

ANÁLISIS DEL DESEMPEÑO COMPETITIVO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS BALNEARIOS**El caso de Algarbe versus el Sur de España**

Lídia Rodrigues^{*}
Helder Carrasqueira^{**}
Universidade de Algarbe
Algarbe - Portugal

Resumen: El principal objetivo de este estudio es el análisis comparativo entre Algarbe y los destinos balnearios del Sur de España en lo que se refiere a la competitividad turística. Se seleccionaron dos estudios centrados en el Índice de Competitividad Turística para dar un soporte teórico a este trabajo. La metodología cuantitativa dio base al trabajo empírico de la investigación, constituido por siete variables latentes y ajustadas a través de la revisión bibliográfica. El conjunto de las variables será explicado por 23 indicadores calculados a partir de datos cuantitativos, obtenidos a través del estudio de la información estadística disponible en los organismos oficiales de los dos países. Los resultados permitieron identificar dos grupos de destinos turísticos según la homogeneidad y heterogeneidad del desempeño competitivo y permitieron posicionar a los destinos turísticos incluidos en el análisis. Asimismo, fue posible identificar los competidores directos de cada destino en cada una de las variables al igual que sus puntos fuertes y débiles. Finalmente, se puede concluir que fue posible identificar algunas sugerencias pertinentes al desarrollo futuro de estos destinos y delimitar futuras investigaciones sobre competitividad turística. Estas regiones coinciden con la clasificación europea NUTS III para las regiones administrativas.

PALABRAS CLAVE: destino turístico, competitividad turística, Algarbe, sur de España.

Abstract: A Comparative Analysis of Sun and Sea Tourist Destinations Competitiveness. The Case of the Algarve vs. Southern Spain. The main purpose of this research is to assess comparative competitive position of the Algarve and the southern Spanish destinations. These “sun and sea” destinations are all classified at the level three of the European administrative regions (NUTS III). From the existing body of research two approaches were selected to support this study – regarding Tourism Competitive Index improvement. The empirical research is based on a quantitative methodological approach, which relies on a set of seven latent variables – the proposal model – adjusted upon the literature review. This set of unobservable variables is explained by 23 indicators, based on statistical data provided by the official institutions of the two countries. Performance results made possible to identify two groups of destinations in terms of homogeneity and heterogeneity of competitive performance and rank the set of tourist destinations evaluated. Besides, the empirical findings of this analysis allow identifying in each variable the most direct competitor of each destination and also identify its strengths and weaknesses. Findings brought some suggestions

^{*} Estudiante de doctorado en Turismo por la Universidad de Algarbe, Portugal, y Master en Gestión y Desarrollo del Turismo (2010) por la misma institución. E-mail: lrodrig@ualg.pt

^{**} Doctor en Economía Pública, Planificación y Política Económica (2009) por la Universidad de Algarbe; Portugal, y Master en Economía Internacional Universidad Técnica de Lisboa. Se desempeña como profesor adjunto de la Escuela Superior de Gestión Hotelera y Turismo de la Universidad de Algarbe. E-mail: hcarrasq@ualg.pt

regarding future tourism development of these destinations and revealed some important issues for further research.

KEY WORDS: *tourist destination; destination competitiveness; Algarve; Southern Spain.*

INTRODUCCIÓN

La gestión de la competitividad de los destinos turísticos (DT), en el ámbito globalmente competitivo que caracteriza a las economías actuales, desempeña un papel crucial en la medida en que la identificación de sus ventajas competitivas permita al destino mejorar su eficacia en la captación de las corrientes turísticas internacionales. El surgimiento de los denominados destinos emergentes, cada vez con mayor demanda turística, torna esta cuestión más apremiante en los destinos analizados.

En este contexto, se pretende evitar posibles pérdidas de posiciones competitivas con consecuencias a nivel macroeconómico que afecten negativamente el bienestar social (fin último de la competitividad de los destinos) comprometiendo el desarrollo sustentable de los territorios. Esta situación llevó a que la competitividad en los DT fuera ampliamente investigada por la comunidad científica, con especial relevancia durante la última década, entre las que se destacan dos investigaciones que darán soporte al presente trabajo: Gooroochurn & Sugiyarto (2005) y Mazanec *et al.* (2007).

Esta temática es aún más relevante cuando se trata de los destinos que contribuyen significativamente al posicionamiento de los respectivos países en los *rankings* internacionales, como es el caso de los DT de la muestra en estudio. Si bien presentan signos de maduración, se sitúan en una región del mundo (Europa) donde, según el *World Travel and Tourism Council* (WTTC, 2010), en el contexto de la crisis se observaron en el año 2009 las mayores pérdidas en las llegadas de turistas.

Desde el punto de vista de la oferta, la realización empírica de esta investigación parte del análisis de Mazanec *et al.* (2007), Gooroochurn & Sugiyarto (2005) y la metodología adoptada por el WTTC hasta 2006. Así, surge la propuesta de un modelo constituido por siete variables latentes (explicadas por 23 indicadores) y ajustado a partir de la revisión bibliográfica teniendo en cuenta las características de la muestra.

Considerando los objetivos propuestos, la investigación apunta a las diferencias del desempeño a partir de la identificación de dos grupos de destinos turísticos, teniendo en cuenta la homogeneidad y heterogeneidad del desempeño competitivo. A partir de los resultados del estudio empírico fue posible caracterizar y posicionar los desempeños competitivos de los DT incluidos en el análisis en base a los *scores* obtenidos en las variables Infraestructuras, Precio, Patrimonio Cultural, Seguridad, Preservación Ambiental, Competitividad Social y Comunicaciones. También fue posible verificar las

variables con mayor o menor aporte a la diferenciación de los DT, e identificar los competidores directos de Algarve en cada una de estas variables. Además, los datos arrojados por el análisis permitieron identificar los puntos fuertes y débiles de cada destino.

Como resultado de la revisión bibliográfica se concluye que los estudios empíricos existentes que utilizan metodologías semejantes, se centran en el análisis de países como destinos turísticos sin distinguir las diversas realidades regionales y locales. De este modo, a pesar de su reconocida importancia y contribución al estudio de la temática, los *rankings* compararon realidades y contextos bien diferenciados. La realización de este estudio comparativo, sujeto a eventuales ajustes y mejoras continuas, representará un aporte al estudio de la competitividad turística aplicada a escala regional, concretamente en las regiones NUTS III, poseedoras de una identidad propia.

MARCO TEÓRICO

Sobre la competitividad entre destinos turísticos, Esteve Secall (2003) compara la competitividad regional en la medida en que se produce en un espacio inferior al espacio nacional en el que existe una especialización productiva asentada en el turismo. Ésta persigue esencialmente fines económicos, o sea, la competitividad por el mercado; en el caso del turismo, los mercados emisores de demanda turística. Para esto se asienta en la oferta de productos turísticos basados en sus recursos naturales (ventajas comparativas) y en los recursos construidos (ventajas competitivas), siendo estos últimos el resultado de la riqueza histórico-cultural de los pueblos que le confiere autenticidad.

Siendo la competitividad un concepto relativo y multidimensional, indisociable de las economías actuales, tendrá que ser analizada a través de una unidad de análisis homogénea, que en el caso del turismo podrá ser el destino, el segmento, el producto turístico, etc. Analizar brevemente este concepto que implica la convergencia de esfuerzos por lograr superioridad en alguna característica o en la calidad, parece ser relativamente simple. Pero, debido a sus características intrínsecas, el carácter multidimensional y la relatividad, se percibe la dificultad que existe para definirlo apropiadamente o para intentar medirlo.

Desde el punto de vista macro, la competitividad será entendida como una preocupación de los países con el fin último de incrementar el rendimiento de sus ciudadanos. Por otra parte, bajo la perspectiva micro, la competitividad será entendida como un fenómeno basado en las características de las industrias que influirá la capacidad competitiva de sus productos (Dywer & Kim, 2003).

