

## **INFORMES**



## ÍNDICE DE TENDENCIA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

---

### 1. INTRODUCCIÓN

En el actual contexto económico y social, cada vez más globalizado, la competitividad es crucial tanto para el crecimiento como para el desarrollo de un país. En el sector turístico, la competitividad es una pieza fundamental.

Turespaña- Instituto de Estudios Turísticos (IET)- en su objetivo de obtener una aproximación a la competitividad del sector turístico español, ha desarrollado una medida de la competitividad turística en precios, ponderada con los flujos turísticos de origen y destino de las áreas geográficas (países o regiones) a estudiar, siendo en su elaboración un índice de precios relativos multiplicado por el tipo de cambio efectivo nominal.

Los objetivos perseguidos con este proyecto son:

- Determinar la competitividad turística vía precios de España como destino turístico versus sus competidores internacionales.

- Estimar la competitividad turística vía precios a nivel regional de las distintas comunidades autónomas españolas.

- Disponer de un indicador de competitividad turística que aporte información en la toma de decisiones de política turística y en la gestión empresarial de las actividades turísticas.

- Tener un mejor conocimiento del turismo receptor y del turismo interno en sus respectivos contextos al contar con referencias sobre la competitividad de los destinos.

El presente documento se estructura de la forma siguiente: en el punto dos se aborda el marco conceptual de la competitividad turística, en el punto tres la metodología empleada, en el punto cuatro se exponen los principales resultados o conclusiones obtenidas en base a los cálculos realizados del Índice de tendencia de competitividad turística (ITCT), comparando por una parte España versus una serie de países competidores internacionales y por otra parte utilizando un enfoque regional, se analiza la posición de las distintas comunidades autónomas entre sí.

### II. MARCO CONCEPTUAL

#### II.1. Aproximación general

En un entorno dinámico y global el bienestar social y económico de los países depende de su competitividad en relación con el resto del mundo.

Una visión integradora de los distintos criterios adoptados a la hora de definir la competitividad de un determinado territorio lleva a dos enfoques: el de la teoría de la

ventaja comparativa, que hace referencia a la dotación de los recursos, y el de la teoría de la ventaja competitiva, que trata sobre la capacidad de un país para añadir valor a los recursos disponibles; el concepto de competitividad aparece aquí vinculado al de productividad.

En 1990 Porter en su obra “La ventaja competitiva de las naciones” hace un análisis sobre el concepto de competitividad y sobre la ventaja competitiva de las naciones. Así, la competitividad de las naciones se ha relacionado con variables como el tipo de cambio de moneda, el tipo de interés y el déficit presupuestario, si bien existen naciones muy desarrolladas y con alto nivel de vida a pesar de contar con un elevado déficit presupuestario (ej. EEUU, Japón e Italia), una apreciación de su moneda (ej., Alemania y Suiza) y elevados tipos de interés.

De manera más específica, la competitividad de una nación se podría definir como el grado en el que un país, bajo condiciones de libre mercado, es capaz de producir bienes y servicios que satisfagan las exigencias de los mercados internacionales, mientras que simultáneamente mantiene y amplía a largo plazo la renta real de sus ciudadanos.

Esta visión ha sido adoptada por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE (1997), que define la **competitividad** como la capacidad de las empresas, industrias, regiones y naciones para generar renta y empleo de una manera sostenible, estando expuesta a la competencia internacional.

Cabe destacar que, la importancia de las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) y su aplicación a cada aspecto de la economía, ha permitido crear una competencia más dinámica e innovadora y menos estática y dependiente de los recursos naturales. Las TIC se han convertido en un factor clave para la competitividad nacional. La disponibilidad de sistemas de telecomunicaciones baratos y eficientes, las conexiones a Internet y el desarrollo de la telefonía móvil son algunas prioridades tecnológicas.

La productividad y la competitividad son conceptos que están relacionados. La **productividad** determina la competitividad, es decir, si las empresas en su gestión generan ventajas competitivas que producen un mejor aprovechamiento de los recursos como el capital y el trabajo y esto las sitúa en un alto nivel de competencia, es posible relacionar un alto nivel de productividad con un alto nivel de competitividad y utilizar el primero que es un factor tangible como medida del segundo que es intangible. A su vez la **competitividad** incide en el **desarrollo económico**: el desarrollo económico es el logro de una mejora sostenida y de largo plazo en el nivel de vida de un país. Una mejora en la productividad representa una mejora en la competitividad del país y una mejora en la productividad constituye a su vez una mejora en el desarrollo económico, es por esta razón que altos niveles de competitividad generan un mayor desarrollo.

## II.2. La competitividad turística

En el caso del sector turístico, los determinantes de la competitividad residen tanto en su ventaja comparativa como en su ventaja competitiva. Los factores que determinan la ventaja comparativa están en su mayoría relacionados con la dotación de recursos del destino turístico, entre los que se encuentran el clima, el paisaje, la riqueza cultural y la distancia a los países emisores. Por su parte, la ventaja competitiva viene determinada por un conjunto de factores que van desde los niveles de precios a la estructura del sector turístico, la gestión de sus empresas y las características del entorno en el que éstas operan, pasando por un conjunto de factores como la calidad de la oferta turística, la sostenibilidad, la satisfacción del turista, las infraestructuras, capital humano, etc.

Un destino será competitivo si es capaz de mantener o mejorar su posición competitiva en el mercado, en competencia con otros destinos y obteniendo una rentabilidad.

En el ámbito turístico internacional, el **Foro Económico Mundial** (WEF) elabora un informe de competitividad turística: "Travel & Tourism Competitiveness", que forma parte de una serie de informes de competitividad que publica esta organización.

La importancia del **sector turístico** en el crecimiento del PIB de la mayoría de los países y el creciente número de destinos turísticos a nivel mundial, ha hecho que cada vez se preste mayor atención a los aspectos

relacionados con la competitividad del sector. En este marco, en el año 2002 el Consejo Mundial de Turismo y Viajes (WTTC, en sus siglas en inglés), en colaboración con el Instituto de Investigación sobre Turismo y Viajes (TIR), de la Escuela de Negocios de la Universidad de Nottingham, lanzaron un proyecto para la elaboración de un Monitor de Competitividad de la actividad turística, con el objeto de agrupar un conjunto de indicadores. Esto hizo que el Foro Económico Mundial (WEF) comenzara a publicar en 2007 **el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo** (Inglés: Travel and Tourism Competitiveness Index, siglas TTCI), traducido también como Índice de Competitividad Turística.

