

COMPETITIVIDAD DEL TURISMO: EL CASO DE MINERAL DEL CHICO, HIDALGO

Mayra Angélica Montoya Ubaldo

Profesor por asignatura en la Escuela Preparatoria Número Uno, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

anyie51@hotmail.com

Licenciada en Turismo por la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

Zaira Berenice Callejas Ramírez

Estudiante maestría en auditoría

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

zairaberenice.callejas@gmail.com

Ingeniero en Finanzas por la Universidad Politécnica de Francisco I. Madero.

Dr. Danae Duana Ávila

Profesor-Investigador en el programa educativo de Administración, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

duananos@yahoo.com.mx

Licenciado en Economía por el Instituto Politécnico Nacional.

Maestría en Economía Regional por el Centro de Investigaciones Socioeconómicas de la Universidad Autónoma

Coahuila.

Doctor en Economía por la Sección de Estudios de Posgrado, Escuela Superior de Economía del Instituto Politécnico

Nacional.

RESUMEN

Por medio de los cambios generados con la 4T en México las posibilidades de independencia económica en distintos sectores han aumentado, el turismo no es la excepción. Las facilidades que brindan la creación de nuevas empresas traen consigo distintos beneficios que ayudan al crecimiento de la economía mexicana, la estabilidad familiar y la diversificación en los recursos, sin embargo, también existen factores que los ponen en riesgo, algunos de ellos derivados de la inexperiencia que se tiene tanto en materia legal como operativa. La presente investigación tiene por objetivo evaluar diferentes prestadores de servicios turísticos para determinar si estos con su accionar son competitivos, generando herramientas de gestión operacional que permitan mejorar su posicionamiento en el mercado local. El análisis se llevará a cabo por medio de un estudio de caso en el municipio de Mineral del Chico en Hidalgo, que pertenece al programa de Pueblos Mágicos, beneficiando el de desarrollo turístico.

Palabras clave: competitividad, empresa, estructura organizacional, recursos humanos, turismo.

ABSTRACT

Through the changes generated with the 4T in Mexico, the possibilities of economic independence in different sectors have increased, tourism is no exception. The facilities provided by the creation of new companies bring various benefits that help the growth of the Mexican economy, family stability and diversification of resources, however, there are also factors that put them at risk, some of them derived from inexperience in both legal and operational matters. This research aims to evaluate different tourism service providers to determine if they are competitive with their actions, generating operational management tools that improve their position in the local market. The analysis will be carried out through a case study in the municipality of Mineral del Chico in Hidalgo, which belongs to the Magical Towns program, benefiting tourism development

Keywords: competitiveness, company, organizational structure, human resources, tourism

1 INTRODUCCIÓN

La competitividad es uno de los conceptos más importantes en el ámbito empresarial, y en la prosperidad de un país es uno de los indicadores principales, debido a que por medio de ella se puede medir la capacidad que tiene una empresa para alcanzar sus objetivos y mantenerse en una posición en referencia con el entorno al que corresponden. A lo largo de la evolución y la globalización aparecieron nuevos segmentos de mercado derivados de las exigencias de la sociedad, lo que generó que las necesidades se fueron haciendo más complejas llevando a necesitar un aumento en la producción de bienes y servicios y en un menor tiempo. Originando de esta manera la primera herramienta de competitividad, que fue la mecanización de los procesos. Los productos textiles, de hierro, así como la alfarería y la cerámica, son ejemplos de sectores en los cuales se incorporó esta herramienta.

Con la globalización iniciada por el año de 1980 uno de los principales objetivos fue facilitar el tránsito de los bienes y servicios entre los países, con la finalidad de abrir un nuevo y amplio espacio de oportunidades y retos. Dicho fenómeno se hizo presente en los distintos sectores productivos lo que ocasionó que el horizonte de oportunidades se ampliara. Refiriéndonos a el turismo como actividad económica, este ha experimentado una evolución y crecimiento notable en los últimos 20 años traduciéndose en mayor demanda, tanto nacional como internacional, mayores inversiones, un aumento en la oferta de productos y/o servicios, los cuales ofertan una mayor variedad de éstos, proporcionando el turista un mayor poder de elección. Es en este punto donde la competitividad juega un papel muy importante, sobre todo teniendo en cuenta que esta oferta seguirá incrementándose.

La competitividad de la empresa turística debe ser entendida como un trabajo interno donde tienen participación todos los integrantes de la empresa, mismos que logran cumplir con los estándares y objetivos que tenga la entidad y brindar la mejor experiencia al turista.

De acuerdo con datos proporcionados por la Organización Mundial del Turismo, México se posiciona como el principal destino turístico de América Latina y pertenece al top ten de los países más visitados en el mundo, al ser poseedor de una invaluable riqueza cultural, gastronómica y de biodiversidad ofrece al turismo nacional e internacional distintas posibilidades. Dentro del territorio mexicano se encuentra el Estado de Hidalgo, el cual se ubica en la zona centro del país, lugar que lo posiciona como uno de los atractivos principales debido a la cercanía con la capital del país. En los últimos años Hidalgo ha logrado desarrollar con gran importancia el turismo en sus diferentes municipios, un ejemplo de ello se tiene en la industria turística de Mineral del Chico, Hidalgo la cual está compuesta en su mayoría de pequeñas y medianas empresas, que compiten en un ámbito geográfico limitado, que les ha permitido desarrollar herramientas que eleven su competitividad, propiciando el incremento de la afluencia de visitantes.