Los abordajes sobre la competitividad en la literatura económica y de gestión son útiles para identificar los factores determinantes de la competitividad de las empresas, industrias y economías. No obstante, predomina en éstas la tendencia a sobrevalorar las ventajas competitivas en detrimento de las ventajas comparativas como generadoras de competitividad. Además, bajo el prisma de la

economía y la gestión queda por identificar lo que determina la competitividad de los destinos turísticos (Wild & Cox, 2008).

Existe una amplia variedad de trabajos científicos focalizados en la competitividad turística ligados a diversas corrientes de investigación que en el ámbito del estudio de los factores que la determinan, equiparan la importancia de las ventajas competitivas y de las ventajas comparativas (Crouch & Ritchie, 1999; Hassan, 2000; Dywer & Kim, 2003; Valls, 2004; etc.).

Después de revisar la literatura sobre el fenómeno competitivo, considerando sus implicaciones en el crecimiento económico que involucra un proceso interactivo y complejo que abarca la vertiente social, política, ambiental e institucional se puede concluir que ninguna teoría desarrollada hasta ahora contempla la totalidad del fenómeno. Por consiguiente, parece que no existe un consenso general en la comunidad científica sobre la aceptación de un concepto que englobe esta realidad tan abarcadora.

No obstante, se considera relevante para el presente trabajo el abordaje de algunos autores sobre el concepto de competitividad, como es el caso de Newall (1992) y Brooksbank & Pickernell (1999). Ambos consideran que una economía competitiva es aquella que produce mayor cantidad de bienes y servicios de mejor calidad, los cuales son colocados con éxito en los mercados de consumo proporcionando a los residentes estilos de vida más elevados como parte del beneficio de los retornos económicos de la competitividad.

A pesar de la amplia variedad de definiciones existentes sobre competitividad turística y, más aún sobre sus formas de medición, importa a este estudio, referenciar la forma en que el concepto de competitividad aplicado a los destinos turísticos ha sido identificado y definido por algunos autores acreditados en el tema.

Hassan (2000) define la competitividad en los DT como la capacidad que el destino turístico presenta para crear e integrar productos de valor agregado, confiriendo sustentabilidad a sus recursos, de forma de posicionarse mejor en el mercado en relación a otros competidores.

Se puede decir que es la capacidad que presentan quienes intervienen en este sector, en un país, destino, o región, para alcanzar metas por encima de la media, de forma sustentada y de acuerdo con los objetivos trazados (Esteve Secall, 2003; Dywer & Kim, 2003).

La sustentabilidad implica que los *stakeholders* del destino presten atención no sólo al ámbito físico (d'Hauterres, 2000) sino también a otras dimensiones que Ritchie & Crouch (2003) identifican como parte integrante del universo competitivo. La naturaleza del fenómeno competitivo es multidimensional ya que involucra lo económico, social, cultural, político, tecnológico y ambiental; todas dimensiones intrínsecas al destino como territorio.

Estas dimensiones afectan la naturaleza del ámbito competitivo sobre el cual el sector turístico se desarrolla. Cuando su desarrollo respeta todas estas vertientes puede ser considerado sustentable. De acuerdo con Valls (2004) un destino competitivo y sustentable es aquel que implementa una planificación estratégica a largo plazo, capaz de responder a los desafíos de las diversas etapas de su ciclo de vida, mientras procura equilibrar su desarrollo con sus propios contextos económico, social y ambiental.

A pesar de que los factores (recursos considerados como el “corazón” de la actividad) determinantes de su atractivo pueden permanecer relativamente constantes, las dimensiones del universo competitivo han evolucionado en las últimas décadas. Lo mismo sucedió con la naturaleza de los fundamentos de la competitividad de los destinos, o sea que a pesar de que los destinos compiten en un mercado global, los objetivos específicos pretendidos por cada destino en particular pueden ser bastante diferentes. Por ejemplo, un destino puede trazar como objetivo el aumento de la cuota de mercado, en tanto que otro puede optar por apostar al aumento del gasto medio diario de los turistas. Esto implica una reevaluación constante de las metas alcanzadas en términos de desempeño competitivo en un determinado DT, en relación a los objetivos pretendidos (Ritchie & Crouch, 2003; Crouch, 2007a).

A pesar del debate sobre esta temática, la comunidad científica no ha establecido una definición ampliamente consensuada del concepto. Ritchie & Crouch (2003: 2) proponen una definición sobre competitividad en los destinos turísticos, que es la más aceptada y referenciada en la literatura científica y que se cita a continuación:

In summary, what makes a tourism destination truly competitive is its ability to increase tourism expenditure, to increasingly attract visitors while providing them with satisfying memorable experiences, and to do so in a profitable way, while enhancing the well-being of the destinations residents and preserving the destination for future generations.