Con la información obtenida a partir del mencionado índice, se elaboran los correspondientes informes, que tienen una periodicidad anual. El informe del TTCI de 2013 cubrió 140 países. Hay que tener en cuenta que este índice es una medida de los factores atractivos para realizar inversiones o desarrollar negocios en el sector turístico de un país específico, en consecuencia, no se debe confundir con una medida de la atracción del país como destino turístico.

En el informe anual se clasifica a los países seleccionados de acuerdo con el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (TTCI), otorgándoles una calificación del 1 al 6, la cual refleja el desarrollo de cada país para cada subíndice específico. El 6 es la máxima calificación posible. El índice general se compone de tres sub-índices principales: (1) marco regulador; (2) entorno de

negocios e infraestructura; y (3) recursos humanos, culturales y naturales.

En cada informe anual también se incluye un perfil específico para cada país evaluado, denominado “Perfil de País”, que contiene las calificaciones individuales recibidas por cada país en cada variable utilizada para calcular su TPCI. El perfil es complementado con información clave sobre los indicadores económicos del país según las estadísticas del Banco Mundial, así como con indicadores provenientes del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (Inglés: World Travel and Tourism Council) por ejemplo: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2013/#>

En el ámbito turístico nacional en el año 1980, el Instituto de Turismo de España publicó un trabajo que ofrecía un índice de tendencia de competitividad turística, para los años 1977, 1978 y 1979: por una parte frente a los países emisores y por otra frente a los países competidores.

Se utilizaba un índice de precios relativos. Y el resultado fue que en 1977 y 1978 al ser los precios de España mucho más elevados que en 1979, la competitividad era más reducida.

Ya en el año 2004, el Banco de España llevó a cabo un estudio denominado “La competitividad del sector turístico” (Bravo, 2004), donde estableció unos índices de competitividad-precio frente a nuestros principales países emisores y frente a nuestros principales países competidores, en el periodo comprendido entre 1995 y 2003. Se concluía que el sector turístico español mantenía niveles de competitividad adecuados pero que debería adaptarse al nuevo entorno para mantener su posición de liderazgo internacional.

Y a nivel regional se han realizado trabajos sobre competitividad turística por parte del Servicio de Análisis de Estadísticas de Turismo Andaluz (SAETA), que a partir de 1999 inició la construcción de dos indica-

### Cuadro 1. Índice de Competitividad en Viajes y Turismo. Clasificación mundial 2013

1.		Suiza
2.		Alemania
3.		Austria
4.		España
5.		Reino Unido
6.		Estados Unidos
7.		Francia
8.		Canadá
9.		Suecia
10.		Singapur

FUENTE: Foro Económico Mundial

dores: uno frente a los principales emisores ponderados por la renta per cápita y otro frente a los principales competidores. Y por parte del IDESCAT (Instituto de Estadística de Cataluña) que a finales de 2006 presentó un estudio sobre el Índice de Posición Competitiva de Cataluña, utilizando el sistema de la doble ponderación con los flujos turísticos.

Tanto en los estudios realizados a nivel nacional como a nivel regional se analiza la competitividad desde la **perspectiva de los precios**, siendo tal magnitud uno de los factores más importantes a la hora de determinar la competitividad de los destinos turísticos.

España, desde el comienzo de su desarrollo turístico, se ha apoyado en sus ventajas comparativas respecto a otros países, como su estratégica situación geográfica, sus playas de arena blanca, sus costas, su buen clima, su riqueza gastronómica, su hospitalidad,... Y también desde la perspectiva de la ventaja competitiva, el nivel de precios era favorable para España respecto a sus mercados emisores. Esto explica que España se especializase en el modelo de “sol y playa”.

Pero en la actualidad ya no se puede competir solo con los destinos del Caribe, Europa del Este o África mediterránea con precios y costes bajos, se debe competir ofreciendo productos y servicios de calidad y diferenciados, y más en un entorno globalizado y dinámico como el actual. Es importante la adaptación a los cambios en la demanda y la mejora de la calidad. Aunque el escaso asociacionismo y el reducido tamaño

medio de las empresas turísticas españolas dificultan la competitividad.

### **Ventaja comparativa**

Entre los factores de atracción figuran el clima, las playas, el nivel de infraestructuras, el contar con una moneda única europea, que facilita el no tener que cambiar divisa y el disponer de una mejor comparabilidad de precios, la estabilidad política, la red de alojamiento, la seguridad ciudadana, etc.

### **Ventaja competitiva**

Los puntos fuertes del sector español son la experiencia turística (know how), la imagen de marca, el capital humano, las nuevas tecnologías adaptadas al sector, la internacionalización de las cadenas hoteleras, los modelos de gestión públicos-privados, etc.

### **Instrumentos de medición de la competitividad**

En el caso de España es necesario obtener un índice de medida cuantitativo de posición competitiva turística, que sea posible calcular a partir de información estadística existente y actualizable regularmente.

El utilizar la competitividad entendida como productividad o rentabilidad es criticable, pues los países no pueden ser medidos como las empresas. Lo más adecuado es utilizar la cuota de mercado como medida de la competitividad. La evolución de la cuota de mercado se interpreta como un

indicador de cambios en el nivel relativo de la competitividad.

**Cuota de mercado en el turismo internacional**

$$CUOTA DE MERCADO = \text{turismo receptor España} / \text{turismo receptor mundo}$$

La cuota de mercado es la posición competitiva revelada

En el año 2011 había 983 millones de turistas internacionales en el planeta, 436,7 millones tuvieron como destino los diez países destacados en la figura 1. Por tanto, casi el 50% de la demanda turística mundial se concentra en tan sólo diez del total de los países existentes.

**III. METODOLOGÍA**

El Índice de Tendencia de Competitividad Turística (ITCT) se calcula como el producto de un índice de precios relativos y el tipo de cambio efectivo nominal. Siendo el IPR el índice de precios relativos y el TCEN el tipo de cambio efectivo nominal.

**-A nivel internacional**

El IPR refleja la relación entre el IPC de España y la media geométrica ponderada de los IPCs de los países frente a los que se calcula.

El IPR es el índice de precios relativos de las ofertas en la moneda de cada destino, que recoge la evolución de los precios relativos entre países o regiones. Y el TCEN es la tasa de

**Figura 1**  
**Turistas recibidos por países principales destinos.**  
**Año 2011 (Datos en millones)**



FUENTE: elaboración propia en base a datos de la Organización Mundial de Turismo.



cambio efectiva nominal, que refleja la evolución de la tasa de cambio entre sus monedas. Esto supone que un encarecimiento de nuestra moneda (apreciación) implicará un aumento del ITCT en precios y, por lo tanto, una reducción de nuestra posición competitiva.

