

LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA EN ESPACIOS INTERIORES: UNA PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA DETERMINACIÓN DE COMPETIDORES POTENCIALES¹

Daniel Díez Santo
Universidad de Alicante

RESUMEN

El artículo presenta una propuesta metodológica para la identificación de competidores potenciales en espacios turísticos de interior. El modelo se nutre de toda una serie de metodologías que deben aplicarse de forma sucesiva. En primer lugar, el modelo metodológico analiza el potencial competitivo de los espacios turísticos de interior a partir de variables de concentración espacial de recursos naturales y patrimoniales, oferta de alojamiento y demanda turística. Posteriormente, tras un proceso de homogenización y ponderación de resultados, el modelo obtiene una clasificación objetiva de los principales espacios competidores de un área piloto.

Este trabajo aporta una nueva herramienta para el estudio espacial de la competitividad y la competencia turística, generando además resultados concretos sobre la capacidad competitiva de las comunidades autónomas españolas en materia de turismo de interior y los principales espacios potencialmente competidores del interior de la provincia de Alicante.

Palabras clave: modelo metodológico, competitividad turística, competidores potenciales, turismo de interior.

Tourism competitiveness in inland spaces: a methodological proposal for the determination of potential competitors

Fecha de recepción: 15 de diciembre de 2010.

Fecha de aceptación: 15 de junio de 2012.

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas. Universidad de Alicante. Apartado 99. 03080 ALICANTE (España). E-mail: daniel.diez@ua.es

¹ Este artículo muestra metodologías y resultados obtenidos en la Tesis Doctoral *La planificación estratégica de los espacios turísticos interiores: una propuesta metodológica aplicada en el interior de Alicante*, que fue defendida en 2010 dentro del programa de doctorado Planificación y gestión sostenible de destinos turísticos del Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas de la Universidad de Alicante.

ABSTRACT

The article presents a methodological proposal for the identification of potential competitors in inland tourism spaces. The model includes a whole series of methodologies which must be applied successively. The methodological model firstly analyses the competitive potential of inland tourism spaces from variables related to spatial concentration of natural and heritage resources, accommodation supply and tourism demand. Later, after a process of homogenisation and weighting of results, the model obtains an objective classification of the main competing spaces in a pilot area.

This paper provides a new tool for the spatial study of tourism competitiveness and competition, additionally generating specific results about the competitive capacity of Spanish autonomous regions in inland tourism matters and about the most relevant spaces which can potentially become competitors of inland areas in the Alicante province.

Key words: methodological model, tourism competitiveness, potential competitors, inland tourism.

1. LA COMPETITIVIDAD TERRITORIAL COMO PREMISA FUNDAMENTAL PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE ESPACIOS TURÍSTICOS DE INTERIOR

El turismo de interior es un concepto de marcado carácter geográfico que sustituye la habitual componente productiva, por otra de tipo territorial. Por turismo de interior se entiende todo turismo que se dirige a poblaciones no costeras. La diferencia principal entre el turismo de interior y el turismo rural, proviene de que el turismo rural se ha de desarrollar manteniendo el hábitat y la actividad habitual de los pueblos receptores (Reyna, 1994). Sin embargo, existe el riesgo de que esta premisa no se cumpla cuando se desarrolla un turismo rural indiscriminado, conducido esencialmente por impulsos de mercado y basado en la explotación intensiva de los recursos tradicionales. La sostenibilidad de este modelo de desarrollo rural dependerá en buena medida del grado de integración de las nuevas dinámicas territoriales, sociales, económicas y ambientales que trae de la mano el turismo y de su integración con los modelos históricos de organización del medio rural, evitándose la simple superposición de funciones (Sancho y Vera, 2008).

El turismo de interior constituye un concepto integrador que vincula realidades indisolubles que no pueden ser entendidas las unas sin las otras (áreas rurales, medio natural y ciudades intermedias que contribuyen a jerarquizar y articular el territorio). Esta componente integradora del turismo de interior hace imprescindible su tratamiento desde múltiples perspectivas. Así el desarrollo local, la sostenibilidad ambiental y competitividad se resuelven como las tres piedras angulares sobre las que debe girar la planificación turística de los espacios interiores. Cualquier iniciativa de turismo de interior que no considere las tres perspectivas al unísono, generará importantes disfunciones a medio y largo plazo (rechazo social, degradación medioambiental, falta de rentabilidad empresarial, etc.).

El estudio de la competitividad en la planificación turística espacial proporciona una valiosa información para conocer las capacidades del territorio y determinar cuales pueden

posicionarse como verdaderas ventajas competitivas. Una de las definiciones generales más difundidas sobre el concepto de competitividad es la que aportan Ritchie y Crouch (2000). Estos autores definen la competitividad como «*la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre los mismos en un modelo económico y social*».

Por su parte, Millán (2008) define la competitividad territorial desde la perspectiva turística como la capacidad que presenta un espacio para afrontar la competencia del mercado, garantizando la viabilidad ambiental, económica, social y cultural, tomando en cuenta los recursos, los agentes, la integración de los sectores en torno al eje estructurador, en una lógica de innovación y adaptación a un escenario global. Asimismo, la autora marca tres objetivos primordiales de la competitividad territorial con vistas a la planificación turística: promover la diversificación y articulación de las actividades de aprovechamiento de las potencialidades del territorio, impulsando el desarrollo de las capacidades sociales y productivas, organizando la inversión local y externa de forma responsable, pasando de la exclusiva competitividad empresarial a la competitividad territorial; desarrollar capacidades de articulación y gestión del desarrollo humano con la acción conjunta de instituciones públicas y privadas para la adquisición y/o fortalecimiento de las capacidades laborales y la innovación productiva; y fortalecer las capacidades de gestión social del territorio, con la participación concertada de autoridades y actores sociales en la ordenación del territorio y la sostenibilidad del paisaje natural y cultural.

Según Francés (2003), la competitividad de los destinos turísticos se establece en función del atractivo que poseen, su gestión, organización, información y eficiencia. Para el análisis de los factores que determinan que un destino turístico sea más competitivo se han publicado diferentes modelos entre los que destacan por su difusión el Modelo de Competitividad del Diamante de Porter (1990), el Modelo de la Competitividad del Destino de Crouch y Ritchie (1999) y el Modelo de Indicadores de Competitividad del Destino de Dwyer y Kim (2003).