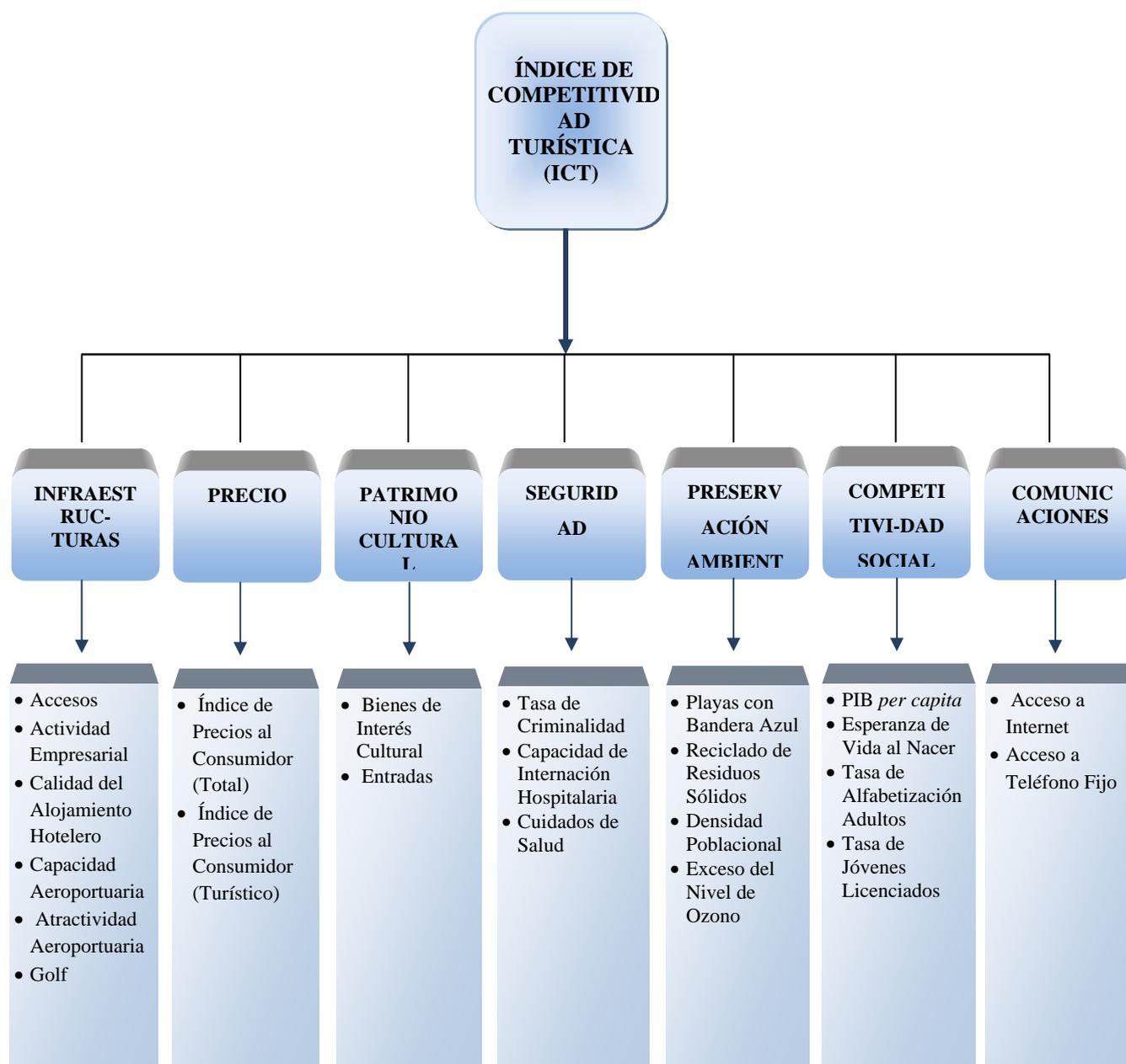
METODOLOGÍA

La estrategia de investigación se centra en la metodología propuesta por el *Christel DeHaan Tourism and Travel Institute* (TTRI), de la Universidad de Nottingham (RU) en Gooroochurn & Sugiyarto (2005). La misma fue adoptada por el *World Travel and Tourism Council* hasta 2006 y, según Crouch (2007a), refleja una fuerte influencia en el actual *Travel & Tourism Competitiveness Index* (TTCI) del *World Economic Forum*. El primer abordaje al modelo de estos autores fue posteriormente ajustado considerando las críticas y observaciones presentadas por Mazanec *et al.* (2007).

De esta reflexión resultó un modelo compuesto por siete variables latentes (Figura 1) ajustado a las características específicas de la muestra constituida por Algarbe y siete provincias del Sur de

España (regiones NUTS III). Se destaca el hecho de que seis de las siete variables en estudio coincidieron con los diez atributos considerados por Crouch (2007b:v) como los más importantes para el análisis de la competitividad turística. Los restantes atributos se relacionan con factores situacionales y climáticos -idénticos para la totalidad de la muestra- bajo la perspectiva de la demanda, aspecto no analizado en este estudio.

Figura 1: Índice de competitividad turística



Fuente: Elaboración propia - Adaptado de Goorochurn & Sugiyarto (2005)

Las variables de análisis focalizadas desde la óptica de la oferta serán explicadas por los resultados de los 23 indicadores descriptos en la Tabla 1. Según Dwyer, Livaic & Mellor (2003) no

existe un cuadro genérico de indicadores para medir la competitividad turística que se pueda aplicar a todos los destinos turísticos y en todas las situaciones. En este caso concreto se puede afirmar que, en relación a las realidades captadas en el modelo presentado, a través de sus constructos desembocan en las conclusiones de Murphy *et al.* (2000: 45), relacionadas con el hecho de que todos estos atributos de los destinos afectaron sustancialmente las percepciones (en lo que se refiere a calidad y valor) atribuidas a la experiencia vivida por el turista en el destino.

	Indicador	Descripción / Forma de cálculo / Fuentes
Infraestructuras	Accesos (1)	Densidade da rede rodoviária - (n.º kms de rodovias / 1000 km ²)
	Actividad Empresarial (2)	(Número de empresas registradas en el sector de hotelería, restaurantes y afines / Total de empresas registradas en los restantes sectores de la economía) * 100
	Calidad del Alojamiento Hotelero (3)	(Capacidad de alojamiento en los hoteles de 4 y 5 estrellas / Total de capacidad de alojamiento hotelero)* 100
	Capacidad Aeroportuaria* (4)	Número total de pasajeros.
	Atractividad Aeroportuaria* (5)	Número total de destinos.
	Golf * (6)	Número total de campos de golf.
	Fuentes:	(1) – Instituto Nacional de Estadística, IP (INE.IP), “Estadísticas dos Transportes, 2007”; Instituto Nacional de Estadística (INE), “Indicadores Sociales, 2008”, <i>Equipamiento e Infraestrutura</i> (período de referência: 2006). (2) – INE.IP; INE – (período de referência: 2008). (3) – Entidade Regional do Turismo do Algarve – (ERTA), 2008; INE, 2008. (4) e (5) - ANA, Aeroportos de Portugal; AENA, <i>Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea</i> (período de referência: 2007). (6) - Associação dos Hotéis e Empreendimentos Turísticos do Algarve (AHETA), 2008; www.carm.es ; www.spain.info/ (sítios acedidos em Agosto de 2009).
Precio	Índice de Precios al Consumidor Total (1)	Índice de Precios al Consumidor – IPC- (Alg. Tasa de variación homóloga - Base 2002 - %) ; (Esp.. Tasa de variación homóloga - Base 2006) Nota: El IPC mide el gasto de cada familia en la adquisición de bienes y servicios individuales basados en transacciones monetarias. Esta medición corresponde al valor que el adquirente paga efectivamente al momento de la adquisición e incluye todos los impuestos indirectos líquidos de subsidios sobre los productos, reducciones y descuentos aplicados a los consumidores; y excluye intereses y otros costos asociados a la compra con crédito.
	Índice de Precios al Consumidor Turístico (2)	Idem. Cálculo específico de la clase 11 del Índice – Hotelería y Restauración
	Fuentes:	(1) e (2) INE, IP (Base 2002 = 100, ver Apêndice 3); INE, “Índice de Precios ao Consumo 2008”. (Base 2006 = 100) - (período de referência: 2008)

Patrimonio Cultural	Bienes de Interés Cultural (BIC) (1)	Bienes inmuebles clasificados (BIC) que integran el patrimonio cultural (categorías de monumentos, conjuntos o sitios) en los términos en que dichas categorías se encuentran definidas en el derecho internacional. (BIC / 100 000 hab.)
	Entradas (2)	Número de visitantes al atractivo turístico más visitado del destino / 100 000 hab.
	<i>Fuentes:</i>	(1) –INE, IP, 2008; Instituto de Estadística de Andalucía (IEA), 2008; INE, 2008; Centro Regional de Estadística de Murcia (CREM), 2008 (2) – Ministério da Cultura, Dir. Regional da Cultura do Algarve (MC-DRCA), 2008; IEA, 2008; CREM, 2008

Seguridad	Tasa de Criminalidad (tasa invertida) (1)	(Número de crímenes / Población residente)*1000 - (Calculada en ‰)
	Capacidad de Internación Hospitalaria (2)	(Número de camas (capacidad) en hospitales y centros de salud al año/ Población residente estimada para la mitad del año)*1000
	Cuidados de Salud (3)	Enfermeros por 1000 hab. + (Médicos por 1000 hab. * 1,5)
	<i>Fuentes:</i>	(1) e (2) – INE, IP; Comunidad Autónoma de la Región de Murcia (CARM); Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana (PEGV); IEA, "Datos Básicos 2009" (período de referencia: 2006). (3) INE, IP, 2006 e <i>Gobierno de España, Ministerio del Interior</i> (2006)
Preservación del Ambiente	Playas con Bandera Azul (1)	(Número de playas con Bandera Azul / Número total de playas en el destino) * 100
	Reciclado de Residuos Sólidos (2)	Reciclado de residuos sólidos (n.º kg / n.º hab.)
	Densidad Poblacional (tasa invertida) (3)	Intensidad del poblamiento expresada por la relación entre el número de habitantes de un área territorial determinada y la superficie de ese territorio; habitualmente expresada en número de habitantes por kilómetro cuadrado – [Número de habitantes / Área (Km ²)]
	Exceso del Nivel de Ozono (tasa invertida) (4)	Media de días por año y por cada estación meteorológica, con situación no admisible de contaminación atmosférica. Se calculó la mediana de cada destino, en base a las observaciones totales de cada estación meteorológica. Obs: no fueron consideradas las estaciones que no presentaron excesos.
	<i>Fuentes:</i>	(1) Foudation for Evironmental Education – FEE; www.fee-international.org . (período de referencia: 2009); Instituto da Água - Sistema Nacional de Informação de Recursos Hídricos e <i>Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino – Guia de playas</i> (informação disponível: Nov.2009) (2) INE, IP; IEA "Datos Básicos 2009"; CARM; PEGV. (período de referencia: 2006); (3) INE, IP; INE; (período de referencia: 2008); (4) IEA "Datos Básicos 2009"; PEGV; INE, Agência Portuguesa do Ambiente: www.qualar.org ; (período de referencia: 2008);

