

**TRABAJO DE FIN DE MÁSTER**

**CUOTAS DE MERCADO TURÍSTICO EN ESPAÑA Y CANARIAS:  
EVOLUCIÓN DIFERENCIAL UTILIZANDO EL ANÁLISIS  
*SHIFT-SHARE***

Autor: Ayrton Jorge Da Luz Pires

Tutor: Raúl Hernández Martín

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

FACULTAD DE ECONOMÍA, EMPRESA Y TURISMO

Curso Académico 2017/2018

San Cristóbal de la Laguna, a julio de 2018

## ÍNDICE

<b>Agradecimiento</b> .....	3
<b>Resumen (Abstract)</b> .....	4
<b>1. Introducción</b> .....	5
<b>2. Antecedentes</b> .....	6
<b>3. Metodología</b> .....	11
<b>4. Fuentes de Información</b> .....	16
<b>5. Resultados y Discusión</b> .....	17
<b>6. Conclusiones</b> .....	25
<b>Referencias</b> .....	27
<b>Webgrafía</b> .....	28
<b>Anexos</b>	

## **Agradecimiento**

El presente trabajo de investigación realizado solo fue posible gracias a la colaboración de la Organización Mundial del Turismo, por lo que aprovecho este espacio para mostrar mi más profundo agradecimiento por su pronta disponibilidad, aportación y autorización en la utilización de datos referentes al turismo emisor por país de origen al mundo, permitiendo así, analizar el comportamiento de las llegadas de turistas a España y las Islas Canarias utilizando la técnica de análisis *shift-share*.

## **RESUMEN**

El crecimiento del mercado turístico global representa para muchos países o destinos una gran oportunidad para posicionarse competitivamente para poder atraer el mayor número de turistas, que puedan reflejarse positivamente en la economía y el bienestar social. Eso requiere comprender el comportamiento de cada uno de los mercados emisores hacia los destinos. En este contexto, España y las Islas Canarias dependen muchísimo de la aportación de turistas de doce países europeos, que representaron para España más del 77% y para Canarias, el 93%, su peso en la contribución sobre el total de llegada de turistas internacionales en los años 2008 y 2013. Este estudio utiliza la técnica *shift-share* como forma de entender mejor la dinámica de los mercados emisores turísticos europeos, aportando información importante que pueda servir para la toma de decisiones políticas estratégicas que permitan mejorar las ventajas competitivas en un mercado turístico en constante transformación.

Palabras clave: España, Islas Canarias, turismo, análisis *shift-share*, destino, competitividad

## **ABSTRACT**

The growth of the global tourism market represents for many countries or destinations a great opportunity to position themselves competitively to attract the greatest number of tourists, who can positively reflect on the economy and social welfare. This requires understanding the behavior of each of the issuing markets towards destinations. In this context, Spain and the Canary Islands depend a lot on the contribution of tourists from twelve European countries, which accounted for more than 77% for Spain and for the Canary Islands, 93%, their weight in the contribution on the total arrival of international tourists in the 2008 and 2013. This study uses the *shift-share* technique to better understand the dynamics of the European tourism issuing markets, providing important information that can be used to make strategic policy decisions to improve competitive advantages in a tourism market in constant transformation.

Keywords: Spain, Canary Islands, tourism, *shift-share* analysis, destination, competitiveness

## 1. INTRODUCCIÓN

Las llegadas de turistas internacionales en el mundo han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000, y 1.235 millones en 2016. De igual modo, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han crecido 2.000 millones de dólares de los EE. UU. en 1950 a 104.000 millones de dólares en 1980, 495.000 millones en 2000, y 1.220.000 millones en 2016. La industria turística sigue siendo uno de los sectores económicos de servicios más importantes en el mundo, no obstante, para el éxito en el mercado del turismo internacional, cualquier destino debe asegurar que su atractivo global, y la totalidad de las experiencias que ofrecen a los visitantes, deben igualar o superar la de muchos destinos alternativos que se abren a los visitantes potenciales.

El desarrollo de un modelo de competitividad de destino y un conjunto asociado de indicadores permitirá la identificación de las fuerzas y debilidades relativas de los distintos destinos turísticos, y pueden ser utilizados por la industria y los gobiernos para incrementar los números, el gasto y los impactos económicos del turismo (Dwyer y Kim, 2002).

La competitividad entre destinos por cuotas de mercados turísticos emisores cada vez mayores, resulta ser de suma importancia la utilización de nuevas herramientas que generen datos que nos ayude a entender el comportamiento de los mercados para así, poder estar en la vanguardia de la innovación, con el objetivo de posicionarse competitivamente como uno de los mejores destinos turísticos mundiales. En este contexto, España y las Islas Canarias no son excepción.

A nivel internacional el análisis *shift-share* se ha aplicado en la industria turística (Sirakaya, Uysal, Toeper, 1995; Alavi y Yasin, 2000; Sirakaya, Choi y Var, 2002; Yasin, Alavi, Sobral y Lisboa, 2004). La aportación del uso de la técnica *shift-share* va más allá de analizar y comprender la dinámica de los mercados emisores hacia un destino. Siendo una herramienta de sencilla utilización, su utilidad deriva de su aportación de datos relevantes que ayude a comprender cada vez mejor la evolución temporal de los destinos, los esfuerzos que están siendo llevado a cabo en la planificación de estrategias que permitan aumentar las cuotas de mercados ante la competencia, en la búsqueda de satisfacer una demanda turística impredecible en constante transformación, ahorrando tiempo y recursos financieros facilitando así, en la toma de decisiones políticas referentes al presente y el futuro del turismo, como una actividad motor de desarrollo de muchas economías.

Considerando esta realidad, el objetivo de este trabajo es estudiar la evolución y el comportamiento diferencial de los doce países europeos emisores de turistas a España y a las Islas Canarias, mediante la utilización de la herramienta de análisis *shift-share*. Para ello se utilizó como base de datos

oficiales proporcionados por la Organización Mundial de Turismo (OMT), referente al turismo emisor por país de origen (pernoctaciones), datos oficiales de Aeropuertos Españoles y Navegación Aérea (AENA) relativos a la entrada de pasajeros vía aérea procedente del extranjero por país de residencia y datos oficiales del Instituto de Estudios Turísticos (IET) sobre la entrada de turistas a España según país de residencia.

## 2. ANTECEDENTES

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. Esta actividad se ha distinguido por un crecimiento prácticamente ininterrumpido a lo largo del tiempo, a pesar de crisis ocasionales, demostrando siempre su fortaleza y su resistencia. Las llegadas de turistas internacionales en el mundo han pasado de 25 millones en 1950 a 278 millones en 1980, 674 millones en 2000, y 1.235 millones en 2016.

De igual modo, los ingresos por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han crecido 2.000 millones de dólares de los EE. UU. en 1950 a 104.000 millones de dólares en 1980, 495.000 millones en 2000, y 1.220.000 millones en 2016. Francia, los Estados Unidos de América, España y China siguieron copando los primeros puestos por llegadas internacionales, lo que demuestra su efectividad en el desarrollo de estrategias competitivas innovadoras que resultan ser eficaces para atraer año tras año, a un mayor número de turistas. En cuanto a ingresos por turismo internacional, los Estados Unidos y España permanecen en cabeza, seguidos de Tailandia, que escaló hasta la tercera posición desde la sexta, y de China, que ocupa el cuarto puesto (OMT, 2017).

La demanda de turismo internacional siguió la tendencia positiva de los últimos años previos. Numerosos destinos arrojaron buenos resultados, mientras que unos pocos sufrieron incidentes de seguridad. Se han observado algunos cambios de dirección en los flujos turísticos, aunque la mayoría de los destinos se han beneficiado del crecimiento general debido a una mayor demanda de viajes, la mejora de la conectividad y el abaratamiento del transporte aéreo.

Las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo podrían incrementarse en un 3,3% al año entre 2010 y 2030, hasta alcanzar los 1.800 millones en 2030, según la previsión a largo plazo que figura en el informe de la OMT, *Tourism Towards 2030* (El turismo hacia 2030). La cuota de mercado de las economías emergentes pasó del 30% en 1980 al 45% en 2016, y está previsto que alcance el 57% para 2030, lo que equivale a más de 1.000 millones de llegadas de turistas internacionales.

**Tabla 1. Panorama del turismo internacional en los años 2008 y 2013**

Panorama del turismo internacional año 2008

Llegadas de turistas internacionales (Millones)			Ingresos por turismo internacional (Miles de Millones)		
1	Francia	79,3	1	Estados Unidos	110,1
2	Estados Unidos	58,0	2	España	61,6
3	España	57,3	3	Francia	55,6
4	China	53,0	4	Italia	45,7
5	Italia	42,7	5	China	40,8
6	Reino Unido	30,2	6	Alemania	40,0
7	Ucrania	25,4	7	Reino Unido	36,0
8	Turquía	25,0	8	Australia	24,7
9	Alemania	24,9	9	Turquía	22,0
10	México	22,6	10	Austria	21,8

Panorama del turismo internacional año 2013

Llegadas de turistas internacionales (Millones)			Ingresos por turismo internacional (Miles de Millones)		
1	Francia	84,7	1	Estados Unidos	139,6
2	Estados Unidos	69,8	2	España	60,4
3	España	60,7	3	Francia	56,1
4	China	55,7	4	China	51,7
5	Italia	47,7	5	Macao (China)	51,6
6	Turquía	37,8	6	Italia	43,9
7	Alemania	31,5	7	Tailandia	42,1
8	Reino Unido	31,2	8	Alemania	41,2
9	Federación de Rusia	28,4	9	Reino Unido	40,6
10	Tailandia	26,5	10	Hong Kong (China)	38,9

Fuente: Organización Mundial del Turismo, edición 2009 y 2014

Si analizamos los resultados del panorama del turismo internacional en los años 2008 y 2013 reflejada en la tabla 1, nos damos cuenta de que Francia fue el país que más turistas e ingresos recibió Francia, al recibir 79,3 millones de turistas, correspondiendo al 8,6% del total del turismo emisor global, del mismo periodo.

Estados Unidos quedo en el segundo lugar y España en el tercer puesto, ambos con aproximadamente 6,2% del total del turismo emisor global. A pesar de la crisis económica y financiera que sacudió la economía mundial en 2008, se verifico un aumento del turismo emisor en el globo, aumentando de 922 millones en para 1087 millones en 2013. También los ingresos por turismo internacional registraron un aumento siendo que en 2008 llegaron a los 944 miles de millones, aumentando para 1159 miles de millones en 2013. Estados Unidos fue el país que logro un mayor porcentaje de los ingresos al obtener un 11,66% en el primer año que subió para un 12% en el segundo año en estudio. España en segundo lugar vio bajar su cuota de ingresos ya que bajo del 6,52% aproximadamente para un 5,21%. Francia, en el tercer puesto, siguió la misma tendencia española, viendo su cuota de ingresos recibidos bajar de un 5,88% aproximadamente, para un 4,84%. en un mercado competitivo, estos países en parte demuestran tener estrategias competitivas diferenciadas implementadas, que permitió ocupar los primeros puestos en el mercado turístico global.

