

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO

*(Competitiveness analysis of Spain as a tourist
destination)*

El presente libro recoge la ejecución del Proyecto de Investigación titulado “**ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO. PROPUESTA DE UN MODELO DE MEDICIÓN DE INTANGIBLES TURÍSTICOS**”, realizado con la financiación obtenida en la 2ª Convocatoria Propia de Proyectos de Investigación Multidisciplinares de la Universidad Autónoma de Madrid (2013-2015)

ÍNDICE

0. RESUMEN EJECUTIVO.....	15
0.1. RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL.....	15
0.2. RESUMEN EJECUTIVO EN ALEMÁN (ZUSAMMENFASSUNG).....	19
0.3. RESUMEN EJECUTIVO EN FRANCÉS (RÉSUMÉ EXECUTIF).....	23
0.4. RESUMEN EJECUTIVO EN INGLÉS (EXECUTIVE ABSTRACT).....	27
0.5. RESUMEN EJECUTIVO EN PORTUGUÉS (RESUMO EXECUTIVO).....	31
1. INTRODUCCIÓN.....	35
1.1. JUSTIFICACIÓN.....	35
1.2. OBJETIVOS.....	38
1.3. METODOLOGÍA.....	38
2. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA. ANÁLISIS DEL ESTADO DEL ARTE.....	41
2.1. PRODUCTOS, ACTIVIDADES, RECURSOS Y DESTINOS TURÍSTICOS.....	41
2.2. FUNDAMENTOS DE COMPETITIVIDAD ECONÓMICO-EMPRESARIAL..	49
2.2.1. La innovación como fuente de competitividad.....	50
2.2.2. La competitividad basada en los recursos y capacidades dinámicas.....	53
2.2.3. Acerca de los recursos.....	54
2.2.4. Acerca de las capacidades.....	57
2.2.5. Acerca de los conocimientos.....	62
2.3. DESTINO TURÍSTICO Y COMPETITIVIDAD TERRITORIAL: UNA APROXIMACIÓN DESDE LA GEOGRAFÍA.....	63
2.3.1. Competitividad y competitividad turística: el papel del territorio en la competitividad.....	65
2.3.2. Competitividad territorial en turismo: el destino (distrito) turístico como realidad geográfica y como espacio consumido y producido.....	67

2.3.3. Escalas, recursos, gestión y competitividad.....	73
2.4. PATRIMONIO CULTURAL Y COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	74
2.4.1. Economía y cultura	74
2.4.2. La cultura como valor económico en alza y la dimensión económica del patrimonio cultural.....	79
2.4.3. Sobre política turística y competitividad de los destinos. El patrimonio cultural como factor de diferenciación	81
2.4.4. Competitividad, patrimonio y turismo en el ámbito español.....	85
2.4.5. El segmento cultural como diferencial competitivo. La medición de la cultura como objeto de investigación	88
2.4.6. Medición de la competitividad en España y Patrimonio Cultural	96
2.4.7. Conclusiones sobre la competitividad del patrimonio cultural.....	106
3. MODELOS DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....	111
3.1. ANÁLISIS DE LA LITERATURA RELATIVA A MODELOS DE ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD EN EL SECTOR TURÍSTICO.....	111
3.1.1. La aproximación al análisis de la competitividad regional de Porter. El Diamante de Porter.....	112
3.1.2. La aproximación al análisis de la competitividad de un destino turístico de Ritchie y Crouch	117
3.1.3. La aproximación al análisis de la competitividad de un destino turístico de Dwyer y Kim. El modelo integrado de la competitividad del destino turístico.....	122
3.1.4. El Monitor de Competitividad del “World Travel and Tourism Council”	127
3.1.5. Modelo de Hong	128
3.1.6. Modelo del <i>World Economic Forum</i>	130
3.1.7. Otros modelos de competitividad turística	131
3.2. MODELO DE COMPETITIVIDAD PARA UN DESTINO TURÍSTICO SOSTENIBLE.....	133
4. PROPUESTA DE CREACIÓN DE UN MODELO CUANTITATIVO OBJETIVO DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA	145
4.1. ANÁLISIS COMPARADO DE LOS PRINCIPALES MODELOS DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....	145

4.2. EL MODELO DEL WORLD ECONOMIC FORUM (2013) COMO PUNTO DE PARTIDA DEL MODELO CUANTITATIVO OBJETIVO DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....	149
4.3. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DEL MODELO DE COMPETITIVIDAD DEL WEF (2013).....	151
4.3.1. Marco regulatorio.....	151
4.3.2. Entorno empresarial e infraestructuras turísticas	153
4.3.3. Recursos humanos, culturales y recursos naturales turísticos	154
4.4. DEFINICIÓN DE LAS VARIABLES E INDICADORES DEL NUEVO MODELO CUANTITATIVO OBJETIVO DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....	155
4.4.1. Marco regulatorio.....	156
4.4.2. Entorno empresarial e infraestructuras	168
4.4.3. Recursos humanos, culturales y naturales turísticos.....	175
5.APLICACIÓN DEL MODELO.....	185
5.1. ANÁLISIS DESCRIPTIVO.....	188
5.2.RANKING DE PAÍSES DE LA UE POR SU COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....	189
5.3.ANÁLISIS COMPARADO DE LOS RESULTADOS OBTENDIDOS A PARTIR DEL EMPLEO DEL MCOCDT Y DEL WEF (2013)	194
5.4.ANÁLISIS COMPARADO DE LOS RESULTADOS OBTENDIDOS A PARTIR DEL EMPLEO DEL MCOCDT, DEL WEF (2013) Y LAS ENTRADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES.....	197
6.CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	199
7.BIBLIOGRAFÍA.....	207
ANEXOS	231

0. RESUMEN EJECUTIVO

0.1 RESUMEN EJECUTIVO EN ESPAÑOL

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO. PROPUESTA DE UN MODELO DE MEDICIÓN DE INTANGIBLES TURÍSTICOS

Aunque el sector turismo es, desde hace décadas, un sector fundamental en la generación del Producto Interior Bruto de nuestro país, y a pesar de que seguimos ocupando posiciones líderes en el mundo tanto por la entrada de turistas como por los ingresos generados por el turismo, debemos ser conscientes de la existencia de una serie de factores, tanto exógenos como endógenos, que pueden llegar a provocar que dejemos de ocupar estos puestos de privilegio, con las repercusiones que ello traería tanto a las empresas del sector como al resto de la economía española.

Para que España siga siendo un destino turístico de referencia, va a ser necesario que sigamos siendo competitivos a nivel internacional. En este contexto se ha desarrollado el presente estudio que ha pretendido 1) profundizar y aportar nuevas perspectivas en los conceptos de recurso, destino y competitividad turística, 2) analizar y comparar los modelos de competitividad turística recogidos en la literatura, 3) proponer un nuevo modelo cuantitativo objetivo de competitividad de los destinos turísticos (MCOCDT), 4) medir el grado de competitividad turística de los países de la Unión Europea utilizando este Modelo, 5) posicionar a España en este espacio, 6) poner de relieve la existencia de intangibles en dicho Modelo y 7) proponer medidas de actuación que eleven el grado de competitividad turística de nuestro país.

Para ello, se ha efectuado un análisis del estado del arte relacionado tanto con los productos y destinos turísticos como con la competitividad en general y turística en particular. A continuación se ha realizado una revisión de los principales modelos existentes de competitividad turística y se

han comparado, entre sí, los más referenciados por la literatura. Seguidamente se ha seleccionado uno de estos modelos, el propuesto por el *World Economic Forum* (2013) por ser considerado el más adecuado como punto de partida para poder llegar a crear una medida cuantitativa objetiva de competitividad de los destinos turísticos. Para ello, partiendo de los catorce pilares que configuran este modelo, se han buscado indicadores cuantitativos objetivos de las variables que lo integran en aras a sustituir los indicadores de tipo blando, basados en opiniones de expertos, muy abundantes en dicho modelo -en concreto, de las 79 variables que configuraban este modelo 31 eran de tipo blando-. En definitiva, lo que se pretendía era que todos los indicadores del nuevo modelo fuesen de tipo duro, por tanto, procedentes de fuentes estadísticas o de bases de datos. Este objetivo se ha logrado creando un nuevo modelo constituido por 62 variables, todas ellas cuantitativas objetivas, medidas a través de indicadores de tipo duro, de las que en torno al sesenta por ciento median factores intangibles.

A continuación, para determinar los pesos que cada uno de los pilares y variables tienen en la competitividad de los destinos turísticos, se confeccionó un instrumento de medida, el cual fue testado por cuatro expertos. El cuestionario definitivo fue remitido a una muestra de conveniencia constituida por tres grandes colectivos íntimamente relacionados con el objeto de estudio: profesionales del sector turismo, especialistas del sector turismo y profesores universitarios que imparten docencia en estudios de turismo.

De los 186 expertos que rellenaron el cuestionario entre el 12 de enero y el 20 de febrero de 2015, el 24,2 por ciento se declararon profesionales del sector turismo, el 55,4 por ciento indicaron que eran profesores universitarios de turismo, el 8,1 por ciento señalaron que eran especialistas en turismo y el resto marcaron otras opciones residuales. Por otro lado, el 92,9 por ciento de las personas que respondieron fueron hombres y el 7,1 por ciento mujeres, el mayor porcentaje de personas que respondieron -el 39,1 por ciento- tenía una edad comprendida entre los 41 y los 50 años, y la mayor parte - el 24,4 por ciento- contaba con una experiencia superior a los 20 años.