Competitividad Social	PIB <i>per capita</i> (1)	Producto Interno Bruto (Regional* / Provincial**) / población residente - *Algarve; ** Provincias españolas
	Esperanza de Vida al Nacer (EVN) (2)	Número medio de años que una persona puede esperar vivir, manteniéndose las tasas de mortalidad en las edades observadas en el momento.
	Tasa de Alfabetización de Adultos (3)	Indicador inverso de la Tasa de analfabetismo. (Población residente desde 10 años ("Sabe leer y escribir")/ Población residente desde 10 años)*100 - Tasa definida teniendo como referencia la edad a partir de la cual un individuo que ingresa al sistema de enseñanza normal debe saber leer y escribir. Se consideró que esa edad correspondía a los 10 años, equivalente al término de la enseñanza básica primaria.
	Tasa de Jóvenes Licenciados (4)	Porcentaje (%) de la población entre 25 y 34 años c/estudios superiores
	<i>Fuentes:</i>	(1) INE, IP, Contas Regionais 2006; INEb, Contabilidad Regional de España, 2006p (2) INE, IP (2007) "Indicadores Demográficos" INE (2008) "Indicadores Demográficos Básicos" (período de referència: 2004); (3) INE, IP, Censos 2001; INE, Censos de Población y Viviendas 2001. Resultados Definitivos. (4) INE, IP, "Inquérito ao Emprego, 2008; INE, "Indicadores Sociales 2008" (período de referència:2008)
Comunicaciones	Acceso a Internet (1)	Líneas RDSI (Red Digital de Servicios Integrados) y ADSL (<i>Asymmetric Digital Subscriber Line</i>) / 100 hab.
	Acceso a Teléfono Fijo (2)	Líneas de la red de telefonía básica / 100 hab.
	<i>Fuentes:</i>	(1) e (2) - INE, IP, <i>Anuário Estatístico da Região do Algarve, 2007</i> ; http://www.dip-alicante.es ; CARM; IEA, "Indicadores Sociales de Andalucía, 2008" (período de referència: 2007)

Fuente: Elaboración propia

* A fin de evitar alguna artificialidad, estos índices fueron relativizados en la etapa siguiente, o sea, en la muestra, en base a los datos brutos obtenidos en cada destino.

El referido modelo será la referencia para la implementación empírica de este estudio comparativo con el fin de verificar los objetivos propuestos. El cálculo de sus 23 indicadores resultó de la búsqueda de información estadística disponible en los sitios de Internet de las instituciones oficiales, portuguesas y españolas, discriminadas en la Tabla 1 (fuentes secundarias de datos).

Siendo imposible aplicar esta metodología a un abanico de indicadores tan diverso y siguiendo el ejemplo de otros investigadores (Águas, Costa & Rita (2000) y Sanli (2006)) el método utilizado se basó en la selección de los datos disponibles más recientes relativos a cada indicador. Así, la recolección de información fue efectuada de la forma más sincrónica posible -tanto cuanto lo permitían los datos disponibles- resultando en una amplitud temporal máxima de dos a tres años.

Durante el proceso de recolección de la información estadística se verificó la necesidad de efectuar ajustes al modelo debido a la inexistencia de información comparable, teniendo en cuenta el uso de diferentes metodologías por parte de los organismos oficiales de los dos países y el hecho de que cierta información sólo estaba disponible para las Comunidades Autónomas. Así, algunos indicadores fueron sustituidos por otros considerados *proxies* de éstos ya que al ser indicadores de realidades semejantes contribuirían con el objetivo principal de la variable en cuestión.

La selección de la muestra de DT tuvo en cuenta la principal característica del concepto central del estudio, la relatividad. La muestra fue dirigida y delimitada geográficamente. Los principales criterios de elección fueron la dimensión (NUTS III), la litoralidad (posición geográfica semejante en la Península Ibérica), la vocación turística balnearia como principal producto turístico y la situación en relación a su ciclo de vida maduro con indicios de estancamiento y hasta declinación, y/o en busca de acciones de rejuvenecimiento -en el caso español confirmado por Cortés-Jimenez (2008)-. Al igual que Algarbe, son destinos tradicionales consolidados en los mercados emisores europeos. Las conclusiones del trabajo desarrollado por Kayar & Kozak (2010) ubican a los países a los cuales pertenecen los DT de la muestra, Portugal y España, en el mismo *cluster* de competidores dentro de la Unión Europea.

Estos destinos [Algarbe; Costa de la Luz/H (provincia de Huelva); Costa de la Luz/C (provincia de Cádiz); Costa del Sol (provincia de Málaga); Costa Tropical (provincia de Granada); Costa Almería (provincia de Almería); Costa Cálida (región de Murcia) y Costa Blanca (provincia de Alicante)] presentan otra característica en común, que es el hecho de que se encuentran geográficamente situados en la misma posición respecto de los mercados turísticos del Norte de Europa, a una distancia media de dos a tres horas de vuelo de estos mercados. Prideaux (2005), citando a McKercher (1998), apunta a la evidencia positiva del acceso a los mercados emisores, teniendo en cuenta que los destinos más próximos presentan ventajas competitivas respecto de otros destinos similares, geográficamente más distantes de estos mercados. Esta evidencia se torna más relevante en el actual contexto de la demanda turística donde se verifica la tendencia a la reducción de la estadía media, compensada por la realización de viajes más frecuentes.

Durante la primera etapa del tratamiento de la información se observó la existencia de unidades de grandeza diversas y se optó por el uso de indicadores proporcionales, relativizados en el ámbito de la muestra. La opción por este procedimiento eliminó uno de los problemas originado por la normalización de las variables, utilizada por Gooroochurn & Sugiyarto (2005) y Mazanec *et al.* (2007), que es el hecho de atribuir el valor cero a una de las unidades de la muestra aunque éste no signifique la ausencia de valor. No obstante, no fue posible resolver otro problema, que es el hecho de que el valor máximo de la muestra (100) no correspondió efectivamente a este valor.

Concluida la etapa anterior, cada variable fue calculada (*scores* medios) atribuyéndose el mismo peso a cada indicador, más allá de que el consenso general determina que tanto los indicadores

como las variables no contribuyen de igual forma a la competitividad de un DT. Si bien se reconoce su importancia para el refinamiento de los resultados, Brooksbank & Pickernell (1999) y Mazanec *et al.* (2007) señalan que aún no ha sido suficientemente probada una teoría consistente sobre la cual se pueda basar un procedimiento diferente del de igualar los pesos de los indicadores en cada variable. Los scores medios presentados en la Tabla 3, serán el soporte del análisis de los resultados efectuado con la ayuda de *Microsoft Excel* y el *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) con el objetivo de averiguar el cumplimiento o no de los objetivos propuestos.