Con base en lo anterior el estudio a realizar, tiene como fin llevar a cabo un análisis de la competitividad de las empresas turísticas y de las variables que influyen en el sector. Para realizar este estudio se ha buscado y analizado distintos tipos de material bibliográfico, tanto a nivel nacional como internacional, con el fin de dilucidar de una manera objetiva y con fundamentos que es lo que se entiende por competitividad, cuáles son sus variables y saber si realmente se maneja y aplican los procedimientos de la competitividad en el sector.

Al hablar de competitividad en las empresas turísticas surgen problemas como la falta de valorización de los principios que en esta participan, lo cual se traduce en los siguientes problemas que actuarán como hipótesis en este estudio. Debido a que en la mayoría de las

entidades el sector turístico ha surgido como una necesidad de auto empleo por familias locales y a través de los años han logrado consolidarse como las empresas turísticas que hoy conocemos sus procesos operativos carecen de las herramientas adecuadas para enfrentar las condiciones externas, ocasionado que los niveles de competitividad no sean los óptimos. De igual manera se aprecia que no disponen de mecanismos eficientes que les permita mantenerse en una mejora continua que logre fortalecer el destino en el que opera. Un análisis en la formación de sus directivos permite observar que debido al desconocimiento de las ventajas competitivas que su negocio aporta al turismo nacional e internacional al enfocarse en la resolución de problemas cotidianos.

2 OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Evaluar diferentes prestadores de servicios turísticos para determinar si éstos con su accionar son competitivos, generando herramientas de gestión operacional que permitan mejorar su posicionamiento en el mercado local

3 COMPETITIVIDAD

La actividad turística en los últimos años ha experimentado un notable crecimiento que ha llevado a la generación de grandes empresas mediante sistemas asociativos o de fusiones corporativas permitiendo especializar cada una de sus operaciones internas, desarrollando procedimientos y técnicas propias del sector para fortalecer la gestión de la organización y mejorar su posición competitiva en el mercado. Misma que a su vez ha adoptado procedimientos de otros sectores productivos para incrementar la productividad a nivel operacional. Producto de lo anterior las empresas del sector no tienen claridad de cuáles son los elementos competitivos claves para desenvolverse en algún ámbito del sector turístico.

Analizando diversos conceptos de competitividad podemos mencionar que para Porter (1982), la competitividad debe ser entendida como la capacidad que tiene una organización, pública o privada, lucrativa o no, de obtener y mantener ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico. Mientras que para Pelayo (2007) 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.

A diferencia de Porter, Pelayo hace un alcance con respecto a que la competitividad se puede mantener mediante la utilización de sistemas. Continuando con la revisión bibliográfica Ivancevich (1997) refiere a la competitividad como la medida en que una nación, bajo condiciones de Mercado libre y leal, es capaz de producir bienes y servicios que puedan superar con éxito la prueba de los mercados internacionales, manteniendo y aun aumentando al mismo tiempo la renta real de sus ciudadanos.

A partir del análisis de diferentes definiciones de competitividad, para este estudio, se ha estipulado una definición propia del tema, competitividad, es la suma de factores y/o atributos individuales internos, que permiten a una empresa turística innovar y mejorar continuamente su organización, productos y servicios, para así poder enfrentar de mejor manera las condiciones del entorno.

4 ACTIVIDAD TURÍSTICA EN MÉXICO

México es un país que posee una gran riqueza y diversidad cultural, misma que lo posiciona como un gran destino turístico en el mundo, el cual se sustenta a través de la consideración realizada por la Organización Mundial del Turismo en donde lo cataloga como el principal destino turístico de América Latina y el sexto más visitado en el mundo. Debido a que a lo largo de los 1 964 375 km² que componen su territorio se albergan 34 sitios culturales o naturales que la UNESCO ha considerado como Patrimonio de la Humanidad, lo que permite ofrecer a sus habitantes y al mundo una gran variedad de atractivos turísticos.

También es uno de los países con mayor diversidad de climas en el mundo, ocasionando que se encuentre dentro del grupo de los 17 países megadiversos del planeta, motivo que incrementa su potencial turístico. Aunado a lo anterior su principal atracción turística se centra en las ruinas antiguas de las civilizaciones que forman parte de su historia, lugares que se encuentran llenos de un emblema cultural único, compuesto por ciudades coloniales, complejos turísticos de playa y zonas arqueológicas.

Lo anterior ha derivado a que el sector turístico se pieza fundamental en el desarrollo del país, mismo que a su vez exige a los participantes del sector desarrollen herramientas que les proporcionen ventajas competitivas.

4.1 Servicios de hospedaje y alojamiento a nivel nacional

La actividad turística de México aportó el 8.7% al Producto Interno Bruto (PIB) del país y generó 2.3 millones de puestos de trabajo, que representan 6.0% del total nacional.

