



Tesis doctoral

D108 Doctorado en Derecho, Sociedad y Turismo

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA y BENCHMARKING DE DESTINOS a través del modelo del Word Economic Forum. Una aplicación del Modelo de Rasch.

Autor:

Vidina T. Díaz Padilla

Directores:

Eduardo Parra López

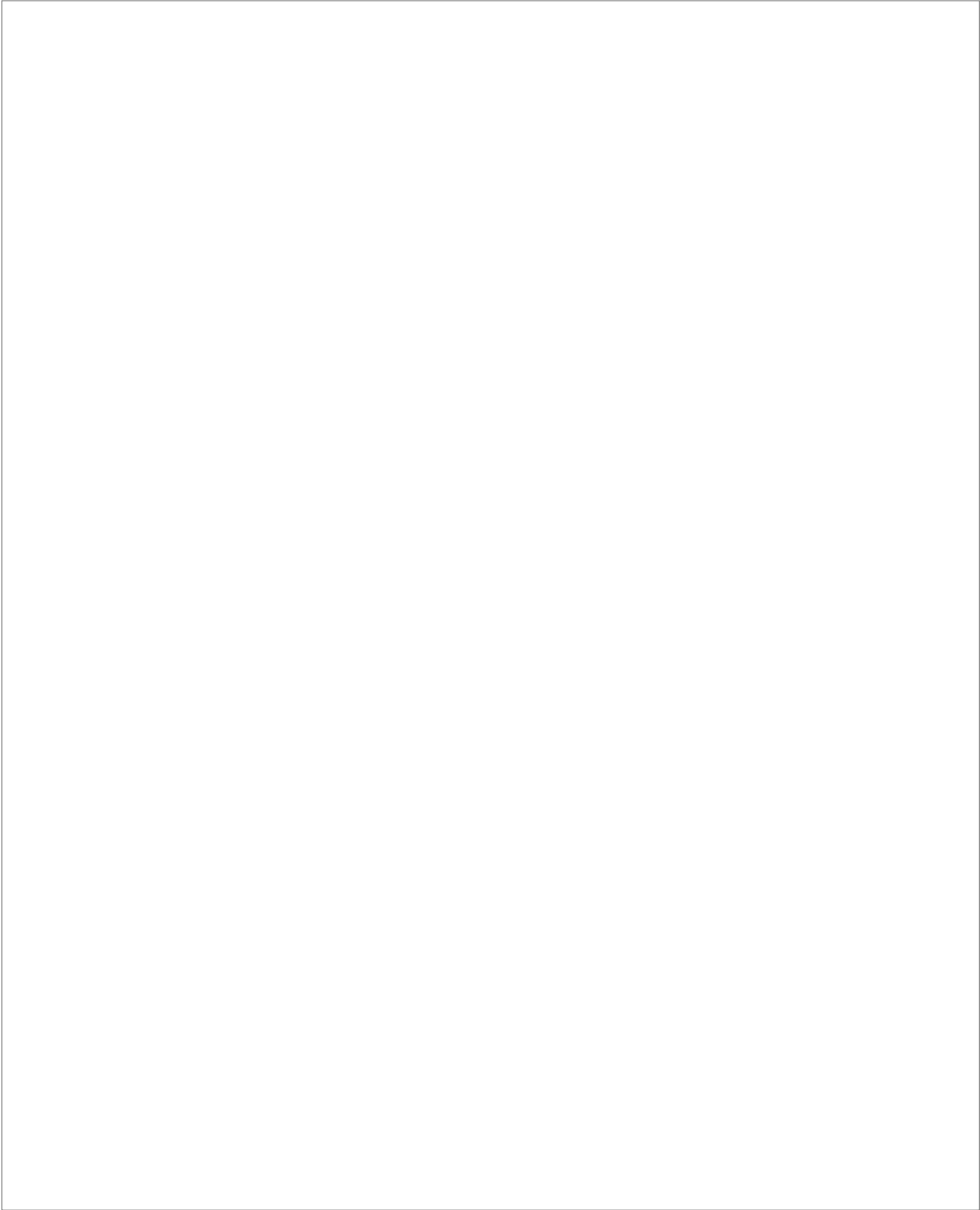
José Alberto González Martínez

La Laguna, 2019

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

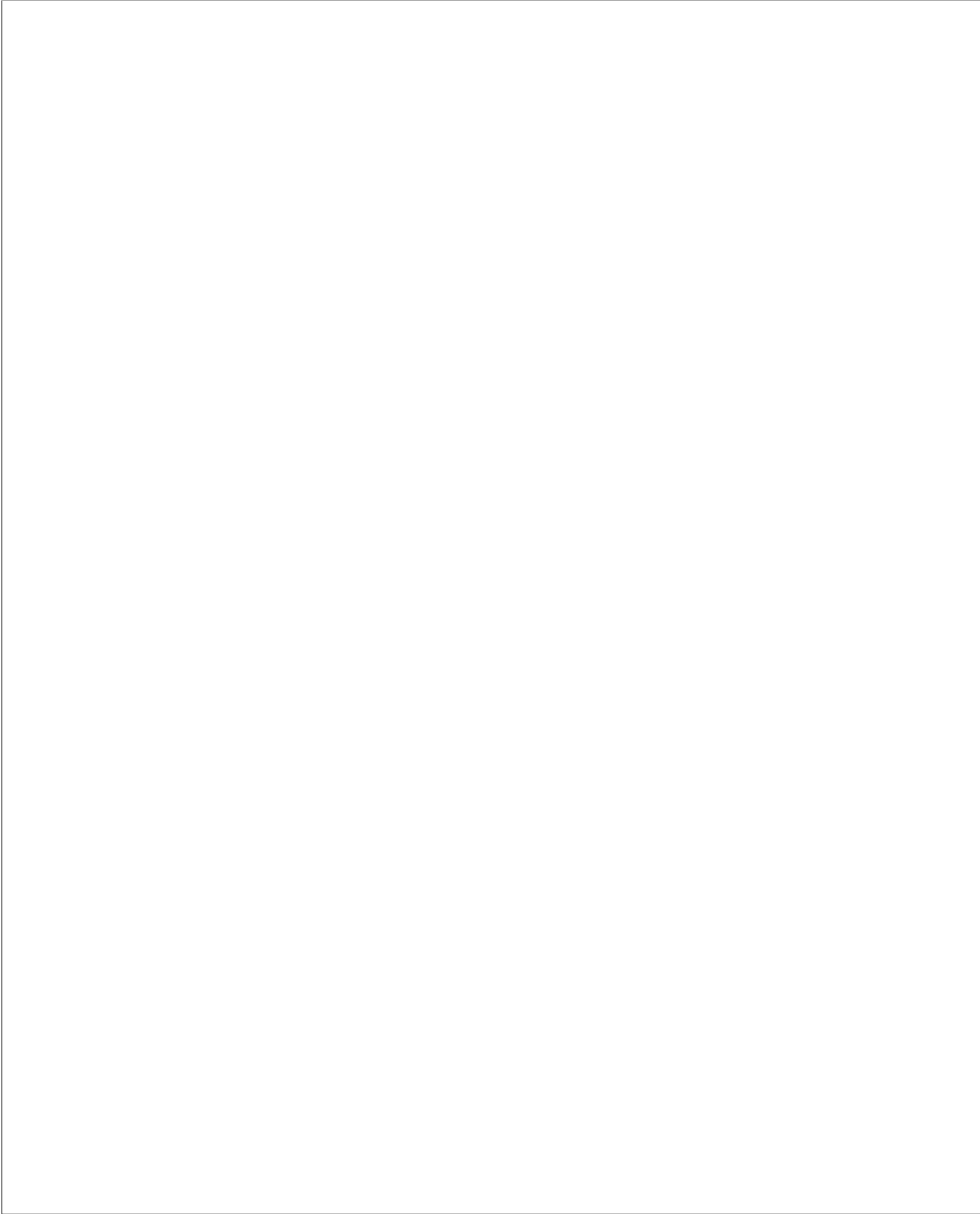
| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

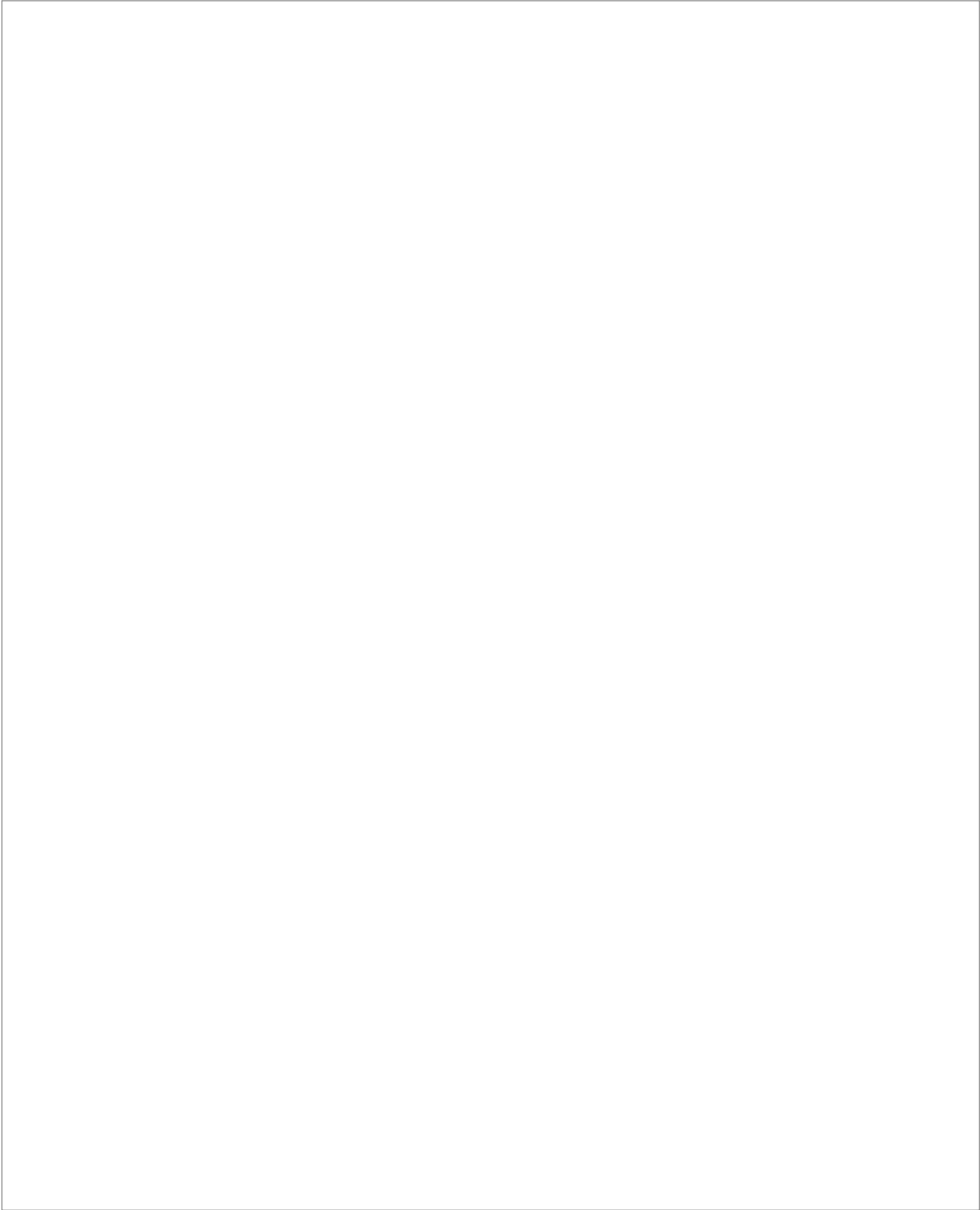
| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

**A Manuel y Candelaria,
mi origen.
A José Juan,
mi presente y mi futuro.**

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

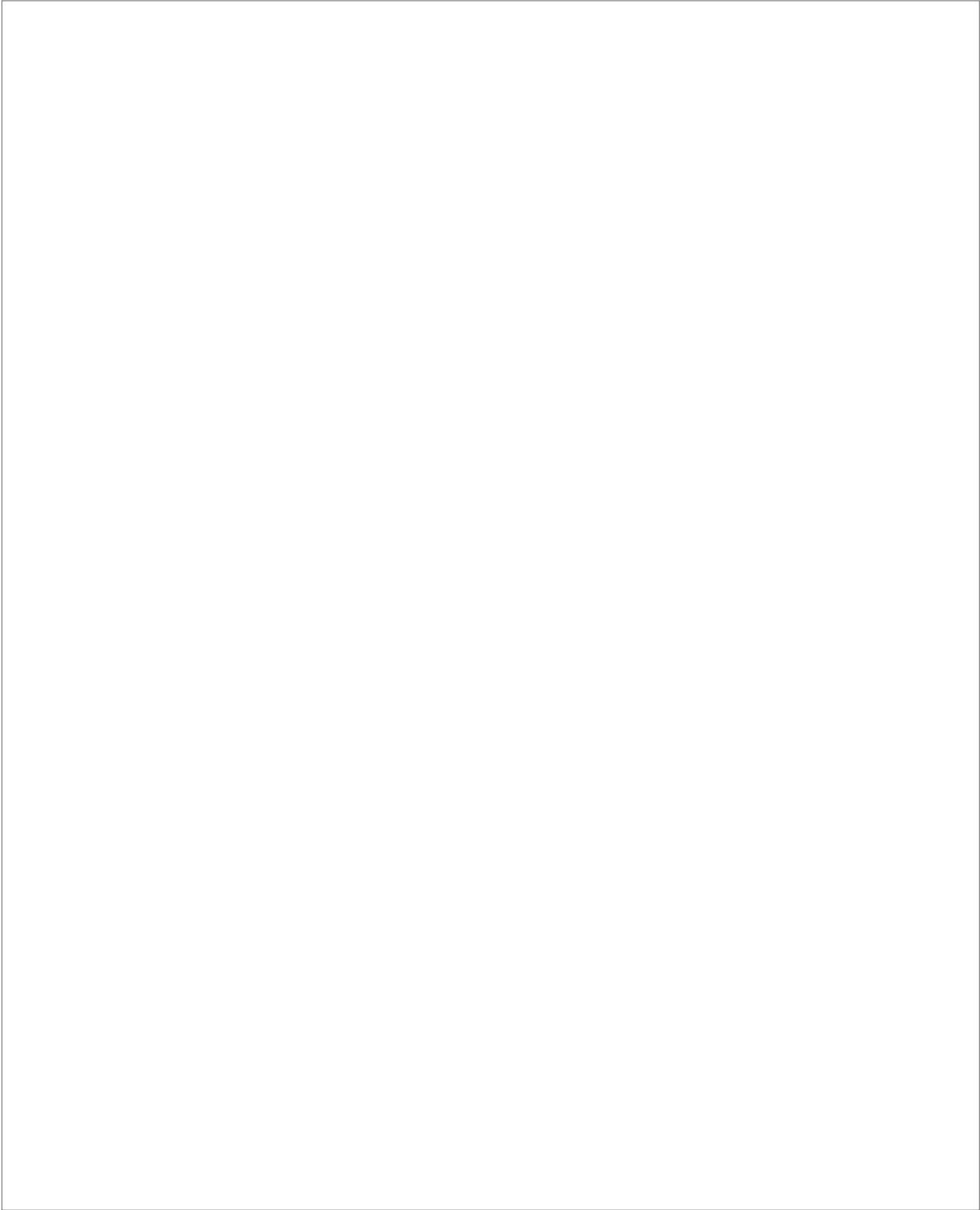
*...Y uno aprende que si es demasiado
hasta el calor del sol puede quemar.
Así que uno planta su propio jardín y decora su propia alma,
en lugar de que alguien le traiga flores.
Y uno aprende que realmente puede aguantar,
que uno es realmente fuerte,
que uno realmente vale,
y uno aprende y aprende...y así cada día..."*

Jorge Luis Borges

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Agradecimientos

Aunque con otras palabras, el lema de mis padres podría ser "si quieres algo, haz que pase, porque del cielo lo único que cae es la lluvia". Y han sido esas palabras las que han servido para que me embarcara en esta maravillosa aventura. Especialmente a ellos, a mis padres y también a mi marido, quiero darles las gracias por acompañarme y apoyarme en este camino, a veces dulce, a veces amargo.

A mis directores de tesis, Dr. D. Eduardo Parra López y Dr. D. José Alberto Martínez González, quienes han tenido la sabiduría y la paciencia suficiente para acompañarme y guiarme en este proyecto intelectual, profesional y, sobre todo, personal. Sin ellos, sin su apoyo, sin sus consejos e indicaciones, este trabajo no hubiese sido posible.

Al Dr. D. Juan Ramón Oreja Rodríguez, por enseñarme y compartir conmigo el modelo de Rasch. Sin sus enseñanzas, esta tesis no hubiera sido lo mismo.

Un especial agradecimiento a mis compañeros del departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica, profesores y no profesores, que me recibieron y acogieron como una más cuando me incorporé a la Universidad de La Laguna. También a las compañeras recientemente incorporadas (Marta y Janet). Todos ellos siempre han tenido una sonrisa amable y palabras de apoyo y ánimo para este proyecto.

Al Dr. D. Ángel Chinaea, Dr. D. Jaime Febles, a la Dra. Dña. Zamira Acosta y a D. César Rodríguez Morales, más que compañeros de profesión. Gracias por

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

estar siempre, por ayudarme, por confiar en mí y por aportar un punto de vista alternativo, aunque muchas veces complementario, a mi modo de ver las cosas.

A los doctores D. Francisco Ramos y Dña. Carmen Albelo por hacerme sentir siempre como una compañera más, sin importar nada, simplemente por compartir momentos.

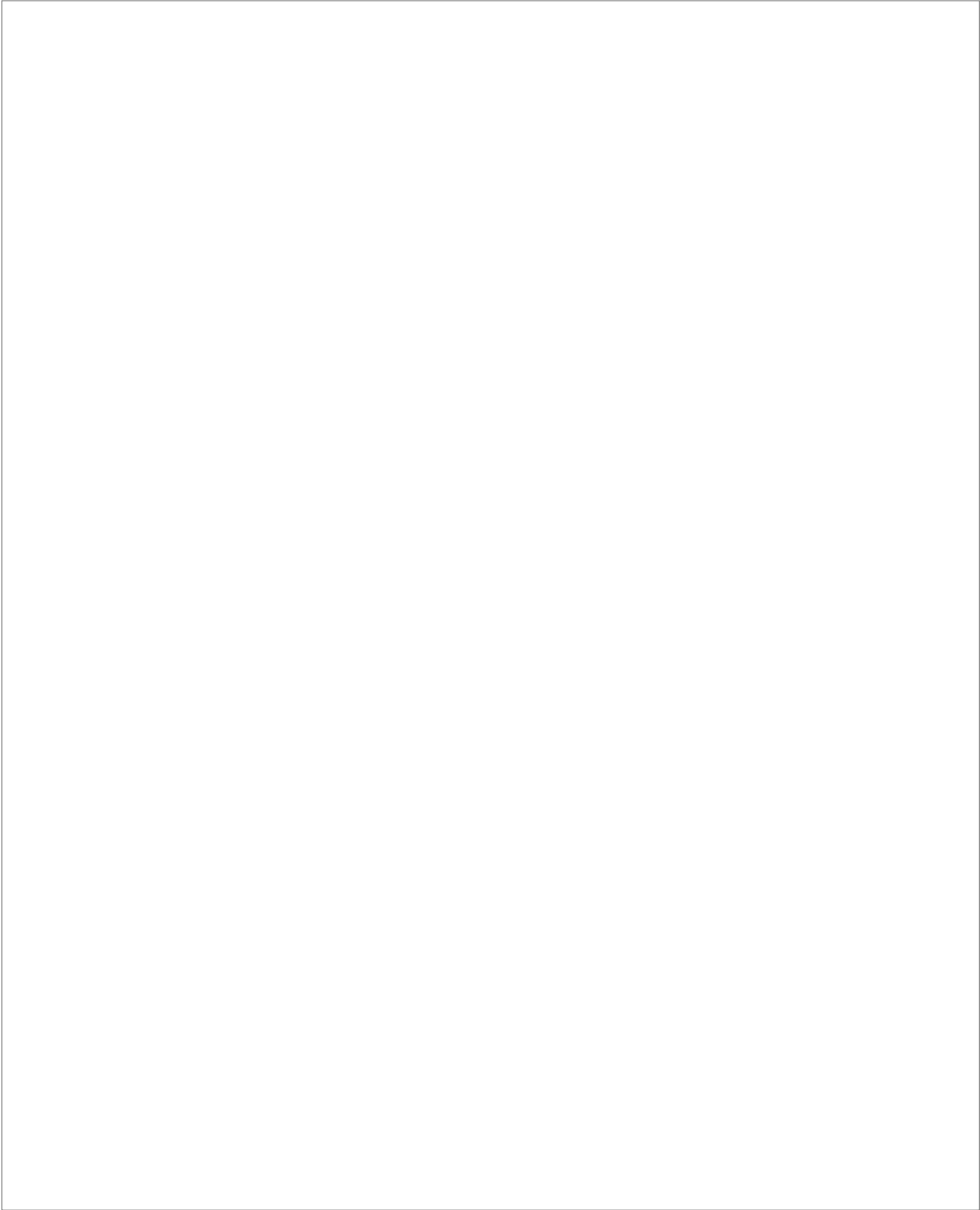
Por último, quiero agradecer a mi hijo, José Juan, la fuerza y la motivación que me ha brindado para culminar este proyecto. También a Aray y Abián. Sin todos ustedes, este proyecto no hubiese sido una realidad.

En definitiva, a todos, muchas gracias.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Índice

| | |
|---|------------|
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| 1.- PROBLEMA A INVESTIGAR: INTERÉS Y JUSTIFICACIÓN | 2 |
| 2.- OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 8 |
| 3.- ESTRUCTURA DEL TRABAJO | 14 |
| CAPITULO 1.- INTERNACIONALIZACIÓN, GLOBALIZACIÓN Y TURISMO | 20 |
| 1.0.- INTRODUCCIÓN. | 21 |
| 1.1.- EL PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN Y GLOBALIZACIÓN EN TURISMO | 25 |
| 1.1.1.- <i>La Internacionalización</i> | 26 |
| 1.1.2.- <i>La Globalización y la Competitividad en Turismo</i> | 38 |
| 1.1.3.- <i>Estrategias de Internacionalización de la Empresa Turística</i> | 45 |
| 1.1.4.- <i>Acceso a los Mercados Internacionales. Los Modos deEntrada</i> | 51 |
| 1.2.- SINTESIS DEL CAPÍTULO | 57 |
| CAPITULO 2.- LA COMPETITIVIDAD | 60 |
| 2.0.- INTRODUCCIÓN | 61 |
| 2.1.- COMPETITIVIDAD. CONCEPTO Y TEORÍAS | 63 |
| 2.1.1.- <i>Introducción a la Competitividad</i> | 63 |
| 2.1.2.- <i>Competitividad Global o Internacional (macro competitividad)</i> | 67 |
| 2.1.3.- <i>Teorías sobre la Macro Competitividad</i> | 71 |
| 2.2.- COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO. CONCEPTO Y TEORÍAS..... | 98 |
| 2.2.1.- <i>Introducción: Una Aproximación al Destino Turístico España</i> | 98 |
| 2.2.2.- <i>La Macro Competitividad Turística</i> | 106 |
| 2.2.3.- <i>Teorías Conceptuales de la TDC</i> | 113 |
| 2.3.- SINTESIS DEL CAPÍTULO | 139 |
| CAPITULO 3- MODELOS DE MEDICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD | 141 |
| 3.0.- INTRODUCCIÓN A LA MEDICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD | 142 |
| 3.1.- MODELOS DE MEDICIÓN DE LA MACRO COMPETITIVIDAD | 144 |
| 3.1.1.- <i>El Índice de Competitividad Global (GCI)</i> | 149 |
| 3.2.- MODELOS TURÍSTICOS DE MEDICIÓN DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA (TDC)..... | 155 |
| 3.2.1.- <i>Modelos Prácticos para la Medición de la TDC: El Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del WEF.</i> | 164 |
| 3.3.- SINTESIS DEL CAPÍTULO | 185 |
| CAPITULO 4.- METODOLOGÍA | 191 |
| 4.0.- INTRODUCCIÓN | 193 |
| 4.1.- CONTEXTO DE LA INVESTIGACIÓN (ESTUDIOS 1 Y 2) | 193 |
| 4.2.- METODOLOGÍA | 196 |
| 4.2.1.- <i>El Modelo de Rasch</i> | 197 |
| 4.2.2.- <i>El Benchmarking</i> | 202 |
| 4.2.3.- <i>El Análisis Bibliométrico</i> | 206 |
| 4.3.- OBJETIVOS E HIPÓTESIS | 209 |

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

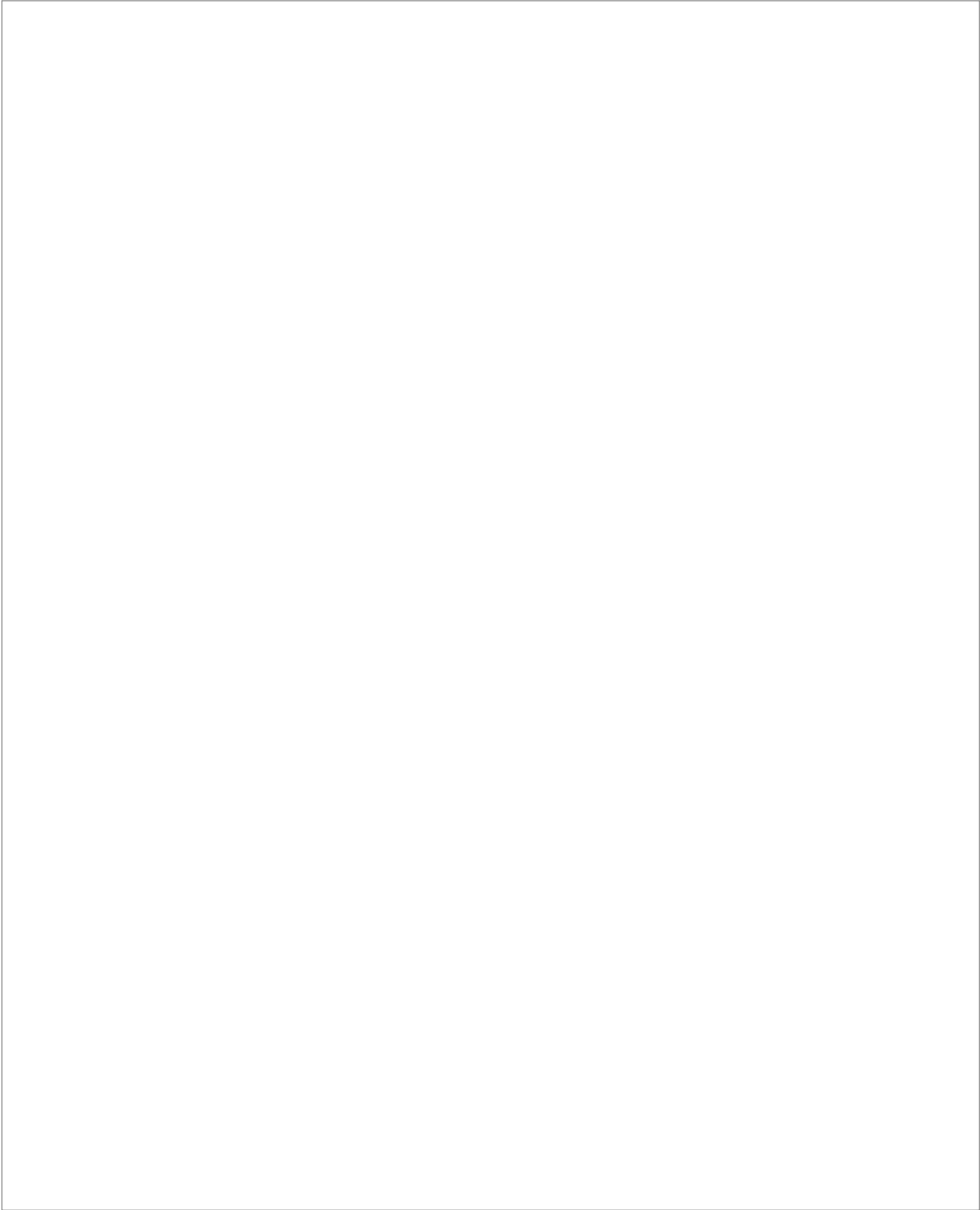
| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

| | |
|---|------------|
| 4.4.- SOFTWARE | 219 |
| 4.5.- INSTRUMENTO DE MEDIDA | 220 |
| 4.6.- POBLACIÓN Y MUESTRA | 222 |
| 4.7.- SÍNTESIS DE CRONOLOGÍA Y PROCEDIMIENTO | 226 |
| CAPITULO 5.- ANÁLISIS Y RESULTADOS | 227 |
| 5.0.- INTRODUCCIÓN..... | 228 |
| 5.1.- RESULTADOS DEL ESTUDIO 1 (OBJETIVO OM1): LA SIGNIFICATIVIDAD ESTADÍSTICA DEL MODELO WEF..... | 229 |
| 5.1.1.- <i>Análisis de las Categorías (objetivo OM1)</i> | 229 |
| 5.1.2.- <i>Ajuste, Fiabilidad y Unidimensionalidad del Modelo WEF (objetivo OM1)</i> | 235 |
| 5.2.- RESULTADOS ESTUDIO 2 (OBJETIVOS OP1 Y OP2): ANÁLISIS COMPARATIVO DE PAÍSES | 248 |
| 5.2.1.- <i>Análisis 1 (objetivo OP1): Posicionamiento Competitivo General de los Países (Mapa de Wright)</i> | 250 |
| 5.2.2.- <i>Análisis 2 (objetivo OP1): Estudio de Fortalezas y Debilidades por Países (Escalograma de Guttman)</i> | 252 |
| 5.2.3.- <i>Análisis 3 (objetivo OP1): Estudio Detallado de los Países Más Competitivos mediante PKMAPS y La Matriz de Benchmarking de Diagnóstico</i> | 254 |
| 5.2.4.- <i>Análisis DIF-Ítems (pilares) (objetivo OP2)</i> | 265 |
| 5.3.- RESULTADOS DEL ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO (OBJETIVO OAV)..... | 278 |
| 5.4.- SÍNTESIS DEL CAPÍTULO | 284 |
| CAPITULO 6.- CONCLUSIONES E IMPLICACIONES..... | 286 |
| 6.1.- CONCLUSIONES E IMPLICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN | 287 |
| 6.1.1.- <i>Conclusiones e Implicaciones Teóricas (OT1 y OT2; HT1 y HT2)</i> | 290 |
| 6.1.2.- <i>Conclusiones e Implicaciones Metodológicas (OM1; HM1, HM2, HM3, HM4, HM5)</i> | 292 |
| 6.1.3.- <i>Conclusiones e Implicaciones Prácticas (OP1 y OP2; HP1, HP2, HP3, HP4, HP5, HP6)</i> | 294 |
| 6.1.4.- <i>Conclusiones e Implicaciones Valorativo/Actitudinales (OVA1; HVA1, HVA2, HVA3)</i> | 301 |
| 6.2.- LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN | 303 |
| ANEXO..... | 306 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 337 |

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

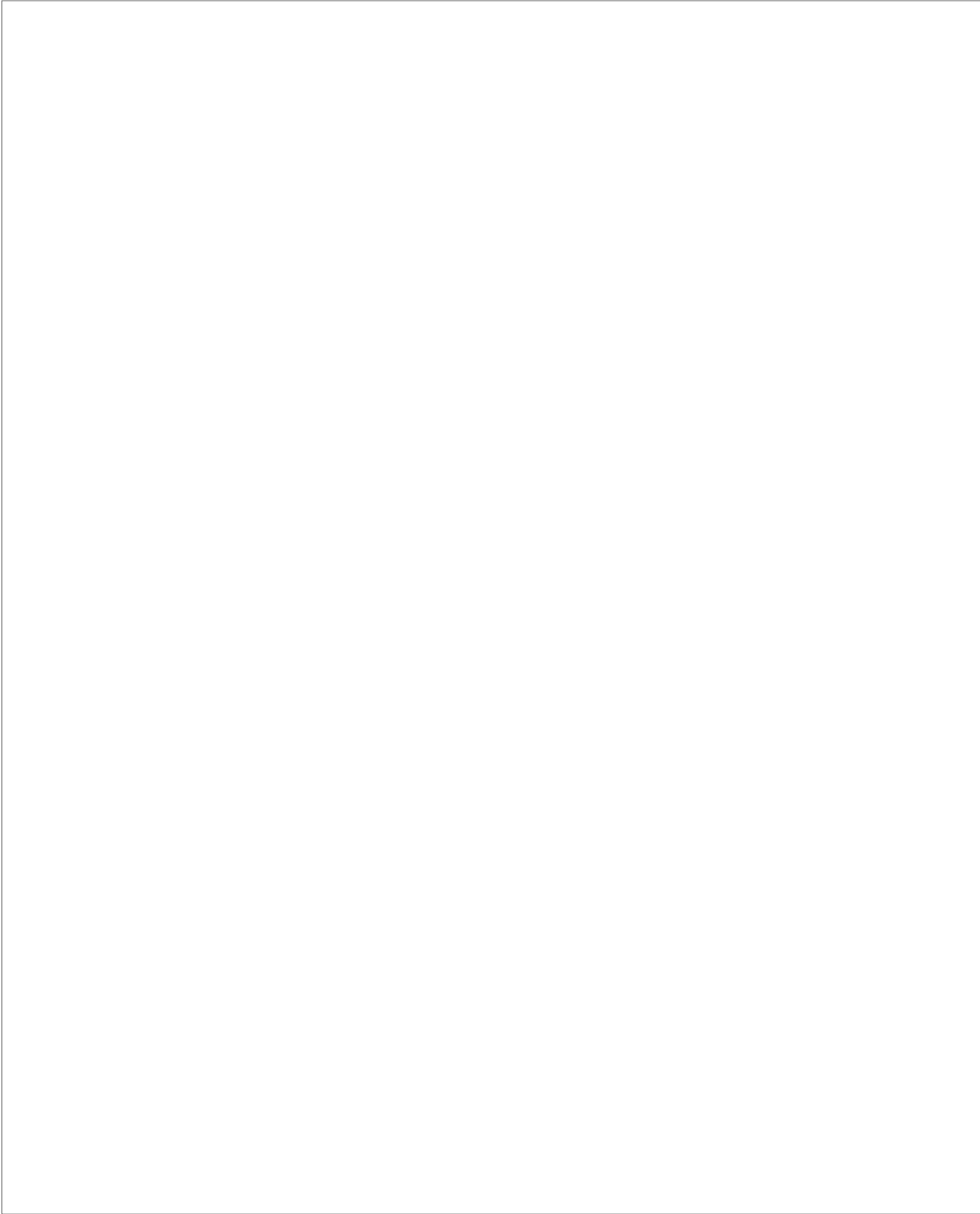
Índice de Cuadros

| | |
|--|-----|
| Cuadro 1.- Resumen objetivos e hipótesis | 13 |
| Cuadro 2.- Algunas definiciones de Globalización | 23 |
| Cuadro 3.- Características de las empresas multinacionales y globales..... | 24 |
| Cuadro 4.- Aspectos centrales de las definiciones de “Internacionalización” ... | 27 |
| Cuadro 5.- La Internacionalización desde el enfoque económico | 30 |
| Cuadro 6.- La Internacionalización desde la perspectiva teórica del proceso .. | 34 |
| Cuadro 7.- Selección de definiciones de Globalización..... | 40 |
| Cuadro 8.- Variables clave para la Internacionalización de la Empresa Turística según Berbel (2008)..... | 46 |
| Cuadro 9.- Estrategias de Internacionalización | 49 |
| Cuadro 10.- Tipos de intermediarios para la Exportación Indirecta | 52 |
| Cuadro 11.- Tipos de intermediarios para la Exportación Directa | 53 |
| Cuadro 12.- Tipos de Alianzas Estratégicas entre Empresas | 56 |
| Cuadro 13.- Orígenes de la competitividad empresarial | 66 |
| Cuadro 14.- La Macro Competitividad. Definiciones | 70 |
| Cuadro 15.- Teorías de Competitividad..... | 76 |
| Cuadro 16.- Definiciones de recurso | 85 |
| Cuadro 17.- Conceptualización de capacidad o competencia..... | 89 |
| Cuadro 18.- Enfoque tradicional y enfoque actual de la Teoría de los Recursos y Capacidades..... | 90 |
| Cuadro 19.- Algunas acepciones sobre el turismo | 107 |
| Cuadro 20.- Estudios en Competitividad Turística | 109 |
| Cuadro 21.- ¿Qué es la TDC?..... | 111 |
| Cuadro 22.- Factores Competitivos del Modelo Conceptual de TDC según el nivel de competencia..... | 122 |
| Cuadro 23.- Elementos genéricos del modelo de Enright y Newton | 137 |
| Cuadro 24.- Factores determinantes de la TDC | 157 |
| Cuadro 25.- Pilares de competitividad del TTCI 2007-2013..... | 172 |
| Cuadro 26 - Variación de Indicadores entre índices 2013 y 2015 | 179 |
| Cuadro 27.- Cambio de denominación en indicadores de los índices TTCI 2015 y TTCI 2017..... | 181 |
| Cuadro 28.- Indicadores de Competitividad TTCI 2017 | 182 |
| Cuadro 29.- Resumen Objetivos/Hipótesis y Estudios | 211 |
| Cuadro 30.- Regiones geográficas del WEF | 223 |
| Cuadro 31.- Codificación muestra final países (N=133) | 225 |
| Cuadro 32.- Estado de hipótesis metodológicas | 248 |
| Cuadro 33.- Verificación de los objetivos de la investigación | 282 |
| Cuadro 34.- Estado de las hipótesis de la investigación | 283 |

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Índice de Figuras

| | |
|---|-----|
| Figura 1.- Niveles de Competitividad..... | 65 |
| Figura 2.- Las cinco fuerzas de la competencia. | 80 |
| Figura 3.- Elementos estructurales del sector industrial..... | 81 |
| Figura 4.- Clasificación de los recursos..... | 87 |
| Figura 5.- El Diamante de Competitividad de Porter | 94 |
| Figura 6.- Los componentes de un destino turístico | 103 |
| Figura 7.- Funciones del destino turístico..... | 105 |
| Figura 8.- Modelo del Ciclo de Vida de un Destino Turístico..... | 115 |
| Figura 9.- Modelo Conceptual de TDC y Sostenibilidad..... | 125 |
| Figura 10.- Determinantes de la Competitividad del Mercado en una Industria Turística Medioambientalmente Sostenible..... | 128 |
| Figura 11.- El Modelo Integral de TDC..... | 131 |
| Figura 12.- Modelo para mejorar la TDC de Sudáfrica..... | 135 |
| Figura 13.- Estructura General de un Índice de Macro Competitividad | 146 |
| Figura 14.- Composición de <i>The Global Competitiveness Index (GCI)</i> | 151 |
| Figura 15.- Indicadores para medir la TDC | 160 |
| Figura 16.- Estructura del CM y del ICT..... | 163 |
| Figura 17.- Estructura genérica del TTCl..... | 166 |
| Figura 18.- Estructura TTCl. Período 2007-2013 | 171 |
| Figura 19.- Estructura actual del TTCl..... | 175 |
| Figura 20.- Probabilidad de respuesta acertada para ítems politómicos..... | 199 |
| Figura 21.- Localización de países y pilares competitivos..... | 200 |
| Figura 22.- Logaritmo natural de la probabilidad de respuesta (logit) | 201 |
| Figura 23.- Mapa de posicionamiento | 251 |
| Figura 24.- Ficha de diagnóstico competitivo individual de España (PKMAP)..... | 263 |
| Figura 25.- Ficha de diagnóstico competitivo de España. Acciones..... | 299 |

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

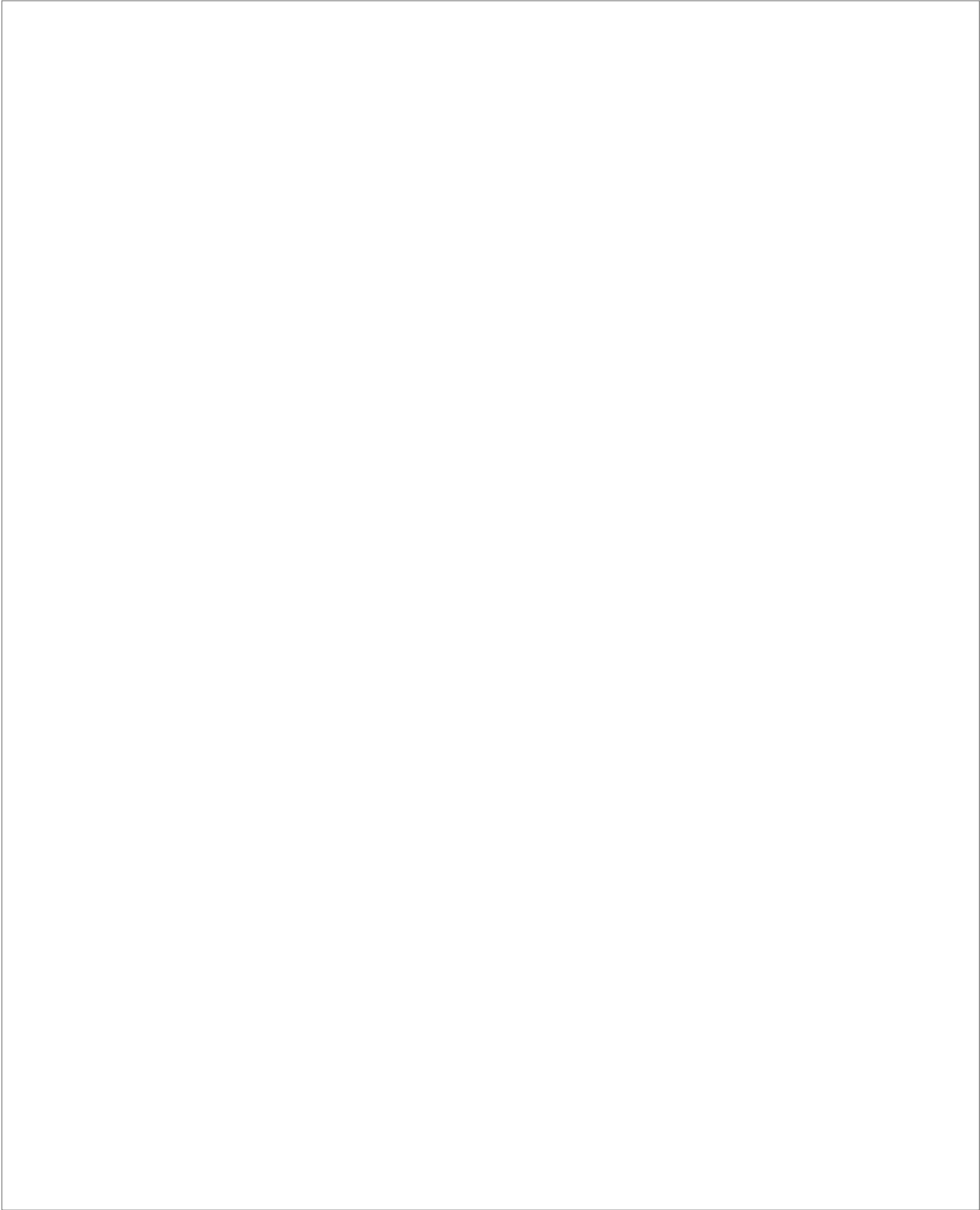
Índice de Tablas

| | |
|--|-----|
| Tabla 1.- Características Modelos No Turísticos de Medición de la Macro Competitividad..... | 148 |
| Tabla 2.- Ponderación de subíndices y umbrales de ingreso para las etapas de desarrollo de los países EN EL GCI..... | 153 |
| Tabla 3.- Evolución TTCl 2007-2017..... | 181 |
| Tabla 4.- Publicación TTCl vs datos TTCl | 185 |
| Tabla 5.- Resumen aportaciones modelos GCI, ICT y TTCl | 187 |
| Tabla 6.- Instrumento de medida. Estructura y codificación | 222 |
| Tabla 7.- Correlación de los 14 pilares (N=133) | 230 |
| Tabla 8.- Datos de las categorías de los pilares (N=133)..... | 232 |
| Tabla 9.- Andrich Threshold (N=133) | 233 |
| Tabla 10.- Coherencia (N=133)..... | 234 |
| Tabla 11.- Validez y fiabilidad global de las medidas. | 237 |
| Tabla 12.- Jerarquización de los pilares de TDC..... | 239 |
| Tabla 13.- Los 20 países con más y menos competitividad turística (TDC)... | 240 |
| Tabla 14.- Resultados del análisis de dimensionalidad (N=133)..... | 244 |
| Tabla 15.- Resumen de pilares que pertenecen a la segunda dimensión (N=133) | 246 |
| Tabla 16.- Respuestas a los pilares de los países con mayor y menor nivel de habilidad para la TDC..... | 253 |
| Tabla 17.- Respuestas localizadas a los pilares de los países con mayor habilidad para la TDC..... | 255 |
| Tabla 18.- Matriz de benchmarking de diagnóstico competitivo para los países con mayor habilidad competitiva | 257 |
| Tabla 19.- Estado de hipótesis del objetivo práctico 1 (OP1) | 265 |
| Tabla 20.- Análisis DIF-ítems (pilar) por nivel de TTCl (N=133)..... | 268 |
| Tabla 21.- Análisis DIF-ítems por llegadas de turistas internacionales (N=133) | 270 |
| Tabla 22.- Análisis DIF-ítems por ingresos por turismo (N=133)..... | 272 |
| Tabla 23.- Análisis DIF-ítems por proporción PIB turístico (N=133)..... | 274 |
| Tabla 24.- Análisis DIF-ítems por proporción empleo turístico al empleo total (N=133) | 276 |
| Tabla 25.- Estado de hipótesis del objetivo práctico 2(OP2) | 278 |
| Tabla 26.- Registros publicados en cuyo título apareciera la palabra “competitiveness” y “tourism competitiveness” | 279 |
| Tabla 27.- País de origen de la publicación..... | 280 |
| Tabla 28.- Tipo de publicación | 280 |
| Tabla 29.- Estado de las hipótesis valorativo/actitudinales | 281 |

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

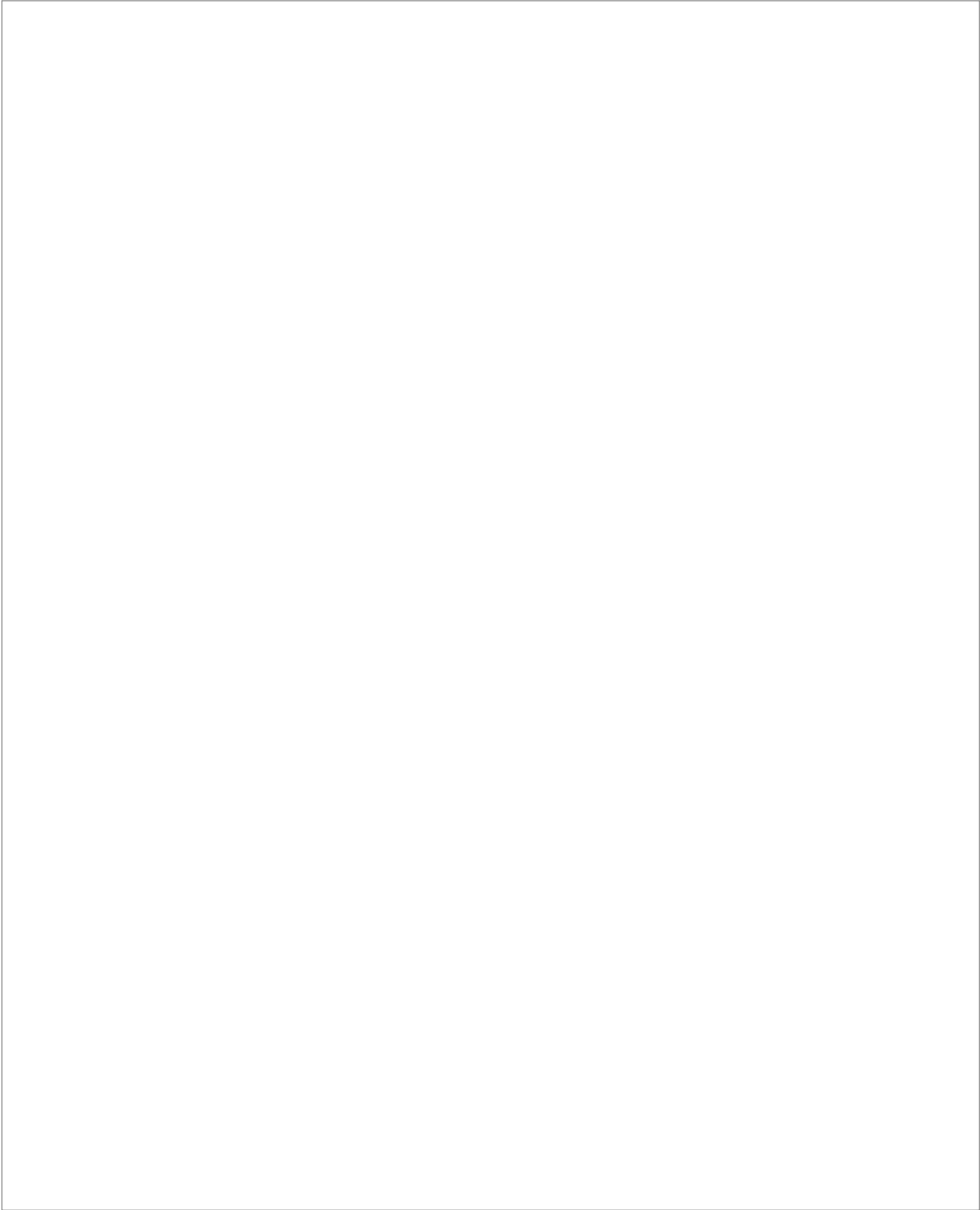
Glosario de abreviaturas

- **CM:** monitor de competitividad turística
- **GCI:** The Global Competitiveness Index (Índice de Competitividad Global)
- **HM:** Hard measures (medidas cuantitativas)
- **ICT:** Índice de competitividad turística
- **IED:** Inversión Extranjera Directa
- **IMD:** Institute of Management & Development (Instituto de Gestión y Desarrollo)
- **INE:** Instituto Nacional de Estadística (de España)
- **OM/HM:** Objetivo/hipótesis metodológica
- **OMT:** Organización Mundial del Turismo
- **OP/HP:** Objetivo/hipótesis práctica
- **OT/HT:** Objetivo/hipótesis teórica
- **OVA/HVA:** Objetivo/hipótesis valorativo/actitudinal
- **PAC:** País con alto nivel de competitividad turística
- **PBC:** País con bajo nivel de competitividad turística
- **PCI:** País con ingresos por turismo internacional
- **PCL:** País con llegadas de turistas internacionales
- **PETA:** País con alta proporción de empleo turístico sobre empleo total
- **PETB:** País con baja proporción de empleo turístico sobre empleo total
- **PPTA:** País con proporción alta de PIB turístico sobre PIB total
- **PPTB:** País con proporción baja de PIB turístico sobre PIB total
- **PSI:** País sin ingresos por turismo internacional
- **PSL:** País sin llegadas de turistas internacionales
- **SM:** Soft measures (medidas cualitativas)
- **TDC:** Tourism Destination Competitiveness (competitividad del destino turístico o competitividad turística para el caso de este trabajo).
- **TTCI:** The Travel & Tourism Competitiveness Index (Índice de Competitividad de Viajes y Turismo)
- **TTCR:** The Travel & Tourism Competitiveness Report (Informe de Competitividad de Viajes y Turismo)
- **WEF:** World Economic Forum
- **WTTC:** World Travel & Tourism Council (Consejo Mundial de Viajes y Turismo)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |



Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Introducción

1

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

1.- Problema a investigar: interés y justificación

El interés y la justificación del estudio del modelo para la medición de la competitividad turística (TDC) del World Economic Forum y su aplicación al destino turístico España atienden a varias razones. En primer lugar, el turismo es un sector clave de la economía española. Este sector, debido a su carácter transversal, ha servido de soporte para el resto de los sectores y ha ayudado a atenuar el impacto de la crisis económica. El turismo no ha parado de crecer desde el año 2009, *annus horribilis* para el sector turístico mundial, alcanzando en el año 2018, la cifra de los 1400 millones de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial, tendencia que se espera continúe en el año 2019 (OMT, 2019). En el caso de España, y según datos de Exceltur (2018), los efectos directos del turismo representan el 11.2% del PIB total generado en el estado. Respecto al empleo, el sector turístico genera el 13% de los puestos de trabajo que se crean en España.

Como puede apreciarse, estos buenos datos coexisten con una competencia creciente en el mercado turístico a nivel global. Esto obliga a las empresas, en especial a las turísticas, a adaptar sus estrategias empresariales para poder conservar, como mínimo, la posición competitiva que ocupan actualmente. De hecho, la posición competitiva de las empresas condiciona la competitividad, tanto global como turística, del país en el que se localizan. En el contexto turístico, los gestores de destinos turísticos de los países tienen que desarrollar y adoptar técnicas y herramientas que permitan adelantarse a los movimientos del mercado, anticipando las respuestas estratégicas y así aumentar la eficiencia y la competitividad. Esto se consigue conociendo las

2

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

preferencias y la evolución de los gustos de los clientes (De Pablo, 2004; Alonso y Blasco, 2006). Para ello, es necesario que la empresa, también la empresa turística, cuente con la infraestructura tecnológica necesaria que le permita un contacto directo con el cliente, eliminar intermediarios y forjar relaciones de confianza duraderas (Fyall, Callod y Edwards, 2003). Esto es especialmente importante en tiempo de crisis, debido a la mayor incertidumbre de los mercados, y sobre todo en aquellos destinos en fase de madurez, como es el caso de España, destino turístico maduro de sol y playa diversificado (Oreja, Parra y Yanes, 2008; Díaz, Oreja y Parra, 2015).

Es en este contexto en el que la competitividad turística, o competitividad del destino turístico (TDC), ha adquirido notable interés en los últimos años. Desde el punto de vista de las empresas, porque el turismo es un sector en crecimiento, en el que abordar nuevos retos estratégicos con los que incrementar su presencia internacional y, consecuentemente, su nivel de ingresos y de competitividad. Desde el punto de vista de la gestión del destino, el interés por la competitividad turística (TDC) radica en las oportunidades de desarrollo y crecimiento económico que se generan a raíz de un buen posicionamiento internacional (Ritchie y Crouch, 2003; Crouch, 2011).

El crecimiento económico asociado al desarrollo de la actividad turística está directamente vinculado a la expansión y la reconversión económica del destino (Siles, 2016). En este sentido, la inversión extranjera directa (IED), necesaria para el desarrollo de infraestructuras turísticas, juega un papel crucial en el despegue de un destino turístico (Saavedra, 2012; Corral, 2013).

3

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

En los últimos 20 años, los estudios relacionados con la competitividad turística se han centrado en tres aspectos principales: (1) estudiar cuáles son los factores que determinan la competitividad turística (TDC) y proponer modelos teóricos generales (Ritchie y Crouch, 1993; Crouch y Ritchie, 1999; Ritchie y Crouch, 2003; Gooroochurn y Sugiyarto, 2005), (2) modelizar la competitividad turística (TDC) a distintos tipos de destinos turísticos (i. e. microdestinos, regiones, países y grupos de países, entre otros) (Amaya, Conde y Covarrubias, 2008; Gomezelj y Mihalič, 2008; Ritchie y Crouch, 2010; Goffi, 2013) y (3) modelizar la medición de la competitividad turística (TDC) (Blanke y Chiesa, 2008, 2009, 2011, 2013; Crotti y Misrahi, 2015, 2017). En el caso de este trabajo, los análisis se han centrado en un grupo de países y, más específicamente, en el destino turístico España. Los resultados de estos análisis han puesto de manifiesto que los factores determinantes de la competitividad turística (TDC) difieren entre destinos y que, por lo tanto, los resultados que se obtienen para destinos concretos no pueden generalizarse (Pulido, Cárdenas y Sánchez, 2014).

Estos resultados evidencian la necesidad, por parte de los gestores del destino turístico, de investigar y de comprender las características propias de cada destino para poder implementar estrategias de éxito exclusivas que mejoren la competitividad turística (TDC). Para ello, las empresas turísticas del destino deben orientarse al mercado, identificar los gustos de los turistas y diseñar, a partir de estos, productos y servicios turísticos de calidad con los que aportar valor añadido a los clientes locales y foráneos. Mediante la orientación al mercado, las empresas turísticas consiguen adaptarse al turista, consolidando la

4

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

demanda, al mismo tiempo que obtienen mayor nivel de ingresos y mejoran su nivel de competitividad (Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco, 2011).

Para ayudar a los gestores del destino turístico, han surgido distintas modelizaciones teóricas con las que identificar los diferentes tipos de recursos que componen un destino. Estos modelos incluyen variables relacionadas con los recursos que tiene el destino (i.e. naturales, culturales, infraestructuras), variables de gestión y planificación del destino (i.e. organización, calidad, branding) o variables relacionadas con la accesibilidad o la hospitalidad y la localización o el coste (Hassan, 2000; Enright y Newton, 2004, 2005; Hong, 2008, 2009).

Respecto a la medición de la competitividad turística (TDC), el World Economic Forum (WEF) ha propuesto un modelo que, a pesar de no tener el total y absoluto respaldo científico-teórico ni estadístico, actualmente sirve de guía para la toma de decisiones en el ámbito turístico público y privado (Wu, 2011). Este modelo de evaluación de la competitividad turística (TDC) está basado en el modelo de medición de la competitividad global que el WEF lleva aplicando más de 30 años (Blanke y Chiesa, 2007). En este sentido, los factores determinantes de la competitividad, tanto global como turística, se denominan pilares de competitividad (pilares) y los resultados se muestran en forma de ranking competitivo para determinar cuáles son las economías más competitivas a nivel global y a nivel turístico (Schwab, 2016; Crotti y Misrahi, 2017).

Por tanto, la tarea de este trabajo consiste, en realizar una doble revisión de la literatura para, en primer lugar, elaborar un marco teórico que dé soporte

5

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

al concepto de competitividad y al concepto de competitividad turística (TDC) y, en segundo lugar, aportar un marco teórico que sirva de base para el modelo WEF de medición de la competitividad turística (TDC).

Una vez elaborado el marco teórico, el trabajo práctico se divide en dos partes: la parte metodológica y la parte práctica, propiamente dicha. Respecto al trabajo metodológico, éste consiste en constatar si el modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) es estadísticamente significativo. Según el modelo WEF, *España es el país más competitivo del mundo en turismo para el año 2017*. Este hecho ya representa una tendencia, pues España ocupa el liderato según el modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) desde el año 2015 y lo conserva en el último análisis, publicado en octubre del año 2019 (Crotti y Misrahi, 2015, 2017; Calderwood y Soshkin, 2019). En este sentido, y una vez analizada la significatividad estadística del modelo WEF, el trabajo práctico consistirá en (1) identificar cuáles son los países con la mayor habilidad para la competitividad turística (TDC), (2) determinar las fortalezas y debilidades del modelo turístico español y (3) analizar si existen diferencias entre grupos de países respecto a los pilares. Estos análisis nos ofrecerán la posibilidad de legitimar estadísticamente el modelo WEF, así como los resultados y la propia tesis, y además, nos dotarán de la facultad de proponer mejoras tanto en el modelo WEF como en el modelo turístico de España.

Esta tesis aporta algunas cuestiones novedosas a nivel teórico, metodológico y práctico. De manera sintética, las aportaciones de este trabajo se centran, principalmente, en la trascendencia de la cuestión que es objeto de análisis, así como su aportación al conocimiento: la competitividad turística.

6

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Desde el punto de vista teórico, la integración, la síntesis y la actualización de los conceptos y la medición de la competitividad turística (TDC) constituyen un avance que permitirá, tanto a gestores públicos y privados como a investigadores y académicos, mejorar su labor.

Respecto a las aportaciones metodológicas, el modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) es una modelización ampliamente utilizada, a pesar de que su validez no ha sido contrastada científicamente. En este sentido, el modelo WEF ha servido de punto de partida, sobre todo entre la comunidad científica, para proponer nuevas modelizaciones aplicadas a destinos turísticos específicos mayoritariamente. Este modelo, cuya significatividad estadística se legitima en este trabajo de manera inédita, será, a partir de este momento, una herramienta robusta, válida y fiable con la que extraer conclusiones. Para ello en esta tesis se utiliza metodológicamente el modelo de Rasch, un modelo alternativo a la teoría clásica del test que, como se verá a lo largo de este trabajo, permite avanzar en el análisis estadístico.

En cuanto a las aportaciones prácticas, y una vez comprobada la validez estadística del modelo WEF, el uso de éste será de gran utilidad para los gestores del destino turísticos, así como para académicos e investigadores del ámbito turístico, porque permitirá extraer conclusiones globales reproducibles y aplicables entre destinos turísticos diferentes. Además, en el caso específico de España, los resultados obtenidos de los diferentes análisis practicados facilitarán la labor de aportar mejoras al modelo turístico de España. Esto permitirá a su vez adaptar las acciones estratégicas y, consecuentemente, mejorar la competitividad turística (TDC) de España.