El turismo represento para las Islas Canarias en el año 2008 una aportación del 29,50% sobre el total del PIB, incrementando para 31,20% en 2013, conforme se puede observar en la Tabla 2. Cuando hablamos sobre la aportación del turismo al empleo, también se observa un efecto positivo, aumentando su aportación en un 33,90% para un 35,20%.

**Tabla 2. Aportación del turismo en las Islas Canarias (2008-2013)**

	<b>Aportación del turismo al PIB de Canarias (millones de euros)</b>	<b>% sobre total PIB</b>	<b>Aportación del turismo al Empleo en Canarias</b>
2008	12.458.000,00	29,50%	33,90%
2013	12.583.000,00	31,20%	35,20%

Fuente: Estudio IMPACTUR Canarias 2013. Elaboración propia.

Se puede verificar en la Tabla 3, que España también registro un ligero aumento en la aportación del turismo al PIB, aunque en menor porcentaje comparando con las Islas Canarias, al incrementar en un 10,40% para un 10,70%. la aportación del turismo al empleo incremento de un 11,90% en 2008 para un 12,10%.

**Tabla 3. Aportación del turismo en España (2008-2013)**

	<b>Aportación del turismo al PIB de España (millones de euros)</b>	<b>% sobre total PIB</b>	<b>Aportación del turismo al Empleo en España</b>
2008(**)	113.628.000,00	10,40%	11,90%
2013 (*)	109.991.000,00	10,70%	12,10%

(\*) Fuente: INE, CST 2016, Base 2010 (estimación provisional). Elaboración propia.

(\*\*) Fuente: INE, CST (serie contable 2000-2007). Elaboración propia.

El turismo sigue siendo uno de los sectores más importantes para la economía española. Apoyado en el modelo de sol y playa, se puede notar los esfuerzos que se ven realizando para diversificar la oferta existiendo, evitando así, que una de las fortalezas se convierte en una debilidad, afectando la industria turística.

La tabla 4 muestra la entrada de turistas de los 12 países europeos a España, que representaron más de 77% de las llegadas, en un periodo en que se vio aumentar las llegadas en 57.192.014 en el año

2008 para 60.675.489 en el año 2013, según datos del Instituto de Estudios Turísticos. Es importante resaltar la importancia que tiene Europa como uno de los principales emisores de turistas hacia el mundo (aportando más del 50% en el envío de turistas al mundo durante el periodo 2008-2013).

Entre los países que más turistas enviaron para España encontramos en primer lugar a Reino Unido, con un promedio de aportación del 26% aproximadamente, viendo sus llegadas disminuir durante el periodo en estudio. Alemania, con un promedio del 17% quedó en segundo lugar, seguido de Francia con un promedio de aportación de 15%, en las llegadas de turistas internacionales a España. Considerada por su riqueza patrimonial, y natural, millones de turistas procedentes de todo el mundo llegan a este destino para visitar los monumentos de las ciudades, disfrutar de las playas y parajes de la costa.

El clima y playa es el principal motivo para visitar el país, siendo que también promovido el turismo que conlleva el disfrute de experiencias memorables durante todo el año, como siendo el turismo gastronómico (considerada por tener una de las más saludables y valoradas dietas del mundo y gastronomía con platos únicos), fiestas ( como Semana Santa o la fiesta de la Tomatina en Buñol), la cultura, (considerada por ser una de las más atractivas para los turistas, reflejada en las infraestructuras y costumbres), turismo de congresos y de compras ( incorporando un perfil diferente al del turista de sol y playa, con capacidad de gasto superior, pudiendo incorporar luego estos destinos como destinos vacacionales.)

En la tabla 5 se puede apreciar datos referentes a las entradas de pasajeros procedentes del extranjero vía aérea a las Islas Canarias según país de residencia. Según AENA, las Islas Canarias recibieron 9.216.585 de turistas en el año 2008, que aumento para 10.591.260 en el año 2013, siendo que 93% de las llegadas de turistas internacionales corresponden a los 12 países emisores en estudio. La dependencia hacia los mercados emisores es evidente, en un sector que genera la mayor parte de su riqueza económica. Las Islas Canarias es un mercado dominado por un turismo masificado siendo las islas más visitadas Gran Canaria, Tenerife, Lanzarote y Fuerteventura, que ofertan a los visitantes una gran diversidad en oferta alojativa, además del atractivo paisajístico singular encontrado en cada una de las islas.

Con un promedio 36% del total de llegadas a Canarias, Reino Unido es el país que más turistas envío al destino durante el periodo de estudio, quedando en segundo lugar Alemania, con un promedio de 26%. Francia no parece tener canarias como un destino preferencial para visitar, representando apenas un 2% en las llegadas de turistas a Canarias.

**Tabla 4. Entrada de turistas a España según país de residencia (2008-2013)**

	ALEMANIA	%	AUSTRIA	%	BÉLGICA	%	DINAMARCA	%	FINLANDIA	%	FRANCIA	%	IRLANDA	%	NORUEGA	%	PAÍSES BAJOS	%	REINO UNIDO	%	SUECIA	%	SUIZA	%	TOTAL PAISES
ESPAÑA																									
2008	10.062.629	18	546.060	1	1.636.636	3	956.546	2	509.103	1	8.149.265	14	1.658.899	3	952.720	2	2.479.928	4	15.775.244	28	1.175.260	2	1.286.725	2	57.192.014
2013	9.856.687	16	568.403	1	1.873.388	3	984.844	2	657.057	1	9.539.035	16	1.270.197	2	1.517.706	3	2.616.778	4	14.333.773	24	1.715.264	3	1.487.427	2	60.675.489

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos

**Tabla 5. Entrada de pasajeros vía aérea procedentes del extranjero entrados a las Islas Canarias según país de residencia (2008-2013)**

	ALEMANIA	%	AUSTRIA	%	BÉLGICA	%	DINAMARCA	%	FINLANDIA	%	FRANCIA	%	IRLANDA	%	NORUEGA	%	PAÍSES BAJOS	%	REINO UNIDO	%	SUECIA	%	SUIZA	%	TOTAL PAISES
ESPAÑA																									
2008	2.501.070	27	103.543	1	247.602	3	274.119	3	235.302	3	88.732	1	492.700	5	373.869	4	388.188	4	3.356.935	36	375.253	4	191.998	2	9.216.585
2013	2.597.093	25	104.093	1	371.983	4	331.987	3	276.563	3	250.536	2	412.391	4	529.974	5	444.690	4	3.670.858	35	539.210	5	239.967	2	10.591.260

Fuente: AENA

La técnica de análisis *shift-share* se ha aplicado en la industria turística (Sirakaya, Uysal, Toeper, 1995; Alavi y Yasin, 2000; Sirakaya, Choi y Var, 2002; y Yasin, Alavi, Sobral y Lisboa, 2004).

El primer estudio realizó un análisis típico diferencial estructural, para medir el empleo en la industria del turismo en Carolina del Sur para diferentes industrias (como el transporte aéreo, museos y galerías de arte y campos de golf) al principio y al final de un período determinado de análisis y luego comparado a una industria de referencia (en este caso de seis Estados del Atlántico Sur). A continuación, el crecimiento resultante durante el período se descompone en crecimiento nacional, mix-industria y el efecto competitivo.

El segundo estudio analizó las características y la dinámica del mercado turístico para cuatro países de Oriente Medio.

En el tercer estudio, Sirakaya et al. examina el empleo en la industria del turismo mediante la técnica *shift-share*. Ellos afirman que esta técnica “es una alternativa a los métodos econométricos más rigurosos para los políticos que necesitan una herramienta analítica rápida y de bajo costo para evaluar el rendimiento y la composición de la industria del turismo” (Sirakaya et al., 2002, p. 304).

En el cuarto estudio (Yasin, Alavi, Sobral y Lisboa, 2004), se utiliza la técnica *shift-share* para entender la dinámica del mercado turístico portugués, y su comportamiento comparada con España, Francia, Italia y Grecia (a partir de las cuatro diferentes regiones del mundo (Europa, América, Asia Oriental y el Pacífico y Otros, incluidos África y el resto de Asia). Los países receptores elegidos compartían con Portugal la proximidad de la ubicación geográfica, como alguna similitud en términos de las atracciones de sus turistas. Por lo tanto, el desempeño de cada país se puede comparar con el rendimiento colectivo del punto de referencia, que es el grupo de países utilizado en este estudio. Los resultados obtenidos demostraron que Portugal estuvo cerca de su cuota de mercado esperada gracias al buen comportamiento de otros países incluidos África y el resto de Asia, además que España posiblemente estaba atrayendo turistas de Portugal, derivado de una posible ventaja competitiva, ante los problemas de destino que se enfrentaba Portugal como siendo la imagen, turismo interno y productos turísticos subdesarrollados.

### **3. METODOLOGÍA**

Con el objetivo de estudiar la evolución y el comportamiento diferencial de las llegadas de turistas de los doce países europeos emisores, que representaron para España más del 77% y para Canarias, el 93%, su peso en la contribución sobre el total de llegada de turistas internacionales en los años

2008 y 2013 se utilizó la técnica de análisis *shift-share*, fundada en 1943 “cambios de ubicación” de Creamer en la manufactura, que es una herramienta que divide el crecimiento de una variable económica (como ingresos, producción, empleo, etc.) en una zona particular (es decir, estado, región, ciudad) en varios componentes (Mondal, 1992; Dinc y Haynes, 1999).

Se aplicó una versión diferente de la técnica *shift-share* desarrollada por Esteban-Marquillas (1972) y utilizado por Alavi y Yasin (2000) para medir el crecimiento de las llegadas de turistas en la zona de Oriente Medio (Egipto, Israel, Jordania y Siria), utilizada posteriormente para entender la dinámica del mercado turístico portugués referente a la llegada de turistas internacionales en los años 1992-1996 (Yasin, Alavi, Sobral y Lisboa, 2004), sirviendo este último, como base para entender el análisis *shift-share* y su aplicación a España y Canarias, tomando como marco temporal de análisis, los años 2008 y 2013.