Al dar a conocer los resultados de la Cuenta Satélite del Turismo de México 2018, con año base 2013, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) señaló que los servicios de alojamiento representaron 28.1% del valor.

A nivel nacional, el indicador por excelencia para medir el comportamiento del hotelería es el porcentaje de ocupación o también conocido como porcentaje de habitaciones vendidas. En primer lugar, la información es obtenida al nivel desagregado que se refiere a los establecimientos y posteriormente de manera agregada a destinos turísticos, regiones geográficas, etc.

En nuestro país, se estableció el "Programa de Monitoreo Hotelero Data Tur" que tiene una oportunidad temporal única a nivel internacional, ya que mide de forma semanal los resultados de ocupación en 70 destinos y corredores turísticos.

Gráfica 1
Porcentaje de ocupación



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos por el Programa de Monitoreo Hotelero Data Tur, primer trimestre 2020.

2019 *Cifras calculadas para el periodo enero-diciembre

2020 ** Cifras calculadas para el mes de enero-marzo.

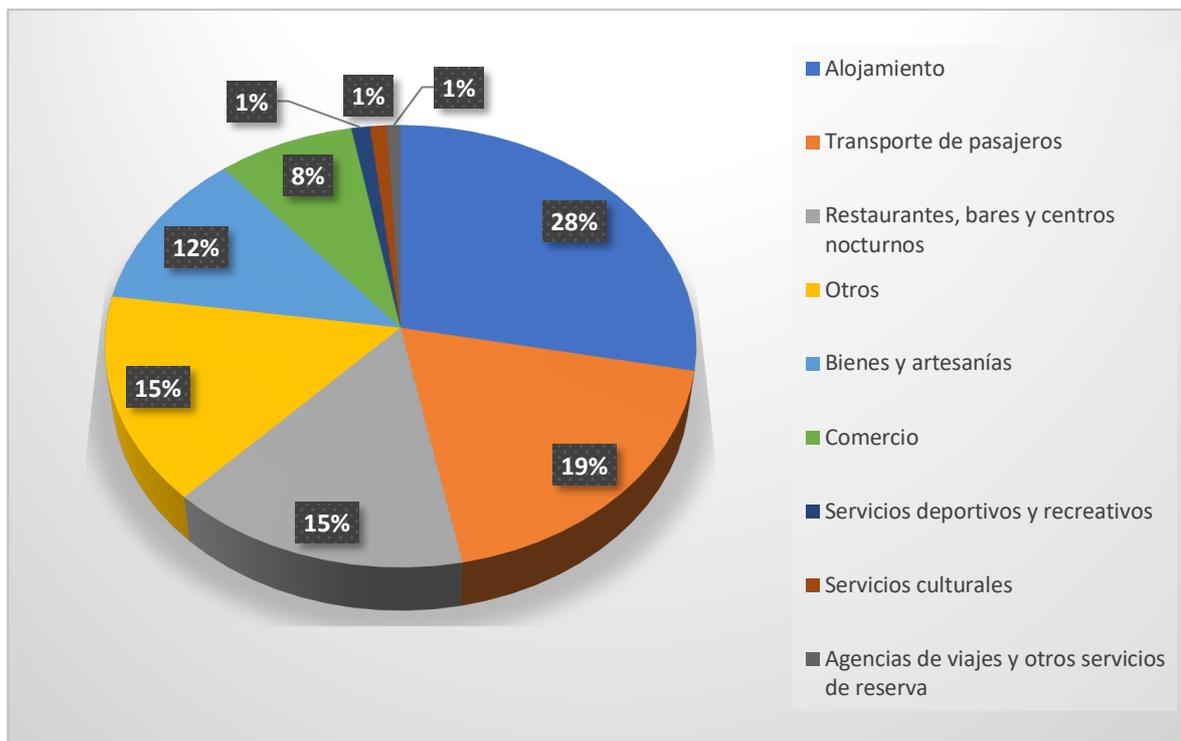
Con base en los resultados emitidos por el Programa de Monitoreo Hotelero Data Tur, el porcentaje de ocupación hotelera en los últimos cinco años se ha mantenido por encima del 60%, proporcionando una estabilidad en la oferta de este sector. Información referente del primer trimestre del presente año, arroja una baja en la ocupación, misma que ha sido directamente afectada por la pandemia de COVID-19 que afecta al mundo, siendo el sector turístico uno de los más afectados.

4.2 Estadísticas sobre el turismo en México

Cuando se escucha la palabra turismo es fácil pensar en distintos lugares especiales, acogedores y que hacen salir de la rutina a todas las personas. Sin embargo, también es importante analizar el impacto económico y social que este represente para un país.

Debido a que la aportación que este sector realiza en el PIB nacional es importan realizar un análisis de la composición del PIB turístico, en donde es posible apreciar que con un 28.1% el alojamiento es el de mayor representación, seguido por el transporte de pasajeros que equivale al 18.8%; mientras que el menor está representado por las agencias de viajes y otros servicios de reserva con un 0.8%.

