

Análisis de la competencia en la actividad turística



David Flores Ruiz
María de la O Barroso González

Análisis de la competencia en la actividad turística

septem 
ediciones

Análisis de la competencia en la actividad turística

SEPTEM UNIVERSITAS

Primera edición: febrero, 2009

© 2009 David Flores Ruiz

© María de la O Barroso González

© de esta edición: Septem Ediciones, S.L., Oviedo, 2009

e-mail: info@septemediciones.com

www.septemediciones.com

Blog: septemediciones.blogspot.com

Queda prohibida cualquier forma de reproducción, ni total ni parcial, sin previo permiso escrito del editor. Derechos exclusivos reservados para todo el mundo. El Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO) vela por el respeto de los citados derechos.

DISEÑO CUBIERTA Y COMPAGINACIÓN: M^eR Studio

ISBN: 978-84-92536-10-8

D. L.: M- -2009

Impreso en España - *Printed in Spain*

ÍNDICE GENERAL

1

INTRODUCCIÓN	9
--------------------	---

2

COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS: UN ENFOQUE MACROECONÓMICO BASADO EN EL CONCEPTO DE VENTAJA COMPARATIVA.....	13
2.1. INTRODUCCIÓN	13
2.2. TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL: UNA APLICACIÓN AL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA ...	14
2.2.1.LA TEORÍA CLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL	15
2.2.2. LA TEORÍA NEOCLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL: EL MODELO DE HECKSCHER-OHLIN.....	17
2.2.3.LAS NUEVAS TEORÍAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL	22
2.2.3.1. TEORÍAS NEOTECNOLÓGICAS	23
2.2.3.2. ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL Y COMERCIO INTERNACIONAL.....	23
2.2.3.3. ECONOMÍAS DE ESCALA.....	23
2.2.3.4.DIFERENCIACIÓN DE PRODUCTO Y COMERCIO INTRAININDUSTRIAL	24
2.2.3.5. MODELOS DE COMPETENCIA MONOPOLÍTICA.....	24
2.2.4.LAS TEORÍAS CLÁSICAS Y NEOCLÁSICAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL: DOS ENFOQUES DIFERENTES EN EL ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	25
2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS: UN ENFOQUE MACROECONÓMICO.....	28
2.3.1.LA ECONOMÍA DEL TURISMO: CONCEPTO Y PRINCIPALES LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	28
2.3.2.UNA APROXIMACIÓN A LOS ESTUDIOS DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS CON ENFOQUE MACROECONÓMICO.....	33
2.3.3. LA VENTAJA COMPARATIVA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA: BASE DEL ANÁLISIS COMPETITIVO DESDE UN ENFOQUE MACROECONÓMICO	36
2.3.4. PÉRDIDA DEL PODER EXPLICATIVO DE LA VENTAJA COMPARATIVA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	42
2.4. LA POLÍTICA TURÍSTICA: ENFOQUE MACROECONÓMICO	46
2.4.1. LA POLÍTICA TURÍSTICA: CONCEPTUALIZACIÓN Y DELIMITACIÓN.....	46
2.4.2. LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPAÑOLA DE LA PRIMERA MITAD DEL SIGLO XX.....	47

2.4.2.1. LOS ORÍGENES DE LA INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	47
2.4.2.2. COMISIÓN NACIONAL DE TURISMO.....	48
2.4.2.3. COMISARÍA REGIA.....	49
2.4.2.4. PATRONATO NACIONAL DE TURISMO.....	50
2.4.2.5. SERVICIO NACIONAL DE TURISMO.....	51
2.4.2.6. DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO.....	51
2.4.3. LA POLÍTICA TURÍSTICA DESDE LOS CINCUENTA A LOS SETENTA.....	52
2.4.4. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPAÑOLA HASTA LOS SETENTA.....	58

COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS: UN ENFOQUE ESTRATÉGICO BASADO EN EL CONCEPTO DE VENTAJA COMPETITIVA.....	63
3.1. INTRODUCCIÓN.....	63
3.2. EL SECTOR COMO UNIDAD DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETENCIA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	66
3.2.1. EL SECTOR COMO UNIDAD DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETENCIA: LA TEORÍA CONTINGENTE.....	66
3.2.2. EL ANÁLISIS COMPETITIVO DEL “EFECTO SECTOR” EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	69
3.2.3. LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR TURÍSTICO.....	71
3.3. LA EMPRESA COMO UNIDAD DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETENCIA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	75
3.3.1. LA EMPRESA COMO UNIDAD DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETENCIA: LA TEORÍA DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES.....	75
3.3.1.1. TEORÍA DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES.....	77
3.3.2. LA EMPRESA TURÍSTICA COMO UNIDAD DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETENCIA.....	80
3.3.2.1. CONCEPCIÓN DE LA EMPRESA TURÍSTICA. “TEORÍA MULTISECTORIAL” VS “TEORÍA UNISECTORIAL”: SU INCIDENCIA EN LA ESTRATEGIA COMPETITIVA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS.....	80
3.3.2.2. LA EMPRESA TURÍSTICA: ELEMENTOS A CONSIDERAR Y PRINCIPALES LÍNEAS ESTRATÉGICAS.....	84
3.3.2.3. LA TEORÍA DE LOS RECURSOS Y CAPACIDADES EN LA EMPRESA TURÍSTICA.....	86
3.3.2.3.1. RECURSOS HUMANOS.....	88
3.3.2.3.2. RECURSOS TECNOLÓGICOS.....	90
3.3.2.3.3. RECURSOS ORGANIZATIVOS.....	90
3.3.2.3.4. REPUTACIÓN O RECURSOS COMERCIALES.....	91
3.4. EL TERRITORIO COMO UNIDAD DE ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA COMPETENCIA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	92
3.4.1. TEORÍA ESTRUCTURAL DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS TERRITORIOS: UN ENFOQUE ESTRATÉGICO.....	94
3.4.1.1. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE LA TEORÍA ESTRUCTURAL DE LA COMPETITIVIDAD.....	94
3.4.1.2. LA TEORÍA DE LOS CÚMULOS.....	96
3.4.1.3. LA TEORÍA DE LOS CÚMULOS: EL MODELO DE PORTER.....	100
3.4.1.3.1. CONDICIONES DE LOS FACTORES.....	101
3.4.1.3.2. CONDICIONES DE LA DEMANDA.....	101
3.4.1.3.3. SECTORES CONEXOS Y AUXILIARES.....	101