Tabla 2: Resultados de los 23 indicadores del modelo, incluidos en el SPSS

Variables:		Infraestructuras						Precio		Pat. Cultural	
		Densidad de la Red de Carreteras	Actividad empresarial	Calidad Alojamiento Hotelero (4 y 5*)	Capacidad Aeroportuaria	Atractividad Aeroportuaria	Golf	IPC Total	IPC Turístico	BIC	Entradas
Destinos:		Infra1	Infra2	Infra3	Infra4	Infra5	Infra6	Prc1	Prc2	PCult1	PCult2
Algarve	Alg	29,0	100,0	62,3	40,3	73,8	72,3	94,1	93,6	30,1	28,2
Costa de la Luz/H	CL	40,2	77,3	100,0	22,5	20,0	55,3	100,0	98,6	100,0	0,3
Costa de la Luz/C	CL	55,7	77,3	88,3	22,5	20,0	55,3	99,7	100,0	42,2	4,4
Costa del Sol	CS	79,1	76,5	83,8	100,0	100,0	100,0	99,3	98,6	25,3	11,8
Costa Tropical	CT	53,6	68,9	57,5	10,8	12,5	8,5	99,7	100,0	79,5	100,0
Costa Almería	CA	61,7	65,2	97,7	8,9	11,3	19,1	100,0	97,7	47,0	10,1
Costa Cálida	CC	67,4	56,8	78,2	14,7	25,0	31,9	100,0	98,6	34,9	1,4
Costa Blanca	CB	100,0	72,7	50,9	67,1	86,3	38,3	99,6	99,8	15,7	4,0
100 =		522,95	13,2	66,6	13 590 803	80	47	107,2	110,7	83	241 478

Variables		Preservación Ambiental				Competitividad Social			
		Playas c/Bandera Azul	Reciclado Residuos Sólidos	Densidad Población a*	Exceso Ozono *	PIB per capita	Esperanza de Vida al Nacer (EVN)	Tasa de Alfabetización de Adultos	Tasa Jóvenes Licenciados
Destinos:		PAmb1	PAmb2	PAmb3	PAmb4	CSoc1	CSoc2	CSoc3	CSoc4
Algarve	Alg	100,0	97,3	96,2	91,9	76,9	97,4	91,8	52,8
Costa de la Luz/H	CL	79,6	29,7	100,0	95,5	91,8	99,0	97,8	100,0
Costa de la Luz/C	CL	59,4	43,9	88,0	99,4	87,9	100,0	97,7	94,0
Costa del Sol	CS	39,8	45,9	82,8	95,0	88,5	98,6	98,9	85,4
Costa Tropical	CT	9,3	55,2	97,8	94,1	79,4	99,2	98,5	92,1
Costa Almería	CA	28,1	29,0	97,3	94,1	100,0	98,4	100,0	71,8
Costa Cálida	CC	16,4	94,1	92,3	91,9	92,4	99,5	99,2	90,6
Costa Blanca	CB	55,6	100,0	72,2	100,0	94,7	99,7	98,1	98,4
100 =		46,6	53,8	949,9	358	20 172	79,75	97,54	34,1

Variables		Seguridad			Comunicaciones	
		Capacidad Internacional Hospitalaria	Capacidad Asistencia en Salud	Tasa de Criminalidad *	Pobl. c/acceso a Internet	Pobl. c/acceso a Teléfono Fijo
Destinos:		Segur1	Segur2	Segur3	Comunic1	Comunic2
Algarve	Alg	76,5	92,6	62,1	91,7	100,0
Costa de la Luz/H	CL	73,5	42,3	85,8	61,8	59,4
Costa de la Luz/C	CL	91,2	47,1	86,5	58,0	54,1
Costa del Sol	CS	70,6	45,5	61,0	100,0	84,4
Costa Tropical	CT	70,6	50,8	86,3	79,0	80,1
Costa Almería	CA	67,6	48,1	79,4	76,4	66,3
Costa Cálida	CC	100,0	96,3	100,0	85,4	63,0
Costa Blanca	CB	73,5	100,0	53,9	89,8	99,0
100 =		3,4	9,5	56,2	15,7	39,2

* Tasa invertida

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: Cuadro resumen de la competitividad turística de los destinos turísticos según variable, medias y coeficientes de variación

(Nombre Dest.)	(Cód.)	Scores medios de las variables							Media	Coeficiente de Variación
		Infra-estructuras	Precio	Patrimonio Cultural	Seguridad	Preservación Ambiental	Competitividad Social	Comunicaciones		
Algarve	Alg	63,0	93,9	29,1	77,1	96,4	79,7	95,9	76,5	0,32
Costa de la Luz/H	CL/H	52,6	99,3	50,1	67,2	76,2	97,2	60,6	71,9	0,28
Costa de la Luz/C	CL/C	53,2	99,9	23,3	74,9	72,7	94,9	56,0	67,8	0,39
Costa del Sol	CS	89,9	99,0	18,5	59,0	65,9	92,9	92,2	73,9	0,39
Costa Tropical	CT	35,3	99,9	89,8	69,2	64,1	92,3	79,5	75,7	0,29
Costa Almería	CA	44,0	98,8	28,5	65,1	62,1	92,6	71,4	66,1	0,38
Costa Cálida	CC	45,7	99,3	18,2	98,8	73,7	95,4	74,2	72,2	0,42
Costa Blanca	CB	69,2	99,7	9,8	75,8	82,0	97,7	94,4	75,5	0,41
Media		56,6	98,7	33,5	73,4	74,1	92,8	78,1		
Coeficiente de Variación		0,30	0,02	0,77	0,16	0,15	0,06	0,20		

Fuente: Elaboración propia

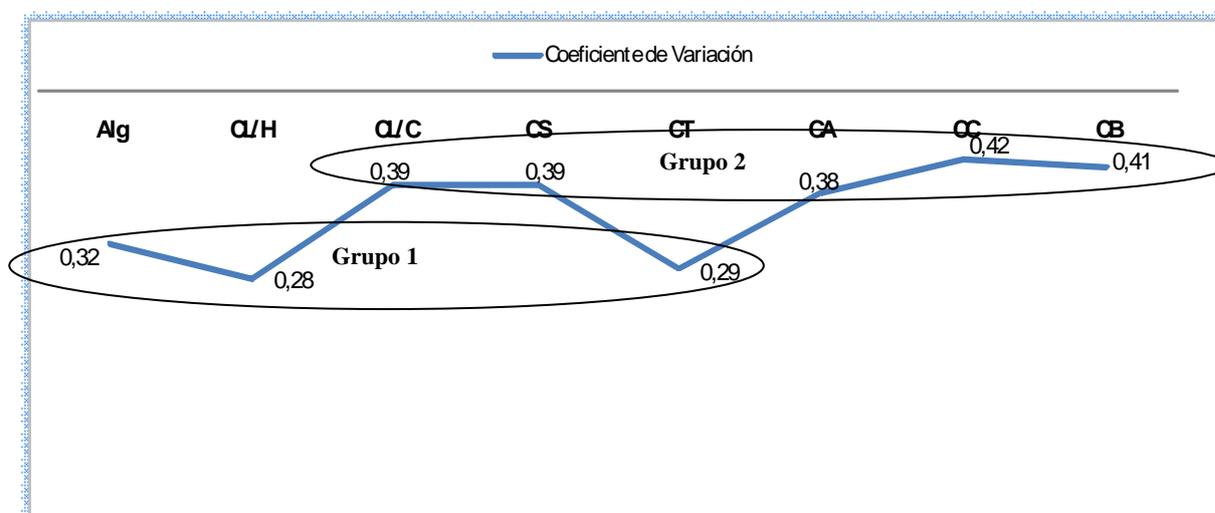
PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

En base a la información estadística de la Tabla 2 – las variables se resumen por delante en la Tabla 3 - se verificará el cumplimiento de uno de los objetivos generales del trabajo: verificar si existen diferencias de desempeño en las variables analizadas, entre Algarve y los siete destinos turísticos de características semejantes más próximos (del sur de España).

Se constató, en una primera lectura de las Tablas 2 e 3, la existencia de diferencias de desempeño entre los destinos. Estas diferencias serán confirmadas a través de los indicadores estadísticos constantes en la Tabla 3. No obstante, la comparación de los desempeños de los diversos conjuntos de observaciones de los DT, considerando sus diferentes amplitudes, exigía la relativización de las medidas de dispersión (Maroco, 2003). Esta relativización es proporcionada por el cálculo del coeficiente de variación (CV).

Al analizar la Figura 2, se puede verificar que la Costa de la Luz (Huelva), la Costa Tropical y Algarve, constituyen el Grupo 1, que engloba los destinos que presentan los CV más bajos, revelando un desempeño más homogéneo. En este grupo, cada destino presenta en el conjunto de sus observaciones (los *scores* de cada variable) menor dispersión en relación a la media.