El *shift-share* es una técnica estadística en la que cambios discretos en una variable se dividen en diversos componentes para identificar fuentes subyacentes de crecimiento o disminución. Este tipo de análisis ha sido ampliamente utilizado para examinar los cambios en el empleo por zona geográfica, pero también puede ser aplicado a las cuestiones de competitividad de las exportaciones en el comercio internacional, donde también es conocido como “análisis de la cuota constante de mercado”.

Una ventaja importante de la técnica *shift-share* es su simplicidad y el hecho de que su uso no requiere la recopilación de datos primarios. La técnica *shift-share* sigue siendo una herramienta barata, popular y sencilla, para analizar el comportamiento y la composición de la variable económica.

Las principales limitaciones del análisis *shift-share* se centra en preocupaciones tales como la naturaleza temporal, contenido teórico y capacidades predictivas de la técnica (Yasin, Alavi, Sobral y Lisboa, 2004). Según Barff y Iii (1988), uno de los aspectos más criticados proviene de su naturaleza temporal; esta técnica generalmente examina los cambios económicos al comienzo y al final de un intervalo de varios años, por ejemplo, 1990-2000. En otras palabras, la técnica no permite ajustes a los cambios que pueden ocurrir durante otros años dentro de ese intervalo preespecificado. Sin embargo, las limitaciones inherentes de este método estático comparativo pueden superarse mediante el cálculo de los efectos del *shift-share* sobre una base de varios años mediante la creación de datos dinámicos, similares a series de tiempo (E. Sirakaya, Choi y Var, 2002).

Debido a la incertidumbre de su contenido teórico, no podemos, hacer juicios sobre las causas probables de la desventaja competitiva de acuerdo con los resultados analíticos. Es decir, no puede responder a las preguntas desconcertantes de si el modelo explica los cambios significativos en la

industria, y si es un modelo válido para examinar tales cambios (Knudsen, 2000). Por lo tanto, para buscar explicaciones adicionales, necesitaríamos llevar a cabo análisis adicionales, como la regresión del análisis del efecto competitivo (Andrikopolous, Brox y Carvalho, 1990).

En cuanto a las capacidades predictivas, los modelos *shift-share* se usan ampliamente como herramientas de predicción a pesar de deficiencias teóricas y cierta evidencia empírica de falta de fiabilidad (Hellman, 1976). En general, se acepta que la técnica es un dispositivo descriptivo que solo refleja la demanda del mercado y los vínculos de oferta entre las industrias nacionales regionales y correspondientes y que muestra cambios temporales en las ventajas comparativas regionales de cada industria (Williamson, 1980).

Aunque el análisis *shift-share* tradicional es una técnica basado en la contabilidad, las formas probabilísticas de esta técnica también han estado en uso (Knudsen, 2000). Esta técnica es usualmente aplicada en los estudios económicos, pero puede ser utilizado en otros entornos. Por ejemplo, una versión de esta técnica llamada modelo cuota constante de mercado (CCM) se ha utilizado para analizar el crecimiento en el comercio internacional (Ahmadi-Esfahani, 1995; Ongsritrakul y Hubbard, 1996; Ninez Piezas-Jerbi y Coleman Nee, 2009).

La ecuación para la aplicación del análisis *shift-share* para la industria del turismo en el país o destino (j), recibiendo turistas del país emisor (i), se puede expresar como:

**Figura 1. Ecuación para la aplicación del análisis shift-share para la industria del turismo**

Crecimiento país 2008-2013	Efecto global	Efecto país emisor	Efecto competitivo	Ventaja/Especialización
$T_{ij}^1 - T_{ij}^0 = T_{ij}^0(C_{MUNDO}) + T_{ij}^0(C_{PAÍS\ EMISOR\ i} - C_{MUNDO}) + \hat{T}_{ij}(C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i}) + (T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij})(C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i})$				
Donde:				
$C_{ij} = \frac{T_{ij}^1 - T_{ij}^0}{T_{ij}^0}$	$C_{MUNDO} = \frac{T_{MUNDO}^1 - T_{MUNDO}^0}{T_{MUNDO}^0}$	$C_{PAÍS\ EMISOR\ i} = \frac{T_{PAÍS\ EMISOR\ i}^1 - T_{PAÍS\ EMISOR\ i}^0}{T_{PAÍS\ EMISOR\ i}^0}$	$\hat{T}_{ij} = T_{ij}^0 \frac{T_{PAÍS\ EMISOR\ i}^0}{T_{MUNDO}^0}$	
Fuente: "A Shift-Share Analysis Approach to Understanding the Dynamic of the Portuguese Tourism Market" (Alavi, Yasin, Sobral y Lisboa, 2004)				

Los términos de las ecuaciones anteriores se definen como:

$T_{ij}^1 =$	La llegada de turistas al país o destino (j) del país emisor (i) en el período de 1 (es decir, el final del período).
$T_{ij}^0 =$	La llegada de turistas al país o destino (j) del país emisor (i) en el período 0 (es decir, el comienzo del periodo)
$C_{MUNDO} =$	Tasa de crecimiento total de las llegadas totales de turistas de todos los países emisores al mundo (economía de referencia o <i>Benchmark</i> ) en el periodo de 0 a 1.
$T_{j=}$	El total de llegadas de turistas de todos los países emisores al país o destino (j) en el período 0.
$T^0_{PAÍS EMISOR i} =$	El total de llegadas de turistas del país emisor (i) al mundo en el período 0.
$T^1_{PAÍS EMISOR i} =$	El total de llegadas de turistas del país emisor (i) al mundo en el período 1.
$T^0_{MUNDO} =$	El total de llegadas de turistas de todos los países emisores al mundo en el período 0.
$T^1_{MUNDO} =$	El total de llegadas de turistas de todos los países emisores al mundo en el período 1.
$C_{PAÍS EMISOR i} =$	La tasa de crecimiento de llegadas de turistas del país emisor (i) al mundo en el período de 0 a 1.
$C_{ij} =$	La tasa de crecimiento de llegada de turistas del país emisor (i) al país o destino (j) en el período de 0 a 1.
$\hat{T}_{ij} = \hat{T}_{ij}$	Representa lo que serían las llegadas de turistas al país o destino (j) desde el país emisor (i) si la estructura y el patrón de las llegadas de turistas del país emisor (i) fueron iguales a la economía de referencia o <i>benchmark</i> .

En esta formulación, el crecimiento actual de la llegada de turistas al país o destino (j) desde el país emisor (i) en el período de 0 a 1 se descompone en cuatro componentes. Estos son:

***Efecto global*** [  $T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$  ]

Este efecto mide el cambio en las llegadas de turistas que un país podría esperar, si su tasa de crecimiento fuera igual a la economía de referencia. Representa la cuota de mercado turístico de un país o destino con relación a la economía de referencia o *benchmark*. Al comparar el efecto global con el crecimiento actual del país o destino, hay tres posibilidades que deben ser examinados. (1) Si su valor es igual al crecimiento actual, entonces el país ha mantenido su cuota de mercado de afluencia de turismo al mundo. En este caso, la suma de los otros efectos será igual a cero. (2) Si, por el contrario, este efecto es mayor que el crecimiento actual, entonces significa que el país recibió menos turistas de lo que se esperaba. En este caso, el análisis de los otros efectos será importante para explicarlo. (3) El último resultado posible es cuando el efecto global es menor que el crecimiento

actual del país o destino. Esto significa que el país está recibiendo más turistas de lo que se esperaba. Una vez más, el examen de los otros tres efectos debe proporcionar algunas ideas para explicarlo.

**Efecto país emisor** [ $T_{ij}^0 (C_{\text{PAÍS EMISOR } i} - C_{\text{MUNDO}})$ ]

Este efecto mide la diferencia entre la tasa de crecimiento del turismo del país emisor (i) al mundo y la tasa de crecimiento global de todos los países emisores al mundo. Si la tasa de crecimiento del turismo del país emisor (i) es mayor que la tasa de crecimiento global entonces el efecto es positivo. En el caso contrario, el efecto es negativo (perdiendo peso en la contribución del turismo al mundo). Si este componente es positivo, entonces significa el foco de esfuerzos en países emisores con tasas de crecimiento superiores a la tasa de crecimiento promedio. Por otro lado, un componente negativo significa el foco de esfuerzos en países emisores con una tasa de crecimiento inferior a la media.

**Efecto competitivo** [ $\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{\text{PAÍS EMISOR } i})$ ]

Este efecto mide la diferencia entre la tasa de crecimiento del turismo del país emisor (i) al país o destino (j) y la tasa de crecimiento del país emisor (i) al mundo. Si este efecto es positivo, entonces significa que el país está atrayendo más turistas del país emisor (i) que el *benchmark*. En otras palabras, el efecto competitivo se vuelve positivo cuando el país está aumentando la entrada de turistas de un determinado país emisor más rápidamente que sus competidores, de lo contrario será negativo. Si un país puede atraer a los turistas a un ritmo mayor que su economía de referencia, significa que el país tiene una ventaja competitiva. Si no, el país tiene una desventaja competitiva.

**Ventaja/Especialización** [ $(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{\text{PAÍS EMISOR } i})$ ]

Este componente, mide el crecimiento de las llegadas de turistas que es atribuido a la interacción del efecto del país emisor y el efecto competitivo. Este elemento es único del modelo de Esteban-Marquillas (1972) donde es conocido por Efecto de Interacción. Indica si un país está especializado en la atracción de turistas de países emisores en los cuales tiene una ventaja competitiva. La magnitud de este efecto indica lo bien que está haciendo el país para atraer a turistas de países emisores en función de su ventaja competitiva. Por lo tanto, según Alavi y Yasin (2000), un país puede tener una “ventaja competitiva” o “desventaja” y puede ser “especializado” o “no especializado” en la atracción de los turistas del país emisor (i). Estas cuatro posibilidades están sintetizadas en la figura 2.

Hay que aclarar también que en el trabajo de investigación se realizó los cálculos de las ventajas/especialización utilizando el modelo de Esteban-Marquillas (1972) y el modelo implementado por Alavi y Yasin (2000), pero se tomó como referencia, el segundo modelo para entender la interacción de las ventajas/especializaciones aplicadas a España y las Islas Canarias.