Gráfica 2
Composición del PIB turístico



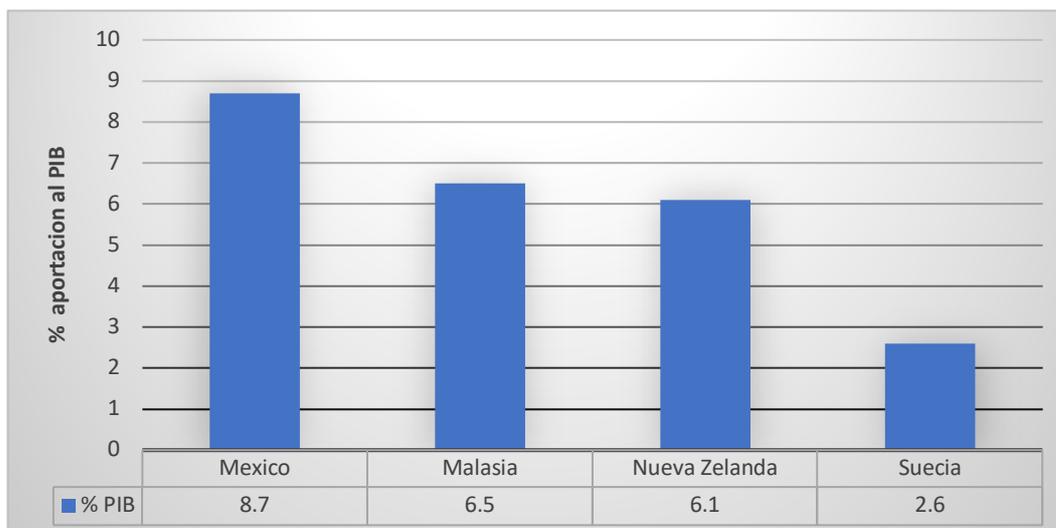
Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI 2013

Al analizar los datos que nos proporciona el INEGI en 2013, se puede observar que el PIB turístico centra más de 50% en actividades como alojamiento, transporte de pasajeros y restaurantes, bares y centros nocturnos. Lo cual los posiciona como las tres principales actividades con aportación al producto interno bruto.

Es importante poder analizar dichos indicadores en referencia tanto nacional como internacional, con la finalidad de poder visualizar el impacto que el sector tiene en nuestro país y de esta manera poder brindar la importancia necesaria para poder continuar con su desarrollo y crecimiento.

Gráfica 3

Comparativa Internacional de aportación del turismo al PIB.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de INEGI 2013

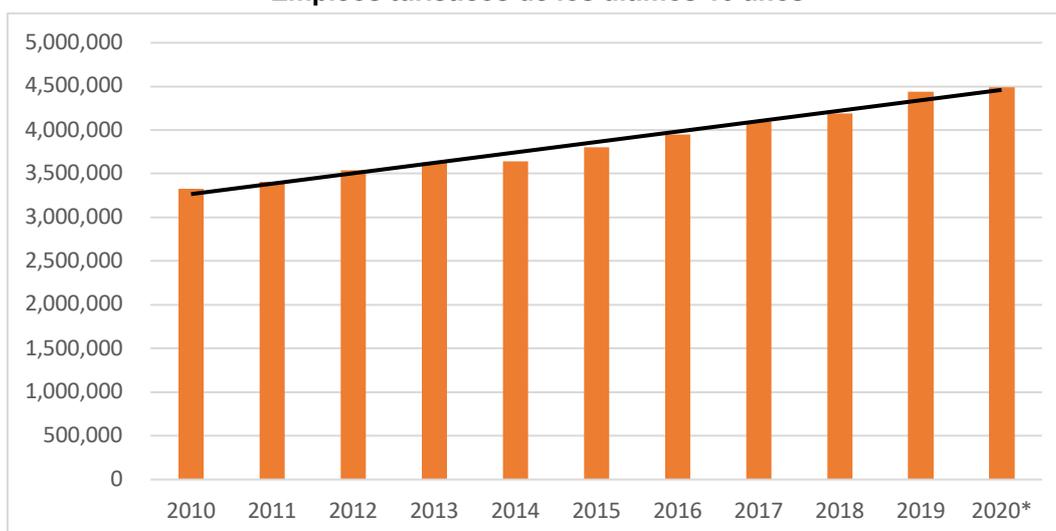
Si comparamos la aportación que el sector tiene a nuestro PIB, frente a un ámbito internacional este se sitúa por encima de países como Suecia, Malasia y Nueva Zelanda los cuales se encuentran 2 puntos porcentuales por debajo de nuestro país.

Continuando con el análisis de la aportación del turismo al PIB es relevante para la investigación hablar del Consumo turístico interior por motivo del viaje, dentro de los cuales se encuentran cinco aspectos relevantes: Negocios, vacaciones, excursiones, gastos previos y otros. En donde el motivo de vacaciones es el de mayor importancia con un 30.4%, seguido por el de 12.9% que representan las excursiones y 5.9% negocios.