El Diamante de Porter relaciona gobierno y casualidad con las condiciones de los factores turísticos, las condiciones de la demanda, los sectores relacionados y de apoyo y la estrategia, estructura y competencia empresarial. Asimismo, se proponen tres estrategias competitivas: bajo coste, diferenciación y enfoque.

El Modelo de Crouch y Ritchie señala que para la competitividad de un destino² a largo plazo son imprescindibles dos aspectos básicos: ventaja comparativa (entorno global) y ventaja competitiva (entorno competitivo). Asimismo, la competitividad del destino depende de toda una serie de factores calificadores (ubicación, dependencia, seguridad, costo, etc.), la propia gerencia del destino (gestión de recursos, comercialización, organización, información y servicio), los recursos turísticos disponibles (naturales, culturales, vín-

2 Se entiende por destino un sistema o conjunto de elementos turísticos y no turísticos, dentro de una estructura funcional, donde todos ellos interactúan en un espacio, y tiempo determinado, pero con una funcionalidad entre sí. Esto implica que estas conexiones, funcionen entre sí y hagan funcionar al conjunto del sistema. Así, cuando se desarrolla una política determinada, ésta se aplica al conjunto del sistema y trasciende automáticamente a todos sus elementos (CROSBY y PRATO, 2009).

culos de mercado, actividades, eventos especiales, superestructuras, etc.) y los recursos y factores de apoyo (infraestructuras, accesibilidad, recursos facilitadores, empresas, etc.).

Los Indicadores de Competitividad para Destinos Turísticos de Dwyer y Kim reúnen el conjunto de elementos esenciales para la competitividad de un destino: dotaciones de recursos (naturales y culturales), recursos creados (infraestructura turística, actividades ofrecidas, etc.), factores de apoyo (infraestructura general, calidad de servicio, accesibilidad, etc.) y elementos de gestión del destino.

Para Figueiredo y Silva (2004) en la competitividad territorial es posible presentar un análisis panorámico del turismo rural en España sobre la base de cuatro variables principales que inciden de un modo directo sobre la gestión de las empresas turísticas: factores primarios (cualificación laboral, equipamientos y uso de recursos), sector público (accesibilidad, calidad de servicios, eficiencia de la administración y ordenación del territorio), mercados emisores (singularidad del producto, identificación de destinos y buena información) y eficacia empresarial (sinergias, cooperación horizontal y difusión del conocimiento).

En definitiva, la planificación estratégica pretende englobar un conjunto de decisiones básicas que sirvan para orientar o guiar el desarrollo y la política turística de un territorio. En este sentido, las decisiones tomadas deberán ser trascendentes, perdurables y elegidas entre varias opciones. La utilización de este sistema debe evitar la toma de decisiones meramente intuitivas y coordinar los distintos intereses de los agentes socioeconómicos implicados.

2. LA DETERMINACIÓN DE COMPETIDORES POTENCIALES EN ESPACIOS TURÍSTICOS DE INTERIOR: UNA PROPUESTA METODOLÓGICA BASADA EN CRITERIOS DE CONCENTRACIÓN ESPACIAL

Para el correcto análisis de competidores potenciales es necesario mantener unos criterios de escala más o menos homogéneos. De este modo, si la planificación estratégica se está realizando sobre un destino o un espacio turístico más amplio, los competidores deberán seleccionarse y analizarse también en base a destinos o espacios turísticos comparables. Aunque la metodología para el análisis de los competidores que se propone en este trabajo está adaptada principalmente a la selección y análisis de espacios competidores amplios, también puede implementarse y adaptarse a destinos turísticos más concretos.

Antes de profundizar en la metodología propuesta para la selección de espacios competidores, es conveniente aclarar dos conceptos básicos que a menudo se confunden y acaban utilizándose indistintamente. No es lo mismo competencia que competitividad, aunque ambos conceptos estén íntimamente relacionados. La competencia de un espacio depende en gran medida de su nivel de competitividad, siendo siempre mayor la competencia de un espacio cuando mayor sea su nivel de competitividad. Sin embargo, la competitividad no es el único factor que determina la competencia, ya que ésta depende también de la distancia o tiempo invertido en el desplazamiento que tenga que recorrer la demanda potencial.

La metodología propuesta en este trabajo de investigación se basa en criterios de concentración a la hora de determinar, en primer lugar, la competitividad turística de un espacio. La consideración de los niveles de concentración espacial de determinados

recursos, ofertas, e incluso, demandas, confiere a los espacios de acogida su condición turística cuando se llega a una determinada y suficiente masa crítica. La concentración y no el número absoluto de recursos y funciones, es el hecho que determina la especialización productiva de un espacio y en última instancia permite su identificación diferenciada de cara al exterior.

Por todo ello, el presente estudio que se centra en el análisis externo (microentorno) de los espacios turísticos de interior, estima el grado de concentración³ de cuatro variables básicas (vid. Cuadro 1). No obstante, siguiendo esta metodología y para ámbitos más reducidos podrían introducirse muchas más variables, siempre dependiendo de la disponibilidad de fuentes estadísticas comparables.

Cuadro 1
VARIABLES A CONSIDERAR PARA CALCULAR LA COMPETITIVIDAD
TURÍSTICA DE LOS ESPACIOS INTERIORES

Indicador de competitividad turística espacial	Cálculo del Indicador CTE
Concentración de Espacios Naturales Protegidos	$C (ENP) = (\text{Superficie Protegida} / \text{Superficie total}) * 100$
Concentración de Recursos Patrimoniales	$C (RP) = (\text{Conjuntos de Especial Interés Histórico Monumental} / \text{Superficie total}) * 1.000$
Concentración de Alojamientos Rurales	$C (AR) = (\text{Plazas en Alojamiento Rural} / \text{Superficie total}) * 10$
Concentración de Demanda Turística	$C (DT) = [(\text{Viajeros residentes en España}) + (\text{Viajeros no residentes en España} * 2)] / \text{Superficie total}$

Fuente: Elaboración propia.

En este caso, las cuatro variables consideradas son la concentración de espacios naturales protegidos, la concentración de recursos patrimoniales, la concentración de alojamientos rurales y la concentración de demanda turística. Estas variables se pueden considerar como los cuatro pilares básicos de la competitividad turística en espacios interiores⁴.

Dentro de los recursos naturales, los espacios naturales protegidos representan el principal reclamo para la demanda interesada en el turismo de naturaleza y la práctica de ocio

³ Nivel de acumulación de elementos concretos sobre un territorio previamente delimitado.