7

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Por último, en relación con las aportaciones desde la perspectiva valorativa/actitudinal, se ponen en valor la competitividad en general y la competitividad turística (TDC) en particular, demostrando que se trata de un tema con atractivo editorial y de actualidad.

2.- Objetivos de la investigación

Esta tesis incluye tres tipos de objetivos. En primer lugar, los objetivos e hipótesis teóricos, que se corresponden con el marco teórico de la misma pero que no se corresponden exactamente con los objetivos e hipótesis prácticos-metodológicos de la investigación. En segundo lugar, los objetivos e hipótesis de la investigación propiamente dicha son de naturaleza práctico-metodológicos. Por último, el objetivo valorativo-actitudinal, se corresponde tanto con el marco teórico como práctico. Dicho objetivo valorativo-actitudinal realizará la función de dotar de naturaleza transversal e integradora a los objetivos e hipótesis, así como al conjunto del trabajo, destacando y reivindicando mediante dicho objetivo el valor que la competitividad turística (TDC) debe tener, tanto a nivel general como en el caso de España en particular. Los objetivos metodológicos y los objetivos empíricos-prácticos están vinculados a las metodologías aplicadas y a los análisis a realizar, respectivamente. A modo de resumen, los diferentes objetivos, y sus correspondientes hipótesis, se recogen en un cuadro al final de este apartado.

En este sentido, los objetivos y las hipótesis de este trabajo son los siguientes:

8

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Objetivo teórico 1 (OT1): Revisión y síntesis del marco teórico existente acerca de la competitividad en general y de la competitividad turística en particular.

Como primera hipótesis se establece que:

Hipótesis HT1: Sí es posible establecer un marco teórico más actualizado, sintético y claro para el estudio de la competitividad y la competitividad en turismo.

Objetivo teórico 2 (OT2): Integrar y aportar solidez teórica a los modelos de medición de la competitividad turística, especialmente del WEF.

Hipótesis HT2: Es posible aportar solidez e integrar los modelos de medición de la TDC, especialmente del modelo del WEF.

Objetivo metodológico 1 (OM1): Determinar, mediante el modelo de Rasch (1960, 1980), la significatividad estadística (validez, fiabilidad, dimensionalidad y nivel de ajuste de los datos) del constructo “competitividad turística (TDC)” del modelo del WEF en el año 2017.

Teniendo en cuenta el objetivo anterior, las siguientes hipótesis quedan redactadas del siguiente modo:

Hipótesis HM1: Existe ajuste de los datos de, al menos, un 75% respecto a los pilares de competitividad turística al modelo de Rasch en el año 2017.

Hipótesis HM2: Existen ajustes de los datos de, al menos, un 90% respecto a los países al modelo de Rasch en el año 2017.

Hipótesis HM3: Según el modelo de Rasch (1960, 1980), sí existe fiabilidad a nivel de pilares en los datos aportados por el modelo del WEF respecto al constructo “competitividad turística (TDC)” para el año 2017.

Hipótesis HM4: Según el modelo de Rasch (1960, 1980), sí existe fiabilidad a nivel de países en los datos aportados por el modelo del WEF respecto al constructo “competitividad turística (TDC)” para el año 2017.

9

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Hipótesis HM5: Según el modelo de Rasch (1960, 1980) sí existe un grado suficiente de unidimensionalidad en los datos aportados por el modelo del WEF respecto al constructo “competitividad turística (TDC)” para el año 2017.

Objetivo Práctico 1 (OP1): Analizar la competitividad turística mediante benchmarking (fortalezas/debilidades) de España en relación con los países con mayor nivel de TDC, según el modelo de Rasch, para el año 2017.

Teniendo en cuenta el objetivo anterior, la siguiente hipótesis establece:

Hipótesis HP1: Las fortalezas y las debilidades del modelo turístico español son diferentes a las de los modelos turísticos de los países con mayor nivel de TDC en, al menos, un 25%.

Objetivo Práctico 2 (OP2): Comprobar si existen diferencias de percepción de la competitividad turística (ítems/pilares, en definitiva) en función de determinadas variables de clasificación para el año 2017.

Hipótesis HP 2: Sí existen diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función del índice de competitividad turística del WEF (TTCI)

Hipótesis HP 3: Sí existen diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función del número de llegadas de turistas internacionales (País Sin Llegadas (PSL) < 3 millones de llegadas de turistas internacionales/ País Con Llegadas (PCL) >3 millones de llegadas de turistas internacionales).

Hipótesis HP 4: Sí existen diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función del nivel de ingresos por turismo internacional (País Sin Ingresos (PSI) < 2 millones de US\$ en ingresos por turismo internacional / País Con Ingresos (PCI) >2 millones de US\$ en ingresos por turismo internacional).

Hipótesis HP 5: Sí existen diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función de la contribución del PIB turístico al PIB total (País con proporción baja de PIB turístico sobre PIB total (PPTB) <

10

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

4% / País con proporción alta de PIB turístico sobre PIB total (PPTA)> 4%).

Hipótesis HP 6: Sí existen diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función de la proporción que representa el empleo turístico respecto al empleo total (País con baja proporción de empleo turístico sobre empleo total (PETB) < 4% / País con alta proporción de empleo turístico respecto al empleo total (PETA)> 4%).

11

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Objetivo Valorativo-actitudinal 1 (OA1): Identificar la importancia que la competitividad turística tiene en la literatura, dando relevancia a la misma en el marco teórico y metodológico de este trabajo, así como en las conclusiones.

En atención al objetivo valorativo-actitudinal, las Hipótesis quedan redactadas del siguiente modo:

Hipótesis HVA1: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) según el número de publicaciones.

Hipótesis HVA2: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en función del país de origen de las publicaciones.

Hipótesis HVA3: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) a partir del tipo de publicación.

A modo de resumen, en el cuadro 1 se recogen los objetivos e hipótesis desarrollados en este apartado. Como se puede apreciar, los objetivos e hipótesis teóricos aparecen sombreados, porque no se corresponden con los objetivos propios de la investigación propiamente dicha. La consecución y constatación de estos objetivos e hipótesis se abordará en el capítulo de conclusiones. Del mismo modo, el objetivo valorativo/actitudinal también aparece sombreado en el cuadro 1, al estar relacionado tanto con el marco teórico como con el marco práctico de este trabajo.

12

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 1.- Resumen objetivos e hipótesis

| Objetivos e Hipótesis | |
|--|--|
| Objetivos e Hipótesis Teóricos (T) | |
| OT1: Construir un marco teórico útil para la competitividad y la competitividad turística (TDC) | HT1: Si es posible generar un marco teórico de la TDC |
| OT2: Proporcionar una base teórica para el modelo de competitividad turística del WEF | HT2: Se puede aportar un marco teórico que complemente el modelo de competitividad turística del WEF |
| Objetivos e Hipótesis Metodológicos (M) | |
| OM1: Determinar la significatividad estadística (validez, fiabilidad, unidimensionalidad y desajustes) del constructo "competitividad turística" del modelo del WEF para el año 2017 | HM1: Los datos de los pilares sí se ajustan al modelo de Rasch en, al menos, un 75% |
| | HM2: Los datos de los países sí se ajustan al modelo de Rasch en, al menos, un 90% |
| | HM3: Sí existe fiabilidad respecto a pilares |
| | HM4: Sí existe fiabilidad respecto a países |
| | HM5: Sí existe unidimensionalidad |
| Objetivos e Hipótesis Prácticos (P) | |
| OP1: Analizar fortalezas/debilidades del modelo turístico español en el año 2017 en función de los pilares de competitividad turística | HP1: Sí existen diferencias con respecto a los modelos turísticos de los países más competitivos en, al menos, un 25% de los pilares |
| | HP2: Sí existen diferencias en países según el valor obtenido en el índice WEF (TTCI) |
| | HP3: Sí existen diferencias entre grupos de países en función del número de llegadas de turistas internacionales |
| | HP4: Sí existen diferencias entre grupos de países en función del nivel de ingresos por turismo internacional |
| | HP5: Sí existen diferencias entre grupos de países en función de la proporción del PIB turístico sobre el PIB total |
| | HP6: Sí existen diferencias entre grupos de países en función de la proporción que representa el empleo turístico sobre el total de empleo creado en el país |
| Objetivos e Hipótesis Valorativo/Actitudinales (VA) | |
| OVA1: Identificar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en la literatura científica en términos bibliométricos | HVA1: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) según el número de publicaciones |
| | HVA2: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en función del país de origen de las publicaciones |
| | HVA3: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) a partir del tipo de publicación |

Fuente: Elaboración propia

13

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

3.- Estructura del trabajo

Esta tesis se ha organizado en seis capítulos con el objeto de aportar coherencia a la investigación realizada. De esta forma, el trabajo se divide en dos partes. En la primera, se incluye el marco teórico (capítulos 1, 2 y 3) y la segunda parte se compone de la investigación propiamente dicha (capítulos 4, 5 y 6). En el capítulo 1 se realiza un estudio sobre el impacto de la globalización y la internacionalización económica en el turismo. Este capítulo comienza definiendo y aclarando estos fenómenos. Esto permitirá abordar distintas teorías y estrategias que explican ambos procesos. Seguidamente, y dado que los procesos de internacionalización, globalización y competitividad se desarrollan por las empresas, en este capítulo se definen dos tipos de empresas relacionadas con ambos procesos (internacionalización y competitividad), como son las empresas multinacionales y las empresas globales.

En el capítulo 2, se aborda la casuística relativa al concepto de competitividad, y más concretamente, se hace referencia a la competitividad global o macro competitividad. Asimismo, se presentan las teorías de macro competitividad más relevantes, diferenciando entre las teorías clásicas [teoría de la ventaja absoluta (Smith, 1771), de la ventaja comparativa (Ricardo, 1817), el Modelo Heckscher-Ohlin [Heckscher, 1919; Ohlin, 1933]] y las teorías modernas de competitividad [teoría de la competitividad estructural (Porter, 1980a, 1980b, 1985, 1986), la teoría de los recursos y capacidades (Prahalad y Hamel, 1990; Mahoney y Pandian, 1992) y la teoría de la ventaja competitiva (Porter, 1990)], destacando la adaptación entre las teorías de competitividad y el sector turístico. Seguidamente, en el capítulo 2 se aborda la conceptualización del destino

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

turístico, elemento básico en esta tesis, así como la conceptualización del concepto competitividad turística o competitividad del destino turístico (TDC), haciendo hincapié en los modelos conceptuales que explican la competitividad turística (TDC).

La medición de la competitividad se aborda en el capítulo 3. En este capítulo se incluyen los modelos más utilizados para evaluar la macro competitividad, así como la competitividad turística (TDC). Más concretamente en el contexto turístico, se diferenciará entre las aportaciones teóricas y las aportaciones prácticas. En este sentido, destacan las aportaciones realizadas por el World Economic Forum (WEF) para la medición de la competitividad global (GCI) y la competitividad turística (TDC).

La segunda parte del trabajo comienza con el capítulo 4, en el que se presenta la metodología seguida en la investigación, aclarando que se realizarán dos estudios complementarios. Seguidamente, en este capítulo también se abordan los objetivos, el software utilizado y el instrumento de medida, abordando la población y muestra analizada y presentando, por último, una síntesis de las fases seguidas en el proceso de elaboración de este documento de tesis doctoral.

A continuación, en el capítulo 5 se presentan los resultados obtenidos tras los análisis practicados. Este capítulo comienza con los resultados relativos a los objetivos metodológicos (OM1), continúa con los resultados relacionados con los objetivos prácticos (OP1 y OP2) y finaliza con los resultados referentes al objetivo valorativo/actitudinal (OVA), así como una síntesis del capítulo. Por último, el marco práctico de este trabajo concluye con un capítulo de conclusiones e implicaciones (capítulo 6), propuestas según los tipos de

15

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

objetivos que se incluyen en este trabajo. Asimismo, en este último capítulo también se indican las limitaciones a las que se han tenido que hacer frente en este trabajo y las posibles líneas de investigación futuras. Por último, este trabajo concluye con una amplia bibliografía, necesaria por la dificultad que conllevan los objetivos teóricos, relacionados con aportar claridad y transparencia, así como solidez, a la competitividad, a la competitividad turística y a los modelos que tratan de evaluarla. Además, se incluye un anexo que contiene información relevante para el lector.

Por tanto, desde el punto de vista teórico, la revisión de la literatura ha permitido corroborar la dispersión relativa al estudio de la competitividad en general y de la competitividad turística (TDC) en particular. El esfuerzo de síntesis y actualización del marco teórico realizado en esta tesis aporta claridad al complejo, e incluso polémico en ocasiones, estudio de la competitividad. Metodológicamente, la aplicación del modelo de Rasch (1960, 1980) a los datos del WEF ha permitido verificar, por primera vez, que el modelo WEF de competitividad turística es estadísticamente significativo. Asimismo, la perspectiva de Rasch aporta una visión más completa y fiable tanto de los datos como de la realidad turística. Esto permite, por un lado, abordar el modelo WEF de manera más amplia por parte de los académicos e investigadores en el campo del turismo y, por otro, mejorar la gestión pública de la competitividad turística (TDC).

Asimismo, la aplicación del modelo de Rasch también ha permitido corroborar, en primer lugar, que España es el país-destino con mayor habilidad para competir turísticamente del mundo y, a continuación, que todas las variables competitivas, o pilares, a pesar de ser igualmente importantes para la

16

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitividad turística (TDC), ni tienen la misma presencia en todos los países ni son igualmente importantes para la competitividad turística de un país en concreto. En este sentido, los pilares con mayor presencia en el conjunto de países son los relacionados con la seguridad y la salud, la competitividad-precio del sector turístico, así como la dotación de recursos públicos al turismo, el atractivo empresarial y el desarrollo tecnológico del país. En el caso específico de España, las medidas para reforzar su modelo turístico y, por tanto, afianzar el nivel actual de competitividad turística (TDC), deben centrarse tanto en aspectos directamente relacionados con el turismo, como la calidad de la infraestructura turística o la conectividad aérea, como en aspectos indirectamente relacionados con el sector turístico, como son la conservación y protección de los espacios naturales, la vigilancia de diferentes variables medioambientales o los servicios de sanitarios y de inteligencia policial/militar.

En la misma línea, aquellos pilares con una presencia alta y alcanzados por España también podrían mejorar y constituirse como fortalezas. Para ello es necesario que las medidas a implementar se concentren en velar por la conservación de los recursos naturales (pilar 13), poniendo especial atención en la protección animal, en la protección del territorio, en proporcionar una red de transporte eficiente y de calidad que facilite la movilidad interior (pilar 11), unido a unos mejores servicios sanitarios (pilar 3) y de inteligencia policial/militar (pilar 2) acordes a un país de primer nivel.

17

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

**PRIMERA PARTE:
MARCO TEÓRICO.**

18

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

19

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Capítulo 1

Internacionalización, Globalización y Turismo

20

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1.0. - Introducción

Este capítulo es de gran utilidad para profesionales, académicos e investigadores al clarificar fenómenos como son la internacionalización y la globalización, procesos íntimamente relacionados, como se verá más adelante, con la competitividad entre países, que es el objeto de estudio de esta tesis a través del modelo del World Economic Forum (WEF en adelante). No obstante, debemos aclarar desde el inicio que los indicadores del modelo de competitividad turística del WEF se refieren a aspectos de las empresas turísticas, y que, aunque constituyan excepciones, el WEF podría incluir a empresas con escasa internacionalización.

De manera particular, se abordarán las teorías y tendencias relativas a la internacionalización y la globalización turística, dejando para un capítulo posterior el estudio de la competitividad global y en turismo.

El capítulo que ahora se presenta comenzará con una breve introducción acerca del fenómeno de la internacionalización y la globalización, clarificando conceptos que servirán de base para abordar las distintas teorías y estrategias que explican ambos procesos, a los que han tenido que hacer frente las empresas turísticas.

Los procesos de internacionalización y globalización, que son procesos difíciles de definir, deben abordarse de manera introductoria porque, especialmente en el caso del turismo, están relacionados con la competitividad entre países, siendo éste último el objeto de estudio en este trabajo (Cerdas,

21

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1997; Stiglitz, 2010; Wild, Wild y Han, 2014). En parte, ello es debido a que el turismo es el sector que más carácter internacional y global posee (Lillo, Ramón y Sevilla, 2007; Kim, 2012), es un sector muy competitivo (Oreja y Yanes, 2002; Sousa, 2004; Molero y Valadez, 2005; Cárdenas, 2011; Torquemada y García, 2013; Matuzola, 2014) y ha demostrado su fortaleza y resistencia a lo largo de los años, sobre todo durante la crisis económica reciente, tanto en España como en otros países (Ramón, 2001; Jiménez, 2011; OMT, 2017). Adicionalmente, el turismo se presenta como un sector relevante en el comercio internacional de servicios (Patterson y Cicic, 1995; OMT, 2017; Urrutia y Cuevas, 2016).

La *internacionalización*, que es un paso previo o un proceso anterior al de globalización (Bodemer, 1998), hace referencia a la dispersión geográfica de la actividad económica llevada a cabo entre países, principalmente por las empresas multinacionales (Dicken, 2003; Villarreal, 2005). Se entiende por actividad económica todo proceso, empresarial o profesional, por el que se crea valor mediante la producción o distribución de bienes y servicios, en nuestro caso turísticos, para satisfacer las necesidades de una sociedad (Rodríguez, 2009). La relación de la competitividad con la internacionalización y la globalización deriva del hecho de que son las *empresas multinacionales* las que venden y producen en más de un país (RAE, 2017), y tienen localizado su centro de dirección de operaciones en el país donde fue fundada o constituida la empresa (EAE Business School, 2015).

Por su parte, la *globalización* se concibe como un proceso posterior a la internacionalización, como se comentó anteriormente, y no es un fenómeno reciente (Fayed y Fletcher, 2002). Al igual que sucede con la internacionalización

22

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

y el propio fenómeno turístico, la globalización también es un término complejo y difícil de definir, tal y como se pone de manifiesto en la gran cantidad de acepciones que se encuentran en la literatura (Morales, 1998; Al-Rodhan, 2006). A pesar de la dificultad de la definición de globalización, ésta es ante todo un proceso económico (Mittelman, 1996; Moneta, 1996), como sostienen los autores de las definiciones recogidas en el cuadro 2. Como se puede apreciar, estas definiciones de la globalización guardan una estrecha relación con el fenómeno de la internacionalización y la competitividad (Cohen, 2012; Ferrer, 1998):

Cuadro 2.- Algunas definiciones de Globalización

| Autor | La globalización es... |
|---|--|
| Dicken (1992), citado en Dicken (2003; pp. 3) | <i>La forma más avanzada de internacionalización e implica un grado de integración funcional entre actividades económicas internacionalmente dispersas.</i> |
| Stiglitz (2002) | Un proceso y resultado de la reducción de barreras al libre comercio y la mayor integración de las economías nacionales |
| Rocha (2003) | <i>Aquel proceso general (para todo el planeta), permanente (estable en el tiempo), intenso (se desarrolla rápidamente en el espacio), complejo (es económico, social, cultural y político), abstracto (inmaterial y desterritorializado) y heterogéneo (profundiza el desarrollo desigual).</i> |
| Elfrink (2016) | <i>La globalización se refiere a la creciente interdependencia económica, cultural, demográfica, política y ambiental de diferentes lugares del mundo.</i> |

Fuente: Adaptado a partir de los autores

Teniendo en cuenta que los procesos de internacionalización, globalización económica y competitividad se desarrollan, en última instancia, por las empresas (Porter, 1990; Krugman, 1994), surge en este contexto la necesidad de definir las *empresas turísticas multinacionales y globales*. Para facilitar la comprensión, a continuación se recogen las características de estas organizaciones (multinacionales y globales):

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Cuadro 3.- Características de las empresas multinacionales y globales

| | Empresa Multinacional | Empresa Global |
|-------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| Toma de Decisiones | Centralizada | Descentralizada |
| Capacidad de operación | En muchos países, pero no en todos | En todos los países del mundo |
| Producto | Homogéneo | Heterogéneo |
| Mercado | Países/continentes (muchos mercados) | El mundo como mercado único |
| Filiales | Sí | No |

Fuente: Elaboración propia

Las empresas multinacionales y globales se diferencian entre sí por el grado de descentralización en la toma de decisiones, así como por su capacidad para actuar en los mercados, la oferta de sus productos, los mercados donde operan y la necesidad de presencia física en estos (Villarreal, 2005). En el caso de *la empresa multinacional*, a pesar de contar con delegaciones en aquellos mercados donde actúa, las decisiones son tomadas en la empresa matriz y su oferta se compone de un producto con pocas diferencias entre los países o continentes donde los produce y vende. Por el contrario, *la empresa global* concibe el mundo como un mercado único, de forma que su oferta es diferenciada entre los mercados particulares que atiende. Por esta razón, si la empresa global tuviese filiales dispersas por el mundo, éstas gozarían de una elevada autonomía para tomar decisiones (Leandro, 2009).

Si se atiende a la capacidad de operación se puede afirmar que las organizaciones multinacionales no son, en sentido estricto, empresas globales, ni las empresas globales son, estrictamente hablando, empresas multinacionales. Por ejemplo, una empresa turística que opere en España y Marruecos sería una empresa multinacional, pero no global, mientras que una empresa localizada en España que vende productos turísticos en cualquier parte del mundo sería una empresa global, pero no multinacional. Más adelante en

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

este trabajo, cuando se planteen las estrategias de internacionalización, podremos entender con mayor claridad las combinaciones existentes entre empresas internacionalizadas/multinacionales y globales.

En el siguiente apartado se estudian más en profundidad la internacionalización y la globalización, particularmente en el sector turístico.

1. 1.- El proceso de Internacionalización y Globalización en Turismo

Debido a que las barreras comerciales preexistentes hasta el momento han sido eliminadas por los procesos de internacionalización y globalización (Peña, 2010), las dificultades intrínsecas al crecimiento internacional se han reducido y han quedado prácticamente eliminadas, facilitando el aumento de la competitividad (Rialp, 1999; Fuster, Lillo, Martínez y Ramón, 2010). Este fenómeno constituye uno de los desafíos más relevantes a los que la económica mundial, y especialmente el sector turístico, se ha enfrentado en las últimas décadas (Levitt, 1993; Yip, 2001; Jani y Minde, 2017). En este entorno económico *internacional, global y turbulento* (Axinn y Matthyssens, 2002), las empresas en general y las turísticas en particular deben ajustar su comportamiento competitivo para poder sobrevivir (Root, 1994; Villarreal, 2005; Karpenko, 2016).

25

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1.1.1.- La Internacionalización

1.1.1.1.- Concepto

La creciente liberalización de los mercados ha endurecido las condiciones de competencia (Rice, 2018), de manera más significativa en el sector turístico. Ante esta situación, las empresas turísticas deben optar por una estrategia de crecimiento internacional, enfocada hacia mercados extranjeros (Rialp, 1999; Kristjánssdóttir, 2017). Esta estrategia, denominada *estrategia de internacionalización*, muestra mayor complejidad con respecto a las estrategias de crecimiento tradicionales debido a que el crecimiento se realiza hacia mercados extranjeros *desconocidos* para la empresa (Ansoff, 1980; Razin, Rubinstein y Sadka, 2004). La puesta en marcha de esta estrategia expansiva debe permitir a la empresa reducir el riesgo de operar en un solo mercado, explotar oportunidades atractivas y rentables de negocio en otros mercados geográficos, así como ganar competitividad en el mercado nacional y garantizar la supervivencia de la empresa turística (Ortega, 2010; Rubio, 2015; Shastitko y Pavlova, 2016).

De este modo, la internacionalización hace referencia al conjunto de operaciones gracias al cual se generan vínculos estables entre una empresa y los mercados internacionales, mediante un proceso de implicación y proyección internacional creciente (Vernon, 1966; Jarillo, 1991). Para Villarreal (2005) la *internacionalización* de la empresa, independientemente de su tamaño, constituye un proceso estratégico de diversificación geográfica internacional, corporativo, evolutivo y dinámico a largo plazo. Dicho proceso se basa en la

26

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y en un conocimiento acumulativo. Por ello, la internacionalización afecta conjunta y gradualmente a todas las actividades de la cadena de valor de la empresa y a su estructura organizativa (Markusen, 1984, 2004, 2013). Respecto a las definiciones de la internacionalización aportadas por otros autores (véase cuadro 4), Villarreal (2005) concluye que dichas definiciones incluyen una serie de componentes principales y elementos comunes, utilizados recurrentemente en sus trabajos.

Cuadro 4.- Aspectos centrales de las definiciones de “Internacionalización”

| Componentes Principales | Autores |
|--|--|
| Estrategia Corporativa | Jarillo (1991); Melin (1992); Velasco (1992); Alonso y Donoso (1998); Senra (1999); Guisado (2002); Pla y León (2004b) |
| Estrategia de Crecimiento | Luostarinen (1979); Young y Aldajabal (1991); Jarillo (1991); Forcada (1996); Coviello y McAuley (1999); Rialp y Rialp (2005); Villarreal (2005) |
| Diversificación Geográfica Internacional | Luostarinen (1979); Jarillo (1991); Rialp (1997); Zaldo (1997); Guisado (2002); Rialp y Rialp (2005) |
| Proceso Evolutivo y Dinámico | Johanson y Wiedersheim-Paul (1975); Johanson y Vahlne (1977); Jarillo (1991); Albaum, Strankov, Duerr y Dowd (1994); Duarte (1996); Hurtado (2000); Rialp y Rialp (2005) |
| Largo Plazo | Cavusgil (1980); Forcada (1996); Rialp (1997); Alonso y Donoso (1998); Guisado (2002) |
| Afectación Gradual a Las Actividades de la Cadena de Valor | Jarillo (1991); Velasco (1992); Zaldo (1997); Villarreal (2005) |
| Evolución Estructura Organizativa | Albaum et al. (1994); Guisado (2002); Pla y León (2004b); Echevarría, (2005) |
| Compromiso e Implicación Creciente de Recursos y Capacidades | Johanson y Vahlne (1977); Welch y Luostarinen (1988); Miesenbock (1988); Jarillo (1991); Melin (1992); Root (1994); Rialp y Rialp (2005); Alonso (2005) |
| Entorno internacional | Duarte (1996); Pla y León (2004b); Rodríguez (2004); Alonso (2005) |
| Conocimiento Incremental, Proceso de Aprendizaje | Miesenbock (1988); Jarillo (1991); Melin (1992); Hurtado (2000); Alonso (2005); Rialp y Rialp (2005) |

Fuente: Villarreal (2005)

Como se observa en el cuadro 4, la internacionalización puede entenderse como un proceso estratégico de aprendizaje a largo plazo, dinámico y holístico, que afecta a todas las actividades que se desempeñan en la

27

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

organización y al compromiso creciente de recursos, con el objetivo de crecer y consolidarse en un entorno internacional. Por otra parte, la experiencia y los conocimientos acumulados en el proceso de internacionalización le servirán a la empresa turística para futuros procesos expansivos.

Para comprender mejor el concepto y el proceso de internacionalización en turismo, íntimamente ligado al concepto de competitividad, como ya se ha mencionado, en el siguiente apartado se abordarán las diversas perspectivas teóricas acerca de la internacionalización.

1.1.1.2 -Perspectivas teóricas de la Internacionalización en Turismo

Los dos principales enfoques que engloban las teorías sobre la internacionalización de la empresa turística son los siguientes (Axinn y Matthyssens, 2002; Chisik y Davies, 2004; Blonigen y Davies, 2005; Quer, Claver y Andreu, 2006; Trujillo, Rodríguez, Guzmán y Becerra, 2006; Villarreal, 2008; Bandera, Keshtkar y Passerini, 2018):

- *Enfoque económico*: compuesto por las teorías que describen el proceso de internacionalización en función de los costes y las ventajas económicas del proceso.
- *Enfoque de proceso*: este enfoque o perspectiva, que es básicamente posterior al enfoque económico e incluye más aportaciones teóricas que la anterior, considera la internacionalización como un proceso de compromiso incremental de aprendizaje mediante la acumulación de

28

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

conocimientos y el incremento de los recursos comprometidos en los mercados exteriores. Este enfoque, a su vez, se divide en dos: (a) aportaciones previas y (b) aportaciones al turismo.

Las teorías que se recogen dentro del enfoque económico se caracterizan por su visión estática del proceso de internacionalización (Martínez, 2016). Esta visión, que es contraria al dinamismo característico del sector turístico y más propia de otros sectores, constituye una antesala a la internacionalización en turismo. Podemos afirmar, por tanto, que la perspectiva de proceso es más adecuada para explicar el proceso de internacionalización de las empresas turísticas y, consecuentemente, la internacionalización de los países.

1.1.1.2.1.- La Internacionalización en el marco del enfoque económico

Desde la perspectiva económica, y según Cardozo, Chavarro y Ramírez (2013), el origen del proceso de internacionalización de la empresa turística está en las teorías de la ventaja absoluta (Smith, 1771) y de la ventaja comparativa (Ricardo, 1817). La característica común de los sub-enfoques incluidos en esta perspectiva es que consideran la toma de decisiones y el comportamiento empresarial como procesos racionales (Galván, 2003; Trujillo et al., 2006). De hecho, estas teorías tratan de analizar los distintos factores que impulsan el proceso de internacionalización de las empresas en general (Leandro, 2009) y afirman que una empresa decidirá invertir en el extranjero si puede explotar sus ventajas competitivas¹ internas fuera de los mercados locales (Trujillo et al.,

¹ Según la Real Academia Española (RAE), ventaja es *la excelencia o condición favorable que alguien o algo tiene*. Siguiendo a la RAE, competitividad significaba *capacidad de competir* (RAE, 2017). Entonces, VENTAJA COMPETITIVA, concepto que se abordará en profundidad más adelante, se refiere a la *característica o características favorables que permiten competir*.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

2006). Las principales aportaciones teóricas incluidas en el enfoque económico se recogen en el cuadro 5:

Cuadro 5.- La Internacionalización desde el enfoque económico

| Denominación Teórica | Autores | Aportación |
|---|---|--|
| Teoría de los Costes de Transacción | Coase (1937) | Explotación de los recursos y capacidades internas como ventaja para la internacionalización |
| Teoría de la Ventaja Monopolística o de la Organización Industrial | Hymer, (1960,1976); Kindleberger (1969) | La empresa inversora posee ventajas competitivas respecto a las empresas locales |
| Teoría de la Localización | Porter (1990) | Las ventajas de localización respecto al país de origen promueven la internacionalización |
| Teoría de la Internalización | Buckley y Casson, (1999) | Aprovechamiento de los fallos del mercado al internalizar costes de transacción |
| El Paradigma Ecléctico de Dunning | Dunning(1981, 1988a, 1988b, 1992) | Integración de ventajas anteriores |

Fuente: Elaboración propia

La teoría de los Costes de Transacción (Coase, 1937) defiende que la empresa decidirá crecer internacionalmente cuanto más inimitables sean los activos internos que posee (Anderson y Gatignon, 1986). Así, las decisiones de internacionalización de las empresas que quieren internacionalizarse se basarán en características internas que son difíciles de imitar y que constituyen, por tanto, su fuente de ventaja competitiva (Anderson y Coughlan, 1987; Dwyer y Oh, 1988; Whitelock, 2002).

La teoría de la Ventaja Monopolística (Hymer, 1960, 1976; Kindleberger, 1969) propone que el éxito en los procesos de internacionalización radica en las ventajas competitivas que posee la empresa inversora respecto a las empresas locales del país al que accede (Cardozo et al., 2013). Para que estas ventajas se conviertan en inversión deben tener una magnitud y durabilidad suficientes,

30

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

ser altamente transferibles entre países y, además, exclusivas de la empresa a internacionalizar (Rialp, 1999).

En cuanto a *la Teoría de la Localización* (Porter, 1990), “la capacidad de competir en mercados internacionales depende no solo de los costes de los factores, sino de su eficiencia en relación al coste” (Martínez, 2016; pp. 3). Por ello, las empresas crecerán internacionalmente y mantendrán la condición de empresa multinacional siempre y cuando puedan desarrollar ventajas competitivas en mercados perfectos (Porter, 1990). Con esta aportación se amplía el aprovechamiento de las ventajas competitivas hacia los mercados perfectos, limitado en la teoría de la Organización Industrial a los mercados imperfectos (Trujillo et al., 2006).

Según *la Teoría de la Internalización*² (Buckley y Casson, 1999), sortear las imperfecciones del mercado genera beneficios al internalizar los costes derivados de la internacionalización (Torquemada y García, 2013). Es decir, la empresa multinacional será capaz de beneficiarse de las imperfecciones del mercado al poder *internalizar* los costes de las transacciones que realiza entre países.

Por último, se puede considerar que *el Paradigma de Dunning* (1981, 1988a, 1988b, 1992) es la teoría más global de las que se recogen dentro de esta perspectiva, al integrar las aportaciones realizadas por los autores anteriores (Dunning, 1988a; Leandro, 2009; Cardozo et al., 2013).

²Se ruega precaución para no confundir este término con el de Internacionalización.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

De manera global, el enfoque económico trata de analizar las razones y *no el modo* en que la empresa se expande internacionalmente (Martínez, 2016). Ahora bien, las empresas pueden seleccionar, en función de la rentabilidad, los mercados en los que invertir (Dunning, 1988a).

Como se puede apreciar, estas teorías son difícilmente aplicables al sector turístico, porque su análisis estático choca con el dinamismo característico de la actividad turística. A pesar de ello, se puede apreciar la relación que existe entre dichas teorías y la competitividad, y que, por otro lado, estas teorías supongan el paso previo a las teorías de internacionalización en dicho sector.

1.1.1.2.2.- La Internacionalización desde el enfoque de proceso

Como se comentó anteriormente, las teorías que se engloban bajo esta perspectiva se centran en explicar la internacionalización desde un punto de vista dinámico, más en sintonía con la realidad del sector turístico (Martínez, 2016). Dado el carácter estático de las teorías incluidas en el enfoque económico, estas aportaciones teóricas presentan una visión más completa del proceso de internacionalización en el turismo, al analizar no solo las razones que determinan que una empresa turística se convierta en multinacional, sino también la forma y el mejor momento para hacerlo (Rialp y Rialp, 2001).

En este enfoque o perspectiva teórica, el proceso de internacionalización se considera un mecanismo de compromiso incremental de aprendizaje, mediante la combinación de, por un lado, la acumulación de conocimientos y experiencia y, por otro, el aumento progresivo de los recursos comprometidos en

32

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

el mercado exterior (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975). Desarrollado en fases secuenciales, el proceso de internacionalización depende de una serie de variables que cada autor considera relevantes para el éxito de la estrategia internacional de la empresa turística.

De este modo, se analizarán las teorías dentro de la perspectiva teórica del proceso diferenciando entre (a) las teorías previas y (b) las aportaciones relacionadas con el turismo, tratando de distinguir así las contribuciones generales de aquellas específicas del sector turístico. Ambas quedan recogidas en el cuadro siguiente (Cardozo et al., 2003; Trujillo et al., 2006).

33

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 6.- La Internacionalización desde la perspectiva teórica del proceso

| Tipo de teoría | Teoría | Fuente | Aportación básica |
|-------------------------|--|------------------------------------|--|
| Teorías Previas | El Modelo Uppsala (Escuela Nórdica) | Johanson y Wiedersheim-Paul (1975) | Proceso de internacionalización secuencial definido por el nivel incremental de compromiso de recursos conforme se acumula experiencia y conocimiento sobre el mercado extranjero seleccionado |
| | El Modelo Way Station | Yip, Monti y Biscarri (1998) | Incorpora a las variables anteriores información obtenida de los directivos. La experiencia es la variable clave del proceso de internacionalización |
| | La Teoría de Redes | Johanson y Mattsson (1988) | El proceso de internacionalización se basa en la información que aportan a la empresa matriz las filiales sobre el mercado donde operan |
| | La teoría de las <i>Born Global</i> | Knight y Cavusgil (1997) | Descripción del proceso de internacionalización de la empresa <i>born global</i> |
| Aportaciones al turismo | El Modelo del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos | Butler (1980) | El proceso de internacionalización de la empresa turística depende del éxito de su ventaja competitiva en el destino turístico seleccionado |
| | El Modelo de Jordi Canals | Canals (1994) | Las decisiones sobre el proceso de internacionalización de la empresa dependen de la globalización del sector turístico |

Fuente: Cardozo et al., (2013) y Trujillo et al. (2006)

En el marco de las *teorías previas*, el *Modelo de Uppsala* (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975), que se incluye en la escuela nórdica, plantea que la empresa turística incrementará, en etapas sucesivas y graduales, las inversiones que tiene comprometidas en un país (Rialp y Rialp, 2001). El cambio de etapa dependerá, primeramente, de la capacidad de cada empresa turística para acumular información y experiencias sobre las actividades que desarrolla en el mercado internacional (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975) y, posteriormente, del grado creciente de implicación en sus operaciones internacionales (Rialp, 1999).

34

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

El modelo Way Station indica que el proceso de internacionalización de la empresa turística está basado en su propia experiencia y, por lo tanto, será específico de cada una de ellas (Yip, Monti y Biscarri, 1998). Esta teoría complementa y refuerza el planteamiento del modelo de Uppsala, incorporando información procedente de encuestas a altos directivos (Martínez, 2016). Esto tiene como resultado un modelo más aplicable y operativo para empresas turísticas inmersas en procesos de internacionalización (Trujillo et al., 2006; Fuster, Lillo, Martínez y Ramón, 2010), como es el caso de la cadena hotelera *Meliá Hotels International*. Esta empresa turística ha desarrollado su expansión internacional hacia destinos como Myanmar, China o Indonesia, tras consolidar su liderazgo en destinos turísticos de América Latina y Caribe, donde oferta 20.330 habitaciones en el año 2017, casi un 44% de su oferta internacional total (Hinojosa, 2017).

Por su parte, la *teoría de Redes* propone que la entrada de las empresas turísticas en los mercados extranjeros se realiza en función de las oportunidades y la información que proporcionan las interacciones organizativas entre las filiales y las redes internacionales de contactos (Johanson y Mattsson, 1988; Ellis, 2000).

De gran interés para el sector turístico, la teoría de la *born global*³ (Knight y Cavusgil, 1997) pretende explicar la internacionalización de la empresa turística del siglo XXI, caracterizadas por las nuevas condiciones del mercado,

³ Se entiende por empresa *born global* aquellas empresas de reciente creación, empresas cuyos factores productivos están definidos desde una dimensión global desde su creación o empresas que se internacionalizan en sus dos primeros años de vida (Knight, 1996).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

el desarrollo tecnológico y el énfasis en las capacidades del factor humano (Madsen y Servais, 1997; Fillis, 2001).

En cuanto a las *aportaciones teóricas directamente aplicadas al turismo*, de gran consideración en dicho sector, son de destacar dos teorías. El *modelo del ciclo de vida de los destinos turísticos* (Butler, 1980), basado en el modelo del ciclo de vida del producto (Vernon, 1966), considera que el proceso de internacionalización de la empresa turística dependerá de la etapa de desarrollo en la que se encuentre el destino turístico⁴ seleccionado para internacionalizarse (Plá y Suárez, 2001; Butler, 2009). En este caso, la viabilidad de la ventaja competitiva de la empresa actúa como variable de decisión en el proceso de crecimiento internacional (Kristjánsdóttir, 2016). Este modelo se estudiará más a fondo en el capítulo 2, correspondiente a la competitividad.

La segunda teoría que destaca en este grupo es el *modelo de Jordi Canals* (Canals, 1994). Este modelo asume que la decisión de internacionalización de la empresa turística depende de una serie de supuestos acerca del grado actual o futuro de globalización del sector (Canals, 1994; Martínez, 2016). La globalización sectorial puede estimularse por la influencia de (1) *factores económicos*, como las economías de escala, (2) *factores de mercado*, como la globalización de las necesidades de los clientes *internacionales*, y (3) *factores estratégicos empresariales*, propios de cada organización (Trujillo, Rodríguez, Guzmán y Becerra, 2006). De este modo, Canals afirma que la organización

⁴ El destino turístico se define como *un sistema conceptual delimitado por múltiples características organizativas interrelacionadas (dimensiones del entorno, industria, tecnologías, estrategias, estructuras, ideologías, individuos, procesos, prácticas, creencias y resultados)* (Oreja, 1999;pp. 201).En el siguiente capítulo se profundizará en este concepto.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

turística debe tener un conocimiento amplio del entorno, tanto interno como externo, para lograr el ajuste máximo entre el proceso de internacionalización y la situación particular de la empresa (Canals, 1994).

Como síntesis de este enfoque de proceso se puede afirmar que, de forma general, las teorías recogidas en él conciben la internacionalización como un proceso no deliberado, secuencial, lento y evolutivo (Cardozo et al, 2013). Asimismo, el aspecto central de este enfoque consiste en asumir que el proceso por el cual las empresas turísticas internacionalizan sus actividades es fruto de un aprendizaje continuo y acumulativo basado en la experiencia (Bilkey y Tesar, 1977; Czinkota, 1982; Melin, 1992).

Una vez estudiadas las teorías de la internacionalización bajo el enfoque de proceso, a continuación, se abordará el fenómeno de la globalización. Asimismo, se considera oportuno aclarar que, aunque en este trabajo se estudia la competitividad entre países, dentro de un marco de internacionalización y globalización, son las empresas quienes desempeñan el papel internacionalizador de la economía de un país. Por tanto, tal y como sucede con la competitividad, son las empresas quienes se internacionalizan y no los países en sí mismos, justificando así el desarrollo de los apartados sucesivos.

37

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1.1.2.- La Globalización y la Competitividad en Turismo

La globalización, a modo introductorio, es un fenómeno que amplía las acciones de la internacionalización (Matuzola, 2014). Como se ha comentado, una empresa global no tiene porqué internacionalizarse previamente con la deslocalización de su producción.

En este sentido, y como ya se ha adelantado, el desarrollo tecnológico ha propiciado el avance del proceso globalizador. Esto, unido a la reducción de los distintos tipos de barreras proteccionistas de los países, motiva el “espíritu” expansivo de las organizaciones. Este ánimo para operar en mercados internacionales, independientemente del tamaño de la empresa, incrementa la presencia de empresas locales y extranjeras tanto en mercados nacionales e internacionales, lo que favorece el aumento de la competencia (Rice, 2018). Por ello, se considera que el fenómeno de la globalización desempeña un papel importante en el comportamiento competitivo que las empresas, turísticas en nuestro caso, han debido asumir para conservar, o mejorar, su posición competitiva en el mercado y lograr su supervivencia.

Al igual que con la internacionalización, este apartado comenzará con la conceptualización del término *globalización* y seguirá con las teorías que explican el mencionado fenómeno.

38

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1.1.2.1.- El concepto de globalización

Así como la internacionalización se define como un proceso estratégico de aprendizaje básicamente económico, la globalización, que también es un proceso de aprendizaje, es más avanzado, integrado y de mayor complejidad que la internacionalización, estando ambos relacionados con la competitividad entre países (Dicken, 2003). De lo anterior se puede deducir la dificultad que supone definir, de manera clara y sencilla, el término *globalización* (Hirsch, 1996; Morales, 1998; Jiménez, 2005).

Dicha dificultad queda patente por la gran cantidad de definiciones aportadas por los autores y por el alto grado de dispersión existente en la literatura en la conceptualización del constructo (Bodemer, 1998). Las aportaciones realizadas para definir la globalización se enmarcan en campos de conocimiento tan variados como, por ejemplo, la sociología (Mittelman, 1996; Cerdas, 1997; Dierckxsens, 1998; Hinkelammert, 2001), la geografía (Fúster, 1991; Pearce, 1988a, 1988b; Picornell, 2015) o la economía (Levitt, 1993; Stiglitz, 2002; Theuns, 2008; Zmyślony, 2011). En el siguiente cuadro se recoge una selección más amplia de definiciones de la globalización, y se complementa el avance realizado con el cuadro 2. De tal forma, se pretende destacar la naturaleza procesual del fenómeno, así como el hecho de que las definiciones contribuyen a vincular la globalización a la competitividad entre los países en el turismo:

39

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 7.- Selección de definiciones de Globalización

| Autor | La globalización es... |
|---------------------------------|---|
| Bouzas y Ffrench-Davis (1998) | El proceso de expansión de la actividad económica más allá de las fronteras de un país mediante el movimiento de bienes, servicios y factores |
| Aninat (2001) | <i>La creciente interacción e integración de diversas sociedades en todas las dimensiones importantes de sus actividades: económica, social, política, cultural y religiosa</i> |
| Dinu (2004) | El proceso capaz de crear, en una sociedad global, estructuras de decisión globales para resolver problemas globales |
| Rubalcaba, Gago y Maroto (2005) | El proceso que incrementa los intercambios de bienes, servicios y conocimiento, así como acuerdos internacionales o inversiones, entre otros |
| Ruesga y da Silva (2007) | El proceso de liberalización de los movimientos de bienes, capitales e inversiones |
| James y Steger (2014) | Un concepto clave para un país. Consiste en el intercambio global de multitud de variables sociales con impacto, entre otros, en la economía de un país |

Fuente: Elaboración propia

En función de la información del cuadro 7, la globalización consistiría en un proceso que, partiendo de intercambios económicos, tiene influencia en todas las actividades y ámbitos de un país (Mulet et al., 2006). Con ello se favorece la aparición de un mundo más homogéneo que carece de barreras a nivel socioeconómico, político y cultural (Allen y Massey, 1995; Vargas, 2016).

Del mismo modo que el sector turístico se beneficia de la globalización (Kim, 2012), ésta también tiene efectos significativos en la economía mundial, que derivan del carácter transversal de la actividad turística (Cole, 2009), del avance de la tecnología, de la desregulación del transporte, de la flexibilidad para la inversión internacional y de la mayor libertad de comercio que proporciona la globalización (Ivanov y Webster, 2013). Las cifras alcanzadas por el turismo durante los últimos años así lo confirman (OMT, 2017b; WTTC, 2018). Estos autores consideran, en primer lugar, que el turismo es una auténtica máquina para la creación de empleo al afirmar que, desde el año 2008, uno de cada cinco

40

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

puestos de trabajo creados en todo el mundo ha estado vinculado directa o indirectamente al sector turístico y que, con las políticas públicas adecuadas y el apoyo de las administraciones, podrían crearse casi 100 millones de nuevos empleos en la próxima década. En segundo lugar, la OMT y el WTTC manifiestan la capacidad de resiliencia del turismo el cual creció casi un 5% en el año 2017 (10.4% PIB mundial). La tendencia alcista demostrada durante los últimos diez años por el movimiento internacional de turistas y el gasto de los turistas en destino permiten que las previsiones sean superiores a los 2 000 millones de llegadas de turistas internacionales con un gasto aproximado de 2 300 millones de dólares americanos (WTTC, 2018). Por tanto, podemos afirmar que el turismo es un sector en auge, clave para la economía mundial y directamente relacionado con la globalización (Pearce, 1989; Patterson y Cicic, 1995; Cortés y Artís, 2005; Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert y Wanhill, 2007; Razquín, 2013).

Ahora bien, la globalización también guarda relación con la competitividad entre países, pues la globalización favorece el aumento de la presión competitiva en los mercados (Fayed y Fletcher, 2002). Esto obliga a las organizaciones turísticas, en gran medida debido a la globalización, a modificar sus propuestas estratégicas para poder mantener su posición competitiva, o para mejorarla (Chao, Hazari y Sgro, 2004; Hociung y Francu, 2012; Augustin y Liaw, 2017).

En este contexto, a continuación, se desarrollará un apartado teórico que tiene el objetivo de ayudar al lector a comprender los efectos que tiene el fenómeno de la globalización sobre la competitividad en turismo.

41

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1.1.2.2.- Aproximación teórica de la globalización en turismo.

El desarrollo de la tecnología, los transportes y las relaciones internacionales han favorecido la desregulación y expansión del comercio de bienes y servicios (Hociung y Francu, 2012). Como consecuencia de ello, y según estos autores, las empresas han mejorado su expansión y compiten en mercados geográficamente lejanos como si fueran domésticos.

Particularmente los avances tecnológicos, especialmente Internet, han constituido un factor decisivo en el desarrollo de la globalización, mejorando la comunicación y los intercambios (Buhalis y Law, 2008). Las propias características de la red han incrementado las posibilidades de las empresas turísticas respecto al control sobre los procesos de distribución y comercialización, así como en el mayor grado de información y comunicación entre oferentes y demandantes (Porter y Millar, 1985). Esta mayor interacción permite a las organizaciones del sector turístico llegar al cliente de forma más directa y competitiva, sin necesidad de utilizar intermediarios (Alcázar, 2002). De este modo, la empresa puede conocer los gustos de sus clientes y cómo evolucionan (De Pablo, 2004), haciendo que la empresa turística pueda anticiparse a los cambios e incluso responder a ellos más rápidamente, ganando en términos de eficiencia y competitividad (Alonso y Blasco, 2006).

El desarrollo vertiginoso de los medios de transporte también ha facilitado el desarrollo de la globalización (Secall, 2003). Gracias a los avances en los transportes, las distancias entre destinos se han reducido de manera considerable (Hussein, 2010). Estas mejoras en el transporte, especialmente en

42

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

el transporte aéreo, junto a la desregulación de la actividad por parte de los gobiernos nacionales, ha facilitado la competencia y ha generado en los turistas una mayor propensión a viajar fuera de su país de residencia (Acerenza, 2009), lo que apoya el pronóstico realizado por la OMT respecto al creciente movimiento internacional de turistas (OMT, 2017).

Por su parte, la desregulación de las inversiones extranjeras, considerándolas como cualquier otra inversión, junto con la liberalización y la desregulación del comercio, especialmente el comercio de servicios, han impulsado el fenómeno globalizador (Fayed y Fletcher, 2002; Hociung y Francu, 2012). En particular, destaca la importancia que ha adquirido el turismo dentro del comercio internacional de servicios, representando el 7% del total de las exportaciones de bienes y servicios, a nivel mundial, en el año 2015 (OMT, 2017).

A tenor de lo comentado, se puede afirmar que la globalización facilita mayores niveles de competitividad en el entorno económico, y que ésta tiene una mayor repercusión en el ámbito turístico, a raíz del carácter transversal de esta actividad (Ministerio de Industria, 2012). Por un lado, las facilidades de la comunicación e intercambio de información a través de Internet permite que las organizaciones turísticas, independientemente de su nacionalidad o su localización geográfica, puedan promocionar y vender sus productos⁵ a escala global sin necesidad de entrar en contacto físico con el turista (Buhalis, 2003). Esto favorece la aparición de nuevas empresas, denominadas *digitales*, que

⁵ El producto turístico.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

utilizan Internet como plataforma para el desarrollo de su actividad, con lo que aumenta, aún más, la competencia (De Pablo, 2004).

Este aumento de la presión competitiva también se produce en el ámbito no-virtual u *offline*, como consecuencia de la reducción de barreras tanto físicas como legales, políticas, jurídicas y culturales. En este sentido, las opciones comerciales e inversoras de las empresas turísticas aumentan al reducirse el riesgo y los costes asociados a tales acciones (Kim, 2012), fomentando la entrada en el sector de organizaciones extranjeras (Dwyer y Kim, 2003).

Una vez definidos los términos *internacionalización* y *globalización*, así como las aproximaciones teorías que explican ambos procesos, a continuación, se plantean dos cuestiones relevantes para la competitividad entre países, como son las estrategias de internacionalización y las formas de entrada que eligen las empresas turísticas para acceder a los mercados extranjeros. Estos aspectos ponen de relieve las propuestas competitivas actuales de las empresas del sector turístico en un entorno híper competitivo y global.

44

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1.1.3.- Estrategias de Internacionalización de la Empresa Turística

Ante el nuevo contexto económico que plantea la globalización, la organizaciones turísticas deben modificar sus estrategias para mantener o mejorar su posición competitiva (Ruesga y da Silva, 2007). La respuesta estratégica de estas empresas a estas nuevas condiciones pasa, casi en exclusiva, por la internacionalización de sus actividades (Méndez y Sánchez, 2007).

Como punto de partida al proceso de internacionalización, y de cualquier estrategia, la empresa turística debe especificar claramente los objetivos que pretende lograr, analizando los efectos presentes y futuros de sus estrategias de crecimiento internacional (Leandro, 2009). Seguidamente, la empresa podrá plantear una estrategia de expansión internacional que sea adecuada desde el punto de vista interno y externo (Torquemada y García, 2013). Ante esta situación, es conveniente que la empresa turística disponga de contactos en el mercado de destino para conocer ciertas variables de interés (Martínez, 2016). Estas variables son concretadas por Berbel (2008) para el ámbito turístico, al diferenciar entre *condiciones específicas de la transacción* y *capacidades organizativas de la empresa* (véase cuadro 8).

45

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 8.- Variables clave para la Internacionalización de la Empresa Turística según Berbel (2008)

| VARIABLES DE BERBEL | ÁMBITO | FACTOR | CARACTERÍSTICAS |
|---|---------|---|--|
| Condiciones Específicas de la Transacción | Externo | Riesgo país | <ul style="list-style-type: none"> Circunstancias relacionadas con el país de destino (inestabilidad política, riesgo de expropiación, nacionalizaciones, etc.) Cuando es alto, la empresa adoptará posturas que le faciliten la salida del país y las menores pérdidas posibles: licencias |
| | | Distancia Cultural | <ul style="list-style-type: none"> La empresa inversora tiene reducida familiaridad con las prácticas y la cultura del país de destino A mayor distancia cultural, el riesgo se reduce al operar con licencias y empresas nacionales del país de destino |
| | | Potencial del mercado | <ul style="list-style-type: none"> Capacidad del mercado para amortizar la inversión de la empresa extranjera Esta capacidad se verá favorecida si el mercado de destino está en fase de crecimiento |
| Capacidades Organizativas de la Empresa | Interno | Tamaño | <ul style="list-style-type: none"> La creación de filiales es la opción más arriesgada PYMES: métodos que minimicen el riesgo y el compromiso |
| | | Experiencia internacional | <ul style="list-style-type: none"> Inicio actividad internacional: métodos de entrada con compromiso bajo e incremental con el paso del tiempo. Control máximo de la operación de Internacionalización Primeras fases: control compartido (aceptación forma de entrada cooperativas). Etapas más avanzadas: control basado en la experiencia |
| | | Activos Intangibles, competencias y habilidades | <ul style="list-style-type: none"> Forma de Internacionalización característica del sector turístico Requiere control alto Reduce comportamientos oportunistas de socios (aprovechamiento exclusivo de ventajas competitivas) Las rutinas y procedimientos se desarrollan conforme a las especificaciones de la empresa matriz (protección ante incapacidad socio local) |

Fuente: Berbel (2008)

Según Berbel, una empresa turística que pretenda internacionalizarse debe atender a variables externas e internas. Las variables externas se relacionan con los riesgos que proceden del entorno político y gubernamental, de la distancia entre la cultura de origen y la del mercado extranjero seleccionado y las posibilidades de recuperación de la inversión a realizar. Con respecto a las variables internas, éstas hacen referencia a factores como el tamaño de la

46

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

empresa a internacionalizar, ya que el proceso de internacionalización no tendrá las mismas características si se trata de una PYME o de una gran empresa. Dentro de este segundo grupo destaca, también, la experiencia que la empresa turística acumula conforme avanza el proceso de internacionalización y la posesión de determinadas características intangibles que pueden reducir el riesgo de fracaso ante la expansión hacia nuevos mercados.

Una vez evaluadas estas variables, la empresa turística debe, por una parte, estimar los recursos necesarios para cumplir con los objetivos propuestos en el proceso de internacionalización (Plá y Suárez, 2001) y, por otra, definir los mecanismos de coordinación y de control de la empresa matriz con sus filiales (Leandro, 2008). Estas consideraciones previas tienen prácticamente tanta relevancia como el proceso de internacionalización en sí mismo, ya que la elección del modo de entrada en el mercado exterior, como se verá a continuación, condicionará el futuro éxito de la organización en dicho mercado (Pla y León, 2004b).

En esta línea, las estrategias de internacionalización que siguen las organizaciones turísticas, estrechamente relacionadas con sus opciones competitivas, pueden clasificarse en base a dos premisas básicas (Torquemada y García, 2013):

- *Premisa 1: la presión frente a la reducción de costes*, que puede conseguirse si la organización turística se localiza en una zona donde los costes de los factores productivos son menores que en el país de origen, o mediante el logro de un nivel óptimo de producción que permita minimizar los costes unitarios

47

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

de cada operación. Esto conduce a la estandarización, muy favorable cuando los gustos de los clientes son homogéneos y se pueden aprovechar los beneficios de las posibles economías de escala asociadas a esta homogeneidad. Éste es el caso de la *estrategia global*.

- *Premisa 2: la presión frente a la adaptación local*, con la que se hace referencia a la adaptación de la oferta de la empresa turística a las necesidades particulares de cada uno de los mercados físicos en los que opera. La diferenciación de la oferta turística se consigue a través de la *estrategia multipaís o multicultural*.

Asimismo, existe una tercera estrategia de internacionalización, combinación de las dos anteriores, y que recibe el nombre de *estrategia transnacional* (Rubio, 2015). Estas opciones estratégicas, que coinciden con lo aportado por Jordi Canals (Canals, 1994) en su modelo, se recogen en el cuadro a continuación.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Tesis doctoral

Vidina Tais Díaz Padilla

Cuadro 9.- Estrategias de Internacionalización

| | Estrategia Global | Estrategia Multipaís | Estrategia Transnacional |
|----------------------------|---|--|--|
| Mercado | Global | Multipaís / multicultural | Global / Multipaís |
| Producto / Servicio | Homogéneo | Heterogéneo | Homogéneo / heterogéneo |
| Toma de Decisiones | Centralizada | Descentralizada | Selectiva |
| Ventaja | Reducción de costes | Diferenciación | Reducción de costes / Diferenciación |
| Variables | Cultura emprendedora internacional Alto conocimiento sector / país Alta capacidad de directivos Elevada coordinación | Alto conocimiento sector / país Coordinación limitada | Alto conocimiento sector / país Elevada descentralización y coordinación Aprendizaje corporativo |
| Limitaciones | Normativa nacional Lenta respuesta ante cambios en el mercado | Limitada capacidad para crear y aprovechar sinergias | Dificultad de implementación Dificultad para compartir conocimiento entre filiales y matriz |
| Utilidad | Limitada aplicabilidad al sector turístico | Mercados con marcado componente cultural y fuertes barreras a la entrada de capital extranjero | Empresas adaptadas al mercado local y mercados con reducidas barreras a la entrada de capital extranjero |

Fuente: Elaboración propia

49

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

La estrategia global es característica de aquellas empresas que priorizan la reducción de costes mediante una oferta de productos o servicios homogéneos, o con pequeñas modificaciones, y que se dirigen a un mercado global (Torquemada y García, 2013). La toma de decisiones en estas organizaciones está centralizada en la empresa matriz (Martínez, 2016), por lo que la discrecionalidad de las filiales es reducida y se requiere una alta coordinación entre éstas y la empresa matriz (Pla y León, 2004a). La viabilidad de esta estrategia es limitada en el sector turístico, dada la heterogeneidad de la demanda turística, aunque su filosofía y lógica sí son válidas (Peña, 2010).

Por su parte, *la estrategia multipaís* tiene como prioridad estratégica la adaptación del producto al mercado local, al contrario que la estrategia global (Goold y Campbell, 1989). Dado que las filiales atienden a mercados diferenciados, su autonomía en la toma de decisiones es elevada y la coordinación queda limitada a aspectos monetarios (Rojo y González, 2007; Martínez, 2016). *La estrategia multipaís* es útil para empresas turísticas que operen en mercados con marcado componente cultural y con duras restricciones a la inversión extranjera (Guerras y Navas, 2007).

Por último, *la estrategia transnacional* se concibe como una fórmula estratégica intermedia entre las dos estrategias anteriores, cuyo funcionamiento consiste en aprovechar las ventajas que subyacen, conjuntamente, del ahorro en costes y de la diferenciación del producto (Ghoshal y Bartlett, 1990). Para ello, la empresa deberá decidir qué aspectos centralizar y cuáles no, de tal modo que cada filial de la empresa turística piense globalmente y actúe localmente (Guerras y Navas, 2007). La descentralización y la coordinación son elevadas, y

50

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

están fundamentadas en mecanismos de aprendizaje corporativo (Gupta y Govindarajan, 2000; Lewis y Heckman, 2006). Las limitaciones de esta estrategia se refieren a su naturaleza mixta, así como en la dificultad asociada a la creación y difusión de conocimiento (Guerras et al., 2007; Martínez, 2016).

Una vez comentadas las estrategias de internacionalización, el siguiente paso consiste en entender cómo las empresas materializan estas alternativas estratégicas vinculadas a su competitividad. En este sentido, en el siguiente apartado se abordarán las *formas de acceso o entrada* a los mercados extranjeros que seleccionan las empresas para su crecimiento internacional, analizando teóricamente su adecuación a las organizaciones del sector turístico.

1.1.4.- Acceso a los Mercados Internacionales. Los Modos de Entrada

La puesta en marcha de las diferentes estrategias de internacionalización se inicia con la entrada de la empresa en el mercado elegido para su expansión internacional. Estos *accesos o formas de entrada*, que se relacionan con diferentes niveles de competitividad, se definen como cualquier forma en la que una empresa puede expandir su actividad internacionalmente (Rubio, 2015). Así, los modos de entrada más habituales, y que se presentan a continuación, son *exportar, conceder licencias y la inversión directa extranjera* (Dunning, 1977).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

1.1.4.1.- Exportación.

El acceso a un mercado extranjero mediante *exportación* consiste en producir el bien o servicio en el país de origen y comercializarlos en, como mínimo, un país extranjero (Dunning, 1981; Root, 1994).

La exportación de la producción puede realizarse directa o indirectamente (Martínez, 2016). Siguiendo a este autor, cuando la exportación se hace de manera indirecta, es decir, a través de una empresa intermediaria, la empresa internacionalizada puede beneficiarse del conocimiento y la experiencia que aporta el socio exportador sobre el mercado de destino, mientras ella se dedica a producir y vender. Esta fórmula se considera la más simple y económica para acceder a los mercados exteriores (Berbel, 2008). En cuanto a la figura del intermediario, éste puede adoptar distintas formas (Martínez, 2016). Las más comunes se relacionan a continuación:

Cuadro 10.- Tipos de intermediarios para la Exportación Indirecta

| Formas de Intermediación | Características |
|---|---|
| Comprador Extranjero | Agente que actúa en representación de una empresa situada en el país de destino |
| Comerciante u operador internacional | Compra en origen y revende en el exterior |
| Bróker | Intermediario entre agentes comerciales de distintos países |
| Comisionista | Agente que vende los productos de la empresa nacional en el exterior a cambio de una comisión |
| Firma Exportadora | Empresa dedicada a la exportación que vende en el extranjero representando a la empresa productora |
| Trading Company | Empresa que genera una red de conexiones internacionales |
| Consorcio de Exportación | Grupo de empresas que promueve y vende los productos de sus socios en el extranjero utilizando acciones conjuntas |

Fuente: Martínez (2016)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Por el contrario, cuando la empresa productora asume la comercialización internacional de sus productos, ésta se encarga de todos los trámites y costes de los que antes se hacía cargo la empresa intermediaria (Berbel, 2008). En el caso de la exportación directa también pueden utilizarse distintos tipos de intermediarios (Martínez, 2016):

Cuadro 11.- Tipos de intermediarios para la Exportación Directa

| Formas de Intermediación | Características |
|----------------------------------|--|
| Importador | Adquiere, importa y revende los productos del exportador por cuenta propia |
| Representante | Agente que actúa en representación de la empresa exportadora. Tiene contacto directo con los clientes y realiza gestiones |
| Distribuidor | Empresa que asume la venta de los productos de la empresa exportadora |
| Oficina de Representación | Representantes de la empresa exportadora que opera con personal propio |
| Delegación Comercial | Empresa que, compuesta por vendedores propios, atiende a los clientes de la empresa exportadora de un determinado territorio. El delegado actúa como responsable |
| Filial de Ventas | Empresa local que vende los productos de la empresa exportadora |

Fuente: Martínez (2016)

Según lo comentado, la empresa que opte la exportación como modo de entrada deberá decidir si utiliza un intermediario o lo hace ella misma. Siguiendo a Berbel (2008), con respecto a la exportación indirecta, a pesar de las ventajas que ofrece existe el riesgo de que la organización productora no cubra todo el mercado disponible si no le presta la atención suficiente. Por su parte, la exportación directa permite incrementar el control sobre las exportaciones y el mercado, aunque a cambio de una mayor inversión, mayor riesgo y menor flexibilidad que si se recurre a la exportación indirecta (Berbel, 2008).

La exportación como forma de acceso no es la más adecuada en el caso del sector servicios, y más particularmente en el caso del turismo (Martínez, 2016), debido a la intangibilidad característica de los servicios, que impide aplicar

53

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

a las empresas de este sector las teorías que han sido desarrolladas para las empresas industriales (Berbel, 2008).

1.1.4.2.- Inversión directa (Adquisición y creación de filiales).

Dado que la exportación es un modo de entrada que carece de aplicabilidad en el sector turístico, como se ha comentado, las empresas turísticas deben seguir otros métodos para acceder a los mercados internacionales. Uno de estos métodos es la inversión directa. Esta opción de acceso se configura como la opción más arriesgada, pero también, como la más rentable a largo plazo. Además, se podría decir que es la modalidad de acceso más adecuada para este sector (Muñoz, Molero, Moral, Bernal y García, 2009), porque permite a la empresa turística realizar inversiones y utilizar sus propios recursos en el exterior (Berbel, 2008). De esta forma, la empresa incrementará el control que tiene sobre los recursos comprometidos internacionalmente, así como reducir los costes y riesgos asociados a la exportación, ganando en flexibilidad de respuesta ante los cambios (Botero, Álvarez y González, 2012).

En la literatura se diferencian varios tipos de acceso a través de inversión directa, como son la *inversión extranjera directa* y la *inversión directa cooperativa* (García, 2013; Altinay, 2007). Así, mediante la *inversión extranjera directa*, la empresa realiza una inversión en solitario creando filiales de la empresa matriz en el país de destino (Rodríguez, 2004). De esta manera, la empresa inversora ejerce en exclusiva el control sobre las actividades que desarrolla (Altinay, 2007). En el otro extremo, cuando la empresa turística opta por la *inversión directa cooperativa* para desarrollar sus actividades en el exterior, es decir, cuando elige

54

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

invertir en empresas locales como forma de internacionalización, el control de los activos compartidos se cede o se comparte con el socio (Flores, 2007).

1.1.4.3.- Licencias o Acuerdos contractuales.

En este caso, el acuerdo contractual puede ser de cooperación o en forma de alianzas estratégicas entre compañías (Williams, 2007). Puesto que esta modalidad de entrada no supone un desembolso económico, o al menos no es elevado, puede ser una forma atractiva para acceder al mercado exterior seleccionado. Además, esta forma de acceso puede permitir incrementar los niveles de competitividad de la empresa turística a bajo coste, entre otras ventajas, al limitar el gasto en publicidad y promoción que tendría que hacer la empresa extranjera para darse a conocer en el nuevo mercado si accediera en solitario (Rodríguez, 2004; Berbel, 2008). Entre los diferentes tipos de acuerdos, los más comunes se recogen en el cuadro 12:

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 12.- Tipos de Alianzas Estratégicas entre Empresas

| Tipo de Acuerdo | Características |
|--|---|
| Joint-Venture (Coinversión) | Acuerdo entre empresas para crear una nueva empresa en el exterior. Ambas comparten la propiedad y el control de la nueva empresa, en función de sus aportaciones: la empresa extranjera aporta capital y tecnología mientras la empresa local aporta capital, conocimiento y acceso al mercado local |
| Licencia | Acuerdo contractual entre dos empresas de distintos países donde una de ellas concede el derecho de uso de un proceso productivo, una patente, marca u otro activo intangible a cambio de una contraprestación económica |
| Franquicia | Modalidad de licencia que permite el uso de derechos y recursos (sistemas de administración, procesos administrativos, campañas publicitarias) |
| Acuerdos de Distribución en Exclusiva | Agente que vende, sin modificar y en exclusiva, el producto en el mercado local extranjero |
| Contrato de Administración | Contrato por el cual una empresa vende sus servicios a una firma local, asegurando el control de calidad |
| Control de Manufactura | Contrato mediante el que una empresa local fabrica los productos de una empresa internacional bajo la marca de la primera. Pérdida de control sobre el proceso productivo |

Fuente: Martínez (2016)

Estos acuerdos favorecen una expansión rápida, con bajo riesgo y a coste reducido, pudiendo ser el primer paso para acceder al mercado exterior seleccionado y competir (Berbel, 2008). Del mismo modo, estas alianzas proporcionan ventajas respecto a las presiones políticas o sociales que puedan surgir dentro del país extranjero al trabajar conjuntamente con una empresa local (Molero y Valadez, 2005). Por el contrario, la firma de estos acuerdos también supone costes de búsqueda, negociación y control (Plá y León, 2004b), existiendo el riesgo de perder la reputación a causa de un mal uso del *know-how* y de que la empresa extranjera se convierta en competidora de las empresas locales firmantes del acuerdo cuando éste finalice (Berbel, 2008).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1.2.- Síntesis del Capítulo

En primer lugar, este capítulo es de gran utilidad (profesionales, académicos e investigadores) porque clarifica los procesos de internacionalización y la globalización, íntimamente relacionados con la competitividad entre países, que es el objeto de estudio de esta tesis a través del modelo del World Economic Forum (WEF).

En este sentido, la internacionalización primero y la globalización después, incrementan la competitividad global y provocan que las empresas en general deban modificar sus estrategias competitivas. Esto es el resultado de, principalmente, la reducción de las barreras proteccionistas, la liberalización de los servicios y el rápido desarrollo de las tecnologías, tanto en términos de comunicación como en términos de transportes.

Entendiendo que la internacionalización y la globalización son estrategias de crecimiento internacional, las empresas que siguen el primer proceso se denominan multinacionales y, las que siguen el segundo, empresas globales. Sin embargo, es particularmente relevante el caso de las empresas digitales, sobre todo turísticas, que desarrollan su negocio íntegramente a través de Internet y siguen un proceso online de internacionalización. Por tanto, el aumento de la presión competitiva se produce también a nivel virtual.

Particularmente, la relación entre competitividad e internacionalización puede abordarse desde varias perspectivas teóricas, aunque entre ellas destaca el enfoque de proceso. Desde esta óptica, se tienen en cuenta las características

57

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

del entorno actual, globalizado e hiper competitivo, para explicar el proceso de internacionalización de las empresas turísticas y, en consecuencia, la internacionalización de los países.

Por su parte, competitividad, globalización y turismo guardan una relación particular. En este sentido, la globalización ha sido especialmente relevante en el desarrollo del sector turístico mientras el turismo ha favorecido el proceso globalizador al ayudar a reducir las barreras que lo frenaban y contenían, en cierto modo, la competitividad.

Actualmente, las acciones competitivas de las empresas del sector turístico pasan, casi en exclusiva, por la internacionalización de sus actividades. Este proceso estratégico de internacionalización dependerá de las características de la propia empresa internacionalizada y de las características particulares del destino turístico seleccionado para internacionalizarse, tratando de identificar la forma más propicia para acceder a este nuevo mercado. A modo de ejemplo, las cadenas hoteleras españolas han utilizado, mayoritariamente, la *estrategia de internacionalización global* para iniciar el proceso de internacionalización y, una vez que la empresa se ha consolidado en destino, el siguiente paso ha consistido en ampliar y consolidar la oferta mediante una *estrategia de internacionalización multipaís*. Respecto a la forma de entrada, y siguiendo con el caso de las cadenas hoteleras españolas, la más habitual consiste en la firma de acuerdos contractuales, al favorecer una rápida expansión internacional e incrementos significativos del nivel de competitividad de la empresa en sí y, también del país de origen.

58

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Una vez aclarados los conceptos de internacionalización y globalización, así como las estrategias de internacionalización, en el siguiente capítulo se profundizará en la conceptualización de la competitividad y de la competitividad turística, así como en las teorías que las explican. En este sentido, se debe subrayar que las teorías explicativas del fenómeno competitivo en turismo derivan de la aplicación de las teorías generales de competitividad a las características particulares de este sector.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

Capítulo 2

La Competitividad

60

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

2.0.- Introducción

En este segundo capítulo se presenta una revisión de las definiciones y teorías sobre la competitividad en turismo. En primer lugar, se estudiarán los conceptos de micro y macro competitividad, centrándonos en el marco global de la competitividad, es decir, en la *macro competitividad*. Esto se justifica porque en esta tesis se estudia la competitividad turística a nivel país. A continuación, teniendo en cuenta que el modelo sobre competitividad turística utilizado en este trabajo es el del World Economic Forum, que se centra en las teorías de competitividad en turismo a nivel macro, seguidamente se abordarán las teorías sobre la competitividad más reseñadas en la literatura.

Entre las teorías sobre la competitividad destacan la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith (Smith, 1771), la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo (Ricardo, 1817; Keynes, Ricardo y Gonner, 2006) y la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter (Porter, 1990). Las dos primeras teorías hacen referencia al ámbito del comercio internacional y la tercera se refiere al contexto industrial (Song, Dwyer, Li y Cao, 2012; Dwyer, Cvelbar y Koman, 2014; Cvelbar, Dwyer, Koman y Mihalič, 2016b). Es importante tener en cuenta que *estas teorías han servido de base para el desarrollo del marco teórico y práctico sobre la competitividad en turismo* (Dajani y Blanco, 2010; Castellanos, Machado, Castellanos y García, 2015; Martín, Mendoza y Román, 2017). Adicionalmente se abordará la teoría de la competitividad de los recursos y capacidades (Prahalad y Hamel, 1990; Mahoney y Pandian, 1992), que complementa la teoría de la ventaja competitiva. Utilizadas conjuntamente, estas teorías sintetizan la tendencia teórica actual sobre la competitividad de las

61

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

empresas, también de las empresas turísticas, al considerar en su contenido el alto dinamismo y complejidad del entorno.

Seguidamente, tras abordar aspectos relacionados con el *destino turístico* (concepto, componentes, funciones y tipos), se presentarán las teorías que explican con mayor concreción la competitividad de los destinos. Para ello, se expondrán los modelos más recurrentes en la literatura, que son: el *modelo conceptual de competitividad de un destino turístico y sostenibilidad* (Ritchie y Crouch, 1993; Crouch y Ritchie, 1999), *el modelo de Hassan* (Hassan, 2000), *el modelo integral de competitividad de un destino turístico* (Dwyer y Kim, 2003), *el modelo de Heath* (Heath, 2003), *el modelo de Enright y Newton* (Enright y Newton, 2004, 2005) y *el modelo de Hong* (Hong, 2008, 2009).

Este capítulo aporta algunas novedades en el estudio de la competitividad turística, tanto a nivel teórico como práctico. A nivel teórico se pretende reducir la ambigüedad existente respecto al término competitividad nacional y competitividad empresarial. La ambigüedad también hace referencia al concepto competitividad turística. La reducción de la ambigüedad sobre competitividad turística dará más sentido a la competitividad turística de un país, es decir, cuando el destino turístico coincide con un país. En este caso se estará haciendo referencia a la competitividad del destino turístico (Tourism Destination Competitiveness, TDC). Una segunda aportación tiene que ver con la utilidad práctica que este trabajo supone para todos los actores implicados en el proceso competitivo, bien sean académicos, investigadores o profesionales de entidades públicas y privadas. Las teorías y modelos sobre la competitividad incluidos en

62

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

este trabajo son de utilidad para la realización de benchmarking de la competitividad en un contexto turístico macro.

2.1.- Competitividad. Concepto y teorías

La competitividad es un concepto amplio y difícil de delimitar (Lombana, 2011; Goffi, 2013; Gutiérrez y Pérez, 2017). Son numerosas las definiciones que se recogen en la literatura sobre el término competitividad, de modo que la elección de una acepción del constructo depende de la perspectiva teórica escogida (Domínguez, Darcy y Alén, 2015).

Para reducir la dispersión conceptual y para delimitar qué se entiende por competitividad, en los siguientes apartados de este capítulo se comenzará analizando los distintos niveles de competitividad (micro y macro competitividad), haciendo hincapié en la macro competitividad, que es la que más se relaciona con el ámbito turístico.

2.1.1.- Introducción a la Competitividad

Aunque la competitividad fue planteada inicialmente para su uso en el ámbito empresarial, actualmente el concepto va más allá de las fronteras de la empresa, abarcando a los países (García, 2013; Camisón y Forés, 2015). Por tanto, sin dejar a un lado el nivel de la empresa, el término competitividad se utiliza cada vez con mayor frecuencia para hacer referencia al desempeño de una economía en su conjunto, desempeño que a su vez se basa en la

63

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitividad de las industrias o los sectores que integran la propia economía (Arancegui y Uribe-Etxebarria, 1999; Djogo y Stanisic, 2016).

Se puede afirmar que, en general, la competitividad se relaciona con la aptitud para competir de las empresas y, consecuentemente y por agregación, de los países (Guerrero, 1994; Lopez, Garcia y Coll, 2003). En parte debido a ello, la competitividad se considera una variable importante para la toma de decisiones de los agentes públicos y privados en todos los sectores, incluido el turismo (Holsapple y Singh, 2001; Lombana y Rozas, 2009; Zehrer y Hallmann, 2015).

Respecto a la definición, la competitividad puede definirse como el grado en el que las empresas, los países y las economías nacionales⁶ obtienen niveles altos y sostenibles de empleo y productividad (este último aspecto discutido en la literatura como se verá más adelante), al operar tanto en mercados nacionales como internacionales (Bueno, 1987; Kovacevic, 2010; OCDE, 1997; Schwab y Sala-I-Martin, 2013). Por tanto, atendiendo a esta definición pueden observarse dos niveles de competitividad, un nivel micro económico, que hace referencia a la competitividad de las empresas y a la competitividad de su agrupación en sectores de actividad económica, y otro macro económico, que engloba a todos los sectores de actividad en una economía (competitividad nacional) (figura 1) (Pulido y Sánchez, 2010; Abuzjarova, 2018). A su vez, la micro competitividad puede ser nacional e internacional, mientras que la macro competitividad solo

⁶ En este trabajo se denominarán genéricamente como “países” tanto a países como a economías nacionales que no son consideradas países, como es el caso de Singapur.

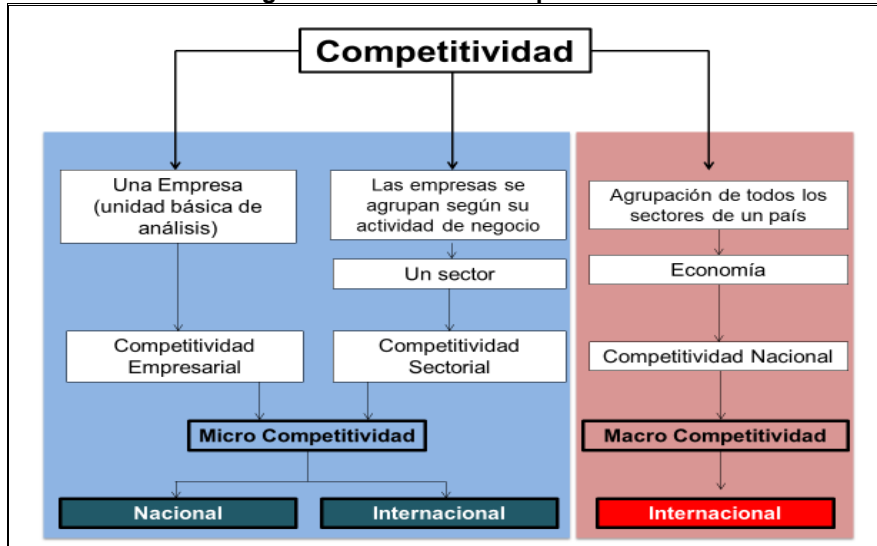
Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

puede ser internacional (Crouch y Ritchie, 1999; Ivanova, 2002; Nikolic, Filipovic y Pokrajac, 2016).

Figura 1.- Niveles de Competitividad



Fuente: Elaboración propia

A continuación, se profundizará en ambos conceptos. Se puede afirmar que, en un contexto *micro económico*, la micro competitividad hace referencia a la habilidad de las empresas, incluidas las empresas turísticas, para competir en el mercado (Mancha, Moscoso y Santos, 2016). Por lo tanto, la competitividad a este nivel micro emana de la combinación entre la eficacia y la eficiencia de las empresas, teniendo en cuenta que la eficacia se refiere a la producción de unos bienes y servicios que cumplan con los requisitos de los clientes, mientras que la eficiencia guarda relación con el uso de recursos valiosos y difícilmente imitables (Arribas, 1991; Guan, Yam, Mok y Ma, 2006; Suyo, 2014). De este modo, una empresa competitiva sería aquella que, produciendo bienes y servicios de manera ventajosa y continuada en el tiempo, satisface las

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

necesidades de sus clientes, ya sean locales o extranjeros, a la vez que obtiene mejores resultados que sus rivales (Martins y Natário, 2003; Mathews, 2009; Castellanos, Machado, Castellanos y García, 2015). Es importante reseñar que la competitividad de la empresa no es sinónimo de productividad, aunque esta constituya un factor que contribuye a su logro (Arribas, 1991; Castro et al., 2013; Schwab, 2015).

Ahora bien, ¿cuál es el origen de la micro competitividad? Las fuentes de competitividad empresarial o micro competitividad pueden agruparse en tres categorías (Durán, 1994; Galán y Vecino, 1997; Artilles, 2014) (véase cuadro 13). El impacto de dichas fuentes en la micro-competitividad es aditivo o acumulativo (Perles, 2004).

Cuadro 13.- Orígenes de la competitividad empresarial

| Fuente de Competitividad | Tipos de Factores |
|--|---|
| Localización (efecto país/territorio) | Relacionados con el país donde se localiza la empresa |
| Sector (efecto sector /industria) | Derivan del sector al que pertenece la empresa |
| Empresa (efecto empresa) | Emanan de la propia empresa |

Fuente: Durán (1994) y Galán et al. (1997)

Una empresa puede ser competitiva al beneficiarse de las ventajas que le confiere, por ejemplo, la localización en un país donde tenga mejor acceso a los recursos necesarios para el desarrollo de su actividad, aunque con la incorporación de la tecnología a los negocios, este aspecto está perdiendo, cada vez, más importancia (Jordán, 2016; Wu, Xiao y Song, 2017). También, la competitividad de una empresa puede surgir de los beneficios de pertenecer a un sector estratégico de la economía nacional en la que opera (Malmberg y Marskell, 2018). Por último, una empresa puede ser competitiva debido a

66

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

aprovechamiento de los atributos propios sobre los que existe una ventaja con respecto a los competidores (Veiga, Ferreira y Faria, 2017).

Por su parte, a nivel *macro-económico* o de macro competitividad, en el que las empresas también son la unidad básica de análisis (Martinez, Charterina y Araujo, 2010; Rice, 2018), el término competitividad (internacional) no tiene una definición clara, como sí sucede en el caso de micro competitividad (Gudgin, 1996; Broolbank y Pickernell, 1999; Kitson, Martin y Tyler, 2004; Mendieta, Perles, Ramón y Such, 2018). La dificultad para delimitar el concepto competitividad internacional también ha suscitado una amplia y extensa discusión entre los académicos e investigadores, discusión que continúa a día de hoy (Oral, Cinar y Chabchoub, 1999; Kovačević, Kovačević, Stankov, Dragičević y Miletić, 2018).

Teniendo en cuenta que la micro competitividad es parte de la macro competitividad, porque esta última se basa en la acción de las empresas en un determinado territorio, se estudiará a continuación con más detenimiento la *macro competitividad*, relacionada directamente con el objeto de este trabajo.

2.1.2.- Competitividad Global o Internacional (macro competitividad)

En el contexto de la macro competitividad o de la competitividad internacional, que como se dijo en el apartado anterior se refiere a la competitividad conjunta de los sectores que componen la economía de un país (véase figura 1), un país es considerado como una empresa (Belda, 2005;

67

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Mathews, 2009; Delfín, 2017). En la competitividad internacional influyen una serie de factores, además de la productividad de las empresas (Porter, 1990; Wang, Chien y Kao, 2007; Cerviño y Baena, 2011; Kordalska y Olczyk, 2016). Dichos factores pueden ser internos o externos de un país. Un ejemplo de factores internos es el nivel de formación de los recursos humanos quienes, a su vez, están influenciados por la cultura y por el grado de desarrollo de las instituciones del país, entre otros (Berger y Bristow, 2009; Kovačić, 2007; James y Steger, 2014). Con respecto a los factores externos se podría mencionar, entre otros, la globalización de la economía y, en relación a ella, la “estandarización” de los gustos y las culturas (Lall, 2001; Fartash et al., 2018). Por tanto, se puede afirmar que el término competitividad internacional es multifactorial, a la vez que ambiguo (Porter, Sachs, Warner y WEF, 2000; Turok, 2004; Kharlamova y Vertelieva, 2013; Thore y Tarverdyan, 2016).

La competitividad internacional o macro competitividad se ha abordado desde tres perspectivas generales (Castellanos et al., 2015): (1) según los resultados comerciales del país (Young, 1985; Nikolic et al., 2016); (2) en función del impacto de estos resultados comerciales en el crecimiento y el bienestar nacional (Kulikov, 2000; IMD, 2013); y (3) según los niveles de eficiencia y productividad de las empresas localizadas en el país analizado (Krugman, 1994; Schwab, 2011; IMD, 2013). *De estas tres perspectivas, la que mejor recoge el análisis realizado en este trabajo es la perspectiva 2, pues coincide con los objetivos que un país pretende alcanzar al implementar la actividad turística.*

En esta línea, y aunque este trabajo se enmarque claramente en la segunda perspectiva, el mencionado carácter multifactorial y ambiguo de la

68

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitividad internacional queda patente ante el hecho de que, como se observa en el cuadro 14, existen definiciones que pueden ubicarse en más de una perspectiva. Éste es el caso, por ejemplo, de las definiciones aportadas por el IMD (2013) o por el President's Commission on Industrial Competitiveness (Young, 1985).

A pesar de que el concepto de macro competitividad ha evolucionado, como resultado de la evolución de los numerosos factores que la determinan y condicionan (Barroso y Flores, 2006; Moral y Garín, 2016; Abuzjarova, 2018), se puede decir que, en función de la información del cuadro 14, un país competitivo debe ser capaz de incrementar los niveles de productividad nacional, por su impacto en la competitividad, operando tanto en mercados nacionales o locales como en mercados extranjeros. A su vez, el país debe gestionar los recursos que posee para que reviertan sosteniblemente en la población, proporcionando a la sociedad unos niveles elevados de bienestar y de empleo. Por último, un país competitivo debe ser capaz de conseguir lo anterior sin incrementar su endeudamiento exterior (Djogo y Stanisic, 2016; Abuzjarova, 2018).

69

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 14.- La Macro Competitividad. Definiciones

| Fuente | Aportación |
|---|---|
| Perspectiva 1 | |
| President's Commission on Industrial Competitiveness (Young, 1985) | Capacidad de un país para producir libremente bienes y servicios que satisfagan las demandas de los mercados mundiales y cuyos beneficios reviertan en el nivel de vida y el nivel de empleo de la nación |
| Fagerberg (1988) | Habilidad para el logro de los principales objetivos económicos con independencia del saldo de la balanza de pagos |
| Colom (1994) | Grado en el que una economía mantiene e incrementa la venta de sus productos en mercados externos e internos |
| Aiginger et al. (Aiginger, Bärenthaler-sieber y Vogel, 2013) | Nivel de cumplimiento de un país con los objetivos del PIB |
| Perspectiva 2 | |
| Scott y Lodge (1985) | Grado en el que un país genera ingresos reales y mejora el nivel de vida de sus habitantes usando eficientemente sus recursos, según los requisitos del comercio internacional, sin aumentar su deuda externa |
| OCDE Programme on Technology and the Economic Growth (Walsh, 1994) | Nivel en el que un país produce bienes y servicios en condiciones libres de mercado para satisfacer las demandas del mercado exterior mientras que mantienen y elevan los niveles de bienestar nacional |
| Rapkin y Avery (1995) | Concepto fundamental en la economía política internacional con efectos a nivel militar, político y científico de un país |
| European Competitiveness Report 2000 (European Commission, 2000) | Una economía es competitiva si proporciona a su población de altos niveles de vida y de empleo desde una perspectiva sostenible |
| Porter et al.(2000) | Se identifica con las instituciones políticas y económicas estatales que promueven el crecimiento económico a largo plazo, dentro de una estructura económica global |
| Aiginger (2006) | Capacidad de una nación para crear bienestar |
| Institute for Management and Development (IMD, 2013) | Capacidad de gestión de una economía para elevar el bienestar de su población |
| Perspectiva 3 | |
| Krugman (1994) | Competitividad equivale a productividad. Aplicado al nivel internacional califica la competitividad como una "definición peligrosa" |
| European Competitiveness Report 2008 (European Commission, 2009) | Una economía es competitiva si mantiene niveles de crecimiento estables de productividad nutriendose del desempeño de pequeñas y medianas empresas |
| World Economic Forum [WEF, Global Competitiveness Report 2011-2012 (Schwab, 2011) | Nivel en el que una economía mantiene una tasa constante de crecimiento del ingreso real per cápita en función del crecimiento del PIB per cápita a precios constantes |
| Escudero y Mourelo (2012) | La competitividad nacional viene determinada principalmente por la productividad |
| Institute for Management and Development (IMD, 2013) | La habilidad de un país para proporcionar un entorno en el que las empresas puedan competir |
| World Economic Forum (Crotti y Misrahi, 2015) | Conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país |

Fuente: Elaboración propia

70

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Una vez presentado el concepto de competitividad global o internacional (macro competitividad), a continuación, se procederá a abordar las teorías que explican la macro competitividad. Estas teorías constituyen la base para explicar la *macro competitividad turística o competitividad de los destinos turísticos (TDC)*, al explicar las implicaciones de un país globalmente competitivo (Berdo, 2016; Wu, Xiao y Song, 2017), motivo por el cual se considera importante su estudio.

2.1.3.- Teorías sobre la Macro Competitividad

A continuación, se expondrán aquellas teorías que explican la macro competitividad o competitividad internacional de un país, de un destino turístico en nuestro caso. Se diferenciará entre *teorías clásicas o convencionales* y *teorías modernas de competitividad*, que se fundamentan en las anteriores. Las *teorías convencionales de competitividad* están relacionadas con las primeras nociones de macro competitividad y permiten explicar, solo en el corto plazo, el desarrollo turístico de un destino. Sin embargo, las *teorías modernas de competitividad*, más centradas en el largo plazo, permiten una mayor adaptación al entorno actual, caracterizado por ser altamente cambiante y dinámico, además de ser más acordes con las variables que caracterizan el sector turístico.

El siguiente apartado comenzará con una introducción de las denominadas *teorías clásicas o convencionales de competitividad*, entre las que se encuentran *la teoría de la ventaja absoluta* (Smith, 1776), *la teoría de la ventaja comparativa* (Ricardo, 1817) y *el modelo o teorema de Heckscher-Ohlin* (Heckscher, 1919; Ohlin, 1933). Le seguirán las *teorías modernas de*

71

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitividad, las cuales serán abordadas más detalladamente con posterioridad. En este segundo grupo de teorías destacan la *teoría de la competitividad estructural* (Porter, 1980), la *teoría de los recursos y capacidades* (Prahalad y Hamel, 1990; Mahoney y Pandian, 1992; Barney, Ketchen y Wright, 2011) y la *teoría de la ventaja competitiva* (Porter, 1990).

2.1.3.1.- *Primeros desarrollos de las teorías clásicas o convencionales: de la ventaja absoluta a la ventaja competitiva y su aplicación al turismo*

Se puede afirmar que la *teoría clásica del comercio internacional* aborda por primera vez la macro competitividad y sentó las bases del posterior desarrollo teórico sobre la competitividad de los destinos turísticos (Suárez e Ibarra, 2002; Alcocer, 2013; Voinescu y Moisiu, 2015). Con dicha teoría se intentó explicar los patrones comerciales que utilizan los países para intercambiar bienes (Jiménez y Aquino, 2012; Siudek y Zawajska, 2014). Estos esfuerzos comenzaron con las contribuciones de Adam Smith (Smith, 1771), en el marco de la *teoría de la ventaja absoluta*, al sugerir que un país debe especializar su economía en aquellos bienes o servicios que sean más baratos de producir (Flores, 2007; Jambor y Babu, 2016). A su vez, la teoría de la ventaja absoluta sentó las bases para que, más adelante, David Ricardo (1817) desarrollara la *teoría de la ventaja comparativa*. Ricardo propuso que los países deberían especializar su producción en aquellos bienes y servicios cuya dotación necesaria de factores productivos determine una ventaja respecto a otros países (Ricardo, 1817; Rice, 2018). La teoría clásica del comercio internacional fue completada y reformulada posteriormente mediante *el teorema de Heckscher-*

72

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Ohlin (Heckscher, 1919; Ohlin, 1933). Según estos autores, los países pueden comerciar basándose en su desigual dotación de factores productivos, sentando las bases de *la teoría neoclásica del comercio internacional* (Vernon, 1966; Helpman y Krugman, 1985; Krugman, 1990; Cho y Moon, 2000; Alonso, 2010).

Sin embargo, y a pesar de la prevalencia del pensamiento neoclásico, el dinamismo y globalización de la economía mundial hicieron necesarias otras herramientas que garantizaran la competitividad de las empresas y, consecuentemente, la competitividad de los países (Porter, 1990; Amaya, Conde y Covarrubias, 2008; Markusen, 2013). En esta línea, y casi a finales del siglo XX, Porter propuso la *teoría de la competitividad estructural* (Porter, 1980), afirmando que la macro competitividad se fundamenta, en última instancia, en la productividad de las empresas y en la capacidad de los sectores económicos para atraer nuevas empresas, aunque recordemos que productividad y competitividad no son conceptos sinónimos (Guerrero, 1994; Kharlamova y Vertelieva, 2013; Maráková, Dyr y Wolak-Tuzimek, 2016; Delfín, 2017). En síntesis, la combinación de los factores de atracción para invertir en el sector determinará la competitividad de las empresas y, consecuentemente, la competitividad del propio sector (Porter, 1985). Con esta aportación Porter fue pionero al ampliar el análisis estratégico/competitivo de las empresas industriales al plano sectorial y, posteriormente, al nivel nacional (Porter, 1980; 1985; 1990), ámbito en el que se desarrolla este trabajo. Como aspecto negativo, se debe señalar que esta teoría no aclara porqué unas empresas tienen éxito y otras no, a pesar de pertenecer al mismo sector y desarrollar la misma actividad (Álvarez, 2003).

73

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cabe mencionar dos aportaciones teóricas adicionales. Una de ellas es la *teoría de los recursos y capacidades* (Prahalad y Hamel, 1990; Mahoney y Pandian, 1992; Barney, Ketchen y Wright, 2011). Sus defensores afirman que las empresas, basándose en el conocimiento de la propia organización y en su dotación de recursos, pueden intervenir e influir en el mercado con nuevos productos (Grant, 1991; Peteraf, 1993; Barney, 2001). En segundo lugar, en el marco de la *teoría de la ventaja competitiva* (Porter, 1990), también conocida como *el modelo del diamante de competitividad*, Porter analiza la influencia de la localización/ubicación física de las empresas en su capacidad de innovación y, también, en su habilidad para buscar fuentes de ventajas competitivas⁷ sostenibles. El modelo de diamante de competitividad se caracteriza por aplicarse a países, y consta de factores cuyas interacciones pueden entenderse como fuentes de ventaja competitiva (Porter, 1990).

En el cuadro 15 se presenta un resumen de las teorías de la competitividad comentadas, así como su grado de aplicación al sector turístico. Además, también se distingue entre teorías clásicas y teorías modernas de competitividad, en función de la capacidad de éstas para explicar la situación competitiva actual, caracterizada por un entorno globalizado en constante evolución, cuyo dinamismo coincide con el que manifiesta el sector turístico.

A pesar de su relativa y desigual utilidad para explicar la competitividad en el ámbito turístico, todas las teorías presentadas pueden constituir el antecedente de las teorías sobre la competitividad turística y del *benchmarking*

⁷ Se entiende por ventaja competitiva aquella situación de superioridad que ostenta una empresa, o país, frente a sus competidores (Parra y Medina, 2008)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

aplicado al sector turístico, constituyendo ésta una herramienta que se usará en este trabajo para el logro de los objetivos pretendidos. De hecho, el modelo del Word Economic Forum (WEF), modelo que se analiza en este trabajo, se basa en la teoría de la ventaja comparativa de Ricardo (teoría convencional) y en la teoría de la ventaja competitiva de Porter (teoría moderna) (Pulido y Rodríguez, 2016; Andrades y Dimanche, 2017). No obstante, la aplicación de estas teorías a la competitividad turística, aspecto central de esta tesis, requiere una adaptación previa a las características competitivas del sector turístico para obtener el resultado deseado (Jiménez y Aquino, 2012; Berdo, 2016).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 15.- Teorías de Competitividad

| | Fuente | Nombre | Contexto de desarrollo | Ámbito de aplicación | Supuestos que apoya | Aplicación al sector turístico |
|--|--|---|--|---|---|--------------------------------|
| Teorías convencionales o clásicas | Smith (1771) | Teoría de la Ventaja Absoluta | Teoría Clásica del Comercio Internacional | Países | El comercio internacional surge porque cada país especializa su producción en el factor que es líder en costes | Reducida a largo plazo |
| | Ricardo (1817) | Teoría de la Ventaja Comparativa o Relativa | Teoría Clásica del Comercio Internacional | Países | El comercio internacional surge porque cada país especializa su producción según su dotación de factores productivos | Reducida a largo plazo |
| | Heckscher (1919); Ohlin (1933) | Modelo Heckscher-Ohlin | Teoría Neoclásica del Comercio Internacional | Países | El comercio internacional se genera por la distinta dotación de recursos productivos de los países | Reducida a largo plazo |
| Teorías modernas | Porter (1980 1985; 1986) | Teoría de la Competitividad Estructural | Análisis competitivo-estratégico empresarial | Empresas industriales y sector industrial | La competitividad de la empresa y del sector depende del atractivo del sector | Alta |
| | Prahalad y Hamel, (1990); Mahoney y Pandian (1992) | Teoría de los Recursos y Capacidades | Análisis estratégico empresarial | Empresas | Las empresas influyen en el mercado con nuevos productos a partir del conocimiento organizacional y sus recursos internos | Alta |
| | Porter (1990) | Teoría de la Ventaja Competitiva | Análisis estratégico | Empresas y países | La localización de la empresa influye en su habilidad innovadora y en sus fuentes de ventaja competitiva | Alta |

Fuente: Elaboración propia

76

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Las teorías *modernas* de competitividad (cuadro 15), que se abordarán seguidamente, son las que mejor explican el desempeño competitivo turístico a largo plazo porque las fuentes de competitividad también están basadas en aspectos intangibles (Alcocer, 2013), lo que permite disponer de ventajas competitivas difíciles de imitar y, por lo tanto, sostenibles a largo plazo (Bueno, 1998; Fuentes, 2006; Lillo, Ramón y Sevilla, 2007; Maráková et al., 2016). Particularmente, y debido a las condiciones actuales de globalización económica, la teoría de la ventaja competitiva prevalece sobre las teorías de la ventaja absoluta y de la ventaja comparativa, al proponer un análisis más dinámico y compatible con la realidad turística (Barroso y Flores, 2006; Peña, 2010). La teoría de la ventaja competitiva se complementa con el uso de los recursos y capacidades internas, y facilita a las empresas encontrar ventajas competitivas sostenibles y duraderas para mantener, e incluso mejorar, su posición competitiva en los mercados donde opera (Cárdenas, 2011; Siudek y Zawojka, 2014). Por esto, y por su aportación a la explicación del éxito competitivo a largo plazo de los destinos turísticos, a continuación, se abordarán, con mayor detalle, estas tres teorías modernas sobre la macro competitividad.

2.1.3.2-Teorías Modernas de Competitividad

Aclarar qué se entiende por macro competitividad, así como los factores que la determinan y condicionan, ha supuesto una preocupación en el ámbito económico, como hemos visto, desde hace varios siglos (Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco, 2011; Voinescu y Moisiu, 2015). Al igual que sucede con la macro competitividad turística, la característica multifactorial o multidimensional confiere serias dificultades para establecer una definición de macro

77

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitividad que sea globalmente aceptada (Fraj, Matute y Melero, 2015; Sáez y Periañez, 2015). Como resultado, el esfuerzo de los académicos por delimitar la macro competitividad y la macro competitividad turística, así como sus variables, ha sido notable (Crouch y Ritchie, 1999; Dwyer y Kim, 2003; Gooroochurn y Sugiyarto, 2005; Blanke y Chiesa, 2007; Hong, 2008, 2009; IMD, 2013; Schwab, 2015; Cvelbar et al., 2016b). Estas aportaciones han evolucionado con el tiempo y su análisis, centrado en variables relacionadas con el comercio internacional de los países (teorías clásicas de competitividad), ahora se ciñe al estudio de variables intangibles que determinan e influyen en la macro competitividad (teorías modernas de competitividad) (Alonso, 2010; Armenski, Marković, Davidovic y Jovanovic, 2011; Cvelbar, Dwyer, Koman y Mihalič, 2016a; Rodríguez, Rubio, Alonso y Celemín, 2016).

Por tanto, *las teorías modernas de la competitividad son las más útiles para explicar el éxito competitivo de los países en términos turísticos*. De hecho, y como se verá más adelante, *algunas de ellas constituyen, incluso, el fundamento del marco teórico de competitividad turística*. Esto justifica y da legitimidad tanto al título de esta tesis como a la investigación que en ella se realiza.

Por ello, y dada la importancia que tienen para la competitividad turística, variable de estudio de esta tesis, a continuación se abordarán, con mayor detalle, las aportaciones teóricas que constituyen esta perspectiva.

78

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

2.1.3.2.1.- Teoría de la Competitividad Estructural

Esta teoría constituye uno de los fundamentos del marco teórico posterior sobre la competitividad en el turismo. Y es que a pesar de que esta teoría se desarrolló durante la década de los años ochenta del siglo pasado, y según su autor, la ventaja competitiva no es un concepto reciente. Según Porter (1985, pp. 13), en la teoría de la competitividad estructural *el principal determinante de la rentabilidad de las empresas es el atractivo de la industria*. Así, para que las empresas sean rentables y puedan competir deben concentrar sus esfuerzos en conocer cuáles son los factores que determinan tal atractivo. Estos factores se denominan *fuerzas de la competencia* y son: (1) los competidores actuales, (2) los competidores futuros, (3) los proveedores, (4) los clientes y (5) los productos sustitutivos (Caves y Porter, 1977), como puede verse en la siguiente figura. La combinación de estas fuerzas determina la rentabilidad de las actividades de la empresa industrial, ya que estos factores influyen en su productividad (Jiménez y Aquino, 2012).

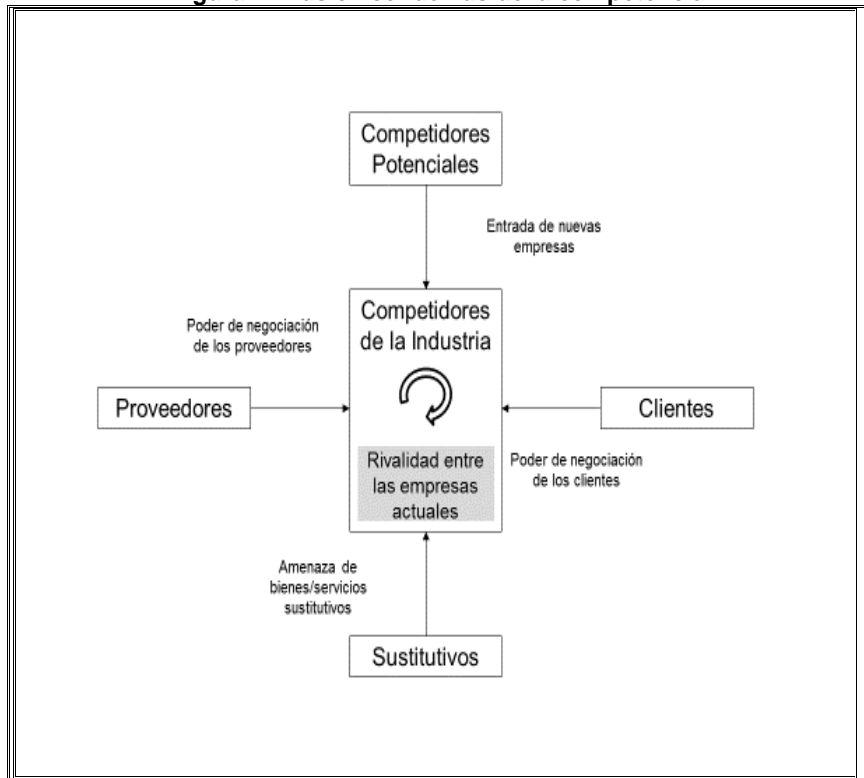
79

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 2.- Las cinco fuerzas de la competencia.



Fuente: Porter (1985)

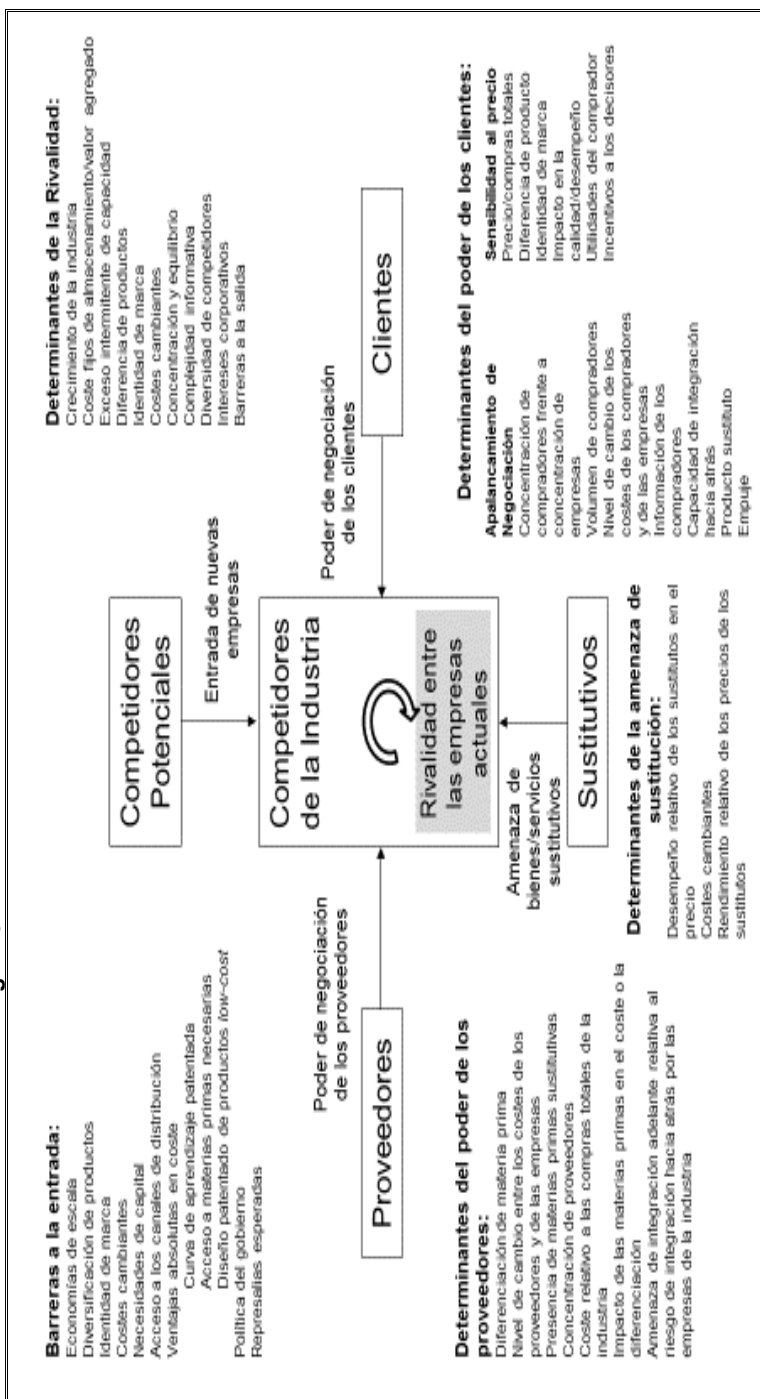
En línea con lo comentado, la intensidad de estas fuerzas depende de las características estructurales del sector industrial, las cuáles varían en función de las prácticas de las empresas que lo componen y la evolución del propio sector en sí mismo (Porter, 1985; Segarra, 2003). En la figura 3 se recogen los determinantes técnicos y económicos del sector industrial, los cuales varían entre sectores al estar compuestos por empresas de diferente naturaleza (Porter, 1985). Por tanto, las empresas del sector turístico deberán identificar aquellos factores que les permitan ser rentables y competitivas en un sector tan complejo y en continua evolución (González y Mendieta, 2009; Alcocer, 2013).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 3.- Elementos estructurales del sector industrial



Fuente: Porter (1985)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

A pesar de que en esta teoría Porter destaca la importancia de las actividades de las empresas para competir, no aclara porqué unas empresas son competitivas mientras otras empresas, del mismo sector y que desarrollan la misma actividad, no lo logran (Fernández, 1993). Para intentar encontrar la causa que está detrás del logro competitivo surge la teoría de los recursos y capacidades, la cual, se detalla a continuación.

2.1.3.2.2.- Teoría de los Recursos y Capacidades. Evolución hacia las Competencias Esenciales de la Organización.

Esta teoría intenta dar respuesta al interrogante planteado en el contexto de la teoría de la competitividad estructural (Baños, 2011). Actualmente, esta teoría constituye uno de los planteamientos teóricos más importantes para explicar y describir las relaciones interempresariales en cualquier sector, como es el caso del turismo (Barney, Ketchen y Wright, 2011).

Inicialmente la teoría de los recursos y capacidades consideraba que una empresa tenía como objetivo único “la identificación, desarrollo, protección y despliegue de recursos y capacidades que aseguren el logro de una ventaja competitiva sostenible para obtener rentas superiores en el largo plazo” desde una perspectiva interna (Osorio, 2006; pp. 39). Sin embargo, algunos autores distinguen dos líneas de interpretación complementarias: (1) el enfoque tradicional y más antiguo de los recursos y las capacidades (Wernerfelt, 1984; Rumelt, 1984; Dierickx y Cool, 1989; Barney, 1986a, 1986b, 1991a, 1991b); y (2), el más reciente, el enfoque de las capacidades dinámicas/relativas o competencias esenciales (Teece, Pisano y Shuen, 1997 ; Eisenhardt y Martin,

82

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

2000; Helfat y Lieberman, 2002; Helfat y Peteraf, 2003; Lim y Weaver, 2014). Ambos enfoques se han aplicado en turismo. Concretamente la *visión tradicional de los recursos y las capacidades* (Wernerfelt, 1984) se ha aplicado a la investigación en el campo del turismo, limitándose dicho estudio a los recursos naturales (Pigram, 1980; Gray, 1982; Mathieson y Wall, 1982; Mahoney, 1995; Bull, 1996).

En el marco del enfoque tradicional o clásico, esta teoría considera que la empresa es un conjunto de recursos internos y capacidades, las cuales dependen de los recursos internos, que hacen posible la ventaja competitiva. La heterogeneidad de los recursos internos diferencia a las empresas de un mismo sector (Bueno, 1995; Camisón, 2002; Camisón, 2004), convirtiéndose dichos recursos en el origen de la ventaja competitiva (Irvin, Michaels y Rouse, 1989; Prahalad y Hamel, 1990; Runyan, 2005), como resultado de una dirección estratégica⁸ formal y efectiva (Grant, 1991; Bueno, 1995; Barney, 2001; Parra y Medina, 2008; Campbell y Park, 2017). Por tanto, este conjunto de recursos y capacidades determina la capacidad estratégica de una organización para desarrollar actividades clave que mejoren su competitividad a través de la ventaja competitiva (Johnson, Scholes y Whittington, 2006). Por ello, a partir de dichas actividades clave, las empresas, incluidas las del sector turístico, podrán desarrollar ventajas competitivas sostenibles con las que mantener su posición competitiva y, así, asegurar su continuidad (Runyan, Huddleston y Swinney, 2007; Baños, 2011; Camisón et al., 2016).

⁸ La dirección estratégica permite a la organización comprender la posición estratégica que ocupa en el mercado y, a partir de ella, decidir cuáles son las opciones estratégicas más adecuadas para su futuro y traducirlas en planes reales de acción (Johnson, Scholes, y Whittington, 2006).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Ahora bien, ¿qué se entiende por recursos y capacidades en esta teoría?
En primer lugar, en la literatura se citan dos criterios clave para diferenciar ambos conceptos: 1) las capacidades no se deprecian ni se agotan con el uso, como sí sucede con los recursos (Dierickx y Cool, 1989; Prahalad y Hamel, 1990), y 2) las capacidades son *rutinas organizativas* o el conjunto de relaciones, pautas de actuación o patrones de interacción que implican unos procesos de aprendizaje (Nelson y Winter, 1982; Bontis, 1998). Abordaremos seguidamente con más detalle ambos constructos.

2.1.3.2.1- Los recursos

Como se ha comentado anteriormente y aplicándolo al turismo, según esta teoría los recursos internos de las empresas turísticas son las fuentes de sus ventajas competitivas. Para un destino turístico, la ventaja competitiva está directamente relacionada con la gestión efectiva de sus recursos a largo plazo (Amaya, Conde y Covarrubias, 2008). Por esta razón, es importante conocer qué se entiende por *recurso*. Algunas definiciones se exponen a continuación:

84

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 16.- Definiciones de recurso

| Autor | Un recurso es... |
|--|--|
| Wernerfelt (1984) | Cualquier aspecto que pueda considerarse una fortaleza o debilidad de una empresa. Aquello activos tangibles o intangibles que están relacionados de manera semipermanente con la empresa |
| Grant(1991) | Los inputs del proceso productivo |
| Amit y Schoemaker (1993) | Los factores disponibles que son propiedad o están controlados por la empresa |
| Black y Boal (1994) | Aquel activo que es propiedad de la empresa y sobre el que ejerce control |
| Barney (2001) | Los activos tangibles o intangibles que una empresa elige para implementar su estrategia |
| Morgan, Vorhies y Mason (2009) | Cualquier tipo de activo vinculado semipermanentemente a la empresa que permite a la dirección elaborar e implementar estrategias valiosas |
| Saunila, Pekkola y Ukko (2014) | Aquel activo financiero o material en los que la empresa puede basar sus acciones estratégicas |
| Ceric, D'Alessandro, Soutar y Johnson (2016) | Aquel o aquellos activos, de cualquier tipo, que resultan claves para la construcción de la ventaja competitiva de la empresa |

Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse en el cuadro anterior, las definiciones de recurso han pasado de centrarse en la vinculación que existe entre ellos y la empresa a hacerlo en la importancia de los recursos como fuente de ventajas o de estrategias competitivas. En el caso específico del turismo, la posesión de un recurso puede determinar la ventaja competitiva de un destino turístico. Por ejemplo, las bondades climatológicas del destino turístico *Islas Canarias* le confieren una importante ventaja competitiva respecto a otros destinos competidores dentro de España, como es el caso de las Islas Baleares.

A pesar de las distintas perspectivas escogidas para definir este concepto en el cuadro 16, puede decirse que un recurso es, de forma general, cualquier elemento necesario para desarrollar la actividad productiva de la empresa. Sin embargo, no todos los recursos de una empresa son *estratégicos* (Peteraf, 1993). De hecho, un recurso es estratégico cuando es valioso, raro, difícil de

85

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

imitar y cuenta con movilidad imperfecta⁹ (Barney, 1991a; Ravichandran y Lertwongsatien, 2005; Kraaijenbrink, Spender y Groen, 2010).

Respecto a los tipos de recursos, en la literatura se pueden encontrar distintas clasificaciones (Becker, 1964; Williamson, 1975; Tomer, 1987). La clasificación más extendida es, según Camisón et al. (2015), aquella que diferencia los recursos en (1) recursos tangibles, como los recursos financieros o los recursos humanos de la empresa, y (2) recursos intangibles, como la cultura empresarial u organizacional. Por su parte, Penrose y Varela (1962) distinguen entre *recursos físicos y humanos* dentro del proceso productivo. Barney (1991a, 1991b) clasifica los recursos de una empresa en tres categorías: *recursos de capital físico* (infraestructuras), *humano* (trabajadores y directivos) y *organizacional* (cultura empresarial). Otra clasificación más actual de Barney (2001), que se basa en el *principio de agotamiento* y coincide con lo dicho por Camisón et al. (2015), especifica que los recursos *tangibles e intangibles* pueden ser internos o externos.

Como se muestra en la figura 4, los recursos tangibles son aquellos que se agotan con su uso. En el caso del turismo, el fenómeno del agotamiento es especialmente significativo, ya que un uso excesivo y deliberado de los recursos puede mermar, e incluso eliminar, consumos turísticos futuros (Bosch, Pujol, Serra y Vallespinós, 1998). Éste sería el resultado de una actividad turística insostenible. Los recursos intangibles, por su parte, son aquellos atributos que carecen de aptitud física y que están principalmente relacionados con la

⁹ La movilidad imperfecta es una característica que tienen aquellos recursos que son más importantes dentro de la empresa que fuera de ella. De este modo, la posesión de este recurso proporciona una ventaja competitiva a la empresa poseedora (Barney, 1991a)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

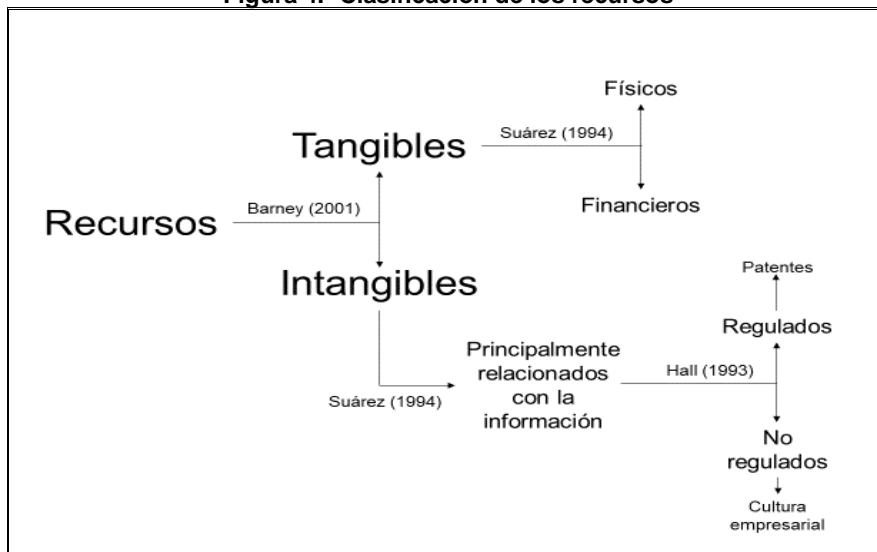
| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

información (Suárez, 1994). En la misma línea, y dentro de los recursos intangibles, Hall (1993) distingue entre *recursos regulados*, como patentes, copyright o secretos industriales (Grant, 1991; Blancas, Lozano, González y Caballero, 2018) y *recursos no regulados*, como el know how empresarial (Black *et al*, 1994; Segarra, 2003; Delbufalo, 2015).

Figura 4.- Clasificación de los recursos



Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

2.1.3.2.2.- Las capacidades

Según Camisón et al. (2015; pp. 342) “las capacidades están organizadas de acuerdo con una cierta estructura jerárquica, en la parte inferior de las cuales se encuentran las capacidades funcionales, en el segundo nivel están las capacidades de coordinación o capacidades para integrar las capacidades funcionales y, finalmente, un nivel superior o dinámico que coordina las capacidades de los niveles inferiores”.

Las capacidades o competencias¹⁰ son la principal fuente de ventaja competitiva duradera y sostenible de la empresa (Barney, 1991a, 1991b; Bueno y Morcillo, 1993; Mensah, 2017; Iddris, 2018). Dada su importancia, en el cuadro 17 se recoge una selección de definiciones que tratan de aclarar qué es una capacidad (Hiroyuki y Roehl, 1987; Fernández, 1993).

¹⁰ En esta tesis, tal y como hacen muchos autores, se habla indistintamente de capacidades y competencias (Ovcharov, Vasiljeva y Shirin, 2015; Suyo, 2014). No obstante, el término de competencias, más actual que el de capacidad, posee un contenido más amplio.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 17.- Conceptualización de capacidad o competencia

| Fuente | Una capacidad (o competencia) es... |
|--|---|
| Selznick (1957) | Las competencias corporativas o distintivas: aquello que la empresa hace mejor que sus competidores |
| Penrose (1959) | Las contribuciones que los recursos esenciales del proceso productivo pueden hacer a las operaciones productivas de la firma |
| Nelson y Winter (1982) | El conjunto de rutinas organizativas complejas, intangibles y colectivas, que especifican qué hacer y cómo hacer algo |
| Dierickx y Cool (1989) | Las aplicaciones que hace la empresa de los recursos disponibles en un momento dado |
| Prahalad y Hamel (1990) | Las competencias esenciales: surgen del aprendizaje colectivo de la organización, especialmente las relativas al modo de coordinar las diversas técnicas de producción e integrar las múltiples corrientes de tecnologías |
| Amit y Schoemaker (1993) | Aquella aptitud o aptitudes que derivan de complejas interacciones entre los recursos que la empresa posee. Se basan en el intercambio de información y son específicas de cada empresa |
| Bueno (1995) | La aptitud para el correcto desarrollo de algo |
| Teece, Pisano y Shuen (1997) | El conocimiento que tiene una empresa sobre sí misma para desempeñar una determinada actividad económica |
| Bueno y Morcillo (1993); Bueno (1998) | Las competencias esenciales o nucleares, compuestas por: <ul style="list-style-type: none"> • Competencias tecnológicas, incluyen el conocimiento y experiencia acumulados, así como el dominio tecnológico, • Competencias personales, habilidades y capacidades de los trabajadores de la organización, • Competencias organizativas, relativas a los procesos organizativos empresariales, • Competencias relacionales, relacionadas con el entorno |
| Camisón (2002;pp. 129) | "Las capacidades son las habilidades, es "saber hacer" y los conocimientos idiosincrásicos y tácticos que poseen la organización y sus miembros para el despliegue coordinado de recursos que encierran aptitudes especiales para desarrollar sistemática y eficazmente actividades que permitan la consecución de ciertos objetivos" |
| Rapp, Trainor y Agnihotri (2010) | La capacidad de una empresa para combinar e implementar recursos valiosos con los que obtener un rendimiento superior al de los competidores |
| Kauppila (2015) | El grado en el que la empresa desarrolla adecuadamente una acción |

Fuente: Elaboración propia

Según la información del cuadro 17, *una capacidad o competencia* es una aptitud o habilidad que, en el contexto de la empresa, puede entenderse como un concepto dinámico que engloba características organizativas estratégicas e intangibles como la innovación, el aprendizaje organizativo, el desarrollo de modelos de gestión o la gestión del conocimiento (Eisenhardt, 1989; Teece et

89

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

al., 1997; Baños, 2011). Como se puede apreciar según las definiciones anteriores, la capacidad también se refiere al dominio de la información o la disposición de recursos humanos cualificados y comprometidos con la misión¹¹ de la empresa (Camisón, 1996). Las capacidades o competencias suelen apreciarse con su uso (Prahalad y Hamel, 1990) y son relevantes cuando la incertidumbre del entorno es alta, tal y como sucede en el sector turístico (Amit y Schoemaker, 1993; Grant, 1996; Garrido, García, Lockett y King, 2018).

En el marco del estudio de las capacidades también es relevante destacar el nuevo *enfoque de las capacidades dinámicas/relativas o competencias esenciales* (Teece et al., 1997). Desde esta nueva perspectiva, la rentabilidad de la empresa, por ejemplo, está basada en una serie de factores dinámicos e intangibles (Abdelrahman, 2012), tales como las que se señalan a continuación:

Cuadro 18.- Enfoque tradicional y enfoque actual de la Teoría de los Recursos y Capacidades.

| Enfoque | Fuente de Ventaja Competitiva |
|---|--|
| Centrado en los recursos (Barney 1991a, 1991b; Peteraf, 1993) | Disponibilidad/accesibilidad de los recursos |
| Capacidades dinámicas/relativas o competencias esenciales (Eisenhardt, 1989; Hamel et al., 1990; Camisón, 1996; Teece et al., 1997; Rapp et al., 2010; Baños, 2011; Pisano, 2016) | Factores dinámicos: <ul style="list-style-type: none"> • Innovación • Aprendizaje colectivo/organizacional • Acumulación de recursos invisibles • Capacidades corporativas • Modelos de gestión • Flujo/intercambio de información |

Fuente: Elaboración propia.

Según la información del cuadro 18, el enfoque de las *capacidades dinámicas/relativas o competencias esenciales* defiende que las empresas basan su estrategia competitiva en características intangibles, como la calidad o el diseño, a diferencia de sus competidores, que generalmente se limitan a imitar

¹¹ La misión de una empresa consiste en la razón de su existencia (Mindreau, 2003).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

lo que hacen sus rivales (Nelson, 1991; Eisenhardt y Martin, 2000; Runyan, Droge y Swinney, 2007; Saunila et al., 2014; Shahrivar, Elahi, Hassanzadeh y Montazer, 2018). Y es que tanto la rentabilidad de la empresa como la fuente de ventajas competitivas sostenibles surgen de características y procesos específicos de cada organización que, a pesar de ser identificables, son difícilmente imitables por los competidores (Nelson, 1991). Por ello, y debido a la importancia de las capacidades, las organizaciones, incluidas las turísticas, deben conocerlas en profundidad y limitarse a actuar sobre aquellas actividades que saben hacer correctamente (Langlois, 1992; Tajeddini, Elg y Trueman, 2013; Campbell, 2014; Campbell y Park, 2017).

Una vez abordados los conceptos de recursos y capacidades es necesario decir que, a pesar de que la *teoría de los recursos y capacidades* se considera relativamente reciente, no está exenta de críticas. La falta de atención al entorno cambiante es la crítica más frecuente en la literatura al respecto (Foss, 1997). Sin embargo, autores como Fernández, Montes y Vázquez (1997) defienden la validez de esta teoría para explicar la obtención de ventajas competitivas, siempre y cuando se sitúe en un contexto que enfatice los cambios frente a condiciones de equilibrio, favoreciendo su aplicación a un sector tan dinámico como es el turístico (Agostini, Filippini y Nosella, 2015; Asiedu, 2016).

Por otra parte, autores como Porter (1996) son críticos al considerar que esta teoría es “circular”. Dado que las empresas mejoran su rentabilidad por poseer recursos estratégicamente valiosos, este autor se pregunta “¿cómo ha conseguido la empresa estos recursos valiosos? o ¿qué es lo que hace suponer que seguirán siendo valiosos en el futuro?”. En el mismo sentido se manifiestan

91

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Priem y Butler (2001), quienes defienden que son los ingresos extra los que permiten a las empresas invertir en recursos estratégicos con los que generar mayores rentas. A modo de ayuda, estos autores proponen que se estudien los procedimientos, los márgenes temporales y las razones para crear recursos, así como la incorporación a estos análisis del factor temporal, lo que podría satisfacer la falta de integración con el entorno.

2.1.3.2.3.- Teoría de la Ventaja Competitiva. El modelo de Competitividad de Diamante

En la década de los ochenta Michael E. Porter desarrolló la teoría de la competitividad estructural para el ámbito industrial y amplió su aplicación a países en 1990 a través de su obra *“The Competitive Advantage of Nations”* (Porter, 1990). La especialización en el estudio de la competitividad desde las teorías de Adam Smith (1771) y David Ricardo (1817) abarca a sectores como el turismo, campo en el que se centra esta tesis.

El punto de partida de esta teoría consiste en entender la ventaja competitiva como la habilidad que tiene un país para producir, a través de sus empresas, bienes y servicios con valor añadido que sean atractivos para un mercado y, a través de su venta, obtener beneficios de manera sostenible en el tiempo (Porter, 1990; Erkekoğlu, 2007; Erkekoğlu y Kivanç, 2013). De esta definición se entiende que la ventaja competitiva está directamente relacionada con la productividad o el valor de los productos por cada unidad de trabajo y de capital invertidos en su producción (Porter, 1990). Por tanto, la ventaja

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitiva de un país surge de las empresas, al ser quienes desempeñan la labor de producción dentro de una economía.

Como se adelantó en el apartado anterior, la competitividad nacional depende de muchas variables (Bravo, 2004) y para que un país sea competitivo ya no es condición suficiente contar con una dotación de recursos adecuada, sino que cada país influye en la prosperidad de su economía al articular políticas, leyes y configurar administraciones públicas en base a la productividad de sus empresas (Porter, 1998). Más concretamente, y según Porter, las fuentes de ventaja competitiva de un país se concentran en dos grupos: (1) factores principales y (2) factores secundarios (Porter, 1998; Wu, Xiao y Song, 2017). Estos grupos de factores, que se influyen mutuamente, constituyen un modelo dinámico que representa la teoría de la ventaja competitiva (Hernández, 2008) y que recibe el nombre de *Modelo de Competitividad de Diamante*, el *Diamante de Competitividad* o, más coloquialmente, el *Diamante de Porter* (Porter, 1990), representado en la figura siguiente:

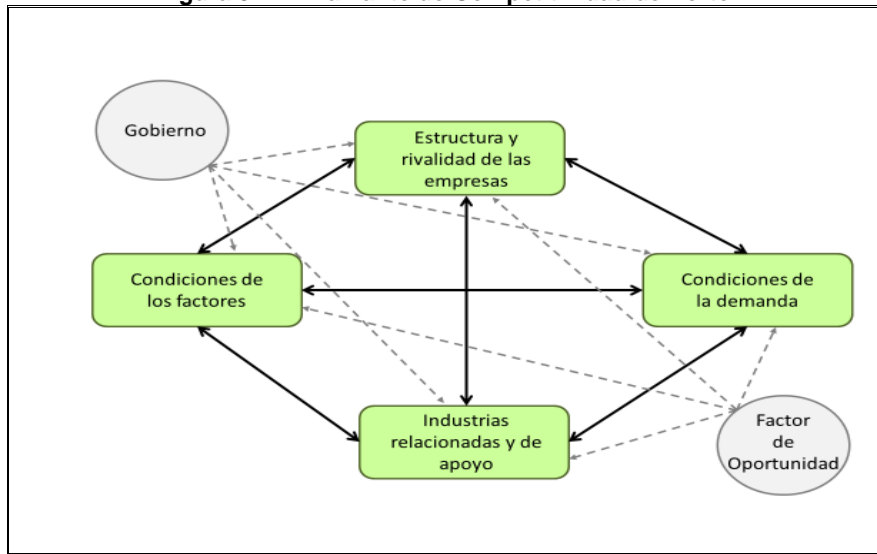
93

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 5.- El Diamante de Competitividad de Porter



Fuente: Adaptado de Porter (1998)

Como puede apreciarse, ninguno de los factores del modelo es independiente. De esta forma, si uno de ellos cambia, la competitividad del país también lo hará (Erkekoğlu y Kivanç, 2013; Yurynets, Bayda y Petruch, 2015). El Diamante de Competitividad, cuyo objetivo es determinar las razones por las que países con diferentes dotaciones de factores concentran sus ventajas competitivas en los mismos sectores (Dwyer et al., 2014; Riasi, 2015), se desarrolló a partir del estudio del desempeño competitivo de 10 países y, a pesar de formularse para aplicarse a países, el modelo también es válido para su aplicación a empresas (Castellanos et al., 2015). De este modo, los factores principales o endógenos (señalados en verde en la figura 5) son aquellas que el gobierno del país puede controlar (Cho, Moon y Kim, 2008; Zhou, Maumbe, Deng y Selin, 2015):

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- **La oferta de factores productivos e infraestructuras**, formada por todos los elementos necesarios para que las empresas puedan producir y competir, como la disponibilidad de infraestructuras o de mano de obra cualificada.
- **La demanda**, caracterizada por las exigencias de los clientes locales y la sofisticación de los bienes y servicios que se producen en el país.
- **Las empresas afines**, que componen el conjunto de empresas proveedoras con buena posición competitiva en el mercado internacional.
- **Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas**, factor que se refiere, en definitiva, a conocer cómo se crean, organizan y dirigen las empresas, así como su naturaleza competitiva.

Por su parte, los factores secundarios o exógenos del modelo (incluidos en la figura 5) son aquellos sobre los que el gobierno no puede ejercer un control efectivo, como el impacto de sus políticas gubernamentales y los factores asociados a la oportunidad (azar/casualidad), tales como las guerras, los atentados o las innovaciones tecnológicas (Davies y Ellis, 2000; Dögl, Holtbrügge y Schuster, 2012; Al-Mamun, Zayed y Hossain, 2013). Sin embargo, el gobierno debe tener capacidad para integrar eficaz y eficientemente los recursos de la nación con el resto de la sociedad para alcanzar, así, una ventaja competitiva (Lillo et al., 2007; Aghdaie, Seidi y Riasi, 2012).

Con respecto a las críticas, la *teoría de la ventaja competitiva*, a través de su modelización, presenta limitaciones respecto a su aplicación al ámbito

95

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

internacional, pues las variables del modelo están centradas en el mercado doméstico, nivel al cual se ha demostrado y validado su aplicabilidad (Cho et al., 2008; Lombana, 2011; Delbari, Ng, Aziz y Ho, 2016). Además, el modelo muestra carencias cuando el sujeto de estudio son países no desarrollados o en vías de desarrollo, pues estos países centrarán su crecimiento en alguno de los factores principales del modelo y no en todos los factores señalados (Rugman, 1991; Bellak y Weiss, 1993; Rugman y Verbeke, 1993; Zehrer y Hallmann, 2015). Por otra parte, esta teoría tampoco establece diferencias entre los factores humanos y el resto de factores productivos que el modelo incluye (Cho y Moon, 2000; Fainshmidt, Smith y Judge, 2016; Tsiligiris, 2018).

2.1.3.3.- Adaptación de las teorías de competitividad al sector turístico

Con relación a la aplicación de las teorías modernas de competitividad (3), analizadas anteriormente, a los destinos turísticos, la teoría de mayor aplicación al turismo es la teoría de la ventaja competitiva (Claver, Molina y Pereira, 2007; Ancincova, 2014). Esto es así porque las ventajas comparativas no son explicativas del desarrollo de un destino turístico a largo plazo (Vera, 1997).

En este sentido, la aplicación de la teoría de la ventaja competitiva a los destinos turísticos defiende que un destino será más competitivo cuanto mayor sea su capacidad para ofrecer bienes y servicios diferenciados y con mayor valor añadido que otros destinos turísticos competidores (Orta, 2005; Crouch y Ritchie, 1999; Dwyer y Kim, 2003; Koo, Shin, Gretzel, Hunter y Chung, 2016). Esa mayor capacidad puede explicarse por la diversidad de factores, internos y externos,

96

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

que condicionan la competitividad turística (Ritchie y Crouch, 1993; Bigné, Font, Andreu y Alcañiz, 2000; Ancincova, 2014). Sin embargo, solo aquellos factores específicos o directamente relacionados con el turismo influirán directamente en la competitividad de los destinos turísticos (Malakauskaite y Navickas, 2010). Por tanto, y en línea con Porter (1985), estos factores básicos de competitividad surgen de la actividad turística que desarrollan las empresas y de las políticas públicas en materia turística (Gomezelj, 2006; Wu et al., 2017). Es decir, la competitividad del destino turístico deriva de la productividad de las organizaciones turísticas que operan en él y puede ser incentivada, o no, por el sector público.

Por otro lado, y a pesar de la falta atención al dinamismo del entorno que muestra la teoría de los recursos y capacidades (Porter, 1996; Priem et al., 2001), hay autores que coinciden en destacar la complementariedad de esta teoría con los modelos de análisis del entorno para mejorar la rentabilidad de las empresas, entre los que se encuentra el *Modelo de Competitividad de Diamante* (Porter, 1990) (Foss, 1997; Riasi, 2015). El uso conjunto del diamante de competitividad y la teoría de los recursos y capacidades permitiría a las organizaciones, incluidas las turísticas, comprender cuáles son sus fuentes de ventaja competitiva (Bueno, 1995; Zehrer y Hallmann, 2015; Kharub y Sharma, 2017). Asimismo, las otras dos teorías modernas de competitividad también poseen utilidad para explicar la competitividad turística, más aún que las teorías clásicas o convencionales.

Tras analizar las teorías que explican la macro competitividad y que, a su vez, pueden explicar el éxito de un destino turístico a largo plazo, se procederá

97

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

a abordar el concepto y las teorías específicas de competitividad turística. En este punto se prestará especial atención al concepto de *destino turístico*, así como a su composición y funciones, puesto que representa la unidad básica de análisis de la competitividad turística (Dwyer y Kim, 2003; Dwyer et al., 2014; Cvelbar et al., 2016a; OMT, 2017a).

2.2.- Competitividad del Destino Turístico. Concepto y Teorías

En la literatura disponible, el concepto *destino turístico* se propone como sujeto de estudio de la competitividad turística (Yoon y Uysal, 2005; Gruescu, Nanu y Pirvu, 2009; Kunst, 2009; Navickas y Malakauskaite, 2009; Malakauskaite y Navickas, 2010; Martínez, 2014; Lee, 2015; Hanafiah, Hemdi y Ahmad, 2016). Por tal motivo, este apartado comienza abordando, en primer lugar, el concepto de destino turístico y continúa explicando sus componentes, funciones y tipos de destinos, con el objeto de identificar cuál de ellos puede describir al destino turístico *España*, sujeto principal del análisis pretendido en este trabajo (Oses, Gerrikagoitia y Alzua, 2016; Parra y Oreja, 2014). Seguidamente, se hará mención con mayor detalle a la *competitividad turística*, constructo de esta tesis, y a las teorías y factores que la explican.

2.2.1.- Introducción: Una Aproximación al Destino Turístico España

El destino turístico permite evaluar, de manera más sencilla, la competitividad turística (OMT, 2017b). Sin embargo, se trata de un concepto que

98

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

ha evolucionado conforme lo ha hecho la actividad turística. Este hecho se refleja en el tránsito del concepto físico, tangible y pasivo del destino hacia el concepto rico, intangible, percibido, activo y experiencial del destino turístico.

De este modo, a continuación se ahondará en la conceptualización del destino turístico, primero desde la perspectiva tradicional, más estática e invariable y, seguidamente, desde la perspectiva más moderna, dinámica y actual del destino turístico.

2.2.1.1.- Concepto Tradicional y Moderno del Destino Turístico

Desde una perspectiva tradicional, convencional o clásica, el destino puede entenderse bajo cuatro perspectivas fundamentales: económica, física, físico-económica y representativa-motivacional (Moreno, 2003; Abreu, Ruhanen y Arcodia, 2018).

Primeramente, y desde la perspectiva económica, el destino constituye un sistema que se compone de diferentes agentes públicos y privados (stakeholders) que, bajo reglas específicas, desarrollan acciones mutuamente influyentes para el logro conjunto de unos objetivos previamente definidos (Laws, 1995; Keiser, 1998; Camisón y Mir, 1998; Cvelbar et al., 2016a), como hoteles o empresas de transporte marítimo, aéreo y terrestre. En segundo lugar, la perspectiva física considera el destino como un espacio geográfico determinado, como un país, una región, una isla o una ciudad (Davidson y Maitland, 1997; Sancho, 1998; Timón, 2001). Desde la perspectiva físico-económica, un destino turístico engloba todos aquellos recursos que generan el atractivo necesario para

99

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

que sea visitado (Valls, 1998; Ejarque, 2005). Siguiendo a estos autores, este conjunto se compone de los recursos naturales, los servicios directa e indirectamente prestados al turista, la población residente junto a su acervo cultural e histórico y los gestores encargados de dirigir y organizar el destino (Bigné et al., 2000; Montero, Oreja y Parra, 2014). Será la perspectiva físico-económica la que se seguirá en este trabajo. Por último, desde el enfoque representativo-motivacional, el destino turístico se identifica con los recursos y atractivos que ofrece un lugar para satisfacer las necesidades de los turistas (Scaramuzzi, 1993; Bull, 1996; Cooper, 2008; Zehrer y Hallmann, 2015).

Una vez aclaradas las perspectivas fundamentales, la primera definición con alcance internacional del concepto *destino turístico* fue propuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT en adelante) en el año 2002 (Osorio, 2006; Ejarque, 2005; Kovačević, Kovačević, Stankov, Dragičević y Miletić, 2018). Con esta aportación, la OMT pretendía reducir la dispersión existente en la literatura hasta el momento acerca de lo que se entiende por destino turístico, la cual ha ido evolucionando para adaptarse a las nuevas características del mercado (Ejarque, 2005). De este modo, en la actualidad, la OMT entiende el destino turístico como *un espacio físico con o sin límites administrativos y/o analíticos en el cual un visitante puede pernoctar al menos una noche. Es el cluster (co-localización) de productos y servicios, de actividades y experiencias a lo largo de la cadena de valor del turismo y una unidad básica de análisis del turismo. Un destino incorpora varias partes interesadas y puede formar redes para formar destinos más grandes. También puede competir en el mercado a través de intangibles como su imagen e identidad* (OMT, 2017a).

100

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Como se puede apreciar, ésta es una de las definiciones más completas de un destino turístico, al incorporar las cuatro perspectivas anteriormente mencionadas. Asimismo, esta conceptualización del destino turístico, como sugieren algunos autores, podría ser la adecuada para aplicar el diamante de competitividad de Porter al sector turístico (Crouch y Ritchie, 1999; Crouch, 2011), al delimitar el destino turístico a las fronteras, por ejemplo, de un país. De acuerdo con esta aproximación, se establece *que el destino turístico a estudiar en esta tesis doctoral será España*¹².

Por otra parte, se puede observar en esta concepción moderna del destino turístico que el elemento central es la experiencia del turista (Ryan, 1995; Aho, 2001; Berry, Carbone y Haeckel, 2002; Jennings y Nickerson, 2006). Por tanto, teniendo en cuenta que el destino turístico incluye elementos pasivos y activos, así como otros atributos, los esfuerzos de los gestores turísticos deben centrarse en aprovecharlos al máximo y tratar de convertir los elementos pasivos en activos. Para conseguirlo, las acciones, básicamente de marketing, deberán alinearse con los deseos, las necesidades y las expectativas de los turistas y los residentes (UNESCO, 2006; Richards, 2009; Kim, 2014; Mazarrasa, 2016; Simancas y Parra, 2016; Hanna et al., 2018), las cuales podrán conocerse si se consideran las experiencias online y offline del turista y del residente que, en todo caso, incluyen percepciones, emociones y conductas relacionadas con el destino (Simancas y Parra, 2016; Alcántara-Pilar, Armenski, Blanco-Encomienda y Del Barrio-García, 2018).

¹² El destino turístico *España* será aquel que queda delimitado por las fronteras del estado español.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

2.2.1.2.- Elementos y Atributos del Destino Turístico

La definición más completa de destino turístico, especificada en el apartado anterior, permite deducir que un destino turístico debe contar, de manera general, con recursos, infraestructuras y servicios (Siles, 2016). Asimismo, los distintos elementos específicos de cada destino, bien sean heredados o creados, tangibles o intangibles, activos o pasivos, se ofrecen a los turistas, quienes a su vez poseen experiencias e información previas, conformando los atributos de un destino turístico, es decir, el *destino percibido* (Alonso, 2009).

En este sentido, Buhalis (2000; pp. 98) resume en las “seis aes” los componentes esenciales de un destino, pudiendo observarse su naturaleza activa y experiencial, es decir, que estos componentes están enfocados al mercado y al consumidor. Dichos elementos son: (1) atracciones (attractions), que suponen el desencadenante del desarrollo de un destino turístico, (2) accesibilidad (accessibility) o facilidad para acceder físicamente a un destino, aspecto clave para la llegada y desplazamiento de los turistas en el destino turístico, (3) comodidades (amenities), compuestos por la oferta de servicios turísticos y comerciales del destino, (4) paquetes disponibles (available packages) o disponibilidad de sistemas de reserva y comercialización que faciliten al turista la gestión y organización de su viaje desde el mercado de origen, (5) actividades (activities) u oferta de actividades complementarias que el destino ofrece al turista durante su estancia, y (6) servicios auxiliares (auxiliary services) que, a pesar de no estar directamente relacionados con el turismo, son solicitados y valorados por el turista, como hospitales o cajeros automáticos.

102

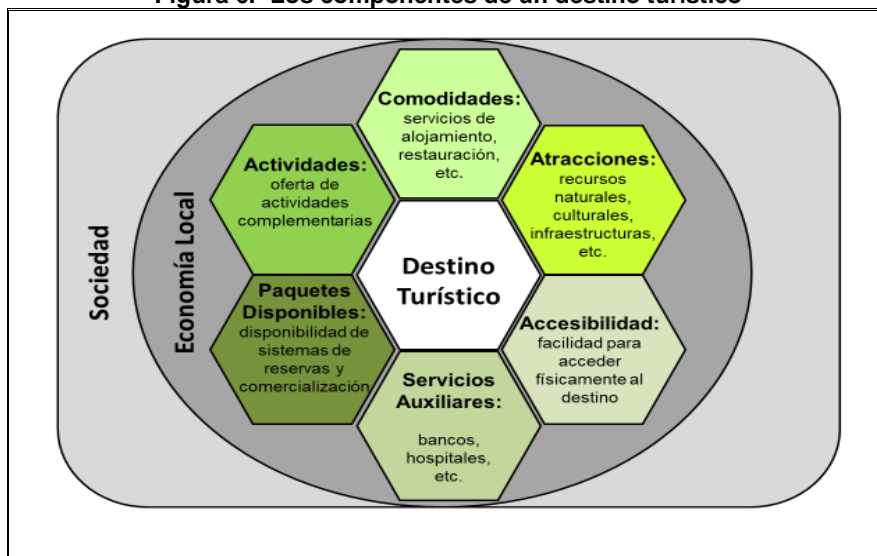
Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Desde la perspectiva puramente económica, Ejarque (2005) asegura que el destino turístico es un sistema complejo al estar compuesto por quienes gestionan, por quienes prestan y por quienes disfrutan los servicios, en un intento por integrar, a través de experiencias compartidas, los enfoques de oferta y demanda. Entre los elementos del destino que destaca este autor se encuentran (1) la economía local, basada en la actividad productiva del destino y caracterizada por las propias empresas y el mercado de trabajo, (2) la sociedad, formada por la población residente y no residente en el destino, (3) la naturaleza y los recursos turísticos del destino, los cuales generan atractivo mediante una gestión sostenible y adecuada de los mismos y (4) la notoriedad y calidad del destino, resultado de la combinación de los elementos anteriores. Ambas aportaciones, las cuales se complementan, se recogen en la figura siguiente:

Figura 6.- Los componentes de un destino turístico



Fuente: Basado en Buhalis (2000) y Ejarque (2005). Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Por lo tanto, a la vista de la figura 6, los componentes de un destino turístico son todos aquellos recursos, infraestructuras y servicios, turísticos o no, que son producidos dentro de una sociedad compuesta por población residente y visitante. Dichos servicios satisfacen las necesidades tanto de residentes como de visitantes y, a la vez, configuran la actividad productiva del destino.

2.2.1.3.- Funciones de un destino turístico

Una vez acotado el término y sus componentes, el desarrollo de un destino turístico está directamente relacionado con el logro de cuatro funciones (Valls, 2004). Estas funciones, tal y como se puede observar en la figura 7, se integran en un contexto de sostenibilidad, como resultado de la combinación entre el enfoque de demanda (satisfacción), los objetivos de la oferta turística y la relevancia del turismo en el destino para lograr la competitividad (Zehrer, Smeral y Hallmann, 2017), y que es objeto de esta tesis.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 7.- Funciones del destino turístico



Fuente: Valls (2004)

A raíz de la información de la figura 7 (Valls, 2004), el desarrollo del destino turístico tiene unas funciones claras, tanto para población residente como para la población visitante. Estas funciones se traducen en mejores condiciones de empleo, bienestar y satisfacción para la sociedad del destino turístico. Estas mejoras son el resultado de un crecimiento económico superior al que hubiese habido si no se desarrollase la actividad turística en el destino, así como a un buen posicionamiento internacional.

Por último, en la figura anterior se sugiere que existen diferentes tipos de destino (de sol y playa, de negocios, de montaña. etc.) (Tamma, 2000; Ejarque, 2005). En este sentido, el destino turístico España, que constituye el sujeto de análisis de este trabajo, se define como un destino de sol y playa maduro (Díaz, Oreja y Parra, 2015) y constituye el eje sobre el que definir la macro competitividad.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

2.2.2.- La Macro Competitividad Turística

Como hemos visto en el apartado anterior, la macro competitividad, o competitividad de un país, es el resultado de la competitividad de todos los sectores de una economía, los cuales, a su vez, están constituidos por empresas (Villegas y Zapata, 2007). Sin embargo, actualmente no existe una definición globalmente aceptada de macro competitividad (Scott y Lodge, 1985; Croes y Kubickova, 2013; Iunius, Cismaru y Foris, 2015). En este trabajo, y para el caso concreto de la *competitividad turística*, se asume, como ya se adelantó, que los destinos turísticos son países (Blanke y Chiesa, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013, Crotti y Misrahi, 2015, 2017; Díaz, Oreja y Parra, 2015; Montero y Oreja, 2017). Por tanto, la competitividad turística de los destinos, cuando los destinos son países, es *macro competitividad turística* (Crouch y Ritchie, 1999).

2.2.2.1.- Por qué analizar la macro competitividad turística

El *turismo es un fenómeno social, cultural y económico* (OMT, 2017a, 2017b) y está caracterizado por (1) la necesidad de desplazamiento, ya que debe abandonarse el contexto cotidiano, (2) la temporalidad de la estancia, pues si la estancia se perpetúa el visitante se convierte en residente, (3) las relaciones propiciadas por el turismo y que se generan durante el viaje, y (4) la consideración de que viajar por negocios también es turismo (Martínez, Parra y Buhalis, 2017). Tal y como se deduce de lo anterior, los dos aspectos claves del turismo son el desplazamiento y la estancia en un lugar diferente al habitual, es decir, un destino turístico en el que permanecer por un tiempo determinado (Buhalis, 2000). Son numerosos los autores que han definido el turismo, tal y

106

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

como se muestra en el cuadro 19. Se puede apreciar cómo la existencia de un destino turístico está implícita en las definiciones.

Cuadro 19.- Algunas acepciones sobre el turismo

| Autor | Turismo es... |
|----------------------------------|---|
| Hunziker y Krapf (1942) | Todas las relaciones y fenómenos resultado del desplazamiento y estancia temporal de las personas fuera de su entorno habitual por motivos de ocio (sin fines lucrativos) |
| Hunziker (1951) | Todas las relaciones y fenómenos asociados con los viajes y la estancia temporal en un lugar y sin motivación lucrativa |
| Robert y Goeldner (1986, pp. 30) | La suma total de los fenómenos y las relaciones que surgen de las interacciones entre turistas, proveedores de servicios, gobiernos y comunidades receptoras en el proceso de atraer y alojar a turistas y otros visitantes |
| Przeclawski (1996) | Toda movilidad geográfica asociada a cambios voluntarios y temporales de localización, ritmo, entorno, contacto personal y vivo con el entorno (natural, cultural o social) visitado |
| OMT (OMT, 2017a) | Todas las actividades de las personas que viajan y <i>permanecen</i> fuera de entorno cotidiano durante un máximo ininterrumpido de un año para el descanso, el trabajo u otros fines |

Fuente: Elaboración propia

Como ya se ha comentado, el turismo es uno de los sectores de mayor desarrollo, pasando de ser un privilegio de unos segmentos de población a un fenómeno de masas (Bermúdez, 1997; Nebro, 2000; Hallmann, Müller, Feiler, Breuer y Roth, 2012). Desde sus orígenes, la actividad turística ha evolucionado hasta convertirse en una industria relevante para la economía mundial (Gomezelj, 2006; OMT, 2019), con importantes impactos tanto para la generación de riqueza como para la creación de empleo (Blanke y Chiesa, 2008; Villareal y Van Der Horst, 2008; Crotti y Misrahi, 2017). De aquí la importancia de su estudio.

Además, si el turismo es clave para el crecimiento económico, la prosperidad y el bienestar de la sociedad (OMT, 2017b), es lógico que los países orienten su desarrollo económico y social hacia el sector turístico (Larrinaga, 2007; Villarreal, 2008; Jani y Minde, 2017). Para conseguir crecer, desarrollarse

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

y proporcionar a sus ciudadanos una mayor calidad de vida, los países que opten por basar su economía en la actividad turística tienen la obligación de ser turísticamente competitivos (Crouch y Ritchie, 1999).

En relación a la competitividad turística, y como resultado de lo anterior, surge en los países un notable interés por posicionarse competitivamente como destino en el universo turístico (Ritchie y Crouch, 2000; Blanke y Chiesa, 2009; Das y Dirienzo, 2010; Koo, Shin, Gretzel, Hunter y Chung, 2016). Académicamente, este interés se ha reflejado en las múltiples contribuciones realizadas a la literatura (Poon, 1993; De Keyser y Vanhove, 1994; Chon y Mayer, 1995; Pearce, 1997; Faulkner, Oppermann y Fredline, 1999; D’Hauteserre, 2000; Hassan, 2000; Mihalič, 2000; Saveriades, 2000; Weaver, 2000; Kozak, 2001; Hou, Lin y Morais, 2005; Orta, 2005; Claver, Molina y Pereira, 2007; Jang y Feng, 2007; Gomezelj y Mihalič, 2008; González y Mendieta, 2009; Perles et al., 2014; Domínguez, Darcy y Alén, 2015; Urrutia y Cuevas, 2016; Mendieta et al., 2018). En el cuadro siguiente se recogen algunos de los estudios más relevantes en este campo, destacando los esfuerzos de los investigadores en torno a la medición de la competitividad turística. Esto refuerza, más si cabe, la importancia del turismo para el crecimiento económico global y nacional (Pulido y Sánchez, 2010).

108

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Cuadro 20- Estudios en Competitividad Turística

| Objeto del Estudio | |
|---|---|
| Medición de la competitividad turística | Identificación de atributos y factores de la competitividad turística |
| Blanke y Chiesa, (2007, 2008, 2009; 2011, 2013) | Ritchie y Crouch (1993) |
| Johns y Mattsson (2005) | Evans, Fox y Johnson (1995) |
| Gooroochurn y Sugiyarto (2005) | Kozak y Rimmington (1998) |
| Crouch (2007) | Crouch y Ritchie (1999) |
| Mazanec, Wober y Zins (2007) | Dwyer, Forsyth y Rao (2000) |
| Cracolici y Nijkamp (2009) | Ritchie y Crouch (2000) |
| Hong (2009) | Dwyer y Kim (2003) |
| Croes (2011) | Enright y Newton (2004, 2005) |
| Croes y Kubickova (2013) | Daskalopoulou y Petrou (2009) |
| Crotti y Misrahi (2015, 2017) | Hong (2009) |
| Pulido y Rodríguez (2016) | Navickas y Malakauskaite (2009) |
| | Crouch (2011) |

Fuente: Elaboración propia

Estos trabajos han planteado la identificación de factores de competitividad (entre otros Kozak et al., 1998; Crouch et al., 1999; Dwyer et al, 2003) y su medición (entre otros Gooroochurn et al., 2005; Blanke y Chiesa, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013; Pulido et al., 2016; Crotti y Misrahi, 2015, 2017). Tanto desde una perspectiva como desde la otra, la unidad básica de análisis es el destino turístico (OMT, 2017a). De esta forma, la competitividad turística se identifica con la competitividad del destino turístico (TDC en adelante).

Los aspectos relativos a la TDC serán abordados en profundidad a lo largo de este capítulo, comenzando con su conceptualización en el siguiente apartado.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

2.2.2.2.- La competitividad del destino turístico (TDC)

El interés académico por la TDC en el campo de la gestión del destino turístico ha ido en aumento en los últimos años (Ancincova, 2014; Komppula, 2014). Sin embargo, a pesar de limitar el concepto de competitividad turística al destino turístico, ésta continúa dependiendo de multitud de variables (Buhalis, 2000; Enright y Newton, 2004; Zhang, Gu, Gu y Zhang, 2011; Ayikoru, 2015). Con el objetivo de reducir la dispersión en cuanto al concepto de TDC, en el cuadro 21 se muestra una selección de definiciones de TDC acorde con el constructo de este trabajo. Como se puede apreciar, las referencias al destino turístico son recurrentes en dichas definiciones, tanto implícita como explícitamente (i. e. país, área turística).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 21.- ¿Qué es la TDC?

| Fuente | La competitividad del destino turístico es... |
|--|---|
| Hassan (2000; pp. 239) | "La capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores" |
| Ritchie y Crouch (2000) | "La capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre ellos en un modelo económico y social". Un destino es más competitivo cuanto mayor bienestar aporta, de manera sostenible, a la población residente |
| D'Hautesserre (2000) | La habilidad o capacidad de un destino para mantener su posición competitiva en el mercado y seguir compitiendo con el paso del tiempo |
| Buhalis (2000) | Un destino de éxito es aquella área turística que atrae continuamente a los turistas que desea a través de experiencias únicas y de calidad y que evoluciona continuamente, garantizando beneficios para todos los interesados, para la comunidad local y para el lugar en sí (conservación de recursos) |
| Goeldner y Ritchie (2003) | Competir efectiva y rentablemente en el mercado |
| Ritchie y Crouch (2003; pp. 23) | "La capacidad para incrementar el gasto turístico, para atraer visitantes de forma creciente, a la vez que se les proporciona experiencias satisfactorias y se realiza de una forma beneficiosa, mientras que se garantiza el bienestar de la población residente y se preserva el capital natural del destino para las generaciones futuras" |
| Dwyer y Kim (2003; pp. 375) | "La capacidad de un destino para ofrecer bienes y servicios que funcionen mejor que otros destinos sobre aquellos aspectos de la experiencia turística considerados importantes por los turistas" |
| Enright y Newton (2004; pp. 778) | "Un destino es competitivo si puede atraer y satisfacer turistas potenciales y esta competitividad está determinada por factores turísticos específicos y por una gama mucho más amplia de factores que influyen en los proveedores de servicios turísticos" |
| Bahar y Kozak (2007; pp. 62) | "El destino más competitivo a largo plazo es aquel que crea bienestar para su población local" |
| Gomezelj y Mihalič (2008; pp. 295) | "La habilidad de un país para crear valor añadido" |
| Dwyer, Cvelbar, Edwards y Mihalic (2012) | La capacidad de un destino para ofrecer bienes y servicios que funcionen mejor que otros destinos para satisfacer las necesidades del visitante |
| Dupeyras y Maccallum (2013; pp. 7) | "La habilidad del lugar para optimizar su atractivo para los residentes y no residentes, para aportar calidad, innovación y servicios turísticos atractivos a los clientes" |

Fuente: Elaboración propia

A raíz de esta selección de definiciones, se puede considerar que la TDC es la capacidad de un destino turístico para atraer y satisfacer a los turistas

111

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

(Enright y Newton, 2004; Tsai, Song y Wong, 2009) *mediante una oferta de bienes y servicios mejor que la de sus competidores* (Dwyer y Kim, 2003) *con la que mantener y mejorar el nivel de vida de la población residente a largo plazo* (Ritchie y Crouch, 2003) *a la vez que conserva o mejora su posición competitiva en el mercado internacional* (Bordas, 1994; Hassan, 2000; Mochón, 2004; Tribe, 2011; Pulido y Rodríguez, 2016).

De este modo, la importancia de la TDC radica en conocer aquellos atributos que hacen competitivo a un destino (Enright y Newton, 2004; Assaker, Hallak, Esposito y O'Connor, 2014; Ovcharov, Vasiljeva y Shirin, 2015). Sin embargo, como los destinos turísticos son distintos entre sí, sus atributos también lo serán (Enright y Newton, 2005; Esteve y Muñoz De Bustillo, 2005; Pulido y Sánchez, 2010; Dwyer et al., 2012). Por tanto, la TDC debe entenderse como un conjunto que integra, bajo una perspectiva de conjunto, la actividad de agentes públicos y privados en un entorno económico determinado asociado al destino turístico (Cracolici y Nijkamp, 2009; Bornhorst, Ritchie y Sheehan, 2010; Lee, 2015; Armenski, Dwyer y Pavluković, 2018).

Por estas razones, seguidamente se abordarán las teorías de la competitividad turística, reseñando que estas teorías están basadas en las teorías que explican la macro competitividad, más específicamente en la teoría de la ventaja comparativa (Ricardo, 1817) y en la teoría de la ventaja competitiva (Porter, 1990), desarrolladas en el apartado 2.1.3 de este capítulo.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

2.2.3.- Teorías Conceptuales de la TDC

El esfuerzo de los investigadores y académicos para explicar la TDC queda patente en la literatura reciente. En ella puede encontrarse un amplia colección de estudios que abordan este tema desde diversos puntos de vista, como se ha mencionado previamente (Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco, 2011; Blancas, Lozano, González y Caballero, 2018). Entre estos estudios, destacan notablemente los modelos de TDC, encontrando que los modelos conceptuales más referenciados son los modelos de Crouch y Ritchie (Ritchie y Crouch, 1993; Crouch y Ritchie, 1999; Ritchie y Crouch, 2000; Ritchie, Crouch y Hudson, 2001; Ritchie y Crouch, 2003), el modelo de Hassan (Hassan, 2000), el modelo de Dwyer y Kim (Dwyer y Kim, 2003; Dwyer, Cvelbar, Mihalič y Koman, 2014; Cvelbar, Dwyer, Koman y Mihalič, 2016b), el modelo de Heath (Heath, 2003), el modelo de Enright y Newton (Enright y Newton, 2004, 2005) y, por último, el modelo de Hong (Hong, 2008, 2009).

En este apartado, se abordarán los análisis conceptuales y más completos para el estudio de la TDC, procediendo a analizar los estudios que mayor repercusión tienen en la literatura sobre medición de la TDC en el siguiente capítulo.

De esta forma, la aportación teórica pionera para la identificación de los factores que determinan la competitividad turística de un destino ha sido la realizada por los autores Geoffrey I. Crouch y J. R. Brent Ritchie. Dicho modelo se denomina *modelo de Calgary* (Ritchie y Crouch, 1993; Alonso, 2009; Moral y Garín, 2016). Durante décadas, estos autores han trabajado en la búsqueda y

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

actualización de un modelo capaz de conceptualizar todos los aspectos que influyen en la TDC, dando como resultado el actual *modelo conceptual de TDC y sostenibilidad* (Mazaro y Varzin, 2008). Asimismo, y aunque no menos importante, Larry Dwyer y Chulwon Kim propusieron un nuevo modelo, reclasificando las variables propuestas por Crouch y Ritchie en su modelo (Dwyer y Kim, 2003), en el que la TDC viene determinada por varios grupos de variables (Alcocer, 2013). Con respecto al resto de modelos citados, el modelo de Enright y Newton (Enright y Newton, 2004, 2005) y el modelo de Heath (Heath, 2003) son aportaciones teóricas para explicar la TDC en destinos turísticos específicos, como Hong Kong y Sudáfrica, respectivamente. Por su parte, el modelo de Hassan (Hassan, 2000) y el modelo de Hong (Hong; 2008, 2009) se centran en destacar la importancia que tienen para la TDC las ventajas comparativas en exclusiva (Hassan, 2000) y la combinación de éstas con las ventajas competitivas del destino (Hong; 2008, 2009).

Como se puede observar, los modelos conceptuales citados son adaptaciones de las teorías de la macro competitividad a los destinos turísticos, ya que todos ellos explican la TDC desde la perspectiva de la ventaja comparativa, desde la perspectiva de la ventaja competitiva o desde la combinación de ambas. De hecho, una de dichas adaptaciones es la que se corresponde con *la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos* (Butler, 1980, 2006, 2009, 2011), que a su vez está basada en la teoría del ciclo de vida del producto (Vernon, 1966; Berdo, 2016). Por dicha razón, la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos será abordada en primer lugar.

114

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

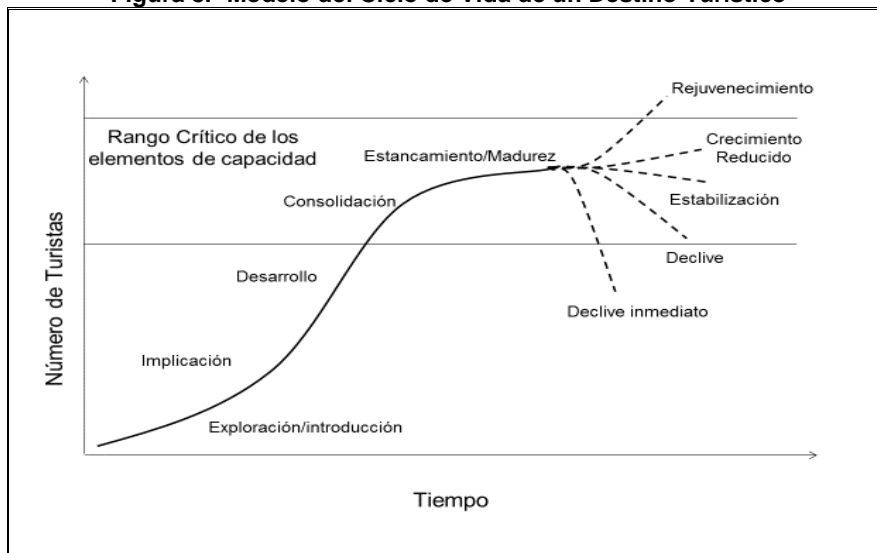
Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

2.2.3.1.- La Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos

En la teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos (Butler, 1980, 2006, 2009, 2011) se sugiere que las áreas turísticas evolucionan con el paso del tiempo, de modo que, como puede verse en la figura 8, el desarrollo de un destino turístico se puede representar mediante seis etapas consecutivas que describen una *curva asintótica*¹³ (Butler, 1980; Komppula, 2014). Tal y como sugiere Butler, el tiempo en cada fase depende de los agentes o stakeholders implicados en el propio desarrollo turístico del destino, en función de la mayor o menor propensión que estos tengan para realizar inversiones.

Figura 8.- Modelo del Ciclo de Vida de un Destino Turístico



Fuente: Adaptado de Butler (1980)

¹³ Una curva con comportamiento asintótico es aquella curva que se aproxima, cada vez más, a una recta o asintota. Dado que la distancia entre ambas tiende a cero, curva y recta serán tangentes en el infinito.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Siguiendo a Butler (1980), la primera etapa se denomina *etapa de exploración o introducción* y hace referencia al inicio de la actividad turística de un destino. Los atractivos naturales vírgenes y el exotismo, así como las escasas infraestructuras de las que está dotado el destino, atraen a un reducido número de turistas que interactúan de manera natural con la población local. Dado el carácter incipiente del turismo, la alteración del entorno es limitada (Benur y Bramwell, 2015).

En la segunda etapa, o *etapa de implicación*, el entorno del destino turístico sufre una alteración moderada, aunque creciente, a consecuencia del crecimiento de las infraestructuras alojativas y de transporte. Además, es en este punto donde comienzan las acciones de promoción del destino, favoreciendo que el número de visitantes crezca de manera regular y aparezca el fenómeno de la estacionalidad (Weidenfeld, Butler y Williams, 2010).

El crecimiento progresivo de la llegada de turistas, resultado de la intensa promoción del destino, es característico de la tercera fase o *etapa de desarrollo*. Aquí, la alteración del entorno comienza a ser evidente con la aparición de recursos artificiales, lo cual puede traducirse en una sensación de sobreocupación y reducción de la calidad percibida por el turista. Asimismo, la población local puede experimentar sentimientos de rechazo hacia el turismo, a pesar de las mejoras que la actividad turística proporciona a esta parte de la sociedad, tanto en términos de empleo como de servicios (Weidenfeld, Butler y Williams, 2011).

116

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Seguidamente, la fase de *consolidación* se caracteriza por el desgaste de las infraestructuras y la desviación de la oferta hacia atractivos artificiales del destino. Esto determina que la llegada de turistas registre un lento crecimiento, o incluso decrecimiento, con respecto a la etapa anterior. Para amortiguar las consecuencias de un menor número de visitantes, las estrategias en esta etapa se centran en incrementar la duración de la estancia y el gasto del turista en destino, así como en reducir la estacionalidad. Cuando un destino entra en la fase de consolidación es cuando puede decirse que *vive del turismo* (Garay, 2007; Morgan, 2014).

Según Butler, la *etapa de estancamiento o madurez* es la que ocupa un destino que no está de moda, donde el uso de las infraestructuras turísticas se amplía a otras actividades, como congresos o eventos musicales, y se ha alcanzado el límite en el número de visitantes. En consecuencia, aparecen problemas económicos, sociales y medioambientales que provocan una reorientación de las políticas públicas para continuar compitiendo en el mercado turístico. En esta situación, se recomiendan acciones encaminadas a sobrevivir competitivamente en el mercado y generar mayor rentabilidad (Camisón y Mir, 1998; Perles, Ramon y Sevilla, 2014) mediante ventajas competitivas asociadas a aspectos intangibles como la calidad, la imagen o la seguridad (Fayos-Solá, 1994; Flores, 2007).

En la *etapa de declive*, como sugiere Butler, la prioridad es evitar el hundimiento del destino. Redireccionar la actividad turística hacia un mercado específico es la estrategia más recomendada en esta situación, destacándola capacidad de los atractivos del destino para satisfacer las necesidades

117

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

específicas de dicho mercado (naturaleza, solo adultos, familias, etc.). Sin embargo, la puesta en marcha de estas políticas puede derivar en cinco situaciones diferentes, como se aprecia en la figura 8 (Butler, 1980, 2006, 2009):

- **Rejuvenecimiento:** el número de viajeros crece resultado de la incorporación de nuevas actividades a la oferta del destino turístico.
- **Crecimiento reducido:** las modificaciones se realizan sobre la capacidad de carga del territorio y la protección de los recursos que aún no han sido sobreexplotados. En este caso, el número de visitas registrará un pequeño crecimiento con respecto a la etapa anterior, aunque contenido.
- **Estabilización:** la llegada de visitantes se estabiliza una vez que se ha ajustado la capacidad de carga del destino.
- **Declive:** punto de no retorno caracterizado por la sobreexplotación continuada de los recursos, una planta alojativa anticuada y la pérdida de competitividad frente a otros destinos.
- **Declive inmediato:** a causa de un evento sobrevenido, como desastres naturales o conflictos bélicos, donde el número de visitantes sufre una caída significativa.

A tenor de lo expuesto, la teoría de la ventaja competitiva sería capaz de explicar las variables que determinan la TDC según la etapa de desarrollo en la que se encuentre el destino (Chaperon y Bramwell, 2013; Pearce, 2014). De este modo, en cada etapa destacarán diferentes factores específicos del turismo que puedan generar ventajas competitivas y, por tanto, favorecer la continuidad del destino en el mercado turístico internacional (Farmaki, 2012; Campbell, 2014).

118

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Asimismo, los estudios empíricos de Porter acerca de la ventaja competitiva de los países destacaron dos evidencias: (1) la tendencia de las empresas líderes de cualquier sector a concentrarse en localizaciones geográficas relativamente pequeñas y que (2), fruto de las interacciones que se producen entre ellas, surgen ventajas competitivas relevantes (Amaya et al., 2008; Ceric, D'Alessandro, Soutar y Johnson, 2016). Estas concentraciones reciben el nombre de *clusters o conglomerados competitivos* (Porter y Kramer, 2002) y resultan de especial interés para estudiar la competitividad turística (Alcocer, 2013), al entender que los destinos concentran infraestructuras turísticas, recursos naturales y empresas que prestan servicios turísticos o relacionados con el turismo (Capone, 2015).

Por su parte, y en relación a la teoría de la ventaja comparativa de Ricardo (Ricardo, 1817), dichas ventajas están asociadas a los recursos naturales y atributos propios del destino que condicionan la TDC de manera variable, es decir, las ventajas comparativas tienen un elevado peso en las etapas iniciales de desarrollo turístico del destino y se va reduciendo conforme éste se consolida turísticamente (Huggins, Luo y Thompson, 2014).

2.2.3.2.- El Modelo Conceptual de TDC

Basado en la *teoría clásica del comercio internacional* (Smith, 1771; Ricardo, 1817) y en la *teoría de la ventaja competitiva* (Porter, 1990), mencionadas e introducidas en el apartado anterior, Crouch y Ritchie (1999) desarrollaron un modelo en el que aplican la investigación de la macro y la micro competitividad, así como sus modelos, a la TDC (Armenski, Marković, Davidovicy

119

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Jovanovic, 2011; Koo, Shin, Gretzel, Hunter y Chung, 2016). En esta línea, la TDC se entiende como la habilidad del destino para proporcionar, por un lado, experiencias que satisfagan a los turistas y visitantes y, por otro, una alta calidad de vida a los residentes a partir de la identificación y gestión de los recursos turísticos que posee el destino (Koo, Shin, Gretzel, Hunter y Chung, 2016). En este caso, las ventajas comparativas se identifican con el estado de los recursos (micro entorno) y las ventajas competitivas con el uso que se hace de estos (macro entorno), ya que ambas ventajas constituyen el origen de la TDC (Crouch y Ritchie, 1999; Amaya, Conde y Covarrubias, 2008; Tsai, Song y Wong, 2009). Con ello se destaca no solo la importancia de los recursos para un destino sino también la importancia de las relaciones entre ellos (Jiménez y Aquino, 2012). Estos entornos interrelacionados de competitividad (micro y macro) están diferenciados en este modelo, que también recibe el nombre de *modelo de Calgary* (Cracolici, Nijkamp y Rietveld, 2008). En este modelo, el microentorno hace referencia a las características propias del destino turístico y lo que posibilita llegar físicamente hasta él (Crouch y Ritchie, 2000). Por tanto, los componentes de este microentorno turístico serían:

- **Los operadores turísticos**, como los proveedores de productos y servicios turísticos, agencias de viajes minoristas y los turoperadores.
- **Los mercados turísticos.**
- **Los destinos competidores.**
- **Los stakeholders** de un destino, entre los que destacan los residentes en el destino, que pueden trabajar o no en actividades turísticas, las administraciones públicas competentes en materia turística o las instituciones financieras.

120

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Por su parte, el macroentorno contiene al micro entorno y, aunque se componen de elementos diferentes, se influyen mutuamente. *En el macroentorno se incluyen, por ejemplo, el interés permanente por el medioambiente, la evolución del resto de economías a nivel mundial, la demografía cambiante del mercado o la evolución de la tecnológica y su relación con los recursos humanos* (Crouch y Ritchie, 1999; pp. 146).

En este trabajo, Crouch y Ritchie proponen un escenario en el que la competitividad turística se define por cuatro componentes principales o *factores genéricos específicos* del turismo (Enright y Newton, 2004; Claver et al., 2007), como puede verse en el cuadro 22. Dichos componentes son:

- **Recursos básicos y atractores:** elementos principales del destino que influyen en la elección entre destinos turísticos como el paisaje, el clima, las relaciones de mercado o la infraestructura turística.
- **Factores y recursos de apoyo:** origen de una industria turística exitosa (infraestructura general del destino, educación, proveedores o factores de acceso al destino, entre otros).
- **Gestión del destino:** actividades que tienen influencia en los demás factores.
- **Determinantes de cualificación:** factores con influencia negativa en el resto, como la localización o la inseguridad.

121

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Cuadro 22.- Factores Competitivos del Modelo Conceptual de TDC según el nivel de competencia

| Componentes de la competitividad | Nivel de Competencia | | |
|---------------------------------------|---|---|---|
| | Compañías y productos | Sectores Económicos | Economía Nacional |
| | Micro competitividad | | Macro competitividad |
| Recursos básicos y atractores | Empresas competidoras Entrada potencial de productos sustitutivos Proveedores Compradores | Condiciones de los factores Condiciones de la demanda Industrias relacionadas y de apoyo Estrategia de las empresas, estructura y rivalidad Gobierno | Ciencia y tecnología Recursos humanos Gobierno Gestión Infraestructura Finanzas Internacionalización Fortaleza de la economía doméstica |
| Gestión del destino | Mercado objetivo | Recursos Mercados globales | Trabajo Inversiones extranjeras Comercio |
| Determinantes de cualificación | Cuota de mercado Rentabilidad Supervivencia | Políticas públicas favorables Respeto Crecimiento, fortaleza industrial y prosperidad Dominio internacional | Prosperidad económica Calidad de vida de la población |
| Factores y recursos de apoyo | Bienes y servicios corporativas Estrategias corporativas Investigación de mercado Análisis de los competidores | Grupos de presión política Asociaciones industriales Alianzas estratégicas Autoridades de marketing Políticas industriales Cárteles Promociones conjuntas | Acuerdos de libre comercio y políticas de comercio internacional Innovación y capacidad emprendedora Educación y formación Incremento de la productividad Inversión en política económica Cultura nacional |

Fuente: Adaptado de Crouch y Ritchie (1999; pp. 141)

Como puede verse en el cuadro anterior, los componentes principales de competitividad turística difieren entre los entornos competitivos a nivel empresa o sector (micro competitividad) y a nivel país (macro competitividad) (Alonso, 2009). Sin embargo, estos niveles de competencia están relacionados porque las empresas elaboran productos que venden y son consumidos por la población local y turista, como es el caso del turismo (micro competitividad). Estas organizaciones están localizadas en un territorio determinado y son parte de la

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

economía nacional, por lo que contribuyen a la competitividad del país (macro competitividad).

Este modelo ha evolucionado desde la primera vez que se propuso, en el año 1993, dando lugar al modelo actual, que se denomina *modelo conceptual de competitividad de destinos y sostenibilidad* (Crouch y Ritchie, 1999). Según estos autores, los cambios incorporados son:

1. La política turística pasa a ser una categoría principal y se entiende como un “conjunto de normas, reglas y directrices, directivas y objetivos y estrategias de desarrollo y promoción que proporcionan un marco dentro del cual las decisiones colectivas e individuales que inciden directamente en el desarrollo turístico y las actividades diarias dentro de un destino están tomadas” (Ritchie y Crouch, 2000; pp. 2). En versiones anteriores, y según estos autores, la política turística estaba incluida en el grupo de gestión de destino. Con este cambio, los autores pretenden reducir la rigidez de la planificación pública y centrar la atención en cuestiones clave sobre desarrollo turístico.

2. Incorporación formal de la sostenibilidad, al entender que la competitividad debe ser sostenible desde todas las perspectivas, desde la económica, pasando por la ecológica, social y llegando a la cultural y política. Si no fuese así, el fenómeno de la competitividad sería irreal (Crouch y Ritchie, 2000).

De acuerdo con esto, en el modelo actual la competitividad se entiende como “la habilidad del destino para incrementar el gasto turístico, para atraer

123

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

cada vez a más visitantes ofreciéndoles experiencias satisfactorias y memorables de manera rentable que potencien el bienestar de los residentes y protejan el entorno natural del destino para futuras generaciones” (Ritchie y Crouch, 2003; pp. 2). De esta forma, el modelo de TDC y sostenibilidad (véase figura 9) se estructura bajo cinco categorías principales, compuestas a su vez por 36 atributos de competitividad, cuya importancia ha sido validada conceptualmente (Song, Dwyer, Li y Cao, 2012; Pulido et al., 2014).

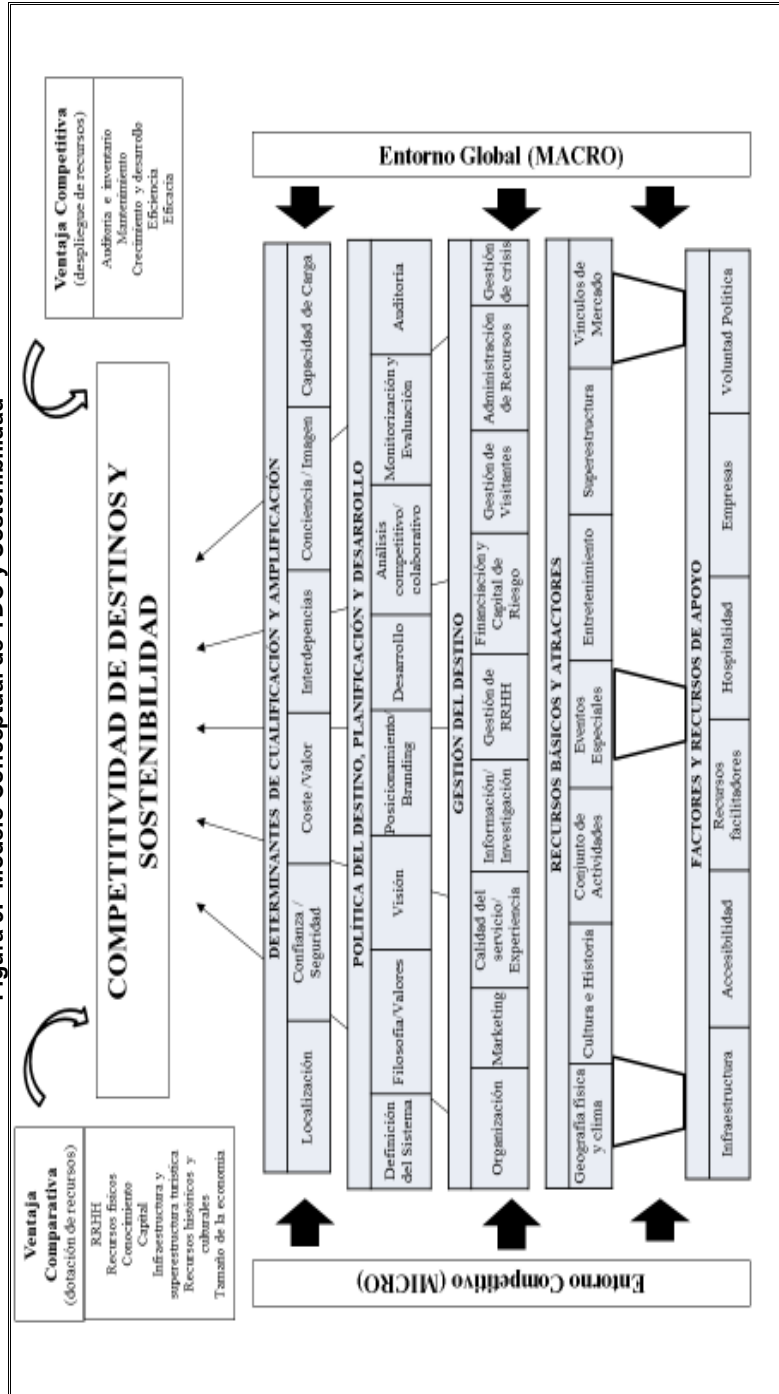
La principal ventaja de la propuesta metodológica de Crouch y Ritchie (1999) es que se trata de un modelo general (González y Mendieta, 2009; Diéguez et al., 2011; Andrades y Dimanche, 2017). Esto permite analizar la TDC a largo plazo y establecer comparaciones entre destinos (Crouch, 2011), reforzando la idea de convertir las ventajas comparativas en ventajas competitivas (Alcocer, 2013). Por otro lado, este modelo pone de manifiesto el valor de un enfoque más amplio frente a aquellos modelos que se centran en atributos específicos de la TDC (Enright y Newton, 2005). Además, se trata de un modelo contrastado empíricamente para el análisis de la TDC (D’Hautesserre, 2000; Gomezelj y Mihalič, 2008; Crouch, 2011), lo cual dota de mayor robustez y rigor a los resultados que aporta (Enright y Newton, 2004).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 9.- Modelo Conceptual de TDC y Sostenibilidad



Fuente: Adaptado de Crouch (2011; pp. 29)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Entre las críticas, algunas señaladas por los autores del modelo, destaca la imposibilidad de aplicarse a determinados destinos que carecen de estadísticas sobre los factores de competitividad del modelo así como el elevado número de indicadores que son necesarios para evaluar una sola característica y la ausencia de ponderación de cada elemento (Ritchie y Crouch, 2003). Sin embargo, esta última crítica fue analizada con posterioridad por Crouch (Crouch, 2011), concluyendo que, en conjunto, los recursos básicos y atractores eran los que mayor influencia tenían en la TDC mientras que, individualmente, los atributos con mayor influencia en la TDC eran la accesibilidad, la geografía física y el clima, el posicionamiento/branding, la calidad del servicio/experiencia y la confianza/seguridad (Martín, Mendoza y Román, 2017).