**Figura 2. Ilustración de posibles Ventajas/Especialización**

		VENTAJA COMPETITIVA	
		(+) Ventaja	(-) Desventaja
ESPECIALIZACIÓN	(+) Especializada	$(C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i}) > 0$ $(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) > 0$ VE (+)	$(C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i}) < 0$ $(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) > 0$ DE (-)
	(-) No Especializada	$(C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i}) > 0$ $(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) < 0$ VN (-)	$(C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i}) < 0$ $(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) < 0$ DN (+)

Fuente: A Shift-Share Analysis Approach to Understanding the Dynamic of the Portuguese Tourism Market (Alavi, Yasin, Sobral & Lisboa, 2004)

#### 4. FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la realización del trabajo de investigación, el caso en estudio se basa en análisis de datos secundarios cuantitativos proporcionados por la Organización Mundial del Turismo, mediante la presentación de una solicitud de información previa, referentes al turismo emisor por país de origen al mundo de los años 2008 y 2013 (ver tabla 6 en anexos). La OMT está reconocida por las Naciones Unidas como la organización competente para recopilar y analizar los datos oficiales del turismo aportadas por los gobiernos o las administraciones nacionales de turismo para su posterior publicación, sirviendo para uniformar y mejorar las estadísticas de turismo. Ella brinda la más completa compilación estadística de turismo de países y territorios de todo el mundo, publicados anualmente a través de el Compendio de estadísticas de turismo (proporcionando datos estructurados del turismo receptor, interno, emisor, industrias turísticas, empleo e indicadores complementarios o macroeconómicos de cada país) y el Anuario de estadísticas de turismo. Ambos informes son de gran importancia para agentes turísticos que lo utilizan como herramienta de referencia que añade valor en la toma de decisiones político/turísticas que favorezcan los destinos con una visión hacia un desarrollo turístico sostenible en todas sus vertientes (social, económica y ambiental).

Este dato permite que se obtenga la tasa de crecimiento del turismo emisor de cada país, siendo que para este trabajo de investigación se tomó como *Benchmark* o Economía de Referencia, la suma del turismo emisor de los doce países europeos al mundo en el periodo 2008-2013, derivado de la

dificultad en obtener datos referentes al total de turistas emitidos al mundo por todos los mercados emisores de turistas global.

La dificultad en conseguir datos completos de turismo emisor de países como Irlanda, Noruega, Reino Unido según la aportación de base ofrecida por la OMT, fue ultrapasada al ser complementadas con datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (*OECD*, siglas en inglés).

Se utilizó también datos obtenidos a través de Turespaña referente a la entrada de turistas de los doce países emisores a España según países de residencia (ver tabla 4), y a las Islas Canarias, datos proporcionados por AENA sobre la entrada de pasajeros vía aérea procedentes del extranjero según país de residencia durante el periodo de estudio (ver tabla 5), ya que recién en 2010, FRONTUR Canarias empezó a aportar datos estadísticos relacionados con los movimientos de turistas hacia las Islas Canarias.

El periodo temporal en estudio (años 2008 y 2013) para la realización del trabajo de investigación fue elegido de acuerdo con la disponibilidad de datos secundarios existentes, que acabaron por coincidir en un marco temporal marcado por dos grandes eventos mundiales que afectaron de forma positiva o negativa muchos destinos turísticos: La crisis económica y financiera y la Primavera Árabe.

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis muestra en la tabla 7, que el número de turistas que llegaron de Alemania para España disminuyeron en 205.942. Usando la técnica *shift-share*, este crecimiento fue descompuesto en los siguientes cuatro componentes. El Efecto global representó 31.938 turistas llegados. Este efecto representa la cuota de mercado esperada por España si su tasa de crecimiento fuera igual a la tasa de crecimiento global de la economía de referencia o *benchmark*. España obtuvo una tasa de crecimiento inferior de -2,05% en relación con la tasa de crecimiento global del 0,32%. Por lo tanto, España recibió de Alemania menos turistas de lo esperado. La diferencia negativa de 237.880 es explicada por los otros tres componentes. El efecto país emisor representó 114.914. Eso indica que la tasa de crecimiento de turistas de llegadas de Alemania al mundo es mayor que la tasa de crecimiento global de todos los países emisores al mundo (es decir,  $C_{\text{PAÍS EMISOR } i} > C_{\text{MUNDO}}$  o  $1,46\% > 0,32\%$ ). Esto implica que los turistas alemanes están ganando peso en la contribución global de turismo. Por lo tanto, este análisis indica claramente que España se concentró en atraer turistas de un país emisor, que tiene una tasa de crecimiento promedio más alta con relación a la economía de referencia o

*benchmark*. El efecto competitivo negativo de 645.798 indica que la tasa de crecimiento de España en términos de atracción de turistas de Alemania es menor que la tasa promedio de este país emisor (es decir,  $C_{ij} < C_{PAÍS\ EMISOR\ i}$  o  $-2,05\% < 1,46\%$ ). Como resultado, los turistas alemanes viajaron a España a una menor tasa en relación con otros países en el mundo. Esto implica que España tiene una desventaja competitiva para atraer a los turistas alemanes en relación con su *benchmark*. La ventaja/especialización de 293.004 turistas que llegaron, apoyado en la ilustración de posibles ventajas/especializaciones presentes en la figura 2, indica que aparte de España tener una desventaja en atraer turistas de Alemania ( $C_{ij} < C_{PAÍS\ EMISOR\ i}$ ), no está especializada en esta región ( $T_{ij}^0 < \hat{T}_{ij}$ ).

**Tabla 7. Análisis shift-share de la llegada de turistas desde Alemania a España (2008-2013)**

AÑO	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	ALEMANIA	TOTAL	ALEMANIA	TOTAL
2008	10.062.629	57.192.014	86.201.000	267.645.659
2013	9.856.687	60.675.489	87.459.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	-205.942
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	31.938
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS\ EMISOR\ i} - C_{MUNDO})$	114.914
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i})$	-645.798
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i})$	293.004

Elaboración propia

El resultado general del análisis *shift-share* de los 12 países europeos a España presente la tabla 8, demuestra que este destino obtuvo buenos resultados, recibiendo más turistas con relación a su cuota de mercado esperada, absorbiendo turistas de otros países del *benchmark*, con gran destaque a países donde demuestra tener fuerte influencia como Francia (contribuyó con un promedio del 15%, en la llegada de turistas internacionales a España), esperaba recibir 25.865 turistas, pero recibió 1.389.769 turistas, estando también especializada en atraer turistas de este país emisor. Países como Noruega (esperaba recibir 3.024 turistas, pero recibió 564.986), Países Bajos (esperaba recibir 7.871 turistas, pero recibió 136.850), Suecia (esperaba recibir 3.730 turistas, pero recibió 540.003) y Suiza (esperaba recibir 4.084 turistas, pero recibió 200.703) donde España tiene fuerte ventaja competitiva

e influencia también contribuyeron para el buen comportamiento registrado en el periodo de estudio, sin embargo, España no está especializada en atraer turistas de dichos países emisores.

**Tabla 8. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas a España (2008-2013)**

Países emisores	Crecimiento país 2008-2013	Efecto global	Efecto país emisor	Efecto competitivo	Ventaja/Especialización	Código
Alemania	-205.942	31.938	114.914	-645.798	293.004	D,N
Austria	22.343	1.733	54.357	-127.794	94.047	D,N
Bélgica	236.751	5.195	347.657	-134.714	18.613	D,N
Dinamarca	28.298	3.036	91.910	-94.499	27.851	D,N
Finlandia	147.954	1.616	233.890	-215.125	127.572	D,N
Francia	1.389.769	25.865	151.779	810.675	401.451	V,E
Irlanda	-388.702	5.265	-362.865	-31.559	456	D,N
Noruega	564.986	3.024	206.049	607.491	-251.577	V,N
Países Bajos	136.850	7.871	-48.981	282.132	-104.172	V,N
Reino Unido	-1.441.470	50.070	-2.589.581	994.298	103.742	V,E
Suecia	540.003	3.730	228.475	743.816	-436.017	V,N
Suiza	200.703	4.084	140.899	103.146	-47.427	V,N
Total	1.231.544	143.427	-1.431.496	2.292.070	227.543	V,N

Fuente: IET, *OECD* y OMT; Elaboración propia

El análisis de los resultados referentes a las ventajas/especializaciones de los países emisores a España presentes en la tabla 9 nos aporta una visión complementaria y sencilla para analizar el comportamiento de las llegadas de turistas.

**Países donde España tiene ventaja competitiva y está especializada en atraer turistas:**

Francia y Reino Unido son los países en el cual España tiene fuerte ventaja competitiva y en donde se encuentra especializada en atraer turistas, sin embargo, estos dos países emisores obtuvieron comportamientos diferentes durante el periodo de estudio. La llegada de turistas desde Francia a España incremento en un 17,05%. Este mercado emisor también gana peso en la contribución global de turismo ( $C_{PAÍS\ EMISOR\ i} > C_{MUNDO}$  o  $2,18\% > 0,32$ ), mientras que Reino Unido vio disminuir la llegada de turistas a España, lo que seguramente esté relacionado al hecho de que este país emisor

vio disminuir su peso en la contribución global del turismo (-16,10% < 0,32). España recibió menos turistas de este país con comparación a su cuota de mercado esperada, sin embargo, su ventaja competitiva reside en su capacidad de atraer turistas de este mercado emisor a un ritmo más acelerado en relación con otros países competidores del *benchmark*. Cabe mencionar el peso que tiene Reino Unido en la contribución de envío de turistas hacia el destino durante el periodo de estudio, siendo el país que más turistas envió a España (promedio de aportación de 26%). Francia, que en el tercer puesto (promedio de aportación de 15%) tiene a España como uno de los destinos preferidos para el disfrute de sus vacaciones. El hecho de existir buenas infraestructuras turísticas como carreteras, aeropuertos y la proximidad aparecen como un fuerte aliado a la ventaja/especialización hacia este país emisor.

**Tabla 9. Ventaja/Especialización de los países emisores a España**

		VENTAJA COMPETITIVA	
		(+) Ventaja	(-) Desventaja
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	(+) Especializada	Francia Reino Unido  V,E (+)	   D,E (-)
	(-) No Especializada	Noruega Países Bajos Suecia Suiza  V,N (-)	Alemania Austria Bélgica Dinamarca Finlandia Irlanda  D,N (+)

Elaboración propia

**Países donde España tiene ventaja competitiva pero no está especializada en atraer turistas:**

Las llegadas de turistas desde Noruega, Suecia y Suiza favorecieron a España, al recibir más turistas con relación a su cuota de mercado esperada. Los tres países emisores de turistas ganaron peso en la contribución global del turismo durante el periodo de estudio ( $C_{PAÍS\ EMISOR\ i} > C_{MUNDO}$ ), siendo que

España aprovechó de su ventaja competitiva logrando aumentar la entrada de turistas de forma más acelerada en relación con sus competidores.

Con un aumento en la llegada de turistas a España en un 5,52%, Países Bajos obtuvo un comportamiento similar a los tres países mencionados, pero con la diferencia de que vio bajar su peso en la contribución global del turismo ( $-1,66\% < 0,32\%$ ). Sin embargo, sigue siendo un mercado donde España tiene ventaja competitiva.