Figura 2: Posicionamiento de los destinos turísticos en los respectivos coeficientes de variación



Fuente: Elaboración propia

Grupo 1 – Destinos más homogéneos en su desempeño competitivo;
 Grupo 2 - Destinos más heterogéneos en su desempeño competitivo

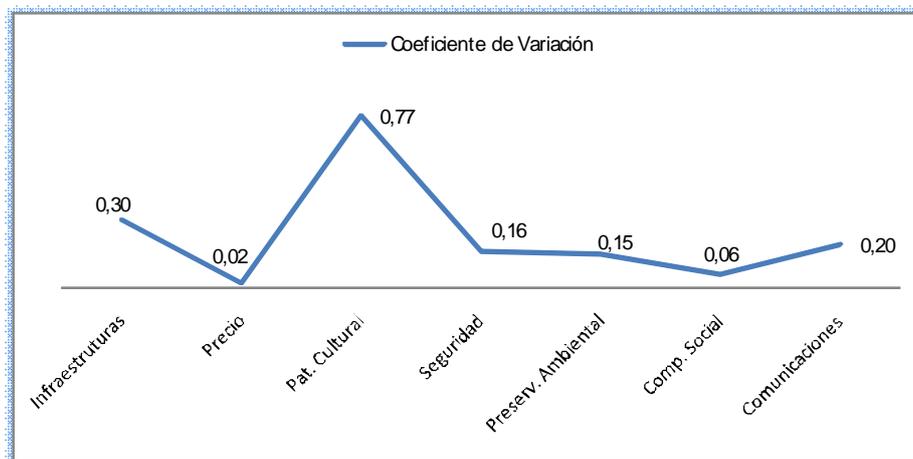
En el grupo 2, por su parte, surgen los restantes DT cuyos CV presentan valores más elevados en relación al primer grupo, y revelan los niveles de heterogeneidad más elevados de la muestra. Esto significa que los valores de los respectivos conjuntos de observaciones se distancian más de la media, presentando así un nivel de desempeño más disperso.

Se confirma así el objetivo central de este estudio, o sea, la existencia de desempeños competitivos diversos en esta muestra de destinos turísticos, analizados bajo la perspectiva de las siete variables competitivas. La confirmación de las diferencias de desempeño en este conjunto de DT, conducirá a la verificación de los objetivos específicos; sintetizados a continuación:

- Cuáles variables del análisis contribuyen más y cuáles menos a la diferenciación del desempeño competitivo de los destinos turísticos?

Para apoyar el análisis de las cuestiones que competen a este objetivo específico se presentan en la Figura 3 los CV de cada variable.

Figura 3: Posicionamiento de las variables según el respectivo coeficiente de variación



Fuente: Elaboración propia

En respuesta a la primera cuestión formulada, considerando el posicionamiento del CV de cada variable en la Figura 3, se identificó la variable Patrimonio Cultural como la que más diferencia los destinos. Al posicionarse con el CV más elevado del conjunto (0,77) y presentar una elevada variabilidad, surge como la variable más diferenciadora entre las siete estudiadas.

El resultado estadístico de esta variable se debe en gran parte al *score* medio (89,8) alcanzado por la Costa Tropical, seguida de la Costa de la Luz (Huelva) con 50,1. Se verifica que, según los datos obtenidos, estos dos destinos influyen este CV en 0,43; significando que tiene un peso del 43% de la variación total del 77% del conjunto de las observaciones en relación a la media; o sea que representan más de la mitad de esta variación. Al excluirse estos dos destinos del conjunto de la muestra, se observa que el CV de la muestra restante baja significativamente a 0,50 y 0,34 respectivamente.

Se concluye que la variable Infraestructuras fue la segunda en diferenciar los destinos. El valor de 0,30 en su CV, el segundo en el conjunto de la muestra, es significativamente influido por el desempeño de la Costa del Sol, que se destaca en el conjunto de la muestra revelando el desempeño más elevado (89,9). Al excluirse este destino, se observa que el CV de la variable baja de 0,30 a 0,22; lo que significa que sólo este destino influye en un 8% el valor de la oscilación de las respectivas observaciones en torno de la respectiva media.

A continuación se trabajará con la verificación de la segunda pregunta de este objetivo específico. Por la observación de los datos de la Figura 3, se concluye que la variable Precio se revela menos diferenciadora en la muestra. Esto se debe a que en el conjunto de los siete DT del Sur de España esta variable asume valores muy próximos al valor máximo de la escala (100). De esta forma su CV

de 0,02 significa que sus observaciones oscilan en torno de la media (cerca de 2%). Se verificó que su débil variabilidad se debe al desempeño alcanzado por Algarve, que demuestra en esta variable el valor más bajo de la muestra. Considerando el actual contexto de crisis, una posición más baja en este índice puede aparecer como una ventaja competitiva.

La variable Competitividad Social también asume un comportamiento relativamente homogéneo, siendo la segunda menos diferenciadora de la muestra (0,06) presentando desempeños *elevados* para todos los destinos españoles (Tabla 4).

Tabla 4: Desempeño cualitativo de los destinos turísticos según la variable competitiva

Desempeños cualitativos: Destinos:	Muy Elevado	Elevado	Medio	Bajo	Muy Bajo
Algarve	Preservación Ambiental; Comunicaciones; Precio. Competitividad Social Seguridad	Infraestructuras	...	Patrimonio Cultural	...
Costa de la Luz/H	Precio; Competitividad Social.	Preservación Ambiental; Comunicaciones; Seguridad	Infraestructuras; Patrimonio Cultural
Costa de la Luz/C	Precio; Competitividad Social.	Seguridad; Preservación Ambiental;	Comunicaciones; Infraestructuras.	Patrimonio Cultural	...
Costa del Sol	Precio; Competitividad Social; Comunicaciones; Infraestructuras	Preservación Ambiental;	...	Seguridad	Patrimonio Cultural
Costa Tropical	Precio; Competitividad Social; Patrimonio Cultural;	Preservación Ambiental; Seguridad;	...	Infraestructuras.	...
Costa Almería	Comunicaciones Precio; Competitividad Social.	Comunicaciones; Seguridad; Preservación Ambiental	Infraestructuras;	Patrimonio Cultural.	...
Costa Cálida	Precio; Seguridad; Competitividad Social.	Comunicaciones; Preservación Ambiental;	Infraestructuras.	Patrimonio Cultural	...
Costa Blanca	Precio; Competitividad Social; Comunicaciones; Preservación Ambiental	Seguridad; Infraestructuras.	Patrimonio Cultural.

Fuente: Elaboración propia

Escala: 1 = Muy Bajo (0-20); 2 = Bajo (20-40); 3 = Medio (40-60); 4 = Elevado (60-80); 5 = Muy Elevado (80-100).
Variables de frontera: variables cuyos índices se sitúan en el límite inferior o superior del respectivo intervalo de clase.

La variación observada en esta variable es originada por los resultados de Algarbe. Se puede verificar en la Tabla 3 que este destino surge con el valor más bajo del conjunto de la muestra, con un *score* medio de 79,7; significativamente distanciado del penúltimo clasificado, la Costa Tropical con un valor de 92,6. Este resultado se debe al hecho de que Algarbe presenta desempeños inferiores en los cuatro índices que constituyen esta variable (PIB *per cápita* (76,9), EVN (97,4), TAA (91,8) y Tasa de Jóvenes Licenciados (52,8)) (ver Tabla 2).

La variable Preservación Ambiental aparece como la tercera menos diferenciadora de la competitividad de los ocho destinos turísticos de la muestra. Más allá de que la relativamente baja heterogeneidad revelada por su CV de 0,15 se aplica sólo a los destinos españoles. Esta afirmación deriva del hecho de verificar que al excluirse Algarbe del conjunto de los destinos, el CV baja a 0,10; lo que demuestra que sólo el desempeño competitivo de Algarbe influyó en un 5 % (un tercio) la variación del conjunto de las ocho observaciones en relación a la media. Esta influencia se debe al hecho de que esta variable es la que más contribuye positivamente a su posición competitiva, se posiciona con un *score* medio de 96,4 y está a una distancia razonable de la Costa Blanca, que presenta un *score* de 82,0.