Disminución ITCT           ⇒       Mejora competitiva.  
Aumento ITCT             ⇒       Pérdida competitiva.

$$IPR_t = 100 * \frac{P_t^D / P_0^D}{\prod_{i=1}^H \left[ \frac{P_{i,t}^*}{P_{i,0}^*} \right]^{w_i}}$$

$$TCEN_t = 100 * \prod_{i=1}^H \left[ \frac{e_{i,0}}{e_{i,t}} \right]^{w_i}$$

Donde **H** es el número de territorios relevantes desde el punto de vista de las relaciones turísticas del territorio de referencia, **w<sub>i</sub>** son los pesos o ponderaciones, **e<sub>i,t</sub>** es la tasa de cambio en el momento t (expresada en unidades de moneda extranjera por euro) y **P<sup>\*</sup><sub>i,t</sub>** y **P<sup>\*</sup><sub>i,0</sub>** los precios interiores e internacionales, respectivamente, en el momento t. El momento “0” es el periodo de t-1.

Finalmente, tomando la tasa de cambio efectiva nominal como indicador de posición competitiva turística, llegamos a:

$$ITCT = IPR * TCEN$$

Normalmente, la agregación de las tasas de cambio y de los precios de los países que integran el índice se calcula a partir de la media geométrica ponderada, donde las ponderaciones de cada país (**w<sub>i</sub>**) miden la relevancia

del país “i” en el turismo del territorio de referencia. La ventaja de la media geométrica es que trata de forma simétrica las apreciaciones y las depreciaciones de monedas, característica de la que carece una media aritmética.

**Asignación de ponderaciones:** se aplica el sistema de doble ponderación (obtenida a través de matrices origen-destino), se trataría de ver la importancia que tiene el país “i” del índice en el turismo receptor del territorio de referencia y dependerá de dos elementos:

-De cómo de importante es “i” en cada uno de los mercados “j” del índice y

-De la importancia que aquél mercado “j” tiene para el territorio de referencia

Por tanto,

$$w_i^R = \sum_{j=1}^H \frac{T_j^i}{\sum_{i=1}^H T_j^i} \cdot \frac{T_j^r}{\sum_{j=1}^H T_j^r}, \text{ siendo } \sum w_i^R = 1$$

$i \neq j \quad j \neq r$

Los tipos de cambio son obtenidos del Banco de España. Los precios utilizados son los precios de consumo (IPC). Los datos de IPC de los países se obtienen del Fondo Monetario Internacional (FMI). Estos precios son conocidos para todos los destinos, y no hay duda que tienen una elevada concordancia con los costes de producción de la oferta turística y, por lo tanto, con los precios específicos de esta oferta. Y las ponderaciones salen de las matrices origen-destino de los flujos turísticos internacionales, para cada año desde 2003 (año base), en este caso de los países seleccionados, los datos se obtienen de la Organización Mundial de Turismo (OMT).

**-A nivel regional: comunidades autónomas:**

En el caso regional, el ITCT realmente es un IPR, al ser la misma moneda para todas las comunidades el tipo de cambio es la unidad.

En los cálculos se ha tomado como año base el 2005, primer año después del notable cambio metodológico en Familitur en la primera década del siglo. A nivel regional para los precios se utiliza la evolución de los precios del IPC de turismo y hostelería de cada una de las comunidades autónomas españolas, y al calcular el índice de precios relativos (IPR) se ha ponderando por los flujos de origen-destino de viajes entre las distintas CCAA.

Para la realización del ITCTCCAA se ha procedido a calcular las matrices origen-destino de los flujos turísticos de las 17 CCAA españolas, para cada año desde 2005, año base, utilizando como fuente la Encuesta Familitur. Después se han calculado los porcentajes verticales y horizontales de esas matrices, calculando en base a estos porcentajes las ponderaciones del Índice. A continuación se calcula en base a las ponderaciones y a los IPC de la rúbrica de Turismo y Hostelería de las 17 CCAA (se ha tomado en cada uno de ellos el incremento en el año) los índices de precios relativos de las CCAA.

$$IPR_t = 100 * \frac{p_t^D / p_0^D}{\prod_{i=1}^H \left[ \frac{p_{i,t}^*}{p_{i,0}^*} \right]^{w_i}}$$

$p_t^D / p_0^D$  es el IPC de Turismo y Hostelería de España.

$\frac{p_{i,t}^*}{p_{i,0}^*}$  es el IPC de Turismo y Hostelería de las CCAA, siendo \* cada una de ellas

El ITCTCCAA es el producto del índice de precios relativos (IPR) por el tipo de cambio efectivo nominal, pero en este caso al ser el euro la moneda de todas las comunidades se da el hecho de que el ITCTCCAA coincide con el IPR.

$$TCEN_t = 100 * \prod_{i=1}^H \left[ \frac{e_{i,0}}{e_{i,t}} \right]^{w_i}$$

$$ITCT = IPR * TCEN$$

Al ser el euro la moneda común para todas las CCAA entonces,

$$ITCT = IPR$$

Una disminución en el valor alcanzado por el índice implica una mejora de competitividad para la comunidad, y un aumento una pérdida de su capacidad competitiva.

<i>Disminución ITCT</i>	⇒	<i>Mejora competitiva.</i>
<i>Aumento ITCT</i>	⇒	<i>Pérdida competitiva.</i>

## **IV. PRINCIPALES RESULTADOS**

### **IV.1. ITCT de España a nivel internacional**

En la elaboración se parte de la evolución de los precios de la oferta española en relación a otros países y la variación relativa de los tipos de cambio nominales que encontrará el turista cuando llegue a España. De esta forma, una disminución en el valor alcanzado por el índice implica una mejora de competitividad para España, y por el contrario un aumento del índice se traduce en una pérdida competitiva. No deja de ser una aproximación a la cuantificación de la competitividad turística, pero al ser los precios y los tipos de cambio la información disponible y comparable a nivel internacional, es la forma más indicada para analizar la competitividad.

Se ha elegido medir la competitividad a partir de los precios, por la disponibilidad y la homogeneidad de esta variable, accesible a través de los IPC de los diferentes países objeto de estudio. Se trata de una variable cuantificable y de fácil acceso, al contrario que las demás variables consideradas en otros estudios, como pueden ser los atractivos de un país, sus infraestructuras, etc. Los precios constituyen, además, uno de los factores más importantes a la hora de determinar la competitividad de los destinos turísticos.