⁴ Obviamente, la competitividad de los espacios turísticos interiores depende de infinidad de otras variables (calidad de la oferta tanto de alojamiento como complementaria, profesionalización, formación del personal, precio, nivel de inversión, potencialidad de recursos, conservación del medio ambiente, calidad paisajística, seguridad, singularidad, diversidad, promoción y comercialización, tecnificación, estructuras organizativas públicas y privadas, compromiso y aceptación social, etc.). Sin embargo, las cuatro variables seleccionadas juegan un papel fundamental al tiempo que presentan un análisis factible cuando se tienen que estudiar territorios de tamaño considerable (provincias, comunidades autónomas, etc.). Asimismo, como indica JAFARI (2001), si se dispone de datos representativos, tener una mayor cuota de mercado, un mayor índice de penetración en los mercados, tener precios inferiores a niveles de calidad similares, son también indicadores que pueden apuntar a un adecuado grado de competitividad.

activo (senderismo, montañismo, observación de aves, educación ambiental, actividades acuáticas, fotografía de naturaleza, etc.).

En materia de recursos histórico-culturales, los conjuntos de especial interés histórico-monumental, constituyen uno de los reclamos turísticos más valorados por el turismo cultural (visita de centros históricos o cascos antiguos, museos, centros de interpretación, elementos defensivos, desarrollo de rutas teatralizadas, etc.).

Por otro lado, aunque habitualmente la concentración de oferta surge como respuesta a la frecuentación de una demanda incipiente. La oferta, también constituye en sí misma, un evidente factor de posicionamiento competitivo dentro de un espacio o destino turístico, más aún si ésta goza de suficiente variedad y calidad. Una oferta de alojamiento sólida, estable y concentrada supone inherentemente un factor diferencial para la atracción de segmentos de demanda.

Por último, la concentración de demanda, salvo en ciertas excepciones basadas en productos elitistas o minoritarios en busca de exclusividad, intimidad, tranquilidad o contemplación, supone otro valor competitivo a considerar. El ambiente de ocio que rodea los destinos frecuentados por una demanda turística habitual representa un factor positivo siempre que no se sobrepasen los umbrales máximos de capacidad de carga. Si se logra el equilibrio entre frecuentación de visitantes y satisfacción de demanda, la concentración de turistas desempeña en sí misma una función de competitividad.

Posteriormente, dando continuidad al modelo metodológico aquí propuesto, a partir del cálculo de las variables de concentración turística espacial se procede a la creación de indicadores comparativos que ponen de relieve que espacios presentan una mayor competitividad (vid. Cuadro 2).

Cuadro 2
MODELO DE FICHA PARA INDICADORES COMPARATIVOS

INDICADOR DE COMPETITIVIDAD ESPACIAL	
Cálculo del Indicador	
Fuente manejada	
Gráfico con los resultados obtenidos	
Comentario	

Fuente: Elaboración propia.

Tras el cálculo de los valores de concentración espacial de cada variable y para su interrelación a la hora de determinar la Competitividad Turística Total (CTT)⁵ de cada espacio potencialmente competidor, dichos valores deben someterse a un proceso de

⁵ La Competitividad Turística Total (CTT) puede definirse como el sumatorio de los niveles de concentración de cada variable tomada en consideración.

homogenización para determinar los niveles de concentración (NC)⁶ de cada variable que irán de 1 a 3 puntos.

PROCESO DE HOMOGENIZACIÓN DE LOS INDICADORES DE CONCENTRACIÓN TURÍSTICA ESPACIAL EN BASE A NIVELES DE CONCENTRACIÓN (NC)

$$\text{NC: CTE} > (2x)=3; \text{CTE} (2x)-(x)=2; \text{CTE} < (x)=1$$

X= Valor máximo CTE alcanzado por un espacio potencialmente competidor/3

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, la Competitividad Turística Total (CTT) de cada espacio potencialmente competidor se obtendrá a partir del sumatorio de los diferentes niveles de concentración (NC) obtenidos de cada variable considerada.

CÁLCULO DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA TOTAL (CTT)

$$\text{CTT} = \text{NC (ENP)} + \text{NC (RP)} + \text{NC (AR)} + \text{NC (DT)}$$

Fuente: Elaboración propia.

Una vez calculada la competitividad de cada espacio, el siguiente paso es determinar el Grado de Competencia (GC)⁷ que depende de la Competitividad Turística Total (CTT) obtenida en la fase anterior, pero también del Área de Influencia Competencial (ATC)⁸, es decir, la proximidad o lejanía a la que se encuentra cada espacio potencialmente competidor del espacio referencial sobre el que se está desarrollando el proceso de planificación estratégica.

En este sentido, para determinar el valor del Área de Influencia Competencial (AIC) se ha tenido en consideración la siguiente gradación:

6 Los niveles de concentración son el resultado homogenizado de las diferentes variables de concentración calculadas en la primera fase de trabajo.

7 El Grado de Competencia (GC) resulta de la suma de los valores de Competitividad Turística Total (CTT) y los valores de ponderación establecidos a partir del Área de Influencia Competencial (AIC).

8 El Área de Influencia Competencial es el nivel de competencia que se ejerce entre dos destinos o espacios turísticos en función de la distancia espacial que los separa. En este sentido, se establecen tres niveles de competencia en función de la distancia a considerar (espacios limítrofes, espacios próximos y espacios lejanos).

ASIGNACIÓN DE VALORES SEGÚN EL ÁREA DE INFLUENCIA COMPETENCIAL (AIC)

<p>Espacios competidores limítrofes = 4 Espacios competidores próximos = 0 Espacios competidores lejanos = -4</p>
--

Fuente: Elaboración propia.

CÁLCULO DEL GRADO DE COMPETENCIA (GC)

<p>GC = CTT (espacios potencialmente competidores) + AIC (espacio referencial respecto a espacios potencialmente competidores)</p>

Fuente: Elaboración propia.

Una vez seleccionados los principales espacios turísticos competidores es posible desarrollar estudios de *benchmarking*⁹ y diseñar estrategias para mejorar el posicionamiento competitivo.

3. ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DE LOS ESPACIOS INTERIORES ESPAÑOLES

Para la realización de este estudio, que pone a prueba la metodología anteriormente expuesta, se toma como unidad de análisis territorial la Comunidad Autónoma, por ser la demarcación espacial con mayor uniformidad y disponibilidad de datos estadísticos. En cualquier caso, la metodología aquí propuesta puede ser utilizada para cualquier tipo de demarcación territorial.

Como se ha explicado anteriormente, la metodología propuesta se basa en criterios de concentración a la hora de determinar la competitividad turística de un espacio. En este sentido, se estima el grado de concentración de cuatro variables básicas (concentración de espacios naturales protegidos, la concentración de recursos patrimoniales, la concentración de alojamientos rurales y la concentración de demanda), aunque siguiendo esta metodología y para ámbitos más reducidos podrían introducirse muchas más.

A partir del cálculo de las variables de concentración turística se han creado sus respectivos indicadores comparativos en los que se señala cuales son las Comunidades Autónomas españolas más competitivas en cada uno de los aspectos analizados.

⁹ El benchmarking es un proceso sistemático y continuo para evaluar comparativamente los productos, servicios y procesos de trabajo en organizaciones o territorios. La metodología consiste en hacer comparaciones sobre aquellas organizaciones o territorios que evidencian las mejores prácticas en materia turística, con el propósito de transferir estos conocimientos. Esta herramienta se utiliza para lograr comportamientos competitivos y más eficientes, a través de la métrica por variables, indicadores y coeficientes.

Ficha 1
INDICADOR DE COMPETITIVIDAD ESPACIAL: CONCENTRACIÓN DE
ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS EN ESPAÑA SEGÚN CCAA

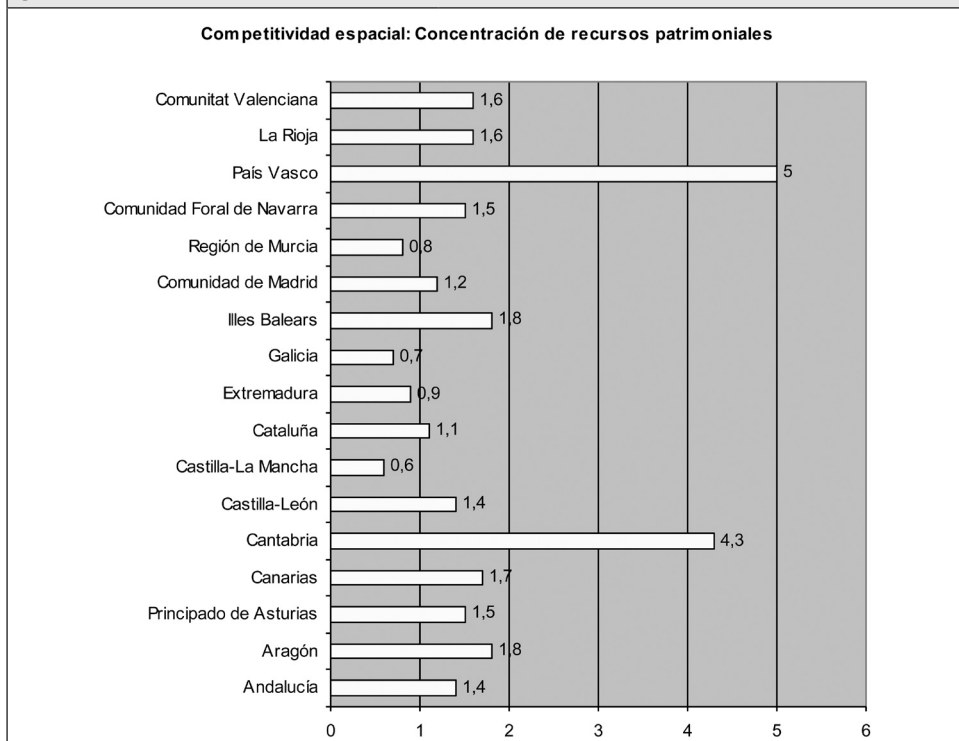
Cálculo del Indicador	(Superficie Protegida / Superficie total)*100																																				
Fuente manejada	EUROPARC, INE, 2009																																				
Gráfico con los resultados obtenidos																																					
<p align="center">Competitividad espacial: Concentración de ENP</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>CCAA</th> <th>Porcentaje (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Comunitat Valenciana</td><td>6,4</td></tr> <tr><td>La Rioja</td><td>36,6</td></tr> <tr><td>País Vasco</td><td>10,9</td></tr> <tr><td>Comunidad Foral de Navarra</td><td>7,2</td></tr> <tr><td>Región de Murcia</td><td>7,1</td></tr> <tr><td>Comunidad de Madrid</td><td>13,7</td></tr> <tr><td>Illes Balears</td><td>2,4</td></tr> <tr><td>Galicia</td><td>11,8</td></tr> <tr><td>Extremadura</td><td>6,94</td></tr> <tr><td>Cataluña</td><td>21,7</td></tr> <tr><td>Castilla-La Mancha</td><td>3</td></tr> <tr><td>Castilla-León</td><td>6,1</td></tr> <tr><td>Cantabria</td><td>10,8</td></tr> <tr><td>Canarias</td><td>41,6</td></tr> <tr><td>Principado de Asturias</td><td>16,8</td></tr> <tr><td>Aragón</td><td>2,3</td></tr> <tr><td>Andalucía</td><td>19,4</td></tr> </tbody> </table>		CCAA	Porcentaje (%)	Comunitat Valenciana	6,4	La Rioja	36,6	País Vasco	10,9	Comunidad Foral de Navarra	7,2	Región de Murcia	7,1	Comunidad de Madrid	13,7	Illes Balears	2,4	Galicia	11,8	Extremadura	6,94	Cataluña	21,7	Castilla-La Mancha	3	Castilla-León	6,1	Cantabria	10,8	Canarias	41,6	Principado de Asturias	16,8	Aragón	2,3	Andalucía	19,4
CCAA	Porcentaje (%)																																				
Comunitat Valenciana	6,4																																				
La Rioja	36,6																																				
País Vasco	10,9																																				
Comunidad Foral de Navarra	7,2																																				
Región de Murcia	7,1																																				
Comunidad de Madrid	13,7																																				
Illes Balears	2,4																																				
Galicia	11,8																																				
Extremadura	6,94																																				
Cataluña	21,7																																				
Castilla-La Mancha	3																																				
Castilla-León	6,1																																				
Cantabria	10,8																																				
Canarias	41,6																																				
Principado de Asturias	16,8																																				
Aragón	2,3																																				
Andalucía	19,4																																				
Comentario																																					
<p>La Concentración de ENP es un indicador para comparar relativamente el potencial de recursos naturales que presenta cada CCAA en función de su superficie territorial. La concentración de estos recursos dotan a la CCAA de un posicionamiento competitivo como destino natural aunque su superficie territorial no sea muy elevada. En este sentido, las CCAA más competitivas (más del 15% de su superficie territorial aparece declarada como parque nacional o natural) son Canarias (41,6%), La Rioja (36,6%), Cataluña (21,7%), Andalucía (19,4%) y El Principado de Asturias (16,8%).</p> <p>Canarias dispone de 3 parques nacionales «interiores» (Caldera de Tabiriente; Garajonay; y Teide) y 4 parques naturales «interiores» (Nieves; Majona; Corona Forestal; y Pilancones). La Rioja ofrece al visitante un único parque natural (Sierra Cebollera). Cataluña dispone de un parque nacional (Aiguestortes y Estany de Sant Maurici) y 11 parques naturales «interiores» (Alt Pienou; Cadi-Motxero; Castell de Montesquia; Zona Volcánica de la Garrotxa; Guillerries-Savassona; Montseny; Montnegre y el Corredor; Sant Llorenç del Munt i l'Obac; Muntanya de Montserrat; Serra del Mont Sant; y Els Ports. Por su parte, Andalucía presenta en su vasta extensión territorial un parque nacional (Sierra Nevada) y 17 parques naturales «interiores» (Sierras de Cazorla, Segura y las Villas; Sierra de Castril, Sierra de Aracena y Picos de Aroche; Sierra Norte; Sierra de Hornachuelos; Sierra de Cardeña y Montoro; Sierra de Andújar; Despeñaperros; Sierra María-los Vélez; Sierra Mágina; Sierra de Baza; Sierra de Huétor; Sierras Subbéticas; Sierra Nevada; Sierras de Tejada, Almijara y Alhama; Montes de Málaga; Sierra de las Nieves; Sierra de Grazalema). Por último, el Principado de Asturias dispone de un parque nacional (Picos de Europa) y 5 parques naturales (Fuentes de Narcea, Degaña e Ibias; Somiedo; Peña Ubiña-La Mesa; Redes; Ponga).</p>																																					