Por otra parte, Crouch y Ritchie proponen un modelo lineal, al establecer relaciones unidireccionales, y no mutuamente influyentes, entre los factores que lo integran (Dwyer, Mistilis, Rao y Forsyth, 2001). Además, esta idea se refuerza al considerar que el modelo destaca los factores de TDC del lado de la oferta, descuidando los factores del lado de la demanda (Gomezelj y Mihalič, 2008).

2.2.3.3.- El modelo de Hassan (2000)

Hassan (2000) critica la teoría de la competitividad estructural de Porter porque no puede aplicarse ampliamente al contexto del turismo (Alonso, 2009). Asimismo, Hassan considera que los numerosos factores de TDC aportados por los investigadores en este campo son *necesarios, pero no suficientes* para medir la TDC, dada su naturaleza multidimensional. Por ello, este autor considera que los destinos deben atender a sus ventajas comparativas únicas (atributos que

126

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

surgen de los recursos naturales, por ejemplo), ya que estas permitirán atraer a un segmento estable y específico de turistas (Hassan, 2000; pp. 239). De manera sintética, Hassan propone un modelo compuesto por cuatro determinantes principales de TDC (Hassan, 2000; pp. 242) (véase figura 10):

- **Ventaja comparativa** (aquellas que surgen de la diferente dotación de recursos), que engloba relaciones de factores del macro y microentorno que son importantes para la competitividad.
- **Orientación de la demanda**, o capacidad por parte de la empresa turística de adelantarse y dar respuesta del destino ante cambios en la demanda.
- **Estructura de la industria**, que incluye empresas turísticas y relacionadas con el turismo que pueden mejorar la TDC.
- **Compromiso medioambiental**, para favorecer un desarrollo del destino con el menor impacto posible en su entorno.

127

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 10.- Determinantes de la Competitividad del Mercado en una Industria Turística Medioambientalmente Sostenible



Fuente: Adaptado de Hassan (2000; pp. 241)

Con este modelo, Hassan enfatiza en la elevada sensibilidad y dependencia que tiene el turismo de los recursos valiosos del destino. Asimismo, subraya que la competitividad del destino se mantendrá si la cooperación entre los stakeholders más importantes del destino permite establecer un equilibrio entre el crecimiento y la sostenibilidad (Hassan, 2000).

2.2.3.4.- El Modelo Integral de Competitividad del Destino Turístico

El modelo de Crouch y Ritchie (Crouch y Ritchie, 1999) sentó las bases para la investigación en la conceptualización y medición de la TDC. Así, en el año 2003 y basado en el *modelo conceptual de competitividad de destinos y sostenibilidad*, surge un nuevo modelo, denominado *modelo integral de TDC o modelo integral de competitividad del destino turístico* (Dwyer y Kim, 2003).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Estos autores proponen un modelo con el que, bajo un enfoque conjunto de recursos y condiciones del entorno (Alcocer, 2013), definen la competitividad turística desde una perspectiva más integrada y real (Alonso, 2009), al incluir las relaciones mutuamente influyentes entre los factores de competitividad. Estos factores o indicadores, que son la fuente de la competitividad de un destino turístico y que surgen del modelo anterior, están categorizados en seis grupos, como puede verse en la figura 11 (Medina et al., 2013; Parra y Oreja ,2014):

- **Dotación de recursos**, donde se distingue entre:
 - *Recursos heredados*, que se dividen en dos grupos:
 - *Naturales: como el paisaje, el clima o las playas;*
 - *Culturales/Patrimoniales*, entre los que se encuentran la gastronomía típica, la artesanía o el lenguaje;
 - *Recursos creados* que incluyen aspectos como la infraestructura turística, los eventos especiales o el ocio;
 - *Factores de apoyo*, necesarios para el éxito del destino turístico y que dan soporte a los recursos heredados y creados. Este grupo incluye la infraestructura general, la calidad de los servicios o la accesibilidad.
- **Gestión del destino:** incorpora todos aquellos factores que refuerzan la atracción de los recursos locales del destino turístico y potencian sus condiciones particulares mediante la estrategia de promoción, política turística, acciones de planificación y desarrollo y la gestión del entorno natural. Nótese que este grupo integra de manera conjunta, y a diferencia del modelo de Crouch y Ritchie, la política turística y la planificación y desarrollo del destino.

129

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- **Factores circunstanciales**, derivados del entorno local y global en el que se asienta el destino como pueden los índices de criminalidad, la estructura industrial y las condiciones económicas globales.
- **Factores de la demanda**, que comprende el conocimiento turístico, la percepción de los turistas y sus preferencias a la hora de viajar.
- **Rendimiento del mercado.**

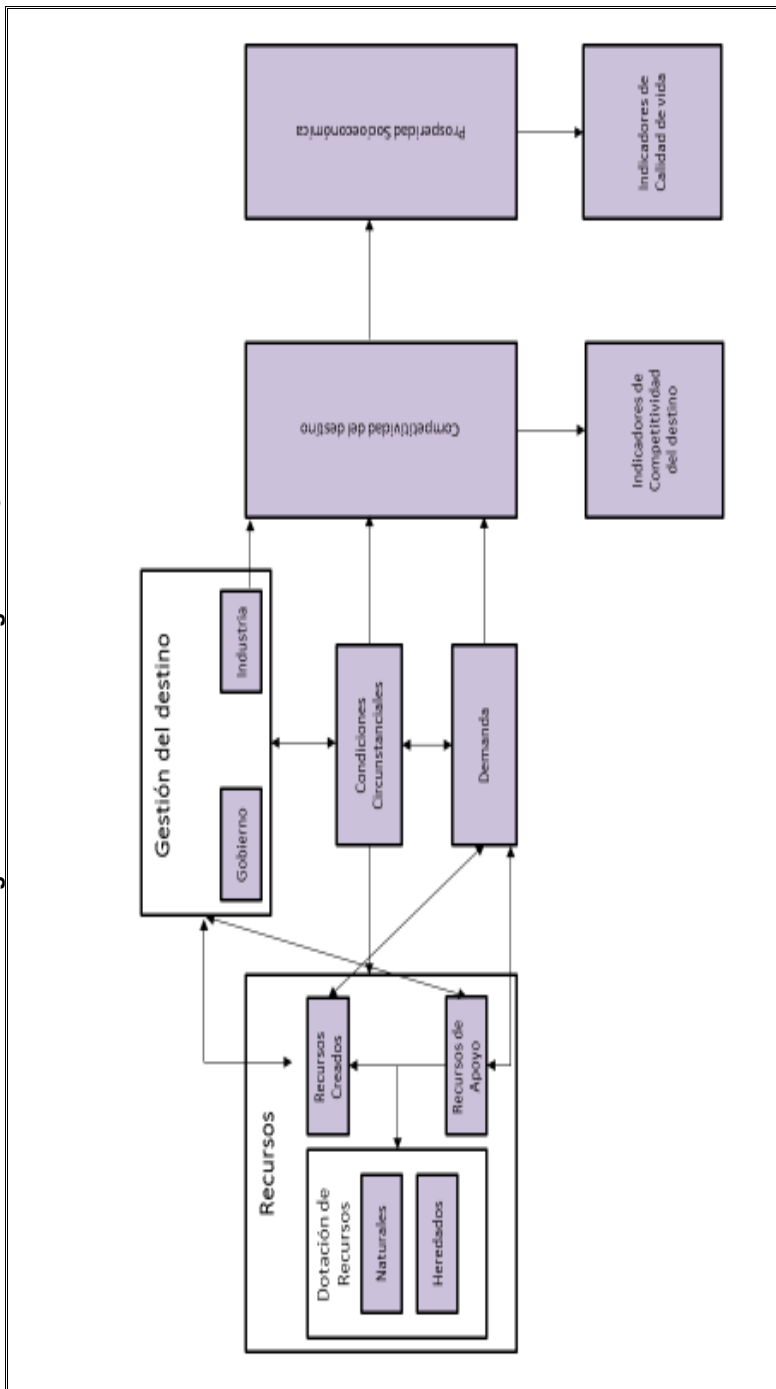
130

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 11.- El Modelo Integral de TDC



Fuente: Adaptado de Dwyer y Kim (2003)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla
 UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

Fecha: 18/11/2019 12:25:53

José Alberto Martínez González
 UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

18/11/2019 14:52:43

Eduardo Parra López
 UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

19/11/2019 04:22:42

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Según Alonso (2009; pp. 60), “los factores de *dotación de recursos* constituyen la base de la TDC al integrar las características que atraen turistas a un destino y, además, constituir las bases de una actividad turística próspera”. Sin embargo, en la figura anterior se aprecia que hay dos tipos de sentidos o flechas (sentido único y doble sentido) y que representan la influencia entre las categorías (Amaya et al., 2008). Siguiendo a estos autores, las flechas de sentido único, como las que unen la dotación de recursos y los recursos creados, indican que estos recursos no generan actividad turística por sí solos y deben complementarse con recursos *facilitadores* de la visita del turista, como instalaciones alojativas, deportivas o de restauración. Por su parte, las flechas de doble sentido representan un vínculo causal de doble dirección, porque la influencia de los recursos creados y de los recursos de apoyo junto con las preferencias y los motivos para viajar de los turistas determinarán el tipo de productos y servicios que se desarrollarán en el destino turístico (Dwyer y Kim, 2003). Asimismo, “las características de los recursos creados y de apoyo condicionan el logro y mantenimiento de la sostenibilidad desde el punto de vista de la gestión del destino, a la vez que las empresas de ámbito público y privado condicionan los productos y servicios del destino” (Dwyer, Mellor, Livaic, Edwards y Kim, 2004, pp. 3-4). De esta forma se demuestra la influencia que tienen en la TDC no solo los recursos, la gestión del destino y las condiciones circunstanciales, sino también la demanda turística (Das y DiRienzo, 2010).

Con esta propuesta, los autores pretenden aportar un marco conceptual aplicable a destinos turísticos diferentes, haciendo uso de indicadores objetivos y subjetivos de la TDC para evaluar el atractivo de un destino turístico (Dwyer y Kim, 2003). Sin embargo, *no hay un grupo único y sencillo de indicadores de*

132

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitividad que aplicar a todos los destinos en cualquier momento (Dwyer y Kim, 2003; pp. 399), porque la importancia de los indicadores es diferente entre destinos, como diferentes son los destinos. De este modo, con el modelo se propone una lista inicial de 81 indicadores que, al ser tan amplia, se redujo a 12 mediante el análisis de factores principales (Dwyer et al., 2003; Dwyer et al., 2004; Mazanec et al., 2007; Assaker et al., 2014): (1) gestión del destino, (2) recursos naturales, (3) recursos heredados, (4) calidad del servicio, (5) eficiencia de los servicios públicos, (6) compras turísticas, (7) compromiso del gobierno, (8) localización y acceso, (9) negocio electrónico, (10) vida nocturna, (11) requisitos de visado y (12) parques temáticos. Con todo, el modelo ha sido empíricamente aplicado a destinos turísticos como Corea, Australia, Eslovenia y Serbia (Armenski et al., 2011). La principal limitación del modelo radica, precisamente, en la recopilación de la información. Ésta podría ser costosa y dado que sería específica para cada destino, los resultados no podrían compararse entre destinos muy diferentes (Gooroochurn y Sugiyarto, 2005; Garau, 2007).

Respecto a la ventajas, este modelo contribuye al estudio de la TDC con dos importantes aportaciones: (1) este modelo diferencia entre la base de la competitividad y los condicionantes locales del destino y (2) emplea indicadores cuantitativos y cualitativos de TDC (Flores, 2007).

133

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

2.2.3.5.- El modelo de Heath (2003)

Según Heath (2003), el modelo conceptual de TDC (Crouch y Ritchie, 1999) y el modelo integrado de TDC (Dwyer y Kim, 2003) no son del todo eficaces para explicar la TDC del destino “Sudáfrica”. Entre otras razones, dichos modelos no enfatizan el impacto que tienen en la TDC variables como la población local o la gestión de las comunicaciones (Heath, 2003). Para solucionarlo, Heath propone un modelo en el que identifica, metafóricamente, la TDC con una casa (Domareski, dos Anjos y dos Anjos, 2013). Basándose en los modelos anteriores de referencia, Heath propone diferentes aspectos clave para la TDC, los cuales a su vez se componen de indicadores, como puede verse en la figura 12 (Heath, 2003; pp. 130-140):

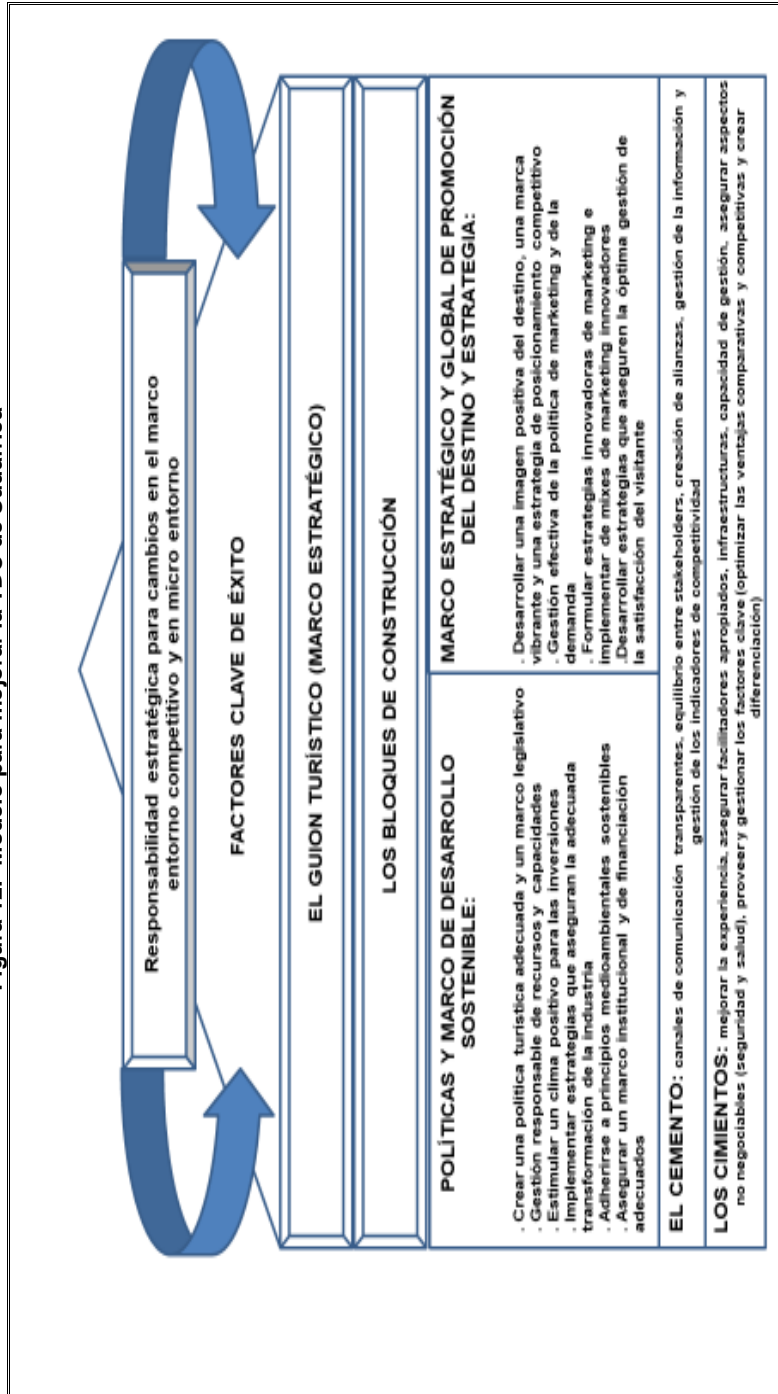
- **Los cimientos**, compuesto por factores básicos de competitividad.
- **El cemento** integra los principales determinantes para que un destino sea turísticamente competitivo.
 - **Los bloques de construcción**, donde se agrupan las acciones públicas, como políticas y estrategias, que hacen posible el turismo en el destino.
 - Los factores claves de éxito se sitúan en **el techo**, donde se encuentran las personas responsables de la TDC en el destino.
 - **El guión turístico o marco estratégico** configuran el marco en el que coexisten los sectores responsables del valor añadido de la TDC.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 12.- Modelo para mejorar la TDC de Sudáfrica



Fuente: Basado en Heath (2003; pp. 132)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

2.2.3.6.- El modelo de Enright y Newton (2004)

En el año 2004, Enright y Newton propusieron que la TDC no estaba determinada solo por factores específicamente turísticos, pues estos autores entienden la TDC está relacionada con la habilidad del destino para atraer y satisfacer a futuros turistas (Enright y Newton, 2004; pp. 778). Adicionalmente, el modelo que proponen también incorpora factores genéricos del turismo, relacionados con los proveedores turísticos, para evaluar la importancia de ambos factores en la TDC, los específicamente turísticos y los genéricos (Enright y Newton, 2004; pp. 779; Díaz et al., 2015).

Este modelo, que fue empíricamente aplicado a Hong Kong, define 37 *factores genéricos relacionados con los negocios*, que pueden verse en el cuadro 23 que tienen una importancia relevante en la TDC (Ancincova, 2014). Por otra parte, este modelo constituye una herramienta útil tanto para investigadores y académicos como para gestores públicos (Enright y Newton, 2004)

Estos factores fueron identificados por expertos turísticos en función de su importancia para explicar la TDC (Enright y Newton, 2004).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Cuadro 23.- Elementos genéricos del modelo de Enright y Newton

| Determinantes principales | |
|---|--|
| derivados de factores de competitividad aportados por Porter (1990), Enright, Scoot y Dodwell (1997) y Enright (2000) | |
| Inputs | Transporte interno Infraestructura de comunicaciones Habilidades del personal Acceso a la información Habilidades locales para la dirección Sistema bancario y financiero Localización geográfica Nivel de desarrollo tecnológico Costes del personal Otra infraestructura Costes de propiedad Otros costes |
| Demanda industrial y de consumo | Mercado potencial de China Mercado potencial de larga distancia Otro mercado potencial de Asia Demanda de mercado local |
| Competencia y cooperación entre empresas | Buena cooperación empresarial Dura competencia local |
| Agrupación industrial y regional | Apoyo de industrias relacionadas Presencia de empresas internacionales |
| Organización interna y estrategia de las empresas | Estrategias de las empresas internacionales Estrategias de las empresas locales |
| Instituciones, estructuras sociales y planificación | Estabilidad política Estado de puerto libre Política estatal Transparencia gubernamental (nivel de corrupción) Transparencia en el diseño de políticas Nivel general de la economía Incentivos a la inversión Régimen impositivo Instituciones de educación y formación Marco regulatorio Instituciones comunitarias |
| Determinantes adicionales | |
| Superestructura de negocios turísticos | Acceso internacional Compras en comercio minorista Alojamiento de alta calidad |
| Relaciones de mercado | Mercado potencial de China Mercado potencial de larga distancia Otro mercado potencial de Asia |

Fuente: Basado en Enright y Newton (2004, pp. 780)

2.2.3.7.- El modelo de Hong (2008, 2009)

Según Hong (2008), mediante la TDC, es decir, la competitividad del destino turístico y la buena posición competitiva en el mercado turístico internacional del destino que ello conlleva, se conseguirá que el destino

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

desarrolle la capacidad para generar mayores ingresos y mejor calidad de vida a la población local (Siles, 2016). De este modo, el autor propone un modelo que facilita la gestión del destino, al considerar los siguientes factores de TDC (Pulido y Sánchez, 2010; pp. 165):

- **Ventajas comparativas¹⁴** (Ricardo, 1817), las cuales incluyen variables exógenas, como las condiciones de los recursos, y endógenas, como el grado de adaptación al cambio tecnológico.
- **Ventajas competitivas¹⁵** (Porter, 1980), para explicar el aumento de intercambios comerciales entre destinos turísticos con dotación similar de factores.
- **Gestión turística mixta (público-privada)**, con el que mejorar las dos ventajas anteriores al procurar educación y formación de calidad a los trabajadores y, entre ellos, a los turísticos.
- **Las condiciones del entorno local y global.**

Esta herramienta, gracias a la metodología seguida por su autor, permite establecer ponderaciones entre los cuatro factores de TDC mencionados anteriormente. No obstante, son las condiciones de los recursos, dentro de las ventajas comparativas, el factor más importante para mejorar la TDC de un destino. Por el contrario, las condiciones del entorno local son las que menos contribuyen a incrementar la TDC (Hong, 2009).

¹⁴ Las ventajas comparativas hacen referencia a los recursos que componen un destino turístico.

¹⁵ En el sector turístico, las ventajas competitivas se refieren a la habilidad con la que el destino turístico gestiona, en el largo plazo, los recursos que posee.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

2.3.- Síntesis del Capítulo

El carácter multidimensional y ambiguo de la competitividad, y por tanto, también de la TDC, ha supuesto un reto para los investigadores y académicos (Lombana, 2011; Bhattacharyya y Jha, 2015). Sin embargo, se puede decir que un país competitivo debe procurar niveles crecientes de productividad que se traduzcan en mayor calidad de vida de la población local, mediante políticas adecuadas, y sin aumentar su endeudamiento. Para el caso específico del turismo, ámbito en el que se desarrolla este trabajo, la TDC tiene un impacto relevante en la macro competitividad.

De este modo, en la literatura existe un amplio número de teorías que tratan de explicar la macro competitividad. Sin embargo, aquellas que actualmente prevalecen sobre el resto son la teoría de la ventaja comparativa (Ricardo, 1817) y la teoría de la ventaja competitiva (Porter, 1990) al constituir el origen del *benchmarking*. A pesar de que estas teorías deben adaptarse previamente para explicar la competitividad en el ámbito turístico, constituyen la base para los modelos explicativos de la TDC a largo plazo. No obstante, cuando la TDC se basa en elementos básicos y característicos de un destino, las teorías de la ventaja absoluta (Smith, 1771) y de la ventaja comparativa (Ricardo,) pueden explicar el éxito competitivo de un destino aunque, solamente, en el corto plazo (Vera, 1997; Barroso y Flores, 2006), es decir, hasta que estas ventajas sean anuladas por los competidores.

Con respecto a las teorías específicamente turísticas, las cuales parten de las ventajas comparativas y competitivas de un destino determinado,

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

proponen factores de TDC que, en ciertos casos, tienen reducida utilidad. Sin embargo, aportan una visión global acerca de la importancia de las relaciones entre variables competitivas para, por ejemplo, servir de herramienta en los procesos decisorios, como puede ser el modelo de Hong (2008, 2009).

Una vez delimitado el concepto de competitividad y de TDC, se debe destacar que la importancia de las teorías y modelos teóricos explicados en este capítulo radica en que constituyen el primer paso para la medición de la competitividad (macro competitividad) y de la TDC, tal y como se verá en el siguiente capítulo.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

Capítulo 3

Modelos de Medición de la Competitividad

141

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

3.0.- Introducción a la Medición de la Competitividad

Este capítulo, más relacionado con la evaluación y la medición de la competitividad en general y de la competitividad de los destinos turísticos (TDC), actúa como de punto de unión entre el marco teórico y la investigación propiamente dicha de esta tesis.

La medición de la competitividad representa un discreto, polémico e importante objetivo político. Si un país cuenta con un alto grado de competitividad, esto sería de utilidad para atraer inversiones con las que aumentaría la riqueza del país y el bienestar de la sociedad del país en cuestión (Berger y Bristow, 2009). Además, desde el punto de vista académico, aportar un modelo para medir la competitividad que sea útil y sencillo, tanto a nivel macro (internacional) como a nivel micro (sectorial), se ha convertido en un auténtico reto para académicos, investigadores y gestores públicos en los últimos años (Lombana, 2011).

El primer paso para abordar este reto consiste en identificar aquellos factores que determinan e influyen en la competitividad. La relatividad de la propia definición de macro competitividad (Fagerberg, 1988) y la multitud de variables que intervienen en ella dificultan este cometido (Zhou, Maumbe, Deng y Selin, 2015). A pesar de lo comentado, existen varias modelizaciones que tratan de medir la macro competitividad de un país y también la TDC. Estas modelizaciones tienen una destacada utilidad práctica y, además, comparten el prestigio de las organizaciones que las proponen (Mendola y Volo, 2017).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

En relación con la utilidad práctica, destacan dos modelos de competitividad en especial, ambos propuestos por el WEF, uno para medir la competitividad global y otro la del destino turístico (TDC). Se trata de los modelos *The Global Competitiveness Index* (Índice de Competitividad Global) y *The Travel & Tourism Competitiveness Index* (Índice de Competitividad de Viajes y Turismo), respectivamente. Por otra parte, estas propuestas del WEF son especialmente importantes porque se trata de herramientas vinculantes para la toma de decisiones públicas y privadas (Rice, 2018). Por esta razón el análisis del modelo del WEF para la medición de la TDC motiva este trabajo, ya que el Índice de Competitividad Global constituye la base del modelo para medir la TDC, es decir, del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (Blanke y Chiesa, 2007). Con esto se pretende, por un lado, evidenciar las fortalezas y debilidades que presentan estas modelizaciones y, por otro, que estas evidencias sirvan como herramienta para la construcción de modelos más robustos y fiables con los que medir tanto la macro competitividad como la TDC.

La complejidad asociada al propio concepto de *competitividad* alcanza la identificación y medición de los factores que la determinan, lo que entorpece la gestión de la competitividad (Fagerberg, 1996; Gómez y Sánchez, 1998; Lall, 2001). Por ejemplo, para Porter (1990) el factor más adecuado para medir la macro competitividad es la productividad total del país. Sin embargo, hay autores que consideran que el tipo de cambio real puede medir la competitividad a corto plazo y, a largo plazo, hacerlo el crecimiento de la productividad (Boltho, 1996). Otros autores, por su parte, defienden el impacto que tiene la tecnología en la competitividad (Gustavsson, Hansson y Lundberg, 1999). En este sentido, es relevante el número de académicos que señalan que los factores puramente

143

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

económicos son insuficientes para evaluar el bienestar de la población y el nivel competitivo de un país (Buckley, Pass y Prescott, 1988; Dasgupta, 1995), por lo que deben complementarse con indicadores de sostenibilidad que reflejen este desempeño competitivo (Wang et al., 2007). Precisamente, es la multitud de factores que intervienen en la competitividad el elemento que diferencia a las distintas propuestas para medir tanto la macro competitividad como la TDC (Martins y Natário, 2003; Erkekoğlu y Kivanç, 2013).

A continuación, se procederá a explicar las aportaciones que, con carácter práctico, se utilizan para la evaluación y medición de la macro competitividad. Estos modelos son, el Anuario de Competitividad Global, el Índice de Libertad Económica, el Índice *Doing Business* y el Índice de Competitividad Global.

3.1.- Modelos de Medición de la Macro Competitividad

Para ayudar a entender la competitividad (desde el punto de vista práctico), varias organizaciones internacionales han realizado diferentes propuestas de modelos con las que identifican y tratan de medir factores que, según estas organizaciones, determinan la competitividad (Fedajev, Nikolic y Urosevic, 2014). Así, en este apartado se presentarán los cuatro modelos más utilizados para medir la macro competitividad (Lora, 2005; Önsel et al., 2008; Pérez-Moreno, Rodríguez y Luque, 2016): el Anuario de Competitividad Global (Institute of Management & Development en inglés; IMD en adelante), el Índice de Libertad Económica (The Heritage Foundation), el índice *Doing Business* (The World Bank en inglés) y el Índice de Competitividad Global (WEF), modelo que se abordará más en profundidad puesto que representa, como ya se ha

144

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

comentado, la base del Índice de competitividad turística (TDC) del WEF, modelo sobre el que se trabaja en esta tesis.

Estos cuatro modelos presentan una serie de características comunes (Wang et al., 2007; Porter, Delgado, Ketels y Stern, 2012): (1) parten de un marco conceptual básico para identificar a los factores de macro competitividad, que están formados, a su vez, por indicadores que contribuyen a su medición, (2) que se estructuran en forma de índice (véase figura 13), (3) se desarrollan anualmente, y (4) se llevan a cabo mediante el uso de una metodología común.

Respecto a la metodología, estos modelos hacen uso de *indicadores* de naturaleza cualitativa y cuantitativa (Fedajev et al., 2014). Los indicadores cuantitativos (*hard measures*, HM a partir de aquí), son aquellos que tienen la propiedad de ser medibles o cuantificables, como el Producto Interior Bruto (PIB), la población o la recaudación vía impuestos de un país (Lora, 2005). La información relativa a este tipo de indicadores proviene de fuentes de información secundarias (Tsai et al., 2009) como, por ejemplo, el Instituto Nacional de Estadística (INE) en España. Por su parte, los indicadores cualitativos (*soft measures*, SM en adelante) miden características no tan medibles objetivamente, como la calidad o la satisfacción (Kozak y Rimmington, 1998). La información sobre las SM se recopila mediante encuestas *ad hoc*¹⁶ que cada organismo elabora (Crouch, 2011).

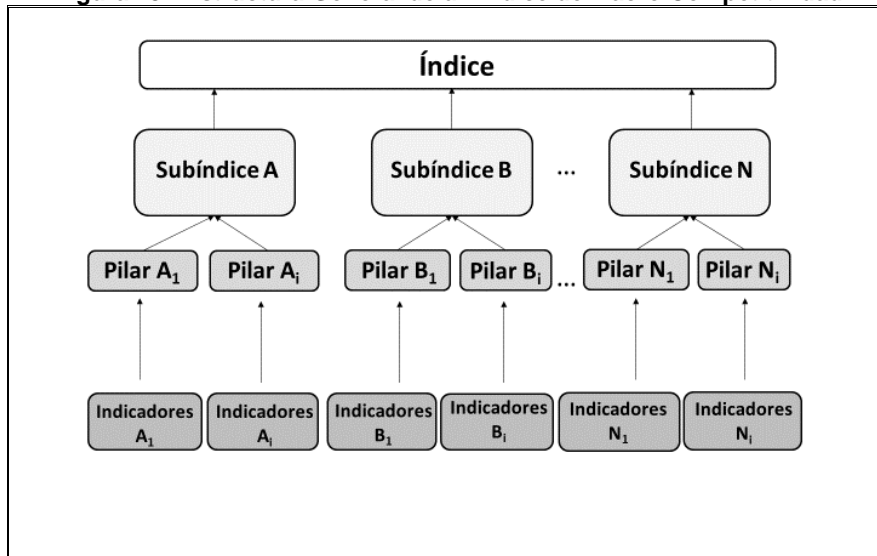
¹⁶ *Ad Hoc* es una expresión latina que, según la Real Academia Española (RAE), se usa para referirse a aquello que se "hace únicamente para un fin determinado".

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 13.- Estructura General de un Índice de Macro Competitividad



Fuente: Elaboración propia

A partir de estos indicadores (ver figura 13, de abajo hacia arriba) y para obtener un resultado numérico indicativo del nivel de macro competitividad, estos modelos siguen una metodología basada en el cálculo sucesivo de medias aritméticas (Porter y Schwab, 2008; World Bank, 2010; IMD, 2013; Miller y Kim, 2017). En este sentido, a partir de la media aritmética de los indicadores se obtiene el valor numérico del pilar de competitividad. Seguidamente, los pilares de competitividad se agrupan en subíndices que, numéricamente, son el resultado de la media aritmética de los pilares que los componen. Finalmente, el índice numérico de macro competitividad o competitividad global será el resultado de calcular la media aritmética de los subíndices (Porter, Delgado, Ketels y Stern, 2008; Benzaquen, Del Carpio, Zegarra y Valdivia, 2010; Miller, Holmes y Feulner, 2013). Se puede apreciar que en estos modelos no se aplican coeficientes de ponderación. Esto podría indicar que todos los pilares que se

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

consideran como *competitivos* dentro de estos modelos tienen la misma importancia relativa para la macro competitividad (Thore y Tarverdyan, 2016). Sin embargo, la ponderación de los pilares dentro del índice se determina mediante la agrupación en subíndices (Garelli, 2003; Schwab, Sala-i-Martin y Greenhill, 2011; Whinston y Segal, 2016; World Bank, 2016).

En relación con el número de pilares de competitividad, cada modelo utiliza un número de pilares determinado, y consecuentemente también de indicadores, que se considera adecuado por el organismo para medir la macro competitividad (Lora, 2005; Wang et al., 2007). En este sentido, es muy importante identificar las actividades que cada organismo considera competitivas conforme a la idea que cada uno tiene sobre la macro competitividad, como puede verse en la tabla 1 (Djogo y Stanisic, 2016). En esta tabla, cada organismo propone una definición diferente y muy general sobre macro competitividad, lo que justifica el elevado y desigual número de pilares e indicadores (Fagerberg, 1996). Además, el uso de definiciones tan generales y amplias, como sucede en estos índices, facilita que se incorpore información pobre y subjetiva al índice, de tal modo que los resultados sean poco fiables (Lall, 2001; Kaplan, 2003; Kovacevic, 2010).

147

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Tabla 1.- Características Modelos No Turísticos de Medición de la Macro Competitividad

| Aportante | Índice | Primer año de publicación | La macro competitividad es... | Número de Subíndices | Número de factores | Fuente de Información |
|-------------------------|---|---------------------------|--|----------------------|--------------------|---|
| IMD | The Global Competitiveness Yearbook (WCY) | 1989 | La habilidad de los países para crear y mantener un entorno favorable para el desarrollo competitivo de sus empresas (Garelli, 2003; Kao et al., 2008) | 20 | 342 | Estadísticas oficiales (HM) y encuesta IMD (SM) |
| The Heritage Foundation | Economic Freedom Index | 1995 | Social y económica | 4 | - | Fuentes primarias (Eurostat, Fondo Monetario Internacional, WEF, etc.) |
| The World Bank | Doing Business Index | 2002 | El efecto de políticas gubernamentales a nivel microeconómico | 11 | 9000 (aprox.) | Fuentes oficiales de Administraciones Públicas nacionales y locales (HM) y encuesta propia (SM) |
| WEF | The Global Competitiveness Index (GCI) | 2004 | El conjunto de instituciones y políticas económicas que proporcionan altos niveles de crecimiento económico a medio plazo (Blanke, Paua y Sala-I-Martin, 2004) | 3 | 12 | Estadísticas oficiales organismos internacionales (HM) y encuesta WEF (SM) |

Fuente: Rosselet-McCauley (2017), Sala-I-Martin et al., (2007) y World Bank (2016).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Por otra parte, la baja fiabilidad de los resultados que aportan estas modelizaciones está relacionada no solo con la arbitrariedad en la elección de los pilares e indicadores sino, también, con la falta de un método estadístico significativo que legitime la contribución de los subíndices al índice final (Squalli, Wilson y Hugo, 2008; Castro et al., 2016). Esto conduce a que los índices finales no reflejen la importancia que tienen las relaciones entre los pilares para la macro competitividad (Wenzel y Wolf, 2016). Por tanto, estos modelos, que tratan de diferenciarse entre sí analizando diferentes pilares que los organismos autodefinen como competitivos, son considerados metodológicamente poco robustos y fiables (Cho y Moon, 2000; Castro et al., 2016).

A continuación, se procederá a una explicación más detallada del modelo del WEF para la medición de la macro competitividad, es decir, el modelo *The Global Competitiveness Index*. Este nivel de detalle es necesario porque este índice constituye la base del modelo para la evaluación y medición de la competitividad turística (TDC), también del WEF y cuyo análisis motiva este trabajo.

3.1.1.- El Índice de Competitividad Global (GCI)

El modelo WEF de medición de la competitividad turística (TDC), instrumento central de esta tesis, tiene su origen en un modelo/índice previo denominado Índice de Competitividad Global (GCI). En este sentido, y respecto a este índice previo (GCI), el World Economic Forum (WEF) es un organismo internacional con sede en Ginebra que lleva más de 30 años contribuyendo al estudio de los factores de crecimiento económico (Sala-i-Martin et al., 2007).

149

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Como punto de partida, el WEF entiende que la macro competitividad es “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de una economía y que, a su vez, establece el nivel de prosperidad que el país puede alcanzar” (Schwab, 2016, pp. 4). En este sentido, y para explicar por qué unos países se desarrollan económicamente con más éxito que otros, el WEF utiliza *The Global Competitiveness Index* (el Índice de Competitividad Global, GCI a partir de aquí) (Porter y Schwab, 2008). Respecto a su origen, el GCI es una herramienta relativamente reciente, ya que surge en el año 2004 como resultado de la fusión de dos índices que se habían utilizado hasta el momento (Önsel et al., 2008): *The Growth Competitiveness Index* y *The Business Competitiveness Index*. Este nuevo índice (GCI), más robusto y riguroso estadísticamente que los anteriores, está a disposición de los agentes públicos y privados para evaluar los factores determinantes del crecimiento económico a largo plazo (Porter et al., 2008).

El GCI sigue la idea original del profesor Klaus Schwab, planteada en el año 1979 (Schwab y Sala-I-Martin, 2013). En la edición del GCI correspondiente al período 2015/16¹⁷ (véase figura 14), la información sobre el GCI se concentraba en 12 *pilares* o factores de competitividad, que se agrupaban en tres subíndices (requisitos básicos, potenciadores de la eficiencia e innovación y sofisticación) (Schwab, 2016). Según este autor, los pilares de competitividad no son independientes, de tal forma, que se refuerzan entre ellos en sentido

¹⁷ Se presenta el informe del año 2015-2016 porque el informe sobre competitividad turística del año 2017 remite a dicho informe para resolver cualquier duda.

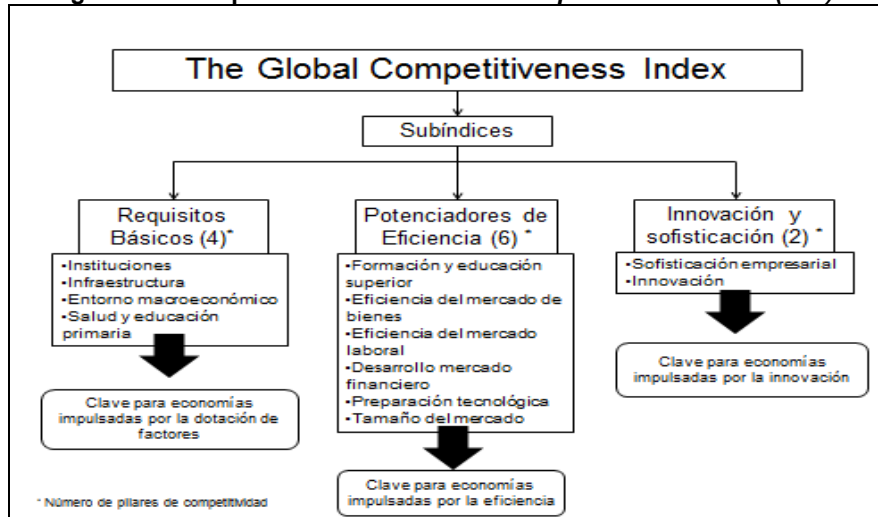
Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

positivo, aumentando el valor final cuando son positivos y provocando un efecto negativo en el valor final cuando un indicador es muy débil.

Figura 14.- Composición de *The Global Competitiveness Index (GCI)*¹⁸



Fuente: Adaptado de Schwab (2016)

3.1.1.1.- Metodología del GCI

Para la obtención de la puntuación final del índice GCI, que como se recordará constituye el fundamento del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (TTCI), se debe tener en cuenta que los pilares no afectan por igual a todos los países (Schwab, 2016). Para poder reflejar esta situación, el WEF hace uso de la Teoría de las Etapas de Desarrollo y asume que pueden identificarse tres etapas generales de desarrollo económico de los países. La primera etapa (*factor-driven*) está caracterizada porque el desarrollo económico se centra en la dotación de factores de producción, especialmente por mano de obra poco

¹⁸ La definición de cada uno de los 12 pilares y su importancia para la macro competitividad, así como su justificación para su incorporación al GCI, se puede consultar en el anexo.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

cualificada y en recursos naturales, constituyendo éstas sus fuentes de ventaja competitiva. La segunda etapa (*efficiency-driven*) se caracteriza por el aumento de la productividad y los salarios a partir del auge de la eficiencia de las empresas del país. En esta etapa, las fuentes de ventajas competitivas se centran en la formación y capacitación de los trabajadores, la eficiencia de los mercados (laboral, de bienes y financiero) así como en la capacidad de las empresas para aprovechar los beneficios derivados de la tecnología y el tamaño del mercado en el que operen, independientemente de si es nacional o extranjero. Por último, la terca etapa de desarrollo (*innovation-driven*) está caracterizada por el alto nivel de los salarios, nivel que las empresas solo podrán mantener si incorporan y, a la vez, desarrollan las técnicas de producción más innovadoras.

Partiendo de estas consideraciones, el WEF incorpora en el cálculo del GCI – no en el cálculo del TICI - coeficientes a los pilares para indicar la relevancia dada la etapa de desarrollo en la que se encuentre el país. De hecho, para reforzar esta circunstancia, los pilares se agrupan en subíndices en función de la importancia que tienen en cada etapa (Csaba, 2010). Así, los tres subíndices son: subíndice *requisitos básicos* (*agrupan los pilares críticos para los países en la primera etapa*), subíndice *potenciadores de eficiencia* (*incluye los pilares clave para los países en la segunda etapa*) y subíndice *innovación y sofisticación* (*compuesto por los pilares críticos para los países en la tercera etapa*). Los pesos de cada subíndice se muestran a continuación:

152

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Tabla 2.- Ponderación de subíndices y umbrales de ingreso para las etapas de desarrollo de los países EN EL GCI

| | Etapas de desarrollo económico | | | | |
|--|--------------------------------|----------------------|-------------|----------------------|---------|
| | Etapa 1 | Transición etapa 1-2 | Etapa 2 | Transición etapa 2-3 | Etapa 3 |
| Umbrales de PIB per cápita (US\$) | <2 000 | 2 000-2 999 | 3 000-8 999 | 9 000-17 000 | >17 000 |
| Peso para requisitos básicos | 60% | 40-60% | 40% | 20-40% | 20% |
| Peso para potenciadores de eficiencia | 35% | 35-50% | 50% | 50% | 50% |
| Peso para innovación y sofisticación | 5% | 5-10% | 10% | 10-30% | 30% |

Fuente: Adaptado de Schwab (2016)

Como puede apreciarse, para el cálculo del GCI es necesario identificar la etapa de desarrollo en la que se encuentra cada país. Para determinarla, se utiliza el PIB per cápita como indicador de los salarios dada la ausencia de datos que permitan la comparación salarial a nivel internacional (Lall, 2001). Como particularidad, en el caso de las economías con alta dependencia de recursos minerales, el criterio para determinar la etapa de desarrollo se basa también en el porcentaje que las exportaciones de minerales representan sobre las exportaciones totales, considerando que pertenecen a la primera etapa cuando representan un porcentaje superior al 70% (Schwab y Sala-I-Martin, 2013).

Una vez introducidos los pesos de cada subíndice, la metodología *bruta* que sigue el WEF para calcular el GCI consiste en la realización de medias sucesivas desde el nivel más desagregado (nivel indicadores) hasta obtener la puntuación del GCI (Schwab, 2011). En relación con los indicadores, el WEF utiliza tanto indicadores cualitativos (soft measures, SM) y como cuantitativos (hard measures, HM). La información relativa a los indicadores cualitativos (SM) proviene de la WEF's Executive Opinion Survey¹⁹. Esta encuesta es elaborada

¹⁹ Puede consultar la encuesta completa en el anexo.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

por el WEF y, con ella, se recoge, respecto a la información cualitativa, la opinión de líderes empresariales nacionales acerca de aspectos de la macro competitividad del país que no aportan la fuentes estadísticas oficiales (Lopez-Claros, 2007; pp. 125). En esta encuesta, las respuestas se valoran de 1 (la peor respuesta posible) a 7 (la mejor respuesta posible). Respecto a los datos cuantitativos (HM), la información proviene de fuentes estadísticas de confianza (i.e. The World Bank), o de organismos estadísticos públicos de cada país (i.e. INE, en España). Como se trata de datos de naturaleza diferente, deben someterse a una homogeneización para poder agregarlos. Para ello, el WEF sigue la siguiente fórmula (Schwab, 2016):

$$6 \times \left(\frac{\text{Valoración del país - mínimo}}{\text{Máximo - mínimo}} \right) + 1$$

Fuente: Schwab (2016)

Cuando la polaridad de la importancia del indicador está invertida, es decir, que la mejor respuesta posible es 1 y la peor es 7, entonces la fórmula que se aplica es:

$$-6 \times \left(\frac{\text{Valoración del país - mínimo}}{\text{Máximo - mínimo}} \right) + 7$$

Fuente: Schwab (2016)

Siguiendo con la metodología relativa al GCI, los indicadores se agrupan en categorías, las cuales tienen asignado un porcentaje con el que contribuyen

154

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

al pilar. De esta forma, los subíndices son el promedio de los pilares, a su vez, los pilares son el promedio de las categorías, y las categorías el promedio de los indicadores (Grevtsev, 2009). Pero en la realización de estas operaciones, y al contrario de lo expuesto con anterioridad, los pilares y los subíndices tienen el mismo peso (Thore y Tarverdyan, 2016).

Una vez especificada la composición y la metodología de los diferentes modelos para medir la macro competitividad, resaltando entre ellos el índice GCI, en el siguiente apartado se procederá a abordar la medición de la competitividad turística (TDC), profundizando en el modelo de medición de la TDC aportado por el WEF, modelo que se utilizará en este trabajo para el logro de los objetivos planteados.

3.2.- Modelos Turísticos de Medición de la Competitividad Turística (TDC)

A la vista de la cantidad de trabajos relacionados con la competitividad turística (TDC), se podría decir que tanto el concepto como su medición despiertan un notable interés (Crouch y Ritchie, 2012; Dwyer, Cvelbar, Mihalič y Koman, 2014).

En el sector turístico, la medición de la competitividad turística (TDC) presenta la misma problemática que la medición de la macro competitividad (Buhalis, 2000; Ritchie y Crouch, 2000; Porter, Sachs, Warner y WEF, 2000; Dwyer y Kim, 2003). En el turismo la presión competitiva ha aumentado notablemente a causa de la globalización. La aparición de nuevos destinos

155

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

turísticos ha provocado que las empresas turísticas reorienten sus políticas para conservar la posición que ocupan en el mercado turístico internacional, lo que tiene consecuencias para la competitividad del destino donde se localizan (Pulido, Cardenas y Sanchez, 2014).

Ante esta nueva realidad, y como aspecto previo a la implementación de acciones y políticas, los gestores públicos necesitan conocer cuáles son los factores determinantes de la competitividad turística (TDC). De esta forma, se podrán apoyar las iniciativas competitivas privadas e incrementar los ratios de competitividad del destino turístico (TDC) (Dupeyras y Maccallum, 2013). En este sentido, en la literatura al respecto existe una amplia colección de trabajos y estudios que tratan de identificar factores vinculados a la TDC (Tsai, Song y Wong, 2009). Por ello, en el cuadro siguiente se recoge una selección al respecto:

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Cuadro 24.- Factores determinantes de la TDC

| Fuente | Los determinantes de la TDC son... |
|-------------------------------------|---|
| Bordas (1994) | Tecnología e innovación, infraestructuras, recursos humanos, gobernación, micro y macroentorno, gestión del destino |
| Chon y Mayer, (1995) | Desarrollo tecnológico, recursos humanos, precio, macroentorno, gestión del destino, satisfacción del consumidor |
| Kozak y Rimmington, (1998) | Infraestructura, precio, medioambiente, gobernanza, patrimonio histórico y cultural, gestión del destino, condiciones circunstanciales, satisfacción del consumidor |
| Crouch y Ritchie, (1999) | Recursos básicos y atracciones, gestión de destino y factores de apoyo, política turística, planificación y desarrollo, factores circunstanciales, factores psicológicos y sociales, historia y cultura, precio. |
| Dwyer, Forsyth y Rao (2000) | Coste del viaje, coste bruto, competitividad precio |
| Go y Govers, (2000) | Infraestructuras, accesibilidad, calidad del servicio, capacidad general, imagen del destino, clima, medioambiente y atractivo, desarrollo humano en turismo, gobernación, historia y cultura, condiciones circunstanciales, condiciones de la demanda, satisfacción del consumidor |
| Hassan (2000) | Ventaja comparativa, orientación de la demanda, estructura industrial y compromiso medioambiental |
| Heath (2003) | Infraestructura, desarrollo tecnológico, medioambiente, historia y cultura, gestión del destino y condiciones circunstanciales. |
| Dwyer y Kim (2003) | Recursos creados y heredados, gestión de destinos, condiciones circunstanciales, condiciones de la demanda, competitividad del destino, prosperidad socioeconómica, historia y cultura, precio, medioambiente, macro y microentorno. |
| Enright y Newton, (2005) | Infraestructura, medioambiente, desarrollo social, gobernanza, patrimonio histórico y cultural, micro y macroentorno, gestión del destino, condiciones circunstanciales, factores psicológicos y sociales |
| Gooroochurn y Sugiyarto (2005) | Precios, apertura económica, desarrollo tecnológico, estructura, desarrollo humano en turismo, desarrollo social, medioambiente y recursos humanos, precio y satisfacción del consumidor. |
| Bahar y Kozak, (2007) | Infraestructura, patrimonio histórico y cultural, satisfacción del consumidor |
| Mazanec, Wober y Zins (2007) | Patrimonio y cultura, infraestructuras de comunicaciones, competitividad social, educación |
| Gomezelj y Mihalič (2008) | Recursos creados y heredados, factores de apoyo, gestión de destinos, condiciones circunstanciales, condiciones de la demanda |
| Assaker, Esposito y O'Connor (2011) | Economía, la infraestructura, el medioambiente, el turismo |
| Assaf y Josiassen (2012) | Turismo e infraestructura turística, condiciones económicas, confianza, seguridad y salud, competitividad precio del turismo, políticas gubernamentales, sostenibilidad ambiental, competencias y formación laboral |
| Croes y Kubickova (2013) | Llegada de turistas, PIB, ingresos por turismo, población, desempeño |
| Jani y Minde (2017) | Llegada de turistas, PIB, inversión, exportaciones |

Fuente: Tsai, Song y Wong (2009) y Hanafiah, Hemdi y Ahmad (2016)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Como puede apreciarse, en función del autor consultado, los determinantes de la TDC varían significativamente (Navickas y Malakauskaite, 2009). Esto depende de la perspectiva utilizada, pues la alta variedad de elementos y atributos que conforman un destino turístico hace que la TDC de cada uno de ellos se fundamente en factores diferentes (Pulido y Rodríguez, 2016). Por ello, es clave identificar cuáles son las fortalezas y debilidades del destino asociadas a dichos atributos porque permitirá diseñar estrategias turísticas individualizadas que pueden ser exitosas, tanto desde el punto de vista público como privado (Armenski, Marković, Davidovic y Jovanovic, 2011). El siguiente paso consistiría en construir un modelo que articule su medición (Rodríguez, Rubio, Alonso y Celemin, 2016), a pesar de no existir en la literatura una lista consensuada y cerrada de determinantes de la competitividad turística (TDC). Son la complejidad del propio concepto de TDC y las diferencias entre destinos turísticos las que, en gran medida, determinan la falta de consenso acerca de los factores determinantes de competitividad turística (TDC) (Cvelbar, Dwyer, Koman y Mihalic, 2016; Moral y Garín, 2016).

En la literatura pueden encontrarse numerosas aportaciones acerca de la modelización de la competitividad turística (TDC), las cuales se diferencian por la naturaleza cualitativa o cuantitativa de las variables que miden la competitividad turística (TDC), como ocurre con los modelos para medir la macro competitividad (Dias, 2017). En estas propuestas, la información relacionada con las variables cualitativas (HM) se obtiene, como en el caso de la medición de la macro competitividad, de fuentes secundarias y oficiales (i.e. INE en el caso de España). Sin embargo, en el sector turístico específicamente, la búsqueda de la información acerca de variables cualitativas/subjetivas o SM se nutre de las

158

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

opiniones y percepciones de los turistas que visitan el destino y también de los distintos agentes que viven en él, tal y como ocurría en el caso del GCI (Pulido y Rodríguez, 2016). Los datos procedentes de dichas fuentes relativos a las variables son necesarias para la evaluación de aspectos específicos y claves para la competitividad turística (TDC) y que no pueden aportar solo los turistas (Enright y Newton, 2004). Por contra, cabe resaltar que los resultados de estas encuestas solo son válidas para el destino en el que se realizan y no pueden extrapolarse ni aplicarse a otros territorios (Navickas y Malakauskaite, 2009).

Respecto a los indicadores o variables cualitativas y cuantitativas de la TDC, seguidamente se presenta una selección de aportaciones realizada en función del tipo de variables usadas para medir la competitividad turística (TDC) (Buhalis, 2000; Hassan, 2000; Mihalič, 2000; Dwyer y Kim, 2003; Heath, 2003; Enright y Newton, 2004; Bahar y Kozak, 2007):

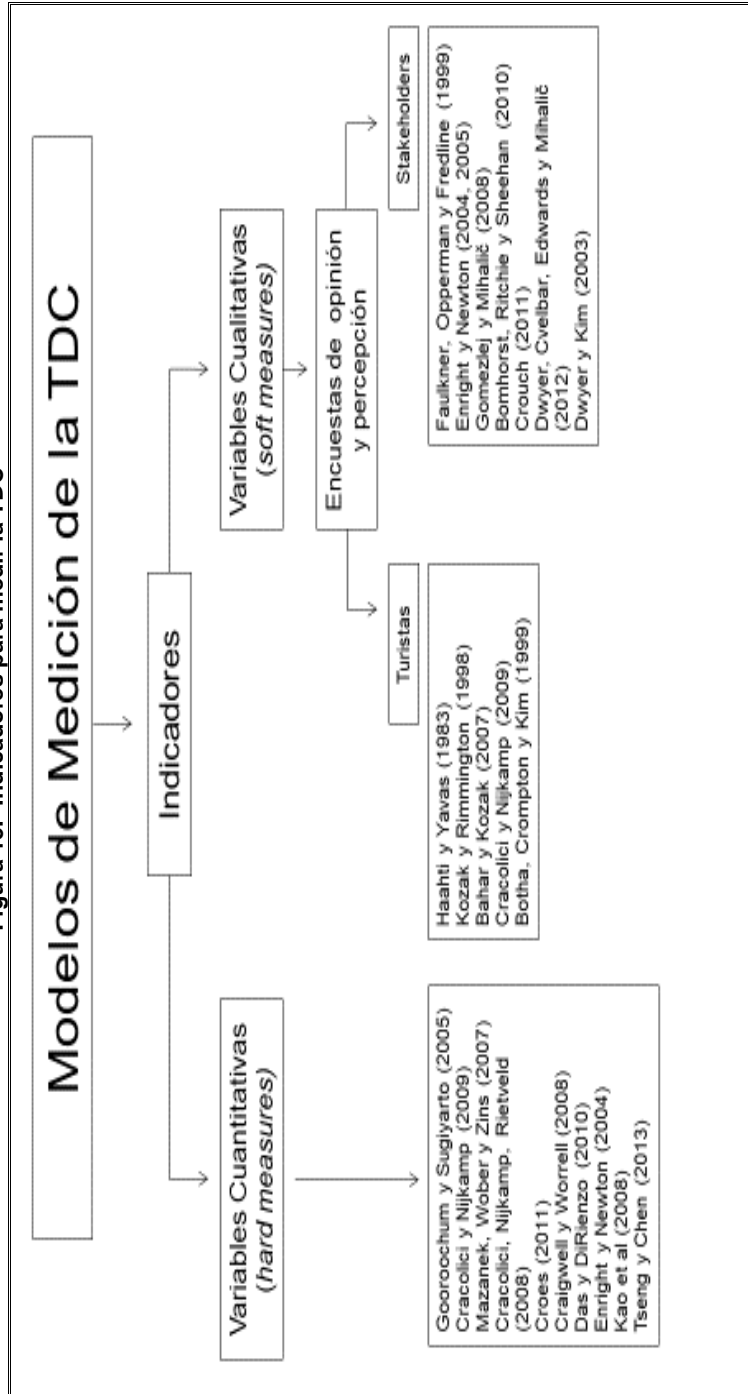
159

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 15.- Indicadores para medir la TDC



Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Los distintos autores seleccionados en la figura anterior han abordado y analizado la competitividad turística (TDC) desde múltiples perspectivas (marketing, medioambiente, cultura y patrimonio, el valor añadido de los productos turísticos o la satisfacción de los visitantes) (Croes, 2011), basándose en el modelo conceptual (Ritchie y Crouch, 1999) y en el modelo integral de competitividad turística (TDC) (Dwyer y Kim, 2003). De hecho, los modelos teóricos citados en el capítulo anterior para explicar la competitividad turística (TDC) tienen su aplicación práctica a través del *monitor de competitividad turística* (CM) (Mazurek, 2014), que es el nexo de unión entre el GCI y el TTCl. Esta herramienta fue desarrollada por el *World Travel and Tourism Council* (WTTC) y la *Universidad de Nottingham* para identificar indicadores relevantes para la comparación entre países (Gooroochurn y Sugiyarto, 2005; Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco, 2011). El monitor de competitividad turística (CM en adelante) “fue desarrollado a partir de la información de más de 200 países y permite realizar análisis específicos y comparativos” (Gooroochurn y Sugiyarto, 2005; pp. 28). Aplicado por primera vez en el año 2001, el CM se compone 65 indicadores competitivos resumidos en ocho categorías principales (véase figura 16): el factor humano, la competitividad-precio, el desarrollo de infraestructuras, el medioambiente, el desarrollo tecnológico, los recursos humanos, la apertura turística y el desarrollo social (Pulido y Sánchez, 2009).

Basándose en el CM, Gooroochurn y Sugiyarto proponen, en el año 2005, un *Índice de Competitividad Turística* (ICT a partir de aquí). El ICT se entiende como “un indicador sintético de competitividad, obteniendo una media ponderada de cada uno de los ocho indicadores compuestos, donde los pesos se han

161

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

obtenido utilizando técnicas de análisis factorial” (Bravo, 2004; pp. 16)²⁰. Como puede verse en la figura 16, aplicando la contribución específica al ICT de cada indicador y hallando la media, se obtienen los resultados del ICT (Barroso y Flores, 2006). Estos resultados se presentan en forma de ranking de países ordenados según su desempeño competitivo en turismo (Garau, 2007).

A pesar de que el CM constituye la base para el desarrollo de otros modelos de medición, como el de Mazanec, Wöber y Zins (2007) y el de Jiménez y Aquino (2012) (Rodríguez, Rubio, Alonso y Celemín, 2016), el modelo de medición de la competitividad turística (TDC) que mayor impacto práctico ha tenido en los últimos años, y en el que se centra este trabajo, es el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del WEF (TTCI) (Blanke y Chiesa, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013; Crotti y Misrahi, 2015, 2017). Como se verá a continuación, este modelo (TTCI) guarda similitudes con el ICT y constituye, actualmente, la guía de referencia para tomar decisiones, públicas y privadas, en materia turística (Wu, 2011).

²⁰ Entre paréntesis se indica la contribución al ICT de cada una de las categorías que lo componen (Alonso Ferreras, 2009).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 16.- Estructura del CM y del ICT



Fuente: Goorochurn y Sugiyarto (2005)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

3.2.1.- Modelos Prácticos para la Medición de la TDC: *El Índice de Competitividad de Viajes y Turismo del WEF*

Tras más de 30 años estudiando y midiendo la macro competitividad, el WEF aprovecha la experiencia acumulada en este tiempo para proponer un modelo con el que medir la competitividad del sector turístico. Este interés por el estudio de la competitividad turística (TDC) surge por el desarrollo que ha experimentado la industria turística durante los últimos 50 años junto con la importancia que tiene el turismo para el crecimiento económico y la creación de empleo a nivel global (Blanke y Chiesa, 2011; OMT, 2017b; OMT, 2019). Actualmente, el modelo propuesto por el WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) de los países constituye la herramienta de referencia para la toma de decisiones en materia turística (Blanke, Chiesa y Herrera, 2009; Croes y Kubickova, 2013; Pulido y Rodríguez, 2016).