Un Indicador de competitividad turística resulta de importancia para determinar la posición de un destino turístico en su entorno y su capacidad para atraer flujos turísticos procedentes de otros mercados. Esto permitirá aportar un valor añadido al

estudio del turismo, así como el adecuado diseño de políticas y estrategias que lleven al destino a posicionarse favorablemente. Al mismo tiempo, la competitividad, ya sea en precios, como motor del modelo de crecimiento al que aspira el sector turístico, se convierte en un factor clave tanto en la gestión empresarial como en los procesos de toma de decisiones de la empresa o de las administraciones públicas.

A la hora de seleccionar los países competidores que forman parte del índice, se ha tenido en cuenta que todos ofrezcan productos de turismo vacacional, sol y playa, que sean países receptores de turistas de los principales mercados emisores de España y que tengan un peso significativo en el conjunto de las llegadas mundiales. La ponderación asignada a cada uno de ellos contempla, tanto la importancia que tiene un mercado en las llegadas de los demás países, como de la que tienen como destinos estos últimos en el primero.

Este indicador permitirá analizar la capacidad competitiva de España en relación a sus principales mercados competidores, al mismo tiempo que determinará si se dan o no mejoras competitivas en precios en relación al periodo anterior. Para facilitar el análisis, se han agrupado los países objeto de estudio por zonas, de tal forma que se puede comparar España de manera individualizada con cada una de ellas.

Estos resultados se difunden desde el año 2009 en el *Balance del Turismo Resultados de la actividad turística*, publicado anualmente.

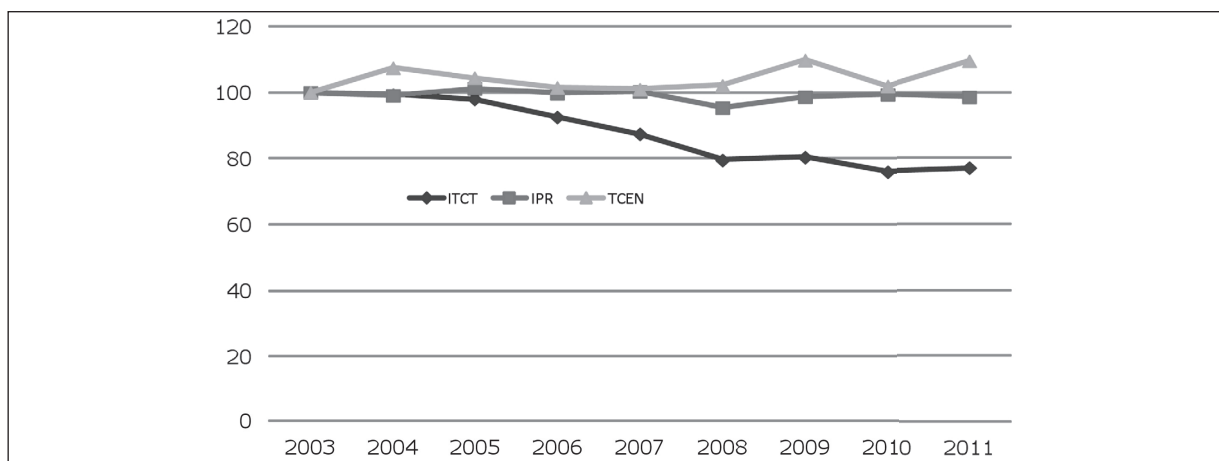
**Cuadro 2.**  
**Índice de Tendencia de Competitividad Turística (ITCT).**  
**España versus competidores seleccionados.**

Año	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>ITCT</b>									
<b>Base 100=2003</b>	100,00	99,36	98,05	92,61	87,50	79,56	80,42	76,02	77,09

FUENTE: elaboración del IET. para los cálculos se han tomado tipos de cambio del Banco de España, IPC de los países del FMI y flujos turísticos de la OMT.

Aumento ITCT            ⇨    Pérdida competitiva  
Disminución ITCT       ⇨    Mejora competitiva

**Gráfico 1.**  
**España versus conjunto de países considerados**



ITCT: Índice de Tendencia de Competitividad Turística. IPR: Índice de Precios Relativos. TCEN: Tipo de Cambio Efectivo Nominal.

FUENTE: IET.

De esta forma, se han obtenido cuatro grupos de países:

- **Total conjunto de competidores seleccionados:** Turquía, Túnez, Egipto, Marruecos, Croacia, Chipre, Bulgaria,

Grecia, Italia, R. Dominicana, Cuba, México, Brasil, EEUU, Alemania, Reino Unido, Francia y Portugal.

- **Mediterráneo Sur:** Turquía, Túnez, Egipto y Marruecos.

- **Mediterráneo Norte:** Croacia, Chipre, Bulgaria, Grecia e Italia.
- **Área Americana:** R. Dominicana, Cuba, México, Brasil y EEUU.
- **Europa Occidental:** Alemania, Reino Unido, Francia y Portugal.

■ **Total conjunto de competidores seleccionados**

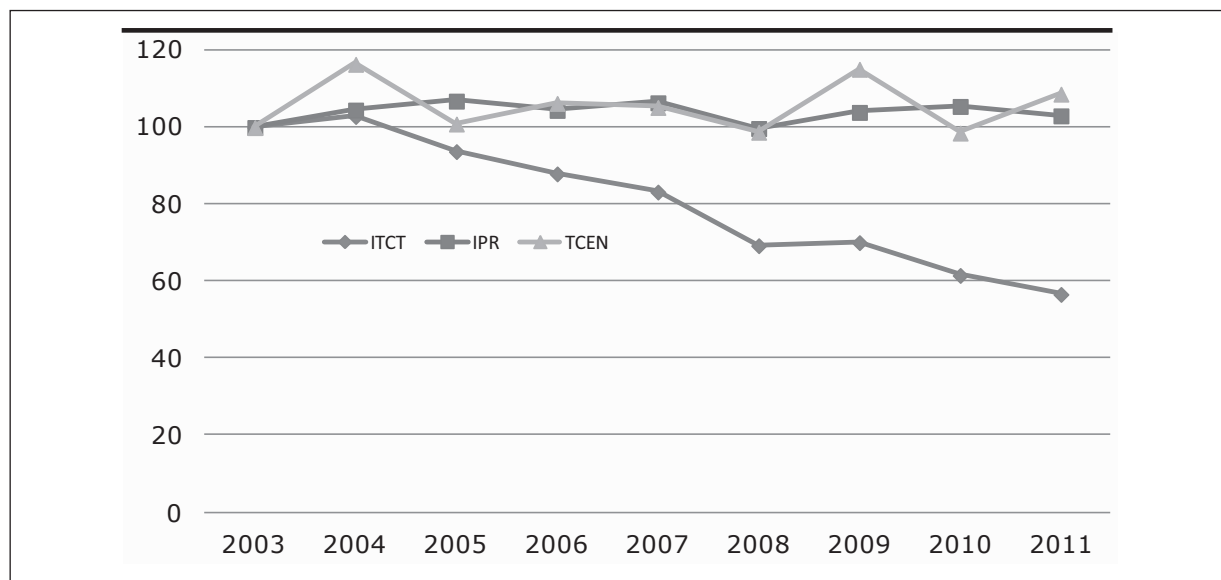
En 2011 los resultados obtenidos en el ITCT para España, reflejan una leve pérdida interanual de competitividad turística vía precios, puesto que el valor del índice registró un incremento en

**Cuadro 3.**  
**Índice de Tendencia Competitividad Turística (ITCT).**  
**España versus Área Mediterráneo sur.**

Año	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>ITCT</b>									
<b>Base 100=2003</b>	100,00	102,86	93,75	87,96	83,25	69,33	70,12	61,61	56,69

FUENTE: IET

**Gráfico 2.**  
**España versus Mediterráneo Sur**



ITCT: Índice de Tendencia de Competitividad Turística. IPR: Índice de Precios Relativos. TCEN: Tipo de Cambio Efectivo Nominal.

FUENTE: IET.

**Cuadro 4.**  
**Índice de Tendencia Competitividad Turística (ITCT).**  
**España versus Área Mediterráneo norte.**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>ITCT</b>									
<b>Base 100=2003</b>	100,00	100,08	99,13	97,84	95,33	90,46	89,82	89,08	88,75

FUENTE: IET.

relación al año anterior, pasando del 76 al 77. Este resultado viene precedido de una mejora año tras año del nivel de competitividad, en los años analizados desde 2003, excepto en 2009.

■ **España versus Área Mediterráneo sur**

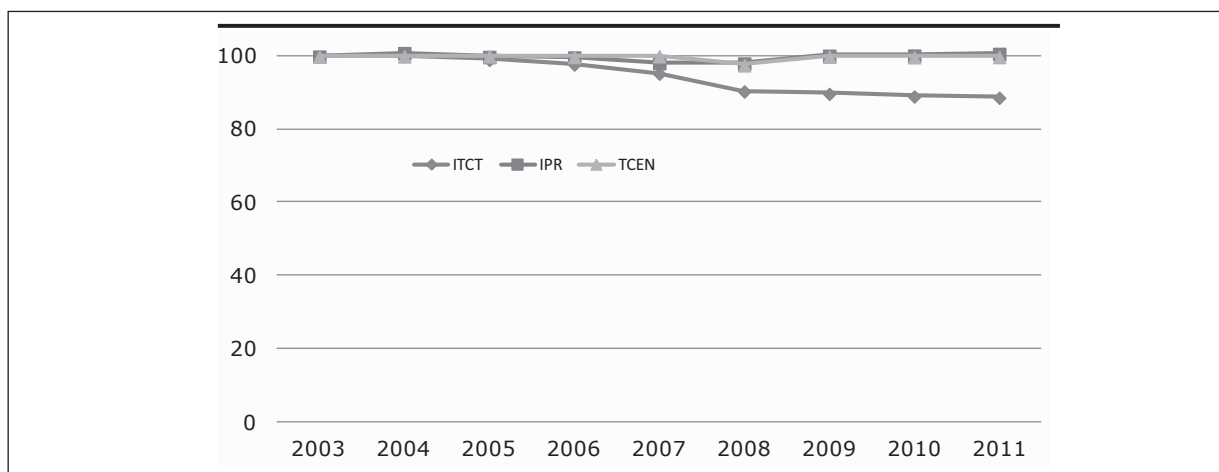
Al analizar los resultados obtenidos al comparar España con el grupo de países seleccionados en esta zona (Turquía, Túnez, Egip-

to y Marruecos), se observa una tendencia de mejora de la competitividad turística española en 2011. Se dan mejoras, además, en los años 2005, 2006, 2007, 2008, 2010, y pérdidas de competitividad en los años 2004 y 2009.

■ **España versus Área Mediterráneo norte**

La competitividad turística española vía precios respecto a los países del Mediterráneo norte seleccionados (Croacia, Chipre,

**Gráfico 3.**  
**España versus Mediterráneo Norte**



ITCT: Índice de Tendencia de Competitividad Turística. IPR: Índice de Precios Relativos. TCEN: Tipo de Cambio Efectivo Nominal. F  
FUENTE: IET

Bulgaria, Grecia e Italia), mejoró ligeramente en 2011 en relación al año anterior.

En el año 2004 empeoró levemente la competitividad precios española respecto a esa área seleccionada, mejorando de forma continuada todos los años desde 2005.

#### ■ España versus Área Americana

En relación al conjunto de países que

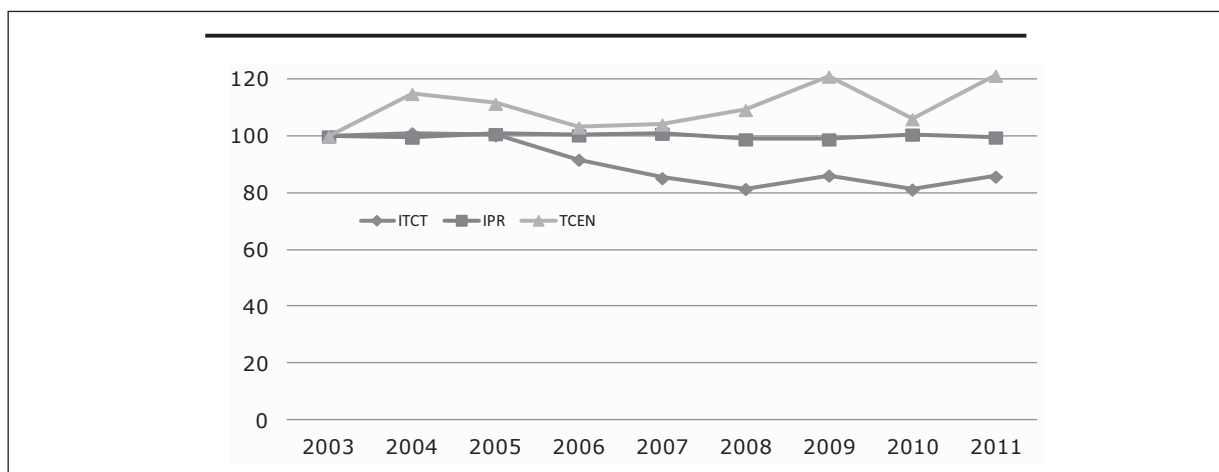
integran el grupo Área Americana (R. Dominicana, Cuba, México, Brasil y EEUU), el ITCT muestra las siguientes tendencias: en el año 2004 empeora la competitividad turística española frente a dicha área, mientras que la tendencia mejora los años 2005, 2006, 2007 y 2008, empeorando en 2009, volviendo a mejorar en 2010 y empeorando de nuevo en el año 2011. Respecto a estos países, en la evolución del ITCT, además