Verificados los dos objetivos específicos, se considera importante decir que las variables Comunicaciones y Seguridad, tuvieron una contribución intermedia en la diferenciación de los desempeños de los destinos. Presentan niveles medios de variabilidad con CV de 0,20 y 0,16 respectivamente. Excepcionalmente para Algarbe, la variable Comunicaciones fue la segunda en contribuir con su competitividad; colocando este destino en el primer lugar del respectivo *ranking* de la variable. La variación de sus observaciones sólo fue influida por este destino en un 1%, considerando que al excluir su desempeño, el CV desciende de 0,20 a 0,19.

En términos de diferenciación, una situación idéntica se aplica a la Costa Cálida en el caso de la variable Seguridad. Más allá de que la contribución de esta variable a la diferenciación del conjunto sea intermedia, su variación viene en gran parte (7%) del valor más elevado de la muestra, o sea de la Costa Cálida; que surge destacada con un *score* medio de 98,8; seguida de Algarbe con 77,1. Esto significa que casi la mitad de la variabilidad asociada a la variable Seguridad proviene del desempeño obtenido por la Costa Cálida, pues se observó que, una vez excluido el valor de este DT del conjunto de la muestra, el CV baja de 0,16 a 0,09.

A fin de facilitar la percepción de las diferencias de desempeño en términos cualitativos entre los destinos turísticos, se complementó este análisis con la inclusión de la Tabla 4, que presenta una lectura simplificada de los puntos fuertes y débiles de cada uno de los DT de la muestra, en base a los resultados del análisis, efectuado a las siete variables seleccionadas. Para esto se procede a recodificar las variables del modelo (utilizando para ese fin el SPSS). Se transforma a escala cuantitativa de 0 a 100 (ver nota de la Tabla 4) en una escala de intervalo de 1 a 5; atribuyendo a

cada uno de los intervalos una mención cualitativa. Los principales resultados de este procedimiento son explicados más adelante.

La lectura de la Tabla 4 permite constatar que el conjunto de los destinos presenta desempeños en los diversos niveles de la escala, con mayor predominancia en los niveles superiores de la misma (*elevado* y *muy elevado*), lo que confirma las características semejantes de los DT de la muestra. En esta Tabla se consideró como *variables de frontera* (señaladas por rectángulos) a aquellas que presentan índices muy aproximados al límite superior, o inferior, del respectivo intervalo de clase. De esta forma, su distribución en términos cualitativos refleja una mayor aproximación a los índices obtenidos.

Se observó que Algarve presenta tres desempeños competitivos *muy elevados* (Preservación Ambiental, Comunicaciones y Precio), tres *elevados* (Competitividad Social, Seguridad e Infraestructuras) y uno *bajo* (Patrimonio Cultural). En el caso de los desempeños *elevados* de las variables Competitividad Social y Seguridad (con índices de 79,7 y de 77,1 respectivamente) se sitúan en el límite superior del intervalo, por lo cual se consideran *variables de frontera* entre los niveles *elevado* / *muy elevado*. Algo semejante se constató en relación a la variable Infraestructuras, que se sitúa en el límite inferior del intervalo definido para el desempeño *elevado*, pudiendo considerarse como un desempeño *elevado* / *medio*.

En lo que se refiere a los resultados de la muestra, se destacan las variables que se revelaron como puntos fuertes para cada uno de los destinos: la Preservación Ambiental seguida de las Comunicaciones en el caso de Algarve, las Infraestructuras en el caso de la Costa del Sol, el Patrimonio Cultural y la Seguridad en la Costa Tropical y la Costa Cálida respectivamente. Los desempeños *muy elevados* observados en las variables Precio y Competitividad Social, se deben en gran parte al hecho de que estos DT están incluidos en la zona euro; con un nivel de desarrollo muy semejante. Esta consideración es confirmada por la observación de la Figura 3, donde, como ya se mencionó, los CV de estas dos variables presentan valores residuales, presentándose como las menos diferenciadoras de las siete variables del análisis.

En cuanto a las variables que aparecen como puntos débiles para los destinos se destaca la variable Patrimonio Cultural. Se constata que el conjunto de los destinos posicionados frente a la Costa Tropical (que presenta el desempeño más elevado de la muestra, dado que cuenta con el efecto de los monumentos de patrimonio mundial en Granada) señala en el Patrimonio Cultural un punto débil. La Costa Blanca presenta un nivel *muy bajo* de desempeño, Algarve y la Costa Almería presentan niveles *bajos*, mientras que la Costa de la Luz (Huelva) presenta un nivel de desempeño *medio*. Finalmente la Costa de la Luz(Cádiz), la Costa del Sol y la Costa Cálida surgen con desempeños entre *muy bajo* / *bajo* y *bajo* / *muy bajo* respectivamente. Esto se debe a que el elemento cultural no representa la principal vocación turística de la mayoría de los DT de la muestra.

En lo que se refiere a esta variable, llaman la atención los resultados de la Costa de la Luz (Huelva), que más allá de posicionarse en el segundo lugar de la muestra (con un valor de 50,1 en el índice, que lo sitúa en un nivel *medio*) presenta en sus observaciones características algo disonantes que merecen el siguiente abordaje. Este destino presenta el valor más alto de la muestra (83) en lo que se refiere al índice BIC, es decir que presenta el mayor número de bienes inmuebles de interés cultural clasificados por el Ministerio de Cultura español -ver Tabla 2. En el caso del índice referente a las Entradas en los atractivos turísticos más visitados obtuvo el valor más bajo de la muestra (691 entradas por 100.000 habitantes), lo que representa sólo 0,3 frente a la Costa Tropical que alcanzó el valor más elevado. Así, más allá de que los datos del primer indicador confirmen la existencia de una riqueza cultural significativa, en concreto y a juzgar por el resultado del segundo indicador, este destino revela alguna ineficacia respecto al potencial de atracción para el segmento de turismo cultural.

Teniendo en cuenta la realidad de la Costa de la Luz (Huelva), se puede considerar que Algarve se encuentra mejor posicionado. A pesar de su *bajo* nivel de desempeño, siendo el tercero en el conjunto de los destinos con un índice de 29,1, surge posicionado en segundo lugar en el resultado del indicador Entradas (número de visitantes en el atractivo turístico más visitado; en este caso la Fortaleza de Sagres). En primero, en este indicador, se sitúa la Costa Tropical con 68.038 visitantes anuales cada 100.000 habitantes, en base a las estadísticas del conjunto monumental Alhambra y Generalife. A la luz de estos resultados se puede afirmar que el potencial cultural de Algarve, instalado en el imaginario ligado a los descubrimientos, ejerce un fuerte poder de atracción sobre la demanda turística, lo que representa una ventaja competitiva a explotar por parte de este destino.

Estos resultados también denotan el valor intangible de la riqueza cultural de cualquier DT. Se verifica que si bien existen destinos que puedan presentar un elevado índice de bienes inmuebles de interés cultural, su capacidad para atraer visitantes puede revelarse significativamente inferior frente a otros destinos que presentan valores más bajos en ese índice debido al valor intrínseco que la cultura representa para el turista.

En la Tabla 4 se destacan los resultados de la variable Infraestructuras, de primordial importancia para el desarrollo de la actividad turística, que muestra en la Costa Tropical un nivel *bajo* de desempeño, y niveles *medios* en el caso de la Costa de la Luz (Huelva), la Costa de la Luz (Cádiz), la Costa Almería y la Costa Cálida. Algarve presenta un nivel entre *medio* y *elevado*, con un índice de 63,0; lo que significa que se encuentra muy próximo al nivel inferior (*medio*), a escasos 3 puntos porcentuales. Para Algarve, a semejanza de otros cinco DT de la muestra, esta variable es la penúltima en contribuir con su desempeño. Así, frente a su importancia para el desarrollo, la imagen y la capacidad de atraer al turismo, la apuesta a la calidad de las infraestructuras turísticas será un factor a tener en cuenta por estos destinos.

