ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO

José Miguel Rodríguez Antón (director),
María del Mar Alonso Almeida, Diego Barrado Timón, Javier Benayas del Álamo, **Marisol Benito Rey**, **Lorenza Berlanga de Jesús, Sara Campo Martínez, Marisol Celemín Pedroche, Cristina Esteban Alberdi, Silvia Gil Conde, Juan Ignacio Martín Castilla, Patricio Morcillo Ortega, Luis Rubio Andrada, Filipa Valido-Viegas de Paula-Soares, María Villalba Salvador y Paula Fernández Álvarez**.

UAM
UNIVERSIDAD AUTONOMA
DE MADRID

ACCI
Asociación Cultural y Científica
Iberoamericana

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)

Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas de las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento incluidos la reprografía y el tratamiento informático.

© 2015 Análisis de la competitividad de España como destino turístico
© José Miguel Rodríguez Antón, María del Mar Alonso Almeida, Diego Barrado Timón, Javier Benayas del Álamo, Marisol Benito Rey, Lorenza Berlanga de Jesús, Sara Campo Martínez, Marisol Celemín Pedroche, Cristina Esteban Alberdi, Silvia Gil Conde, Juan Ignacio Martín Castilla, Patricio Morcillo Ortega, Luis Rubio Andrada, Filipa Valido-Viegas de Paula-Soares, María Villalba Salvador y Paula Fernández Álvarez.

© 2015 ACCI
C/ Magnolias 35 bis 28029 Madrid. España
Web: www.acciediciones.com Tel: 0034 91 3117696

ISBN papel: 978-84-15705-62-8
Descargado de: www.visionlibros.com

Las opiniones expresadas en este trabajo son exclusivas del autor. No reflejan necesariamente las opiniones del editor, que queda eximido de cualquier responsabilidad derivada de las mismas.

Disponible en préstamo, en formato electrónico, en www.bibliotecavisionnet.com

Disponible en papel y ebook
www.vnetlibrerias.com
www.terrabooks.com

Pedidos a:
pedidos@visionnet.es

Si quiere recibir información periódica sobre las novedades de nuestro grupo editor envíe un correo electrónico a:
subscripcion@visionnet.es

José Miguel Rodríguez Antón (director)
Catedrático de Organización de Empresas

María del Mar Alonso Almeida
Profesora Contratado Doctor del Departamento de Organización de Empresas

Diego Barrado Timón
Profesor Titular de Geografía

Javier Benayas del Álamo
Profesor Titular de Ecología

Marisol Benito Rey
Profesora Asociada del Departamento de Lingüística, Lenguas Modernas, Lógica y Filosofía de la Ciencia, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada

Lorenza Berlanga de Jesús
Profesora Contrata Doctor del Departamento de Filología Francesa

Sara Campo Martínez
Profesora Titular de Comercialización e Investigación de Mercados

Marisol Celemín Pedroche
Profesora Ayudante Doctor del Departamento de Organización de Empresas

Cristina Esteban Alberdi
Profesora Contratado Doctor del Departamento de Organización de Empresas

Silvia Gil Conde
Profesora Contratado Doctor del Departamento de Derecho Privado, Social y Económico

Juan Ignacio Martín Castilla
Profesor Contratado Doctor del Departamento de Organización de Empresas

Patricio Morcillo Ortega
Catedrático de Organización de Empresas

Luis Rubio Andrada
Profesor Contratado Doctor del Departamento de Economía Aplicada

Filipa Valido-Viegas de Paula-Soares
Profesora Contratado Doctor del Departamento de Lingüística, Lenguas Modernas, Lógica y Filosofía de la Ciencia, Teoría de la Literatura y Literatura Comparada

María Villalba Salvador
Profesora Ayudante Doctor del Departamento de Didácticas Específicas

Paula Fernández Álvarez
Graduada en Turismo. Técnico de apoyo

ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE ESPAÑA COMO DESTINO TURÍSTICO

El presente estudio se ha realizado gracias a 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 *World Economic Forum*....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 infraestucturas 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 OBTENDIOS A PARTIR DEL EMPLEO DEL MCOCDT Y DEL WEF (2013)....194

5.4.ANÁLISIS COMPARADO DE LOS RESULTADOS OBTENDIOS 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 vigesimoctava 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.