España vio aumentar la llegada de turistas de estos cuatro países emisores, pero, cabe resaltar que no está especializada en atraer turistas de estos mercados emisores, y que probablemente el aumento de llegadas esté relacionado con la ventaja competitiva ante otros países o destinos turísticos.

**Países donde España tiene desventaja competitiva pero no está especializada en atraer turistas:**

Durante el periodo de estudio el número de turistas irlandeses a España bajó en 388.702. Con un promedio de aproximadamente 2,4% en la contribución de turistas hacia el destino durante el periodo de estudio, España recibió menos turistas de Irlanda con relación a su cuota de mercado esperada. A este comportamiento negativo se suma el hecho de que este país emisor bajó su peso en la contribución global de turistas, como también de que España esté perdiendo turistas irlandeses para otros países o destinos receptores (desventaja competitiva), demostrando también no estar especializado en este mercado emisor.

Austria, Bélgica, Dinamarca, y Finlandia vieron aumentar la llegada de turistas a España. Su peso en la contribución de turistas hacia el destino en estudio no parece ser muy relevante, sin embargo, demostraron ser mercados que lograron aumentar su peso en la contribución global de turismo, con gran destaque para Finlandia ( $46,26\% > 0,32\%$ ), aunque España no logró aprovechar de esta ventaja en estos mercados emisores donde, además, no tiene especialización.

Alemania, como Irlanda, vio disminuir la llegada de turistas a España recibiendo menos turistas con relación a la cuota de mercado turístico esperado. Siendo el segundo mercado emisor más importante para el destino en estudio (peso de contribución de aproximadamente 17% en la llegada de turistas internacionales a España), se puede verificar que España no está especializada en atraer turistas de Alemania, que si bien aumentó su peso en la contribución global de turismo ( $1,46\% > 0,32\%$ ), España no logró aprovechar de esta ventaja competitiva perdiendo turistas alemanes para otros países del *benchmark*. Por último, hay que destacar el hecho de que no se verificó ningún caso de países emisores en donde España tuviera una desventaja competitiva estando al mismo tiempo especializada en atraer turistas de dicho mercado.

En el resultado general del análisis *shift-share* de los 12 países europeos a las Islas Canarias presente en la tabla 10, observamos que este destino también obtuvo buenos resultados al recibir más turistas con relación a su cuota de mercado esperada, teniendo una buena contribución de países donde las Islas Canarias tiene fuerte ventaja competitiva y donde demuestran estar especializada como Dinamarca (esperaba recibir 870 turistas pero recibió 57.868), Noruega (esperaba recibir 1.187 turistas pero recibió 156.105) y Reino Unido (esperaba recibir 10.655 pero recibió 313.923). La contribución de países con fuerte ventaja competitiva en los cuales las Islas Canarias no está especializada en atraer turistas como Alemania, Bélgica, Francia, Países Bajos, Suecia y Suiza, también influyeron en el rendimiento positivo verificado en el análisis *shift-share* durante el periodo de estudio.

**Tabla 10. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas a las Islas Canarias (2008-2013)**

Países emisores	Crecimiento país 2008-2013	Efecto global	Efecto país emisor	Efecto competitivo	Ventaja/Especialización	Código
Alemania	96.023	7.938	28.562	70.645	-11.122	V,N
Austria	550	329	10.307	-32.459	22.373	D,N
Bélgica	124.381	786	52.596	87.753	-16.754	V,N
Dinamarca	57.868	870	26.339	24.445	6.214	V,E
Finlandia	41.261	747	108.101	-57.903	-9.684	D,E
Francia	161.804	282	1.653	1.582.480	-1.422.610	V,N
Irlanda	-80.309	1.564	-107.772	14.259	11.641	V,E
Noruega	156.105	1.187	80.858	51.911	22.149	V,E
Países Bajos	56.502	1.232	-7.667	102.723	-39.786	V,N
Reino Unido	313.923	10.655	-551.057	585.854	268.471	V,E
Suecia	163.957	1.191	72.950	109.546	-19.730	V,N
Suiza	47.969	609	21.024	52.652	-26.316	V,N
Total	1.140.034	27.389	-264.105	2.591.905	-1.215.155	V,N

Fuente: AENA, *OECD* y OMT; Elaboración propia

El análisis de los resultados referentes a las ventajas/especializaciones de los países emisores a las Islas Canarias presentes en la tabla 11 nos aporta una visión complementaria y sencilla para analizar el comportamiento de las llegadas de turistas:

**Tabla 11. Ventaja/Especialización de los países emisores a las Islas Canarias**

		VENTAJA COMPETITIVA	
		(+) Ventaja	(-) Desventaja
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	(+) Especializada	Dinamarca Irlanda Noruega Reino Unido  V,E (+)	Finlandia  D,E (-)
	(-) No Especializada	Alemania Bélgica Francia Países Bajos Suecia Suiza  V,N (-)	Austria  D,N (+)

Elaboración propia

**Países donde las Islas Canarias tiene ventaja competitiva y está especializada en atraer turistas:**

Según el análisis shift-share, se puede apreciar que Dinamarca y Noruega lograron resultados bastante positivos, registrando un aumento en el número de llegadas de turistas a las Islas Canarias, superando así, su cuota de mercado esperada. Aunque representan un promedio de 3% y un 5% en las llegadas hacia el destino durante el periodo de estudio, se nota que el aumento del peso en la contribución global de turismo por parte de Dinamarca (9,93% > 0,32%) y Noruega (21,94% > 0,32%) fue aprovechado por las Islas Canarias, que registro incluso un crecimiento elevado en el peso de contribución de estos dos mercados hacia el destino en estudio ( 21,11% y 41,75% respectivamente), lo que comprueba la ventaja competitiva que tiene las Islas Canarias en atraer turistas de dichos mercados emisores.

Irlanda y Reino Unido al igual que el comportamiento registrado en España, vieron disminuir su peso en la contribución global de turismo durante el periodo de estudio. El destino recibió de Irlanda menos turistas con relación a la cuota de mercado esperada, sin embargo, en sentido contrario se verificó un aumento en la llegada de turistas de Reino Unido que fue el mercado con más peso en la contribución de llegada de turistas internacionales a las Islas Canarias, con un promedio del 36%.

Las islas Canarias demostró tener una ventaja competitiva y de estar especializada en atraer turistas de estos cuatro países emisores aún después de registrarse una disminución en el peso de contribución global de turismo en el periodo de estudio por parte de Reino Unido y Irlanda.

**Países donde las Islas Canarias tiene ventaja competitiva pero no está especializada en atraer turistas:**

En Alemania, el segundo país que más turistas envió al destino (promedio del 26%), Bélgica, Francia Suecia y Suiza se verificó un gran aumento en la llegada de turistas con relación a la cuota de mercado esperada. El hecho de que todos los países aumentaron su peso en la contribución global de turismo fue aprovechado por la ventaja competitiva de tiene las Islas Canarias en atraer turistas de los mercados mencionados, con destaque para Bélgica que aumento en 21,56% y Suecia, en 19,76% su tasa de crecimiento de envío de turistas al mundo.

Países Bajos obtuvo un comportamiento positivo similar a los países mencionados, diferenciando en el hecho de que este mercado perdió peso en la contribución global de turismo, sin embargo, la llegada de turistas de este país aumento en 56.502 turistas, durante el periodo de estudio, lo que podría ser asociado al hecho de que las Islas Canarias tenga ventaja competitiva en atraer turistas de forma más acelerada comparada con otros países competidores.

**Países donde las Islas Canarias tiene desventaja competitiva y está especializada en atraer turistas:**

La llegada de turistas de Finlandia a las Islas Canarias aumentó en 41.261 turistas durante el periodo de estudio. Este mercado emisor vio crecer su peso en la contribución global de turismo (46,26% > 0,32%), sin embargo, los resultados del análisis demuestran que las Islas Canarias tiene desventaja competitiva en atraer turistas de este mercado emisor que represento para el destino un peso promedio de contribución del 3% en las llegadas de turistas internacionales. A pesar de esta desventaja competitiva, las Islas Canarias está especializada en atraer turistas de Finlandia.

**Países donde las Islas Canarias tiene desventaja competitiva pero no está especializada en atraer turistas:**

Con un promedio de contribución en la llegada de turistas internacionales a las Islas Canarias de apenas 1%, los resultados del análisis *shift-share* demuestran que Austria fue el único país en el que el destino tiene desventaja competitiva y no se encuentra especializada en atraer turistas. Con 10,27%, su tasa de crecimiento de envío de turistas al mundo contra los 0,32% la tasa de crecimiento del envío de turistas de todos los países emisores durante el periodo de estudio, los resultados del análisis nos indican que este mercado aumento su peso en la contribución global de turismo. Las Islas Canarias están apostando en un mercado con gran tasa de crecimiento, sin embargo, el efecto competitivo se vuelve negativo, ya que la tasa de crecimiento de la llegada de turistas austriacos al destino es menor que la tasa de crecimiento de envío de turistas de este mercado al mundo.

## 6. CONCLUSIONES

Según datos de la Organización Mundial del Turismo, la expansión del fenómeno turístico en las últimas décadas continuará hasta convertirse en el sector comercial más relevante del mundo. En un mercado turístico global competitivo, el éxito de las estrategias turísticas siempre dependerá, al final, de la toma de decisiones políticas acertadas que pasan por entender el mercado, ver que se puede hacer para mejorar (innovar) y el cómo hacerlo.

Factores como la crisis económica y financiera de 2008 o la primavera árabe que tuvo especial incidencia entre los años 2010 a 2013 seguramente influyeron en el comportamiento turístico a escala global o a nivel de los destinos en estudio, pero la obtención de conclusiones definitivas requeriría de investigaciones más profundas tanto en los mercados emisores de turistas como en los mercados receptores.

Reino Unido fue el país que más turistas envío hacia los dos destinos en el periodo de estudio, con un promedio aportación del 26% sobre el total de turistas internacionales llegados a España y un promedio aportación del 36% sobre el total de turistas internacionales llegados a las Islas Canarias.

En segundo lugar, Alemania fue el segundo mayor país emisor de turistas hacia los dos destinos, con un promedio de aportación del 17% sobre el total de turistas internacionales llegados a España y a las Islas Canarias, con un promedio aportación del 26%.

Francia fue el tercer país que más aportó a la llegada de turistas internacionales llegados a España, con un promedio del 15%. Sin embargo, es uno de los países emisores que menos aportó a la llegada de turistas internacionales a las Islas Canarias, con un promedio de 2% aproximadamente.

Finlandia aparece como el único país emisor de turistas en donde las Islas Canarias está especializada y al mismo tiempo en desventaja competitiva en atraer turistas con relación a otros países del *benchmark*. Curiosamente, fue el país donde se registró un mayor aumento en la tasa de crecimiento de envío de turistas al mundo, con un incremento de 46,26%, considerando los doce países emisores.