CONCLUSIONES

En relación a la verificación de los objetivos específicos, se destaca, como conclusión principal, el hecho de que las variables Patrimonio Cultural e Infraestructuras son las que más diferencian a los destinos. El Precio y la Competitividad Social se revelan como las menos diferenciadoras del desempeño competitivo entre estos destinos.

En el caso específico de Algarbe, asume una posición destacada por la diferenciación positiva obtenida en las variables Preservación Ambiental, Comunicaciones y Precio. En la variable Seguridad también obtuvo un desempeño elevado pues ocupa el segundo puesto en relación a los restantes destinos (con un índice de 77,1; seguido por la Costa Blanca con 75,8). El Patrimonio se puede considerar que tiene un potencial relativo debido a la atracción ejercida por la fortaleza de Sagres. La Competitividad Social presenta los índices más bajos en todos los indicadores de la variable, respecto de los otros DT.

En cuanto a la variable Infraestructuras hay que mencionar que Algarbe, posicionándose en tercer lugar con un valor de 63,0, frente al índice de 89,9 de la Costa del Sol, revela algunas carencias, fundamentalmente en la capacidad de alojamiento de cuatro y cinco estrellas.

Se puede considerar, teniendo como referencia el desempeño cualitativo de los destinos turísticos analizados por la variable competitiva, que:

- Son puntos débiles:
 - ✓ El Patrimonio Cultural para la Costa Blanca, Costa Cálida, Costa del Sol, Costa de la Luz, Costa de Almería y Algarve;
 - ✓ Infraestructuras para la Costa Tropical;
- Situaciones intermedias:
 - ✓ Infraestructuras para la Costa Cálida, Costa de Almería y Costa de la Luz (Huelva);
 - ✓ Comunicaciones para la Costa de la Luz (Cádiz);
 - ✓ Patrimonio Cultural para la Costa de la Luz (Huelva).
- Aspectos que no son puntos fuertes en su totalidad pues en parte están en una situación intermedia:
 - ✓ Las Infraestructuras para Algarve;
 - ✓ La Seguridad para la Costa del Sol;
 - ✓ La Preservación Ambiental para la Costa de Almería.

En las restantes situaciones, los DT presentan entre sí un desempeño elevado o muy elevado, como se puede constatar en la Tabla 4, por lo que se considera que imperan los puntos fuertes.

Para finalizar, con el presente análisis se espera contribuir a una mejor percepción del posicionamiento competitivo de los destinos turísticos del sur de la Península Ibérica, normalmente relacionados con el producto “sol y playa”; y apoyar la gestión pública, sobre todo en lo que concierne a la deseable mejoría de las variables identificadas con desempeño medio, bajo y muy bajo. Adicionalmente, la realización empírica de este estudio también hará un aporte al estudio de la competitividad turística aplicada a escala regional.

LIMITACIONES Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS

Se reconoce como limitación principal del estudio, el hecho de que un análisis de la competitividad turística enfocado en la perspectiva cuantitativa explica la realidad desde el punto de vista de la verificación y/o medición de los fenómenos sociales; excluyendo de su contenido la complejidad dinámica de estos fenómenos.

De esta forma, será importante complementarlo con investigaciones relacionadas con la percepción de los consumidores sobre los destinos turísticos potenciales y su grado de satisfacción. En lo que se refiere al análisis cuantitativo desde la perspectiva de la oferta, podrá ser posteriormente sujeto a un eventual enriquecimiento, no sólo en cuanto al número de las variables sino también en cuanto al número de indicadores pasibles de ser incluidos; con el objetivo de ampliar el análisis y darle mayor sustento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Águas, P. J.; Costa & Rita, P.** (2000) “A tourist market portfolio for Portugal” *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, University Press, 12(7): 394-400
- Brooksbank, D. J. & Pickernell, D. G.** (1999) “Regional competitiveness indicators – a reassessment of method”. *Local Economy*, 13(4):310-326
- Cortés-Jiménez, I.** (2008) “Which type of tourism matters to the regional economic growth? The Cases of Spain and Italy”, *International Journal of Tourism Research*, 10: 127–139
- Crouch, G. I. & Ritchie, J. R. B.** (1999) “Tourism competitiveness and social prosperity”. *Journal of Business Research*, 44:137-142
- Crouch, G.** (2007a) “Measuring tourism competitiveness: research theory and the WEF Index”, *Australian and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC) Conference 2007* (inédito)
- Crouch, G. I.** (2007b) “Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes”, *CRC Sustainable Tourism Pty Ltd, Queensland, Australia*
- D'Hautesserre, A-M.** (2000) “Lessons in managed destination competitiveness: the case of Foxwoods Casino Resort”. *Tourism Management*, 21: 23-32
- Dwyer, L.; Livaic, Z. & Mellor, R.** (2003) “Competitiveness of Australia as a tourist destination”. *Journal of Travel and Tourism Management* 6 (5): 369–414

- Dwyer, L. & Kim, C.** (2003) "Destination competitiveness: determinants and indicators". *Current Issues in Tourism* 6 (5):369–414
- Esteve Secall, R.** (2003) "La Competitividad de las zonas turísticas" Comunicación presentada en el XII Simposio Internacional de Turismo y Ocio, ESADE-Fira de Barcelona, 03-04 Abril. Disponible en http://www.esade.edu/cedit2003/cast/est_papsen.htm (05.11.08)
- Gooroochurn, N. & Sugiyarto, G.** (2005) "Competitiveness indicators in the travel and tourism industry". *Tourism Economics*, 11 (1): 25-43
- Hassan, S. S.** (2000) "Determinants of market competitiveness in an environmental sustainable tourism industry". *Journal of Travel Research*, 38:239-245
- Kayar, Ç. & Kozak, N.** (2010) "Measuring destination competitiveness: an application of the travel and tourism competitiveness index (2007)". *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19: 203-216
- Maroco, J.** (2003) "Análise estatística – Com utilização do SPSS", Edições Sílabo, Lisboa
- Mazanec, J.; Wöber, K & Zins A. H.** (2007) "Tourism destination competitiveness: from definition to explanation?" *Journal of Travel Research*, 46 (1):86-95
- Murphy, P.; Pritchard, M. & Smith, B.** (2000) "The destination product and its impact on traveller perceptions". *Tourism Management*, 21 (1):43-52
- Newall, J. E.** (1992) "The challenge of competitiveness". *Business Quarterly*, 56 (4): 94-100
- Prideaux, B.** (2005) "Factors affecting bilateral tourism flows". *Annals of Tourism Research*, 32 (3):780–801
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I.** (2003) "The competitiveness destination: A Sustainable Tourism Perspective", CABI Publishing, Wallingford, pp. 1-2; 9-50
- Sanli, C.** (2006) "A competitiveness analysis of eight Mediterranean countries based on tourism indices", paper presented at the 3rd Graduate Research in Tourism Conference, 25-28, May 2006
- Valls, J.** (2004) "Gestión de destinos turísticos sostenibles", Barcelona, Gestión 2000
- WTTC - World Travel and Tourism Council** (2010) "Update of monthly tourism indicators", disponible en: <http://www.wttc.org/>, [accedido em Março de 2010]
- Wilde, S. & Cox, C.** (2008) "Linking destination competitiveness and destination development: findings from a mature Australian tourism destination", *Proceedings of the Travel and Tourism Research Association (TTRA) European Chapter Conference - Competition in Tourism: Business and Destination Perspectives*, Helsinki, Finland, pp. 467-478

Recibido el 17 de enero de 2011

Correcciones recibidas el 18 de marzo de 2011

Aceptado el 31 de marzo de 2011

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués