especificación del modelo puede solucionarse utilizando una regresión de datos anidados: efectos fijos y efectos aleatorios.

4.2.1 Modelo de efectos fijos

El modelo de efectos fijos supone que el modelo a estimar ahora es:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + Z_{it}\beta_3 + u_{it} \quad (4)$$

Donde $\beta_1 = \alpha + v_i$, el cual, reemplazado en (2) queda:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_2 X_{it} + Z_{it}\beta_3 + v_i + u_{it} \quad (5)$$

Lo que quiere decir que el error (ε_{it}) puede descomponerse en una parte fija, constante para cada individuo (v_i) y otra aleatoria que cumple con los requisitos de MCO (u_{it}). Por lo tanto $\varepsilon_{it} = v_i + u_{it}$, lo que según Wooldridge (2009) es equivalente a obtener una tendencia general por regresión, dando a cada individuo un punto de origen (ordenada de origen) distinto y esta operación puede realizarse de dos formas:

1. Transformación *within*, en donde partiendo del modelo con efectos fijos (5) se calcula el promedio a lo largo de los T periodos, considerando que α y v_i son componentes constantes en el tiempo (ordenada al origen):

$$\bar{Y}_i = \alpha + \beta_2 \bar{X}_i + \bar{Z}_i \beta_3 + v_i + \bar{u}_i \quad (6)$$

El cual, restado del modelo original (5):

$$Y - \bar{Y}_i = (\alpha - \alpha) + \beta_2 (X_{it} - \bar{X}_i) + \beta_3 (Z_{it} - \bar{Z}_i) + (v_i - v_i) + (u_{it} - \bar{u}_i)$$

Da como resultado:

$$Y_{it} = \beta_2 X_{it} + Z_{it} \beta_3 + U_{it} \quad (7)$$

En donde:

$$\begin{aligned} Y_{it} &= Y - \bar{Y} \\ \beta_2 X_{it} &= \beta_2 (X_{it} - \bar{X}_i) \\ Z_{it} \beta_3 &= \beta_3 (Z_{it} - \bar{Z}_i) \\ U_{it} &= (u_{it} - \bar{u}_i) \end{aligned}$$

Recordando que Y_{it} representa al crecimiento económico, X_{it} a la competitividad turística, Z_{it} a las actividad turística y u_{it} representa a los residuos.

Para el caso del modelo *within*, Marchionni (2015) señala que las variables están expresadas en desvíos, es decir que capturan variaciones en el tiempo para cada individuo; se elimina el componente de heterogeneidad inobservable, que es fuente potencial de sesgo, y también se elimina cualquier otro componente de X constante en el tiempo (como la ordenada al origen), ya que el modelo *within* no permite estimar el efecto de variables constantes en el tiempo.

2. La segunda forma, según Wooldridge (2009), de realizar la operación, es introduciendo una variable *dummy* por cada país (individuo), eliminando una de ellas por motivos estadísticos. Para este caso, Marchionni (2015) explica lo siguiente:

Si se supone que μ_i es un valor fijo en el tiempo, se puede interpretar que el modelo es lineal, donde cada país (i) tiene su propia ordenada al origen:

$$Y_{it} = \underbrace{\beta_1 + \mu_i}_{\text{constante}} + \beta_2 X_{2,it} + \beta_3 Z_{it} + \dots + \beta_k X_{k,it} + u_{it} \quad (8)$$

Lo cual equivale a incluir una variable *dummy* por cada país (N-1 para evitar multicolinealidad perfecta con la constante). Es importante notar que las μ_i pasaron a ser parámetros a estimar.

En notación matricial, según Marchionni (2015) se podría decir que:

$$Y = X\beta + D\mu + u$$

Las variables *dummy* por país (i) en la base de datos quedan de la siguiente manera:

Tabla 3. Acomodo de variables *dummy* para Efecto Fijos.

		$X_{NT \times K}$		$D_{NT \times (N-1)}$			
i	t	cons.	X	d1	d2	...	d9
1	1	1	$x_{1,1}$	1	0	0	0
1	2	1	$x_{1,2}$	1	0	0	0
1	3	1	$x_{1,3}$	1	0	0	0
1	4	1	$x_{1,4}$	1	0	0	0
1	5	1	$x_{1,5}$	1	0	0	0
2	1	1	$x_{2,1}$	0	1	0	0
2	2	1	$x_{2,2}$	0	1	0	0
2	3	1	$x_{2,3}$	0	1	0	0
2	4	1	$x_{2,4}$	0	1	0	0
2	5	1	$x_{2,5}$	0	1	0	0
...
9	1	1	$x_{9,1}$	0	0	0	1
9	2	1	$x_{9,2}$	0	0	0	1
9	3	1	$x_{9,3}$	0	0	0	1
9	4	1	$x_{9,4}$	0	0	0	1
9	5	1	$x_{9,5}$	0	0	0	1
10	1	1	$x_{10,1}$	0	0	0	0
10	2	1	$x_{10,2}$	0	0	0	0
10	3	1	$x_{10,3}$	0	0	0	0
10	4	1	$x_{10,4}$	0	0	0	0
10	5	1	$x_{10,5}$	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia con base en Marchionni (2015).

Cuando D es una matriz $(N \times T) \times (N - 1)$ en donde en las $(N \times T)$ filas están las observaciones apiladas por país, previamente ordenadas en el tiempo, y en las columnas las $(N - 1)$ variables binarias, una por cada país menos el “país base”.

$$NT \times (N - 1) = \begin{bmatrix} 1_T & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & 1_T & \cdots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \cdots & 1_T \\ 0 & 0 & 0 & 0 \end{bmatrix}$$

En dónde:

$$1_T = \begin{bmatrix} 1 \\ 1 \\ \vdots \\ 1 \end{bmatrix}$$

Por lo tanto:

$$D\mu = \begin{bmatrix} \mu_{1,T} & 0 & \cdots & 0 \\ 0 & \mu_{2,T} & \cdots & 0 \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ 0 & 0 & \cdots & \mu_{9,T} \\ 0 & 0 & 0 & 0 \end{bmatrix}$$

En dónde:

$$\mu_{i,T} = \begin{bmatrix} \mu_i \\ \mu_i \\ \vdots \\ \mu_i \end{bmatrix}$$

Entonces, siguiendo a Marchionni (2015), el modelo de efectos fijos con variables *dummy* viene dado por:

$$Y = X\beta + D\mu + \varepsilon = \tilde{X}\theta + \varepsilon \quad (9)$$

Donde $\tilde{X} = [X \ D]$ y $\theta = \begin{bmatrix} \beta \\ \mu \end{bmatrix}$

El estimador de efectos fijos (EF) está dado por:

$$\hat{\theta}_{EF} = \begin{bmatrix} \hat{\beta}_{EF} \\ \hat{\mu}_{EF} \end{bmatrix} = (\tilde{X}'\tilde{X})^{-1}\tilde{X}'Y$$

El estimador EF es el estimador de MCO del modelo con variables *dummy* por individuo (Gujarati, 2010).

4.2.2 Modelo de efectos aleatorios

Esto método, responde a la necesidad, según Gujarati (2010), de reflejar la ignorancia (que suponen las variables dicótomas o *dummy*) mediante el término de perturbación en el modelo.

$$Y_{it} = \beta_{1i} + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + u_{it} \quad (10)$$

En dónde, siguiendo a Gujarati (2010), se supone que β_{1i} no es fija, es una variable aleatoria con media igual a β_1 , por lo que el valor del intercepto para un país individual se expresa como:

$$\beta_{1i} = \beta_1 + \varepsilon_i \quad (11)$$

En dónde ε_i es un término de error aleatorio con media igual a cero y varianza igual a σ_ε^2 .

Lo que se afirma con esta expresión es que los 10 países con desarrollo muy alto, y los 10 países con desarrollo alto que están considerados en la muestra, pertenecen a un universo que es mucho más grande. Además de que para el intercepto, tienen un término medio de β_1 y que existen diferencias en los valores que toma el intercepto de cada país, que están contenidas en el término de error ε_i .

Siguiendo a Gujarati (2010), se sustituye (11) en (10), de donde resulta:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + \varepsilon_i + u_{it} \quad (12)$$

Que es lo mismo que:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + \omega_{it} \quad (13)$$

En dónde $\omega_{it} = \varepsilon_i + u_{it}$

Según Gujarati (2010), el hecho de que ω_{it} comparta el mismo ε_i en distintos momentos del tiempo, genera autocorrelación del término aleatorio del modelo de efectos aleatorios, por lo que MCO es insesgado pero no eficiente. Entonces el Mejor Estimador Lineal Insesgado

(MELI) del modelo de efectos aleatorios es el estimador de Mínimos Cuadrados Generalizados (MCG).

4.3 Pruebas de raíz unitaria.

Los modelos ADF utilizados en esta investigación para las pruebas de raíz unitaria son los siguientes:

- Modelo sin intercepto ni tendencia:

$$\Delta Y_t = \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

- Modelo con intercepto:

$$\Delta Y_t = \beta_1 + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

- Modelo con intercepto y tendencia:

$$\Delta Y_t = \beta_1 + \beta_2 t + \delta Y_{t-1} + \sum_{i=1}^m \alpha_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

En donde Y_t representa en un caso a la serie ICVT, en otro caso a la serie PIBTUR y en el otro a la serie VISITAS, β_1 representa al intercepto, t es la variable de tiempo o de tendencia, $\delta = (\rho - 1)$ y $\Delta Y_{t-1} = (Y_{t-1} - Y_{t-2})$, $\Delta Y_{t-2} = (Y_{t-2} - Y_{t-3})$, etc.

En este capítulo se abordaron los modelos econométricos empleados para la presente investigación, en el siguiente capítulo se presentan de los resultados obtenidos de las pruebas que se realizaron de acuerdo a la composición de los modelos econométricos vistos en este capítulo.

CAPÍTULO V. RESULTADOS.

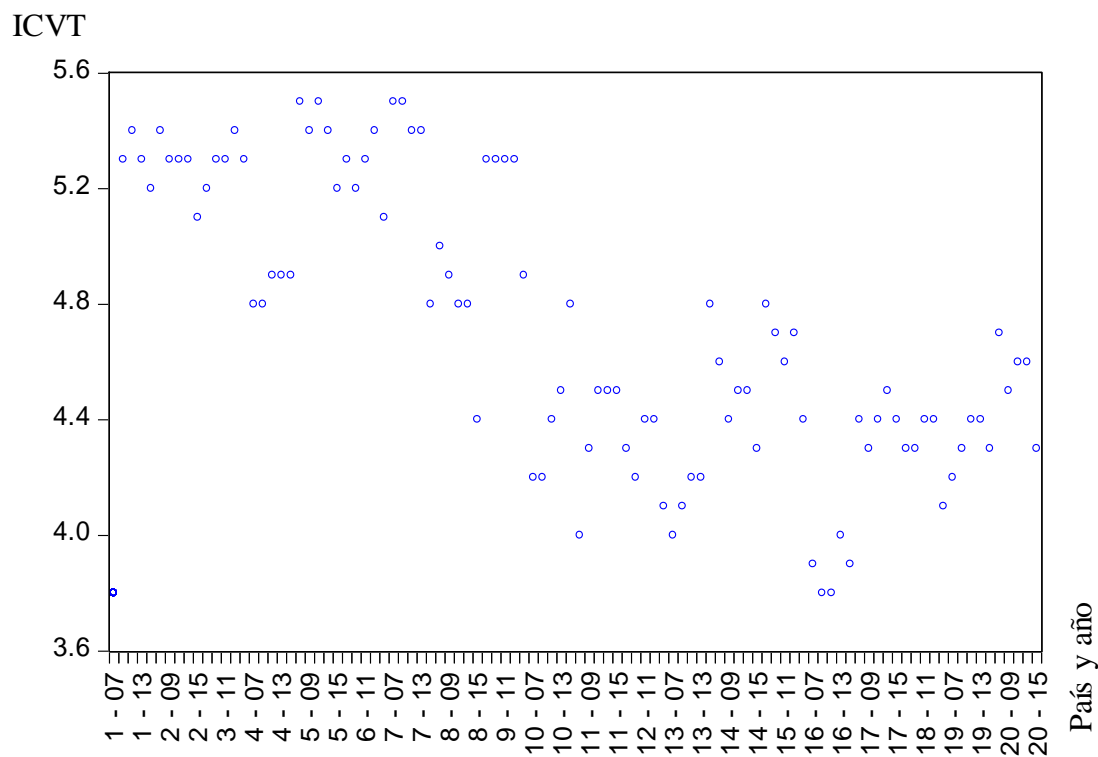
En este capítulo se exponen los resultados obtenidos de las pruebas realizadas a los datos pertinentes en la presente investigación. Se comienza por presentar los resultados de las pruebas de raíz unitaria, a continuación se presentan los resultados de las pruebas MCO y MCG para los casos de datos agrupados y anidados.

5.1 Resultados de las pruebas de raíz unitaria.

Los resultados de las pruebas de raíz unitaria realizados al panel de datos objeto de esta investigación se presentan a continuación. Las pruebas realizadas fueron ADF tipo Fisher y Levin-Lin-Chu (LLC). Es pertinente mencionar que las pruebas se realizaron a todos los datos de los países, sin clasificarlos de acuerdo a su IDH, y que los datos fueron introducidos en forma de logaritmos. El criterio de información utilizado para definir el número de rezagos fue el Criterio de Información de Schwarz.

Figura 43. Gráfica de puntos con los valores del ICVT.

20 países, datos bi-anales 2007-2015 expresados en logaritmos.



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.

Como se puede observar en la figura 43, el ICVT para la mayoría de los países no muestra una tendencia marcada en cada caso, en algunos de los países se mantiene estable, en otros descende y en otros aumenta al pasar el tiempo, hay algunos países en los que ha descendido y luego aumentado. La gráfica en general se podría confundir leyéndola de izquierda a derecha apreciando falsamente una tendencia negativa en el ICVT, sin embargo hay que mencionar que esto se da porque los países que tienen IDH muy alto están en el lado izquierdo de la gráfica y los países que tienen IDH alto se encuentran en la sección derecha de la gráfica. De esta manera es posible también apreciar que aparentemente los países que tienen un IDH muy alto, presentan niveles altos de ICVT en comparación con los países que tienen IDH alto y presentan, en su mayoría, un nivel menor de ICVT.

Tabla 4. Resultados de pruebas de raíz unitaria para el ICVT.

Niveles			
Prueba	Intercepto	Intercepto y tendencia	Sin intercepto ni tendencia
LLC	-17.6240*	-94.2094*	-0.39044
ADF-Fisher chi-cuadrada	46.6281	44.7926	37.8357
ADF-Choi estadístico Z	0.26689	0.79062	0.20835
Logaritmos			
Prueba	Intercepto	Intercepto y tendencia	Sin intercepto ni tendencia
LLC	-77.3818*	Obs.	-18.2178*
ADF-Fisher chi-cuadrada	60.7928*	Obs.	85.7152*
ADF-Choi estadístico Z	-1.87045*	Obs.	-4.52016*
*Rechazo de hipótesis nula al 5%			
Obs. La cantidad de observaciones en el estudio no es suficiente para realizar la prueba.			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.			

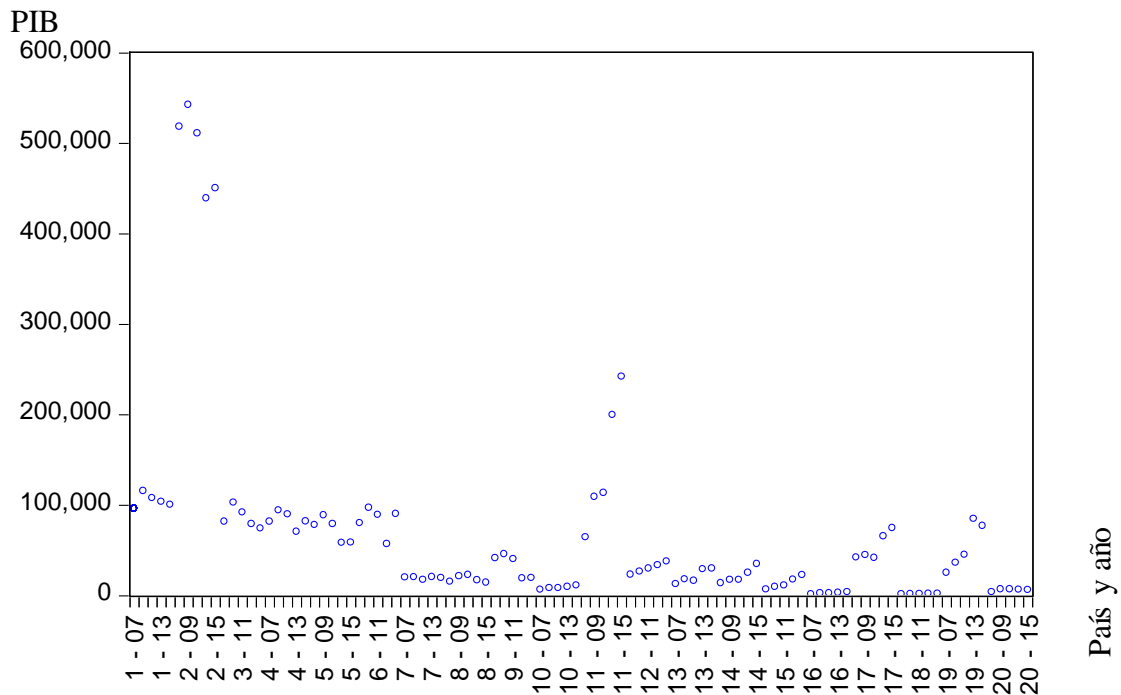
Como se puede observar en la tabla 4 para la serie ICVT en los niveles únicamente se rechazan las hipótesis nulas de raíz unitaria común de las pruebas LLC cuando se prueba el modelo con intercepto, además de con intercepto y tendencia. Sin embargo para LCC sin intercepto ni tendencia, no se puede rechazar la hipótesis nula de raíz unitaria común. En las pruebas ADF tipo Fisher y Choi, no se puede rechazar ninguna de las hipótesis nulas de

raíces unitarias individuales para los tres modelos, por lo tanto se concluye que la serie ICVT tiene raíz unitaria en los niveles.