Este modelo, que mide esencialmente la productividad de las empresas turísticas y su capacidad para incrementar el valor añadido de sus productos, se denomina Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (*The Travel & Tourism Competitiveness Index* en inglés, TTCI en adelante) y está basado en el modelo de competitividad global del WEF (*The Global Competitiveness Index*, GCI) explicado en el apartado anterior (Blanke y Chiesa, 2007). De hecho, la estructura del TTCI, la metodología básica y la forma de presentar los resultados siguen mismo patrón que en el GCI.

En el caso del TTCI, los resultados se publican en un informe denominado *The Travel and Tourism Competitiveness Report* (TTCR en adelante) (Das y

164

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

DiRienzo, 2010). Mediante este informe, publicado por primera vez en el año 2007, el WEF publica los resultados de un modelo *ad hoc* que pretende explorar aquellos factores y políticas que impulsan la competitividad turística en todas las naciones del mundo²¹ y así determinar porqué unos países son, turísticamente, más competitivos que otros (Blanke y Chiesa, 2007). En este sentido, y dado que el TTCI surge del GCI, las variables de macro competitividad deben adaptarse al ámbito turístico (Blanke y Chiesa, 2008). Para conseguirlo, el WEF cuenta con la colaboración de importantes instituciones en este sector. Entre ellas, destacan la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA por sus siglas en inglés), la Organización Mundial de Turismo de Naciones Unidas (UNWTO, por sus siglas en inglés) o el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés). Adicionalmente, el WEF también cuenta con la colaboración de entidades o agentes privados de reconocido prestigio en el sector turístico como Qatar Airways, Airbus, Bombardier o Rolls-Royce, entre otros²² (Crotti y Misrahi, 2017).

La adaptación de las variables de la macro competitividad a la competitividad turística ha permitido que el TTCI se articule sobre determinados factores de competitividad que son fuente de ventajas competitivas y que

²¹ Los términos *país* y *nación* utilizados en este informe no se refieren en todos los casos a una entidad territorial que sea un estado tal como lo entienden el derecho y las prácticas internacionales. Los términos abarcan áreas económicas bien definidas y geográficamente autónomas que pueden no ser estados, pero para las cuales los datos estadísticos se mantienen de forma independiente e independiente. (Blanke y Chiesa, 2007; pp. ii). Criterio que, como ya se dijo en el capítulo 1, se seguirá en esta tesis.

²² Estas instituciones y agentes privados también proporcionan información al WEF para el cálculo numérico del TTCI (Blanke y Chiesa, 2009), como se verá más adelante.

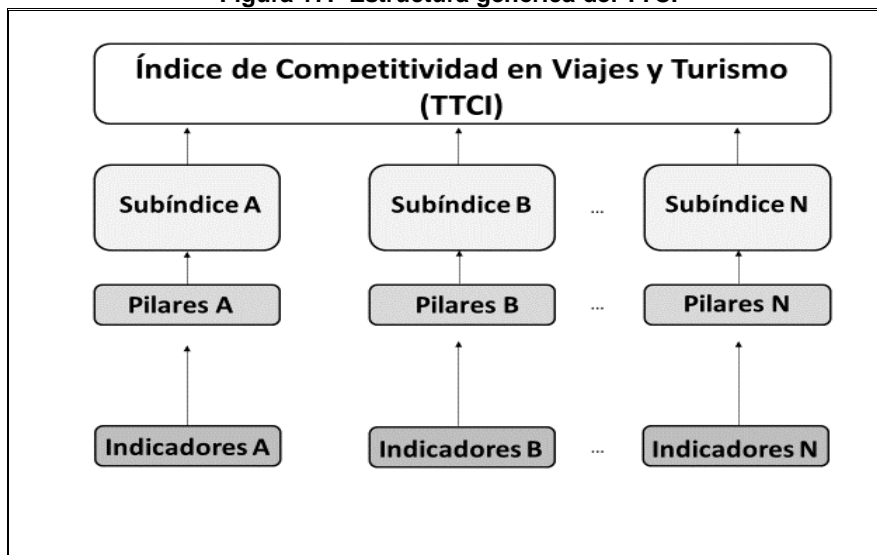
Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

impulsan el desarrollo turístico de un país (Alonso, 2009). Estos factores de competitividad, que se denominan *pilares de competitividad* según el WEF (pilares en adelante), a su vez están compuestos por indicadores o variables que determinan la competitividad turística (TDC) (Blanke y Chiesa, 2007). Además, estos pilares se agrupan en subíndices, como se ha comentado anteriormente en el caso del Índice de Competitividad Global (GCI), describiendo un índice organizado como se muestra a continuación:

Figura 17.- Estructura genérica del TTCI



Fuente: Elaboración propia

Para el cálculo, el WEF utiliza el mismo procedimiento para el índice de competitividad global (GCI) y para el índice de competitividad turística (TTCI) (Blanke y Chiesa, 2011). Es conveniente recordar que esta metodología se basaba en el cálculo de medias simples no ponderadas desde el nivel más desagregado (indicadores) hasta obtener el valor del índice final (Blanke y Chiesa, 2013), es decir, de abajo hacia arriba si se atiende a la figura 17.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Entonces, la información que aporta el índice proviene, básicamente, de los indicadores. Por ello, la información de los indicadores debe ser altamente fiable y precisa puesto que es un elemento clave del modelo WEF. En este sentido, como ya se explicó para el caso del GCI y según el WEF (Schwab, 2016), la información para calcular los indicadores es cuantitativa y cualitativa y procede de distintas fuentes. Así, la información relativa a los datos cualitativos (soft measures, SM) se recopila mediante la encuesta *ad hoc* del WEF para el sector turístico (*Executive Opinion Survey*²³) y de encuestas elaboradas por otras entidades. Por su parte, los datos cuantitativos (hard measures, HM) proceden de fuentes estadísticas públicas, como instituciones internacionales y organismos expertos en materia turística. Todos los datos cuantitativos son sometidos a un tratamiento para ajustarlos a una escala Likert 1 – 7 (1 nada en absoluto, 7 totalmente de acuerdo), usando las mismas fórmulas que para el caso del GCI (véase página 135) (Blanke y Chiesa, 2011).

Una vez expuestos los aspectos generales del modelo para la medición de la competitividad turística (TDC) del WEF, en el siguiente apartado se abordará la evolución de dicho modelo desde su primera publicación, en el año 2007, prestando especial atención a última publicación de los resultados del TTCl, realizada en el año 2017. En este sentido, se explicarán los cambios incorporados en el modelo, y las razones que los justifican, desde el año 2007

²³ La encuesta World Economic Forum's Executive Survey para el modelo WEF de medición de la competitividad turística (TDC) puede consultarse en el anexo. Además, la encuesta también está disponible en el siguiente enlace <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/methodology-details/>.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

hasta la actualidad²⁴. A su vez, se expondrán, con mayor detenimiento, los aspectos relacionados con el TTCl del año 2017 (subíndices, pilares, indicadores y metodología).

3.2.1.1.- *El modelo para la medición de la TDC del WEF: ¿cambios que inspiran?*

Desde su primera publicación en el año 2007, el modelo para la medición de la competitividad turística (TDC) ha sido actualizado para adaptarse cada vez más a la realidad. Estos cambios pueden ser especialmente relevantes para el caso del destino turístico *España*, contexto de estudio de este trabajo. Según los resultados obtenidos, el WEF muestra a España como un destino turístico cada vez más competitivo y que, desde el año 2015, es el país con mayor nivel de competitividad turística (TDC) del mundo (Crotti y Misrahi, 2015, 2017). Según los datos del WEF, el liderato de España parece obedecer a las mejoras que las empresas turísticas han implementado durante estos años (2015 y 2017), las políticas públicas del gobierno para impulsar una actividad turística de calidad (Crotti y Misrahi, 2017) y, posiblemente, a un cambio en la metodología del índice TTCl a partir del año 2015, que ha favorecido el papel competitivo del sector turístico de España.

En este sentido, el WEF ha variado la periodicidad con la que realiza los análisis sobre la competitividad turística (TDC). Desde el año 2007 hasta el año 2009, el WEF medía la competitividad turística (TDC) anualmente. A partir de

²⁴ Entendiendo por actualidad, en el contexto del WEF, el año 2017. Este ha sido el año de la última publicación del informe sobre competitividad turística (TTCR).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

2009, el TTCl se ha analizado bienalmente, "en un esfuerzo por garantizar a los gobiernos y a las empresas una herramienta estratégica líder" (Blanke y Chiesa, 2011;pp. 4).

Asimismo, y como ya se ha comentado, los pilares se agrupan en subíndices. En esta línea, desde 2007 hasta 2013, el TTCl se organizó bajo tres subíndices, que contenían catorce pilares (Blanke y Chiesa, 2007, 2013).

Como se puede ver en la figura 18, los subíndices son (Blanke y Chiesa, 2011, 2013):

- a) *Marco regulador turístico*, que recoge, de manera general, las políticas y actuaciones gubernamentales mediante los pilares: (1) reglamentos y políticas gubernamentales, (2) sostenibilidad ambiental, (3) seguridad y protección, (4) salud e higiene y (5) priorización del sector turístico.
- b) *Entorno empresarial e infraestructura turística*, en el que se incluyen elementos del entorno empresarial y de la infraestructura de un país con los pilares: (6) infraestructura de transporte aéreo, (7) infraestructura de transporte terrestre, (8) infraestructura turística, (9) infraestructura de TIC's y (10) competitividad precio de la industria turística.
- c) *Recursos humanos, naturales y culturales del sector turístico*, subíndice en el que se recoge la dotación de este tipo de recursos de un país mediante los pilares (11) recursos humanos, (12) afinidad hacia el turismo, (13) recursos naturales y (14) recursos culturales.

169

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Así como los subíndices están determinados por los pilares, los pilares están determinados, a su vez, por indicadores. El siguiente cuadro incorpora información acerca de los pilares que han compuesto el modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) desde el año 2007 hasta el año 2013, como su definición y los indicadores que componen cada pilar:

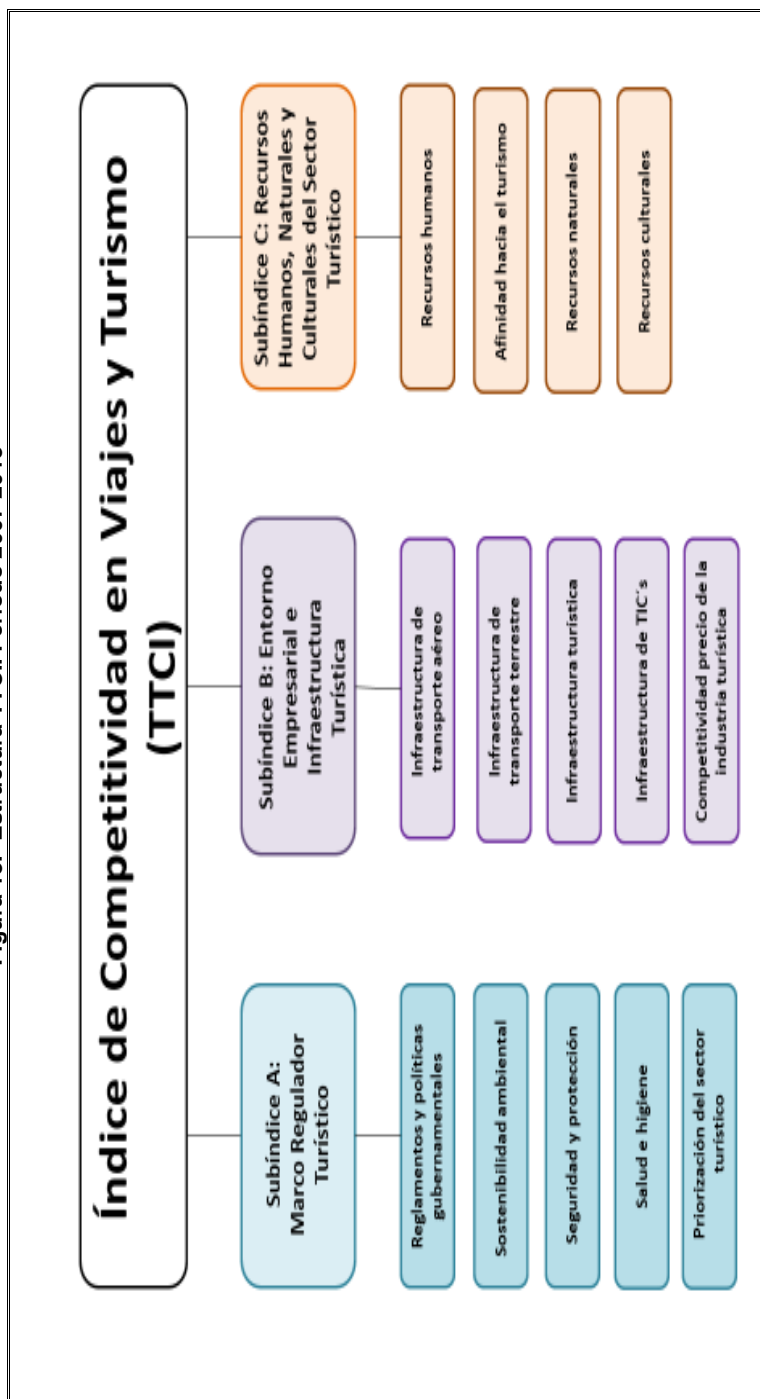
170

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 18.- Estructura TTCI. Período 2007-2013



Fuente: Blanke y Chiesa (2013)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla
 UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

Fecha: 18/11/2019 12:25:53

José Alberto Martínez González
 UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

18/11/2019 14:52:43

Eduardo Parra López
 UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

19/11/2019 04:22:42

Cuadro 25.- Pilares de competitividad del TTCI 2007-2013

| Nombre | Definición | Indicadores |
|---|--|--|
| 1.-Normativa gubernamental | Grado en que el entorno político propicia el desarrollo del sector turístico | Prevalencia de propiedad extranjera Los derechos de propiedad Impacto en el negocio de las normas sobre la IED Requisitos para la obtención de una tarjeta VISA Firma de acuerdos bilaterales en servicios aéreos Transparencia de las políticas del gobierno Tiempo necesario para iniciar un negocio Coste de iniciar un negocio Índice restrictivo del AGCS para servicios de T & T ²⁵ |
| 2.- Sostenibilidad Ambiental | Nivel de rigurosidad y de aplicación de las normativas ambientales gubernamentales | Rigidez normativa ambiental Aplicación de la normativa ambiental Desarrollo sostenible de la industria de T & T Emisiones de dióxido de carbono Concentración de partículas Especies amenazadas Ratificación de tratados ambientales |
| 3.- Seguridad y protección | Nivel de seguridad de un país como atractivo para el desarrollo del sector turístico | Costes de negocio por terrorismo Fiabilidad de los servicios de policía Costes de negocio relacionados con delincuencia y violencia Accidentes de tráfico ²⁶ |
| 4.- Salud e higiene | Capacidad de un país para ofrecer servicios de salud adecuados | Número de médicos por habitante Acceso a servicios sanitarios mejorados Acceso a agua potable mejorada Número de camas de hospital |
| 5.- Priorización del sector turístico | Nivel de priorización gubernamental del sector turístico frente a otras necesidades | Priorización Gobierno de la industria de T & T Gasto público en T & T Eficacia de la comercialización y la marca para atraer a los turistas Amplitud anual de los datos de T&T Puntualidad de provisión de datos trimestral/anual de T&T |
| 6.- Infraestructura de Transporte Aéreo | Cantidad y calidad del transporte aéreo | Calidad de la infraestructura del transporte aéreo Kilómetros por asiento disponible, nacional Kilómetros por asiento disponible, internacional Salidas por cada 1.000 habitantes Densidad aeropuerto Número de líneas aéreas que operan Red internacional de transporte aéreo |
| 7.- Infraestructura de Transporte Terrestre | Extensión y calidad de las infraestructuras para transporte terrestre, ferroviario y portuario | Calidad de las carreteras Calidad de la infraestructura ferroviaria Calidad de la infraestructura portuaria La calidad de la red nacional de transportes La densidad vial |
| 8.- Infraestructura Turística | Aspectos generales de las infraestructuras turísticas de un país, diferenciándolas de las infraestructuras de transporte | Número de habitaciones hotel La presencia de las principales empresas de alquiler de coches Cajeros automáticos que aceptan tarjetas Visa |
| 9.-Infraestructura de TIC's (tecnologías de la información y la comunicación) | Calidad de las TCI's | Uso de TIC's para transacciones entre negocios Uso de TIC's para transacciones con clientes Las personas que utilizan la Internet Líneas de teléfono Suscriptores de Internet Banda Ancha Suscripciones de telefonía móvil Suscripciones a Internet Banda Ancha móvil (Continúa) |

Fuente: Blanke y Chiesa (2013)

²⁵ T&T son las siglas en inglés de Viajes y Turismo. Indicador incorporado a partir de TTCI del año 2011 (Blanke y Chiesa, 2013)

²⁶ Indicador incorporado a partir de TTCI del año 2011 (Blanke y Chiesa, 2013)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 25.- Pilares de competitividad del TTCI 2007-2013 (continuación)

| Nombre | Definición | Indicadores |
|--|---|--|
| 10.- Competitividad-precio en la industria turística | Grado de atractivo de los países con menores costes para atraer turistas | Impuestos a la entrada y tasas aeroportuarias Paridad de poder adquisitivo Alcance y efecto de los impuestos Niveles de precios de combustible Índice de precios hoteleros |
| 11.- Recursos Humanos | Calidad y disponibilidad de recursos humanos cualificados | Educación y formación: <ul style="list-style-type: none"> • Matrícula en educación primaria • Matrícula en educación secundaria • Calidad del sistema educativo • Disponibilidad local de servicios de investigación y enseñanza especializada • Actividades de formación del personal Disponibilidad de mano de obra calificada: <ul style="list-style-type: none"> • Prácticas de contratación y despido • La facilidad de contratar mano de obra extranjera • Prevalencia del VIH • Impacto en el negocio de VIH/SIDA • Esperanza de vida |
| 12.- Afinidad por el turismo | Grado de apertura de un país y sus ciudadanos al turismo y a los visitantes extranjeros | Apertura al Turismo Actitud de la población residente hacia los visitantes extranjeros Ampliación recomendada de viajes de negocios Grado de orientación al cliente ²⁷ |
| 13.- Recursos Naturales | Calidad y número de lugares naturales con atractivo para el turismo | Número de sitios naturales Patrimonio Mundial Calidad del entorno natural Total de especies conocidas Protección bioma terrestre ²⁸ Áreas marinas protegidas ^{***} |
| 14.- Recursos Culturales | Calidad y número de lugares culturales con atractivo para el turismo | Número de sitios culturales Patrimonio Mundial Instalaciones deportivas Número de ferias y exposiciones internacionales Exportaciones de industrias creativas ⁵ |

Fuente: Blanke y Chiesa (2013)

Como se puede apreciar en el cuadro 25, el número de indicadores ha ido creciendo con el transcurso de los años. En este sentido, el WEF ha ido incorporando indicadores al índice con el objetivo de mejorar la calidad de los resultados (Blanke y Chiesa, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013). Sin embargo, estas pequeñas actualizaciones hacen que los modelos no sean totalmente homogéneos y que, por lo tanto, no sea posible realizar comparaciones entre los resultados de distintos años porque los modelos son diferentes entre sí.

²⁷ Indicador incorporado a partir de TTCI del año 2009 (Blanke y Chiesa, 2011)

²⁸ Indicador incorporado a partir de TTCI del año 2013 (Blanke y Chiesa, 2013)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Estos cambios, que durante estos años se limitaron a la incorporación de indicadores, se incrementaron en el año 2015. A partir de ese momento, la estructura del TTCI cambió para dar mayor claridad al índice (véase figura 19). Estos cambios fueron: (1) los subíndices pasaron de tres a cuatro, (2) los pilares que componen los subíndices fueron reorganizados y, por último, (3) los indicadores que componen los pilares fueron revisados y actualizados, pasando de 79 a 90 indicadores (Crotti y Misrahi, 2017). Según estos autores, la actualización de la estructura del TTCI ha sido debida a que hay pilares que son más relevantes para la competitividad turística (TDC) que otros, así como que cada vez existe mayor disponibilidad de medidas y de datos (Crotti y Misrahi, 2015).

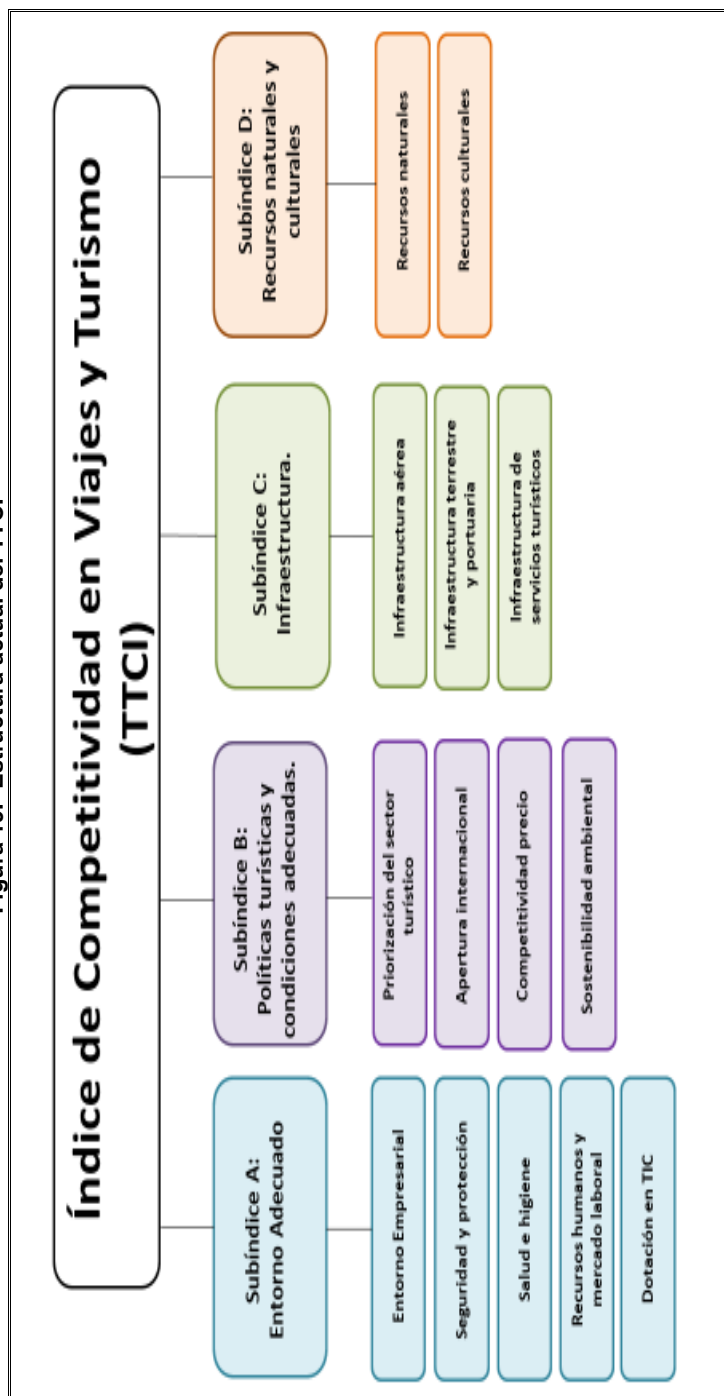
174

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 19.- Estructura actual del TTCI



Fuente: Crotti y Misrahi (2015, 2017)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla
 UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

Fecha: 18/11/2019 12:25:53

José Alberto Martínez González
 UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

18/11/2019 14:52:43

Eduardo Parra López
 UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA

19/11/2019 04:22:42

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

De este modo, los subíndices del TCI del año 2017 son (Crotti y Misrahi, 2015, 2017):

- a) *Entorno adecuado*, que recoge, de manera general, la configuración necesaria para operar en un país mediante los pilares: (1) entorno empresarial, (2) seguridad y protección, (3) salud e higiene, (4) recursos humanos y mercado laboral y (5) dotación de TIC's.
- b) *Políticas turísticas y condiciones adecuadas*, subíndice en el que se incluyen las políticas y estrategias con impacto directo en la industria turística con los pilares: (6) priorización del sector turístico, (7) apertura internacional, (8) competitividad precio y (9) sostenibilidad ambiental.
- c) *Infraestructura*, en el que se concentra la disponibilidad y calidad de la infraestructura física de cada país mediante los pilares: (10) infraestructura de transporte aéreo, (11) infraestructura terrestre y portuaria y (12) infraestructura de servicios turísticos.
- d) *Recursos naturales y culturales*, en el que se encuentran los pilares que, según el WEF, constituyen las principales razones para viajar y que son los pilares: (13) recursos naturales y (14) recursos culturales y viajes de negocio.

Respecto a los *nuevos* pilares, éstos son los siguientes:

- **Pilar 1.- Entorno empresarial:** mide el grado de adecuación de las políticas de un país para que las empresas hagan negocios.
- **Pilar 2.- Seguridad y protección:** mide el nivel de seguridad que ofrece un país. Este pilar es crítico para la competitividad turística de un país ya

176

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

actúa como un importante factor de decisión a la hora de elegir dónde viajar.

- **Pilar 3.- Salud e higiene:** este pilar mide el nivel de seguridad sanitaria que ofrece un país. Al igual que el pilar 2, el pilar 3 constituye otro factor importante para la competitividad turística de un país, tanto en términos sanitarios como de comodidad, para turistas y para trabajadores.
- **Pilar 4.- RRHH y mercado laboral:** con este pilar se mide la capacidad que tiene un país para, por un lado, desarrollar políticas (de educación, formación y capacitación) que permitan disponer de trabajadores de calidad y, por otro, la capacidad de un país para garantizar un mercado laboral eficiente en el que ocupar dicha mano de obra.
- **Pilar 5.- Dotación de TIC's:** mide la existencia de una infraestructura física moderna de comunicaciones y de suministro eléctrico, junto con la capacidad de las empresas, y de los usuarios, para usar y proporcionar servicios *online*.
- **Pilar 6.- Priorización del sector turístico:** mide la importancia que tiene el sector turístico para el gobierno de un país.
- **Pilar 7.- Apertura internacional:** un determinado grado de apertura internacional es necesario para el desarrollo internacional de un sector turístico competitivo. En este sentido, el pilar 7 mide el mayor o menor grado con el que un país facilita los viajes.
- **Pilar 8.- Competitividad-precio:** este pilar está directamente relacionado con el atractivo que despierta un país con costes bajos, tanto para viajar como para invertir en su sector turístico. En este pilar se mide cuánto de

177

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitivo es un país en función de los precios de los productos y servicios que ofrece.

- **Pilar 9.- Sostenibilidad medioambiental:** las políticas y factores que mejoran la sostenibilidad ambiental constituyen una importante ventaja competitiva que garantiza el futuro turístico de un país o destino. En este pilar se mide el grado de cumplimiento de las políticas medioambientales y el estado de recursos como el agua, los recursos forestales y los fondos marinos.
- **Pilar 10.- Infraestructura de transporte aéreo:** dada la importancia de este tipo de transporte para el sector turístico, este pilar mide aspectos relacionados con la cantidad de transporte aéreo en un país.
- **Pilar 11.- Infraestructura terrestre y portuaria:** este pilar mide la disponibilidad de infraestructuras que tiene un país para proporcionar una red de transporte eficiente y de calidad.
- **Pilar 12.- Infraestructura de servicios turísticos:** al igual que sucede con los pilares 10 y 11, *la disponibilidad de alojamiento, centros turísticos e instalaciones de entretenimiento de calidad suficiente puede representar una ventaja competitiva significativa para un país* (Crotti y Misrahi, 2015; p. 7). Por tanto, este pilar mide el nivel de la infraestructura de servicios turísticos de un país.
- **Pilar 13.- Recursos naturales:** los recursos naturales suponen una fuente de ventaja competitiva porque atraen turistas al destino. Este pilar mide el poder de atracción que tiene un país en función de sus recursos naturales.

178

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

- **Pilar 14.- Recursos culturales y viajes de negocio:** Este pilar mide el poder de atracción que tiene un país en función de sus recursos culturales.

Respecto a los indicadores que componen los pilares, el proceso de revisión y actualización ha consistido en la eliminación e incorporación de nuevos indicadores, tratando de adaptar el modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) a la realidad (Crotti y Misrahi, 2015). En el cuadro siguiente se recoge la información relativa a aquellos indicadores que han sido eliminados e incorporados en el año 2015.

Cuadro 26 - Variación de Indicadores entre índices 2013 y 2015

| Pilar | Indicadores añadidos en 2015 | Indicadores retirados en 2015 |
|---|--|--|
| 1.- Entorno Empresarial | 1.03. Eficiencia del marco legal ante conflictos | Prevalencia de propiedad extranjera |
| | 1.04. Número días necesarios para obtener permisos de construcción | Índice restrictivo de AGCS para servicios turísticos |
| | 1.05. Grado de dominio del mercado | Transparencia de las políticas del Gobierno |
| | 1.06. Coste de obtención de los permisos de construcción | Requisitos de Visado |
| | 1.10. Alcance y efectos de los impuestos sobre incentivos para trabajar | Firma de Acuerdos Bilaterales en Servicios Aéreos |
| | 1.11. Alcance y efectos de los impuestos sobre incentivos para investigar | |
| | 1.12. Ratio total de impuesto | |
| 2.- Seguridad y Protección | 2.04. Índice de incidencia de terrorismo | Accidentes de Tráfico |
| | 2.05. Ratio de Homicidios | |
| 3. Salud e Higiene | 3.05. Prevalencia VIH (movido desde el pilar 4 Recursos Humanos y Mercado Laboral) | No se ha retirado ningún indicador |
| | 3.06. Incidencia de la Malaria | |
| 4.- Recursos Humanos y Mercado Laboral | 4.04. Trato al cliente. | Disponibilidad de servicios de formación |
| | 4.06. Facilidad para encontrar personal cualificado | Prevalencia VIH |
| | 4.08. Salario y Productividad | Esperanza de vida |
| | 4.09. Participación de mano de obra femenina | |

Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

**Cuadro 26- Variación de Indicadores competitividad (TTCI 2013-2015)
 (continuación)**

| Pilar | Indicadores añadidos | Indicadores retirados |
|---|---|--|
| 5.- Disponibilidad de TIC | 5.07. Cobertura de red móvil | Número de líneas de teléfono fijo |
| | 5.08. Calidad del suministro eléctrico | |
| 6.- Priorización de Viajes y Turismo | 6.06. Valoración de la estrategia de marca nacional | No se ha retirado ningún indicador |
| 7.- Apertura Internacional | 7.01. Requisitos de visado | Apertura al turismo |
| | 7.02. Firma de acuerdos bilaterales en servicios aéreos | Actitud de la población hacia los turistas extranjeros |
| | 7.03. Número de acuerdos regionales en vigor | |
| 9.- Sostenibilidad Medioambiental | 9.04. Concentración de partículas (PM 2.5) | Emisiones de CO ₂ |
| | 9.06. Nivel de escasez de agua | |
| | 9.08. Cambios en la masa forestal | |
| | 9.09. Tratamiento de aguas residuales | |
| 13. Recursos Naturales | 13.03. Áreas protegidas totales | No se ha retirado ningún indicador |
| | 13.04. Demanda digital de turismo natural | |
| 14. Recursos Culturales y Turismo de Negocios | 14.05. Demanda digital de turismo cultural y de entretenimiento | No se ha retirado ningún indicador |

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta esta información, y de manera resumida, las variaciones en cuanto a subíndices, pilares e indicadores entre los años 2007 y 2017 han sido las siguientes:

180

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Tabla 3.- Evolución TTCI 2007-2017

| | 2007-2013 | 2015-2017 |
|--------------------|-----------------------------------|-----------|
| Subíndices | 3 | 4 |
| Pilares | 14 ²⁹ | 14 |
| Indicadores | 79 (número máximo de indicadores) | 90 |

Fuente: Elaboración propia

Para el caso específico del modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) del año 2017, los subíndices son cuatro (4) y los pilares que componen los subíndices son catorce (14), totalmente coincidentes con los datos del índice del año 2015. Sin embargo, y aunque el número de indicadores que determinan los catorce pilares son 90 en total, hay tres (3) indicadores diferentes entre los índices de los años 2015 y 2017 (Crotti y Misrahi, 2017). Entonces, y al igual que sucedía con los índices de años anteriores, los índices de 2015 y de 2017 tampoco son totalmente homogéneos. En este sentido, los indicadores eliminados e incorporados en el índice del año 2017 fueron:

Cuadro 27.- Cambio de denominación en indicadores de los índices TTCI 2015 y TTCI 2017

| Pilar | Indicadores TTCI 2015 | Indicadores TTCI 2017 |
|---|---|---|
| 12.- Infraestructura de servicios turísticos | 12.02.- Duración recomendada de viajes de negocios 12.04.- Cajeros automáticos que aceptan tarjetas VISA | 12.02.- Calidad de la infraestructura turística 12.04.- Cajeros automáticos por cada 100 000 adultos |
| 13.- Recursos naturales | 13.05.- Calidad del entorno natural | 13.05.- Atractivo de los recursos naturales |

Fuente: Elaboración propia

Por tanto, el conjunto final de indicadores finalmente utilizados por el WEF para calcular el TTCI del año 2017 fueron:

²⁹ En el TTCI del año 2013, el WEF pretendió medir 15 pilares. El pilar 15 era "cambio climático". Sin embargo, y a pesar de la importancia que supone este aspecto para la actividad turística, la falta de datos y la dificultad para medir determinados aspectos del cambio climático hicieron que el WEF no incluyera este pilar del cálculo del índice de ese año (Blanke y Chiesa, 2013).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Cuadro 28.- Indicadores de Competitividad TCI 2017

| Pilar | Indicador |
|--|--|
| 1.- Entorno empresarial | 1.01.- Derechos de Propiedad (SM) ³⁰ |
| | 1.02.- Impacto empresarial de las reglas en IED (SM) |
| | 1.03.- Eficiencia del marco legal en la resolución de conflictos (SM) |
| | 1.04.- Eficiencia del marco legal en regulaciones desafiantes (SM) |
| | 1.05.- Tiempo requerido para obtener permisos de construcción (HM) |
| | 1.06.- Coste de obtención de los permisos de construcción (HM) |
| | 1.07.- Alcance del dominio del mercado (SM) |
| | 1.08.- Número de días para abrir un negocio (HM) |
| | 1.09.- Coste de abrir un negocio (HM) |
| | 1.10.- Efecto de los impuestos en los incentivos para trabajar (SM) |
| | 1.11.- Efecto de los impuestos en los incentivos para invertir (SM) |
| | 1.12.- Porcentaje total de impuestos (% beneficios) (HM) |
| 2.- Seguridad y protección | 2.01.- Costes comerciales de crímenes y violencia (SM) |
| | 2.02.- Fiabilidad de los servicios policiales (SM) |
| | 2.03.- Costes comerciales de acciones terroristas (SM) |
| | 2.04.- Grado de incidencia del terrorismo (HM) |
| | 2.05.- Ratio de homicidios (por cada 100 000 habitantes) (HM) |
| 3.- Salud e higiene | 3.01.- Densidad de médicos (por cada 1 000 habitantes) (HM) |
| | 3.02.- % población que tiene acceso a servicios sanitarios de calidad (HM) |
| | 3.03.- % población con acceso a agua potable (HM) |
| | 3.04.- Camas de hospital (por cada 10 000 habitantes) (HM) |
| | 3.05.- Prevalencia de VIH (% en población adulta) (HM) |
| | 3.06.- Casos de malaria (por cada 100 000 habitantes) (HM) |
| 4.- RRHH y mercado laboral | 4.01.- % neto de matrículas en educación primaria (HM) |
| | 4.02.- % bruto de matrículas en educación secundaria (HM) |
| | 4.03.- Grado de formación del personal (SM) |
| | 4.04.- Trato al consumidor (SM) |
| | 4.05.- Prácticas de contratación y despido (SM) |
| | 4.06.- Facilidad para encontrar trabajadores cualificados (SM) |
| | 4.07.- Facilidad para contratar mano de obra extranjera (SM) |
| | 4.08.- Salarios y productividad (SM) |
| | 4.09.- Participación femenina en la fuerza de trabajo, ratio frente a la mano de obra masculina (HM) |
| 5.- Dotación de TIC's | 5.01.- Uso de TIC's para transacciones B2B (SM) |
| | 5.02.- Uso de Internet para transacciones B2C (SM) |
| | 5.03.- Usuarios individuales de Internet (% de la población) (HM) |
| | 5.04.- Suscripciones a Internet de banda ancha fija (por cada 100 habitantes) (HM) |
| | 5.05.- Suscripciones de teléfono móvil (por cada 100 habitantes) (HM) |
| | 5.06.- Suscripciones activas de Internet móvil de banda ancha (por cada 100 habitantes) (HM) |
| | 5.07.- Tasa de cobertura de la red móvil (% de la población) (HM) |
| | 5.08.- Calidad del suministro eléctrico (SM) |
| 6.- Priorización del sector turístico | 6.01.- Priorización del sector turístico por parte del Gobierno (SM) |
| | 6.02.- Gasto público en turismo (% del presupuesto del Estado) (HM) |
| | 6.03.- Eficacia del marketing y el branding para atraer turistas (SM) |
| | 6.04.- Exhaustividad de los datos anuales del sector turístico (HM) |
| | 6.05.- Oportunidad para proporcionar datos mensuales/ trimestrales del sector turístico (HM) |
| | 6.06.- Calificación de la estrategia de marca del país (HM) |
| 7.- Apertura internacional | 7.01.- Requisitos de visado (HM) |
| | 7.02.- Apertura a acuerdos bilaterales de servicios aéreos (HM) |
| | 7.03.- Número de acuerdos comerciales regionales vigentes (HM) |
| 8.- Competitividad -precio | 8.01.- Impuestos de billetes de avión y cargos aeroportuarios (HM) |
| | 8.02.- Índice de precios hoteleros (HM) |
| | 8.03.- Paridad de poder adquisitivo (HM) |
| | 8.04.- Nivel del precio del combustible (HM) (Continúa) |

Fuente: Crotti y Misrahi (2017)

³⁰ Las expresiones "SM" (soft measure-WEF Executive Opinion Survey y encuestas de otras instituciones) y "HM" (hard measure-ESTADÍSTICAS) hacen referencia a cómo se ha obtenido la información de ese indicador.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Cuadro 28.- Indicadores de Competitividad TTCI 2017 (continuación)

| Pilar | TTCI 2017 |
|--|--|
| 9.- Sostenibilidad ambiental | 9.01.- Rigurosidad de la regulación ambiental (SM) |
| | 9.02.- Aplicación de las regulaciones ambientales (SM) |
| | 9.03.- Sostenibilidad del desarrollo de la industria turística (SM) |
| | 9.04.- Concentración de partículas 2.5 (HM) |
| | 9.05.- Ratificación de un tratado medioambiental (HM) |
| | 9.06.- Nivel base de estrés hídrico (HM) |
| | 9.07.- Especies amenazadas (HM) |
| | 9.08.- Cambio de la cubierta forestal (HM) |
| | 9.09.- Tratamiento de aguas residuales (HM) |
| | 9.10.- Presión de pesca en la plataforma costera (HM) |
| 10.- Infraestructura de transporte aéreo | 10.01.- Calidad de la infraestructura de transporte aéreo (SM) |
| | 10.02.- Cantidad de kilómetros disponibles para vuelos nacionales (HM) |
| | 10.03.- Cantidad de kilómetros disponibles para vuelos internacionales (HM) |
| | 10.04.- Salida de aeronaves (HM) |
| | 10.05.- Densidad de aeropuertos (aeropuertos por millón de habitantes) (HM) |
| | 10.06.- Número de líneas aéreas operativas (HM) |
| 11.- Infraestructura terrestre y portuaria | 11.01.- Calidad de las carreteras (SM) |
| | 11.02.- Densidad de carreteras (HM) |
| | 11.03.- Densidad de carreteras pavimentadas (HM) |
| | 11.04.- Calidad de la infraestructura ferroviaria (SM) |
| | 11.05.- Densidad de ferrocarriles (HM) |
| | 11.06.- Calidad de la infraestructura portuaria (SM) |
| | 11.07.- Eficiencia del transporte terrestre (SM) |
| 12.- Infraestructura de servicios turísticos | 12.01.- Habitaciones de hotel (HM) |
| | 12.02.- Calidad de la infraestructura turística (SM) |
| | 12.03.- Presencia de las principales compañías de alquiler de automóviles (HM) |
| | 12.04.- Cajeros automáticos por cada 100 000 adultos (HM) |
| 13.- Recursos naturales | 13.01.- Número de sitios naturales que son Patrimonio Mundial (HM) |
| | 13.02.- Total de especies conocidas (HM) |
| | 13.03.- Total de áreas protegidas (HM) |
| | 13.04.- Demanda digital de turismo natural (HM) |
| | 13.05.- Atractivo de los recursos naturales (SM) |
| 14.- Recursos Culturales y viajes de negocios | 14.01.- Número de sitios culturales que son Patrimonio Mundial (HM) |
| | 14.02.- Número de expresiones orales que son patrimonio cultural intangible (HM) |
| | 14.03.- Infraestructuras deportivas (HM) |
| | 14.04.- Número de reuniones de asociaciones internacionales (HM) |
| | 14.05.- Demanda digital de turismo cultural y de entretenimiento (HM) |

Fuente: Crotti y Misrahi (2017)

Sin embargo, y a pesar de su utilidad, el TTCI no está exento de críticas. Puesto que el TTCI es un modelo que mide, esencialmente, la capacidad de las empresas turísticas para dotar al país de productos turísticos de alto valor añadido, entonces, el modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TTCI) es un modelo de medición de la productividad nacional y no de la TDC de un país en sentido estricto. Esto se produce aunque el WEF considere que “una mayor productividad de las empresas turísticas se traduce en una mayor TDC” (Hassan, 2000; Sahli, 2006; Craigwell, 2007; Blanke y Chiesa, 2013).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

La metodología de cálculo del TTCl, así como los métodos seguidos para su elaboración y la forma en la que se recopilan los datos han centrado la discusión entre los investigadores turísticos (Pulido y Rodríguez, 2016). En esta línea, la ausencia de una base científica que ofrezca soporte al TTCl es, como apunta Crouch (2007; pp. 77), “particularmente desafortunada”. Asimismo, destaca la reducida objetividad del TTCl, pues la falta de ponderaciones entre los indicadores de los pilares facilita que aquellos países con mayor desempeño en variables objetivas obtengan mayor puntuación en el índice final (Mazanec y Ring, 2011; Wu, Lan y Lee, 2012). Además, el modelo WEF permite comparar, sin establecer ninguna diferencia, países en distintas etapas de desarrollo (Alonso, 2009), lo que muestra una cierta parcialidad del índice hacia los países más desarrollados. Por otra parte, la amplitud de la lista de indicadores propuesta por el WEF, “aunque aceptable, parece más una colección que un modelo que muestra relaciones entre variables para facilitar el análisis” (Croes y Kubickova, 2013; pp. 147). Estas debilidades coinciden con las que presentan los modelos de medición de la competitividad global porque el TTCl es una adaptación al sector turístico del GCI, ambos propuestos por el WEF.

Por otro lado, también se cuestiona tanto la representatividad de la muestra de individuos que responde a la encuesta del WEF, de la que no se aporta información en ninguno de los TTCR consultados, como la fiabilidad de la propia encuesta (Pulido y Rodríguez, 2016). Debido al carácter excesivamente formalizado de la encuesta, la interpretación y, por tanto, la valoración de las respuestas, quedan a juicio de los encuestados, quienes pueden dar respuestas diferentes a una pregunta en función de la cultura a la que pertenezcan (Crouch, 2007).

184

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Además, los datos con los que se han elaborado los diferentes TTCI no se corresponden con su año de publicación (véase tabla 4). Esto pone de manifiesto que, dado que los datos con los que se realizan los análisis no corresponden al año de la publicación, el TTCI puede aportar información extemporánea acerca de la TDC. Esto revela, entonces, que las decisiones tomadas en base a los resultados de los TTCI no coinciden con el momento en el que se adoptan, propiciando el fracaso de estas acciones.

Tabla 4.- Publicación TTCR vs datos TTCI

| Año Publicación TTCR | Año Datos TTCI |
|----------------------|----------------|
| 2007 | 2005 |
| 2008 | 2006 |
| 2009 | 2007 |
| 2011 | 2010 |
| 2013 | 2011-2012 |
| 2015 | 2013-2014 |
| 2017 | 2015-2016 |

Fuente: Elaboración propia

3.3.- Síntesis del Capítulo

La competitividad, global o turística, es un concepto que está determinado, y condicionado a la vez, por multitud de variables (Fagerberg, Srholec y Knell, 2007; Pulido y Sánchez, 2009). En base a esto, las propuestas metodológicas que pretenden su medición se basan en el análisis de una lista específica de factores que crece con el paso del tiempo (Navickas y Malakauskaite, 2009). La arbitrariedad en su elección y en la contribución de estos factores a la medición final, así como la escasa atención que se presta a las relaciones entre ellos, limitan la fiabilidad de los resultados que se obtienen con estas metodologías (Lall, 2001). Asimismo, los procesos metodológicos

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

utilizados carecen de base y significatividad estadística, lo que evidencia su reducida validez y fiabilidad (Castro et al., 2016).

Específicamente en el sector turístico, en el cual se enmarca este trabajo, la medición de la TDC sigue despertando el interés de los investigadores turísticos (Dwyer y Kim, 2003; Enright y Newton, 2004, 2005; Gooroochurn y Sugiyarto, 2005; Dwyer, Cvelbar, Edwards y Mihalic, 2012; Tseng y Chen, 2013; Rodríguez, Rubio, Alonso y Celemín, 2016). A pesar de los esfuerzos, las propuestas realizadas no permiten medir la TDC con claridad y transparencia (Martín, Mendoza y Román, 2017). En relación con lo comentado, a continuación se presentan, de manera sintetizada, las características, los problemas y las aportaciones de las dos modelizaciones principales abordadas en este capítulo (GCI y TTCI) y de su nexos conector, el ICT.

Por tanto, y en función de lo especificado, el uso exclusivo de estas modelizaciones para medir la competitividad pudiera ser discutido, ya sea macro competitividad o competitividad turística (TDC).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Tabla 5.- Resumen aportaciones modelos GCI, ICT y TTCI

| Modelos | Características | Problemas | Aportaciones |
|------------------|--|--|--|
| GCI | Mide la competitividad global Variables: pilares | Reducida validez y fiabilidad (falta de base científica y estadística) | Modelo-base para la medición de la competitividad |
| | Estructura: Índice Metodología: media aritmética no ponderada | | |
| ICT | Mide la competitividad turística Variables: 65 indicadores que se concentran en 8 categorías principales | | Indicador sintetizado de competitividad |
| | Estructura: Índice | | |
| | Metodología: media aritmética ponderada | | |
| TTCI (2007-2013) | Mide la competitividad turística Variables: Un máximo de 79 indicadores. Los indicadores se agrupan en 14 pilares. Los pilares se agrupan en 3 subíndices | - Reducida validez y fiabilidad (falta de base científica y estadística) -Reducida claridad y transparencia en la estructura -Indicadores obsoletos -Los análisis no se ajustan al año de publicación -Favorece a los países desarrollados | Identificación de indicadores de competitividad asumible |
| | Estructura: Índice Metodología: media aritmética no ponderada | | |
| TTCI (2015-2017) | Mide la competitividad turística Variables: 90 indicadores. Los indicadores se agrupan en 14 pilares. Los pilares se agrupan en 4 subíndices | - Reducida validez y fiabilidad (falta de base científica y estadística) - Los análisis no se ajustan al año de publicación -Favorece a los países desarrollados | -Identificación de indicadores de competitividad asumible y actualizados -Mayor claridad y transparencia en la estructura |
| | Estructura: Índice Metodología: media aritmética no ponderada | | |

Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

188

188

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

**SEGUNDA PARTE:
INVESTIGACIÓN**

189

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

190

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

Capítulo 4

Metodología

191

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

4.0.- Introducción

En este capítulo se justificará y describirá el proceso metodológico que se ha seguido en la investigación de esta tesis asociada a la competitividad turística de España. La investigación se compone de dos estudios:

ESTUDIO 1: consistente en analizar la significatividad estadística del modelo de medición de la competitividad turística (TDC) del WEF mediante el Modelo de Rasch.

ESTUDIO 2: destinado a (1) analizar las características competitivas del modelo turístico español y (2) analizar la presencia de diferencias significativas en la percepción que tienen los países respecto a los pilares. Este estudio segundo se realizará mediante el modelo de Rasch y la herramienta benchmarking.

Seguidamente, y con el objeto de guiar al lector, se procederá a (i) contextualizar ambos estudios, (ii) presentar la metodología utilizada, (iii) presentar los objetivos y LAS correspondientes hipótesis para cada uno de los estudios, (iv) se especificará el instrumento de medida, y (v) se describirá la población y la muestra final que se analizará en cada estudio.

4.1.- Contexto de la Investigación (Estudios 1 y 2)

En el caso de ambos estudios, la investigación se centra en el destino turístico España. España es un país situado, junto con Portugal, en la Península Ibérica, al sur de la Europa Occidental. Con una población de casi 47 millones

193

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

de habitantes, España es país-miembro de la Unión Europea desde el 01 de enero de 1986. Respecto al sector turístico, España tiene una oferta turística basada en la imagen del destino y relacionada con el buen clima, la seguridad y la amplia oferta de servicios sanitarios y asistenciales, entre otros factores (Crotti y Misrahi, 2017; INE, 2018). Por otra parte, España es un destino turístico masivo de sol y playa que, en principio al menos, se encuentra en la fase de madurez del ciclo de vida del destino turístico (Butler, 1980, 2006, 2009, 2011; Palomeque, Gómez y Clavé, 2013; Deverdun, Osorio y Iracheta, 2016; Kristjánsdóttir, 2016)

El sector turístico español ha experimentado un crecimiento sostenido puesto que el número de turistas internacionales que llega a España no ha dejado de crecer desde el año 2009, alcanzando la cifra de 82.8 millones de turistas internacionales recibidos en el año 2018, un 1.1% más que el año 2017 (INE, 2019) (véase gráfico 1). Por otra parte, España se ha consolidado como destino turístico desde hace años, y al tiempo que se ha diversificado turísticamente (Montero y Oreja, 2010a; Cárdenas, 2011; Diéguez, Gueimonde, Sinde y Blanco, 2011), se ha desestacionalizando la demanda y está haciendo posible el crecimiento y la sostenibilidad turística (Siles, 2016; Simancas y Parra, 2016; Blanco, Gueimonde, Fraiz y Diéguez, 2018).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

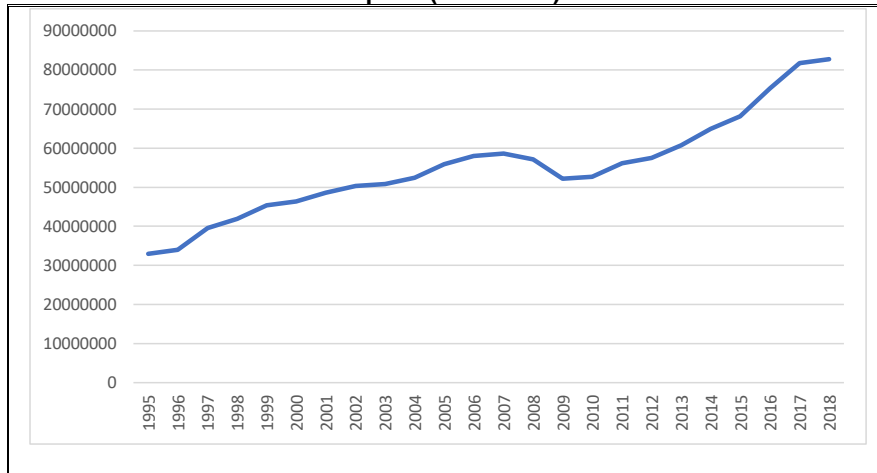
Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Gráfico 1.- Evolución llegada de turistas internacionales en España (1995-2018)



Fuente: World Bank (2019)

En cifras y para el año de estudio, el PIB generado por el sector turístico representó el 11.2% del PIB total español, y el empleo generado por la actividad turística supuso el 13% de todos los puestos de trabajo que se crearon en España (Exceltur, 2018).

Respecto a la competitividad, el WEF ha concluido, a partir de los resultados de su modelo para la medición de la competitividad turística (TDC), que España ha sido el país más competitivo entre más de 140 países durante el periodo 2015 a 2017 (Crotti y Misrahi, 2015, 2017). No obstante, aún son escasos los estudios académicos e institucionales que analizan el posicionamiento de España según el modelo para la medición de la TDC según el WEF. En la literatura pueden encontrarse algunos estudios que analizan la competitividad turística (TDC) española, sin abordar ni evaluar los resultados del WEF (e.g. Martínez, Parra y Buhalis, 2017; Montero y Oreja, 2017; Almeida y

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Moreno, 2018; Mendieta, Perles, Ramón y Such, 2018). En todo caso, España es un destino turístico de primer orden a nivel mundial, motivo por el cual es necesario su estudio con más rigor y profundidad (Camisón et al., 2016; Moral y Garín, 2016).

4.2.- Metodología

La metodología utilizada en los dos estudios realizados en esta tesis es el *modelo de Rasch* (Rasch, 1960, 1980), que se enmarca en el mismo contexto que la Teoría de Respuesta al Ítem (TRI) y, por tanto, en contraposición a la Teoría Clásica del Test (TCT). La aplicación del modelo de Rasch al ámbito de las ciencias sociales, la economía y la empresa ha quedado demostrada (e.g. Oreja, 2005, 2015). En el estudio 1 (E1) solamente se utiliza la metodología de Rasch. En el caso específico del estudio 2 (E2), el modelo de Rasch se combinará con la herramienta *Benchmarking*. Esta segunda técnica también se ha aplicado con éxito en múltiples estudios relacionados con el análisis de la competitividad, y en muchos casos se ha utilizado, de manera complementaria, con el modelo de Rasch (Fiter, 2006; Hallmann, Müller, Feiler, Breuer y Roth, 2012; Mihalič y Aramberri, 2015; Karpenko, 2016; Zehrer, Smeral y Hallmann, 2017).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

4.2.1.- El Modelo de Rasch

Como se ha mencionado, el modelo de Rasch (1960, 1980) se desarrolla en el contexto de la Teoría de Respuesta al Ítem (TRI), y se centra más en las propiedades individuales de los ítems que en las propiedades globales del test (Oreja, 2005; 2015). La medición mediante el modelo de Rasch parte de la premisa de que una variable que no puede cuantificarse no puede medirse (Salzberger, 2009).

Entre las principales características del modelo de Rasch destacan las siguientes (Martínez, 2014):

- a) **Unidimensionalidad:** constituye el supuesto central del modelo de Rasch, y por el cual se asume que los ítems del instrumento de medida deben medir un único constructo o variable latente (Bond y Fox, 2001, 2007; Wright y Mok, 2004; Papanastasiou y Schumacker, 2014; Salzberger, 2015).
- b) **Suficiencia de la puntuación total:** la puntuación total contiene toda la información necesaria para la estimación del parámetro del sujeto (β) (Oreja, 2015).
- c) **Objetividad específica:** el modelo de Rasch permite realizar comparaciones entre los sujetos seleccionados independientemente de los ítems del instrumento de medida, y viceversa (Stenner, 1990). De esta forma, se puede asegurar que las medidas son válidas y generalizables (Embretson y Reise, 2000).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- d) **Estabilidad de las medidas en muestras pequeñas:** el modelo de Rasch es estable en muestras pequeñas, incluso N=50 o menores (N=30) (Linacre, 1994, 2005; Fisher, 1997, 2005).

Asimismo, el modelo de Rasch también cumple con las reglas básicas de la medición objetiva exigidas por Campbell (dimensionalidad, fiabilidad y ajuste global de las medidas y categorización de la escala de medición), por lo que constituye la herramienta más eficaz para la medición objetiva (Campbell, 1920, 1928; Wright, 1984; Muñiz, 1990; Bond y Fox, 2001, 2007; Linacre, 2005; Othman, Salleh, Hussein y Wahid, 2014). Por consiguiente, el cumplimiento de todas estas características aporta legitimidad al modelo de Rasch para los análisis realizados en este trabajo.

En el modelo de Rasch la **variable latente** es el constructo, factor o dimensión básica objeto de estudio. En el modelo de Rasch la variable latente, que agrupa ítems u observaciones que tienen una gran homogeneidad, está condicionada por la interacción de dos factores (sujetos e ítems), y las respuestas a los ítems, o los datos obtenidos por otras fuentes, pueden ser simples, dicotómicas (si/no) o politómicas (múltiples respuestas) (Andrich, 1978a, 1978b; Masters, 1982; Oreja, Parra y Yanes, 2007; Montero y Oreja, 2008; Díaz et al., 2015; Martínez et al., 2017). En esta tesis doctoral, y para el caso los dos estudios (E1 y E2), la variable latente será la “competitividad turística (TDC)”.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Por otra parte, en este trabajo se aplicará el modelo de Rasch-Andrich de categorías ordenadas (Andrich, 1978a, 1978b, 1988) para ítems politómicos (más de dos respuestas o alternativas posibles), en el que la **probabilidad de que el ítem i y el sujeto v se localicen en la misma dimensión** se determina aplicando la siguiente fórmula

Figura 20.- Probabilidad de respuesta acertada para ítems politómicos

$$P[X_{vi} = x] = \frac{1}{Y} \exp \left[- \sum_{k=1}^x \tau_{ki} + X (\beta_v - \delta_i) \right]$$

Fuente: Oreja (2015)

Siendo (Martínez, 2014):

v : sujeto encuestado (país).

i : ítem contestado (pilar competitivo).

γ : suma de todos los posibles numeradores que surgen de acuerdo con el número de categorías de los ítems.

τ : umbrales entre las categorías de los ítems. Se trata de los puntos de corte de las curvas características correspondientes a las distintas categorías de respuestas en los ítems, en los que la probabilidad de respuesta de una categoría con la siguiente es equiprobable. El número de umbrales es igual al número de categorías menos uno.

β_n : parámetros de los sujetos

δ_i : parámetros de los ítems

Respecto a los **datos**, estos hacen referencia a países (sujetos) y a pilares competitivos (ítems). De hecho, uno de los objetivos del modelo de Rasch es ubicar los países y los pilares competitivos (pilares a partir de aquí) en una misma

199

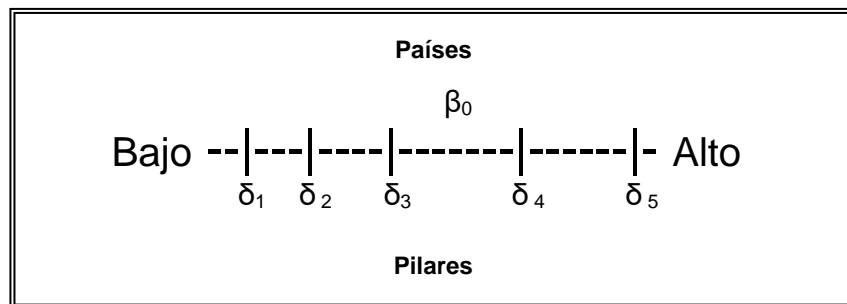
Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

dimensión o continuo lineal. De este modo, la aplicación del modelo permite presentar los pilares ordenados jerárquicamente según el nivel de percepción que muestran los países respecto a las variables del constructo. En dicho continuo, como puede verse en la figura siguiente, solo existe una dirección que indica mayor presencia de competitividad turística (TDC):

Figura 21.- Localización de países y pilares competitivos



Fuente: Elaboración propia

Como puede apreciarse en la figura 21, **las medidas β y δ indican, respectivamente, la habilidad del país y la dificultad/calibración del pilar.** Estas medidas se expresan en **logits**, unidad de medida característica del modelo de Rasch que permite expresar los datos ordinales en una escala de intervalo al transformar la probabilidad de presencia alta/baja en una razón logarítmica (Montero y Oreja, 2017). La medida *logit* es una transformación del logaritmo natural de la probabilidad de obtener una respuesta correcta al ítem, como puede verse en la figura a continuación. Las medidas *logits* también han sido aplicadas con éxito en diversos trabajos (Arsad et al., 2013; Parra y Oreja, 2014; Taasim y Yusoff, 2015; Boone, Townsend y Staver, 2016; Veas, Gilar, Miñano y Castejón, 2016; Gutiérrez y Pérez, 2017).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 22.- Logaritmo natural de la probabilidad de respuesta (logit)

$$L \left[\frac{P}{1-P} \right] = \beta - \delta$$

Fuente: Oreja (2015)

Siendo (Martínez, 2014):

P: probabilidad de presencia alta

1-P: probabilidad de presencia baja

Para obtener los parámetros que hacen más probables las respuestas observadas³¹, β_n para los países y δ_i para los pilares, los cuales representan los niveles de competencia de los países y complejidad de los pilares, respectivamente, se utiliza el proceso de máxima verosimilitud. Este proceso establece que el estimador de máxima verosimilitud es el valor más probable según el patrón de respuestas que muestra un país respecto a cada pilar. Como resultado, los países entrevistados y los pilares considerados se ordenan según su puntuación total. Esto es, la puntuación obtenida en cada pilar para el conjunto de sujetos o países y, por otra parte, la suma para cada país del conjunto de pilares. Según el principio de *suficiencia de la puntuación total*, la aplicación del modelo de Rasch permite evaluar los ítems y los sujetos en conjunto, y no por separado. Esto es relevante para el análisis de la competitividad turística (TDC),

³¹ Nótese que, en este trabajo, las "respuestas observadas" son las que el WEF recopila y transforma en puntuaciones para obtener el TTCl.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

variable latente de estudio en este trabajo, por su multidimensionalidad y consecuente complejidad.

4.2.2.- El Benchmarking

Uno de los objetivos que tienen los países cuando son destinos turísticos es mejorar su posicionamiento competitivo turístico (Crotti y Misrahi, 2017). Para conseguirlo, el análisis de la competitividad mediante el benchmarking puede ser de gran utilidad por constituir una herramienta que facilita el proceso de mejora (Jansen, de Vries y van Schaik, 2010).

De forma muy general y según Boxwell (1995), el benchmarking consiste en observar objetivamente las prácticas de los demás y aprender de ellas. Por su parte, Spendolini (1992) considera el benchmarking como un proceso continuo y sistemático de mejora empresarial basado en la experiencia de las mejores organizaciones. Más recientemente, el benchmarking se define como el análisis continuo de estrategias, funciones, procesos, productos, servicios y rendimiento, entre otros aspectos, que en comparación con las mejores organizaciones del sector permite detectar, evaluar y mejorar los estándares actuales de la empresa analizada (Anand y Kodali, 2008). Todo ello permite a su vez mejorar su situación competitiva (Markovic, Dutina y Kovacevic, 2011).

Las razones para el empleo del benchmarking por parte de los investigadores son las siguientes: (1) se trata de un método eficiente y motivador para la introducción de mejoras, puesto que se reducen las posibilidades de error al aplicar métodos de éxito ya probados, (2) la aplicación del benchmarking

202

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

proporciona mayor rapidez en la incorporación de mejoras, incluso a otras áreas, y (3) el benchmarking permite analizar el riesgo existente entre diferentes alternativas (Manene, 2011; Markovic, Dutina y Kovacevic, 2011). Dichas ventajas permiten afirmar que la aplicación del benchmarking puede ser útil, en general, para generar ventajas competitivas (Finnigan, 1996, 1997; Peters, Brenner, Wang, Slonim y Kann, 2018).

Particularmente en el contexto del turismo, el benchmarking consiste en un proceso prolongado y continuo de gestión y auto-mejora centrado en interiorizar, adaptar y emular las mejores prácticas de aquellos países que consiguen resultados excelentes en términos de competitividad turística (TDC) (Kozak, 2002; Sáez y Perriáñez, 2015). Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, en este trabajo el proceso de benchmarking se utilizará para mejorar de la TDC de España respecto a la TDC de una selección de países, aspecto que se abordará más adelante dentro de este capítulo.

En relación a las fases del proceso de benchmarking, éstas son ocho según Boxwell (1995):

1. *Identificar los puntos débiles del modelo turístico de España.*
2. *Determinar los pilares que requieren atención (benchmarks).*
3. *Establecer los países para realizar las comparaciones (Preferiblemente destinos turísticos competidores directos o destinos con mejor posicionamiento competitivo).*
4. *Tratar de medir estas prácticas, intentando comprender por qué y cómo proporcionan mejores resultados.*

203

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

5. *Medir las actividades del destino analizado y compararlas con las del mejor o con el competidor más inmediato.*
6. *Tratar de igualar, superar el modelo existente o consolidar el liderazgo mediante el desarrollo de planes de actuación.*
7. *Obtener el compromiso de los involucrados en el plan de actuación.*
8. *Puesta en marcha del plan de actuación e inicio de la fase de control (supervisión de resultados).*

Como se puede apreciar, se pueden diferenciar varios tipos de benchmarking (Mindreau, 2003). La clasificación más general se realiza atendiendo a la relación entre los agentes que participan en el estudio. De este modo, el benchmarking puede ser interno o externo (Finnigan, 1997). Según Finnigan, el benchmarking interno suele ser el primero que llevan a cabo las empresas. Mediante este tipo de benchmarking, una empresa compara los procesos de trabajo entre departamentos o divisiones de la propia empresa. De esta forma, se pueden detectar las mejores prácticas internas y obtener ventajas competitivas al transferir esta información al resto de la empresa. En cuanto al benchmarking externo, es el que se realiza entre empresas y puede ser competitivo, funcional o genérico (Vanegas y Angulo, 2012). Éste es el benchmarking más habitual, dada la importancia que tiene para una empresa la información de un competidor y, también, porque hay una alta transferibilidad de conocimiento entre empresas al utilizar tecnología similar para desarrollar procesos similares (Fitz-enz, 1993). En relación con el benchmarking funcional, este tipo de benchmarking sigue el mismo proceso que el benchmarking competitivo, aunque en este caso, las empresas comparadas no tienen que ser competidores directos exclusivamente (Montero y Oreja, 2011). Por último, el

204

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

benchmarking genérico consiste en la comparación entre empresas que no pertenecen al mismo sector ni desarrollan las mismas actividades de negocio pero que, sin embargo, desarrollan métodos de trabajo similares (Goncharuk, Lazareva y Alsharf, 2015). Como apuntan estos autores, la aplicación de este tipo de benchmarking permite ampliar la visión de negocio al conocer cómo se aplican procesos similares en empresas diferentes. A tenor de lo anterior, el benchmarking competitivo entre países, cuyo estudio es objeto de esta tesis, puede clasificarse como externo.

En segundo lugar, cuando se categoriza en función del propósito del proceso de benchmarking, éste puede ser (1) de desempeño, si se pretende determinar qué organización es más productiva, (2) de procesos, para conocer las mejores prácticas en procesos *clave*, independientemente de la naturaleza de las empresas seleccionadas, o (3) estratégico, con el que identificar las tendencias más significativas para conseguir una mayor percepción de las oportunidades de mejora potencial (Finnigan, 1997; Montero y Oreja, 2010b). En este trabajo se utilizará el benchmarking estratégico.

En tercer y último lugar, si la clasificación se realiza según la operatividad del proceso, el benchmarking puede ser (1) de diagnóstico, para identificar qué se quiere mejorar dentro de la empresa o (2) de aprendizaje, con el que se trata de especificar el procedimiento más adecuado para mejorar aquellas áreas que así lo requieran (Mindreau, 2003). En esta tesis se utilizarán ambos enfoques.

205

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

4.2.3.- El Análisis Bibliométrico

Hay muchas definiciones de bibliometría (Danvila-del-Valle, Estévez-Mendoza y Lara, 2019). Algunos autores la definen como un conjunto de métodos utilizados para el estudio o la medición de textos e información, especialmente en forma de grandes conjuntos de datos (Zupic y Čater, 2015; Park y Yoon, 2018). Más concretamente, el análisis bibliométrico es un conjunto de herramientas esencialmente cuantitativas que los investigadores pueden usar para analizar determinados patrones en los datos publicados mediante el uso de técnicas matemáticas y estadísticas (Danvila-del-Valle, Estévez-Mendoza y Lara, 2019). Se ha demostrado que el análisis bibliométrico es una medición objetiva, confiable y rentable (Campbell et al., 2009).

Originalmente, el análisis bibliométrico consistía sobre todo en resúmenes bibliográficos de producciones científicas o selecciones de publicaciones altamente citadas. Estas descripciones generales se subdividían en listas de producciones de autores, así como en bibliografías nacionales o temáticas. En la actualidad, la atención de los investigadores se centra en una serie de temas amplios o más especializados incluyendo aspectos geográficos o institucionales (Zhuang, Liu, Nguyen, He y Hong, 2013), indicadores de desempeño o impacto (Huffman, Baldrige, Bloomfield, Colantonio, Prabhakaran y Ajay, 2013), dominios o disciplinas temáticas (Liu, Zhan, Hong, Niu y Liu, 2012; Zibareva, Vedyagin y Bukhtiyarov, 2014) o tipos de literatura y autoría (White y McCain, 1998). Por otra parte, los análisis abarcan varias categorías de materiales que van desde artículos de revistas, libros, tesis y patentes hasta informes.

206

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Con el fin de extraer y gestionar los datos, a menudo se utilizan métodos bibliométricos, basados en el contenido o análisis de citas (Wallin, 2005). Este tipo de análisis parte de la premisa de que los autores citan los documentos que consideran significativos para el propósito de su investigación. En consecuencia, la frecuencia con la que se citan estos artículos puede estar relacionada con el impacto que se cree que tienen sobre el tema objeto de estudio (Xie, Ji, Zhang y Huang, 2018; Song, Chen, Hao, Liu y Lan, 2019). Actualmente se ha prestado mayor atención no solo a los datos cuantitativos, sino también a aspectos cualitativos, como es el caso de las instituciones o los países que más producen (Herther, 2009).

El uso de técnicas bibliométricas en diferentes campos ha ido en aumento: gestión (Tahai y Meyer, 1999), gestión estratégica (Ramos-Rodríguez y Ruíz-Navarro, 2004; Nerur, Rasheed y Natarajan, 2008), finanzas (Alexander y Mabry, 1994; Merigó, Yang y Xu, 2015), gestión de operaciones (Pilkington y Meredith, 2009), gestión de la cadena de suministro (Charvet, Cooper y Gardner, 2008) o innovación (Fagerberg, Fosaas y Sapprasert, 2012). También se pueden mencionar algunas áreas clave objeto de estudio mediante análisis bibliométrico, como la investigación difusa (Merigó, Gil-Lafuente y Yager, 2015), el consumo de energía residencial y las emisiones de gases de efecto invernadero (Geng et al., 2017), la aplicación de inteligencia artificial a la salud electrónica, detección de eventos en las redes sociales (Chen, Wang, Tang y Hao, 2019), procesamiento del lenguaje natural en la investigación médica (Chen et al., 2018) y minería de texto en investigación médica (Hao, Chen, Li y Yan, 2018). Sin embargo, en el campo de la competitividad turística los estudios son muy limitados. De un total de 10.635 registros hallados en Scopus en cuyo título

207

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

apareciera el término “competitividad”, solamente 333 (3,13%) de dichos artículos hacían referencia a la “competitividad turística”.

Los resultados del análisis bibliométrico contribuyen al progreso y al avance de una determinada área de investigación de muchas maneras diferentes. En este sentido, la bibliometría no solo puede facilitar la investigación retrospectiva, sino que también puede ayudar en la exploración de puntos críticos de investigación y tendencias de desarrollo en diferentes disciplinas. Por un lado, permite evaluar el progreso realizado, identifica las fuentes de publicación científica más confiables y populares, reconoce a los principales actores científicos y las instituciones, identifica los intereses de investigación emergentes y predice el éxito futuro de la investigación (Mazlounian, 2012; Geng et al., 2017). Por otro lado, ayuda a los investigadores a identificar sus posibles temas de investigación, reconocer las instituciones de investigación apropiadas para llevar a cabo un trabajo conjunto e identificar posibles colaboradores académicos (Martínez, Cobo, Herrera y Herrera-Viedma, 2015).

Numerosas herramientas han facilitado enormemente el análisis bibliométrico. Se incluyen bases de datos como Web of Science (WoS), Scopus o Google Scholar, que han agregado e incorporado capacidades de manejo de referencias. Entre los estudios que compararon WoS y Scopus, destaca el de Goodman y Deis (2005) y su revisión posterior (Goodman y Deis, 2007). Actualmente se acepta la complementariedad de ambos sistemas (Escalona, Lagar y Pulgarín, 2010). Los estudios han hallado una buena correlación entre WoS y Scopus debido a la gran cantidad de revistas (54% en el caso de Scopus y 84% para WoS) indexadas por ambas bases de datos (Gavel y Iselid, 2008).

208

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Por otra parte, entre el software más especializado destacan Gephi (Bastian, Heymann y Jacomy, 2009), HistCite (Garfield, 2009), "Publish or Perish" (Harzing, 2010) o Scholarometer (Pellegrino, 2011; Kaur et al., 2012). Particularmente los procedimientos de normalización son muy importantes para realizar un análisis basado en datos de citas que permita comparar diferentes grupos. Estas métricas normalizadas podrían otorgar más credibilidad en los casos en que los métodos bibliométricos se aplican al análisis de diferentes disciplinas (Durán, Del Río y Álvarez, 2017).

A continuación, se presentarán y expondrán los objetivos, y las hipótesis correspondientes a cada uno de ellos, de esta tesis doctoral.

4.3.- Objetivos e Hipótesis

En esta tesis se incluyen objetivos e hipótesis teóricos, que se corresponden con el marco teórico de la misma [sombreados en el cuadro 1 (véase página 12)], porque no se corresponden exactamente con los objetivos e hipótesis prácticos-metodológicos de la investigación. No obstante, se hablará de su consecución y constatación en el capítulo de conclusiones. Los objetivos e hipótesis de la investigación propiamente dicha son de naturaleza práctico-metodológicos. El objetivo valorativo-actitudinal (también sombreado en el cuadro 1, página 12) se corresponde tanto con el marco teórico como práctico. Dicho objetivo valorativo-actitudinal realizará la función de dotar de naturaleza transversal e integradora a los objetivos e hipótesis, así como al conjunto del trabajo, destacando y reivindicando mediante dicho objetivo el valor que la

209

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitividad turística (TDC) debe tener, tanto a nivel general como en el caso de España en particular.

Los objetivos metodológicos y los objetivos empíricos-prácticos están vinculados a las metodologías aplicadas y a los análisis a realizar, respectivamente. Por último, con el objeto de ser ecuánimes y de facilitar la lectura de los objetivos e hipótesis, estos se expresarán de forma sintética, evitando la presentación de subobjetivos y numerosas hipótesis que podrían confundir al lector. En este sentido, los objetivos e hipótesis de los dos estudios incluidos en esta tesis se recogen de manera sintética en el cuadro 29. En este cuadro, que es similar al cuadro 1, se indica, en la columna más de la izquierda, a qué estudio en concreto pertenecen los objetivos e hipótesis de este trabajo (E1 y/o E2).

210

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 29.- Resumen Objetivos/Hipótesis y Estudios

| E1/ E2 | Objetivos e Hipótesis | |
|--|--|--|
| Objetivos e Hipótesis Teóricos (T) | | |
| E1/E2 | OT1: Construir un marco teórico útil para la competitividad y la competitividad turística (TDC) | HT1: Si es posible generar un marco teórico de la TDC. |
| | OT2: Proporcionar una base teórica para el modelo de competitividad turística del WEF | HT2: Se puede aportar un marco teórico que complemente el modelo de competitividad turística del WEF. |
| Objetivos e Hipótesis Metodológicos (M) | | |
| E1 | OM1: Determinar la significatividad estadística (validez, fiabilidad, unidimensionalidad y desajustes) del constructo "competitividad turística" del modelo del WEF para el año 2017 | HM1: Los datos de los pilares sí se ajustan al modelo de Rasch en, al menos, un 75%. |
| | | HM2: Los datos de los países sí se ajustan al modelo de Rasch en, al menos, un 90%. |
| | | HM3: Sí existe fiabilidad respecto a pilares |
| | | HM4: Sí existe fiabilidad respecto a países |
| | | HM5: Sí existe unidimensionalidad |
| Objetivos e Hipótesis Prácticos (P) | | |
| E2 | OP1: Analizar fortalezas/debilidades del modelo turístico español en el año 2017 en función de los pilares de competitividad turística | HP1: Sí existen diferencias con respecto a los modelos turísticos de los países más competitivos en, al menos, un 25% de los pilares |
| E2 | OP2: Comprobar si existen diferencias entre grupos de países respecto a los pilares según determinadas variables económicas | HP2: Sí existen diferencias en países según el valor obtenido en el índice WEF (TTCI) |
| | | HP3: Sí existen diferencias entre grupos de países en función del número de llegadas de turistas internacionales |
| | | HP4: Sí existen diferencias entre grupos de países en función del nivel de ingresos por turismo internacional |
| | | HP5: Sí existen diferencias entre grupos de países en función de la proporción del PIB turístico sobre el PIB total |
| | | HP6: Sí existen diferencias entre grupos de países en función de la proporción que representa el empleo turístico sobre el total de empleo creado en el país |
| Objetivos e Hipótesis Valorativo/Actitudinales (VA) | | |
| E1/E2 | OVA1: Identificar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en la literatura científica en términos bibliométricos | HVA1: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) según el número de publicaciones |
| | | HVA2: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en función del país de origen de las publicaciones |
| | | HVA3: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) a partir del tipo de publicación |

Fuente: Elaboración propia

211

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Más concretamente los objetivos y las correspondientes hipótesis de esta tesis son los siguientes:

Respecto a los **objetivos teóricos**, como se ha estudiado en el marco teórico de esta tesis, existe un extenso debate acerca de la importancia, definición y medición de la competitividad en general y de la competitividad turística (TDC) en particular, así como una gran difusión y dispersión de trabajos sobre la materia en la literatura que exigen una labor de integración, síntesis y actualización (Dwyer, Forsyth y Rao, 2000; Ritchie y Crouch, 2000; Dwyer y Kim, 2003; Mazanec, Wöber y Zins, 2007; Staskevičiūtė y Tamošiūnienė, 2010; Parra y Oreja, 2014; Koo, Shin, Gretzel, Hunter y Chung, 2016; Urrutia y Cuevas, 2016; Zehrer et al., 2017; Armenski, Dwyer y Pavluković, 2018). Por consiguiente, dada la importancia de la competitividad y de la TDC en países como España, el primer objetivo establece que:

Objetivo teórico 1 (OT1): Revisión y síntesis del marco teórico existente acerca de la competitividad en general y de la competitividad turística en particular.

Como primera hipótesis se establece que:

Hipótesis HT1: Sí es posible establecer un marco teórico más actualizado, sintético y claro para el estudio de la competitividad y la competitividad en turismo.

En segundo lugar, no hay en la literatura una abundante y sólida base teórica sobre la que se fundamente el modelo WEF (Crouch, 2007; Mazanec y Ring, 2011; Wu et al., 2012; Croes y Kubickova, 2013; Pulido y Rodríguez, 2016). No obstante existen algunos documentos académicos y estadísticos acerca del modelo para la medición de competitividad turística (TDC) elaborado por el WEF

212

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

(Chim-Miki, Zuñiga, Gonçalves y Medina, 2013; Croes y Kubickova, 2013; Webster e Ivanov, 2014; Kristjánsdóttir, 2016; Gómez-Vega y Picazo-Tadeo, 2019), Por tanto, el segundo objetivo teórico y su correspondiente hipótesis establecen que:

Objetivo teórico 2 (OT2): Integrar y aportar solidez teórica a los modelos de medición de la competitividad turística, especialmente del WEF.

Hipótesis HT2: Es posible aportar solidez e integrar los modelos de medición de la TDC, especialmente del modelo del WEF.

Desde el punto de vista *metodológico*, una de las críticas que recibe el modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) es que dicho modelo no ha sido validado por la comunidad científica y, además, ha sido calificado de excesivamente subjetivo (Crouch, 2007; Pulido y Rodríguez, 2016). No obstante, dicho modelo se utiliza en los estudios científicos y académicos de primer nivel, y sirve de soporte informativo para el desarrollo de los correspondientes informes estadísticos y memorias periódicas sobre competitividad turística (TDC). Desde un punto de vista estrictamente metodológico, en el modelo de Rasch la significatividad estadística se logra cuando existe ajuste o validez, fiabilidad y un elevado grado de unidimensionalidad. Particularmente, en el modelo de Rasch el *nivel de ajuste de los datos al modelo (también denominada validez)* respecto al constructo “competitividad turística (TDC)” se analiza tanto para países como para pilares. En caso de que fuera necesario incrementar el nivel de ajuste, es habitual localizar aquellos pilares y países que no se ajustan y valorar su posible eliminación. En este caso, los pilares constituyen las variables observadas (equivalentes a los ítems cuando se utiliza una escala) y los países son los

213

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

“sujetos” observados. A tenor de lo expuesto, el primer objetivo metodológico establece:

Objetivo metodológico 1 (OM1): Determinar, mediante el modelo de Rasch (1960, 1980), la significatividad estadística (validez, fiabilidad, dimensionalidad y nivel de ajuste de los datos) del constructo “competitividad turística (TDC)” del modelo del WEF en el año 2017.

Teniendo en cuenta el objetivo anterior, las siguientes hipótesis quedan redactadas del siguiente modo:

Hipótesis HM1: Existe ajuste de los datos de, al menos, un 75% respecto a los *pilares de competitividad turística* al modelo de Rasch en el año 2017.

Hipótesis HM2: Existen ajustes de los datos de, al menos, un 90% respecto a los *países* al modelo de Rasch en el año 2017.

Respecto a la fiabilidad (reproductibilidad) del modelo de medición de la competitividad turística del WEF, ésta es especialmente importante, tanto en el caso de países como de pilares. Con este análisis se podrá determinar si dicho modelo efectivamente se puede reproducir. Por tanto, las siguientes hipótesis se expresan como sigue:

Hipótesis HM3: Según el modelo de Rasch (1960, 1980), *sí existe fiabilidad* a nivel de pilares en los datos aportados por el modelo del WEF respecto al constructo “competitividad turística (TDC)” para el año 2017.

214

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

Hipótesis HM4: Según el modelo de Rasch (1960, 1980), *sí existe fiabilidad* a nivel de países en los datos aportados por el modelo del WEF respecto al constructo “competitividad turística (TDC)” para el año 2017.

Por su parte, según el modelo de Rasch (1960, 1980) los datos del conjunto del modelo (pilares y países) deben cumplir con el principio de unidimensionalidad, es decir, que los datos se refieren a un único constructo (Martín, 2004; Sanchez-Ruiz, Blanco y Marín-García, 2017). Dicho constructo es en este trabajo la “competitividad turística (TDC)”.

Hipótesis HM5: Según el modelo de Rasch (1960, 1980) *sí existe un grado suficiente de unidimensionalidad* en los datos aportados por el modelo del WEF respecto al constructo “competitividad turística (TDC)” para el año 2017.

Una vez planteado el objetivo metodológico relativo a la significatividad estadística de los datos (pilares y países), todos referidos al estudio 1 (E1) de esta tesis, a continuación se presentan varios objetivos prácticos propiamente dichos y relacionados con la competitividad turística (TDC) de España, todos correspondientes de manera exclusiva al estudio 2 (E2).

Como ya se ha mencionado, España ha liderado el ranking competitivo turístico en las dos últimas ediciones del informe *The Travel and Tourism Competitiveness Report* (Crotti y Misrahi, 2015, 2017). Identificar las fortalezas y debilidades del modelo turístico español (respecto a los pilares y al país España, en definitiva) relativos a dichos resultados es un aspecto *clave* para la gestión de la competitividad turística de España (Montero y Oreja, 2017). Para ello se aplicará un benchmarking de diagnóstico a España y a aquellos países que,

215

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

según los resultados que se obtengan de aplicar el modelo de Rasch a la muestra final (N=133), sean tan habilidosos como España para competir turísticamente y, por tanto, presenten niveles de competitividad turística (TDC) similares al de España. En este análisis, los pilares relativos a España se compararán con los pilares de los países más habilidosos. Por tanto, el siguiente objetivo y la siguiente hipótesis establecen lo siguiente:

Objetivo Práctico 1 (OP1): Analizar la competitividad turística mediante benchmarking (fortalezas/debilidades) de España en relación con los países con mayor nivel de TDC, según el modelo de Rasch, para el año 2017.

Teniendo en cuenta el objetivo anterior, la siguiente hipótesis establece:

Hipótesis HP1: Las fortalezas y las debilidades del modelo turístico español son diferentes a las de los modelos turísticos de los países con mayor nivel de TDC en, al menos, un 25%.

Continuando con los objetivos prácticos, se debe destacar que en la literatura académica hay autores que sugieren que según el modelo de WEF los países que se clasifican en función de su alto o bajo niveles de TDC no presentan similares datos en algunos pilares de su grupo de pertenencia (alta o baja TDC), como el nivel de vida o la renta per-cápita (Croes y Kubickova, 2013). Por tanto, para comprobar dichas afirmaciones y la relación que tiene la TDC con determinados indicadores de prosperidad económica y social en el caso de ambos grupos de países (alta o baja TDC), se considera relevante realizar las diferencias entre dichos grupos países en función de determinadas variables de clasificación. Entre dichas variables destacan el índice de competitividad del WEF (TTCI) para el año 2017, el número de llegadas de turistas internacionales, ingresos obtenidos del turismo internacional y la proporción que representan el

216

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

PIB y el empleo turísticos sobre el PIB total y el empleo total del país, respectivamente. Para llevar a cabo dicho análisis, en el modelo de Rasch se desarrolla el análisis del comportamiento diferencial de los ítems (análisis DIF-Ítem) (Oreja, 2015). Por tanto, el siguiente objetivo práctico y sus hipótesis establecen lo siguiente:

Objetivo Práctico 2 (OP2): Comprobar si existen diferencias de percepción de la competitividad turística (ítems/pilares, en definitiva) en función de determinadas variables de clasificación para el año 2017.

Hipótesis HP 2: *Sí existen* diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función del *índice de competitividad turística* del WEF (TTCI)

Hipótesis HP 3: *Sí existen* diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función del *número de llegadas de turistas internacionales* (País Sin Llegadas (PSL) < 3 millones de llegadas de turistas internacionales/ País Con Llegadas (PCL) > 3 millones de llegadas de turistas internacionales).

Hipótesis HP 4: *Sí existen* diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función del *nivel de ingresos por turismo internacional* (País Sin Ingresos (PSI) < 2 millones de US\$ en ingresos por turismo internacional / País Con Ingresos (PCI) > 2 millones de US\$ en ingresos por turismo internacional).

Hipótesis HP 5: *Sí existen* diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función de la *contribución del PIB turístico al PIB*

217

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

total (País con proporción baja de PIB turístico sobre PIB total (PPTB)< 4% / País con proporción alta de PIB turístico sobre PIB total (PPTA)> 4%).

Hipótesis HP 6: *Sí* existen diferencias significativas entre países con alta y baja TDC en función de la *proporción que representa el empleo turístico respecto al empleo total* (País con baja proporción de empleo turístico sobre empleo total (PETB)< 4% / País con alta proporción de empleo turístico respecto al empleo total (PETA)> 4%).

Como se observó en el marco teórico, tanto en la literatura como a nivel institucional (WEF, OMT...), diversos autores han resaltado la importancia de la competitividad turística (TDC) a nivel socioeconómico, profesional y académico (Ovcharov, Vasiljeva y Shirin, 2015; Zhou, Maumbe, Deng y Selin, 2015; Nikolic, Filipovic y Pokrajac, 2016; Siles, 2016; Gómez-Vega y Picazo-Tadeo, 2019). Para analizar la importancia cuantitativa que a nivel científico tiene la competitividad turística, el siguiente objetivo dicta que:

Objetivo Valorativo-actitudinal 1 (OVA1): Identificar la importancia cuantitativa que la competitividad turística (TDC) tiene en la literatura científica en términos bibliométricos.

En este punto es importante reseñar el papel de las editoriales en la literatura científica. En el ámbito académico hay materias interesantes sobre las que escribir. Sin embargo, la falta de atractivo editorial condiciona al investigador para elegir su línea de investigación. De este modo, son las editoriales las que, al controlar el canal editorial, deciden qué investigaciones serán publicadas y, por tanto, cuáles son los temas de actualidad sobre los que profundizar académicamente. Teniendo en cuenta el objetivo anterior, y la consideración por

218

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

parte de los organismos y los autores de la importancia que la competitividad turística (TDC) tiene como un factor clave para el desarrollo económico, las siguientes hipótesis se redactan del siguiente modo:

Hipótesis HVA1: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) según el número de publicaciones.

Hipótesis HVA2: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en función del país de origen de las publicaciones.

Hipótesis HVA3: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) a partir del tipo de publicación.

Como se puede observar, el conjunto de objetivos e hipótesis es integrado, pues incluye aspectos teóricos, metodológicos, prácticos y valorativos. Esto permitirá obtener una visión más completa y realista del campo objeto de estudio, es decir, la competitividad turística. Una vez presentados los objetivos e hipótesis de esta tesis, se continúan presentando los elementos de carácter metodológico.

4.4.- Software

En este trabajo se ha utilizado, además de las herramientas informáticas tradicionales (Word, Power Point, Excel), una aplicación informática para el tratamiento de los datos y el análisis de la información. Se trata del programa informático Winsteps 3.92.1, desarrollado por Linacre en 2018 (www.winsteps.com) en el ámbito exclusivo del modelo de Rasch. Con dicho software se han realizado todos los análisis, a excepción del bibliométrico, que se ha llevado a cabo con la herramienta estadística propia de Scopus.

219

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

4.5.- Instrumento de Medida

El instrumento utilizado en esta tesis para obtener la información ha sido la observación de una fuente secundaria de datos, más concretamente los datos elaborados por el WEF y obtenidos para el TCI del año 2017 en modo online a través de la página web del propio WEF (www.weforum.org).

En el año 2017, el TCI estaba compuesto por 4 subíndices que agrupaban a 14 pilares constituidos, a su vez, por 90 indicadores en total. Puesto que la metodología con la que el WEF calcula el TCI se reduce a realizar medias simples no ponderadas consecutivas, primero de indicadores, luego de pilares y, finalmente, de subíndices (Rodríguez, Rubio, Alonso y Celemín, 2016), la información final del TCI depende de la información de los indicadores, como ya se ha mencionado. Por esta razón, el proceso de recopilación de la información de los indicadores debe ser muy fiable y preciso.

Atendiendo a los indicadores utilizados para la elaboración del TCI del año 2017 (véase cuadro 28, págs. 136-137), éstos pueden ser cualitativos (SM) o cuantitativos (HM). Respecto a los indicadores de carácter cualitativo (SM), los cuales suponen el 35% del total, estos se obtienen de la *World Economic Forum's Executive Opinion Survey*³² y de encuestas elaboradas por otras instituciones. Las respuestas a las preguntas que componen la encuesta tipo Likert están valoradas entre 1 (la peor respuesta posible) y 7 (la mejor respuesta posible). Por su parte, la información relativa a los datos de naturaleza cuantitativa, que suponen el restante 65% de los indicadores, se recopilan de

³² Se pueden consultar las preguntas de la encuesta *World Economic Forum's Executive Opinion Survey* en el anexo.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

estadísticas oficiales de los diferentes países como, por ejemplo, los datos del Instituto Nacional de Estadística de España o de The World Bank. En este sentido, se debe recordar que todos los datos cuantitativos se someten a una fórmula para su homogeneización a una escala tipo Likert 1-7 (véase página 135) (Crotti y Misrahi, 2017).

Según el WEF, una vez recopilada la información referente a los indicadores se calcula el valor de los pilares. Este valor, como se ha comentado con anterioridad, es el resultado de calcular la media no ponderada de los indicadores que componen el pilar. Llegados a este punto se debe aclarar que, dentro de la base de datos del WEF para el TTCI del año 2017, existen países que carecen de datos en algunos indicadores. En este sentido, se puede afirmar que los indicadores con datos ausentes son muy escasos, no se consideran muy relevantes y en la mayor parte de los casos tendrían el valor mínimo de la escala (es decir, 1). Por tanto, a nivel individual no son excesivamente relevantes para la TDC de los países, y su consideración o extracción del análisis de la TDC no tendría efectos significativos sobre los resultados.

Por tanto, la información aportada por el WEF se refiere, en conjunto, a países y a pilares. Tal y como se presentó en el capítulo 3, la estructura del TTCI para el año 2017, y su correspondiente codificación, sería la siguiente:

221

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Tabla 6.- Instrumento de medida. Estructura y codificación

| Pilares de competitividad turística | Código |
|--|--------|
| Pilar 1.- Entorno empresarial | P1 |
| Pilar 2.- Seguridad y protección | P2 |
| Pilar 3.- Salud e higiene | P3 |
| Pilar 4.- RRHH y mercado laboral | P4 |
| Pilar 5.- Dotación de TIC's | P5 |
| Pilar 6.- Priorización del sector turístico | P6 |
| Pilar 7.- Apertura internacional | P7 |
| Pilar 8.- Competitividad-precio | P8 |
| Pilar 9.- Sostenibilidad ambiental | P9 |
| Pilar 10.- Infraestructura de transporte aéreo | P10 |
| Pilar 11.- Infraestructura terrestre y portuaria | P11 |
| Pilar 12.- Infraestructura de servicios turísticos | P12 |
| Pilar 13.- Recursos naturales | P13 |
| Pilar 14.- Recursos culturales y viajes de negocio | P14 |

Fuente: Adaptado de Crotti y Misrahi (2017)

Asimismo, y dado que la muestra de países analizados por el WEF no ha sido la misma desde el año 2007 hasta la actualidad, en el siguiente apartado se especifica, con detalle, cuáles son los países que componen la muestra a estudiar en este trabajo.

4.6.- Población y Muestra

La *población o universo* de estudio en esta tesis serán los países que componen la muestra de análisis del modelo de medición de la competitividad turística (TDC) del WEF publicado en el año 2017. Se ha elegido esta población por ser el último año del que existen datos. Los próximos datos, que son bianuales, se publicarán previsiblemente en el año 2020 y serán relativos a los años 2017 y 2018. En este sentido, debe recordarse que el WEF se refiere a países y naciones como *países*. Estos *países* hacen referencia a áreas económicas bien definidas y geográficamente independientes que, a pesar de no constituir en todos los casos estados en sí mismos (en la mayoría sí coincide),

222

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

cuentan con datos estadísticos individualizados e independientes que permiten la medición de la TDC (Crotti y Misrahi, 2017). Asimismo, y siguiendo a estos autores, el WEF agrupa geográficamente a los países en marco regiones y regiones para realizar análisis comparativos:

Cuadro 30.- Regiones geográficas del WEF

| Macro Región | Región | Países |
|---------------------------------|--------------------------------|---|
| Europa y Eurasia | Sur de Europa | España, Italia, Portugal, Grecia, Croacia, Malta, Turquía, Chipre |
| | Europa Occidental | Francia, Alemania, Reino Unido, Siza, Austria, Países Bajos, Bélgica, Irlanda, Luxemburgo, República Checa |
| | Norte de Europa | Noruega, Suecia, Islandia, Dinamarca, Finlandia, Estonia, Letonia, Lituania |
| | Los Balcanes y Europa del Este | Eslovenia, Bulgaria, Polonia, Hungría, Eslovaquia, Rumanía, Montenegro, Macedonia, Serbia, Albania, Bosnia y Herzegovina, Moldavia |
| | Eurasia | Rusia, Georgia, Azerbaiyán, Kazakstán, Armenia, Ucrania, Tayikistán, República de Kirguistán |
| Américas | América del Norte y Central | Estados Unidos, Canadá, México, Panamá, Costa Rica, Barbados, Jamaica, Trinidad y Tobago, República Dominicana, Guatemala, Honduras, Nicaragua, El Salvador |
| | América del Sur | Brasil, Chile, Argentina, Perú, Ecuador, Colombia, Uruguay, Bolivia, Venezuela, Paraguay |
| Oriente Medio y Norte de África | Oriente Medio | Emiratos Árabes unidos, Catar, Bahréin, Israel, Arabia Saudí, Omán, Jordania, República Islámica de Irán, Líbano, Kuwait, Yemen |
| | Norte de África | Marruecos, Egipto, Túnez, Argelia |
| África Subsahariana | Sur de África | Sudáfrica, Namibia, Bostwana, Zambia, Zimbabue, Lesoto |
| | África Oriental | Mauricio, Kenia, Tanzania, Ruanda, Uganda, Etiopía, Madagascar, Mozambique, Malawi, República Democrática del Congo, Burundi |
| | África Occidental | Cabo verde, Costa de Marfil, Senegal, Gambia, Gabón, Ghana, Camerún, Benín, Nigeria, Mali, Sierra Leona, Mauritania, Chad |
| Asia y el Pacífico | Asia Oriental y Pacífico | Japón, Australia, Hong Kong, China, Nueva Zelanda, República de Corea, Taiwán, Mongolia |
| | Sudeste de Asia | Singapur, Malasia, Tailandia, Indonesia, Sri Lanka, Vietnam, Filipinas, Laos, Camboya |
| | Sur de Asia | India, Bután, Nepal, Paquistán, Bangladesh |

Fuente: Crotti y Misrahi (2017)

La *población total* está constituida por 136 países (incluida España). Sin embargo, y para ambos estudios, en la *muestra final* se han eliminado 3 países (2.2%) (N=133) (véase cuadro 31). La diferencia entre la población universo y la muestra final obedece al hecho de que 3 países muestran datos ausentes en

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

cuanto a las variables económicas, utilizadas en la segunda parte del estudio 2 (E2) (Crotti y Misrahi, 2017). A pesar de la reducción, esta muestra de países, en la que se incluye España, puede considerarse representativa y suficiente. Según las recomendaciones de Linacre (1999, 2002), la muestra seleccionada de países (N=133) es representativa y suficiente porque el tamaño muestral es superior a los 50 sujetos.

En el caso del análisis mediante benchmarking se utilizará una selección de países y no todos los países. Esto se debe a que, dado que España es el sujeto de estudio en esta parte de la investigación, se requiere que los países con los que realizar el benchmarking tengan niveles de competitividad turística (TDC) mejores o similares al nivel de la TDC española. Estos niveles de TDC serán los que se obtengan tras la aplicación del modelo de Rasch.

Por otra parte, en este trabajo se utiliza la codificación internacional para formalizar la identificación de los países. Esta formalización es la que se utiliza en las estadísticas internacionales y de la que también hace uso el WEF (cuadro 31) (i.e. Blanke y Chiesa, 2007, 2008, 2009, 2011, 2013; Crotti y Misrahi, 2015, 2017).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 31.- Codificación muestra final países (N=133)

| País | Cód. | País | Cód. | País | Cód. | País | Cód. |
|------------------------|------|--------------------|------|----------------|------|----------------------|------|
| Albania | ALB | Dominican Republic | DOM | Lao PDR | LAO | Portugal | PRT |
| Algeria | DZA | Ecuador | ECU | Latvia | LVA | Qatar | QAT |
| Argentina | ARG | Egypt | EGY | Lebanon | LBN | Romania | ROM |
| Armenia | ARM | El Salvador | SLV | Lesotho | LSO | Russian Federation | RUS |
| Australia | AUS | Estonia | EST | Lithuania | LTU | Rwanda | RWA |
| Austria | AUT | Ethiopia | ETF | Luxembourg | LUX | Saudi Arabia | SAU |
| Azerbaijan | AZE | Finland | FIN | Macedonia, FYR | MKD | Senegal | SEN |
| Bahrain | BHR | France | FRA | Madagascar | MDG | Serbia | SER |
| Bangladesh | BGD | Gabon | GAB | Malawi | MWI | Sierra Leone | SLE |
| Barbados | BRB | Gambia, The | GMB | Malaysia | MYS | Singapore | SGP |
| Belgium | BEL | Georgia | GEO | Mali | MLI | Slovak Republic | SVK |
| Benin | BEN | Germany | DEU | Malta | MLT | Slovenia | SVN |
| Bolivia | BOL | Ghana | GHA | Mauritius | MUS | South Africa | ZAF |
| Bosnia and Herzegovina | BIH | Greece | GRC | Mexico | MEX | Spain | ESP |
| Botswana | BWA | Guatemala | GTM | Moldova | MDA | Sri Lanka | LKA |
| Brazil | BRA | Honduras | HND | Mongolia | MNG | Sweden | SWE |
| Bulgaria | BGR | Hong Kong SAR | HKG | Montenegro | MNT | Switzerland | CHE |
| Burundi | BDI | Hungary | HUN | Morocco | MAR | Taiwan, China | TWN |
| Cambodia | KHM | Iceland | ISL | Mozambique | MOZ | Tanzania | TZA |
| Cameroon | CMR | India | IND | Namibia | NAM | Thailand | THA |
| Canada | CAN | Indonesia | IDN | Nepal | NPL | Trinidad and Tobago | TTO |
| Cape Verde | CPV | Iran, Islamic Rep. | IRN | Netherlands | NLD | Tunisia | TUN |
| Chad | TCD | Ireland | IRL | New Zealand | NZL | Turkey | TUR |
| Chile | CHL | Israel | ISR | Nicaragua | NIC | Uganda | UGA |
| China | CHN | Italy | ITA | Nigeria | NGA | Ukraine | UKR |
| Colombia | COL | Jamaica | JAM | Norway | NOR | United Arab Emirates | ARE |
| Congo, Democratic Rep. | ZAR | Japan | JPN | Oman | OMN | United Kingdom | GBR |
| Costa Rica | CRI | Jordan | JOR | Pakistan | PAK | United States | USA |
| Côte d'Ivoire | CIV | Kazakhstan | KAZ | Panama | PAN | Uruguay | URY |
| Croatia | HRV | Kenya | KEN | Paraguay | PRY | Venezuela | VEN |
| Cyprus | CYP | Korea, Rep. | KOR | Peru | PER | Vietnam | VNM |
| Czech Republic | CZE | Kuwait | KWT | Philippines | PHL | Yemen | YEM |
| Denmark | DNK | Kyrgyz Republic | KGZ | Poland | POL | Zambia | ZMB |
| | | | | | | Zimbabwe | ZWE |

Fuente: Crotti y Misrahi (2017)

225

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

En el siguiente capítulo se procederá a explicar detalladamente los análisis y los resultados obtenidos en cada estudio.

4.7.- Síntesis de Cronología y Procedimiento

A continuación se presenta, de manera sintética, el procedimiento seguido para la realización de esta tesis:

a) *Diciembre 2014 a junio 2016*

- Búsqueda de información bibliográfica
- Realización del marco teórico básico
- Determinación de objetivos e hipótesis básicas
- Determinación de muestras
- Análisis base de datos

b) *Julio 2016 a diciembre 2017*

- Desarrollo del marco teórico
- Determinación de muestras
- Análisis de base de datos

c) *Enero 2018 a noviembre 2019*

- Desarrollo del marco teórico
- Determinación de objetivos e hipótesis finales
- Análisis de resultados
- Conclusiones
- Elaboración del documento de la tesis

226

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

Capítulo 5.-

Análisis y Resultados

227

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

5.0.- Introducción

En este capítulo se describen, en primer lugar, los análisis realizados, y en segundo lugar se exponen los resultados obtenidos conforme a la metodología de Rasch y los objetivos planteados en el capítulo anterior. También se incluye una pequeña discusión. Con ello se pretende facilitar al lector el seguimiento del proceso realizado en cada estudio recordando, asimismo, que la variable latente, común a ambos estudios, será la “competitividad turística (TDC)”. El contenido de este capítulo servirá para el desarrollo del capítulo de conclusiones.

En esta tesis doctoral hay tres estudios en total:

- a) El estudio 1 (E1) está relacionado con el objetivo metodológico y consiste en el análisis de la significatividad estadística, según el modelo de Rasch, del modelo WEF para la medición de la competitividad turística.
- b) Por su parte, el estudio 2 (E2) se relaciona con los objetivos prácticos 1 y 2 (OP1 y OP2). El primer objetivo práctico (OP1) consiste en analizar las fortalezas y debilidades del modelo turístico español con respecto a aquellos países de la muestra que, según el modelo de Rasch, tienen niveles de competitividad turística similares o mejores al nivel de España. El segundo objetivo práctico (OP2) hace referencia al estudio de las posibles diferencias que, respecto a los pilares, puedan existir entre grupos de países, creados a partir de variables de discriminación.

Por último, el tercer estudio está relacionado con el objetivo valorativo/actitudinal (OVA). Mediante este objetivo, vinculado a los estudios 1 y

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

2 (E1 y E2), se analizará la importancia de la competitividad turística en la literatura científica a través del análisis bibliométrico.

5.1.- Resultados del Estudio 1 (objetivo OM1): La Significatividad Estadística del Modelo WEF

Esta primera investigación tiene como objetivo general (OM1) determinar la significatividad estadística del modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC), del cual se obtiene el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCI). Para conseguirlo, se llevarán a cabo los análisis de ajuste (validez), así como el análisis de la fiabilidad (reproductibilidad) y de dimensionalidad de la variable latente “competitividad turística (TDC)” en el año 2017. Además, y con carácter previo, se llevará a cabo el análisis de las categorías del instrumento de medida utilizado en este trabajo.

La información acerca de los pilares competitivos y de los países es la que el WEF ha utilizado para la elaboración del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (TTCI) del año 2017 y que está disponible online a través del enlace www.weforum.org. Como ya se comentó con anterioridad, la población total estará constituida por 136 países, siendo la muestra final de 133 países (N=133).

5.1.1.- Análisis de las Categorías (objetivo OM1)

Para optimizar el análisis del instrumento de medida y evaluar su adecuación para el logro de los objetivos planteados, Linacre (2002a) propone 8 directrices (Martínez, 2014). Estas directrices se aplican a las categorías de respuestas de los ítems, pilares para este trabajo, que el WEF establece entre 1 y 7 (véase capítulo 3).

229

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

a) **Correlación positiva y superior al 30%:** la primera directriz indica que se deben comprobar los indicadores de correlación y confirmar tanto su signo como su valor. De este modo, se debe asegurar que la correlación entre los ítems (pilares) es positiva y, además, que la fuerza de esta correlación es adecuada, con valores iguales o superiores al 30%. Esto implica aceptar que los pilares representan a una sola variable latente [competitividad turística (TDC)] que, como ya se ha comentado, es un supuesto básico del modelo de Rasch.

Tabla 7.- Correlación de los 14 pilares (N=133)

| ENTRY NUMBER | TOTAL SCORE | TOTAL COUNT | MEASURE | MODEL S.E. | INFINIT MNSQ | OUTFIT ZSTD | PTMEASUR-AL EXACT MATCH | CORR | EXP. | OBS% | EXP% | ITEM | |
|--------------|-------------|-------------|---------|------------|--------------|-------------|-------------------------|------|------|------|------|------|-----|
| 8 | 646 | 133 | -1.17 | .11 | 1.86 | 5.6 | 2.03 | 6.5 | -.28 | .61 | 34.6 | 48.5 | P8 |
| 13 | 432 | 133 | 1.14 | .10 | 1.49 | 3.7 | 1.49 | 3.7 | .38 | .66 | 33.1 | 42.6 | P13 |
| 9 | 557 | 133 | -.15 | .10 | .69 | -2.9 | .70 | -2.7 | .47 | .64 | 55.6 | 44.8 | P9 |
| 2 | 688 | 133 | -1.71 | .12 | 1.12 | 1.0 | 1.11 | .9 | .55 | .59 | 48.1 | 49.9 | P2 |
| 1 | 596 | 133 | -.58 | .11 | .61 | -3.6 | .64 | -3.3 | .61 | .62 | 49.6 | 46.1 | P1 |
| 14 | 304 | 133 | 2.59 | .11 | 2.40 | 8.2 | 2.12 | 6.9 | .64 | .61 | 39.1 | 49.5 | P14 |
| 6 | 603 | 133 | -.66 | .11 | .65 | -3.2 | .65 | -3.2 | .65 | .62 | 48.1 | 46.4 | P6 |
| 7 | 425 | 133 | 1.21 | .10 | .61 | -3.8 | .60 | -3.9 | .70 | .66 | 58.6 | 43.4 | P7 |
| 3 | 685 | 133 | -1.67 | .12 | 1.43 | 3.1 | 1.37 | 2.8 | .71 | .59 | 43.6 | 49.9 | P3 |
| 4 | 613 | 133 | -.77 | .11 | .29 | -8.1 | .31 | -7.8 | .79 | .62 | 71.4 | 47.0 | P4 |
| 11 | 459 | 133 | .86 | .10 | .63 | -3.6 | .65 | -3.4 | .83 | .66 | 52.6 | 42.7 | P11 |
| 10 | 406 | 133 | 1.41 | .10 | .76 | -2.1 | .74 | -2.3 | .84 | .66 | 57.1 | 44.1 | P10 |
| 12 | 544 | 133 | -.01 | .10 | .88 | -1.0 | .91 | -.7 | .87 | .64 | 43.6 | 44.2 | P12 |
| 5 | 590 | 133 | -.51 | .11 | .62 | -3.5 | .61 | -3.6 | .89 | .62 | 54.1 | 45.8 | P5 |
| MEAN | 539.1 | 133.0 | .00 | .11 | 1.00 | -.7 | 1.00 | -.7 | | | 49.2 | 46.1 | |
| P.SD | 111.6 | .0 | 1.22 | .01 | .57 | 4.3 | .54 | 4.1 | | | 9.9 | 2.5 | |

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla 7, las correlaciones en 13 de los 14 pilares son positivas y superiores al 30%. En este sentido, el pilar con correlación negativa no se extraerá del análisis porque no genera distorsión y, por el contrario, aporta información. Este pilar se refiere a la competitividad-precio y el sentido inverso de su comportamiento está justificado.

b) **Cada categoría debe incluir, al menos, 10 observaciones:** esta directriz puede apreciarse en la columna "FRECUENCIA" (recuadro rojo).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

En función de la información de la tabla 7, esta directriz se incumple para varios pilares y, por tanto, esta directriz no se cumple plenamente.

- c) **Distribución regular de las observaciones:** una distribución uniforme de las observaciones indica que la categoría es óptima para la realización de las calibraciones. Por el contrario, la presencia de irregularidades en las frecuencias de las observaciones puede conducir a un desarrollo aberrante de las categorías. En este sentido, los valores extremos en la distribución de frecuencias, señalados en verde en la tabla anterior, son una evidencia de la presencia de irregularidades. Sin embargo, cuando estos valores extremos pertenecen a las categorías extremas (1 y 7) o a la categoría central (4) no deben identificarse como irregularidades (Linacre, 2002a). Por lo tanto, en general esta directriz se cumple.
- d) **Los promedios de los países que eligen las categorías crecen monotónicamente:** las medidas *medias* que genera el modelo de Rasch (1960, 1980) deben crecer de manera monotónica porque si no, la utilidad de las medidas obtenidas no sería fiable. Según Martínez (2014), las medidas medias son un indicador del contexto empírico en el que la categoría es usada. Por lo general, las medidas más altas son las que producen las observaciones más altas. Cuando esto no sucede, el programa Winsteps 3.92.1 señala estos casos (“*”), como pueden apreciarse señalados en azul en la tabla 8. Esta directriz generalmente se cumple.

231

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Tabla 8.- Datos de las categorías de los pilares (N=133)

| CATEGORÍA | FRECUENCIA | % | MEDIA |
|-----------|------------|----|----------|
| 1 | 46 | 35 | -.72 |
| 2 | 47 | 35 | -.14 |
| 3 | 22 | 17 | .61 |
| 4 | 4 | 3 | 1.00 P14 |
| 5 | 6 | 5 | .82* |
| 6 | 4 | 3 | 1.31 |
| 7 | 4 | 3 | 1.61 |
| 1 | 3 | 2 | -1.63 |
| 2 | 58 | 44 | -.81 |
| 3 | 29 | 22 | .06 |
| 4 | 21 | 16 | -.69 P10 |
| 5 | 17 | 13 | 1.31 |
| 6 | 4 | 3 | 1.47 |
| 7 | 1 | 1 | 1.65 |
| 1 | 1 | 1 | -2.12 |
| 2 | 36 | 27 | -.91 |
| 3 | 39 | 29 | -.34 P7 |
| 4 | 50 | 38 | .74 |
| 5 | 7 | 5 | .71* |
| 2 | 39 | 29 | -.40 |
| 3 | 43 | 32 | -.28 |
| 4 | 32 | 24 | -.27 P13 |
| 5 | 17 | 13 | .71 |
| 6 | 2 | 2 | .43* |
| 2 | 30 | 23 | -1.13 |
| 3 | 49 | 37 | -.37 |
| 4 | 26 | 20 | .50 P11 |
| 5 | 20 | 15 | 1.03 |
| 6 | 8 | 6 | 1.57 |
| 2 | 18 | 14 | -1.40 |
| 3 | 30 | 23 | -.72 |
| 4 | 31 | 23 | -.17 |
| 5 | 33 | 25 | .55 P12 |
| 6 | 18 | 14 | 1.26 |
| 7 | 3 | 2 | 1.82 |
| 3 | 13 | 10 | -.58 |
| 4 | 85 | 64 | -.28 P9 |
| 5 | 32 | 24 | .64 |
| 6 | 3 | 2 | 1.57 |
| 2 | 8 | 6 | -1.72 |
| 3 | 21 | 16 | -1.03 |
| 4 | 38 | 29 | -.49 P5 |
| 5 | 37 | 28 | .28 |
| 6 | 29 | 22 | 1.29 |
| 2 | 1 | 1 | -1.18 |
| 3 | 6 | 5 | -.70 |
| 4 | 67 | 50 | -.54 P1 |
| 5 | 46 | 35 | .42 |
| 6 | 13 | 10 | 1.26 |
| 2 | 2 | 2 | -1.96 |
| 3 | 14 | 11 | -1.38 |
| 4 | 42 | 32 | -.36 P6 |
| 5 | 61 | 46 | .33 |
| 6 | 14 | 11 | .88 |
| 3 | 4 | 3 | -1.78 |
| 4 | 56 | 42 | -.77 |
| 5 | 61 | 46 | .45 P4 |
| 6 | 12 | 9 | 1.42 |
| 3 | 4 | 3 | 1.00 |
| 4 | 34 | 26 | .42* |
| 5 | 73 | 55 | -.28* P8 |
| 6 | 21 | 16 | -.16* |
| 7 | 1 | 1 | -.56* |
| 2 | 2 | 2 | -1.59 |
| 3 | 16 | 12 | -1.28 |
| 4 | 16 | 12 | -.85 |
| 5 | 39 | 29 | -.15 P3 |
| 6 | 46 | 35 | .53 |
| 7 | 14 | 11 | .90 |
| 3 | 9 | 7 | -1.08 |
| 4 | 21 | 16 | -.53 |
| 5 | 44 | 33 | -.45 P2 |
| 6 | 56 | 42 | .55 |
| 7 | 3 | 2 | 1.16 |

Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

- e) **OUTFIT inferior a 2:** valores de outfit superiores a 2 indican que las observaciones del pilar están aportando al modelo más ruido que información. A partir de la información de la tabla 7, y señalada en azul, esta directriz se incumple en los pilares 8 y 14 y no en los otros 12 pilares.
- f) **Incremento ordenado y ascendente de los pasos de una categoría a otra:** el crecimiento desordenado entre categorías se conoce como *desorden de paso*. Este desorden indica que las calibraciones de paso entre categorías están desordenadas. Esto es indicativo de que una categoría representa un segmento muy pequeño de la variable latente, se corresponde con un concepto mal definido o no comprendido por los sujetos encuestados.

En este sentido, se espera que el indicador “Andrich Threshold”, que indica la calibración de paso, aumente de manera regular conforme se pasa de una categoría inferior a otra inmediatamente superior. Si dicho indicador no aumenta cuando se avanza entre categorías, esto indica “desorden delta” y dificultad para observar la categoría *desordenada*. A partir de la información de la tabla 9, esta directriz se cumple en su totalidad:

Tabla 9.- Andrich Threshold (N=133)

| CATEGORIA | ANDRICH THRESHOLD |
|-----------|-------------------|
| 1 | --- |
| 2 | -4.01 |
| 3 | -1.72 |
| 4 | -1.11 |
| 5 | .44 |
| 6 | 2.07 |
| 7 | 4.33 |

Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

- g) **Coherencia: las posiciones implican medidas y las medidas implican posiciones:** En la tabla 10 se recogen los parámetros $M \rightarrow C$ (la medida implica la categoría), que informa del porcentaje de las medidas que se esperaba produjeran las observaciones en una categoría y que así ha sido. Este parámetro ($M \rightarrow C$) hace referencia a la coherencia entre la escala y la muestra. El parámetro $C \rightarrow M$ (la categoría implica la medida) expresa el porcentaje de las observaciones que corresponden a una categoría que fueron producidas por medidas correspondientes a esa categoría. Este parámetro, por su parte, indica el grado de coherencia entre la categoría que implica la medida. Estos datos deben ser, al menos, del 40%.

Tabla 10.- Coherencia (N=133)

| CATEGORY LABEL | STRUCTURE | | SCORE-TO-MEASURE | | | 50% CUM. PROBABILITY | COHERENCE | | ESTIM | |
|----------------|-----------|------|------------------|-------|------------|----------------------|-----------|------|--------|----------|
| | MEASURE | S.E. | AT | CAT. | ---ZONE--- | | M->C | C->M | RMSR | DISCR |
| 1 | NONE | | (-5.18) | -INF | -4.24 | | 100% | 10% | .9664 | 1 |
| 2 | -4.01 | .16 | -3.00 | -4.24 | -2.14 | -4.10 | 58% | 45% | .8480 | 1.22 2 |
| 3 | -1.72 | .09 | -1.48 | -2.14 | -.87 | -1.98 | 41% | 50% | .8038 | 1.32 3 |
| 4 | -1.11 | .07 | -.23 | -.87 | .49 | -.95 | 52% | 58% | .6742 | 1.12 4 |
| 5 | .44 | .06 | 1.30 | .49 | 2.20 | .46 | 49% | 58% | .6834 | .84 5 |
| 6 | 2.07 | .08 | 3.26 | 2.20 | 4.56 | 2.14 | 46% | 28% | .9655 | .87 6 |
| 7 | 4.33 | .21 | (5.50) | 4.56 | +INF | 4.42 | 0% | 0% | 2.0124 | .82 7 |

Fuente: Elaboración propia

En función de la información de la tabla 10, esta directriz se incumple en 3 de 14 posibilidades (2x7), por lo que se considera que existe coherencia suficiente.

- h) **Las dificultades de paso avanzan en, al menos, un logit:** En una escala de seis categorías es necesario que haya una diferencia de, como mínimo, un logit entre una categoría y otra. En la tabla 9 se observa que en el paso de la categoría 2 a la 3 hay 2.29 logits; de la categoría 3 a la 4 hay 0.61 logits de diferencia; de la 4 a la 5, la diferencia es de 0.67 logits, entre la

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

categoría 5 y la 6 hay 1.63 logits de diferencia y, por último, entre las categorías 6 y 7, la diferencia es de 2.26 logits. Por tanto, esta directriz, en general, se cumple.

- i) **Las dificultades de los pasos de categorías son inferiores a 5 logits:** todas las distancias de paso entre una categoría y la siguiente categoría son inferiores a 5 logits, como puede verse en la tabla 9. En consecuencia, esta directriz se cumple plenamente.

Respecto al análisis de categorías se puede afirmar que, en general, se cumplen las directrices propuestas por Linacre (2002a). Por tanto, conviene aceptar que el diseño de las categorías es adecuado.

5.1.2.- Ajuste, Fiabilidad y Unidimensionalidad del Modelo WEF (objetivo OM1)

En el contexto del modelo de Rasch (1960, 1980), la significatividad estadística de los datos se comprueba analizando el ajuste (validez), la reproductibilidad (fiabilidad) y la unidimensionalidad (Rasch, 1961; Andersen, 1977; Andrich, 1978b, 1988a, 1988b).

5.1.2.1.- Ajuste de los datos al modelo de Rasch

En el modelo de Rasch (1960, 1980) *son los datos los que deben ajustarse al modelo*, y no al revés (Rosa, Oreja, González y Arbelo, 2007; Montero y Oreja, 2008, 2010b, 2010a; Hizwan, Kamin y Sukri, 2018). En este sentido se debe tener en cuenta, como sugieren Bond y Fox (2001, 2007) y Acosta (2014) que el

235

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

ajuste de los datos al modelo de Rasch nunca será perfecto. Para efectuar el diagnóstico de ajuste, tanto en países como en pilares, se utilizan dos estadísticos principales: los estadísticos de ajuste interno y externo, INFIT y OUTFIT respectivamente (Brites, 2011). Estos estadísticos son las medias de los residuos, es decir, las medias de la diferencia entre las puntuaciones observadas y las estimadas por el modelo (Oreja, 2005, 2015). Estos estadísticos se expresan a través de las medias cuadráticas no estandarizadas de los residuos (MNSQ) (Ravelo, Moreno, Deoula y Díaz, 2011). De este modo, el estadístico INFIT refleja el ajuste interno de las observaciones al modelo y es especialmente sensible al comportamiento inesperado que presentan las observaciones de aquellos pilares cuya dificultad está próxima a la de la habilidad del sujeto. Es decir, el estadístico INFIT informa de los desajustes en los residuos cerca de la zona de medición del ítem y su nombre es la abreviatura de “ajuste con información ponderada” (Martínez, 2014). Por su parte, el estadístico OUTFIT muestra el ajuste externo de las observaciones al modelo y es sensible al comportamiento inesperado de las observaciones de los pilares cuyo nivel de dificultad está alejado de la habilidad del sujeto. Es decir, el estadístico OUTFIT informa de los desajustes de los residuos lejos de la zona de medición del ítem y su nombre es una abreviatura de “ajuste sensible a los casos atípicos” (Tristán, 2001; Martínez, 2014).