A pesar de registrar una disminución en la llegada de turistas británicos a España, y en sentido inverso, un aumento en la llegada de turistas hacia las Islas Canarias, ambos destinos siguen teniendo en común la ventaja competitiva y la especialización en atraer turistas de este mercado, en un periodo en el que Reino Unido vio disminuir su peso en la contribución de turistas al mundo. Sin embargo, sigue siendo el mercado internacional emisor de turistas con mayor aportación a la llegada de turistas internacionales hacia los dos destinos durante el periodo de estudio.

Países Bajos, Suecia y Suiza son los tres países donde tanto España y las Islas Canarias tienen en común la ventaja competitiva, sin embargo, no se encuentran especializados en atraer turistas estos mercados emisores.

Irlanda, Países Bajos y Reino Unido fueron los únicos países que perdieron peso en la contribución de turistas al mundo, durante el periodo de estudio.

España y Canarias tienen en común la desventaja competitiva y a la vez no estar especializados en atraer turistas de Austria. Los dos destinos registraron un crecimiento positivo en la llegada de turistas austriacos sin embargo esta tasa de crecimiento fue inferior comparado con la tasa de contribución de turistas al mundo por parte de Austria, lo que refleja en la desventaja competitiva en un mercado emisor que apenas contribuyó con 1% hacia los dos destinos receptores, en la llegada de turistas extranjeros.

Basado en los resultados del trabajo de investigación, se recomienda a las entidades responsables por la promoción y divulgación de los destinos turísticos en estudio, la creación de políticas y acciones que permitan superar las desventajas/no especialización hacia los países emisores adaptando y liderando el mercado turístico español y canario hacia un liderazgo competitivo turístico global, a lo mejor no siendo el país que más turistas recibe pero sí creando condiciones para que haya mayores gastos en el destino, contribuyendo cada vez más para el aumento de los ingresos provenientes de la actividad turística y que se pueda reflejarse positivamente en el bien común social.

Se recomienda el uso de la técnica *shift-share* como sencilla herramienta de investigación aplicada a las llegadas de turistas que puede servir para analizar y comprender la dinámica de los mercados emisores y los destinos turísticos, aportando datos que pueden servir para futuras investigaciones, siempre y cuando se sean utilizados datos reales adquiridos en las entidades competentes que nos remita a la obtención de resultados confiables. Sin embargo, la técnica de análisis *shift-share* tiene

sus limitaciones como puede ser su naturaleza descriptiva o su dependencia del marco temporal (que puede ser superada con el uso del análisis *shift-share* dinámico), o la existencia de poco contenido teórico.

## REFERENCIAS

Ahmadi-Esfahani, F.Z. (1995): "Wheat Market Shares in the Presence of Japanese Import Quotas." *June*, v17 i3 p315 (9).

Alavi, J., and Yasin, M. M. (2000): "A Systematic Approach to Tourism Policy." *Journal of Business Research*, Vol. 48,147-156.

Andrikopolous, A., Brox, J., & Carvalho, E. (1990). Shift-share analysis and the potential for predicting regional growth patterns: some evidence for the region of Quebec, Canada. *Growth and Change*, 21(1), 1-10.

Barff, R. A., & Iii, P. L. K. (1988). Dynamic shift-share analysis. *Growth and Change*, 19(2), 1-10.

Dinc, M. and Haynes, K.E. (1999): "Regional Efficiency in the Manufacturing Sector: Integrated Shift-Share and Data Envelopment Analysis." *Economic Development Quarterly*, May, v13 i2 p183 (17).

Esteban-Marquillas, J.M. (1972): "Reinterpretation of Shift- Share Analysis." *Regional and Urban Economics*, 2(3),249-255.

Hellman, D. A. (1976). Shift-share models as predictive tools. *Growth and Change*, 7(3), 3-8.

Houston, D.B. (1967): "The shift and share analysis of regional growth: A critique." *Southern Economic Journal*, 33: 577-81.

Knudsen, D. C. (2000): "Shift-share analysis: Further examination of models for the description of economic change," *Socio-Economic Planning Sciences*, v34 p177-198.

Mondal, W.I. (1992): "An Evaluation of Industrial Recruitment Initiatives and Employment Growth in Arkansas." *Southwest Journal of Business & Economics*, v9 n2 p27(8).

Ongsritrakul, S. And Hubbard, L. (1996): "The Export Market for Thai Frozen Shrimps in the European Union." *British Food Journal*, Aug 1, v98 i8 p24(5).

Richardson, H.W. (1978): "The state of regional economics: a survey article." *International Regional Science Review*, 3:1-48.

Sirakaya, E., Choi, H. and Var, T. (2002): "Shift-share analysis in tourism: Examination of tourism employment change in a region." *Tourism Economics*, 8 (3), 303-324.

Sirakaya, E., Uysal, M. and Toepper, L. (1995): "Measuring Tourism Performance: Using a Shift-Share Analysis: The Case of South Carolina." *Journal of Travel Research*, Vol. 34, Issue 2, 55-61.

Stevens, B.H. and Moore, C.L. (1980): "A critical review of the shift-share as a forecasting technique". *Journal of Regional Science*, 20: 419-37.

Stillwell, F.J.B. (1970): "Further thoughts on the shift and share approach." *Regional Studies*, 4: 451-8.

Williamson, R. B. (1980). Forecasting regional exports. New tests of shift-share techniques. *Growth and Change*, 11(2), 19-25.

Yasin, Alavi, Sobral y Lisboa, (2004) "A Shift-Share Analysis Approach to Understanding the Dynamic of the Portuguese Tourism Market". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 17, No. 2, pp. 11-22.

## WEBGRAFÍA

<http://estadisticas.tourspain.es/WebPartInformes/paginas/rsvisor.aspx?ruta=%2fFrontur%2fEstructura%2fAnual%2fEntradas+de+turistas+seg%u00fan+Pa%u00eds+de+Residencia.+Ref.203&par=1&idioma=en-US&anio=2014>

<http://estadisticas.tourspain.es/WebPartInformes/paginas/rsvisor.aspx?ruta=%2fFrontur%2fEstructura%2fAnual%2fEntradas+de+turistas+seg%u00fan+Pa%u00eds+de+Residencia.+Ref.203&par=1&idioma=en-US&anio=2014>

<http://stats.oecd.org/>

<http://stats.oecd.org/>

<http://www.aena.es>

[http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863](http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863)

[http://www.ine.es/prodyser/espa\\_cifras/2017/index.html#50/z](http://www.ine.es/prodyser/espa_cifras/2017/index.html#50/z)

<http://www.minetad.gob.es/es->

[ES/IndicadoresyEstadisticas/DatosEstadisticos/VI.%20Turismo/VI\\_1.pdf](ES/IndicadoresyEstadisticas/DatosEstadisticos/VI.%20Turismo/VI_1.pdf)

<http://www2.unwto.org>

<http://www2.unwto.org/>

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1032017.pdf>

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3743052.pdf>

<https://eurekamag.com/ftext.php?pdf=004023413>

<https://journals.openedition.org/etudescaribeennes/1082>

<https://pdfs.semanticscholar.org/9cd3/1126d7634a74522e57b272b6a549cca79f0c.pdf>

<https://www.businessinsider.es/que-espana-es-segundo-destino-turistico-sus-debilidades-su-modelo-185386>

[https://www.elconfidencialdigital.com/te\\_lo\\_aclaro/vienen-turistas-Espana\\_0\\_2965503424.html](https://www.elconfidencialdigital.com/te_lo_aclaro/vienen-turistas-Espana_0_2965503424.html)

<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419043>

<https://www.nuevatribuna.es/articulo/consumo/retos-enfrenta-espana-segundo-destino-turistico-internacional/20180413111625150812.html>

[www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)

[www.ine.es/prensa/prensa.htm](http://www.ine.es/prensa/prensa.htm)

## ANEXOS

**Tabla 1. Panorama del turismo internacional en los años 2008 y 2013**

Panorama del turismo internacional año 2008

Llegadas de turistas internacionales (Millones)			Ingresos por turismo internacional (Miles de Millones)		
1	Francia	79,3	1	Estados Unidos	110,1
2	Estados Unidos	58,0	2	España	61,6
3	España	57,3	3	Francia	55,6
4	China	53,0	4	Italia	45,7
5	Italia	42,7	5	China	40,8
6	Reino Unido	30,2	6	Alemania	40,0
7	Ucrania	25,4	7	Reino Unido	36,0
8	Turquía	25,0	8	Australia	24,7
9	Alemania	24,9	9	Turquía	22,0
10	México	22,6	10	Austria	21,8

Panorama del turismo internacional año 2013

Llegadas de turistas internacionales (Millones)			Ingresos por turismo internacional (Miles de Millones)		
1	Francia	84,7	1	Estados Unidos	139,6
2	Estados Unidos	69,8	2	España	60,4
3	España	60,7	3	Francia	56,1
4	China	55,7	4	China	51,7
5	Italia	47,7	5	Macao (China)	51,6
6	Turquía	37,8	6	Italia	43,9
7	Alemania	31,5	7	Tailandia	42,1
8	Reino Unido	31,2	8	Alemania	41,2
9	Federación de Rusia	28,4	9	Reino Unido	40,6
10	Tailandia	26,5	10	Hong Kong (China)	38,9

Fuente: Organización Mundial del Turismo, edición 2009 y 2014

**Tabla 2. Aportación del turismo en las Islas Canarias (2008-2013)**

	<b>Aportación del turismo al PIB de Canarias (millones de euros)</b>	<b>% sobre total PIB</b>	<b>Aportación del turismo al Empleo en Canarias</b>
2008	12.458.000,00	29,50%	33,90%
2013	12.583.000,00	31,20%	35,20%

Fuente: Estudio IMPACTUR Canarias 2013. Elaboración propia.

**Tabla 3. Aportación del turismo en España (2008-2013)**

	<b>Aportación del turismo al PIB de España (millones de euros)</b>	<b>% sobre total PIB</b>	<b>Aportación del turismo al Empleo en España</b>
2008(**)	113.628.000,00	10,40%	11,90%
2013 (*)	109.991.000,00	10,70%	12,10%

(\*) Fuente: INE, CST 2016, Base 2010 (estimación provisional). Elaboración propia.

(\*\*) Fuente: INE, CST (Serie contable 2000-2007). Elaboración propia.