También es posible notar en la tabla 4 que al transformar la variable a su forma logarítmica se puede rechazar la hipótesis nula de raíz unitaria para todas las pruebas de las que se obtienen resultados. Es importante mencionar que las pruebas que incluyen intercepto y tendencia en primeras diferencias no arrojan resultados ya que la cantidad de observaciones en la dimensión temporal no es suficiente para ello.

Figura 44. Gráfica de puntos con los valores del PIB turístico.

20 países, datos bi-anales 2007-2015.



Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.

En la figura 44 se puede observar que aparentemente el PIB turístico de la mayoría de los países tiene una tendencia positiva a excepción de algunos en donde se aprecia una tendencia negativa. La grafica en general se podría confundir leyéndola de izquierda a derecha apreciando falsamente una tendencia negativa en el PIB turístico, sin embargo hay que mencionar que esto se da porque los países que tienen IDH muy alto están en el lado

izquierdo de la gráfica y los países que tienen IDH alto se encuentran en la sección derecha de la gráfica.

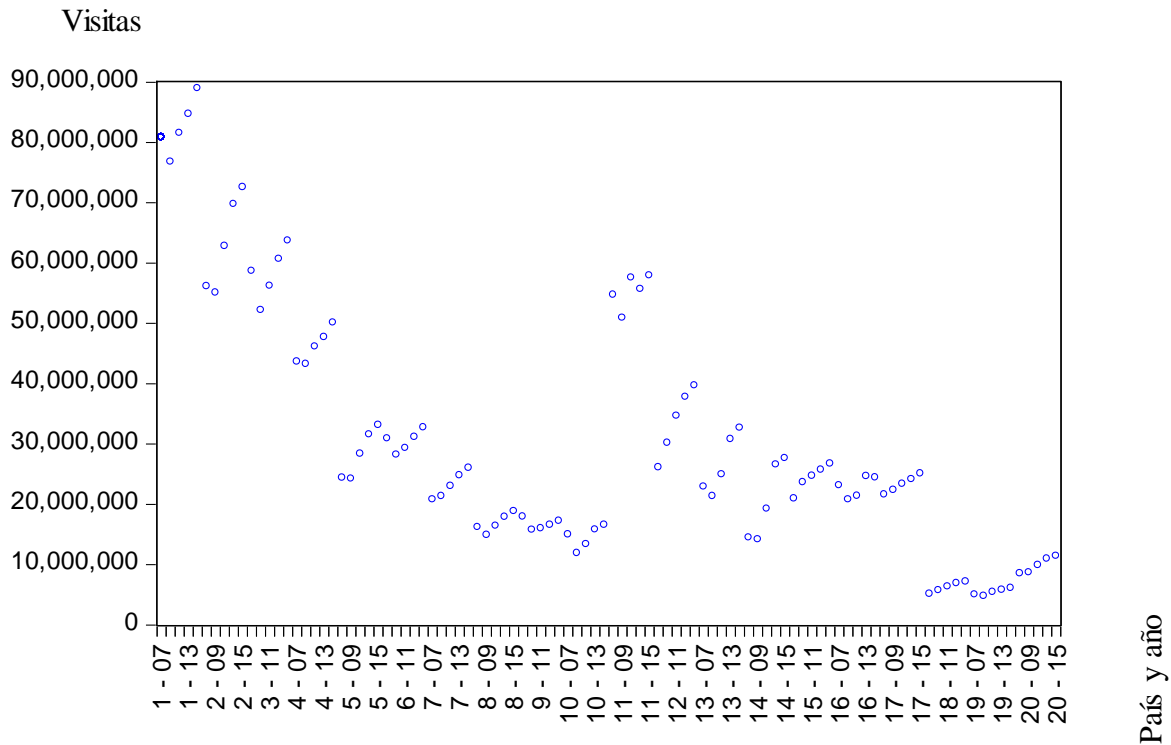
Tabla 5. Resultados de las pruebas de raíz unitaria para el PIB turístico.

Niveles			
Prueba	Intercepto	Intercepto y tendencia	Sin intercepto ni tendencia
LLC	-18.6813*	-75.0900	6.18495
ADF-Fisher chi-cuadrada	45.8979	42.5690	9.75839
ADF-Choi estadístico Z	-1.74921	0.90913	6.17645
Logaritmos			
Prueba	Intercepto	Intercepto y tendencia	Sin intercepto ni tendencia
LLC	-68.1682*	-26.9077*	-44.1496*
ADF-Fisher chi-cuadrada	60.4517*	Obs.	78.8598*
ADF-Choi estadístico Z	-1.97054*	Obs.	-6.45807*
*Rechazo de hipótesis nula al 5%			
Obs. La cantidad de observaciones en el estudio no es suficiente para realizar la prueba.			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.			

En la tabla 5 se puede observar que para la serie PIB turístico en los niveles, se rechazan las hipótesis nulas de raíz unitaria tanto común como individuales para el modelo que incluye al intercepto, sin embargo para el modelo que no incluye intercepto ni tendencia, no se pueden rechazar dichas hipótesis nulas. En el caso de la forma logarítmica para la misma variable, se puede observar que en todos los resultados arrojados de las pruebas, se pueden rechazar las hipótesis nulas de raíz unitaria.

Figura 45. Gráfica de puntos con los valores de la serie VISITAS

20 países, datos bi-anales 2007-2013.



En la figura 45 se puede observar que aparentemente la serie que marca a las VISITAS de la mayoría de los países tiene una tendencia positiva a excepción de algunos en donde se aprecia una tendencia negativa. La gráfica en general se podría confundir leyéndola de izquierda a derecha apreciando falsamente una tendencia negativa en las VISITAS, sin embargo hay que mencionar que esto se da porque los países que tienen IDH muy alto están en el lado izquierdo de la gráfica y los países que tienen IDH alto se encuentran en la sección derecha de la gráfica.

Tabla 6. Resultados de las pruebas de raíz unitaria para la serie VISITAS.

Niveles			
Prueba	Intercepto	Intercepto y tendencia	Sin intercepto ni tendencia
LLC	-18.2775*	78.0925	11.6815*
ADF-Fisher chi-cuadrada	41.0867	40.9808	11.7326
ADF-Choi estadístico Z	0.98517	0.90152	5.18694
Logaritmo			
Prueba	Intercepto	Intercepto y tendencia	Sin intercepto ni tendencia
LLC	-48.1881*	obs	-9.92751*
ADF-Fisher chi-cuadrada	63.5691*	Obs.	79.0395*
ADF-Choi estadístico Z	-1.98078*	Obs.	-4.76987*
*Rechazo de hipótesis nula al 5%			
Obs. La cantidad de observaciones en el estudio no es suficiente para realizar la prueba.			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.			

De acuerdo con los resultados que se presentan en la tabla 6 se puede observar que no se puede rechazar la hipótesis nula de raíces unitarias individuales para la variable cuando se presenta en los niveles. Sin embargo cuando es transformada a logaritmos, se rechazan todas las hipótesis nulas de raíces unitarias tanto individuales como comunes.

5.2 Resultados de MCO.

Se llevó a cabo la prueba de MCO para analizar la relación que existe entre la variable dependiente crecimiento económico representada por el PIB turístico y las variables independientes competitividad turística y actividad turística, representadas por el ICVT y VISITAS respectivamente.

Los países fueron divididos en dos paneles, el panel A en donde se encuentran los países que tienen IDH muy alto, y el panel B en donde se incluyen los países que tienen IDH alto. Como se mencionó en el capítulo IV, en modelos para datos panel existen tres formas de llevar a cabo una prueba de MCO: datos agrupados, efectos fijos y efectos aleatorios. Para cada uno de los dos paneles se estimaron los tres modelos, eligiendo el ideal en cada caso, mediante la prueba de Hausman.

Las pruebas se realizaron en el programa EViews, los datos fueron ingresados en sus formas logarítmicas ya que no presentan raíces unitarias.

5.2.1 MCO para países con IDH muy alto.

En este apartado se muestran los resultados de las pruebas de MCO para el panel que incluye a los diez países que tienen un IDH muy alto, y a continuación se muestran los resultados del test de Hausman para la elección del modelo apropiado.

Los países que componen este panel son Francia, EE.UU., España, Italia, Alemania, Reino Unido, Austria, Grecia, Canadá y Polonia.

5.2.1.1 MCO para datos agrupados.

El modelo utilizado para esta prueba es el siguiente:

$$Y_{it} = X_{it}\beta + Z_{it}\beta_2 + u_{it}$$

En dónde $i = 1, \dots, 10$, $t = 2007, 2009, 2011, 2013$ y $u_{it} =$ residuos.

En este modelo los datos son introducidos sin tomar en cuenta ni al país ni al año, por lo que se puede considerar como una corrida econométrica en *pool data* la cual incluye todos los datos para todos los países y solamente se estudia la relación que existe entre las variables sin considerar la dimensión temporal ni individual.

Como se mencionó en el capítulo 4, es muy probable que al utilizar este método, el error esté correlacionado con la variable explicativa por lo que los coeficientes estimados pueden estar sesgados y ser inconsistentes. Adicionalmente se tendría que suponer que los coeficientes de regresión son iguales para todos los países, es decir que no hay distinciones entre ellos, o sea que un país es tan bueno como otro, supuesto que en la realidad es muy difícil de sustentar.

Los resultados de la corrida de este modelo en el programa EViews para los países que tienen un IDH muy alto son los siguientes:

Tabla 7. Resultados de MCO en datos agrupados para países con IDH muy alto.

Variable dependiente:	PIBTUR			
Variable independiente:	ICVT VISITAS			
Número de observaciones:	40			
Variable	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico-t	Prob.
Constante	-19.05500	2.758337	-6.908148	0.0000
ICVT	3.564411	1.106884	3.220222	0.0023
VISITAS	1.397886	0.149562	9.346521	0.0000
R cuadrada	0.718689	Promedio variable dependiente	10.88527	
R cuadrada ajustada	0.718689	Error estándar var. dep.	1.121583	
St. F.	60.03733			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.				

Como es posible observar en la tabla 7 el coeficiente de determinación (R^2) es de 0.718689 y el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada) es de 0.718689 lo que significa que las variables independientes ICVT y VISITAS explican en un 71% a la variable dependiente PIBTUR. Esto significa que existe una relación de dependencia entre las variables.

El valor del estadístico t para la variable ICVT es de 3.220222, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución t -Student, el cual para 39 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 es de 1.6849, además de que el PROB es menor que 0.05 esto indica que para la variable ICVT se rechaza la hipótesis nula de que $\beta = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable ICVT efectivamente tiene un impacto en la variable PIBTUR a un nivel de 0.05.

Sobre la variable VISITAS se puede observar que su valor estadístico t es de 9.346521 cuyo valor absoluto es superior al valor crítico para 39 grados de libertad y significancia de 0.05 que es 1.6849. Esto indica que para la variable VISITAS se rechaza la hipótesis nula de que $\beta_2 = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa de que $\beta_2 \neq 0$ además de que el estadístico Prob

es menor a 0.05 por lo que se concluye que la variable VISITAS efectivamente tiene un impacto en la variable PIBTUR a un nivel de 0.05.

5.2.1.2 MCO para efectos fijos.

El modelo de efectos fijos supone que el modelo a estimar es:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + u_{it}$$

Donde $\beta_1 = \alpha + v_i$, el cual, reemplazado en la expresión anterior queda:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + v_i + u_{it}$$

Esto quiere decir que el error (ε_{it}) se descompone en una parte fija, constante para cada país (v_i) y otra aleatoria (u_{it}). Por lo tanto $\varepsilon_{it} = v_i + u_{it}$, lo que según Gujarati (2010) es equivalente a obtener una tendencia general por regresión, dando a cada país un punto de origen distinto.

Los resultados de la corrida de este modelo con efectos fijos en el programa EViews para los países que tienen un IDH muy alto se muestran en la tabla 8.

Tabla 8. Resultados de MCO en efectos fijos para países con IDH muy alto.

Variable dependiente:	PIBTUR			
Variable independiente:	ICVT VISITAS			
Número de observaciones:	40			
Variable	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico-t	Prob.
Constante	20.48812	5.64799	-0.012314	0.0008
ICVT	0.819251	0.518627	1.579652	0.1225
VISITAS	-0.632676	0.318229	-1.988116	0.0540
R cuadrada	0.977628	Promedio variable dependiente	10.88527	
R cuadrada ajustada	0.971152	Error estándar var. dep.	1.121583	
St. F	60.03733			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.				

Como es posible observar en la tabla 8 el coeficiente de determinación (R^2) es de 0.977628 y el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada) es de 0.971152 lo que significa que las variables independientes ICVT y VISITAS explican en un 97% a la variable dependiente PIBTUR. Esto significa que existe una relación de dependencia entre las variables.

El valor del estadístico t para la variable ICVT es de 1.5796, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución t -Student, el cual para 39 grados de libertad y nivel de significancia de 0.1 es de 1.3036, sin embargo no es superior al valor de tablas para 39 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05, el cual es de 1.6849 esto indica que para la variable ICVT se rechaza la hipótesis nula de que $\beta = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa de que $\beta \neq 0$ por lo que se concluye que la variable ICVT efectivamente tiene un impacto en la variable PIB a un nivel de 0.1. Sin embargo el valor Prob de 0.1225 hace poner en duda dicha conclusión, por lo que se opta por rechazar la hipótesis de que el ICVT tiene impacto en el PIBTUR en este modelo.

Sobre la variable VISITAS se puede observar que su valor estadístico t es de -1.928816 cuyo valor absoluto es superior al valor crítico para 39 grados de libertad y significancia de 0.05 que es 1.6849. Esto indica que para la variable VISITAS se rechaza la hipótesis nula de que $\beta_2 = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa de que $\beta_2 \neq 0$ por lo que se concluye que la variable VISITAS efectivamente tiene un impacto en la variable PIB a un nivel de 0.05. Sin embargo su valor Prob pone en duda dicho argumento por lo que se rechaza la hipótesis nula de que VISITAS tiene impacto en PIBTUR en este modelo.

5.2.1.3 MCG para efectos aleatorios

En este modelo se supone que β_{1i} no es fija, es una variable aleatoria con media igual a β_1 , por lo que el valor del intercepto para cada país se expresa como:

$$\beta_{1i} = \beta_1 + \varepsilon_i$$

En dónde ε_i es un término de error aleatorio con media igual a cero y varianza igual a σ_ε^2 .

Con esta expresión se afirma que los países, para el intercepto, tienen un término medio de β_1 y existen diferencias en los valores que toma el intercepto de cada país, que están contenidas en el término de error ε_i . El modelo para este caso, entonces, es el siguiente:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + \varepsilon_i + u_{it}$$

Que es lo mismo que:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + \omega_{it}$$

En dónde $\omega_{it} = \varepsilon_i + u_{it}$

Como se hizo mención en el capítulo 4, el hecho de que ω_{it} comparta el mismo ε_i en distintos momentos del tiempo, genera autocorrelación del término aleatorio por lo que MCO es insesgado pero no eficiente. Entonces es necesario recurrir al uso de Mínimos Cuadrados Generalizados (MCG).

Los resultados de la corrida de este modelo con efectos aleatorios en el programa EViews para los países que tienen un IDH muy alto son los siguientes:

Tabla 9. Resultados de MCG en efectos aleatorios para países con IDH muy alto.