De acuerdo con la metodología establecida por el comité Técnico Especializado de Estadísticas Económicas del Sector Turismo (CTEEEST) el INEGI publica la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo en la cual se puede apreciar el crecimiento que han tenido los empleos del sector turístico en los últimos 10 años.

Gráfica 4

Empleos turísticos de los últimos 10 años



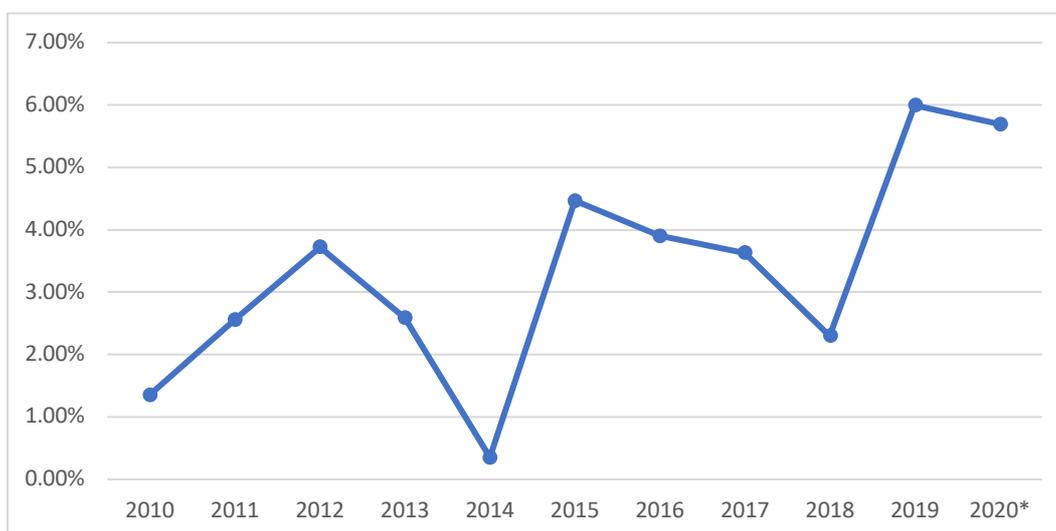
Fuente: Elaboración propia con base en Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENEO)

*Al primer trimestre 2020

Dicha información permite dimensionar el número de personas que se encuentran empleadas por establecimientos del sector terciario. Con este resultado se observa un aumento equivalente al 5.69% para lo que va del primer trimestre del 2020. Siendo el 2019 el mejor de los últimos 10 años.

Gráfica 5

Variación en la generación de empleos del sector turístico en los últimos 10 años



Fuente: Elaboración propia con base en Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENEO)

*Al primer trimestre 2020

En la tabla denominada “Empleos turísticos y variación porcentual en el periodo 2010-2020” encontramos los empleos turísticos reportados en los últimos 10 años, siendo para 2020 el corte al primer trimestre, y la variación que tiene respecto a su año inmediato anterior, si bien no ha sido constante el incremento, este si ha permanecido en forma positiva frente a los diferentes acontecimientos micro y macroeconómicos que han estado presentes.

Tabla 1
Empleos turísticos y variación porcentual en el periodo 2010-2020

AÑO	EMPLEOS TURISTICOS	VARIACIÓN
2010	3,324,620	1.35%
2011	3,409,804	2.56%
2012	3,536,686	3.72%
2013	3,628,195	2.59%
2014	3,640,970	0.35%
2015	3,803,442	4.46%
2016	3,951,887	3.90%
2017	4,095,282	3.63%
2018	4,187,463	2.30%
2019	4,438,496	5.99%
2020*	4,487,790	5.69%

Fuente: Elaboración propia con base en resultados emitidos por el INEGI

*Primer trimestre 2020

4.3 Hospedaje y alojamiento en el estado de Hidalgo

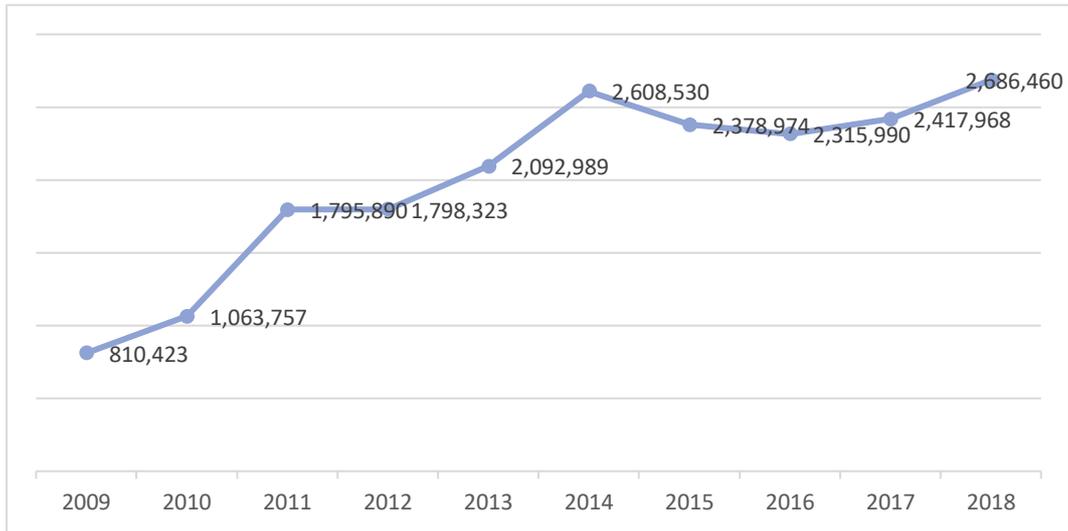
El estado de Hidalgo cuenta con una superficie de 20,813 km², considerado por su ubicación geográfica, como uno de los estados privilegiados de la zona centro-oriente del país al colindar al norte con los estados de San Luis Potosí y Veracruz, al este con el estado de Puebla, al sur con los estados de Tlaxcala y México y al oeste con estado de Querétaro. Presenta un clima seco, semiseco y templado subhúmedo, principalmente, con una temperatura media anual de 16° centígrados, y una precipitación total anual de 800mm. (INEGI 2010).