Ficha 2

INDICADOR DE COMPETITIVIDAD ESPACIAL: CONCENTRACIÓN DE RECURSOS PATRIMONIALES EN ESPAÑA SEGÚN CCAA

Cálculo del Indicador	(Conjuntos de Especial Interés Histórico Monumental / Superficie total)*1.000
Fuente manejada	Atlas del Turismo en Espacios Naturales y Rurales, INE, 2009.

Gráfico con los resultados obtenidos



Comentario

La concentración de recursos patrimoniales dota a la CCAA de un posicionamiento como destino cultural. En este indicador se ha tenido únicamente en cuenta el número de Conjuntos de Especial Interés Histórico-Monumental, pero se podría profundizar analizando otros elementos como la arquitectura religiosa y civil, los yacimientos arqueológicos, los lugares con recursos etnológicos y artísticos o los lugares con eventos culturales, deportivos y folclóricos.

Las CCAA más competitivas en recursos patrimoniales son País Vasco (36 conjuntos: Hondarribia, Getaria, Leintz-Gatzaga, Mutriku, Oñati, Segura, Elgeta, Ondarroa, Lekeitio, Bermeo, Markina-Xemein, Larrabetzu, Areatza, Otxandío, Balmaseda, Lanestosa, Urduña-Orduña, Artziniega, Legutiano, Alegría-Dulantzi, Salvatierra, Antoñana, Korres, Peñacerrada; Lagrán, Salinillas de Buradón, Laguardia, Labraza, etc.), Cantabria (23 conjuntos: Santillana del Mar, Potes, Carmona, Valle (Cabuérniga), Selaya, Liérganes, etc.), Aragón (85 conjuntos: Calatayud, Barbastro, Tarazona, Alcañiz, Sos del Rey Católico, Daroca, Mirambel, Albarracín, Alquezar, Fonz, Echo, Ainsa, Roda de Isábena, Valderrobles y Panticosa, etc.), Illes Balears (9 conjuntos: Deià, Fornalutx, Sóller, Valldemossa, etc.) y Canarias (13 conjuntos: Arucas, Gáldar, Guía, Agüimes, Ingenio, Santa Brígida, Teror en Gran Canaria; La Esperanza, Garrachico, Icod de los Vinos, La Orotava, Tavoronte, Tegueste en Tenerife; y Santa Cruz en La Palma).