Variable dependiente:	PIBTUR			
Variable independiente:	ICVT VISITAS			
Número de observaciones:	40			
Variable	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico-t	Prob.
Constante	1.828675	4.063373	0.450039	0.6548
ICVT	1.181429	0.509734	2.317734	0.0249
VISITAS	0.413149	0.228450	1.808485	0.0769
R cuadrada	0.108590	Promedio variable dependiente	1.516738	
R cuadrada ajustada	0.070658	Error estándar var. dep.	0.239161	
St. F	2.862727			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.				

En la tabla 9 se puede notar que el coeficiente de determinación (R^2) es de 0.108590 y el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada) es de 0.070658. Esto significa que las variables independientes ICVT y VISITAS explican en un 7% a la variable dependiente PIB. Por lo tanto se puede decir que existe una relación de dependencia entre las variables.

El valor del estadístico t para la variable ICVT es de 2.317734, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución t -Student, y el valor Prob es menor a 0.05 indicando que para la variable ICVT se rechaza la hipótesis nula de que $\beta_2 = 0$ por lo que se concluye que la variable ICVT si tiene impacto en la variable PIBTUR en este modelo.

El valor t de la variable VISITAS es de 1.808485, cuyo valor absoluto es mayor al valor crítico de 1.3036 que corresponde a un nivel de significancia de 0.1 con 39 grados de libertad. Con esto se concluye que la variable VISITAS tiene impacto en la variable PIB

para este modelo a un nivel de significancia de 0.1. Sin embargo el valor Prob es mayor a 0.05 por lo que se decide rechazar la hipótesis de que VISITAS tiene impacto en PIBTUR.

5.2.1.4 Test de Hausman

Para llevar a cabo el test de Hausman se plantean las siguientes hipótesis:

H_0 : El modelo con efectos aleatorios es apropiado

H_a : El modelo con efectos fijos es apropiado

Tabla 10. Resultados del test de Hausman para países con IDH muy alto.

Sumario del test		
Aleatorio transversalmente	Estadístico Chi-cuadrada 23.845032	Prob. 0.0000
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.		

En la tabla 10 se puede observar que se rechaza la hipótesis nula de que el modelo con efectos aleatorios es apropiado frente al modelo con efectos fijos por lo que se concluye que los resultados del modelo con efectos fijos son los que deben ser tomados en cuenta para los fines de esta investigación para el caso del panel que incluye a los países que tienen IDH muy alto.

5.2.2 MCO para países con IDH alto.

En este apartado se muestran los resultados de las pruebas de MCO para el panel que incluye a los diez países que tienen un IDH alto, y a continuación se muestran los resultados del test de Hausman para la elección del modelo apropiado. Cabe mencionar que para este panel se utilizó un rezago de 1 periodo en la variable ICVT.

Los países que componen este panel son China, Turquía, Rusia, Tailandia, Malasia, Ucrania, México, Bulgaria, Brasil y Croacia.

5.2.2.1 MCO para datos agrupados

El modelo utilizado para esta prueba es el siguiente:

$$Y_{it} = X_{it}\beta_1 + \beta_2 Z_{it} + u_{it}$$

En donde $i = 1, \dots, 10$, $t = 2007, 2009, 2011, 2013$ y $u_{it} =$ residuos.

Como se mencionó anteriormente, es muy probable que al utilizar este método, el error esté correlacionado con la variable explicativa por lo que los coeficientes estimados pueden estar sesgados y ser inconsistentes. Adicionalmente se tiene que suponer que los coeficientes de regresión son iguales para todos los países, es decir que no hay distinciones entre ellos, o sea que un país tiene un desempeño tan bueno como otro.

Los resultados de la corrida de este modelo en el programa EViews para los países que tienen un IDH alto son los siguientes:

Tabla 11. Resultados de MCO en datos agrupados para países con IDH alto.

Variable dependiente:	PIBTUR			
Variable independiente:	ICVT VISITAS			
Número de observaciones:	40			
Variable	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico-t	Prob.
Constante	-15.06660	6.968775	-2.162015	0.0372
ICVT(-1)	6.101062	3.341775	1.825695	0.0760
VISITAS	0.949509	0.265042	3.582491	0.0010
R cuadrada	0.287467	Promedio variable dependiente	9.801748	
R cuadrada ajustada	0.248952	Error estándar var. dep.	1.366058	
St. F	7.463725			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.				

Como es posible observar en la tabla 11 el coeficiente de determinación (R^2) es de 0.287467 y el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada) es de 0.248952 lo que significa que las variables independientes ICVT y VISITAS explican en un 24% a la variable independiente PIBTUR. Esto significa que existe una relación de dependencia entre las variables.

El valor del estadístico t para la variable ICVT es de 1.82, siendo inferior al valor crítico de las tablas de la distribución t -Student, para un nivel de significancia de 0.05 y su valor Prob es mayor a 0.05. Esto indica que para la variable ICVT no se rechaza la hipótesis nula de que $\beta_2 = 0$ por lo que se concluye que la variable ICVT no tiene impacto en la variable PIBTUR.

El valor de estadístico t para la variable VISITAS es de 3.582491 que es superior al valor crítico para 39 grados de libertad y nivel de significancia de 0.05 y su valor Prob es menor a 0.05. Dado esto se rechaza la hipótesis nula de que $\beta_3 = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa de que $\beta_3 \neq 0$ por lo que se concluye que la variable VISITAS tiene impacto en la variable PIBTUR.

5.2.2.2 MCO para efectos fijos

El modelo de efectos fijos supone que el modelo a estimar es:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + u_{it}$$

Donde $\beta_1 = \alpha + v_i$, el cual, reemplazado en la expresión anterior queda:

$$Y_{it} = \alpha + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + v_i + u_{it}$$

Esto quiere decir que el error (ε_{it}) se descompone en una parte fija, constante para cada país (v_i) y otra aleatoria (u_{it}). Por lo tanto $\varepsilon_{it} = v_i + u_{it}$, lo que según Gujarati (2010) es equivalente a obtener una tendencia general por regresión, dando a cada país un punto de origen distinto.

Los resultados de la corrida de este modelo con efectos fijos en el programa EViews para los países que tienen un IDH alto son los siguientes:

Tabla 12. Resultados de MCO en efectos fijos para países con IDH alto.

Variable dependiente:	PIBTUR			
Variable independiente:	ICVT VISITAS			
Número de observaciones:	40			
Variable	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico-t	Prob.
Constante	-16.04839	4.418815	-3.631831	0.0011
ICVT(-1)	4.526000	1.461260	3.097328	0.0044
VISITAS	1.146270	0.265957	4.309982	0.0002
R cuadrada	0.984589	Promedio variable dependiente	9.801748	
R cuadrada ajustada	0.978535	Error estándar var. dep.	1.366058	
St. F	162.6277			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.				

Como es posible observar en la tabla 12 el coeficiente de determinación (R^2) es de 0.984589 y el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada) es de 0.978535 lo que significa que las variables independientes ICVT y VISITAS explican en un 97% a la variable dependiente PIBTUR. Por lo que existe una relación de dependencia entre las variables.

El valor del estadístico t para la variable ICVT es de 3.097328, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución t -Student y su valor Prob es inferior a 0.05. Esto indica que para la variable ICVT se rechaza la hipótesis nula de que $\beta_2 = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa de que $\beta_2 \neq 0$ por lo que se concluye que la variable ICVT efectivamente tiene un impacto en la variable PIBTUR.

De la misma manera, con un valor t de 4.3099 y Prob inferior a 0.05, se rechaza la hipótesis nula de que $\beta_3 = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa de que $\beta_3 \neq 0$ por lo que se concluye que la variable VISITAS tiene impacto en la variable PIBTUR.

Según los resultados se puede observar que ha existido una relación positiva entre la competitividad turística de los países con IDH alto y su crecimiento económico para los años estudiados en este modelo.

5.2.2.3 MCG para efectos aleatorios

En este modelo se supone que β_{1i} no es fija, es una variable aleatoria con media igual a β_1 , por lo que el valor del intercepto para cada país se expresa como:

$$\beta_{1i} = \beta_1 + \varepsilon_i$$

En dónde ε_i es un término de error aleatorio con media igual a cero y varianza igual a σ_ε^2 .

Con esta expresión se afirma que los países, para el intercepto, tienen un término medio de β_1 y existen diferencias en los valores que toma el intercepto de cada país, que están contenidas en el término de error ε_i . El modelo para este caso, entonces, es el siguiente:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + \varepsilon_i + u_{it}$$

Que es lo mismo que:

$$Y_{it} = \beta_1 + \beta_2 X_{it} + \beta_3 Z_{it} + \omega_{it}$$

En dónde $\omega_{it} = \varepsilon_i + u_{it}$

Como se hizo mención en el capítulo 4, el hecho de que ω_{it} comparta el mismo ε_i en distintos momentos del tiempo, genera autocorrelación del término aleatorio por lo que MCO es insesgado pero no eficiente. Entonces es necesario recurrir al uso de Mínimos Cuadrados Generalizados (MCG).

Los resultados de la corrida de este modelo con efectos fijos en el programa EViews para los países que tienen un IDH alto son los siguientes:

Tabla 13. Resultados de MCG en efectos aleatorios para países con IDH alto.

Variable dependiente:	PIBTUR			
Variable independiente:	ICVT VISITAS			
Número de observaciones:	40			
Variable	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico-t	Prob.
Constante	-15.59063	4.159467	-3.748227	0.0006
ICVT(-1)	4.637685	1.428115	3.247416	0.0025
VISITAS	1.109146	0.242919	4.565918	0.0001
R cuadrada	0.532813	Promedio variable dependiente	0.729118	
R cuadrada ajustada	0.507560	Error estándar var. dep.	0.277982	
St. F	21.09870			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.				

En la tabla 13 se puede notar que el coeficiente de determinación (R^2) es de 0.5328134 y el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada) es de 0.507560. Esto significa que las variables independientes ICVT y VISITAS explican en un 50% a la variable dependiente PIBTUR.

El valor del estadístico t para la variable ICVT es de 3.247416, siendo superior al valor crítico de las tablas de la distribución t -Student, y su valor Prob es inferior a 0.05 indicando que para la variable ICVT se rechaza la hipótesis nula de que $\beta_2 = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa de que $\beta_2 \neq 0$ por lo que se concluye que la variable ICVT efectivamente tiene impacto en la variable PIBTUR a un nivel de significancia de 0.05. De la misma manera, con un t de 4.565918 y Prob de 0.0001 se rechaza la hipótesis nula de que $\beta_3 = 0$ y se acepta la hipótesis alternativa de que $\beta_3 \neq 0$ por lo que se concluye que la variable VISITAS tiene impacto en la variable PIBTUR a un nivel de significancia de 0.05.

5.2.2.4 Test de Hausman

Para llevar a cabo el test de Hausman se plantean las siguientes hipótesis:

H_0 : El modelo con efectos aleatorios es apropiado

H_a : El modelo con efectos fijos es apropiado

Tabla 14. Resultados del test de Hausman para países con IDH alto.

Sumario del test	Estadístico Chi-cuadrada	Prob.
Aleatorio transversalmente	0.149502	0.9280

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.

En la tabla 14 se puede observar que no se puede rechazar la hipótesis nula de que el modelo con efectos aleatorios es apropiado frente al modelo con efectos fijos por lo que se concluye que los resultados del modelo con efectos aleatorios son los que deben ser tomados en cuenta para los fines de esta investigación para el caso del panel que incluye a los países que tienen IDH alto.

5.2.3 MCO para países con IDH muy alto y alto

Adicional a los dos paneles de los cuales se presentaron resultados anteriormente, se realizó un tercer panel en donde se incluyeron a todos los países objeto de esta investigación con el objetivo de comparar los resultados. Este panel incluye a 20 países y se le aplicaron los mismos modelos (datos agrupados, efectos fijos y efectos aleatorios) para obtener resultados.

5.2.3.1 Resultados de MCO para datos agrupados

Los resultados de este modelo se muestran en la tabla 15 en donde se puede observar que tanto las dos variables independientes como la constante tienen valores t y Prob que hacen rechazar las hipótesis nulas de que β_1 , β_2 , y β_3 son iguales a cero, y al contrario aceptar las hipótesis alternativas de que β_1 , β_2 , y β_3 son diferentes de cero. Esto indica que tanto la

constante como las variables independientes ICVT y VISITAS tienen impacto en la variable dependiente PIBTUR. Es importante notar que de acuerdo con el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada), las variables independientes explican en un 54% a la variable dependiente.

Tabla 15. Resultados de MCO en datos agrupados para países con IDH muy alto y alto.

Variable dependiente:	PIBTUR			
Variable independiente:	ICVT VISITAS			
Número de observaciones:	80			
Variable	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico-t	Prob.
Constante	-14.74693	2.304275	-6.399812	0.0000
ICVT	4.387934	0.957924	4.580673	0.0000
VISITAS	1.073809	0.139598	7.692158	0.0000
R cuadrada	0.555103	Promedio variable dependiente	10.28658	
R cuadrada ajustada	0.545930	Error estándar var. dep.	1.381876	
St. F	60.51393			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.				

5.2.3.2 Resultados de MCO para efectos fijos

Los resultados del modelo con efectos fijos para todos los países se muestran en la tabla 16 en donde se puede observar las dos variables independientes tienen valores t que hacen rechazar las hipótesis nulas de que β_2 y β_3 son iguales a cero, y al contrario aceptar las hipótesis alternativas de que β_2 y β_3 son diferentes de cero. Sin embargo la variable ICVT tiene valor Prob que contradice eso, por lo que para esta variable se rechaza la hipótesis de que ICVT tiene impacto en PIBTUR. Esto indica que la variable independiente VISITAS tiene impacto en la variable dependiente PIBTUR. Es importante notar que de acuerdo con el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada), las variables independientes explican en un 96% a la variable dependiente.

Tabla 16. Resultados de MCO en efectos fijos para países con IDH muy alto y alto.

Variable dependiente:	PIBTUR			
Variable independiente:	ICVT VISITAS			
Número de observaciones:	80			
Variable	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico-t	Prob.
Constante	-7.745807	4.200705	-1.843930	0.0690
ICVT	1.237652	0.624683	1.981249	0.0511
VISITAS	0.948299	0.239848	3.953744	0.0002
R cuadrada	0.969424	Promedio variable dependiente	10.28658	
R cuadrada ajustada	0.961192	Error estándar var. dep.	1.381876	
St. F	117.7618			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.				

5.2.3.3 Resultados de MCG para efectos aleatorios

Los resultados del modelo con efectos aleatorios para todos los países se muestran en la tabla 17 en donde se puede observar las dos variables independientes tienen valores t y valor Prob que hacen rechazar las hipótesis nulas de que β_2 , y β_3 son iguales a cero, y al contrario aceptar las hipótesis alternativas de que β_2 , y β_3 son diferentes de cero. Esto indica que las variables independientes ICVT y VISITAS tienen impacto en la variable dependiente PIBTUR. Es importante notar que de acuerdo con el coeficiente de determinación ajustado (R^2 ajustada), las variables independientes explican en un 27% a la variable dependiente.

Tabla 17. Resultados de MCG en efectos aleatorios para países con IDH muy alto y alto.

Variable dependiente:	PIBTUR			
Variable independiente:	ICVT VISITAS			
Número de observaciones:	80			
Variable	Coefficiente	Error Estándar	Estadístico-t	Prob.
Constante	-10.07176	3.275229	-3.075130	0.0027
ICVT	1.520533	0.602629	2.523166	0.0133
VISITAS	1.059416	0.187555	5.648567	0.0000
R cuadrada	0.290344	Promedio variable dependiente	1.324733	
R cuadrada ajustada	0.275712	Error estándar var. dep.	0.321491	
St. F	19.84295			
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.				

5.2.3.4 Test de Hausman

Para llevar a cabo el test de Hausman se plantean las siguientes hipótesis:

H_0 : El modelo con efectos aleatorios es apropiado

H_a : El modelo con efectos fijos es apropiado

Tabla 18. Resultados del test de Hausman para países con IDH muy alto y alto.

Sumario del test	Estadístico Chi-cuadrada	Prob.
Aleatorio transversalmente	2.984694	0.2248
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.		

En la tabla 18 se puede observar que no se puede rechazar la hipótesis nula de que el modelo con efectos aleatorios es apropiado frente al modelo con efectos fijos por lo que se concluye que los resultados del modelo con efectos aleatorios son los que deben ser tomados en cuenta para los fines de esta investigación para el caso del panel que incluye a todos los países objeto del estudio.