**Cuadro 5.**  
**Índice de Tendencia Competitividad Turística (ITCT).**  
**España versus Área Americana**

ITCT	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Base 100=2003	100,00	101,11	100,38	91,78	85,28	81,48	86,20	81,26	85,83

FUENTE: IET.

**Gráfico 4.**  
**España versus Área Americana**



ITCT: Índice de Tendencia de Competitividad Turística. IPR: Índice de Precios Relativos. TCEN: Tipo de Cambio Efectivo Nominal.

FUENTE: IET

**Cuadro 6**  
**Índice de Tendencia Competitividad Turística (ITCT).**  
**España versus Europa Occidental.**

ITCT	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Base 100=2003	100,00	101,00	102,76	103,35	101,23	97,44	98,53	98,76	99,05

FUENTE: IET.

del peso de los precios influye bastante la variación de los tipos de cambio.

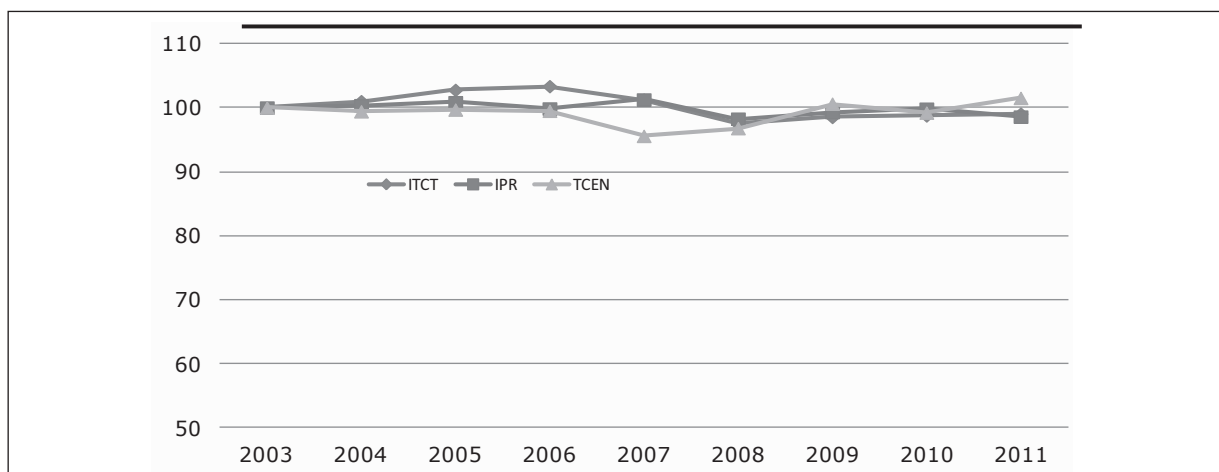
#### ■ España versus Europa Occidental

Finalmente, la competitividad turística en precios de España respecto a Europa occidental (Alemania, Reino Unido, Francia y Portugal) refleja una cierta pérdida competitiva en 2004, 2005 y 2006, dándose una mejora competitiva en los años 2007 y 2008, y

volviendo a empeorar levemente en 2009, 2010 y 2011.

Al ser el euro la moneda común, excepto para Reino Unido, hace que el ITCT sea próximo al índice de precios relativos, pues los tipos de cambio son 1=1 en casi todos los casos. En 2009 los precios de los competidores europeos descendieron y esto hizo que subiera el ITCT con respecto al año anterior. En el año 2010 la tendencia en competitividad

**Gráfico 5**  
**España versus Europa occidental**



ITCT: Índice de Tendencia de Competitividad Turística. IPR: Índice de Precios Relativos. TCEN: Tipo de Cambio Efectivo Nominal. Fuente: IET



fue prácticamente estable respecto a 2009, y en 2011 se da un ligero retroceso, debido a que el IPC español fue superior al alemán y francés, aunque por el contrario era inferior al británico y portugués. Todo ellos ponderado en el cálculo por los flujos turísticos respectivos.

#### IV.2. ITCT de España a nivel regional

El Índice de Tendencia de Competitividad Turística (ITCT) también se utiliza para medir la competitividad vía precios a nivel interregional entre las distintas comunidades autónomas (CCAA) españolas. Y es difundida la información en el informe anual de Familitur, sobre el turismo nacional, que elabora el IET, en el apartado "La posición competitiva de los diversos destinos del turismo nacional".

El Índice de Tendencia de Competitividad Turística por Comunidades Autónomas (ITCTCCAA) se ha construido a partir de la

evolución de los precios del IPC de turismo y hostelería, elaborado por el INE, de cada una de las comunidades autónomas españolas, ponderados por los datos de flujos de origen-destino de viajes entre las distintas CCAA que facilita la encuesta de Movimientos Turísticos de los españoles (Familitur).