Ficha 3
INDICADOR DE COMPETITIVIDAD ESPACIAL: CONCENTRACIÓN DE ALOJAMIENTOS RURALES EN ESPAÑA SEGÚN CCAA

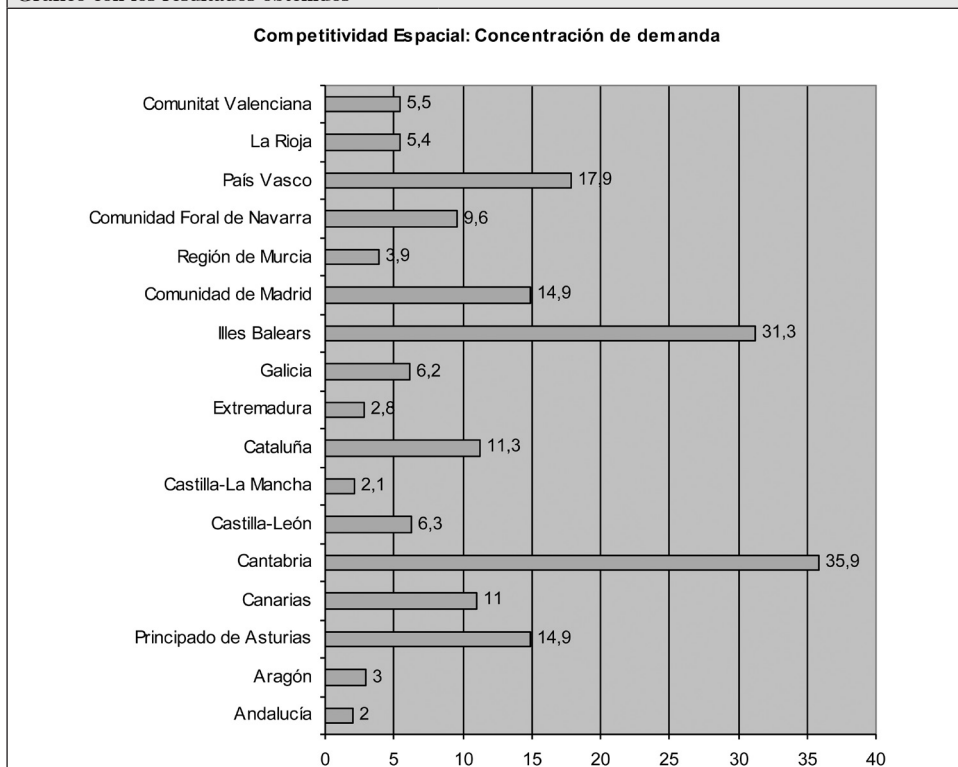
Cálculo del Indicador	(Plazas en Alojamiento Rural / Superficie total)*10																																				
Fuente manejada	INE, 2009.																																				
Gráfico con los resultados obtenidos																																					
<p align="center">Competitividad Espacial: Concentración de alojamientos rurales</p> <table border="1"> <caption>Data for Competitividad Espacial: Concentración de alojamientos rurales</caption> <thead> <tr> <th>CCAA</th> <th>Indicador</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Comunitat Valenciana</td><td>3,6</td></tr> <tr><td>La Rioja</td><td>1,7</td></tr> <tr><td>País Vasco</td><td>4,3</td></tr> <tr><td>Comunidad Foral de Navarra</td><td>3,5</td></tr> <tr><td>Región de Murcia</td><td>2,4</td></tr> <tr><td>Comunidad de Madrid</td><td>4,1</td></tr> <tr><td>Illes Balears</td><td>1,8</td></tr> <tr><td>Galicia</td><td>2</td></tr> <tr><td>Extremadura</td><td>1,22</td></tr> <tr><td>Cataluña</td><td>3,7</td></tr> <tr><td>Castilla-La Mancha</td><td>1</td></tr> <tr><td>Castilla-León</td><td>2,5</td></tr> <tr><td>Cantabria</td><td>10,7</td></tr> <tr><td>Canarias</td><td>5,1</td></tr> <tr><td>Principado de Asturias</td><td>9,6</td></tr> <tr><td>Aragón</td><td>1,6</td></tr> <tr><td>Andalucía</td><td>1,1</td></tr> </tbody> </table>		CCAA	Indicador	Comunitat Valenciana	3,6	La Rioja	1,7	País Vasco	4,3	Comunidad Foral de Navarra	3,5	Región de Murcia	2,4	Comunidad de Madrid	4,1	Illes Balears	1,8	Galicia	2	Extremadura	1,22	Cataluña	3,7	Castilla-La Mancha	1	Castilla-León	2,5	Cantabria	10,7	Canarias	5,1	Principado de Asturias	9,6	Aragón	1,6	Andalucía	1,1
CCAA	Indicador																																				
Comunitat Valenciana	3,6																																				
La Rioja	1,7																																				
País Vasco	4,3																																				
Comunidad Foral de Navarra	3,5																																				
Región de Murcia	2,4																																				
Comunidad de Madrid	4,1																																				
Illes Balears	1,8																																				
Galicia	2																																				
Extremadura	1,22																																				
Cataluña	3,7																																				
Castilla-La Mancha	1																																				
Castilla-León	2,5																																				
Cantabria	10,7																																				
Canarias	5,1																																				
Principado de Asturias	9,6																																				
Aragón	1,6																																				
Andalucía	1,1																																				
Comentario																																					
<p>Sin lugar a dudas, la concentración de la oferta siempre y cuando no se genere sobreoferta, representa un elemento fundamental para articular el turismo de interior como un producto competitivo.</p> <p>La concentración de la oferta implica una mayor disponibilidad y variedad de alojamientos, pero también una mayor estructura organizativa de los destinos y una mayor implantación de ofertas complementarias (actividades deportivas, artesanías, comercios, etc.).</p> <p>En relación con su superficie territorial, las CCAA con mayor concentración de alojamientos rurales son Cantabria (5.691 plazas), Principado de Asturias (10.194 plazas), Canarias (3.793 plazas), País Vasco (3.097 plazas) y Comunidad de Madrid (3.288 plazas).</p>																																					

Ficha 4

INDICADOR DE COMPETITIVIDAD ESPACIAL: CONCENTRACIÓN DE DEMANDA RURAL EN ESPAÑA SEGÚN CCAA

Cálculo del Indicador	$[(\text{Viajeros residentes en España}) + (\text{Viajeros no residentes en España} * 2)] / \text{Superficie total}$
Fuente manejada	INE, 2009

Gráfico con los resultados obtenidos



Comentario

La concentración de demanda en los espacios interiores implica habitualmente un mayor grado de competitividad de los destinos. Esta afirmación se debe entender introduciendo las debidas cautelas y salvando ciertas excepciones. Sin embargo, aunque el turismo rural es un producto no masivo, el carácter social del turismo hace que el turista aprecie compartir sus vacaciones con otros semejantes que gozan de su misma condición de turista. Pero este no es el único motivo, ya que el hecho de recibir demanda, ya sea espontánea (atracción de recursos singulares) como dirigida (reclamo de productos turísticos organizados) atestigua la competitividad innata o alcanzada de un espacio turístico. Por otro lado, la concentración de demanda favorece la ocupación y la estancia media de los alojamientos. Por este motivo, para el cálculo de este indicador se han considerado más positivamente los viajeros no residentes en España, ya que este tipo de demanda suele realizar estancias más prolongadas en los destinos.

Las CCAA más competitivas por concentración de demanda rural son Cantabria (165.204 viajeros nacionales y 12.991 viajeros extranjeros), Illes Balears (19.867 viajeros nacionales y 68.112 viajeros extranjeros), País Vasco (102.539 viajeros nacionales y 13.650 viajeros extranjeros), Comunidad de Madrid (111.249 viajeros nacionales y 4.198 viajeros extranjeros) y Principado de Asturias (145.512 viajeros nacionales y 6.370 viajeros extranjeros).

Tras el cálculo de los valores de concentración espacial de cada variable y para su interrelación a la hora de determinar la Competitividad Turística Total (CTT), dichos valores se han sometido a un proceso de homogenización para determinar los niveles de concentración (NC) de cada variable que van de 1 a 3 puntos:

NC (ENP): (C>27,3)=3; (C 27,3-13,9)=2; (C<13,9)=1

NC (RP): (C>3,3)=3; (C 3,6-1,7)=2; (C<1,7)=1

NC (AR): (C>7,1)=3; (C 7,1-3,6)=2; (C<3,6)=1

NC (D): (C>23,9)=3; (C 23,9-12)=2; (C<12)=1

Finalmente, la Competitividad Turística Total (CTT) de cada CCAA resulta del sumatorio de los diferentes niveles de concentración (NC) de cada variable. El resultado de este análisis pone de manifiesto que actualmente las Comunidades Autónomas con mayor capacidad competitiva en materia de turismo de interior son Cantabria, Principado de Asturias, Canarias y País Vasco (vid. Cuadro 3 y Figura 1).