Teniendo como capital Pachuca de Soto y una población a Junio 2015 de 2,862,970 habitantes representan el 1.1% del territorio del país En el ámbito del turismo cuenta con 6 pueblos mágicos, estos son: Mineral del Chico, Mineral del Monte, Huasca de Ocampo, Huichapan, Tecozautla y Zimapán; en todo el territorio del estado ofrece 673 servicios de hospedaje lo que representa 14,252 habitaciones.

Para el estado de Hidalgo el turismo representa el 1.5% de PIB, siendo el 2014 el año en el que el 2.96% del PIB se generó gracias al sector terciario, específicamente la prestación de servicios de alojamiento temporal. Por lo cual se considera como una palanca de desarrollo, lo que ha llevado a que organizaciones como la OMT (Organización Mundial de Turismo) lo considere como uno de los sectores económicos más dinámicos.

Un análisis enfocado en el porcentaje de ocupación hotelera en el 2015 sitúa al estado por encima del rango nacional (52.39%) lo que se sustenta con la llegada de 2 millones 608 mil 530 turistas que lo eligieron sede sus actividades. Dentro de dicha cantidad cabe recalcar que más de 11 mil personas fueron provenientes de otros países, los cuales se sienten atraídos por la diversificación cultural que el estado ofrece como lo son: cuanto zonas arqueológicas y seis museos, todos bajo la administración del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).

Gráfica 6
Llegada de turistas totales a la Entidad
Período: 2009 - 2018



Fuente: Elaboración propia con base a datos proporcionados por el INEGI

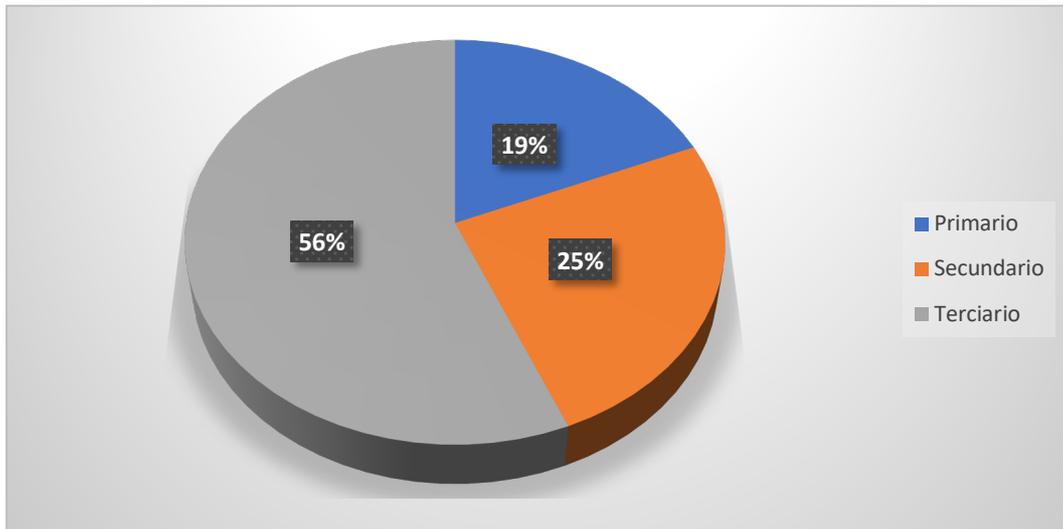
4.4. Población laboralmente activa

El turismo es un poseedor de grandes beneficios, el principal de esos se encuentra en la generación de empleo, la cual, de acuerdo con datos emitidos por la Secretaría de Economía en el año 2017, para el estado de Hidalgo represento el 5.9% del total nacional, el equivalente a 2.3 millones de puestos de trabajo. Adicional también genera movimiento en obras de infraestructura, desarrollos gastronómicos y hoteleros, crecimiento de líneas transportistas, entre otros.