5.3 Pruebas de causalidad

En las pruebas empíricas revisadas en las que se trabaja con datos panel, se pudo observar que la mayoría utiliza la metodología propuesta por Granger (1988) para identificar si existen relaciones de causalidad entre las variables, así como la dirección de las mismas. Entre la bibliografía empírica encontrada que utiliza esta metodología se pueden encontrar .Aslan (2013), Chou (2013), Kareem (2013), Lee y Brahmašrene (2013), Apergis y Payne (2012), Caglayan, et al. (2012), Ekanayake & Long (2012), Nissan, et al. (2011) y Fayissa, et al. (2008) entre otros.

Para saber si existe una relación de causalidad entre las variables sometidas al presente estudio y para conocer la dirección en la que dicha relación podría darse, se realizaron pruebas de causalidad de Granger para los tres paneles.

5.3.1 Causalidad para países con IDH muy alto.

Los resultados de las pruebas de causalidad para el panel de países con IDH muy alto se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 19. Pruebas de causalidad de Granger para países con IDH muy alto.

Hipótesis nula	Obs.	Estadístico F	Prob.
ICVT no causa (Granger) PIBTUR	40	1.65020	0.2069
PIBTUR no causa (Granger) ICVT	40	10.5540	0.0025
VISITAS no causa (Granger) ICVT	40	9.58979	0.0037
ICVT no causa (Ganger) VISITAS	40	1.29655	0.2622
PIBTUR no causa (Granger) VISITAS	40	1.22642	0.2753
VISITAS no causa (Granger) PIBTUR	40	3.07122	0.0880
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.			

En la tabla 19 se puede notar que para los países que tienen IDH muy alto no existe una relación de causalidad que vaya desde el ICVT hasta el PIBTUR, sin embargo si existe una relación en la dirección opuesta. También se observar que existe una relación de causalidad que va desde VISITAS hacia ICVT.

5.3.2 Causalidad para países con IDH alto.

Los resultados de las pruebas de causalidad para el panel de países con IDH alto se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 20. Pruebas de causalidad de Granger para países con IDH alto.

Hipótesis nula	Obs.	Estadístico F	Prob.
ICVT no causa (Granger) PIBTUR	40	0.00708	0.9334
PIBTUR no causa (Granger) ICVT	40	4.45619	0.0416
VISITAS no causa (Granger) ICVT	40	0.51874	0.4759
ICVT no causa (Ganger) VISITAS	40	0.72347	0.4005
PIBTUR no causa (Granger) VISITAS	40	0.08293	0.7750
VISITAS no causa (Granger) PIBTUR	40	0.49646	0.4855
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.			

En la tabla 20 se puede notar que para los países que tienen IDH alto, existe una relación de causalidad entre el PIBTUR y el ICVT y que ésta relación tiene dirección PIBTUR-ICVT, sin embargo no se observa ninguna otra relación de causalidad entre las variables para este grupo de países.

5.3.3 Causalidad para países con IDH muy alto y alto.

Los resultados de las pruebas de causalidad para el panel de países con IDH alto se muestran en la siguiente tabla 21.

Tabla 21. Pruebas de causalidad de Granger para países con IDH muy alto y alto.

Hipótesis nula	Obs.	Estadístico F	Prob.
ICVT no causa (Granger) PIBTUR	80	11.3629	0.0012
PIBTUR no causa (Granger) ICVT	80	14.6162	0.0003
VISITAS no causa (Granger) ICVT	80	9.99369	0.0022
ICVT no causa (Ganger) VISITAS	80	0.00107	0.9739
PIBTUR no causa (Granger) VISITAS	80	0.16548	0.6853
VISITAS no causa (Granger) PIBTUR	80	0.43995	0.5091
Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.			

En la tabla 21 se puede notar que para el panel que incluye a todos los países que son objeto del presente estudio, se puede observar una relación de causalidad bidireccional entre ICVT y PIBTUR, así como una relación de causalidad unidireccional que va desde VISITAS hacia ICVT.

Para comparar los resultados de las pruebas y notar las diferencias que hay en ellos respecto a cada uno de los paneles de países, se despliega a la tabla 22.

Como es posible observar en la tabla 22, la competitividad turística tiene un impacto estadísticamente significativo para los países que tienen IDH alto y para el panel que incluye a todos los países, sin embargo no tiene un impacto significativo para los países estudiados que tienen IDH muy alto.

Tabla 22. Comparación de resultados de impacto en la variable PIBTUR.

Variable independiente	Panel	ICVT	VISITAS
Valor Prob.	Panel desarrollo muy alto	0.1225	0.0540
	Panel desarrollo alto	0.0025	0.0001
	Panel completo	0.0133	0.0000
Coeficiente	Panel desarrollo muy alto	0.8192	-0.6326
	Panel desarrollo alto	4.6376	1.1091
	Panel completo	1.5205	1.0594
R cuadrada ajustada	Panel desarrollo muy alto		0.9711
	Panel desarrollo alto		0.5075
	Panel completo		0.2757

Fuente: Elaboración propia con base en los cálculos realizados en E-Views 7.

En este capítulo se presentan los resultados obtenidos de las pruebas econométricas realizados con el programa E-Views, en el siguiente capítulo se señalan algunas conclusiones y recomendaciones respecto a estos resultados.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

En este capítulo se exponen conclusiones y recomendaciones respecto a los resultados de las pruebas econométricas obtenidos y señalados en el capítulo anterior.

Conclusiones

Para cumplir con los objetivos del estudio se llevaron a cabo pruebas econométricas utilizando el programa E-Views versión 7.

Primeramente se especificó el modelo econométrico tomando en cuenta que se trata de un panel de datos, lo que implica que el tratamiento econométrico de los datos es diferente que si se tratara únicamente de series de tiempo o de datos agrupados de corte transversal. El hecho de que los datos se dispongan en forma de panel implicó que se realizan estudios de datos tanto agrupados como anidados.

Una vez especificado el modelo, se procedió a realizar pruebas de raíz unitaria para saber si se estaba trabajando con datos estacionarios, una vez que se aseguró que se estaba trabajando con datos estacionarios, se hicieron pruebas MCO con datos agrupados, MCO para efectos fijos y MCG para efectos variables. Obtenidos los resultados se procedió a aplicar el test de Hausman para decidir cuáles resultados tienen que ser tomados en cuenta y cuáles no. A continuación se aplicaron pruebas de causalidad de Granger para saber si existe una relación de causalidad y el sentido de esta entre las variables.

Los resultados muestran que la competitividad turística tiene un impacto estadísticamente significativo para los países que tienen IDH alto y para el panel que incluye a todos los países, sin embargo no tiene un impacto significativo para los países estudiados que tienen IDH muy alto.

Se descubrió que hay una relación unidireccional de causalidad que va desde el PIBTUR hacia el ICVT y una que va desde las VISITAS hacia el ICVT para los países que tienen IDH muy alto. Para los países con IDH alto se reveló que existe una relación unidireccional de causalidad que va desde el PIBTUR hacia el ICVT. Cuando se toman en cuenta todos los países sin importar su IDH se obtiene una relación bidireccional de causalidad entre el ICVT y el PIBTUR, así como una relación unidireccional que va desde las VISITAS hacia el ICVT.

Los resultados de esta investigación coinciden con lo que menciona Altimira (2007), afirmando que existe un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico. Este vínculo es significativo tanto cuando se estudia a los países en general, así como cuando se estudia a los países con desarrollo alto. El hecho de que este vínculo no sea significativo para los países con IDH muy alto puede deberse a que esos países tienen diferentes estrategias de crecimiento económico.

Esta diferencia entre países con IDH muy alto y alto también puede notarse si se analiza el crecimiento en función de la actividad turística, representada en este caso por las VISITAS internacionales. Para los países que tienen IDH muy alto, es menos significativo el impacto que tiene la actividad turística en el crecimiento, que como lo es para los países con IDH alto, en los cuales este impacto es significativo de sobremanera, así como para el panel que incluye a todos los países.

En conclusión, tanto la competitividad turística como la actividad turística tienen un vínculo significativo con el crecimiento de los países que tienen IDH alto, sin embargo no tienen un vínculo tan pronunciado con el crecimiento de los países que tienen IDH muy alto. Esto puede comprenderse porque los países con IDH muy alto tienen diferentes mecanismos mediante los cuales hacen crecer su economía, a los cuales es posible que los países con IDH alto no tengan acceso.

Dado esto, es entendible que la industria turística, así como su competitividad representen un porcentaje más bajo de contribución al crecimiento de los países con IDH muy alto que el que representan para los países con IDH alto.

La implicación de esta conclusión es que el turismo tiene más impacto en los países en vías de desarrollo que en los países desarrollados.

Analizando los resultados obtenidos de las relaciones de causalidad de Granger se concluye que el crecimiento económico es un elemento muy importante que causa en sentido de Granger a la competitividad turística, esto puede ser por el hecho de que para cubrir de manera positiva las dimensiones que componen a la competitividad turística es necesario contar con recursos económicos importantes que puedan ser invertidos en rubros como infraestructura hotelera, infraestructura de transporte, seguridad, comunicaciones y

promoción entre otras, es por eso entendible que el crecimiento económico cause en sentido de Granger a la competitividad turística tanto en los países con IDH muy alto como aquellos con IDH alto. Sin embargo el hecho de que se presente una relación bidireccional de causalidad entre ambas variables al momento de estudiar a todos los países, puede indicar que algunos de los aspectos incluidos en las dimensiones de la competitividad turística, como la competitividad de precios, puede ser fundamental para el crecimiento económico.

Otra relación de causalidad importante es aquella relación unidireccional que va desde la actividad turística hasta la competitividad turística concluyendo que la competitividad turística se ve en cierta medida afectada por la actividad turística internacional que tienen los países.

En resumen se concluye que la competitividad turística es importante para el crecimiento económico de los países que no tienen IDH muy alto. Es por ello que estos países deberían invertir recursos y esfuerzo en actuar sobre las dimensiones que componen la competitividad, ya que mientras más lo hagan, se espera que presenten mejores niveles de crecimiento económico.

Se aprueba la hipótesis general de la investigación la cual dice que “La competitividad turística ha tenido impacto en el crecimiento económico de países con desarrollo muy alto y con desarrollo alto en el periodo 2007-2015”.

De igual manera se aprueba la hipótesis específica: “En el periodo 2007-2015 se ha dado un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto”.

Se rechazan las siguientes hipótesis específicas:

“Ha existido un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015” ya que no es significativo.

“Ha existido una relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015, que va desde la competitividad hacia crecimiento,” ya que la relación de causalidad obtenida fue en el sentido contrario.

“En el periodo 2007-2015 se ha dado una relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto que va desde competitividad hacia crecimiento,” ya que la relación de causalidad encontrada fue en el sentido contrario.

Esta investigación contribuye a reafirmar la hipótesis de que el turismo es un vehículo importante para el crecimiento económico de los países, sobre todo de los países que tienen IDH alto.

Recomendaciones

A partir de los resultados obtenidos de las pruebas econométricas realizadas en esta investigación se recomienda que las empresas que forman parte del sector turístico en los países con IDH alto, presten atención especial a contribuir con la competitividad turística desde el área que les corresponde. Tomando en cuenta las dimensiones que componen el índice de competitividad, se recomienda que las empresas de transporte, en especial el aéreo, mantengan, y de ser posible, aumenten, la facilidad para salidas y llegadas de vuelos internacionales a diferentes destinos turísticos, es decir, que los destinos turísticos de los países sean fácilmente accesibles para los turistas internacionales que desean visitarlos.

Se recomienda que las empresas de transporte turístico terrestre busquen certificarse en calidad para que puedan ofrecer servicios atractivos y competitivos para los turistas.

También se recomienda que la industria hotelera de cada uno de estos países, tenga una capacidad óptima, que cumpla y que incluso supere a la demanda de hospedaje de los turistas, además de que se certifiquen en calidad para que el servicio que ofrezcan sea atractivo para los visitantes. Es de especial importancia para esta industria, ya que tiene contacto directo con los turistas, que el personal que labora en ella, esté adecuadamente capacitado e instruido para garantizar una excelente atención a los turistas.

Se recomienda que con la finalidad de incrementar la competitividad turística de las naciones, los gobiernos apliquen medidas de sustentabilidad ambiental, protección y seguridad pública para que los destinos sean más atractivos para los turistas.

También se recomienda que los gobiernos de los países busquen aplicar políticas públicas para conservar los recursos naturales con los que cuentan y proteger los recursos culturales

de los que disponga cada país. Con recursos culturales se entienden edificios históricos, danzas, cantos, vestimentas, tradiciones, lenguas, gastronomía y demás atractivos culturales que puedan tener los países.

Se recomienda, además, que los gobiernos prioricen la actividad turística en sus países, y promuevan sus destinos turísticos a nivel internacional, poniendo especial énfasis en las experiencias de las cuales pueden disfrutar los visitantes, ya que las nuevas tendencias de los consumidores de productos turísticos, incluyen turismo basado en experiencias, más que turismo tradicional.

Es importante también que los gobiernos contribuyan a mejorar la infraestructura de transporte interno, ya que es uno de los aspectos que afecta a la competitividad turística, siguiendo la estrategia de crear corredores turísticos o rutas turísticas establecidas que permitan a los visitantes recorrer la mayor cantidad de destinos turísticos dentro del país. De esta manera además de generar mayor oferta, los beneficios de la industria van a expandirse geográficamente dentro de los países.

En esta investigación se tomó en cuenta que el PIB turístico de los países tiene un impacto en el PIB nacional de los mismos y que de esta manera el PIB turístico genera crecimiento económico. Se recomienda para futuras investigaciones abordar la relación que existe entre el PIB turístico y el PIB nacional de los países.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguayo, E., Guisán, M., Rodríguez, X. (2001). *Impacto de la Industria y el Turismo sobre el crecimiento económico de las regiones españolas*. Estudios económicos regionales y sectoriales, 1 (1).
- Altimira, R. (2007). *El turismo como motor de crecimiento económico*. Anuario Jurídico y Económico Escorialense, XL, 677-710.
- Apergis, N., Payne, J. (2012). Tourism and growth in the Caribbean — evidence from a panel error correction model. *Tourism Economics*. 18(2), 449–456.
- Aslan, A. (2013). Tourism development and economic growth in the Mediterranean countries: evidence from panel Granger causality tests. *Current Issues in Tourism*, DOI:10.1080/13683500.2013.768607.
- Autoridad Turística de Tailandia (2003). *Tourist Situation 2003*. Tourism Statics. Tourism Authority of Thailand.
- Balassa, B. (1985). Exports, policy, choices, and economic growth in developing countries after the 1973 oil shock. *Journal of Development Economics*. 18, 23-35
- Banco Mundial. (2015). *Indicadores del Desarrollo Mundial*. Banco de Datos Mundial. Banco Mundial. Recuperado de <http://databank.bancomundial.org/data> el 02 de Julio de 2015.
- Barro, Robert., Sala, Xavier. (2009). *Crecimiento económico*. Editorial Reverté. Barcelona, España.
- Brida, J. Cortés, I. Pulina, M. (2014). *Current Issues in Tourism (2014): Has the tourism-led growth hypothesis been validated? A literature review*. Current Issues in Tourism.
- Brida, J., Pereyra, J., Such, M., Zapata, S. (2008). *La contribución del turismo al crecimiento económico*. Cuadernos de turismo, 22, 35-46.
- Brida, J., Monterubbianesi, P., Zapata, S., Giraldo, C. (2010). *Turismo y crecimiento económico: el caso de Antioquia*. Revista TuryDes, 3(7).

- Brida, J., Monterubbianesi, P., Zapata, S. (2011). *Impacto del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia*. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9 (2), 291-303.
- Caglayan, E., Sak, N., Karymshakov, K. (2012). Relationship between tourism and economic growth: A panel Granger causality approach. *Asian economic and Financial review*, 2(5), 591–602.
- Cárdenas, P. (2011). La competitividad turística en los países del Mediterráneo: Análisis de los factores determinantes. *Revista de análisis turístico*, (12), 11-22.
- Cass, D. (1965). Optimum Growth in an Aggregative Model of Capital Accumulation. *Review of Economic Studies*. Julio, 32, 233.240.
- Centro Nacional de Competitividad. (2011). *El turismo motor de desarrollo económico: El Índice de competitividad turística 2011*. Competitividad al día, 58. Panamá.
- Chou, M. (2013). Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis. *Economic Modelling*. 33, 226–232.
- CNTA. (2013). *Statistics on Tourists to China and Foreign Exchange Revenue in August 2013*. China National Tourism Administration. Recuperado de <http://en.cnta.gov.cn/html/tjzlm/index.html> el 05 de julio de 2015.
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2014). *Travel & Tourism Economic Impact 2014: Italy*. World Travel & Tourism Council.
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2014 – 2). *Travel & Tourism Economic Impact 2014: Kazakhstan*. World Travel & Tourism Council.
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2014 – 3). *Travel & Tourism Economic Impact 2014: Mexico*. World Travel & Tourism Council.
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2014 – 4). *Travel & Tourism Economic Impact 2014: Thailand*. World Travel & Tourism Council.

- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2014 – 5). *Travel & Tourism Economic Impact 2014: Turkey*. World Travel & Tourism Council.
- Consejo Mundial de Viajes y Turismo. (2014 – 6). *Travel & Tourism Economic Impact 2014: Ukraine*. World Travel & Tourism Council.
- Crouch, G., Ritchie, J. (1999). Tourism competitiveness and social prosperity. *Journal of Bussines Research*, 44, 137-152.
- CTC. (2013). *Tourism Snapshot at a Glance*. Canadian Tourism Comission. December 2013. Recuperado de <http://en.destinationcanada.com/infographic/december-2013> el 15 de Julio de 2015.
- CTC. (2015). *Product Knowledge*. Canadian Tourism Comission. Recuperado de <http://en.destinationcanada.com/research/product-knowledge> el 15 de Julio de 2015.
- Demunter, C., Dimitrakopoulou, k. (2014). Tourism Statistics for Croatia. *Statistics in Focus: 2/2014*. ISSN:2314-9647.
- Departamento de Turismo de Malasia. (2015). *Brief information about Malaysia*. Government of Malaysia. Recuperado de <http://www.tourism.gov.my/en/intl/about-malaysia> el 20 de Julio de 2015.
- Domar, E. (1946). Capital Expansion, Rate of Growth, and Employment. *Econometrica*. Abril, 14, 137-147.
- Dwyer, L., Kim, C. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6 (5), 396-414.
- Ekanayake, E., Long, E. (2012). Tourism development and economic growth in developing countries. *The International Journal of Business and Finance Research*. 6(1), 51–63.
- Enright, M., Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. *Tourism Management*, 25, 777-788.
- Esfahani, S. (1991). Exports, imports, and economic growth in semi-industrialized countries. *Journal of Development Economics*. 35, 93-116.

- Fayissa, B., Nsiah, C., Tadasse, B. (2008). Impact of tourism on economic growth and development in Africa. *Tourism Economics*. 14(4), 807–818.
- Figuroa, E., et al. (2014). *Importancia del turismo en el crecimiento económico de México, 1980-2013*. Tópicos selectos de riesgo, 1, 39-52.
- Flores, D., Barroso, M. (2009). *Análisis de la competencia en la actividad turística*. Oviedo: Septem ediciones.
- Foro Económico Mundial. (2007). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2007*. World Economic Forum.
- Foro Económico Mundial. (2008). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2008*. World Economic Forum.
- Foro Económico Mundial. (2009). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009*. World Economic Forum.
- Foro Económico Mundial. (2011). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011*. World Economic Forum.
- Foro Económico Mundial. (2013). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013*. World Economic Forum.
- Foro Económico Mundial. (2015). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015*. World Economic Forum.
- Garau, J. (2007). Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del Mediterráneo: avance de resultados desde el punto de vista de la demanda. *Revista de Análisis Turístico*, (4), 50-67.
- García, P., Meller, P., Repetto, A. (1996). Las exportaciones como motor del crecimiento: la evidencia chilena. *El Modelo Exportador Chileno: Crecimiento y Equidad*. Chile.
- Google Maps. (2015). *Mapa de Alemania en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/Germany/@51.0850604,5.9662095,6z>

Google Maps. (2015-2). *Mapa de Austria en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/Austria/@47.6783074,11.1024347,7z>

Google Maps. (2015-3). *Mapa de Brasil en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/Brazil/@-13.495196,-71.5890123,4z>

Google Maps. (2015-4). *Mapa de Bulgaria en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: www.google.com.mx/maps/place/Bulgaria/@42.7071334,23.2396574,7

Google Maps. (2015-5). *Mapa de Canadá en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/Canada/@50.8515579,-130.2196571,3z>

Google Maps. (2015-6). *Mapa de China en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/China/@34.5240478,86.0179057>

Google Maps. (2015-7). *Mapa de Croacia en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/Croatia/@44.4557956,14.2253449,7z>

Google Maps. (2015-8). *Mapa de España en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/Spain/@40.1300278,-8.2052927,6z>

Google Maps. (2015-9). *Mapa de Estados Unidos en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: www.google.com.mx/maps/place/United+States/@36.2416651,-113.752889,4z

Google Maps. (2015-10). *Mapa de Francia en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de <https://www.google.com.mx/maps/place/France/@45.8776565,-6.7759995,5z>

Google Maps. (2015-11). *Mapa de Grecia en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: www.google.com.mx/maps/place/Greece/@38.1978287,19.3172507,6z

Google Maps. (2015-12). *Mapa de Italia en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/Italy/@40.9577972,3.5761975,5z>

Google Maps. (2015-13). *Mapa de Malasia en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: www.google.com.mx/maps/place/Malaysia/@4.1112316,100.5605985

- Google Maps. (2015-14). *Mapa de México en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: www.google.com.mx/maps/place/Mexico/@23.385308,-111.5742601,5z
- Google Maps. (2015-15). *Mapa de Polonia en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: www.google.com.mx/maps/place/Poland/@51.8402671,14.6467798,6z
- Google Maps. (2015-16). *Mapa de Reino Unido en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/United+Kingdom/@55.0461297,-12.4045339,5z>
- Google Maps. (2015-17). *Mapa de Rusia en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: <https://www.google.com.mx/maps/place/Russia/@33.273956,40.1829527,3z>
- Google Maps. (2015-18). *Mapa de Tailandia en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: www.google.com.mx/maps/place/Thailand/@12.9034962,92.4385192,5z
- Google Maps. (2015-19). *Mapa de Turquía en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: www.google.com.mx/maps/place/Turkey/@38.6278486,26.2384618,5z
- Google Maps. (2015-20). *Mapa de Ucrania en Google Maps*. Recuperado el 7 de Julio, 2015, de: www.google.com.mx/maps/place/Ukraine/@48.3029253,26.6938194,6z
- Gong, W. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12 (2), 105-132.
- Gooroochurn, N., Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25-43.
- Granger, C. (1988). Causality, cointegration and control. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12, 551-559.
- Gujarati, D., Porter, D. (2010). *Basic Econometrics*. Mc Graw Hill/Irwin, Inc.
- Hassan, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38, 234-245.
- Harrod, R. (1939). An Essay in Dynamic Theory. *Economic Journal*. Junio, 49, 14-33.

- Hendry, D., Richard, J. (1983). The Econometric Analysis of Economic Time Series. *International Statistical Review*. Vol. 51, pp.3-33.
- Instituto Estadístico de Turquía. (2012). *Tourism Income by Type of Expenditures: 2012*. Turkish Statistical Institute.
- ISTAS. (2004). *Efectos del cambio climático sobre el turismo*. Instituto Sindical de Trabajo, Ambiente y Salud. España. Recuperado de <http://www.istas.net/web/index.asp?idpagina=2170> el 04 de Julio de 2015.
- Junta de Comercio y Desarrollo. (2013). *Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible*. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.
- Kaldor, N. (1963). Capital Accumulation and Economic Growth. *Proceedings of a Conference Held by the International Economics Association*. Londres.
- Kareem, O. (2013). A Reassessment of Tourism-Exports Led Growth Hypothesis in Africa. *American Journal of Tourism Research*. 2(1), 130-140.
- Knight, F. (1944). Diminishing Returns from Investment. *Journal of Political Economy*. Marzo, 52, 26-47.
- Koopmans, C. (1965). On the Concept of Optimal Economic Growth. *The Econometric Approach to Development Planning*. Amsterdam.
- Kravis, B. (1970). Trade as a handmaiden of growth: Similarities Between the Nineteenth and Twentieth Centuries. *Economic Journal*. 80, 850-870.
- Kuznets, S. (1973). Modern Economic Growth: Findings and Reflections. *American Economic Review*, 63, Junio, 247-258.
- Lee, J., Brahmasrene, T. (2013). Investigating the influence of tourism on economic growth and carbon emissions: Evidence from panel analysis of the European Union. *Tourism Management*. 38, 69-76.

- Malthus, T. (1798). *An Essay on the Principle of Population*. Londres, 1986.
- Marchionni, M. (2015). *Tópicos de econometría para Datos de Corte Transversal y Paneles*. Maestría en Economía, Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de la República. Uruguay.
- Monitor Europeo. (2009). *Travel and Tourism in France: Country Report*. Euromonitor International. Nov 2014. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-france/report> el 03 de Julio de 2015.
- Monitor Europeo. (2014). *Travel and Tourism in Germany: Country Report*. Euromonitor International. Sept 2014. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-germany/report> el 05 de Julio de 2015.
- Monitor Europeo. (2014 – 2). *Travel and Tourism in Austria: Country Report*. Euromonitor International. Dic 2014. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-austria/report> el 06 de Julio de 2015.
- Monitor Europeo. (2014 – 3). *Travel and Tourism in Greece: Country Report*. Euromonitor International. Jul 2014. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-greece/report> el 16 de Julio de 2015.
- Monitor Europeo. (2014 – 4). *Travel and Tourism in Poland: Country Report*. Euromonitor International. Jul 2014. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-poland/report> el 28 de Julio de 2015.
- Monitor Europeo. (2014 – 5). *Travel and Tourism in Russia: Country Report*. Euromonitor International. Dic 2014. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/travel-and-tourism-in-russia/report> el 2 de Agosto de 2015.
- Monitor Europeo. (2014 – 6). *Travel and Tourism in Croatia: Country Report*. Euromonitor International. Dic 2014. Recuperado de <http://www.euromonitor.com/travel-in-croatia/report> el 19 de Octubre de 2015.
- Montero, R. (2011): *Efectos fijos o aleatorios: test de especificación*. Documentos de Trabajo en Economía Aplicada. Universidad de Granada. España.

- Naciones Unidas. (2015). *Situación y Perspectivas de la Economía Mundial 2015*. Nueva York. Naciones Unidas.
- National Statistical Institute. (2015). *Arrivals of visitors from aboard to Bulgaria by purpose of visit and by country of origin*. National Statistical Institute. Republic of Bulgaria.
- Navarro, J., Zamora, A. (2013). *Competitividad Municipal del Turismo en Michoacán*. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Nissan, E., Galindo, M., Mendez, M. (2011). Relationship between tourism and economic growth. *The Service Industries Journal*. 31(19), 1567–1572.
- Nurkse, R. (1960). *Equilibrium and Growth in the World Economy*. Cambridge.
- OECD. (2007). *General information to the tourism sector in Bulgaria*. Organisation for Economic Co-operation and Development. Paris, France.
- Oficina Central de Estadística. (2013). *Tourist accommodation establishments in Poland in 2013*. Central Statistical Office. Poland.
- OMT. (2008). *World Tourism Barometer*. Organización Mundial de Turismo. 2008.
- OMT. (2009). *World Tourism Barometer*. Organización Mundial de Turismo. 2009.
- OMT. (2010). *World Tourism Barometer*. Organización Mundial de Turismo. 2010.
- OMT. (2011). *World Tourism Barometer*. Organización Mundial de Turismo. 2011.
- OMT. (2012). *World Tourism Barometer*. Organización Mundial de Turismo. 2012.
- OMT. (2013). *World Tourism Barometer*. Organización Mundial de Turismo. 2013.
- OMT. (2014). *World Tourism Barometer*. Organización Mundial de Turismo. 2014.
- OMT. (2015). *Panorama OMT del Turismo Internacional: edición 2015*. Organización Mundial de Turismo.
- ONU. (2015). ¿Qué es el desarrollo Humano? Departamento de Comunicación de la Oficina sobre el Desarrollo Humano. Organización de las Naciones Unidas. 4 de Marzo de

2015. Consultado el 24 de Abril de 2015 de <http://hdr.undp.org/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-el-desarrollo-humano>.

Organización Brasileña. (2014). *Brazil Tourism*. Organización Brasileña: Brazil.org. Recuperado de <http://www.brazil.org.za/tourism.html> el 07 de Julio de 2015.

PNUD. (2008). *Informe sobre Desarrollo Humano 2008*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Organización de las Naciones Unidas.

PNUD. (2009). *Informe sobre Desarrollo Humano 2009*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Organización de las Naciones Unidas.

PNUD. (2010). *Informe sobre Desarrollo Humano 2010*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Organización de las Naciones Unidas.

PNUD. (2011). *Informe sobre Desarrollo Humano 2011*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Organización de las Naciones Unidas.

PNUD. (2012). *Informe sobre Desarrollo Humano 2012*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Organización de las Naciones Unidas.

PNUD. (2013). *Informe sobre Desarrollo Humano 2013*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Organización de las Naciones Unidas.

PNUD. (2014). *Informe sobre Desarrollo Humano 2014*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Organización de las Naciones Unidas.

Porter, M. (1990). The Competitive Advantage of Nations. *Harvard Business Review*, (3), 71-91.

Porter, M. (2003). Building the microeconomic foundations of prosperity: findings from the Microeconomic Competitiveness Index. *The Global Competitiveness Report: 2002-2003*. World Economic Forum, p. 25.

Pulido, J., Sánchez, M. (2010). *Competitividad versus crecimiento en destinos turísticos*. Un análisis mediante técnicas multivariantes. XII Reunión de Economía Mundial, Santiago de Compostela.

- Ramsey, F. (1928). A Mathematical Theory of Saving. *Economic Journal*. Diciembre, 38, 543-559.
- Rhodes, C. (2015). Tourism: statistics and policy. Criefing Paper. No 06022. May 2015. House of Commons Library.
- Ricardo, D. (1817). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. Cambridge University Press, 1951.
- Ritchie, J., Crouch, G. (2000). The competitive destination: a sustainable perspective. *Tourism Management*, 21, 1-7.
- Romer, M. (1987). Growth Base don Increasing Returns Due to Specialization. *American Economic Review*. Mayo, 77, 56-62.
- Romo, D., Abdel, G. (2005). Sobre el concepto de competitividad. *Comercio Exterior*, 55 (3), 200-214.
- Salvatore, D. (1983). A simultaneous Equations Model of Trade and Development with Dynamic Policy Simulations. *Kyklos*. 66-90.
- Sanchez, M., Fajardo, M. (2004). La competitividad de los destinos turísticos: un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos, aplicación en los municipios extremeños. Palma de Mallorca. *I Jornadas de Economía del Turismo*, 28-39.
- Schumpeter, P. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge.
- SECTUR. (2001). *Competitividad y Desarrollo de Producto Turístico*. Secretaría de Turismo.
- SECTUR. (2014). *Compendio Estadístico del Sector Turismo en México - 2014*. Secretaría de Turismo de México.
- SRE. (2013). *Estadísticas de Turismo*. Secretaría de Relaciones Exteriores. Gobierno de la República Mexicana. Recuperado de <http://embamex.sre.gob.mx/singapur/index.php/tourism-visit-mexico/tourism-statistics> el 25 de Julio de 2015.

- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. New York, 1937.
- Solow, R. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *Quartely Journal of Economics*. Febrero, 70, 65-94.
- Statistik Austria. (2014). *Anual Survey of Statistics Austria*. Statistik Austria. Recuperado de http://www.statistik.at/web_en/statistics/Economy/tourism/074805.html el 06 de Julio de 2015.
- Swan, T. (1956). Economic Growth and Capital Accumulation. *Economic Record*. Noviembre, 32, 334-361.
- Turismo. (2014). *Región de Italia*. Turismo.org. Recuperado de <http://turismo.org/italia> el 04 de Julio de 2015.
- Turismoeuu. (2009). *Situación y Geografía de Estados Unidos*. Julio 2009. Recuperado de <http://www.turismoeuu.com/situacion-y-geografia/> el 03 de Julio de 2015.
- UNWTO. (2013). Malaysia Country Report. *UNWTO 25th CAP-CSA and UNWTO Conference on Sustainable Tourism Development*. Hyderabad, India. United Nations World Tourism Organization.
- Visit Kiev Ukraine. (2015). *Ukraine Tourism and Visitor Statistics*. Recuperado de <http://www.visitkievukraine.com/essential/tourism-statistics/> el 05 de Agosto de 2015.
- Wooldridge, J. (2009). *Introducción a la econometría, un enfoque moderno*. Universidad del Estado de Michigan. Cengage Learning.
- World Economic Forum. (2011). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*. Geneva, Switzerland. World Economic Forum.
- World Economic Forum. (2013). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*. Geneva, Switzerland. World Economic Forum.
- Young, A. (1928). Increasing Returns and Economic Progress. *Economic Journal*. Diciembre, 38, 527-542.

ANEXO 1. PAÍSES MÁS VISITADOS DEL MUNDO Y SU CLASIFICACIÓN DE DESARROLLO POR AÑO.

A1.1 Año 2007

Tabla A1.1. Países más visitados del mundo y su clasificación de desarrollo en 2007.