**Tabla 4. Entrada de turistas a España según país de residencia (2008-2013)**

	ALEMANIA	%	AUSTRIA	%	BÉLGICA	%	DINAMARCA	%	FINLANDIA	%	FRANCIA	%	IRLANDA	%	NORUEGA	%	PAÍSES BAJOS	%	REINO UNIDO	%	SUECIA	%	SUIZA	%	TOTAL PAISES
ESPAÑA																									
2008	10.062.629	18	546.060	1	1.636.636	3	956.546	2	509.103	1	8.149.265	14	1.658.899	3	952.720	2	2.479.928	4	15.775.244	28	1.175.260	2	1.286.725	2	57.192.014
2013	9.856.687	16	568.403	1	1.873.388	3	984.844	2	657.057	1	9.539.035	16	1.270.197	2	1.517.706	3	2.616.778	4	14.333.773	24	1.715.264	3	1.487.427	2	60.675.489

Fuente: Instituto de Estudios Turísticos

**Tabla 5. Entrada de pasajeros vía aérea procedentes del extranjero entrados a las Islas Canarias según país de residencia (2008-2013)**

	ALEMANIA	%	AUSTRIA	%	BÉLGICA	%	DINAMARCA	%	FINLANDIA	%	FRANCIA	%	IRLANDA	%	NORUEGA	%	PAÍSES BAJOS	%	REINO UNIDO	%	SUECIA	%	SUIZA	%	TOTAL PAISES
ESPAÑA																									
2008	2.501.070	27	103.543	1	247.602	3	274.119	3	235.302	3	88.732	1	492.700	5	373.869	4	388.188	4	3.356.935	36	375.253	4	191.998	2	9.216.585
2013	2.597.093	25	104.093	1	371.983	4	331.987	3	276.563	3	250.536	2	412.391	4	529.974	5	444.690	4	3.670.858	35	539.210	5	239.967	2	10.591.260

Fuente: AENA

**Tabla 6. Turismo emisor al mundo por país de origen (pernoctaciones 2008-2013)**

	ALEMANIA	AUSTRIA	BÉLGICA	DINAMARCA	FINLANDIA	FRANCIA	IRLANDA*	NORUEGA*	PAÍSES BAJOS	REINO UNIDO*	SUECIA	SUIZA	TOTAL
MUNDO													
2008	86.201.000	9.677.000	8.887.000	6.347.000	5.854.000	25.506.000	7.877.000	7.610.000	18.399.000	66.849.659	13.291.000	11.147.000	267.645.659
2013	87.459.000	10.671.000	10.803.000	6.977.000	8.562.000	26.062.000	6.179.000	9.280.000	18.094.000	56.088.149	15.917.000	12.403.000	268.495.149

Fuente:(\*) OECD y OMT

Nota: Turismo emisor de Irlanda del año 2008 corresponde al total de salidas proporcionado por la OMT

**Tabla 7. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Alemania a España (2008-2013)**

	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	ALEMANIA	TOTAL	ALEMANIA	TOTAL
2008	10.062.629	57.192.014	86.201.000	267.645.659
2013	9.856.687	60.675.489	87.459.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	-205.942
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	31.938
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	114.914
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-645.798
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	293.004

Elaboración propia

**Tabla 8. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas a España (2008-2013)**

Países emisores	Crecimiento país 2008-2013	Efecto global	Efecto país emisor	Efecto competitivo	Ventaja/Especialización	Código
Alemania	-205.942	31.938	114.914	-645.798	293.004	D,N
Austria	22.343	1.733	54.357	-127.794	94.047	D,N
Bélgica	236.751	5.195	347.657	-134.714	18.613	D,N
Dinamarca	28.298	3.036	91.910	-94.499	27.851	D,N
Finlandia	147.954	1.616	233.890	-215.125	127.572	D,N
Francia	1.389.769	25.865	151.779	810.675	401.451	V,E
Irlanda	-388.702	5.265	-362.865	-31.559	456	D,N
Noruega	564.986	3.024	206.049	607.491	-251.577	V,N
Países Bajos	136.850	7.871	-48.981	282.132	-104.172	V,N
Reino Unido	-1.441.470	50.070	-2.589.581	994.298	103.742	V,E
Suecia	540.003	3.730	228.475	743.816	-436.017	V,N
Suiza	200.703	4.084	140.899	103.146	-47.427	V,N
Total	1.231.544	143.427	-1.431.496	2.292.070	227.543	V,N

Fuente: IET, *OECD* y OMT; Elaboración propia

**Tabla 9. Ventaja/Especialización de los países emisores a España**

		VENTAJA COMPETITIVA	
		(+) Ventaja	(-) Desventaja
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	(+) Especializada	Francia Reino Unido  V,E (+)	D,E  (-)
	(-) No Especializada	Noruega Países Bajos Suecia Suiza  V,N (-)	Alemania Austria Bélgica Dinamarca Finlandia Irlanda  D,N (+)

Elaboración propia

**Tabla 10. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas a las Islas Canarias (2008-2013)**

Países emisores	Crecimiento país 2008-2013	Efecto global	Efecto país emisor	Efecto competitivo	Ventaja/Especialización	Código
Alemania	96.023	7.938	28.562	70.645	-11.122	V,N
Austria	550	329	10.307	-32.459	22.373	D,N
Bélgica	124.381	786	52.596	87.753	-16.754	V,N
Dinamarca	57.868	870	26.339	24.445	6.214	V,E
Finlandia	41.261	747	108.101	-57.903	-9.684	D,E
Francia	161.804	282	1.653	1.582.480	-1.422.610	V,N
Irlanda	-80.309	1.564	-107.772	14.259	11.641	V,E
Noruega	156.105	1.187	80.858	51.911	22.149	V,E
Países Bajos	56.502	1.232	-7.667	102.723	-39.786	V,N
Reino Unido	313.923	10.655	-551.057	585.854	268.471	V,E
Suecia	163.957	1.191	72.950	109.546	-19.730	V,N
Suiza	47.969	609	21.024	52.652	-26.316	V,N
<b>Total</b>	<b>1.140.034</b>	<b>27.389</b>	<b>-264.105</b>	<b>2.591.905</b>	<b>-1.215.155</b>	<b>V,N</b>

Fuente: AENA, *OECD* y *OMT*; Elaboración propia

**Tabla 11. Ventaja/Especialización de los países emisores a las Islas Canarias**

		VENTAJA COMPETITIVA	
		(+) Ventaja	(-) Desventaja
<b>ESPECIALIZACIÓN</b>	(+) Especializada	Dinamarca Irlanda Noruega Reino Unido  V,E (+)	Finlandia  D,E (-)
	(-) No Especializada	Alemania Bélgica Francia Países Bajos Suecia Suiza  V,N (-)	Austria  D,N (+)

Elaboración propia

**Tabla 12. Cálculo de Ventaja/Especialización para España y las Islas Canarias**

<b>ESPAÑA</b>	$(C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i})$	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij})$	<b>CANARIAS</b>	$(C_{ij} - C_{PAÍS\ EMISOR\ i})$	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij})$
Alemania	-0,035	-8.357.281	Alemania	0,024	-467.328
Austria	-0,062	-1.521.775	Austria	-0,097	-229.692
Bélgica	-0,071	-262.387	Bélgica	0,287	-58.429
Dinamarca	-0,070	-399.717	Dinamarca	0,112	55.555
Finlandia	-0,172	-741.812	Finlandia	-0,287	33.715
Francia	0,149	2.699.001	Francia	1,802	-789.587
Irlanda	-0,019	-24.302	Irlanda	0,053	221.449
Noruega	0,374	-673.428	Noruega	0,198	111.813
Países Bajos	0,072	-1.451.673	Países Bajos	0,162	-245.396
Reino Unido	0,070	1.490.436	Reino Unido	0,254	1.054.915
Suecia	0,262	-1.664.834	Suecia	0,239	-82.433
Suiza	0,043	-1.095.228	Suiza	0,137	-191.858
Total	0,541	-12.002.999	Total	2,883	-587.274
Fuente: IET, <i>OECD</i> y OMT; Elaboración propia			Fuente: AENA, <i>OECD</i> y OMT; Elaboración propia		

Tabla 13. Cálculo de las tasas de crecimiento de los países emisores a España (2008-2013)

	ALEMANIA	AUSTRIA	BÉLGICA	DINAMARCA	FINLANDIA	FRANCIA	IRLANDA	NORUEGA	PAÍSES BAJOS	REINO UNIDO	SUECIA	SUIZA
$C_{PAÍS\ EMISOR\ i}$	0,01	0,10	0,22	0,10	0,46	0,02	-0,22	0,22	-0,02	-0,16	0,20	0,11
$C_{ij}$	-0,02	0,04	0,14	0,03	0,29	0,17	-0,23	0,59	0,06	-0,09	0,46	0,16
$\hat{T}_{ij}$	18.419.909	2.067.835	1.899.024	1.356.262	1.250.915	5.450.264	1.683.201	1.626.147	3.931.601	14.284.807	2.840.095	2.381.953
$C_{MUNDO}$	0,003173937											

Fuente: IET, *OECD* y OMT; Elaboración propia

Tabla 14. Cálculo de las tasas de crecimiento de los países emisores a las Islas Canarias (2008-2013)

	ALEMANIA	AUSTRIA	BÉLGICA	DINAMARCA	FINLANDIA	FRANCIA	IRLANDA	NORUEGA	PAÍSES BAJOS	REINO UNIDO	SUECIA	SUIZA
$C_{PAÍS\ EMISOR\ i}$	0,01	0,10	0,22	0,10	0,46	0,02	-0,22	0,22	-0,02	-0,16	0,20	0,11
$C_{ij}$	0,04	0,01	0,50	0,21	0,18	1,82	-0,16	0,42	0,15	0,09	0,44	0,25
$\hat{T}_{ij}$	2.968.398	333.235	306.031	218.564	201.587	878.319	271.251	262.056	633.584	2.302.020	457.686	383.856
$C_{MUNDO}$	0,003173937											

Fuente: AENA, *OECD* y OMT; Elaboración propia

**Tabla 15. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Austria a España (2008-2013)**

AÑO	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	AUSTRIA	TOTAL	AUSTRIA	TOTAL
2008	546.060	57.192.014	9.677.000	267.645.659
2013	568.403	60.675.489	10.671.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	22.343
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	1.733
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	54.357
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-127.794
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	94.047

Elaboración propia

**Tabla 16. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Bélgica a España (2008-2013)**

AÑO	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	BÉLGICA	TOTAL	BÉLGICA	TOTAL
2008	1.636.636	57.192.014	8.887.000	267.645.659
2013	1.873.388	60.675.489	10.803.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	236.751
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	5.195
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	347.657
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-134.714
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	18.613