Con base en datos proporcionados por el INEGI la población laboralmente activa del estado de Hidalgo durante el segundo trimestre de 2016 se distribuía principalmente en el sector terciario con un 56% del total, mientras que el sector secundario tiene una participación del 25% y el primario del 19%-

Gráfica 7

Estructura de la población ocupada por actividad en el Estado de Hidalgo

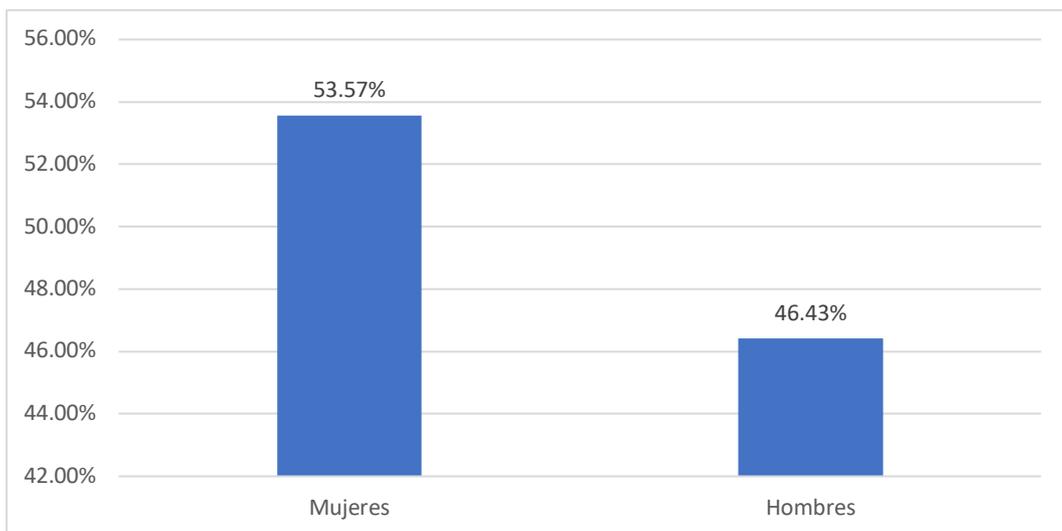


Fuente: Elaboración propia con base en Plan Estatal de Desarrollo

De los 657 mil 453 trabajadores reportados por el INEGI en 2016 que tiene participación en el sector terciario el 53.53% son mujeres, género que en los últimos años ha cobrado vital importancia no solo el sector de servicios, si en toda la población económicamente activa.

Gráfica 8

Clasificación por genero de los trabajadores del sector terciario en el estado de Hidalgo durante el 2 trimestre de 2016.



Fuente: Elaboración propia con base en información publicada por el INEGI.

5 ACTIVIDADES SOCIO – ECONÓMICAS EN MINERAL DEL CHICO

Mineral del Chico es uno de los 5 pueblos mágicos con los que cuenta el Estado de Hidalgo, cuenta con una superficie de 193.82 km², el equivalente al 0.93% del territorio Hidalguense. Su relieve geográfico lo ubican dentro del Corredor de la Montaña Hidalguense, ofreciendo un clima templado subhúmedo con lluvias en verano. De acuerdo con los resultados de la Encuesta Intercensal 2015 realizada por el INEGI, el municipio cuenta con un total de 9028 habitantes, conformados por 4333 del género masculino y 4695 femenino.

En Mineral del Chico el crecimiento y desarrollo esta principalmente ligado a las actividades agropecuarias, turísticas, y en menor porcentaje al comercio y la industria textil, estas actividades son las principales fuentes de ingreso del Municipio.

El turismo en Mineral del Chico, representa, un sector estratégico, para el desarrollo económico del municipio y de la región, esta actividad genera, aproximadamente 60 millones de pesos al año, y se considera como una importante fuente de empleo para la región, no obstante la inversión para este sector representa el fortalecimiento y crecimiento de la infraestructura turística, necesaria para consolidar el turismo como una palanca fundamental para el desarrollo económico del municipio, recibe en promedio la visita de 190,000 personas al año, principalmente durante la Semana Santa, vacaciones de verano, temporada decembrinas y los fines de semana, que llegan atraídos por la oferta turística del municipio.

El turismo en esta región, es sin duda, una industria en crecimiento, misma que ya es parte del desarrollo económico de la región, con una visión integradora de servicios para la promoción, aprovechamiento del patrimonio cultural y escénico por la belleza natural de su entorno, destacando la actividad turística como una actividad principalmente económica, dinámica, fuerte y bien remunerada, por lo que se dará un impulso a este sector, con el firme objetivo de hacer del turismo una industria sustentable generadora de empleos y como fuente permanente de ingresos.