País	Visitas	IDH	Desarrollo	País	Visitas	IDH	Desarrollo
Francia	80,853,000	0.961	Desarrollo Muy Alto	Sudáfrica	9,091,000	0.683	Desarrollo Medio
España	58,666,000	0.955	Desarrollo Muy Alto	Hungría	8,638,000	0.879	Desarrollo Alto
USA	56,135,000	0.956	Desarrollo Muy Alto	Croacia	8,559,000	0.871	Desarrollo Alto
China	54,720,000	0.772	Desarrollo Medio	Suiza	8,448,000	0.96	Desarrollo Muy Alto
Italia	43,654,000	0.951	Desarrollo Muy Alto	Japón	8,347,000	0.96	Desarrollo Muy Alto
Reino Unido	30,870,000	0.947	Desarrollo Muy Alto	Irlanda	8,332,000	0.965	Desarrollo Muy Alto
Turquía	26,122,000	0.806	Desarrollo Alto	Singapur	7,957,000	0.944	Desarrollo Muy Alto
Alemania	24,421,000	0.947	Desarrollo Muy Alto	Bahrein	7,833,000	0.895	Desarrollo Alto
Ucrania	23,122,000	0.796	Desarrollo Medio	Marruecos	7,408,000	0.654	Desarrollo Medio
Rusia	22,909,000	0.817	Desarrollo Alto	Bélgica	7,045,000	0.953	Desarrollo Muy Alto
México	21,606,000	0.854	Desarrollo Alto	Portugal	6,788,000	0.909	Desarrollo Muy Alto
Malasia	20,973,000	0.829	Desarrollo Alto	Túnez	6,762,000	0.769	Desarrollo Medio
Austria	20,773,000	0.955	Desarrollo Muy Alto	Corea	6,448,000	0.937	Desarrollo Muy Alto
Canadá	17,935,000	0.966	Desarrollo Muy Alto	Australia	5,644,000	0.97	Desarrollo Muy Alto
Grecia	16,165,000	0.942	Desarrollo Muy Alto	Indonesia	5,506,000	0.734	Desarrollo Medio
Polonia	14,975,000	0.88	Desarrollo Alto	Suecia	5,224,000	0.963	Desarrollo Muy Alto
Tailandia	14,464,000	0.783	Desarrollo Medio	Bulgaria	5,151,000	0.84	Desarrollo Alto
R. Checa	9,370,000	0.903	Desarrollo Muy Alto	Vietnam	4,229,000	0.725	Desarrollo Medio
Dinamarca	9,284,000	0.955	Desarrollo Muy Alto	R. Dominicana	3,980,000	0.777	Desarrollo Medio

Fuente: Elaboración propia en base a datos de OMT (2008) y PNUD (2008).

Tabla A1.2. Países más visitados del mundo y su clasificación de desarrollo en 2008.

País	Visitas	IDH	Desarrollo	País	Visitas	IDH	Desarrollo
Francia	79,218,000	0.875	Desarrollo Muy Alto	Dinamarca	9,016,000	0.896	Desarrollo Muy Alto
USA	58,007,000	0.905	Desarrollo Muy Alto	Hungría	8,814,000	0.814	Desarrollo Muy Alto
España	57,192,000	0.857	Desarrollo Muy Alto	Croacia	8,665,000	0.801	Desarrollo Muy Alto
China	53,049,000	0.682	Desarrollo Alto	Bahrein	8,631,000	0.81	Desarrollo Muy Alto
Italia	42,734,000	0.868	Desarrollo Muy Alto	Suiza	8,608,000	0.903	Desarrollo Muy Alto
Reino Unido	30,142,000	0.89	Desarrollo Muy Alto	Japón	8,351,000	0.881	Desarrollo Muy Alto
Turquía	29,792,000	0.71	Desarrollo Alto	Irlanda	8,026,000	0.902	Desarrollo Muy Alto
Ucrania	25,449,000	0.729	Desarrollo Alto	Marruecos	7,879,000	0.588	Desarrollo Medio
Alemania	24,884,000	0.902	Desarrollo Muy Alto	Singapur	7,778,000	0.868	Desarrollo Muy Alto
Rusia	23,676,000	0.77	Desarrollo Alto	Bélgica	7,165,000	0.873	Desarrollo Muy Alto
México	22,931,000	0.739	Desarrollo Alto	Túnez	7,050,000	0.706	Desarrollo Alto
Malasia	22,052,000	0.76	Desarrollo Alto	Portugal	6,962,000	0.805	Desarrollo Muy Alto
Austria	21,935,000	0.868	Desarrollo Muy Alto	Corea	6,891,000	0.874	Desarrollo Muy Alto
Canadá	17,142,000	0.896	Desarrollo Muy Alto	Indonesia	6,234,000	0.654	Desarrollo Medio
Grecia	15,939,000	0.858	Desarrollo Muy Alto	Bulgaria	5,780,000	0.766	Desarrollo Alto
Arabia S.	14,757,000	0.791	Desarrollo Muy Alto	Australia	5,586,000	0.922	Desarrollo Muy Alto
Tailandia	14,584,000	0.704	Desarrollo Alto	India	5,283,000	0.554	Desarrollo Medio
Polonia	12,960,000	0.817	Desarrollo Muy Alto	Brasil	5,050,000	0.731	Desarrollo Alto
Egipto	12,296,000	0.667	Desarrollo Medio	Argentina	4,700,000	0.777	Desarrollo Muy Alto
Macao	10,610,000	0.687	Desarrollo Alto	Suecia	4,555,000	0.891	Desarrollo Muy Alto
Países Bajos	10,104,000	0.901	Desarrollo Muy Alto	Noruega	4,347,000	0.937	Desarrollo Muy Alto
Sudáfrica	9,592,000	0.623	Desarrollo Medio	Vietnam	4,236,000	0.617	Desarrollo Medio
R. Checa	9,373,000	0.856	Desarrollo Muy Alto	R. Dominicana	3,980,000	0.684	Desarrollo Alto

Fuente: Elaboración propia en base a datos de OMT (2009) y PNUD (2009).

A1.3 Año 2009

Tabla A1.3. Países más visitados del mundo y su clasificación de desarrollo en 2009.

País	Visitas	IDH	Desarrollo	País	Visitas	IDH	Desarrollo
Francia	76,764,000	0.878	Desarrollo Muy Alto	Croacia	8,694,000	0.806	Desarrollo Muy Alto
USA	55,103,000	0.907	Desarrollo Muy Alto	Dinamarca	8,547,000	0.897	Desarrollo Muy Alto
España	52,178,000	0.863	Desarrollo Muy Alto	R. Checa	8,390,000	0.858	Desarrollo Muy Alto
China	50,875,000	0.697	Desarrollo Alto	Marruecos	8,341,000	0.601	Desarrollo Medio
Italia	43,239,000	0.869	Desarrollo Muy Alto	Suiza	8,294,000	0.913	Desarrollo Muy Alto
Turquía	30,187,000	0.735	Desarrollo Alto	Corea	7,818,000	0.88	Desarrollo Muy Alto
Reino Unido	28,199,000	0.895	Desarrollo Muy Alto	Singapur	7,488,000	0.891	Desarrollo Muy Alto
Alemania	24,220,000	0.902	Desarrollo Muy Alto	Irlanda	7,189,000	0.899	Desarrollo Muy Alto
Malasia	23,646,000	0.763	Desarrollo Alto	Sudáfrica	7,012,000	0.632	Desarrollo Medio
México	22,346,000	0.746	Desarrollo Alto	Túnez	6,901,000	0.713	Desarrollo Alto
Austria	21,355,000	0.876	Desarrollo Muy Alto	Bélgica	6,815,000	0.877	Desarrollo Muy Alto
Rusia	21,339,000	0.771	Desarrollo Alto	Japón	6,790,000	0.882	Desarrollo Muy Alto
Ucrania	20,798,000	0.724	Desarrollo Alto	Portugal	6,439,000	0.814	Desarrollo Muy Alto
Canadá	15,737,000	0.895	Desarrollo Muy Alto	Indonesia	6,324,000	0.668	Desarrollo Medio
Grecia	14,915,000	0.857	Desarrollo Muy Alto	Bulgaria	5,739,000	0.771	Desarrollo Alto
Tailandia	14,150,000	0.713	Desarrollo Alto	Australia	5,490,000	0.923	Desarrollo Muy Alto
Egipto	11,914,000	0.677	Desarrollo Medio	India	5,168,000	0.567	Desarrollo Medio
Polonia	11,890,000	0.824	Desarrollo Muy Alto	Suecia	4,899,000	0.894	Desarrollo Muy Alto
Arabia S.	10,897,000	0.809	Desarrollo Muy Alto	Brasil	4,802,000	0.737	Desarrollo Alto
Macao	10,402,000	0.576	Desarrollo Medio	Noruega	4,346,000	0.938	Desarrollo Muy Alto
Países Bajos	9,921,000	0.903	Desarrollo Muy Alto	Argentina	4,308,000	0.797	Desarrollo Muy Alto
Hungría	9,058,000	0.816	Desarrollo Muy Alto	R. Dominicana	3,992,000	0.688	Desarrollo Alto
Bahrein	8,861,000	0.81	Desarrollo Muy Alto	Vietnam	3,747,000	0.627	Desarrollo Medio

Fuente: Elaboración propia en base a datos de OMT (2010) y PNUD (2010).

A1.4 Año 2010

Tabla A1.4. Países más visitados del mundo y su clasificación de desarrollo en 2010.

País	Visitas	IDH	Desarrollo	País	Visitas	IDH	Desarrollo
Francia	77,648,000	0.879	Desarrollo Muy Alto	Marruecos	9,288,000	0.603	Desarrollo Medio
USA	60,010,000	0.908	Desarrollo Muy Alto	Singapur	9,161,000	0.894	Desarrollo Muy Alto
China	55,664,000	0.701	Desarrollo Alto	Croacia	9,111,000	0.806	Desarrollo Muy Alto
España	52,677,000	0.864	Desarrollo Muy Alto	Corea	8,798,000	0.882	Desarrollo Muy Alto
Italia	43,626,000	0.869	Desarrollo Muy Alto	Dinamarca	8,744,000	0.898	Desarrollo Muy Alto
Turquía	31,364,000	0.738	Desarrollo Alto	Suiza	8,628,000	0.915	Desarrollo Muy Alto
Reino Unido	28,295,000	0.895	Desarrollo Muy Alto	Japón	8,611,000	0.884	Desarrollo Muy Alto
Alemania	26,875,000	0.904	Desarrollo Muy Alto	R. Checa	8,185,000	0.858	Desarrollo Muy Alto
Malasia	24,577,000	0.766	Desarrollo Alto	Sudáfrica	8,074,000	0.638	Desarrollo Medio
México	23,290,000	0.748	Desarrollo Alto	Bélgica	7,186,000	0.877	Desarrollo Muy Alto
Rusia	22,281,000	0.773	Desarrollo Alto	Irlanda	7,134,000	0.899	Desarrollo Muy Alto
Austria	22,004,000	0.877	Desarrollo Muy Alto	Indonesia	7,003,000	0.671	Desarrollo Medio
Ucrania	21,203,000	0.726	Desarrollo Alto	Túnez	6,903,000	0.715	Desarrollo Alto
Canadá	16,219,000	0.896	Desarrollo Muy Alto	Portugal	6,756,000	0.816	Desarrollo Muy Alto
Tailandia	15,936,000	0.715	Desarrollo Alto	Bulgaria	6,047,000	0.773	Desarrollo Alto
Grecia	15,007,000	0.856	Desarrollo Muy Alto	Australia	5,790,000	0.926	Desarrollo Muy Alto
Egipto	14,051,000	0.678	Desarrollo Medio	India	5,776,000	0.57	Desarrollo Medio
Polonia	12,470,000	0.826	Desarrollo Muy Alto	Argentina	5,325,000	0.799	Desarrollo Muy Alto
Bahrein	11,952,000	0.812	Desarrollo Muy Alto	Suecia	5,183,000	0.895	Desarrollo Muy Alto
Macao	11,926,000	0.671	Desarrollo Medio	Brasil	5,161,000	0.739	Desarrollo Alto
Países Bajos	10,883,000	0.904	Desarrollo Muy Alto	Vietnam	5,050,000	0.629	Desarrollo Medio
Arabia S.	10,850,000	0.815	Desarrollo Muy Alto	Noruega	4,767,000	0.939	Desarrollo Muy Alto
Hungría	9,510,000	0.817	Desarrollo Muy Alto	R. Dominicana	4,125,000	0.691	Desarrollo Alto

Fuente: Elaboración propia en base a datos de OMT (2011) y PNUD (2011).

Tabla A1.5 Países más visitados del mundo y su clasificación de desarrollo en 2011.

País	Visitas	IDH	Desarrollo	País	Visitas	IDH	Desarrollo
Francia	81,550,000	0.882	Desarrollo Muy Alto	Corea	9,795,000	0.886	Desarrollo Muy Alto
USA	62,821,000	0.911	Desarrollo Muy Alto	Egipto	9,497,000	0.679	Desarrollo Medio
China	57,581,000	0.71	Desarrollo Alto	Marruecos	9,342,000	0.612	Desarrollo Medio
España	56,177,000	0.868	Desarrollo Muy Alto	Suiza	8,534,000	0.914	Desarrollo Muy Alto
Italia	46,119,000	0.872	Desarrollo Muy Alto	R. Checa	8,508,000	0.861	Desarrollo Muy Alto
Turquía	34,654,000	0.752	Desarrollo Alto	Sudáfrica	8,339,000	0.646	Desarrollo Medio
Reino Unido	29,306,000	0.891	Desarrollo Muy Alto	Dinamarca	7,864,000	0.899	Desarrollo Muy Alto
Alemania	28,374,000	0.908	Desarrollo Muy Alto	Indonesia	7,650,000	0.678	Desarrollo Medio
Rusia	24,932,000	0.775	Desarrollo Alto	Irlanda	7,630,000	0.9	Desarrollo Muy Alto
Malasia	24,714,000	0.768	Desarrollo Alto	Bélgica	7,494,000	0.88	Desarrollo Muy Alto
México	23,403,000	0.752	Desarrollo Alto	Portugal	7,264,000	0.819	Desarrollo Muy Alto
Austria	23,012,000	0.879	Desarrollo Muy Alto	Bahrein	6,732,000	0.812	Desarrollo Muy Alto
Ucrania	21,415,000	0.73	Desarrollo Alto	Bulgaria	6,328,000	0.774	Desarrollo Alto
Tailandia	19,230,000	0.716	Desarrollo Alto	India	6,309,000	0.581	Desarrollo Medio
Arabia S.	17,498,000	0.825	Desarrollo Muy Alto	Japón	6,219,000	0.887	Desarrollo Muy Alto
Grecia	16,427,000	0.854	Desarrollo Muy Alto	Vietnam	6,014,000	0.632	Desarrollo Medio
Canadá	16,014,000	0.9	Desarrollo Muy Alto	Australia	5,771,000	0.928	Desarrollo Muy Alto
Polonia	13,350,000	0.83	Desarrollo Muy Alto	Argentina	5,705,000	0.804	Desarrollo Muy Alto
Macao	12,925,000	0.689	Desarrollo Medio	Brasil	5,433,000	0.74	Desarrollo Alto
Países Bajos	11,300,000	0.914	Desarrollo Muy Alto	Suecia	5,222,000	0.896	Desarrollo Muy Alto
Singapur	10,390,000	0.896	Desarrollo Muy Alto	Noruega	4,963,000	0.941	Desarrollo Muy Alto
Hungría	10,250,000	0.817	Desarrollo Muy Alto	Túnez	4,785,000	0.716	Desarrollo Alto
Croacia	9,927,000	0.812	Desarrollo Muy Alto	R. Dominicana	4,306,000	0.695	Desarrollo Alto

Fuente: Elaboración propia en base a datos de OMT (2012) y PNUD (2012).

Tabla A1.6. Países más visitados del mundo y su clasificación de desarrollo en 2012.