Los pilares mejor valorados por los expertos como integrantes del modelo de competitividad turística fueron las Infraestructuras del transporte aéreo, logrando una valoración media de 8,694 en una escala Likert de 0

a 10 puntos, seguido por las Infraestructuras turísticas con una valoración de 8,632, la Seguridad y protección con 8,608, los Recursos culturales con 8,408, la Salud e higiene con 8,333 y los Recursos naturales con 8,315. A continuación se calcularon los pesos que, dentro de cada uno de los catorce pilares, tenían las 62 variables consideradas, creando un modelo lineal cuantitativo objetivo de competitividad turística.

Dado que en Europa se encuentran nuestros principales destinos competidores, se ha optado por seleccionar la Unión Europea (UE) como ámbito de referencia y, por tanto, se ha calculado la competitividad de cada uno de los 28 países que integran dicho espacio. El país que ha logrado obtener el mayor índice de competitividad de la UE es Alemania, consiguiendo un total de 631,589 puntos sobre un máximo de 1.000 puntos. A continuación se ha situado Italia con 626,846, seguido por el Reino Unido con 603,351, Francia con 578,918 y España con 550,431 puntos.

Al analizar la competitividad parcial de estos destinos turísticos por cada uno de los catorce pilares considerados, mientras para los dos pilares que resultaron los más influyentes en la competitividad de un destino –las Infraestructuras del transporte aéreo y las Infraestructuras turísticas– los grandes países receptores de turismo son los que ocupan las primeras posiciones –Reino Unido, Alemania y Francia en el primer caso e Italia, Alemania y España, en el segundo–, para el tercer pilar –la Seguridad y protección–, los primeros puestos son ocupados por Bulgaria, Francia y Rumanía.

Por lo que respecta a España, se sitúa en primera posición de la UE atendiendo a la sostenibilidad ambiental, en segunda posición por los recursos culturales y en tercera por la prioridad del turismo y del sector de viajes para el destino y por las infraestructuras turísticas. Sin embargo, no estamos muy bien posicionados atendiendo a las infraestructuras de telecomunicaciones, al grado de apertura a los viajes y al turismo, a la salud e higiene ni, lo que es bastante más grave, a los recursos humanos.

Tras la aplicación del MCOCDT y la posterior elaboración del ranking de países de la UE por su nivel de competitividad, se ha efectuado un análisis comparado con los resultados logrados, para esos mismos países, por el modelo de referencia –el WEF(2013)–, detectándose la existencia de una correlación de Pearson de 0,646. Si atendemos a la posición que ocupan los veintiocho países de la UE según ambos rankings, vemos que existen

tanto semejanzas como divergencias. Por ejemplo, mientras que Alemania, Reino Unido, Francia y España ocupan posiciones de privilegio según ambos modelos y los peores puestos del ranking están ocupados, también para ambos modelos, por Rumanía, Letonia y Lituania, estas similitudes no se producen para otros casos. Igualmente, mientras que Italia ocupa la segunda posición y Bulgaria la décima según nuestro modelo, el WEF (2013) les coloca, respectivamente, en unas alejadas decimoquinta y vigesimosexta posición. En sentido contrario, mientras que Austria y Suecia se colocan en nuestro modelo en una novena y decimosexta plaza, en el del WEF (2013) se sitúan en segunda y en sexta posición.

Cuando se realizó una triple comparación entre el MCOCDT, el modelo del WEF (2013) y el volumen de entradas de turistas internacionales a cada destino turístico, surgieron semejanzas y diferencias. Así, los cinco países de la UE que logran atraer a un mayor número de turistas internacionales son los mismos que los que ocupan las cinco primeras posiciones según nuestro modelo, aunque el orden cambia, hecho que no ocurre para el WEF (2013) pues Italia no sólo no se encuentra entre los cinco primeros destinos de la UE, sino que se va a la decimoquinta posición. En cuanto a las discrepancias, mientras que según nuestro ranking Luxemburgo ocupa la sexta posición, por entradas de turistas se va a la vigesimooctava posición.

En todo caso, aunque se ha comprobado que existe una cierta correlación $-0,646-$ entre el MCOCDT y el de referencia, la correlación existente entre las entradas de turistas internacionales y las competitividades de estos destinos turísticos calculadas a través del MCOCDT $-0,732-$ es considerablemente superior a la existente entre dichas entradas y la competitividad medida a través del modelo del WEF (2013) $-0,546-$, lo cual indicaría que nuestro modelo se ajusta en mayor medida a la capacidad de atracción turística de estos destinos que el modelo de referencia.

A partir de la creación de este modelo y del análisis de los pilares y variables en las que España está peor posicionada, se puede inferir que nuestras Administraciones Públicas deben intentar mejorar las infraestructuras de telecomunicaciones, la apertura de nuestro país al turismo, la salud e higiene existente en España y el grado de cualificación de nuestros recursos humanos.