Tabla 2
Población Económicamente Activa

Población en condiciones de ocupación, de 12 años y más	Población realmente con alguna ocupación productiva	Población en condiciones de ocupación, sin estar ocupada	Población sin condiciones de ocupación productiva	Población con limitaciones físicas para oír, ver, caminar y/o hablar
5,917	2,980	2,909	2,902	394

Fuente: Elaboración propia con base en datos de INEGI 2020

La población económicamente activa la integran todas las personas de 12 y más años que realizaron algún tipo de actividad económica (población ocupada), o que buscaron activamente hacerlo (población desocupada abierta), en los dos meses previos a la semana de levantamiento, la PEA se clasifica en población ocupada y población desocupada abierta o desocupados activos. (INEGI, 2020)

Por otro lado, la actividad agropecuaria en el municipio es considerada una de las fuentes más importante de empleo y de ingresos económicos para las familias de la región, no obstante, cabe mencionar que el aprovechamiento de la alta fertilidad y los microclimas están técnicamente desaprovechados, muestra de ello es el siguiente cuadro de indicadores de la producción agropecuaria, destacando la agricultura, ganadería, floricultura y fruticultura.

Tabla 3
Ganadería

ESPECIE	No. DE CABEZAS
Ovinos	4,400
Bovinos	4,340
Caprinos	3,800
Porcinos	1,900

Fuente: Elaboración propia con datos emitidos por la SAGARPA 2013

Actividad económica que consiste en el manejo de animales domesticables con fines de producción para su aprovechamiento como alimento o insumo en ciertas actividades industriales. (SAGARPA, 2013)

Tabla 4
Piscicultura

No. DE ESTANQUES	ESPECIE	PRODUCCIÓN ANUAL (aprox.)
12	trucha	3.6 Toneladas

Fuente: Elaboración propia con datos emitidos por la SAGARPA 2013

Se trata, por lo tanto, de las técnicas y procedimientos que permiten impulsar y controlar la reproducción de peces y de otros animales acuáticos como los mariscos. La piscicultura puede aplicarse en peceras, estanques, ríos u otros espacios que tengan al agua como medio principal.

Tabla 5
Floricultura

No. DE INVERNADEROS	ESPECIE	PRODUCCIÓN ANUAL	INGRESOS ANUALES (aprox.)
18	Rosas, y otras	300,000 docenas (aprox.)	\$ 8,000,000.00

Fuente: Elaboración propia con datos emitidos por la SAGARPA 2020

La floricultura es una disciplina que consiste en cultivar diferentes tipos de flores y plantas ornamentales de manera industrializada. A través de los años, esta actividad se ha convertido en una de las más rentables en el sector agrícola, ya que permite obtener una importante derrama económica gracias a la demanda que se genera en el mercado tanto nacional como internacional. (SAGARPA, 2020)

6 Conclusión

La competitividad es un concepto multidimensional que requiere la superioridad en varios aspectos. Es un concepto dinámico que genera un complejo proceso que presiona los destinos turísticos que desean mantenerse competitivos frente al mercado. A pesar de que el concepto de competitividad pueda parecer simple para comprenderse, cuando se intenta estudiarla o medirla queda claro lo difícil que es hacerlo (Crouch y Ritchie, 1999; Ritchie y Crouch, 2003; Dwyer y Kim, 2003)

La importancia que en los últimos años ha adquirido el turismo en las actividades productivas de los países lo obliga a enfrentarse a nuevos retos, en los cuales deben hacer uso de todas sus herramientas y ventajas competitivas que poseen. El mundo es un agente que se encuentra cambiante ante todas las situaciones que lo envuelven, exigiendo que todos los sectores se reinventen para poder hacer frente a las crisis económicas y sociales en las que se viven.

Un sector turístico competitivo brinda beneficios a sus habitantes, a su localidad, a su país, mismos que derivan en mejores condiciones de vida y oportunidades laborales. La competitividad depende en gran medida del trabajo que se realice en los destinos turísticos en el ámbito local, mismas que deberán estar apoyadas por las políticas nacionales que permitan crear entornos dinámicos y eficientes.

La calidad y la eficiencia en dichos destinos serán parte fundamental en la mejora de continua, a través de perfeccionamiento en sus procesos, en la atención al cliente, en la diversificación de sus recursos y sobre todo en la innovación para afrontar cada una de las adversidades que se presente. Mismas que deberán ser re inventadas frente a la nueva normalidad que ha ocasionado la pandemia por el COVID-19, la cual ha afectado en gran medida al sector turístico, al reducir significativamente las actividades para este sector.

7 BIBLIOGRAFÍA

Benavides Peña, R. (2004). *Administración*. México: McGraw-Hill

INEGI. (2020). Obtenido de Población económicamente activa: <https://www.inegi.org.mx/>

Ivancevich, J. (1997). *Gestión calidad y competitividad*. España: McGraw-Hill Interamericana.

Pelayo, C. (2007). *La competitividad*. Monografías.com.

Porter, M. (1982). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia. Edición I*. México: Compañía Editorial S.A. de C.V.

Rivera, L. M. (28 de Marzo de 2017). Obtenido de PowerPeople:

<https://luismanuelrivera.com/2017/03/28/el-control-interno-en-hoteles-luis-manuel-rivera/>

INGEGI. (25 de abril de 2020). Producto Interno Bruto de México Durante el Cuarto Trimestre de 2019. INEGI Recuperado de www.inegi.org.mx

Secretaría de Economía. (18 de abril de 2020). *Información Económica y Estatal Hidalgo*. Gobierno del Estado de Hidalgo Recuperado de www.gob.mx