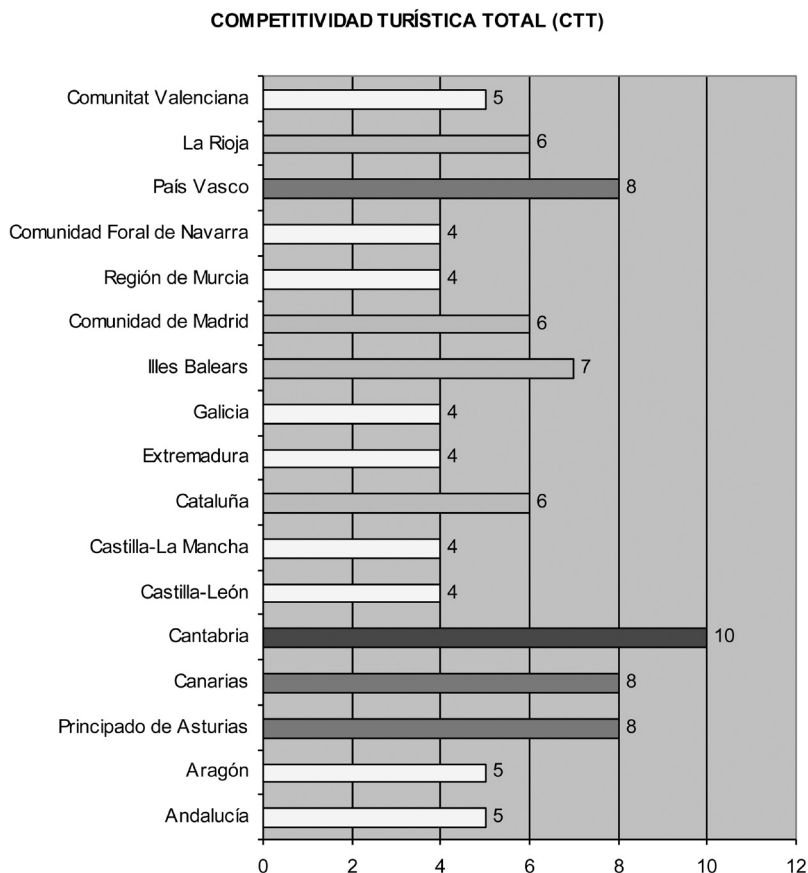
Cuadro 3
COMPETITIVIDAD TURÍSTICA TOTAL DEL TURISMO RURAL ESPAÑOL
SEGÚN CCAA

CCAA	NC (ENP)	NC (RP)	NC (AR)	NC (D)	Competitividad Turística Total (CTT)
Andalucía	2	1	1	1	5
Aragón	1	2	1	1	5
Principado de Asturias	2	1	3	2	8
Canarias	3	2	2	1	8
Cantabria	1	3	3	3	10
Castilla-León	1	1	1	1	4
Castilla-La Mancha	1	1	1	1	4
Cataluña	2	1	2	1	6
Extremadura	1	1	1	1	4
Galicia	1	1	1	1	4
Illes Balears	1	2	1	3	7
Comunidad de Madrid	1	1	2	2	6
Región de Murcia	1	1	1	1	4
Comunidad Foral de Navarra	1	1	1	1	4
País Vasco	1	3	2	2	8
La Rioja	3	1	1	1	6
Comunitat Valenciana	1	1	2	1	5

Nota 1: NC (ENP): Nivel de Concentración de Espacios Naturales Protegidos; NC (RP): Nivel de Concentración de Recursos Patrimoniales; NC (AR): Nivel de Concentración de Alojamientos Rurales; NC (D): Nivel de Concentración de Demanda. Nota 2: CTT = NC (ENP) + NC (RP) + NC (AR) + NC (D)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 1
COMPETITIVIDAD TURÍSTICA TOTAL DEL TURISMO DE INTERIOR
SEGÚN CCAA ESPAÑOLAS



Fuente: Elaboración propia.

4. DETERMINACIÓN DE COMPETIDORES POTENCIALES DEL TURISMO DE INTERIOR ALICANTINO

Esta metodología trata de averiguar con que grado de competencia incide la competitividad de un espacio turístico sobre otro. En este sentido, el grado de competencia (GC) depende de la Competitividad Turística Total (CTT), pero también del Área de Influencia Competencial (AIC), es decir, la proximidad o lejanía a la que se encuentre del espacio tomado como de referencia, en este caso el interior de Alicante. Un primer lugar, para determinar el valor del AIC se ha tenido en consideración la siguiente gradación a partir del mínimo valor alcanzado en la CTT (4):

Área de Influencia Competencial (AIC):
 Límite = 4 puntos; Próxima = 0 puntos; Lejana = -4 puntos.

Tras la puesta en práctica de todo el proceso metodológico, y a la luz de los resultados obtenidos, se puede concluir que en función de la competitividad y la proximidad de las diferentes CCAA españolas, los principales competidores del turismo de interior alicantino son Castilla-La Mancha y la Región de Murcia seguidas de Cataluña, la Comunidad de Madrid y en menor medida dada su lejanía, Cantabria (vid. Cuadro 4 y Figura 2).