País	Visitas	IDH	Desarrollo	País	Visitas	IDH	Desarrollo
Francia	83,051,000	0.884	Desarrollo Muy Alto	Croacia	10,369,000	0.812	Desarrollo Muy Alto
USA	66,657,000	0.912	Desarrollo Muy Alto	Hungría	10,353,000	0.817	Desarrollo Muy Alto
China	57,725,000	0.715	Desarrollo Alto	Marruecos	9,375,000	0.614	Desarrollo Medio
España	57,464,000	0.869	Desarrollo Muy Alto	Sudáfrica	9,188,000	0.654	Desarrollo Medio
Italia	46,360,000	0.872	Desarrollo Muy Alto	R. Checa	8,908,000	0.861	Desarrollo Muy Alto
Turquía	35,698,000	0.756	Desarrollo Alto	Suiza	8,566,000	0.916	Desarrollo Muy Alto
Alemania	30,411,000	0.911	Desarrollo Muy Alto	Dinamarca	8,443,000	0.9	Desarrollo Muy Alto
Reino Unido	29,282,000	0.89	Desarrollo Muy Alto	Japón	8,358,000	0.888	Desarrollo Muy Alto
Rusia	28,177,000	0.777	Desarrollo Alto	Bahrein	8,062,000	0.813	Desarrollo Muy Alto
Malasia	25,033,000	0.77	Desarrollo Alto	Indonesia	8,044,000	0.681	Desarrollo Medio
Austria	24,151,000	0.88	Desarrollo Muy Alto	Bélgica	7,560,000	0.88	Desarrollo Muy Alto
México	23,403,000	0.755	Desarrollo Alto	Irlanda	7,550,000	0.901	Desarrollo Muy Alto
Ucrania	23,013,000	0.733	Desarrollo Alto	Portugal	7,503,000	0.822	Desarrollo Muy Alto
Tailandia	22,354,000	0.72	Desarrollo Alto	Vietnam	6,848,000	0.635	Desarrollo Medio
Canadá	16,344,000	0.901	Desarrollo Muy Alto	India	6,578,000	0.583	Desarrollo Medio
Grecia	15,518,000	0.854	Desarrollo Muy Alto	Bulgaria	6,541,000	0.776	Desarrollo Alto
Polonia	14,840,000	0.833	Desarrollo Muy Alto	Australia	6,032,000	0.931	Desarrollo Muy Alto
Arabia S.	14,276,000	0.833	Desarrollo Muy Alto	Túnez	5,950,000	0.719	Desarrollo Alto
Macao	13,577,000	0.678	Desarrollo Medio	Brasil	5,677,000	0.742	Desarrollo Alto
Países Bajos	11,680,000	0.915	Desarrollo Muy Alto	Argentina	5,587,000	0.806	Desarrollo Muy Alto
Egipto	11,196,000	0.681	Desarrollo Medio	Noruega	5,173,000	0.943	Desarrollo Muy Alto
Corea	11,140,000	0.888	Desarrollo Muy Alto	Suecia	5,146,000	0.897	Desarrollo Muy Alto
Singapur	11,098,000	0.899	Desarrollo Muy Alto	R. Dominicana	4,563,000	0.698	Desarrollo Alto

Fuente: Elaboración propia en base a datos de OMT (2013) y PNUD (2013).

A1.7 Año 2013

Tabla A1.7 Países más visitados del mundo y su clasificación de desarrollo en 2013.

País	Visitas	IDH	Desarrollo	País	Visitas	IDH	Desarrollo
Francia	84,726,000	0.884	Desarrollo Muy Alto	Hungría	10,675,000	0.818	Desarrollo Muy Alto
USA	69,768,000	0.914	Desarrollo Muy Alto	Japón	10,364,000	0.89	Desarrollo Muy Alto
España	60,661,000	0.869	Desarrollo Muy Alto	Marruecos	10,046,000	0.617	Desarrollo Medio
China	55,686,000	0.719	Desarrollo Alto	Sudáfrica	9,537,000	0.658	Desarrollo Medio
Italia	47,704,000	0.872	Desarrollo Muy Alto	Egipto	9,174,000	0.682	Desarrollo Medio
Turquía	37,795,000	0.759	Desarrollo Alto	Bahrein	9,163,000	0.815	Desarrollo Muy Alto
Alemania	31,545,000	0.911	Desarrollo Muy Alto	R. Checa	9,004,000	0.861	Desarrollo Muy Alto
Reino Unido	31,169,000	0.892	Desarrollo Muy Alto	Suiza	8,967,000	0.917	Desarrollo Muy Alto
Rusia	30,792,000	0.778	Desarrollo Alto	Indonesia	8,802,000	0.684	Desarrollo Medio
Tailandia	26,547,000	0.722	Desarrollo Alto	Dinamarca	8,557,000	0.9	Desarrollo Muy Alto
Malasia	25,715,000	0.773	Desarrollo Alto	Irlanda	8,260,000	0.899	Desarrollo Muy Alto
Austria	24,813,000	0.881	Desarrollo Muy Alto	Portugal	8,097,000	0.822	Desarrollo Muy Alto
Ucrania	24,671,000	0.734	Desarrollo Alto	Bélgica	7,684,000	0.881	Desarrollo Muy Alto
México	24,151,000	0.756	Desarrollo Alto	Vietnam	7,572,000	0.638	Desarrollo Medio
Grecia	17,920,000	0.853	Desarrollo Muy Alto	India	6,968,000	0.586	Desarrollo Medio
Canadá	16,590,000	0.902	Desarrollo Muy Alto	Bulgaria	6,898,000	0.777	Desarrollo Alto
Polonia	15,800,000	0.834	Desarrollo Muy Alto	Australia	6,382,000	0.933	Desarrollo Muy Alto
Macao	14,268,000	0.678	Desarrollo Medio	Túnez	6,269,000	0.721	Desarrollo Alto
Arabia S.	13,380,000	0.836	Desarrollo Muy Alto	Brasil	5,813,000	0.744	Desarrollo Alto
Países Bajos	12,783,000	0.915	Desarrollo Muy Alto	Argentina	5,571,000	0.808	Desarrollo Muy Alto
Corea	12,176,000	0.891	Desarrollo Muy Alto	Noruega	5,399,900	0.944	Desarrollo Muy Alto
Singapur	11,899,000	0.901	Desarrollo Muy Alto	Suecia	5,229,000	0.898	Desarrollo Muy Alto
Croacia	10,955,000	0.812	Desarrollo Muy Alto	R. Dominicana	4,690,000	0.7	Desarrollo Alto

Fuente: Elaboración propia en base a datos de OMT (2014) y PNUD (2014).

ANEXO 2. PRODUCTO INTERNO BRUTO E ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE VIAJES Y TURISMO PARA LOS PAÍSES.

A2.1 Alemania

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	2998.62
2008	3435.68
2009	3746.92
2010	3412.98
2011	3412.21
2012	3751.88
2013	3533.24
2014	3730.26

Fuente: Elaboración propia con base en Banco Mundial (2015)

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	5.5	5.6	5.7	6.1	6.3	6.2	3.9	5.2	5.4	6.6	5.3	5.3	3.6	5.6	5.5	6.0	3.6	4.7	4.5	6.2
2008	5.4	5.7	5.5	5.8	5.9	6.8	4.4	5.4	5.5	6.6	6.0	5.2	3.9	5.1	5.5	5.8	5.2	4.7	4.3	6.0
2009	5.4	5.6	5.3	5.7	5.8	6.8	4.3	5.4	5.5	6.5	6.0	5.4	3.8	5.3	5.7	5.9	5.4	4.7	4.3	6.2
2011	5.5	5.7	5.1	5.8	6.2	6.8	4.4	5.6	5.5	6.5	6.3	5.7	3.8	5.3	5.5	6.0	5.1	4.5	4.7	6.3
2013	5.4	5.6	4.9	5.8	6.0	6.8	4.3	5.3	5.4	6.2	5.7	5.4	3.7	5.3	5.5	5.9	5.1	4.7	4.7	6.3

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.2 Austria

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	334.31
2008	386.46
2009	427.61
2010	397.59
2011	389.68
2012	429.07
2013	407.58
2014	428.32

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	5.5	5.8	5.3	6.1	6.2	6.2	5.2	5.0	4.1	5.5	6.9	4.8	3.6	5.9	5.5	6.0	3.7	5.4	4.0	5.8
2008	5.4	5.9	5.2	5.6	6.4	6.8	5.4	5.3	4.2	6.0	7.0	4.9	4.2	5.2	5.6	6.0	5.3	5.4	4.0	5.6
2009	5.5	5.9	5.1	5.6	6.5	6.9	5.6	5.2	4.5	6.0	7.0	4.8	3.8	5.2	5.7	5.8	5.5	5.4	4.1	5.8
2011	5.4	5.9	5.0	5.8	6.1	6.9	5.7	5.2	4.4	5.6	7.0	5.0	3.9	5.1	5.5	5.9	5.1	5.4	3.9	5.8
2013	5.4	5.8	4.9	5.6	6.1	7.0	5.4	5.1	4.4	5.6	7.0	5.0	3.5	5.2	5.6	5.9	5.2	5.5	4.0	5.9

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.3 Brasil

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	1107.79
2008	1395.97
2009	1694.62
2010	1664.56
2011	2209.4
2012	2615.19
2013	2413.17
2014	2392.09

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulatorio	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.2	4.1	4.4	4.4	3.9	4.4	3.6	3.8	3.9	3.0	4.4	3.2	4.3	4.7	4.9	4.6	3.7	4.5	6.2	5.2
2008	4.3	4.1	3.8	4.9	3.1	4.5	4.2	3.6	3.6	2.9	4.2	2.8	4.3	5.2	5.0	5.0	5.0	4.5	5.8	5.6
2009	4.3	4.1	4.0	5.0	3.4	4.2	4.1	3.5	3.8	2.6	4.0	3.1	4.2	5.4	5.2	5.0	5.3	4.4	6.4	5.6
2011	4.4	4.4	3.7	5.1	4.7	4.6	3.9	3.6	3.9	2.8	3.5	3.5	4.1	5.1	4.9	5.0	4.7	4.4	6.4	4.9
2013	4.4	4.4	3.8	5.1	4.7	4.7	3.9	3.6	3.8	2.6	4.4	3.5	3.7	5.1	4.9	5.1	4.8	4.5	6.2	4.8

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013):

A2.4 Bulgaria

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	33.65
2008	43.64
2009	53.32
2010	50.16
2011	48.67
2012	55.77
2013	52.59
2014	54.48

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.3	4.2	4.2	3.2	3.5	5.8	4.1	3.6	2.8	3.3	4.4	3.1	4.6	5.1	5.1	4.6	4.0	5.1	3.2	3.5
2008	4.4	4.7	4.0	4.4	4.6	6.6	4.3	3.8	2.4	3.4	5.4	3.4	4.6	4.5	5.0	4.6	5.4	5.7	3.2	4.0
2009	4.3	4.7	3.9	4.4	4.7	6.6	4.1	4.0	2.6	3.2	5.8	3.6	4.6	4.2	5.1	4.7	5.5	5.4	3.1	3.1
2011	4.4	4.8	4.1	4.2	4.6	6.7	4.5	4.3	2.7	3.2	6.8	4.1	4.8	4.0	4.9	4.5	5.2	4.8	3.0	3.5
2013	4.4	4.8	4.1	4.5	4.3	6.7	4.2	4.2	2.6	3.1	6.7	3.9	4.8	4.1	4.9	4.6	5.1	4.6	3.4	3.5

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.5 Canadá

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	1310.8
2008	1457.87
2009	1542.56
2010	1370.84
2011	1614.07
2012	1788.8
2013	1832.72
2014	1838.96

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulatorio	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	5.3	5.3	5.5	5.4	5.4	5.7	4.6	5.2	5.7	5.7	5.3	5.8	3.7	5.4	5.7	5.9	4.2	4.8	4.9	5.3
2008	5.3	5.3	5.4	4.9	5.7	5.5	5.0	5.4	6.6	5.0	6.1	5.3	3.9	5.1	5.8	6.0	5.6	4.8	4.8	5.0
2009	5.3	5.4	5.5	4.8	5.9	5.4	5.5	5.4	6.7	4.9	5.7	5.3	4.1	5.2	6.0	6.0	5.9	4.7	4.7	5.3
2011	5.3	5.3	5.4	5.0	5.7	5.4	4.9	5.4	6.7	4.8	5.9	5.4	4.2	5.2	5.8	6.0	5.6	4.8	4.9	5.4
2013	5.3	5.3	5.3	5.0	5.8	5.4	4.9	5.2	6.7	4.7	5.9	4.9	3.7	5.4	5.8	5.9	5.6	5.0	5.3	5.5

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.6 China

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	2729.78
2008	3523.09
2009	4558.43
2010	5059.42
2011	6039.66
2012	7492.43
2013	8461.62
2014	9490.6

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulatorio	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.0	4.0	3.8	3.5	4.1	4.1	4.5	3.5	3.8	4.0	1.7	2.6	5.4	4.4	5.0	4.6	4.4	4.0	5.4	5.4
2008	4.1	3.9	4.0	3.9	3.6	3.2	4.9	3.4	4.0	3.8	1.5	2.6	5.3	4.8	5.1	4.7	5.5	3.9	5.3	5.0
2009	4.3	4.2	4.1	4.0	4.0	3.9	5.2	3.7	4.2	3.9	2.5	2.8	5.3	5.0	5.3	5.0	5.5	4.0	5.3	5.5
2011	4.5	4.5	4.3	4.2	5.1	3.9	5.1	3.8	4.2	4.0	2.6	3.1	5.1	5.1	5.2	4.9	5.4	4.1	5.5	5.5
2013	4.5	4.5	4.3	4.2	4.8	4.5	4.7	3.8	4.3	4.1	2.5	3.0	4.9	5.1	5.2	5.0	5.3	4.0	5.6	5.5

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.7 España

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	1264.55
2008	1479.34
2009	1634.99
2010	1499.07
2011	1431.67
2012	1494.51
2013	1355.73
2014	1303.04

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulatorio	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	5.2	5.2	4.9	4.5	4.8	5.9	5.5	5.0	5.2	5.4	6.8	3.9	3.9	5.3	5.3	5.2	3.9	5.0	4.4	6.7
2008	5.3	5.2	4.4	5.0	5.1	5.9	5.8	5.3	5.3	5.5	7.0	4.4	4.3	5.3	5.3	5.3	5.5	5.0	4.2	6.8
2009	5.3	5.3	4.3	5.0	5.2	5.9	6.0	5.2	5.2	5.3	7.0	4.3	4.2	5.4	5.4	5.2	5.7	4.9	4.3	6.8
2011	5.3	5.3	4.3	5.0	5.4	6.1	5.9	5.3	5.3	5.7	6.7	4.7	4.2	5.2	5.1	5.2	5.1	5.0	4.2	6.6
2013	5.4	5.5	4.5	5.2	5.7	6.1	5.9	5.3	5.3	5.9	6.7	4.5	4.1	5.4	5.2	5.2	5.3	4.9	4.8	6.6

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.8 Estados Unidos

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	13855.9
2008	14477.6
2009	14718.6
2010	14418.7
2011	14964.4
2012	15517.9
2013	16163.2
2014	16768.1

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	5.4	5.1	5.5	5.2	4.8	5.7	4.1	5.7	6.8	5.8	6.5	5.6	4.1	5.5	6.0	6.0	5.1	4.4	6.1	6.1
2008	5.3	4.7	5.2	4.0	3.7	5.5	5.3	5.6	6.3	5.5	6.7	5.2	4.2	5.5	5.9	5.9	6.0	4.3	6.0	5.8
2009	5.3	4.7	5.3	4.0	3.9	5.6	4.8	5.5	6.4	5.3	6.3	5.2	4.1	5.7	5.9	5.9	6.0	4.4	6.5	5.9
2011	5.3	5.0	5.2	4.2	5.0	5.6	5.1	5.4	6.2	5.0	6.5	5.2	4.2	5.5	5.7	5.6	5.7	4.3	5.8	6.2
2013	5.3	4.9	5.1	4.1	4.9	5.5	5.1	5.4	6.2	5.0	6.3	5.1	4.3	5.7	5.6	5.6	5.6	4.6	6.1	6.3

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.9 Francia

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	2325.01
2008	2663.11
2009	2923.47
2010	2693.83
2011	2646.99
2012	2862.5
2013	2681.42
2014	2810.25

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	3.8	4.5	4.4	4.4	4.8	3.8	5.0	2.7	2.2	3.0	1.9	1.8	4.5	4.3	4.0	3.5	4.8	4.8	4.2	5.9
2008	5.2	5.6	5.2	5.7	5.2	6.8	5.0	5.3	5.5	6.6	6.2	4.9	3.3	4.8	5.5	5.8	5.2	4.6	3.6	5.7
2009	5.3	5.7	5.1	5.8	5.3	6.7	5.4	5.2	5.5	6.6	6.2	5.0	2.9	5.1	5.6	5.9	5.4	4.9	4.1	6.0
2011	5.4	5.7	5.0	5.7	5.8	6.8	5.3	5.3	5.5	6.5	6.2	5.5	3.2	5.2	5.4	5.8	5.1	4.9	4.3	6.0
2013	5.3	5.6	5.0	5.6	5.5	6.7	5.0	5.2	5.4	6.2	6.1	5.2	3.0	5.2	5.2	5.5	4.9	4.8	4.7	6.0

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.10 Bulgaria

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	273.28
2008	318.69
2009	354.62
2010	329.86
2011	299.62
2012	288.79
2013	249.53
2014	242.23