3.4.1.3.4. ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LAS EMPRESAS	102
3.4.1.3.5. EL PAPEL DE LA CASUALIDAD	103
3.4.1.3.6. EL PAPEL DEL GOBIERNO	103
3.4.1.3.7. INTERRELACIONES EN EL “DIAMANTE”	104
3.4.2. LA TEORÍA DE LA COMPETITIVIDAD ESTRUCTURAL DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS:	
MODELOS EXPLICATIVOS	106
3.4.2.1. DE LA VENTAJA COMPARATIVA A LA VENTAJA COMPETITIVA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS	107
3.4.2.2. INDICADORES DE COMPETITIVIDAD DEL CONSEJO MUNDIAL DEL TURISMO Y VIAJES	109
3.4.2.3. EL MODELO DE CALGARY DE CROUCH Y RITCHIE	112
3.4.2.3.1. RECURSOS Y ATRACTIVOS	114
3.4.2.3.2. FACTORES Y RECURSOS COMPLEMENTARIOS	114
3.4.2.3.3. POLÍTICA DE PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DEL DESTINO	115
3.4.2.3.4. DIRECCIÓN DEL DESTINO	115
3.4.2.3.5. DETERMINANTES LIMITADORES Y AMPLIFICADORES DE LA COMPETITIVIDAD ..	116
3.4.2.4. EL MODELO DE KIM	118
3.4.2.5. UN MODELO INTEGRADO DE DESTINO TURÍSTICO COMPETITIVO	119
3.4.2.6. EL MODELO DE PORTER APLICADO A LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS	126
3.4.2.6.1. CONDICIONES DE LOS FACTORES	128
3.4.2.6.2. CONDICIONES DE LA DEMANDA	129
3.4.2.6.3. CONDICIONES DE LAS INDUSTRIAS CONEXAS Y DE APOYO	130
3.4.2.6.4. ESTRATEGIA, ESTRUCTURA Y RIVALIDAD DE LAS EMPRESAS	131
3.4.2.6.5. EL PAPEL DEL GOBIERNO	132
3.4.2.6.6. LA CASUALIDAD	133
3.4.2.6.7. RELACIONES ENTRE LOS DETERMINANTES	134
3.4.2.7. CONCLUSIONES SOBRE LOS MODELOS EXPLICATIVOS DE LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS BAJO EL ENFOQUE ESTRATÉGICO	135
3.5. LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPAÑOLA: UN ENFOQUE ESTRATÉGICO	135
3.5.1. CAUSAS DEL CAMBIO DE ORIENTACIÓN DE LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPAÑOLA	136
3.5.2. LA ETAPA ESTRATÉGICA DE LA POLÍTICA TURÍSTICA ESPAÑOLA Y SUS PLANES ESTRATÉGICOS DE DESARROLLO	138
3.5.2.1. FUTURES I	140
3.5.2.2. FUTURES II	140
3.5.2.3. PICTE	141
 CONCLUSIONES	 145
 BIBLIOGRAFIA	 147



INTRODUCCIÓN

El fenómeno turístico, en las últimas décadas, ha ido adquiriendo una gran importancia y todo apunta a que en un futuro ésta seguirá su ritmo ascendente, pues, de ser considerado como un fenómeno coyuntural, cuya importancia social y, sobre todo económica, era relativizada y minimizada por importantes organismos internacionales como el Banco Mundial¹, en época reciente, ha pasado a ser considerado como un fenómeno estructural, cuyo protagonismo en la economía internacional, en general, y en la de muchos países, regiones y localidades, en particular, cada vez es mayor, superando, en muchos casos, al de muchos de los sectores productivos tradicionales, tales como la agricultura, la minería, la pesca, las manufacturas, etc.

Conscientes de la importancia que va adquiriendo el turismo como actividad económica, muchos territorios están apostando en las últimas décadas por considerar a esta actividad entre sus estrategias de desarrollo económico. De tal forma, que en la década de los ochenta comienzan a aparecer una gran cantidad de destinos turísticos impulsados, entre otros, por los siguientes motivos:

- El importante efecto diversificador y multiplicador que tiene la actividad turística para las economías locales, unido a la crisis que han experimentado mucho de sus sectores económicos tradicionales y a la consideración del fenómeno turístico como un fenómeno estructural en continuo crecimiento, han hecho que muchos territorios apuesten por considerar la promoción de la actividad turística entre sus estrategias de desarrollo económico.
- Las continuas mejoras que se vienen produciendo en las tecnologías de la información y la comunicación hacen que se reduzcan las distancias, por lo que surgen nuevos territorios como destinos turísticos, territorios que anteriormente se encontraban más alejados, en relación tiempo/coste, a los principales mercados emisores.
- Muchos de los destinos turísticos tradicionales se están convirtiendo en

¹ En este sentido, el Informe del Banco Mundial sobre la economía española en los años sesenta consideraba que su desarrollo económico no se estaba construyendo sobre unas bases sólidas, pues se basaba, en gran medida, en el desarrollo de la actividad turística, considerando a esta actividad económica como una actividad “coyuntural”, pues entendía que el crecimiento de la demanda turística no era más que una moda.