0.2. RESUMENEJECUTIVOENALEMÁN(ZUSAMMENFASSUNG)

ANALYSE DER WETTBEWERBSFÄHIGKEIT SPANIENS ALS TOURISTENZIEL. ERSTELLUNG EINES MODELLS ZUR MESSUNG INTANGIBLER FAKTOREN DES TOURISMUS[1]

Obwohl die Tourismusbranche seit Jahrzehnten einen fundamentalen Teil des Bruttoinlandsproduktes unseres Landes ausmacht, und obwohl wir nach wie vor weltweite Spitzenpositionen einnehmen, sowohl was die Touristenzahlen als auch was die durch den Tourismus geschaffenen Einnahmen angeht, sollten wir uns eine Reihe von äußeren und inneren Faktoren bewusst machen, die dazu führen könnten, dass wir diese Spitzenpositionen verlieren – mit den entsprechenden Auswirkungen, die dies auf die Unternehmen der Branche und auf die spanische Wirtschaft im Allgemeinen hätte.

Damit Spanien weiterhin ein herausragendes Touristenziel bleibt, ist es nötig, unsere internationale Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten. In diesem Zusammenhang wurde die vorliegende Studie durchgeführt, die zum Ziel hatte: 1.) Sich mit den bestehenden Konzepten zu touristischen Ressourcen, Zielen und zu touristischer Wettbewerbsfähigkeit auseinanderzusetzen und eine neue Perspektive auf den Gegenstand zu eröffnen, 2.) die bereits in der Literatur vorhandenen Modelle zu touristischer Wettbewerbsfähigkeit zu analysieren und zu vergleichen, 3) ein neues quantitativ-objektives Modell (MCOCDT[2]) für die Wettbewerbsfähigkeit von Reisezielen zu entwickeln, 4.) die touristische Wettbewerbsfähigkeit mit diesem Modell zu messen, 5.) die Position Spaniens in diesem Modell zu bestimmen, 6.) die Existenz von intangiblen Faktoren hervorzuheben und 7.) Maßnahmen aufzuzeigen, die den Grad der touristischen Wettbewerbsfähigkeit unseres Landes erhöhen können.

Hierzu wurde eine Analyse durchgeführt, die sowohl das Niveau der Reiseziele und touristischen Produkte und deren internationale Wettbewerbsfähigkeit als auch die touristische Wettbewerbsfähigkeit aufzeigt. Anschließend wurden die bereits bestehenden Modelle zur touristischen

1 Resumen ejecutivo traducido al alemán por Marisol Benito Rey

2 Für Spanisch “modelo cuantitativo objetivo de competitividad de los destinos turísticos“ – auf Deutsch: Quantitativ-objektives Modell der touristischen Wettbewerbsfähigkeit

Wettbewerbsfähigkeit in Augenschein genommen und miteinander verglichen, die in der Literatur zum Thema von besonderer Bedeutung sind. Darauf folgend wurde von den betrachteten Modellen dasjenige ausgewählt, das 2013 vom Weltwirtschaftsforum (WEF) vorgeschlagen wurde, da es besonders geeignet erschien, um auf diesem aufbauend einen quantitativ-objektiven Maßstab der touristischen Wettbewerbsfähigkeit zu entwickeln. Für die im Modell des WEF genannten 14 Säulen touristischer Wettbewerbsfähigkeit wurden anschließend objektiv-quantitative Variablen gesucht, um die „weichen" Indikatoren zu ersetzen, die sich lediglich auf Expertenmeinungen stützen und die im WEF-Modell sehr zahlreich zu finden sind: Von den insgesamt 79 Variablen des Modells stützen sich 31 auf „weiche" Indikatoren. Das Ziel war, am Ende ausschließlich mit „harten" Indikatoren zu messen, die sich auf Datenbanken und statistische Quellen stützen. Dieses Ziel wurde erreicht, indem ein neues Modell entwickelt wurde, das aus insgesamt 62 Variablen besteht, die allesamt durch quantitativ-objektive, „harte" Indikatoren gemessen werden. Dabei messen etwa 60 Prozent dieser Variablen intangible Faktoren.

Um die Bedeutung zu bestimmen, die der jeweiligen Säule der touristischen Wettbewerbsfähigkeit zukommt, wurde anschließend ein Fragebogen entwickelt, der von vier Experten getestet wurde. Der endgültige Fragebogen wurde in einer Umfrage an drei verschiedenen Gruppen übergeben, die mit der Studie in Zusammenhang stehen: Beschäftigte in der Tourismusbranche, Tourismusexperten und Universitätsdozenten der Tourismuswissenschaften.

Von den 186 Experten, die den Fragebogen zwischen dem 12. Januar und dem 20. Februar 2015 ausgefüllt haben, arbeiteten nach eigenen Angaben 24,2 Prozent in der Touristikbranche, 55,4 Prozent waren Universitätsdozenten für Tourismuswissenschaften und 8,1 Prozent Tourismusexperten. Der Rest gehörte anderen Kategorien an. 92,9 Prozent der Personen, die an der Umfrage teilgenommen haben, waren Männer und 7,1 Prozent Frauen. 39,1 Prozent der Teilnehmer waren zwischen 41 und 50 Jahre alt. Der Großteil der Teilnehmer (24,4 Prozent) hatte bereits eine über 20-jährige Erfahrung im Tourismusbereich.

Die wichtigsten Säulen für die touristische Wettbewerbsfähigkeit waren nach der Meinung der befragten Experten die Infrastruktur des Luftverkehrs, die auf einer Likert-Skala von 0 bis 10 einen Wert von 8,694 erreichte, gefolgt von der touristischen Infrastruktur mit einem Wert von

8,632; Schutz und Sicherheit mit einem Wert von 8,608; Verfügbarkeit von Kultur mit einem Wert von 8,408; Gesundheit und Hygiene mit einem Wert von 8,333 und Verfügbarkeit von Natur mit einem Wert von 8,315. Anschließend wurde jeweils innerhalb der 14 Säulen die Gewichtung der einzelnen Variablen vorgenommen und dadurch ein quantitativ-objektives Modell der Messung touristischer Wettbewerbsfähigkeit geschaffen.

Angesichts des Umstandes, dass unsere größten Konkurrenten unter den Tourismuszielen in Europa liegen, wurde die Europäische Union als Referenzrahmen herangezogen und dementsprechend die touristische Wettbewerbsfähigkeit von jedem der 28 EU-Staaten gemessen. Das Land mit der größten Wettbewerbsfähigkeit in der EU ist Deutschland mit insgesamt 631,589 von 1000 möglichen Punkten. Auf Platz zwei steht Italien mit insgesamt 626,846 Punkten. Danach folgen Großbritannien mit 603,351 Punkten, Frankreich mit 578,918 Punkten und Spanien mit 550,431 Punkten.

Bei der Detailanalyse jeder einzelnen der 14 Säulen der touristischen Wettbewerbsfähigkeit zeigt sich, dass bei den beiden wichtigsten Säulen der touristischen Wettbewerbsfähigkeit – bei der Infrastruktur des Luftverkehrs und bei der touristischen Infrastruktur – die meistbereisten Länder vorne liegen: Großbritannien, Deutschland und Frankreich bei der Infrastruktur des Luftverkehrs und Italien Deutschland und Spanien bei der touristischen Infrastruktur. Bei der drittwichtigsten Säule – Schutz und Sicherheit – belegen Bulgarien, Frankreich und Rumänien die ersten Plätze.

Spanien steht auf dem ersten Platz im Hinblick auf nachhaltigen Umweltschutz und auf dem zweiten Platz hinsichtlich der kulturellen Ressourcen. Bei den Säulen Vorrangstellung des Tourismus- und des Reisesektors für das Reiseziel und touristische Infrastruktur belegt Spanien den dritten Platz. Bescheiden fällt unsere Positionierung allerdings aus, was die Telekommunikationsinfrastruktur, die Offenheit der Bevölkerung für Reisen und Tourismus und was die Gesundheit und Hygiene anbelangt. Noch deutlich gravierender ist jedoch, dass Spanien auch im Hinblick auf das verfügbare Personal nicht besonders gut dasteht.

Nach der Anwendung des MCOCDT-Modells und der Erstellung eines darauf aufbauenden Rankings der touristischen Wettbewerbsfähigkeit der EU-Länder wurde eine vergleichende Analyse mit den Werten des Referenzmodells des WEF (2013) durchgeführt. Die Analyse ergab eine Korrelation von 0,646. Wenn wir die Positionierung der 28 EU-Länder in den Rankings beider Modelle betrachten, lassen sich sowohl Übereinstimmun-

gen als auch Abweichungen feststellen. Während beispielsweise Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Spanien in beiden Modellen Spitzenpositionen innehaben, und die untersten Plätze in beiden Modellen von Rumänien, Lettland und Litauen belegt werden, zeigen sich diese Übereinstimmungen in anderen Fällen nicht. So besetzt etwa Italien in unserem Modell die zweite und Bulgarien die zehnte Position, während das WEF (2013) beide Länder weit davon entfernt auf den Plätzen 15 (Italien) und 26 (Bulgarien) einordnet. Und umgekehrt befinden sich Österreich und Schweden in unserem Modell an der neunten und der sechzehnten Stelle, während sie beim WEF (2013) an zweiter und sechster Stelle stehen.

Bei einem dreifachen Vergleich zwischen dem MCOCDT-Modell, dem Modell des WEF (2013) und der Anzahl internationaler Touristen im jeweiligen Land zeigen sich ebenfalls Ähnlichkeiten und Unterschiede. So sind die fünf EU-Länder mit der höchsten Anzahl internationaler Touristen die selben wie in unserem Modell – wenngleich sich die Rangfolge innerhalb dieser fünf Länder eine andere ist – wohingegen sich diese Übereinstimmung mit dem Modell des WEF nicht findet. Italien ist hier nicht nur außerhalb der Top 5, sondern steht sogar erst an fünfzehnter Stelle. Eine Diskrepanz zeigt sich bei der Position von Luxemburg. Während es in unserem Ranking den sechsten Platz belegt, steht es gemessen an der Zahl internationaler Touristen auf Platz 28.

Es gilt trotz der nachgewiesenen Korrelation von 0,646 zwischen unserem MCOCDT-Modell für die touristische Wettbewerbsfähigkeit und dem Referenzmodell des WEF in jedem Falle festzuhalten, dass die Korrelation zwischen der Anzahl der internationalen Touristen und dem MCOCDT-Modell mit 0,732 noch deutlich höher liegt und ebenfalls höher als die Korrelation von 0,546 zwischen der Anzahl der internationalen Touristen und dem WEF-Modell (2013). Das weist darauf hin, dass sich unser Modell besser an die tatsächlich Anziehungskraft der Touristenziele anpasst als das Referenzmodell.

Ausgehend von der Erstellung dieses Modells und von der Analyse der Säulen und Variablen, in denen Spanien besonders schlecht dasteht, lässt sich schließen, dass unsere öffentliche Verwaltung sich darum bemühen sollte, die Telekommunikationsinfrastruktur, die Öffnung unseres Landes für den Tourismus, die Hygiene und das Gesundheitssystem und die Qualifikation des Personals zu verbessern.

0.3. RESUMEN EJECUTIVO EN FRANCÉS (RÉSUMÉ EXECUTIF)

ANALYSE DE LA COMPÉTITIVITÉ DE L´ESPAGNE EN TANT QUE DESTINATION TOURISTIQUE. PROPOSITION D´UN MODÈLE DE MESURE DES INTANGIBLES TOURISTIQUES[3]

Quoique le secteur du tourisme soit, depuis des décennies, un secteur fondamental parmi les fournisseurs du produit intérieur brut de notre pays et malgré le fait que l´Espagne se situe toujours parmi les premières places au monde aussi bien pour l´entrée de touristes que pour les recettes générées par le tourisme, nous devons pourtant être conscients de l´existence d´une série de facteurs, aussi bien exogènes qu´endogènes, susceptibles de pouvoir provoquer la perte de nos positions privilégiées, avec les répercussions que ceci entraînerait et pour les entreprises du secteur et pour le reste de l´économie espagnole.

Pour que l´Espagne soit toujours une destination touristique de référence, ce sera nécessaire de continuer à être compétitifs au niveau international. La présente étude s´est développée dans ce contexte et prétendant 1) approfondir et apporter de nouvelles perspectives concernant les concepts de ressource, destination et compétitivité touristique, 2) analyser et comparer les modèles de compétitivité touristique recueillis par la littérature, 3) proposer un nouveau modèle quantitatif objectif de compétitivité des destinations touristiques (MCOCDT), 4) mesurer le degré de compétitivité touristique des pays de l´Union européenne en utilisant ce Modèle, 5) placer l´Espagne dans cet espace, 6) mettre en relief l´existence d´intangibles dans ce Modèle et 7) proposer des actions qui augmentent le degré de compétitivité touristique de notre pays.

Pour ceci, on a effectué une analyse de l´état de la question en relation avec les produits et destinations touristiques d´une part et la compétitivité en général et touristique en particulier. Ensuite, on a accompli une révision des principaux modèles de compétitivité touristique existants, et on a comparé, entre eux, ceux avec les plus des références dans la littérature. À continuation, l´un de ces modèles a été sélectionné, celui proposé par le

3 Resumen ejecutivo traducido al francés por Lorenza Berlanga de Jesús

World Economic Forum (2013) ayant été considéré le plus adéquat comme point de départ et pouvoir arriver à une mesure quantitative objective de la compétitivité des destinations touristiques. Pour cela, partant des quatorze piliers configurant ce modèle, nous avons cherché des indicateurs quantitatifs objectifs des variables qui l´intègrent dans l´intérêt de substituer les indicateurs de type « doux » (*soft indicators*), fondés sur les opinions des experts, très abondants dans le cas de ce modèle – en concret, des 79 variables qui configuraient ce modèle, 31 étaient de type doux -. En définitive, notre prétention était que tous les indicateurs du nouveau modèle soient de type « dur » (*hard indicator*), donc, provenant de sources statistiques ou de bases de données. Cet objectif a été accompli moyennant la création d´un nouveau modèle constitué par 62 variables, toutes quantitatives objectives, mesurées à travers des indicateurs de type dure, parmi lesquelles 60% environ mesuraient des facteurs intangibles.

Après ceci, pour déterminer les poids de chacun des piliers et variables sur la compétitivité des destinations touristiques, on a confectionné un instrument de mesure qui a été testé par quatre experts dans la matière. Le questionnaire définitif a été remis à un échantillon constitué par trois grands collectifs intimement liés à l´objet d´étude : des professionnels du secteur du tourisme, des spécialistes dans le secteur tourisme et des professeurs universitaires assurant des filières de tourisme.

Des 186 experts ayant répondu au questionnaire, entre le 12 janvier et le 20 février 2015, 24,2% se sont déclarés comme étant des professionnels du secteur tourisme ; 55,4% ont indiqué être des professeurs universitaires de tourisme ; 8,1% ont signalé être des spécialistes en tourisme, le reste a coché d´autres options résiduelles. D´autre part, 92,9% des personnes qui y ont répondu étaient des hommes et 7,1% des femmes, le plus grand pourcentage des personnes qui y ont répondu – 39,1% - était âgé entre 41 et 50 ans et, la plupart – 24,4% - comptait avec une expérience supérieure à 20 ans.

Les piliers les mieux valorisés par les experts comme faisant partie intégrante du modèle de compétitivité touristique ont été les Infrastructures du transport aérien, qui atteint une évaluation moyenne de 8,694 sur une échelle Likert de 0 à 10 points, suivi des Infrastructures touristiques, valorisées avec 8,632. La Sécurité et protection, avec 8,608, les Ressources culturelles avec 8,408, la Santé e l´hygiène avec 8,333 et les Ressources

naturelles avec 8,315 viennent après. Ensuite, nous avons effectué le calcul des poids que, à l´intérieur de chacun des quatorze piliers, avaient les 62 variables considérées, en créant ainsi un modèle quantitatif objectif de compétitivité touristique.

Étant donné que nos principales destinations concurrentes se trouvent en Europe, nous avons décidé de sélectionner l´Union européenne (UE) comme domaine de référence et, donc, nous avons fait le calcul de la compétitivité de tous les 28 pays intégrateurs de cet espace. Le pays qui a obtenu le plus grand taux de compétitivité de l´UE est l´Allemagne, qui a obtenu 631,589 points au total, sur un maximum de 1 000 points. Après elle on retrouve l´Italie, avec 626,846, suivie du Royaume-Uni, avec 603,351, la France, avec 578,918 et l´Espagne, avec 550,431 points.

Suite à l´analyse de la compétitivité partielle de ces destinations touristiques pour chacun des quatorze piliers considérés, nous remarquons que, tandis que pour les deux piliers s´étant avérés les plus influents pour la compétitivité d´une destination, à savoir, les Infrastructures du transport aérien et les Infrastructures touristiques, les grands pays récepteurs de tourisme sont ceux occupant les premières places – le Royaume-Uni, l´Allemagne et la France pour le premier cas et l´Italie, l´Allemagne et l´Espagne, pour le deuxième -, pour le troisième pilier - la Sécurité et la protection -, la Bulgarie, la France et la Roumanie apparaissent en premier.

Par rapport à l´Espagne, elle se situe en première position de l´UE, en raison de la durabilité de l´environnement, en deuxième place pour ses ressources culturelles et en troisième pour la priorité du tourisme et du secteur voyages pour la destination et pour les infrastructures touristiques. Pourtant, nous ne sommes pas trop bien positionnés en ce qui concerne les infrastructures et les communications, le degré d´ouverture aux voyages et au tourisme, la santé et l´hygiène ni, plus grave encore, les ressources humaines.

Après l´application du MCOCDT et l´ultérieure élaboration du classement de pays de l´UE en raison de leur niveau de compétitivité, nous avons réalisé une analyse comparée avec les résultats obtenus, pour ces mêmes pays, moyennant le modèle de référence – le WEF(2013) -, l´existence d´une corrélation de 0,646 a été détectée. Si nous prenons en considération la position occupée par les vingt-huit pays de l´UE selon les deux classements, on note qu´il existe aussi bien des ressemblances que des divergences entre eux.