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	5.0	5.2	4.8	4.4	5.5	6.5	4.9	4.4	3.7	4.4	6.0	3.6	4.0	5.4	5.2	5.0	3.8	5.0	3.4	4.9
2008	4.9	5.5	4.4	4.9	5.7	6.4	6.0	4.6	4.6	4.4	6.7	3.6	3.8	4.7	5.2	4.9	5.3	5.1	3.0	5.4
2009	4.9	5.5	4.6	4.8	5.6	6.4	6.1	4.7	4.7	4.1	6.7	3.8	3.9	4.6	5.2	4.9	5.6	5.1	3.0	5.0
2011	4.8	5.1	4.3	4.5	4.7	6.4	5.6	4.8	4.8	4.0	6.9	4.3	3.8	4.5	5.0	4.8	5.1	4.8	3.4	4.7
2013	4.8	5.0	4.2	4.5	4.7	6.4	5.2	4.7	4.7	4.0	6.8	4.3	3.6	4.6	5.0	4.8	5.3	4.8	4.2	4.3

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.11 Italia

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	1943.53
2008	2204.09
2009	2391.88
2010	2186.24
2011	2126.75
2012	2278.09
2013	2075.22
2014	2136.95

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015):

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.8	4.8	4.6	4.3	4.7	6.4	3.9	4.4	4.2	3.8	6.0	4.5	3.4	5.2	5.3	5.1	3.8	4.6	3.5	6.0
2008	4.8	5.0	4.4	4.9	4.8	6.3	4.6	4.8	4.4	4.5	6.9	4.6	3.5	4.7	5.2	5.1	5.3	4.8	3.2	5.8
2009	4.8	5.0	4.4	4.7	4.9	6.2	4.7	4.7	4.4	4.2	6.9	4.7	3.2	4.7	5.3	5.0	5.6	4.7	2.8	6.1
2011	4.9	5.0	4.3	4.7	5.2	6.2	4.6	4.8	4.4	4.5	7.0	4.5	3.6	4.8	5.1	5.0	5.3	4.4	3.7	6.1
2013	4.9	4.9	4.2	4.7	5.3	6.0	4.3	4.8	4.6	4.5	7.0	4.3	3.4	5.0	5.1	5.0	5.2	4.6	4.4	6.1

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.12 Kazajistán

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	81
2008	104.9
2009	133.4
2010	115.3
2011	148.05
2012	188.05
2013	203.52
2014	231.88

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	3.8	4.0	3.5	3.7	4.1	5.3	3.2	3.0	2.8	3.2	2.1	2.3	4.7	4.4	5.2	4.9	4.7	4.3	2.5	1.5
2008	3.6	4.5	4.1	3.7	4.9	5.8	3.9	2.9	2.6	3.0	2.2	2.4	4.4	3.4	5.0	4.7	5.4	4.6	2.2	1.6
2009	3.6	4.7	4.1	3.9	5.0	6.8	3.7	2.9	2.6	3.0	2.1	2.7	4.2	3.3	5.0	4.7	5.3	4.3	2.5	1.4
2011	3.7	4.6	4.0	3.9	4.1	6.7	4.2	3.3	2.7	3.1	3.1	3.4	4.3	3.2	4.8	4.7	4.8	4.0	2.5	1.5
2013	3.8	4.7	4.2	3.9	4.2	6.8	4.2	3.5	2.7	3.3	3.1	3.7	4.5	3.3	4.9	4.7	5.0	4.1	2.7	1.5

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.13 Malasia

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	162.69
2008	193.55
2009	230.81
2010	202.26
2011	247.53
2012	287.33
2013	304.96
2014	313.16

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.8	5.1	5.3	5.3	5.3	4.7	5.0	4.4	3.9	5.6	3.1	3.7	5.9	4.8	5.4	5.3	4.6	5.4	4.7	3.5
2008	4.6	5.0	5.3	4.8	5.5	4.4	5.1	4.3	4.2	4.9	3.2	3.4	5.9	4.6	5.5	5.5	5.6	5.5	4.7	2.5
2009	4.7	5.0	5.4	4.7	5.3	4.5	5.3	4.2	4.2	4.8	2.7	3.6	5.8	4.9	5.5	5.4	5.6	5.4	4.6	3.9
2011	4.6	4.7	5.1	4.6	4.5	4.5	4.8	4.4	4.2	4.6	3.6	3.7	5.6	4.7	5.2	5.2	5.2	5.4	4.5	3.8
2013	4.7	4.8	5.3	4.7	4.8	4.6	4.7	4.4	4.5	4.6	3.8	3.5	5.4	4.9	5.4	5.3	5.4	5.4	5.1	3.9

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.14 México

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	966.87
2008	1043.47
2009	1101.28
2010	894.95
2011	1051.13
2012	1171.19
2013	1186.66
2014	1262.25

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.4	4.5	5.1	4.3	3.5	5.0	4.7	3.6	3.9	3.6	3.6	2.7	4.2	5.0	5.2	4.8	4.4	4.6	4.9	5.0
2008	4.2	4.3	4.6	4.2	3.6	4.2	4.9	3.6	3.8	3.3	4.0	2.7	4.4	4.6	5.0	4.7	5.4	4.6	4.4	4.4
2009	4.3	4.3	4.5	4.1	3.6	4.4	5.0	3.7	4.1	3.1	3.9	2.8	4.6	4.9	5.1	4.7	5.5	4.6	4.7	5.1
2011	4.4	4.5	4.6	4.1	3.6	4.9	5.2	3.9	3.7	3.3	4.6	3.1	4.9	4.9	4.9	4.8	4.9	4.6	4.9	5.3
2013	4.5	4.4	4.7	4.2	3.7	4.7	5.0	3.9	3.8	3.6	4.4	2.9	4.9	5.0	5.0	4.9	5.1	4.6	5.4	5.1

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.15 Polonia

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	343.26
2008	428.76
2009	530.19
2010	436.48
2011	476.69
2012	524.36
2013	496.21
2014	526.06

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.2	4.2	4.7	4.0	4.3	4.1	4.2	3.5	2.6	3.6	3.6	3.5	4.2	4.8	5.3	5.2	4.0	4.2	3.6	5.2
2008	4.2	4.5	4.3	4.6	4.6	5.0	4.2	3.6	2.6	4.0	3.6	3.6	4.4	4.4	5.2	5.1	5.3	4.1	3.7	4.7
2009	4.2	4.4	4.3	4.6	4.6	4.5	4.1	3.5	2.7	3.5	3.5	3.8	4.1	4.6	5.2	5.0	5.3	4.5	3.5	5.1
2011	4.4	4.9	4.5	4.9	5.2	5.6	4.1	3.8	2.7	3.3	4.5	4.1	4.5	4.5	5.1	5.3	5.0	3.9	3.5	5.4
2013	4.5	4.9	4.3	5.0	5.2	6.0	4.0	3.9	2.7	3.7	4.7	4.0	4.6	4.6	5.1	5.2	5.0	4.1	3.7	5.4

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.16 Bulgaria

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	2582.75
2008	2963.1
2009	2791.68
2010	2309
2011	2407.86
2012	2592.02
2013	2614.95
2014	2678.17

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	5.3	5.2	5.5	5.5	4.9	5.7	4.4	5.1	5.6	5.5	5.2	5.7	3.3	5.6	6.0	6.0	5.1	4.6	4.6	6.4
2008	5.3	5.3	5.5	5.6	5.0	5.6	4.7	5.3	5.7	5.8	6.2	5.5	3.4	5.3	5.9	5.9	5.8	4.5	4.3	6.3
2009	5.2	5.3	5.3	5.6	4.9	5.6	5.1	5.1	5.5	5.4	6.2	5.5	2.8	5.3	5.8	5.8	5.8	4.5	4.5	6.4
2011	5.3	5.3	5.2	5.5	5.6	5.6	4.8	5.3	5.5	5.5	6.2	5.7	3.5	5.3	5.7	5.8	5.6	4.5	4.5	6.4
2013	5.4	5.4	5.3	5.6	5.7	5.7	4.9	5.1	5.6	5.8	5.8	5.4	3.0	5.6	5.8	5.9	5.6	4.9	5.2	6.4

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.17 Rusia

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	989.93
2008	1299.71
2009	1660.85
2010	1222.64
2011	1524.92
2012	1904.79
2013	2016.11
2014	2079.02

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.0	3.6	2.7	3.0	3.7	5.7	3.1	3.8	4.2	3.5	3.2	3.0	4.8	4.7	5.0	4.8	4.5	3.9	4.5	3.7
2008	4.0	4.2	3.5	3.8	3.2	6.7	4.0	3.6	4.1	3.3	3.3	3.1	4.0	4.3	4.9	4.8	5.1	4.3	4.6	3.6
2009	4.1	4.3	3.5	3.9	3.5	6.7	4.2	3.7	4.4	3.2	3.5	3.4	4.1	4.4	4.8	4.8	4.9	4.1	4.6	3.9
2011	4.2	4.5	3.6	4.2	4.0	6.6	4.0	4.1	4.3	3.1	4.6	3.9	4.5	4.1	4.8	4.8	4.7	3.6	4.4	3.7
2013	4.2	4.2	3.7	3.5	3.9	6.4	3.6	4.2	4.3	3.1	4.9	4.2	4.5	4.0	4.6	4.7	4.6	3.7	4.3	3.5

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.18 Tailandia

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	207.09
2008	246.98
2009	272.58
2010	263.71
2011	318.91
2012	345.67
2013	365.97
2014	387.25

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.6	4.8	4.8	4.6	4.9	4.8	4.8	4.1	4.1	4.7	3.4	2.8	5.7	4.8	5.0	5.0	4.1	5.4	4.7	3.5
2008	4.4	4.5	4.5	4.3	4.0	4.5	5.1	4.2	4.3	4.2	4.4	2.6	5.4	4.5	5.0	4.7	5.3	5.5	4.6	2.8
2009	4.4	4.5	4.5	4.1	3.9	4.4	5.3	4.1	4.5	3.8	4.3	2.7	5.4	4.7	5.2	4.8	5.5	5.4	4.5	3.8
2011	4.5	4.5	4.4	4.2	4.4	4.4	4.9	4.3	4.5	4.1	4.9	2.9	5.2	4.6	4.8	4.6	5.1	5.3	4.6	3.9
2013	4.5	4.5	4.4	4.3	4.4	4.3	5.0	4.3	4.6	3.8	5.2	2.6	5.0	4.7	4.9	4.6	5.2	5.4	4.9	3.6

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.19 Turquía

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	530.9
2008	647.16
2009	730.34
2010	614.55
2011	731.17
2012	774.75
2013	788.86
2014	823.24

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	4.3	4.5	4.8	4.0	4.6	4.9	3.9	3.5	3.3	3.7	3.3	3.0	4.2	5.0	5.1	4.7	4.1	5.0	3.0	4.7
2008	4.2	4.6	4.7	4.1	4.8	4.6	4.6	3.7	3.7	3.8	4.0	3.0	4.2	4.3	4.9	4.7	5.2	5.1	3.0	4.1
2009	4.2	4.6	4.8	4.1	4.6	4.8	4.7	3.7	3.8	3.6	4.0	3.1	4.0	4.3	5.0	4.5	5.5	5.0	2.8	4.3
2011	4.4	4.6	4.8	4.3	4.4	4.9	4.6	4.0	4.2	4.0	4.4	3.4	4.2	4.5	4.9	4.6	5.1	5.0	2.9	5.2
2013	4.4	4.6	4.9	4.3	4.6	4.9	4.5	4.1	4.5	4.1	4.8	3.1	4.0	4.6	4.9	4.7	5.2	5.0	3.4	5.2

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

A2.20 Ucrania

Producto Interno Bruto.

(Miles de millones de dólares a precios constantes).

2007	107.75
2008	142.72
2009	179.99
2010	117.23
2011	136.42
2012	163.16
2013	175.78
2014	183.31

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Mundial (2015).

Índice de Competitividad de Viajes y Turismo.

Año	ICVT	Marco Regulator	Regulaciones políticas	Regulación ambiental	Protección y seguridad	Salud e Higiene	Priorización del turismo	Infraestructura	Infraestructura aérea	Infraestructura terrestre	Infraestructura turística	Tecnologías de la información	Competitividad precios	Recursos	Recursos humanos	Educación y entrenamiento	Disponibilidad	Afinidad por turismo	Recursos naturales	Recursos culturales
2007	3.9	4.0	4.0	3.0	4.2	5.5	3.3	3.2	2.6	3.4	2.7	2.6	4.9	4.4	5.0	4.6	4.5	4.5	2.5	1.9
2008	3.8	4.5	3.7	4.2	4.5	6.4	3.8	3.2	2.4	3.2	3.5	3.1	3.9	3.5	4.9	4.5	5.3	4.8	2.4	1.9
2009	3.8	4.7	3.8	4.3	4.7	6.4	4.0	3.4	2.6	3.3	3.7	3.4	3.9	3.5	5.1	4.8	5.3	4.7	2.4	1.8
2011	3.8	4.6	3.8	4.2	4.5	6.5	4.1	3.5	2.6	3.4	4.4	3.2	4.0	3.3	4.9	4.6	5.1	4.2	2.3	1.9
2013	4.0	4.7	3.9	4.3	4.7	6.6	4.2	3.6	2.8	3.5	4.6	3.1	4.0	3.6	4.9	4.7	5.2	4.3	3.0	2.1

Fuente: Elaboración propia con datos de Foro Económico Mundial (2007, 2008, 2009, 2011 y 2013).

ANEXO 3. MATRIZ DE CONGRUENCIA

Planteamiento del problema		Marco teórico	Hipótesis	Variables	Conceptualización	Indicadores
Identificación	Objetivos					
¿Cuál es el impacto que ha tenido la competitividad turística en el crecimiento económico de países con desarrollo muy alto y países con desarrollo alto en el periodo 2007-2015?	Conocer el impacto que ha tenido la competitividad turística en el crecimiento económico de países con desarrollo muy alto y países con desarrollo alto en el periodo 2007-2015.	Según Hong, es esperado que para el siglo XXI, el turismo internacional sea un vehículo importante para el crecimiento económico de países.	La competitividad turística ha tenido impacto en el crecimiento económico de países con desarrollo muy alto y países con desarrollo alto en el periodo 2007-2015.	Crecimiento económico. Competitividad turística.	Aumento de la renta, o valor de bienes y servicios finales producidos por una economía en un determinado periodo. Capacidad de la industria turística de un país para alcanzar sus objetivos por encima del promedio de referencia del sector, de manera sostenida.	Producto Interno Bruto (PIB). Índice de Competitividad Turística y de Viajes creado por el World Economic Forum.

<p>¿Ha existido un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015?</p>	<p>Determinar si ha existido un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015.</p>	<p>Altimira afirma que la competitividad del sector turístico, es la que garantizará a largo plazo destinos turísticos atractivos, generando una demanda con niveles de gastos altos, y de esta manera se va a generar un efecto multiplicador del turismo, que va a provocar crecimiento económico.</p>	<p>Ha existido un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015</p>	<p>Crecimiento económico. Competitividad turística.</p>		
--	---	--	--	--	--	--

<p>¿En el periodo 2007-2015 se ha dado un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto?</p>	<p>Conocer si en el periodo 2007-2015 se ha dado un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto.</p>	<p>Altimira afirma que la competitividad del sector turístico, es la que garantizará a largo plazo destinos turísticos atractivos, generando una demanda con niveles de gastos altos, y de esta manera se va a generar un efecto multiplicador del turismo, que va a provocar crecimiento económico.</p>	<p>En el periodo 2007-2015 se ha dado un vínculo entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto.</p>	<p>Crecimiento económico. Competitividad turística.</p>		
---	---	--	--	--	--	--

<p>¿Ha ocurrido alguna relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015? De ser así ¿En qué dirección ha sido?</p>	<p>Descubrir si ha existido alguna relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015. Y de ser así, saber en qué dirección ha sido.</p>	<p>Según Brida, puede existir una relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico.</p>	<p>Ha existido una relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo muy alto en el periodo 2007-2015 y ha sido en dirección competitividad – crecimiento.</p>	<p>Crecimiento económico. Competitividad turística.</p>		
---	---	--	---	--	--	--

<p>¿En el periodo 2007-2015 se ha dado alguna relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto? De ser así ¿En qué dirección ha sido?</p>	<p>Revelar si en el periodo 2007-2015 se ha dado alguna relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto. Y de ser así, conocer en qué dirección ha sido.</p>	<p>Según Brida, puede existir una relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico.</p>	<p>En el periodo 2007-2015 se ha dado una relación de causalidad entre competitividad turística y crecimiento económico en países con desarrollo alto y ha sido en dirección competitividad – crecimiento.</p>	<p>Crecimiento económico. Competitividad turística.</p>		
--	--	--	--	--	--	--