La interpretación es la siguiente: una disminución en el valor del índice supone una mejora de competitividad de la comunidad en cuestión. En el mismo sentido, un aumento de este índice implica una pérdida en su capacidad competitiva vía precios. Además de la evolución a nivel nacional, se dan comparativas entre CCAA pertenecientes a áreas geográficas, con el fin de poder encuadrar en la comparación las que presentan similitudes respecto a su oferta turística. Siendo estas áreas las siguientes:

**Litoral mediterráneo:** Cataluña, C. Valenciana, Murcia y Andalucía.

**Cuadro 7**  
**Posición competitiva de las CCAA españolas (ITCTCCAA).**

**Años 2006-2012**

2009		2010		2011		2012		
1º Andalucía	112,25	1º Andalucía	113,25	1º Andalucía	115,41	1º Galicia	116,1651	↑
2º Galicia	112,22	2º Galicia	113,17	2º Galicia	115,28	2º Cataluña	116,3605	↑
3º Cataluña	112,49	3º Cataluña	113,48	3º Cataluña	115,51	3º Andalucía	116,3962	↓
4º Canarias	112,76	4º Canarias	113,80	4º Canarias	115,91	4º Canarias	116,8400	=
5º C. Valenciana	113,01	5º C. Valenciana	114,07	5º C. Valenciana	116,33	5º C. Valenciana	117,3381	=
6º Aragón	113,10	6º Aragón	114,18	6º Asturias	116,41	6º Aragón	117,3683	↑
7º Asturias	113,17	7º Asturias	114,19	7º Aragón	116,43	7º Asturias	117,4023	↓
8º C. Madrid	113,28	8º C. Madrid	114,35	8º C. Madrid	116,59	8º C. Madrid	117,5945	=
9º Castilla y León	113,38	9º Castilla y León	114,43	9º Castilla y León	116,74	9º Castilla y León	117,7297	=
10º Extremadura	113,40	10º Extremadura	114,46	10º Extremadura	116,78	10º Extremadura	117,7985	=
11º Baleares	113,42	11º País Vasco	114,49	11º País Vasco	116,80	11º País Vasco	117,7999	=
12º País Vasco	113,42	12º Baleares	114,57	12º Baleares	116,88	12º Baleares	117,8674	=
13º Castilla-La Mancha	113,50	13º Castilla-La Mancha	114,61	13º Murcia	116,94	13º Murcia	117,9591	=
14º Murcia	113,54	14º Murcia	114,64	14º Castilla-La Mancha	116,96	14º Castilla-La Mancha	118,0038	=
15º Navarra	113,68	15º Navarra	114,80	15º Navarra	117,13	15º Navarra	118,1759	=
16º Rioja	113,70	16º Rioja	114,82	16º Rioja	117,17	16º Rioja	118,2025	=
17º Cantabria	113,75	17º Cantabria	114,86	17º Cantabria	117,25	17º Cantabria	118,2893	=

**Cuadro 7 (cont.)**  
**Posición competitiva de las CCAA españolas (ITCTCCAA).**  
**Años 2006-2012**

2006		2007		2008	
1º Andalucía	103,343	1º Andalucía	107,44	1º Andalucía	111,59
2º Galicia	103,405	2º Galicia	107,51	2º Galicia	111,58
3º Cataluña	103,503	3º Cataluña	107,66	3º Cataluña	111,80
4º Canarias	103,509	4º Canarias	107,74	4º Canarias	111,92
5º Aragón	103,655	5º C. Valenciana	108,01	5º C. Valenciana	112,29
6º C. Valenciana	103,656	6º Aragón	108,02	6º Aragón	112,37
7º Baleares	103,701	7º Asturias	108,09	7º Asturias	112,43
8º Asturias	103,717	8º C. Madrid	108,11	8º C. Madrid	112,50
9º C. Madrid	103,718	9º Extremadura	108,17	9º Baleares	112,63
10º Extremadura	103,727	10º Baleares	108,19	10º Extremadura	112,64
11º Castilla y León	103,734	11º Castilla y León	108,22	11º Castilla y León	112,65
12º Castilla-La Mancha	103,738	12º País Vasco	108,24	12º País Vasco	112,68
13º Murcia	103,741	13º Murcia	108,25	13º Murcia	112,72
14º País Vasco	103,745	14º Castilla-La Mancha	108,25	14º Castilla-La Mancha	112,74
15º Rioja	103,801	15º Navarra	108,36	15º Navarra	112,88
16º Navarra	103,816	16º Cantabria	108,38	16º Rioja	112,92
17º Cantabria	103,830	17º Rioja	108,39	17º Cantabria	112,97
<b>Litoral mediterráneo</b>		<b>Archipiélagos</b>			
<b>Costa verde</b>		<b>Interior peninsular</b>			

FUENTE: IET. Elaboración propia

Se han coloreado las CCAA por áreas de pertenencia.

**Costa verde:** Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco.

**Archipiélagos:** Baleares y Canarias.

**Interior peninsular:** Madrid, Castilla y León, Castilla-La Mancha, Aragón, Navarra, Extremadura y La Rioja.

Así, las comunidades pertenecientes al litoral mediterráneo y las insulares tienen en común el tipo de turismo que ofertan principalmente el “sol y playa”, mientras que los destinos del interior peninsular destacan en mayor proporción por su atractivo cultural. Por su parte, las encuadradas en la España Verde destacan por sus verdes paisajes de montaña y estar bañadas por el mar Cantábrico.

Los resultados de los cálculos a nivel nacional se exponen en la siguiente tabla en donde en primer lugar se sitúa la región más competitiva y de ahí hacia abajo, es decir, se han ordenado los resultados de menor a mayor, porque cuanto más bajo sea el índice mejor es la posición competitiva:

En el año 2012, doce de las diecisiete comunidades autónomas mantienen su posición en el ranking y cinco de ellas reflejan variaciones: Galicia, Cataluña y Aragón que mejoran su competitividad y Andalucía y Asturias que empeoran su posición. Galicia en 2011 estaba en el segundo lugar y en 2012 pasa a la primera posición, Cataluña del tercer puesto al segundo y Aragón de la séptima posición a la sexta. Y respecto

**Cuadro 8**  
**Posición competitiva de las CCAA en litoral mediterráneo (ITCTCCAA).**  
**Años 2005-2012.**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Cataluña</i>	100,00	103,50	107,66	111,80	112,49	113,48	115,51	116,36
<i>Andalucía</i>	100,00	103,34	107,44	111,59	112,25	113,25	115,41	116,40
<i>C. Valenciana</i>	100,00	103,66	108,01	112,29	113,01	114,07	116,33	117,34
<i>Murcia</i>	100,00	103,74	108,25	112,72	113,54	114,64	116,94	117,96

FUENTE: Elaboración propia (IET).

a las que empeoran, Asturias pasa del sexto al séptimo lugar y Andalucía del primero al tercero.

Andalucía, Galicia, Cataluña y Canarias ocupan por ese orden las cuatro primeras posiciones en el ranking durante todo el periodo 2006-2011. En 2012, como ya se ha visto ha habido cambios, pasando Galicia al primer lugar, Cataluña al segundo, Andalucía descendió al tercero, mientras que Canarias no varió su cuarta posición.