Cuadro 4
PRINCIPALES COMPETIDORES NACIONALES DEL TURISMO DE INTERIOR ALICANTINO

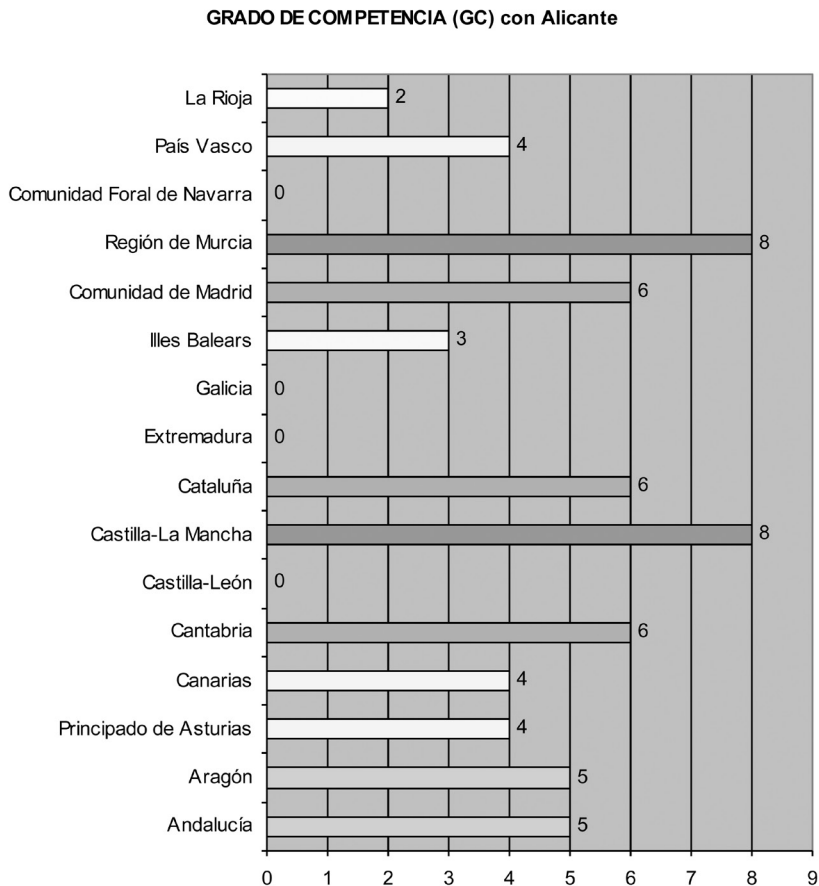
CCAA	Competitividad Turística Total (CTT): CCAA	Área de Influencia Competencial (AIC): CCAA-Alicante	Grado de Competencia (GC): Alicante
Andalucía	5	0	5
Aragón	5	0	5
Principado de Asturias	8	-4	4
Canarias	8	-4	4
Cantabria	10	-4	6
Castilla-León	4	-4	0
Castilla-La Mancha	4	4	8
Cataluña	6	0	6
Extremadura	4	-4	0
Galicia	4	-4	0
Illes Balears	7	-4	3
Comunidad de Madrid	6	0	6
Región de Murcia	4	4	8
Comunidad Foral de Navarra	4	-4	0
País Vasco	8	-4	4
La Rioja	6	-4	2

Nota 1: Área de Influencia Competencial (AIC): Límite = 4 puntos; Próxima = 0 puntos; Lejana = -4 puntos.

Nota 2: GC (Alicante) = CTT (CCAA) + AIC (CCAA-Alicante)

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2
PRINCIPALES COMPETIDORES NACIONALES DEL TURISMO DE
INTERIOR ALICANTINO



Fuente: Elaboración propia.

5. CONCLUSIONES

A la vista de los resultados obtenidos en la aplicación práctica del modelo metodológico para la determinación de competidores potenciales, se constata la validez empírica y científica de la propuesta presentada.

La propuesta se compone de dos metodologías específicas: el cálculo de la competitividad turística y la selección de espacios potencialmente competidores. La primera de ellas, presenta entidad propia y sirviéndose de fuentes secundarias genera resultados básicos para los estudios de competitividad turística espacial. Esta metodología se basa en crite-

rios de concentración espacial que tienen en consideración cuatro variables fundamentales (recursos naturales, recursos histórico-culturales, oferta de alojamiento y demanda turística). La aplicación de esta metodología sobre el conjunto nacional ofrece como resultado que las comunidades autónomas más competitivas en materia de turismo de interior son Cantabria, Principado de Asturias, Canarias y País Vasco.

La segunda metodología se nutre de los resultados de la primera (competitividad turística total), pero también de los resultados obtenidos en el cálculo del área de influencia competencial. A partir de ambas variables, el modelo metodológico es capaz de identificar de un modo objetivo, racional y sobre todo extrapolable a otros ámbitos, los principales espacios competidores de un área turística concreta. En este sentido, la aplicación del modelo metodológico sobre el interior de Alicante identifica como principales espacios competidores Castilla-La Mancha y la Región de Murcia, seguidas de Cataluña y la Comunidad de Madrid.

6. BIBLIOGRAFÍA

- CROSBY, A. y PRATO, N. (2009): «Los sistemas del turismo rural: elementos económicos, sociales y ambientales», en Crosby, A. (Ed.). *Re-inventando el turismo rural. Gestión y desarrollo*. Editorial ALERTES. Barcelona, pp. 51-82.
- CROUCH, G. I. y RITCHIE, J.R.B. (1999): «Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity», en *Journal of Business Research*, nº 44, pp. 137-152.
- DÍEZ SANTO, D. (2007): «Flujos turísticos y dinámicas de complementariedad territorial: la promoción en los destinos litorales de Alicante», *Papers de Turisme*, nº 40, pp. 67-91.
- DWYER, L. y KIM, C. (2003): «Destination Competitiveness: Determinants and Indicators», en *Current Issues in Tourism*, nº 6, pp. 369-414.
- FIGUEIREDO, A. y SILVA, M.R. (2004): «Factores territoriais e institucionais de internacionalização da cidade-refiã», en *Actas Congreso Porto Cidade-Região*. Serv. Pub. Univ. Porto.
- FRANCÉS, A. (2003): *Turismo: competitividad y estrategia*. Caracas, Ediciones IESA.
- JAFARI, J. (Ed.) (2001): *Enciclopedia del turismo*. Ed. Síntesis, Madrid.
- MILLÁN ESCRICHE, M. (2008): «La planificación turística y capital territorial. Un enfoque geográfico» en Ivars y Vera (Eds.) (2008): *Espacios turísticos. Mercantilización, paisaje e identidad*, pp. 127-140.
- PORTER, M. E. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. Nueva York. Free Press.
- PULIDO, J. I. (2008): *El turismo rural: Estructura económica y configuración territorial en España*, Síntesis, Madrid.
- REYNA, S. (1994): *Actas del Seminario sobre el Turismo Rural en el Desarrollo Local, Laredo 22-26 julio 1991*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, Madrid.
- RITCHIE, J. R. B. y CROUCH, G. I. (2000): «The Competitiveness Destinations: a Susceptible Perspective» en *Tourism Management*, nº 21, pp. 1-7.
- SANCHO, J. y VERA, J.F. (Coords.) (2008): *Atlas del Turismo en Espacios Rurales y Naturales de España*. Atlas Nacional de España. Instituto Geográfico Nacional. Centro Nacional de Información Geográfica. Madrid.