Elaboración propia

**Tabla 17. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Dinamarca a España (2008-2013)**

	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	DINAMARCA	TOTAL	DINAMARCA	TOTAL
2008	956.546	57.192.014	6.347.000	267.645.659
2013	984.844	60.675.489	6.977.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	28.298
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	3.036
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	91.910
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-94.499
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	27.851

Elaboración propia

**Tabla 18. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Finlandia a España (2008-2013)**

	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	FINLANDIA	TOTAL	FINLANDIA	TOTAL
2008	509.103	57.192.014	5.854.000	267.645.659
2013	657.057	60.675.489	8.562.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	147.954
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	1.616
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	233.890
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-215.125
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	127.572

Elaboración propia

**Tabla 19. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Francia a España (2008-2013)**

	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	FRANCIA	TOTAL	FRANCIA	TOTAL
2008	8.149.265	57.192.014	25.506.000	267.645.659
2013	9.539.035	60.675.489	26.062.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	1.389.769
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	25.865
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	151.779
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	810.675
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	401.451

Elaboración propia

**Tabla 20. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Irlanda a España (2008-2013)**

	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	IRLANDA	TOTAL	IRLANDA	TOTAL
2008	1.658.899	57.192.014	7.877.000	267.645.659
2013	1.270.197	60.675.489	6.179.000	268.495.149

Fuente: IET, *OECD* y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	-388.702
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	5.265
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	-362.865
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-31.559
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	456

Elaboración propia

**Tabla 21. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Noruega a España (2008-2013)**

AÑO	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	NORUEGA	TOTAL	NORUEGA	TOTAL
2008	952.720	57.192.014	7.610.000	267.645.659
2013	1.517.706	60.675.489	9.280.000	268.495.149

Fuente: IET, *OECD* y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	564.986
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	3.024
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	206.049
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	607.491
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-251.577

Elaboración propia

**Tabla 22. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Países Bajos a España (2008-2013)**

AÑO	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	PAÍSES BAJOS	TOTAL	PAÍSES BAJOS	TOTAL
2008	2.479.928	57.192.014	18.399.000	267.645.659
2013	2.616.778	60.675.489	18.094.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	136.850
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	7.871
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	-48.981
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	282.132
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-104.172

Elaboración propia

**Tabla 23. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Reino Unido a España (2008-2013)**

AÑO	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	REINO UNIDO	TOTAL	REINO UNIDO	TOTAL
2008	15.775.244	57.192.014	66.849.659	267.645.659
2013	14.333.773	60.675.489	56.088.149	268.495.149

Fuente: IET, *OECD* y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	-1.441.470
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	50.070
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	-2.589.581
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	994.298
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	103.742

Elaboración propia

**Tabla 24. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Suecia a España (2008-2013)**

AÑO	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	SUECIA	TOTAL	SUECIA	TOTAL
2008	1.175.260	57.192.014	13.291.000	267.645.659
2013	1.715.264	60.675.489	15.917.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	540.003
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	3.730
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	228.475
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	743.816
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-436.017

Elaboración propia

**Tabla 25. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Suiza a España (2008-2013)**

	ESPAÑA		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	SUIZA	TOTAL	SUIZA	TOTAL
2008	1.286.725	57.192.014	11.147.000	267.645.659
2013	1.487.427	60.675.489	12.403.000	268.495.149

Fuente: IET y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	200.703
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	4.084
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	140.899
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	103.146
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-47.427

Elaboración propia

**Tabla 26. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Alemania a las Islas Canarias (2008-2013)**

	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	ALEMANIA	TOTAL	ALEMANIA	TOTAL
2008	2.501.070	9.216.585	86.201.000	267.645.659
2013	2.597.093	10.591.260	87.459.000	268.495.149

Fuente: AENA y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	96.023
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	7.938
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	28.562
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	70.645
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-11.122

Elaboración propia

**Tabla 27. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Austria a las Islas Canarias (2008-2013)**

	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	AUSTRIA	TOTAL	AUSTRIA	TOTAL
2008	103.543	9.216.585	9.677.000	267.645.659
2013	104.093	10.591.260	10.671.000	268.495.149

Fuente: AENA y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	550
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	329
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	10.307
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-32.459
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	22.373

Elaboración propia

**Tabla 28. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Bélgica a las Islas Canarias (2008-2013)**

	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	BÉLGICA	TOTAL	BÉLGICA	TOTAL
2008	247.602	9.216.585	8.887.000	267.645.659
2013	371.983	10.591.260	10.803.000	268.495.149

Fuente: AENA y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	124.381
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	786
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	52.596
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	87.753
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-16.754

Elaboración propia

**Tabla 29. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Dinamarca a las Islas Canarias (2008-2013)**

AÑO	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	DINAMARCA	TOTAL	DINAMARCA	TOTAL
2008	274.119	9.216.585	6.347.000	267.645.659
2013	331.987	10.591.260	6.977.000	268.495.149

Fuente: AENA y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	57.868
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	870
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	26.339
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	24.445
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	6.214

Elaboración propia

**Tabla 30. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Finlandia a las Islas Canarias (2008-2013)**

AÑO	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	FINLANDIA	TOTAL	FINLANDIA	TOTAL
2008	235.302	9.216.585	5.854.000	267.645.659
2013	276.563	10.591.260	8.562.000	268.495.149

Fuente: AENA y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	41.261
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	747
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	108.101
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-57.903
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-9.684

Elaboración propia

**Tabla 31. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Francia a las Islas Canarias (2008-2013)**

	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	FRANCIA	TOTAL	FRANCIA	TOTAL
2008	88.732	9.216.585	25.506.000	267.645.659
2013	250.536	10.591.260	26.062.000	268.495.149

Fuente: AENA y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	161.804
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	282
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	1.653
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	1.582.480
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-1.422.610

Elaboración propia

**Tabla 32. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Irlanda a las Islas Canarias (2008-2013)**

	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	IRLANDA	TOTAL	IRLANDA	TOTAL
2008	492.700	9.216.585	7.877.000	267.645.659
2013	412.391	10.591.260	6.179.000	268.495.149

Fuente: AENA, OECD y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	-80.309
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	1.564
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	-107.772
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	14.259
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	11.641

Elaboración propia

**Tabla 33. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Noruega a las Islas Canarias (2008-2013)**

AÑO	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	NORUEGA	TOTAL	NORUEGA	TOTAL
2008	373.869	9.216.585	7.610.000	267.645.659
2013	529.974	10.591.260	9.280.000	268.495.149

Fuente: AENA, OECD y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	156.105
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	1.187
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	80.858
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	51.911
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	22.149

Elaboración propia

**Tabla 34. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Países Bajos a las Islas Canarias (2008-2013)**

AÑO	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	PAÍSES BAJOS	TOTAL	PAÍSES BAJOS	TOTAL
2008	388.188	9.216.585	18.399.000	267.645.659
2013	444.690	10.591.260	18.094.000	268.495.149

Fuente: AENA y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	56.502
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	1.232
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	-7.667
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	102.723
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-39.786

Elaboración propia

**Tabla 35. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Reino Unido a las Islas Canarias (2008-2013)**

AÑO	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
		TOTAL		TOTAL
2008	3.356.935	9.216.585	66.849.659	267.645.659
2013	3.670.858	10.591.260	56.088.149	268.495.149

Fuente: AENA, OECD y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	313.923
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	10.655
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	-551.057
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	585.854
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	268.471

Elaboración propia

**Tabla 36. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Suecia a las Islas Canarias (2008-2013)**

AÑO	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
	SUECIA	TOTAL	SUECIA	TOTAL
2008	375.253	9.216.585	13.291.000	267.645.659
2013	539.210	10.591.260	15.917.000	268.495.149

Fuente: AENA y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	163.957
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	1.191
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	72.950
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	109.546
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-19.730

Elaboración propia

**Tabla 37. Análisis *shift-share* de la llegada de turistas desde Suiza a las Islas Canarias (2008-2013)**

	CANARIAS		ECONOMÍA DE REFERENCIA	
AÑO	SUIZA	TOTAL	SUIZA	TOTAL
2008	191.998	9.216.585	11.147.000	267.645.659
2013	239.967	10.591.260	12.403.000	268.495.149

Fuente: AENA y OMT

COMPONENTE	FÓRMULA	CÁLCULO
Crecimiento país 2008-2013	$T_{ij}^1 - T_{ij}^0$	47.969
Efecto global	$T_{ij}^0 (C_{MUNDO})$	609
Efecto país emisor	$T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO})$	21.024
Efecto competitivo	$\hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	52.652
Ventaja/Especialización	$(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$	-26.316

Elaboración propia

**Figura 1. Ecuación para la aplicación del análisis *shift-share* para la industria del turismo**

Crecimiento país 2008-2013	Efecto global	Efecto país emisor	Efecto competitivo	Ventaja/Especialización
$T_{ij}^1 - T_{ij}^0 = T_{ij}^0 (C_{MUNDO}) + T_{ij}^0 (C_{PAÍS EMISOR i} - C_{MUNDO}) + \hat{T}_{ij} (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i}) + (T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) (C_{ij} - C_{PAÍS EMISOR i})$				
Donde:				
$C_{ij} = \frac{T_{ij}^1 - T_{ij}^0}{T_{ij}^0}$	$C_{MUNDO} = \frac{T_{MUNDO}^1 - T_{MUNDO}^0}{T_{MUNDO}^0}$	$C_{PAÍS EMISOR i} = \frac{T_{PAÍS EMISOR i}^1 - T_{PAÍS EMISOR i}^0}{T_{PAÍS EMISOR i}^0}$	$\hat{T}_{ij} = T_{ij}^0 \frac{T_{PAÍS EMISOR i}^0}{T_{MUNDO}^0}$	
Fuente: "A Shift-Share Analysis Approach to Understanding the Dynamic of the Portuguese Tourism Market" (Alavi, Yasin, Sobral y Lisboa, 2004)				

**Figura 2. Ilustración de posibles Ventajas/Especialización**

		VENTAJA COMPETITIVA	
		(+) Ventaja	(-) Desventaja
ESPECIALIZACIÓN	(+) Especializada	$(C_{ij} - C_{PAÍSEMISSOR i}) > 0$ $(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) > 0$ VE (+)	$(C_{ij} - C_{PAÍSEMISSOR i}) < 0$ $(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) > 0$ DE (-)
	(-) No Especializada	$(C_{ij} - C_{PAÍSEMISSOR i}) > 0$ $(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) < 0$ VN (-)	$(C_{ij} - C_{PAÍSEMISSOR i}) < 0$ $(T_{ij}^0 - \hat{T}_{ij}) < 0$ DN (+)

Fuente: A Shift-Share Analysis Approach to Understanding the Dynamic of the Portuguese Tourism Market (Alavi, Yasin, Sobral & Lisboa, 2004)