A continuación, se presenta por zonas geográficas los datos de forma comparada entre las CCAA pertenecientes a la misma

área geográfica, con similar oferta turística.

**Litoral mediterráneo:**

Cataluña en competitividad-precios fue la primera comunidad del litoral mediterráneo. A escasa distancia se encuentra Andalucía, la Comunidad Valenciana y Murcia se sitúan a continuación.

**España verde:**

Galicia se sitúa primera en el ranking de competitividad de las CCAA de la España verde, año tras año, seguida de Asturias, País Vasco y Cantabria.

**Cuadro 9**  
**Posición competitiva de las CCAA en la España verde (ITCTCCAA).**  
**Años 2005-2012.**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Galicia</i>	100,00	103,40	107,51	111,58	112,22	113,17	115,28	116,17
<i>Asturias</i>	100,00	103,72	108,09	112,43	114,19	114,19	116,41	117,40
<i>País Vasco</i>	100,00	103,74	108,24	112,68	114,49	114,49	116,80	117,80
<i>Cantabria</i>	100,00	103,83	108,38	112,97	114,86	114,86	117,25	118,29

FUENTE: Elaboración propia (IET).

**Cuadro 10**  
**Posición competitiva de las CCAA del interior peninsular (ITCTCCAA).**  
**Años 2005-2012.**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Aragón</i>	100,00	103,65	108,02	112,37	113,10	114,18	116,43	117,37
<i>C. Madrid</i>	100,00	103,72	108,11	112,50	113,28	114,35	116,59	117,59
<i>Castilla y León</i>	100,00	103,73	108,22	112,65	113,38	114,43	116,74	117,73
<i>Extremadura</i>	100,00	103,73	108,17	112,64	113,40	114,46	116,78	117,80
<i>Castilla-La Manch.</i>	100,00	103,74	108,25	112,74	113,50	114,61	116,96	118,00
<i>Navarra</i>	100,00	103,82	108,36	112,88	113,68	114,80	117,13	118,18
<i>Rioja</i>	100,00	103,80	108,39	112,92	113,70	114,82	117,17	118,20

FUENTE: Elaboración propia (IET).

**Cuadro 11**  
**Posición competitiva de las CCAA insulares (ITCTCCAA).**  
**Años 2005-2012.**

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
<i>Canarias</i>	100,0	103,5	107,7	111,9	112,8	113,8	115,9	116,8
<i>Baleares</i>	100,0	103,7	108,2	112,6	113,4	114,6	116,9	117,9

FUENTE: Elaboración propia (IET).

**Interior peninsular:**

En el interior peninsular la región más competitiva vía precios ha sido Aragón, seguida de la Comunidad de Madrid, Castilla y León y Extremadura. Castilla-La Mancha, Navarra y La Rioja serían las menos competitivas, aunque cabe resaltar la poca distancia entre todas.

**Archipiélagos:**

Canarias es la región española insular más competitiva en relación al turismo de los residentes en España.

Al tratarlo de forma comparativa por zonas geográficas se favorece el análisis de la competitividad turística de forma relativa entre destinos similares.

El Instituto de Estudios Turísticos desde el año 2009 y de forma anual en el Balance del año turístico, publicado alrededor del mes de marzo, recoge un apartado denominado “España en el contexto internacional: posición competitiva” y es aquí, donde difunde la aproximación a la competitividad en turismo vía precios, medida a partir Índice de Tendencia de Competitividad Turística (ITCT). El último dato disponible es referen-

te a 2011. Y, a nivel regional o comunidades autónomas, se difunde en el informe anual de Familitur, sobre el turismo nacional, en el apartado "La posición competitiva de los diversos destinos del turismo nacional".

## BIBLIOGRAFÍA

- COSTA, A. Y GOMÀ, C. (2008). "Informe sobre la competitividad del sector turístico catalán". Institut d'Estadística de Catalunya, Escuela de Estadística.
- COSTA, A., GOMÀ, C., LÓPEZ, X. Y NAVINÉS, F. (2006). "Informe sobre la competitividad del sector turístico de las Islas Baleares". Consejo Económico y Social de las Islas Baleares.
- BRAVO, S. Y GORDO, E. (2003). "Los factores determinantes de la competitividad y sus indicadores para la economía española". Boletín económico del Banco de España. Septiembre 2003 pp 73-86.
- BRAVO, S (2004) "La competitividad del sector turístico". Boletín económico del Banco de España. Septiembre 2004 pp. 3-18.
- CROUCH, GEOFFREY I. AND RITCHIE, J. R. BRENT (2006). "Destination competitiveness"
- DWYER, L., FORSYTH, P. Y RAO, P. (2002). "Destination price competitiveness: exchange rate changes versus domestic inflation". Journal of travel research, volume 40 nº3 febrero 2002, pp.328-336.
- GRADOLF, J. Y SANZ, A. (2005). "Competitividad de la economía española: algunos logros y varios retos pendientes". Economía exterior nº 31 pp. 31-44.
- INSTITUTO ESPAÑOL DE TURISMO (1980). "Un índice de Competitividad Turística".
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2013). "Balance del Turismo en España 2012".
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS (2013). "Informe anual Familitur 2012".
- BLANKE, J. AND CHIESA, T., EDITORS (2007). "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007". World Economic Forum, Geneva, Switzerland.
- BLANKE, J. AND CHIESA, T., EDITORS (2008). "Travel & Tourism Competitiveness Report 2008". World Economic Forum, Geneva, Switzerland.)
- BLANKE, J. AND CHIESA, T., EDITORS (2009). "Travel & Tourism Competitiveness Report 2009". World Economic Forum, Geneva, Switzerland.
- GOOROOCHURN, N. AND SUGIYARTO, G. (2004). "Measuring competitiveness in the travel and tourism industry". University of Nottingham.
- PORTER, M. (1990). "The Competitive Advantage of Nations". The Free Press.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD. "Índices de Tendencia de Competitividad en Comercio" en Informes trimestrales de Competitividad, último disponible primer trimestre 2013.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD (2012): "Metodología de elaboración de los Índices de Tendencia de la Competitividad".

## PÁGINAS WEB CONSULTADAS:

- [www.imf.org](http://www.imf.org) (Fondo Monetario Internacional)
- [www.bde.es](http://www.bde.es) (Banco de España)
- [www.unwto.org](http://www.unwto.org) (Organización Mundial de Turismo)
- [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es) (Instituto de Estudios Turísticos)
- [www.ine.es](http://www.ine.es) (Instituto Nacional Estadística)