Según Linacre (2019), los valores de INFIT y OUTFIT que se consideran aceptables son aquellos que se encuentran en el intervalo 0.5-1.5, para las medias MSNQ, y para las varianzas normalizadas ZSTD estos valores deberían situarse en el intervalo +/-2. En este caso, la validez de los datos se confirma al obtener valores próximos a la unidad en las medias MSNQ (véase tabla 11,

236

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

señalados en rojo). Estos resultados (1.00 y 1.00 para los países; 1.00 y 1.00 para los pilares, respectivamente) permiten asegurar que las medidas que genera el modelo son globalmente válidas para extraer conclusiones.

Tabla 11- Validez y fiabilidad global de las medidas.

| RESUMEN DE 133 PAÍSES MEDIDOS | | | | | | | | | |
|---|-------------|---------|---------|-----------------|--------------------|------|-------------|------|--|
| | TOTAL SCORE | COUNT | MEASURE | MODEL S.E. | INFIT MNSQ | ZSTD | OUTFIT MNSQ | ZSTD | |
| MEAN | 56.8 | 14.0 | -.04 | .33 | 1.00 | -.1 | 1.00 | -.1 | |
| P. SD | 9.3 | .0 | 1.00 | .01 | .56 | 1.4 | .53 | 1.3 | |
| S. SD | 9.3 | .0 | 1.00 | .01 | .56 | 1.4 | .54 | 1.3 | |
| MAX. | 76.0 | 14.0 | 2.18 | .37 | 3.22 | 4.0 | 3.19 | 3.9 | |
| MIN. | 37.0 | 14.0 | -2.12 | .32 | .28 | -2.7 | .29 | -2.6 | |
| REAL RMSE | .37 | TRUE SD | .93 | SEPARATION 2.54 | PERSON RELIABILITY | .87 | | | |
| MODEL RMSE | .33 | TRUE SD | .94 | SEPARATION 2.85 | PERSON RELIABILITY | .89 | | | |
| S.E. OF PERSON MEAN = .09 | | | | | | | | | |
| PERSON RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = 1.00 | | | | | | | | | |
| CRONBACH ALPHA (KR-ZU) PERSON RAW SCORE "TEST" RELIABILITY = .88 SEM = 3.15 | | | | | | | | | |

| RESUMEN DE 14 PILARES MEDIDOS | | | | | | | | | |
|---|-------------|---------|---------|------------------|------------------|------|-------------|------|--|
| | TOTAL SCORE | COUNT | MEASURE | MODEL S.E. | INFIT MNSQ | ZSTD | OUTFIT MNSQ | ZSTD | |
| MEAN | 539.1 | 133.0 | .00 | .11 | 1.00 | -.7 | 1.00 | -.7 | |
| P. SD | 111.6 | .0 | 1.22 | .01 | .57 | 4.3 | .54 | 4.1 | |
| S. SD | 115.9 | .0 | 1.27 | .01 | .59 | 4.4 | .56 | 4.3 | |
| MAX. | 688.0 | 133.0 | 2.59 | .12 | 2.40 | 8.2 | 2.12 | 6.9 | |
| MIN. | 304.0 | 133.0 | -1.71 | .10 | .29 | -8.1 | .31 | -7.8 | |
| REAL RMSE | .12 | TRUE SD | 1.22 | SEPARATION 10.12 | ITEM RELIABILITY | .99 | | | |
| MODEL RMSE | .11 | TRUE SD | 1.22 | SEPARATION 11.36 | ITEM RELIABILITY | .99 | | | |
| S.E. OF ITEM MEAN = .34 | | | | | | | | | |
| ITEM RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = -1.00 | | | | | | | | | |
| Global statistics: please see Table 44. | | | | | | | | | |
| UMEAN=.0000 USCALE=1.0000 | | | | | | | | | |

Fuente: Elaboración propia

El modelo de Rasch también permite evaluar la calidad estadística del modelo a través de los cálculos de reproductibilidad o fiabilidad (Montero y Oreja, 2005a, 2005b, 2010b, 2010a; Veas et al., 2016). Según estos autores, el análisis de la fiabilidad permite averiguar si las medidas que se obtienen al aplicar el instrumento de medida, tanto en el caso de países como de pilares, son fiables, consistentes, reproducibles y precisas. En el modelo de Rasch, el diagnóstico de la fiabilidad se realiza combinando el Alpha de Cronbach (que es un indicador

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

complementario) con unos indicadores específicos de reproducibilidad, denominados "reliability". El rango establecido para el índice de fiabilidad se sitúa entre 0.00 y 1.00, de tal modo que cuanto más próximo a 1.00 sea el valor obtenido mayor precisión tendrá la medición realizada (Ravelo, Moreno y Díaz, 2014). Teniendo en cuenta que la fiabilidad refleja el nivel de error entre los datos originales y las medidas (logits) que aporta el modelo (Oreja, 2015), se puede afirmar que el nivel de fiabilidad, señalado en azul en la tabla 11, es elevado tanto para las medidas de los países (0,87) como de las medidas de los pilares (0,99) para el año 2017 (Linacre, 2019). Estos resultados son muy similares a los obtenidos mediante el indicador Alpha.

Respecto al resto de indicadores de la tabla 11 se puede decir (i) los errores son reducidos (recuadro violeta), (ii) las correlaciones de medidas y datos de pilares y países tienen un valor de -1 y 1 (recuadro verde), respectivamente, y (iii) los niveles de separación indican que existe una amplia casuística (recuadro amarillo).

Sin embargo, y a pesar de que las medidas obtenidas tras la aplicación del modelo ajustan globalmente, se debe analizar si existen desajustes por parte de los pilares o por parte de los países (Montero y Oreja, 2017). En este sentido, la información para el análisis en detalle de los pilares puede verse a continuación:

238

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Tabla 12.- Jerarquización de los pilares de TDC³³

| ESTADÍSTICAS DE LOS PILARES: ORDEN DE MEDIDA | | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------|-------------|---------|------------|------------|------|-------------|------|---------------|--------|------------|------------|------|
| ENTRY NUMBER | TOTAL SCORE | TOTAL COUNT | MEASURE | MODEL S.E. | INFIT MNSQ | ZSTD | OUTFIT MNSQ | ZSTD | PTMEASUR-CORR | AL-EXP | EXACT OBS% | MATCH EXP% | ITEM |
| 14 | 304 | 133 | 2.59 | .11 | 2.40 | 8.2 | 2.12 | 6.9 | .64 | .61 | 39.1 | 49.5 | P14 |
| 10 | 406 | 133 | 1.41 | .10 | .76 | -2.1 | .74 | -2.3 | .84 | .66 | 57.1 | 44.1 | P10 |
| 7 | 425 | 133 | 1.21 | .10 | .61 | -3.8 | .60 | -3.9 | .70 | .66 | 58.6 | 43.4 | P7 |
| 13 | 432 | 133 | 1.14 | .10 | 1.49 | 3.7 | 1.49 | 3.7 | .38 | .66 | 33.1 | 42.6 | P13 |
| 11 | 459 | 133 | .86 | .10 | .63 | -3.6 | .65 | -3.4 | .83 | .66 | 52.6 | 42.7 | P11 |
| 12 | 544 | 133 | -.01 | .10 | .88 | -1.0 | .91 | -.7 | .87 | .64 | 43.6 | 44.2 | P12 |
| 9 | 557 | 133 | -.15 | .10 | .69 | -2.9 | .70 | -2.7 | .47 | .64 | 55.6 | 44.8 | P9 |
| 5 | 590 | 133 | -.51 | .11 | .62 | -3.5 | .61 | -3.6 | .89 | .62 | 54.1 | 45.8 | P5 |
| 1 | 596 | 133 | -.58 | .11 | .61 | -3.6 | .64 | -3.3 | .61 | .62 | 49.6 | 46.1 | P1 |
| 6 | 603 | 133 | -.66 | .11 | .65 | -3.2 | .65 | -3.2 | .65 | .62 | 48.1 | 46.4 | P6 |
| 4 | 613 | 133 | -.77 | .11 | .29 | -8.1 | .31 | -7.8 | .79 | .62 | 71.4 | 47.0 | P4 |
| 8 | 646 | 133 | -1.17 | .11 | 1.86 | 5.6 | 2.03 | 6.5 | -.28 | .61 | 34.6 | 48.5 | P8 |
| 3 | 685 | 133 | -1.67 | .12 | 1.43 | 3.1 | 1.37 | 2.8 | .71 | .59 | 43.6 | 49.9 | P3 |
| 2 | 688 | 133 | -1.71 | .12 | 1.12 | 1.0 | 1.11 | .9 | .55 | .59 | 48.1 | 49.9 | P2 |
| MEAN | 539.1 | 133.0 | .00 | .11 | 1.00 | -.7 | 1.00 | -.7 | | | 49.2 | 46.1 | |
| P.SD | 111.6 | .0 | 1.22 | .01 | .57 | 4.3 | .54 | 4.1 | | | 9.9 | 2.5 | |

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla, los pilares aparecen ordenados de menor a mayor puntuación (TOTAL SCORE), de tal forma que el pilar de competitividad turística que más puntuación ha obtenido, y por tanto es el pilar más presente (de menor dificultad estrictamente hablando en el contexto del modelo de Rasch) en el conjunto de países, es el pilar 2 (Seguridad y protección). Por el contrario, el pilar 14 (Recursos culturales y viajes de negocio) es el pilar de competitividad turística que menos puntuación ha obtenido, es decir, es el pilar “de menor presencia” en el conjunto de países. En función de la información de la tabla 12, se puede apreciar que no se observan desajustes destacados, excepto en el pilar 8 (Competitividad-precio). Atendiendo a la información del recuadro rojo, y aunque los niveles de OUTFIT son próximos a los recomendados por Linacre, el pilar 8 presenta un valor negativo en su PTMA CORR (*Point-Measure Correlation*), que muestra el sentido inverso e intensidad de la relación entre el pilar y la variable latente, así como un cierto desajuste entre los valores observados y los

³³ Nótese que esta tabla ya había aparecido con anterioridad (tabla 2). Esta vez la tabla aparece ordenada en función de la puntuación total obtenida por los pilares.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

esperados. Esta circunstancia es previsible, ya que cuanto mayor sea la puntuación obtenida en este pilar, menor será el nivel de competitividad turística (TDC) del país.

Para el caso de los países, en la tabla siguiente se presenta una selección de 20 países, es decir, los 10 países con mayor nivel de TDC y los 10 países con menor nivel de TDC según el modelo de Rasch:

Tabla 13.- Los 20 países con más y menos competitividad turística (TDC)³⁴

| ESTADÍSTICAS DE LOS PAÍSES: ORDEN DE MEDIDA | | | | | | | | | | | | | |
|---|-------------|-------------|---------|------------|------------|-------------|------------------|-------------------|------|------|------|--------|-----|
| ENTRY NUMBER | TOTAL SCORE | TOTAL COUNT | MEASURE | MODEL S.E. | INFIT MNSQ | OUTFIT ZSTD | PTMEASUR-AL MNSQ | EXACT MATCH CORR. | EXP. | OBS% | EXP% | PERSON | |
| 113 | 76 | 14 | 2.18 | .37 | 2.52 | 2.9 | 2.18 | 2.5 | .00 | .68 | 50.0 | 52.6 | ESP |
| 41 | 75 | 14 | 2.04 | .37 | 2.79 | 3.3 | 2.54 | 3.0 | -.14 | .68 | 28.6 | 51.4 | FRA |
| 45 | 75 | 14 | 2.04 | .37 | 1.85 | 1.9 | 1.76 | 1.8 | .27 | .68 | 35.7 | 51.4 | DEU |
| 116 | 74 | 14 | 1.91 | .36 | 1.76 | 1.7 | 1.98 | 2.2 | .58 | .68 | 42.9 | 50.7 | CHE |
| 126 | 73 | 14 | 1.78 | .36 | 2.29 | 2.6 | 2.32 | 2.7 | -.01 | .69 | 50.0 | 49.8 | GBR |
| 5 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 1.63 | 1.5 | 1.58 | 1.4 | .16 | .69 | 21.4 | 48.0 | AUS |
| 6 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 1.24 | .7 | 1.36 | 1.0 | .70 | .69 | 42.9 | 48.0 | AUT |
| 21 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 1.62 | 1.5 | 1.45 | 1.2 | .41 | .69 | 28.6 | 48.0 | CAN |
| 60 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 2.17 | 2.4 | 1.69 | 1.6 | .06 | .69 | 35.7 | 48.0 | JPN |
| 127 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 2.04 | 2.2 | 2.04 | 2.2 | .05 | .69 | 28.6 | 48.0 | USA |
| ... | | | | | | | | | | | | | |
| 77 | 43 | 14 | -1.49 | .32 | .79 | -.5 | .75 | -.6 | .67 | .71 | 50.0 | 45.8 | MLI |
| 20 | 42 | 14 | -1.59 | .32 | .69 | -.8 | .68 | -.8 | .78 | .71 | 50.0 | 45.5 | CMR |
| 75 | 42 | 14 | -1.59 | .32 | 1.11 | -.4 | 1.13 | -.5 | .73 | .71 | 21.4 | 45.5 | MWI |
| 91 | 42 | 14 | -1.59 | .32 | .69 | -.8 | .66 | -.9 | .70 | .71 | 64.3 | 45.5 | NGA |
| 94 | 42 | 14 | -1.59 | .32 | .63 | -1.0 | .62 | -1.1 | .74 | .71 | 50.0 | 45.5 | PAK |
| 18 | 41 | 14 | -1.70 | .32 | .64 | -1.0 | .58 | -1.2 | .83 | .70 | 57.1 | 46.1 | BDI |
| 27 | 40 | 14 | -1.80 | .33 | 1.19 | -.6 | 1.24 | -.7 | .59 | .70 | 42.9 | 46.6 | COD |
| 23 | 39 | 14 | -1.91 | .33 | .79 | -.5 | .76 | -.6 | .71 | .69 | 57.1 | 46.8 | TCD |
| 108 | 39 | 14 | -1.91 | .33 | 1.18 | -.6 | 1.10 | -.4 | .73 | .69 | 35.7 | 46.8 | SLE |
| 131 | 37 | 14 | -2.12 | .33 | 1.28 | -.8 | 1.11 | -.4 | .71 | .68 | 50.0 | 45.9 | YEM |
| ... | | | | | | | | | | | | | |
| MEAN | 56.8 | 14.0 | -.04 | .33 | 1.00 | -.1 | 1.00 | -.1 | | | 49.2 | 46.1 | |
| P.SD | 9.3 | .0 | 1.00 | .01 | .56 | 1.4 | .53 | 1.3 | | | 13.8 | 1.7 | |

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar en la tabla 13, los países se ordenan de mayor a menor puntuación (TOTAL SCORE), es decir de mayor a menor habilidad competitiva, siendo España el país con mayor habilidad para competir en términos turísticos, lo cual coincide con los resultados del WEF para el año 2017. En el extremo contrario se sitúa Yemen (YEM), el país con menor habilidad para competir turísticamente, según el modelo de Rasch.

³⁴ La tabla completa puede consultarse en el anexo.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

En cuanto al análisis detallado de los países, y al igual que en el caso de los pilares, tampoco se muestran desajustes destacados, excepto en el caso de Reino Unido (GBR) y Francia (FRA). Para el caso de estos países, señalados en rojo en la tabla 13, ambos presentan niveles de INFIT y OUTFIT próximos a los considerados aceptables (Linacre, 2019), pero el valor de su PTMA CORR es negativo y la diferencia entre los valores observados y esperados es significativa (Montero y Oreja, 2017). Sin embargo, los niveles de desajuste de estos países al modelo de Rasch son muy reducidos y, por tanto, no se considera eliminarlos del análisis.

5.1.2.2.- Dimensionalidad

El modelo de Rasch, como ya se ha comentado, asume la existencia de unidimensionalidad al reconocer que todos los pilares del modelo WEF miden la competitividad turística (TDC), constructo latente de este trabajo (Oreja, 2015). No obstante, una perspectiva más flexible permite proponer que la unidimensionalidad se basa en la existencia de una dimensión dominante o principal y, conjuntamente, múltiples dimensiones secundarias de menor peso (Martínez, 2014). En este sentido, Martínez aprecia un cambio de planteamiento en el análisis de la unidimensionalidad, al pasar de determinar si existe unidimensionalidad o no (planteamiento dicotómico) a establecer el nivel de multidimensionalidad adecuado para la investigación (planteamiento lineal). Esto refuerza la idea planteada por Linacre (2009), al asegurar que no puede existir plena unidimensionalidad en un mundo multidimensional, por lo que será necesario identificar y analizar cuántos países y cuántos pilares representan otras dimensiones diferentes a la competitividad turística (TDC) así como

241

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

determinar la magnitud que indica más de una dimensión. Las tensiones a favor más de una dimensión pueden deberse a la aleatoriedad de los datos utilizados, a perturbaciones dentro del análisis, a la presencia de relaciones de distinta intensidad entre ítems o, directamente, a la presencia de pilares que representan variables latentes que no son la competitividad turística (TDC) (Oreja, 2010). La confirmación de este tipo de tensiones obligaría, como recomendó Linacre (2009), a identificar y a analizar, de manera individualizada, aquellos factores que representan a otros constructos y, por tanto, a analizar la validez (ajuste), la fiabilidad y la unidimensionalidad de cada uno de ellos, puesto que son variables latentes independientes y diferenciadas.

Para determinar e identificar dimensiones adicionales pueden seguirse dos procedimientos: (1) *aproximación de ajuste*, si los datos se ajustan al modelo ello implica, sin necesidad de ulteriores comprobaciones, que existe unidimensionalidad *suficiente de la escala*, como así ha sucedido; y (2) *aproximación clásica*, esto es, utilizar herramientas complementarias como el análisis factorial para verificar la unidimensionalidad, que es una herramienta en principio diseñada en el contexto de la teoría clásica del test (Linacre, 1998; Salzberger y Sinkovics, 2006; Ewing, Salzberger y Sincovics, 2009). Sin embargo, Wright (1995) sugiere un método abreviado más oportuno, e ideado en el contexto del modelo de Rasch, para determinar la unidimensionalidad y que consiste en la utilización del indicador “**ID: Person separation real reliability/Person separation model reliability**”. Para confirmar la existencia de una única dimensión, el indicador ID debe presentar un valor superior a 0.90. Teniendo en cuenta que valores por debajo de 0.5 son motivo de alarma según

242

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Wright, el resultado obtenido en esta investigación de dicho indicador ha sido **0.98** (ID=0.98).

Una vez analizado este indicador y comprobada la existencia de una elevada unidimensionalidad, se realizará un análisis más detallado con el que determinar evidencias acerca de tensiones de unidimensionalidad. En este trabajo para la determinación de la unidimensionalidad del constructo “competitividad turística (TDC)” de una forma más detallada se aplicará un *Análisis de Componentes Principales de los Residuos de los pilares (PCAR)* (Oreja, 2015). De este modo, se podrán identificar aquellos datos que puedan estar representando, potencialmente, otros constructos diferentes a la competitividad turística (TDC). Para el diagnóstico de unidimensionalidad, y en función de la información que proporciona el PCAR (a través de la tabla 23.0 “varianza de los residuales estandarizados” del programa Winsteps 3.92.1), Linacre (2009) propone una “regla de oro”:

- En la varianza explicada:
 - La varianza explicada por los pilares debe ser superior a, como mínimo, 4 veces la varianza no explicada en el primer contraste.
 - La varianza explicada por las medidas debe ser mayor al es 50%:
- En la varianza no explicada en el primer contraste:
 - Autovalores: debe situarse entre 1.5 y 3
 - En porcentaje, debe ser inferior al 5%
 - En porcentaje, debe ser menor que la varianza explicada por los pilares

243

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Tabla 14.- Resultados del análisis de dimensionalidad (N=133)

| Input: 133 Países | 14 Pilares | | Autovalor | Empírica | Modelo |
|--|------------|---------|-----------|----------|--------|
| Varianza total en observaciones | = | 39.1089 | 100.0% | | 100.0% |
| Varianza total explicada por las medidas | = | 25.1089 | 64.2% | | 63.4% |
| Varianza total explicada por países | = | 7.8838 | 20.2% | | 19.9% |
| Varianza total explicada por pilares | = | 17.2251 | 44.0% | | 43.5% |
| Varianza inexplicada total | = | 14.0000 | 35.8% | 100.0% | 36.6% |
| Varianza inexplicada 1º contraste | = | 3.4043 | 8.7% | 24.3% | |
| Varianza inexplicada 2º contraste | = | 2.7384 | 7.0% | 19.6% | |
| Varianza inexplicada 3º contraste | = | 1.3426 | 3.4% | 9.6% | |
| Varianza inexplicada 4º contraste | = | 1.2479 | 3.2% | 8.9% | |
| Varianza inexplicada 5º contraste | = | .9526 | 2.4% | 6.8% | |

Fuente: Elaboración propia

Siguiendo las indicaciones de Linacre y en función de los resultados que se muestran en la tabla 14, los datos empíricos son similares a los del modelo. De acuerdo con las reglas de Linacre (2009) para el análisis de la dimensionalidad:

- La varianza explicada por los pilares (44.0%) es 4 veces la varianza no explicada por el primer contraste (8.8%) → **se cumple** el criterio de unidimensionalidad.
- La varianza explicada por las medidas (64.2%) es superior al 50% → **se cumple** el criterio de unidimensionalidad.
- En la varianza no explicada del primer contraste:
 - Autovalor (3.4) debe ser inferior a 3 y superior a 1.5 → **no se cumple** el criterio de unidimensionalidad.
 - En porcentaje (8.7%) debe ser inferior al 5% → **no se cumple** el criterio de unidimensionalidad.
 - En porcentaje, debe ser menor (8.8%) que la varianza explicada por los pilares (44.0%) → **se cumple** el criterio de unidimensionalidad.

244

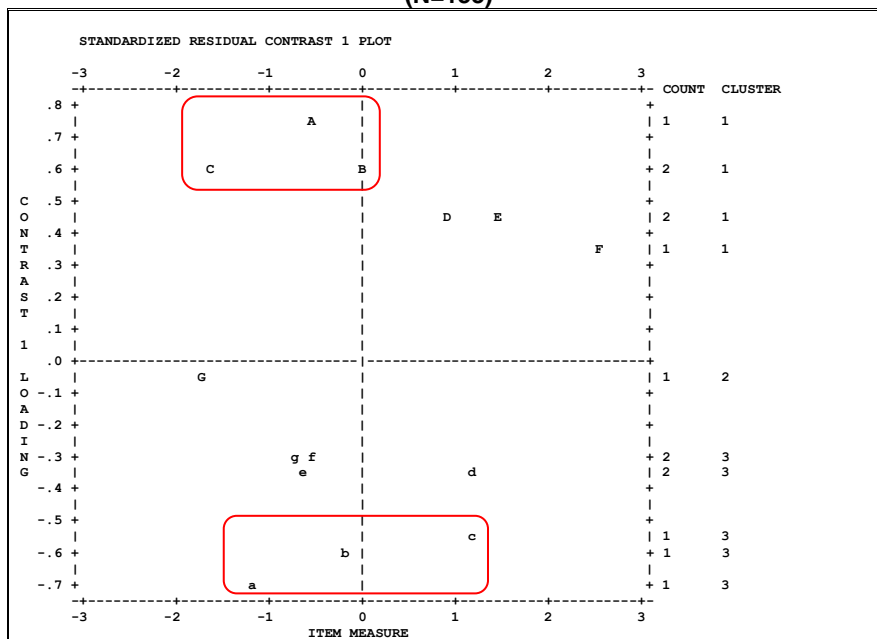
Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Con respecto al análisis detallado de unidimensionalidad se aprecia cierto grado de multidimensionalidad o tensiones hacia la existencia de más de una dimensión. No obstante, los criterios no alcanzados (2 criterios de 5) no representan un desajuste muy elevado. En este sentido, para detectar los pilares que podrían estar representando a otra variable latente distinta de la competitividad turística (TDC), en el gráfico 2 y en la tabla 15 se muestra la información resumida acerca de los pilares que podrían estar formando una segunda dimensión. Según Linacre (2019), aquellos pilares que presenten valores de carga fuera del intervalo ± 0.40 serán considerados como "pilares de tensión".

Gráfico 2.- Resumen de pilares que pertenecen a la segunda dimensión (N=133)



Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

De este modo, se puede apreciar que existen 6 pilares (se necesitan al menos dos ítems-pilares para formar una dimensión) que podrían estar representando a otras dimensiones (señalados en rojo en el gráfico). En la parte superior del gráfico 2 se ubican 3 de estos 6 pilares, los cuales poseen cargas superiores a los 0.40 (Linacre, 2019), y son los pilares 5 (Dotación de TIC's), 12 (Infraestructura de servicios turísticos) y 3 (Salud e higiene). Los restantes 3 pilares se sitúan en la parte inferior del gráfico 2. Estos pilares presentan cargas superiores al 40% en términos absolutos (Linacre, 2019) y son el pilar 8 (Competitividad precio), el pilar 9 (Sostenibilidad ambiental) y el pilar 13 (Recursos naturales).

Tabla 15.- Resumen de pilares que pertenecen a la segunda dimensión (N=133)

| | | INFIT OUTFIT | | | | CLAVE | |
|-----------|-------|--------------|------|------|------|--------|--|
| CONTRASTE | CARGA | MEDIDA | MNSQ | MNSQ | ITEM | PILAR | |
| 1 1 | .77 | -.51 | .62 | .61 | A | 5 P5 | |
| 1 1 | .61 | -.01 | .88 | .91 | B | 12 P12 | |
| 1 1 | .60 | -1.67 | 1.43 | 1.37 | C | 3 P3 | |
| 1 3 | -.68 | -1.17 | 1.86 | 2.03 | a | 8 P8 | |
| 1 3 | -.59 | -.15 | .69 | .70 | b | 9 P9 | |
| 1 3 | -.53 | 1.14 | 1.49 | 1.49 | c | 13 P13 | |

Fuente: Elaboración propia

A la vista de estos resultados, teniendo en cuenta el carácter multidimensional y ambiguo de la competitividad turística (TDC) se considera conveniente aceptar que la unidimensionalidad del constructo "competitividad turística (TDC)" existe o está presente. Esta decisión se justifica en las indicaciones de Linacre (2009) en una respuesta online a un caso planteado respecto a la dimensionalidad en ciencias sociales:

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

“(…) El mundo es multidimensional y confuso. Una actividad fundamental de la física es descomponer el mundo que nos rodea en variables unidimensionales (peso, altura, temperatura, presión, …). Usando estas variables unidimensionales, los físicos pueden pensar con claridad y hacer inferencias fuertes. En el modelo de Rasch estamos intentando realizar el mismo proceso de dividir un mundo multidimensional en variables unidimensionales, pero ahora con las ciencias sociales (…). En este contexto, cuando sabemos que hay dos dimensiones en los datos, ¿cuál es el siguiente paso: dos análisis separados? Entonces, ¿cómo podemos darle sentido a los dos análisis cuando solo queremos trabajar con una dimensión? En estas circunstancias, se debe decidir si la diferencia entre las dimensiones es lo suficientemente importante como para considerarlas como dimensiones independientes (…).”

Por tanto, dado que es razonable que el investigador acepte ciertas tensiones de dimensionalidad en favor de la unidimensionalidad del constructo que analiza, en el caso de este trabajo, los 14 pilares definidos por el WEF representan, en exclusiva, a la variable latente “competitividad turística (TDC)”.

A la vista de los resultados obtenidos, se puede asegurar que se ha cumplido el objetivo metodológico 1 (OM1) y, por tanto, se ha comprobado la significatividad estadística del modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC). Con ello queda subsanada una de las críticas más frecuentes recibe el modelo WEF, la cual está relacionada con la falta de validación científica y estadística, así como su excesiva subjetividad (Crouch, 2007; Pulido y Rodríguez, 2016).

247

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Asimismo, se han confirmado las hipótesis correspondientes a dicho objetivo:

Cuadro 32.- Estado de hipótesis metodológicas

| Hipótesis metodológico 1 (OM1) | objetivo | Resultado análisis | Estado de la hipótesis (Confirmación/Rechazo) |
|---|----------|---|---|
| HM1: Los datos de los pilares sí se ajustan al modelo de Rasch en, al menos, un 75% | | El grado de ajuste de los pilares al modelo de Rasch es del 93% | Se confirma la hipótesis HM1 |
| HM2: Los datos de los países sí se ajustan al modelo de Rasch en, al menos, un 90% | | El grado de ajuste de los países al modelo de Rasch es superior al 98.5% | Se confirma la hipótesis HM2 |
| HM3: Sí existe fiabilidad respecto a pilares | | Índice de fiabilidad: 0.99 Separación: 10.12 Correlación entre los datos originales y las medidas: -1.00 Errores reducidos | Se confirma la hipótesis HM3 |
| HM4: Sí existe fiabilidad respecto a países | | Índice de fiabilidad: 0.87 Separación: 2.54 Correlación entre los datos originales y las medidas: 1.00 Errores reducidos | Se confirma la hipótesis HM4 |
| HM5: Sí existe unidimensionalidad | | El grado de unidimensionalidad detectado se considera válido | Se confirma la hipótesis HM5 |

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se procederá a describir el procedimiento y presentar los resultados obtenidos correspondientes a los análisis de la parte práctica, propiamente dicha, de esta tesis.

5.2.- Resultados Estudio 2 (objetivos OP1 y OP2): Análisis Comparativo de Países

Este estudio (E2) tiene un doble objetivo (OP1 y OP2): primero, identificar y analizar las fortalezas y debilidades del modelo turístico español mediante un análisis comparativo con otros países (OP1) y, segundo, detectar las posibles

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

diferencias que, respecto a los pilares, puedan existir entre grupos de países (OP2).

Con relación al objetivo práctico 1 (OP1), consistente en identificar y analizar las fortalezas y debilidades del modelo turístico español, la *población o universo* es la misma que la seleccionada en el estudio 1 (E1), es decir, 136 países (N=136). Sin embargo, la *muestra final* estará compuesta por una selección de dichos países que, según los resultados obtenidos tras la aplicación del modelo de Rasch, presenten niveles de competitividad turística (TDC) mejores o similares al nivel de España, que es el objeto de estudio de este trabajo.

Para el logro del objetivo práctico 1 (OP1) se aplicará como *metodología*, complementariamente al modelo de Rasch, la herramienta *benchmarking*. En este sentido, dentro del contexto del modelo de Rasch y para identificar aquellos países con niveles de competitividad turística (TDC) similares a los de España, en primer lugar se hará uso del mapa de Wright. Seguidamente, para identificar las fortalezas y debilidades de los países con niveles de competitividad turística (TDC) similares al nivel de la competitividad turística (TDC) de España, se utilizará el escalograma de Guttman y un benchmarking de diagnóstico. Finalmente, para realizar un estudio detallado de las fortalezas y debilidades del modelo turístico español, se aplicará un benchmarking competitivo/estratégico junto con las fichas de diagnóstico competitivo individual (PKMAPS), herramienta que aporta el modelo de Rasch.

Respecto al objetivo práctico 2 (OP2), que consiste en detectar las posibles diferencias que puedan existir, respecto a los pilares, entre grupos de países, la *población o universo* es la misma que la seleccionada en el estudio 1

249

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

(E1), es decir, 136 países (N=136). Sin embargo, la *muestra* final estará compuesta por 133 países (N=133), dado que 3 países presentan datos ausentes respecto a los datos económicos utilizados para la discriminación por grupos. Para el logro del objetivo práctico 2 (OP2), se llevará a cabo un análisis de comportamiento diferencial del ítem (DIF), desarrollado en el contexto del modelo de Rasch (Oreja, 2015) utilizando varios criterios con los que crear grupos de países.

5.2.1.- Análisis 1 (objetivo OP1): Posicionamiento Competitivo General de los Países (Mapa de Wright)

Como primer paso, y a nivel general, la aplicación del modelo de Rasch aporta un *modelo integrado del WEF*. A partir de este *modelo integrado*, el modelo de Rasch presenta información acerca de cómo se ordenan los países y pilares que determinan el constructo “competitividad turística (TDC)”. Esta ordenación, que se representa gráficamente y en vertical, conforma el mapa de posicionamiento de Wright (Linacre, 2013). Este mapa (véase figura 23) muestra la localización de las medidas de los países (sujetos) en su parte izquierda y la de las medidas de los pilares (ítems) en la derecha. Dicho mapa, que está segmentado en torno a la media (M) en pilares y países, propone una disposición inversa entre las medidas de países y pilares, que se expresan en unidades *logits*. Por tanto, y dado que la escala *logit* varía entre menos y más infinito, los países (sujetos) se ordenan de abajo a arriba representando *el nivel creciente de habilidad para la competitividad turística (TDC)* mientras que *los pilares (ítems) se ordenan de arriba hacia abajo, indicando el grado creciente de presencia que tiene cada pilar en los países* (Oreja, 2005, 2015).

250

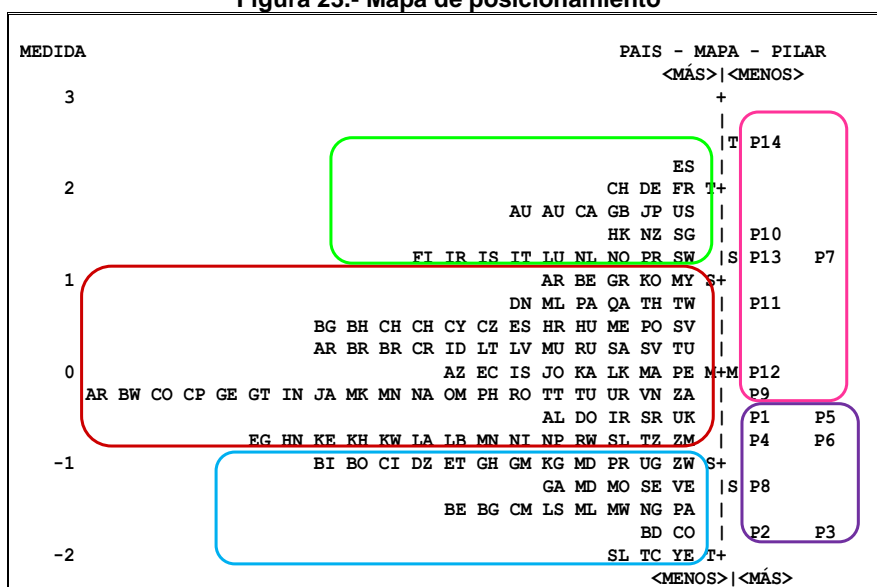
Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Como puede verse en la parte izquierda del mapa, hay tres grupos o clusters de países según el modelo de Rasch: (1) el grupo de países con mayor habilidad competitiva turística (verde), entre los que se encuentra España, (2) los países con niveles intermedios de habilidad competitiva turística (rojo) y (3) el grupo de países con menor habilidad competitiva en términos turísticos (azul). Según el TTCI del WEF publicado en el año 2017, España lidera el ranking en competitividad turística (TDC) a nivel mundial. Respecto a los resultados del modelo de Rasch, España es el destino turístico con mayor habilidad competitiva para el año 2017 en comparación con la habilidad competitiva turística de los países de la muestra.

Figura 23.- Mapa de posicionamiento



Fuente: Elaboración propia

Respecto a los pilares (parte derecha del mapa), en el gráfico se refleja la información de la tabla 12, y es que no todos los pilares han obtenido la misma valoración por parte de los países, según los datos del WEF. De esta forma, se

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

aprecia que los pilares más valorados, y por tanto más presentes en el conjunto de países por ser más fácilmente alcanzables según las percepciones de los sujetos de los países (recuadro violeta en el gráfico) son los pilares 2 (Seguridad y protección), 3 (Salud e higiene), 8 (Competitividad-precio), 4 (RRH y mercado laboral), 6 (Priorización del sector turístico), 1 (Entorno empresarial) y 5 (Dotación de TIC's). El resto de los pilares, dentro del recuadro rosa en el gráfico, son los que menor valoración obtienen de los diferentes países de la muestra y, por lo tanto, están menos presentes en el conjunto de países por ser más difícilmente alcanzables según las percepciones de los sujetos de los países. Por tanto, la importancia relativa de países y pilares siempre debe entenderse respecto al modelo integrado del WEF que se ha generado mediante el modelo de Rasch.

A continuación, el desarrollo de los análisis necesarios para el logro de los objetivos planteados requiere un mayor nivel de detalle. Estos análisis estarán centrados en el destino turístico España primero, y luego, en el comportamiento que, respecto a los ítems, puedan mostrar grupos de países que se forman en relación con determinadas variables de clasificación.

5.2.2.- Análisis 2 (objetivo OP1): Estudio de Fortalezas y Debilidades por Países (Escalograma de Guttman)

Una vez determinados los países con mayor habilidad competitiva turística y la importancia relativa³⁵ de los pilares, un nivel de análisis más detallado permite identificar los pilares con mayor presencia el destino turístico

³⁵ Entendiendo que los pilares más importantes son los pilares más valorados y, por tanto, los pilares con mayor presencia en los países.

252

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

“España” en el año 2017. Para ello, el modelo de Rasch aporta el escalograma de Guttman (Montero y Oreja, 2017). Mediante esta herramienta, el modelo de Rasch permite identificar cómo se posicionan los países respecto a la puntuación que dan a los pilares. En este sentido, los países se ordenan, de más a menos, en función de la valoración numérica que dan a los pilares y permite establecer, por otra parte, una clasificación sobre la presencia de los pilares por parte de los países (Tristán, 2001). A continuación, en la siguiente tabla se presenta la información referente a las zonas de respuestas de los países con mayor y menor nivel de habilidad competitiva turística ³⁶:

Tabla 16.- Respuestas a los pilares de los países con mayor y menor nivel de habilidad para la TDC

| PAISES | PILARES | |
|--------|-----------------|----------------|
| | | 111 11 |
| | | 23846159213704 |
| | | ----- |
| 113 | +66556465755457 | ESP |
| 41 | +57455565665457 | FRA |
| 45 | +67465565664456 | DEU |
| 116 | +67366666664453 | CHE |
| 126 | +56365665655456 | GBR |
| 5 | +66455564645565 | AUS |
| 6 | +67465566754443 | AUT |
| 21 | +66555565645374 | CAN |
| 60 | +66555564554457 | JPN |
| 127 | +56455564755465 | USA |
| | ... | |
| | ... | |
| 77 | +43534424323222 | MLI |
| 20 | +43543434223221 | CMR |
| 75 | +53543424223311 | MWI |
| 91 | +33543434322222 | NGA |
| 94 | +35533433232222 | PAK |
| 18 | +44543424222221 | BDI |
| 27 | +43442424224221 | COD |
| 23 | +43533324223221 | TCD |
| 108 | +52444424222211 | SLE |
| 131 | +34632423222121 | YEM |
| | | ----- |
| | | 111 11 |
| | | 23846159213704 |

Fuente: Elaboración propia

³⁶ La tabla original puede consultarse en el anexo.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Con respecto a la información de la tabla 16, se puede apreciar que, de forma general, los países con mayor habilidad para competir turísticamente tienen mayor presencia, en general, de todos los pilares que los países con menor habilidad para competir turísticamente. Esta diferencia es más notable en los pilares relacionados con la infraestructura (pilares 10, 11, 12), el aperturismo (pilar 7) y la seguridad sanitaria (pilar 3). En cambio, pilares como la seguridad (pilar 2) y el nivel de precios (pilar 8) tienen una presencia muy similar entre ambos grupos de países. Esto pone de manifiesto que la mayor o menor habilidad de los países para competir en términos turísticos no se debe, en exclusiva, a su nivel de desarrollo, sino que hay más factores determinantes.

Focalizando el análisis en los países con mayor habilidad para competir turísticamente, y más concretamente en España, en el siguiente apartado se procederá a identificar cuáles son los pilares *push* y *pull* para la competitividad turística (TDC) de estos países.

5.2.3.- Análisis 3 (objetivo OP1): Estudio Detallado de los Países Más Competitivos mediante PKMAPS y La Matriz de Benchmarking de Diagnóstico

Según los resultados obtenidos hasta este momento en esta tesis doctoral, España (ESP) es el país de la muestra que posee mayor habilidad para competir turísticamente, seguido de Francia (FRA), Alemania (DEU) y Suiza (CHE). Además, y como se pudo apreciar en el escalograma de Guttman anteriormente, los pilares no tienen la misma importancia para todos los países. Por tanto, es conveniente identificar qué pilares impulsan la competitividad turística (TDC). Para ello, en primer lugar se realizará un benchmarking de

254

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

diagnóstico para el cual se construirá una matriz a partir del escalograma de Guttman, entre otras herramientas. Esta matriz permitirá verificar la influencia de los pilares, inicialmente detectada en el mapa de posicionamiento (figura 23), en la habilidad competitiva turística de los países de la muestra. A su vez, un benchmarking competitivo/estratégico permitirá verificar el comportamiento que tienen los catorce pilares WEF en el modelo turístico español (fortalezas - debilidades) con respecto a los cuatro destinos turísticos (países) que, según el modelo de Rasch, son los más habilidosos para competir en términos turísticos.

Como se ha visto con anterioridad, el escalograma de Guttman proporciona información individualizada acerca de la puntuación con la que estos países valoran a los pilares (Oreja y Montero, 2012; Linacre, 2019):

Tabla 17.- Respuestas localizadas a los pilares de los países con mayor habilidad para la TDC

| PERSON | ITEM | |
|--------|------|-------------------|
| | | 111 11 |
| | | 23846159213704 |
| | | ----- |
| 113 | +66 | EE6D6EG55D5G ESP |
| 41 | +6 | DEEE65FF5D5G FRA |
| 45 | +6 | CD6EE65FFDD5F DEU |
| 116 | +6 | CC6666FFFDD5C CHE |

Fuente: Elaboración propia

Puede apreciarse que, en la tabla 17, las valoraciones que dan los países a determinados pilares se expresan en letras y no números. Esto es así porque en el programa Winsteps (Linacre, 2018) los valores esperados según el modelo de Rasch se han desviado de los valores realmente observados en más de 0.5 puntos (Oreja, 2005). Dichas letras indican la categoría de respuesta (de 1 a 7) a la que debería pertenecer dicho pilar, es decir, A=categoría 1, B= categoría 2, C= categoría 3, D= categoría 4, E= categoría 5, F= categoría 6 y G=categoría 7.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Por tal motivo, al no estar en la categoría correcta, bien por exceso o por defecto, estos pilares pueden considerarse puntos fuertes o puntos débiles de los modelos turísticos de estos países, respectivamente, cuya identificación es clave para mejorar el nivel de competitividad turística (TDC) (Montero, Oreja y Parra, 2014). En este sentido, un punto fuerte o fortaleza (señalados en verde en la tabla 17) vendría determinado por un pilar que perteneciendo, por ejemplo, a la categoría 3, obtiene una puntuación superior; y en consecuencia, un punto débil o debilidad (señalados en amarillo en la tabla 17) sería aquel pilar que, perteneciendo a una categoría de 6, obtiene una puntuación inferior (Díaz et al., 2015). Pongamos un ejemplo: en el caso de España, el pilar 8 (competitividad-precio) se ha valorado por debajo de lo que se esperaba por el modelo generado (se esperaba que obtuviera una puntuación de 6 y ha obtenido como dato original del WEF una puntuación de 4), por lo que representa un punto débil. Por el contrario, el pilar 10 (infraestructura de transporte aéreo) se ha valorado por encima de lo que se esperaba (se esperaba por el modelo generado una puntuación de 3 y en la realidad ha obtenido una puntuación de 5), y representa un punto fuerte.

Dicho esto, la matriz de benchmarking de diagnóstico competitivo, en la que se utilizan los datos originales de la base de datos del WEF para el TTCI del año 2017 y no las medidas aportadas por el modelo de Rasch. Es decir, esta tabla es la misma que la tabla 17, pero incluyendo aquí los datos originales según el WEF, y queda configurada de la siguiente forma:

256

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Tabla 18.- Matriz de benchmarking de diagnóstico competitivo para los países con mayor habilidad competitiva

| Países | Pilares (según la presencia del pilar) | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|--|------|------|------|------|------|------|--------------------|------|------|------|------|------|------|
| | De mayor presencia | | | | | | | De menor presencia | | | | | | |
| | 2 | 3 | 8 | 4 | 6 | 1 | 5 | 9 | 12 | 11 | 13 | 7 | 10 | 14 |
| España (ESP) | 6.16 | 6.28 | 4.52 | 4.94 | 5.91 | 4.39 | 5.50 | 4.63 | 6.66 | 5.19 | 4.91 | 3.95 | 5.00 | 6.85 |
| Francia (FRA) | 5.43 | 6.52 | 4.12 | 5.14 | 4.74 | 4.74 | 5.86 | 4.83 | 5.70 | 5.65 | 4.77 | 4.24 | 4.90 | 6.75 |
| Alemania (DEU) | 5.65 | 6.86 | 4.17 | 5.55 | 4.76 | 5.34 | 5.85 | 5.19 | 6.00 | 5.76 | 3.98 | 4.26 | 4.92 | 6.28 |
| Suiza (CHE) | 6.41 | 6.53 | 2.81 | 5.74 | 5.58 | 6.00 | 6.35 | 5.80 | 6.20 | 5.89 | 3.74 | 4.13 | 4.94 | 2.87 |

Fuente: Elaboración propia

En esta tabla los datos se clasifican en función de la presencia relativa de los pilares para la competitividad turística (TDC) en los países de la muestra. En este sentido, los *pilares con mayor presencia* son aquellos cuyas puntuaciones se sitúan por encima de la media mientras los *pilares menos presentes* son aquellos que han obtenido puntuaciones por debajo de la media (véase tabla 12, columna MEASURE). Lo primero que debe llamar la atención, aparte de que los cuatro países con mayor habilidad para competir turísticamente pertenecen a la Unión Europea, es que las debilidades y las fortalezas de los modelos turísticos de estos países están claramente localizadas. Esto es, las debilidades (pilares sombreados en amarillo en la tabla 18) se concentran en los pilares con mayor presencia en el conjunto de países, mientras que las fortalezas (pilares sombreados en verde en la tabla 18) se concentran en los pilares con menor presencia en el conjunto de países. De esta forma, aunque todos los pilares son fuente de ventajas competitivas, son de destacar aquellos pilares en los que el país obtiene mediante el modelo de Rasch menor valoración esperada que la real. Este sería el caso de España en los pilares 12 y 14, teniendo en cuenta la habilidad competitiva turística de España y el conjunto del modelo. Por el contrario, para el caso específico de España, las debilidades competitivas de su

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

modelo turístico se localizan entre los pilares con mayor presencia (pilares 8, 4, 1, 9 y 7).

Para completar el estudio de las fortalezas y debilidades, la información de la matriz de benchmarking de diagnóstico se debe complementar con la información individualizada de cada país, presente en las fichas de diagnóstico competitivo PKMAPS, también denominados KIDMAPS (Oreja y Montero, 2012). Desarrollados por Wright, Dead y Ludlow (1980), estas fichas de diagnóstico (sujetos) proporcionan información detallada, y de manera gráfica, sobre el comportamiento individual de los pilares (ítems) (Oreja, 2015). La información representada en los PKMAPS permite confirmar la información que aporta la matriz de benchmarking de diagnóstico (tabla 18) (Lee y Yeoh, 1998).

En esta tesis se utilizará, como se comentó en el capítulo anterior, el programa de computación Winsteps (Linacre, 2018) para la aplicación del modelo de Rasch. En dicho programa, los PKMAPS se representan como cuatro cuadrantes divididos por dos alternativas que se cruzan: el grado de presencia del pilar (ítem) y el nivel de habilidad del país (sujeto). De este modo, los cuatro cuadrantes informarán sobre (véase figura 24) (Linacre, 2019):

- Pilares con presencia alta que se esperan alcanzar (cuadrantes inferiores)
 - Pilares con presencia alta alcanzados (cuadrante inferior izquierda, que el Winsteps denomina *zona de éxito esperado*)
 - Pilares con presencia alta no alcanzados (cuadrante inferior derecha, *zona de fracaso inesperado, según Winsteps*, y donde se localizan las *debilidades*)
- Pilares con presencia baja que se esperan alcanzar (cuadrantes superiores)

258

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Pilares con presencia baja alcanzados (cuadrante superior izquierda, *zona de éxito inesperado*, según Winsteps, y donde se localizan las fortalezas)
- Pilares con presencia baja no alcanzados (cuadrante superior derecha, denominado *zona de fracaso esperado* en Winsteps)

Por tanto, y a partir de la información de los párrafos anteriores, se pretende analizar la competitividad turística (TDC) de España como destino. Para ello se hará uso de la herramienta *benchmarking*. Como se explicó en la metodología, el benchmarking consiste en identificar las mejores prácticas (benchmarking de diagnóstico) de los países con mayor habilidad que España para competir turísticamente según el modelo de Rasch y comparar estas mejores prácticas con las prácticas del modelo turístico español (benchmarking competitivo y estratégico). Por último, y de cara a las conclusiones, se aplicará un benchmarking de aprendizaje que permita adaptar las mejores prácticas al modelo turístico español para mejorar la habilidad competitiva de España en términos turísticos y, en consecuencia, mejorar su nivel de competitividad turística (TDC).

5.2.3.1.- Fortalezas y debilidades (objetivo OP1): el caso de España

Los resultados obtenidos han proporcionado información para detectar aquellos pilares con mayor presencia en los países, según el modelo de Rasch. Siguiendo el trabajo de Montero y Oreja (2017), los pilares con mayor presencia son los pilares 2 (Seguridad y protección), 3 (Salud e higiene), 8 (Competitividad-

259

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

precio), 4 (RRHH y mercado laboral), 6 (Priorización del sector turístico), 1 (Entorno empresarial) y 5 (Dotación de TIC's).

Según la información recogida en la matriz de diagnóstico competitivo (tabla 18), la cual procede de la información del mapa de posicionamiento (figura 23), de la información acerca de las medidas de los pilares (tabla 12) y de la información proporcionada por el escalograma de Guttman (tablas 16 y 17), España presenta debilidades en tres de los siete pilares mencionados, es decir, en los pilares 8 (Competitividad-precio), 1 (Entorno empresarial) y 4 (RRHH y mercado laboral). Esta información se confirma con la localización que ocupan estos tres pilares en la ficha de diagnóstico competitivo individual (PKMAP) de España (figura 24). Como puede verse, los pilares 8, 1 y 4 se sitúan en el cuadrante inferior derecha (zona de fracaso inesperado) porque son pilares con alta presencia pero que, sin embargo, no han sido alcanzados por España. Asimismo, se puede observar que en el cuadrante inferior derecha también aparecen otros dos pilares, que son el pilar 9 (Sostenibilidad ambiental) y el pilar 7 (Apertura internacional). Estos dos pilares, según el modelo de Rasch, pertenecen al grupo de *pilares menos presentes* en el conjunto de países.

Analizando por separado y más profundamente cada pilar que constituye una debilidad, es decir, aquellos pilares que obtuvieron menor puntuación real en el WEF que la esperada por el modelo de Rasch, el **pilar 8** (Competitividad - precio) supone una debilidad para España, pero también para el resto de los países seleccionados. Para el caso de España, esto puede deberse a las bajas puntuaciones obtenidas en los indicadores que en el modelo WEF representan la *paridad de poder adquisitivo* y el *nivel del precio del combustible*.

260

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Respecto al **pilar 1** (Entorno empresarial), que también supone una debilidad para los modelos turísticos de Francia (FRA) y Alemania (DEU), en el caso de España puede deberse a las malas valoraciones en los indicadores que en el modelo WEF representan el *tiempo requerido para obtener permisos de construcción*, el *coste de obtención de los permisos de construcción*, el elevado porcentaje que suponen *los impuestos del total de beneficios* que recaudan las empresas y *los efectos de los impuestos en los incentivos para trabajar*. Esto podría representar un efecto disuasorio para que las empresas turísticas se localicen en España.

En relación con el **pilar 4** (RRHH y mercado laboral), España es el país que menor puntuación obtiene en este pilar con respecto al conjunto de los países con mayor habilidad para competir turísticamente según el modelo de Rasch. Esto se debe a las pobres valoraciones obtenidas en los indicadores que en el modelo WEF representan las *prácticas de contratación y despido*, la relación salario/productividad y el *grado de formación de personal*, evidenciando la falta de eficiencia del mercado laboral de España.

En relación con el **pilar 7** (grado de apertura internacional), España registra, como en el pilar 4, la menor puntuación de los países de la selección. Esto puede deberse a las bajas puntuaciones que reciben los indicadores que representan en el modelo WEF el *número de requisitos de visado* y *apertura a acuerdos bilaterales de servicios aéreos*.

Por último, respecto al **pilar 9** (Sostenibilidad ambiental, una fortaleza para el modelo turístico de Suiza) se configura como una debilidad para el modelo turístico de España por aspectos tan diversos como el alarmante estrés hídrico, el elevado número de especies amenazadas o el significativo cambio de

261

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

la cubierta forestal, es decir, por la escasa atención prestada a los elementos medioambientales asociados al turismo en el modelo español.

Para el caso de las fortalezas, y en atención a la matriz de benchmarking competitivo (tabla 18), el modelo turístico español destaca porque sus puntos fuertes se centran en pilares *con menor presencia*, según el modelo de Rasch y en relación con el resto de los países con mayor habilidad para competir turísticamente. En este sentido, y siguiendo con la información de la tabla 18, España es el segundo país que más fortalezas presenta. Confirmando esta información con el modelo de Rasch, y atendiendo al PKMAP relativo a España (figura 24), en el cuadrante superior izquierdo aparecen cinco pilares que constituyen fortaleza, que son los pilares 5, 6, 10, 12 y 14.

El pilar *fortaleza* que más puntuación obtiene en el caso de España es el **pilar 14** (Recursos culturales y viajes de negocio). Este pilar también representa una fortaleza para Francia y Alemania, pero una debilidad para Suiza. En el caso de España esto puede deberse, afortunadamente, al elevado número de sitios culturales y expresiones orales que son calificados como Patrimonio de la Humanidad, al elevado número de reuniones que asociaciones internacionales celebran en España y al uso extensivo de Internet para comprar y consultar actividades culturales y de entretenimiento. Esto refleja la importante riqueza patrimonial de España y la adaptación creciente del país a las nuevas tecnologías.

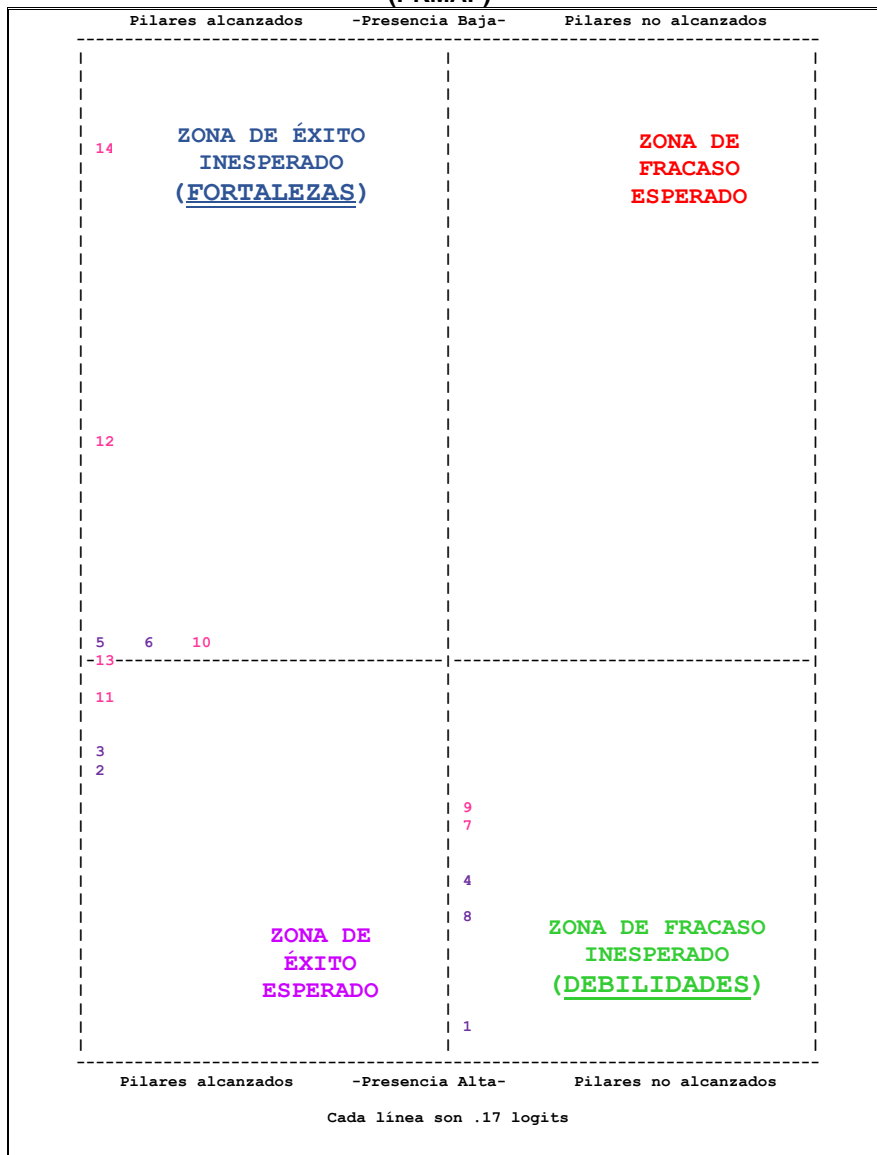
262

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 24.- Ficha de diagnóstico competitivo individual de España
 (PKMAP)³⁷



Fuente: Linacre (2019)

³⁷ Los pilares más importantes están señalados en violeta mientras los pilares menos importantes están señalados en rosa.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

En cuanto al **pilar 12** (Infraestructura de servicios turísticos), es el único pilar que representa una fortaleza para los modelos turísticos de los cuatro países con mayor habilidad competitiva de la muestra. En el caso de España, esta fortaleza puede deberse a la presencia generalizada de las principales empresas de alquiler de coches, a la elevada oferta alojativa hotelera y a la alta disponibilidad de cajeros automáticos, aspectos que determinan que la infraestructura de servicios turísticos sea de primera calidad.

Respecto al resto de pilares *fortaleza*, España es el país que menor puntuación obtiene en el pilar 5 (Dotación de TIC's) pero, sin embargo, es el país con mayor puntuación en los pilares 6 (Priorización del sector turístico) y 10 (Infraestructura de transporte aéreo), según la matriz de diagnóstico competitivo (tabla 18). La situación de España puede justificarse, en cuanto al **pilar 5** (Dotación de TIC's), en la elevada contratación de servicios de Internet de banda ancha y en la calidad del suministro eléctrico. Respecto al **pilar 6** (Priorización del sector turístico), esta fortaleza podría deberse a aspectos relacionados con la disponibilidad de datos relacionados con el sector turístico que existe en España, mientras elevado número de aerolíneas operativas en España podría justificar la situación con respecto al **pilar 10** (Infraestructura de transporte aéreo).

A tenor de estos resultados, se ha conseguido el objetivo práctico 1 (OP1), que consiste en identificar y analizar las fortalezas y debilidades del modelo turístico español mediante un análisis comparativo entre España y los siguientes tres países más habilidosos para competir turísticamente. Además, la hipótesis correspondiente a este objetivo (HP1) también se cumple porque, como puede verse en la tabla siguiente, las diferencias entre las fortalezas y las debilidades

264

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

del modelo turístico español y las fortalezas y las debilidades de los modelos turísticos de los tres países más habilidosos en competitividad turística (TDC), según el modelo de Rasch, son superiores al 25%.

Tabla 19.- Estado de hipótesis del objetivo práctico 1 (OP1)

| Hipótesis práctico 1 (OP1) | objetivo | Resultado análisis (% diferencias fortalezas – debilidades) | | | Estado de la hipótesis (Confirmación/Rechazo) |
|---|--------------------|---|--------------------|------------------------------|---|
| | | Países comparados | Pilares semejantes | Diferencia (%) | |
| HP 1: Sí existen diferencias con respecto a los modelos turísticos de los países más competitivos en, al menos, un 25% de los pilares. | España vs Francia | 8, 4, 7, 12, 14 | 29% | Se confirma la hipótesis HP1 | |
| | España vs Alemania | 8, 4, 7, 12, 14 | 29% | | |
| | España vs Suiza | 8, 7, 12 | 57% | | |

Fuente: Elaboración propia

Una vez realizado el análisis competitivo comparativo entre España (ESP) y los países que, según el modelo de Rasch, presentan mayor nivel de competitividad turística (TDC), en el siguiente apartado se procederá a realizar un análisis DIF-Ítems (pilares) para identificar si existen diferencias, respecto a los pilares, entre grupos de países.

5.2.4.- Análisis DIF-Ítems (pilares) (objetivo OP2)

El siguiente objetivo práctico (OP2) de esta tesis doctoral consiste en determinar si existen diferencias estadísticamente significativas en la percepción que tiene los sujetos consultados de los países sobre los pilares que determinan la TDC. Según Martínez (2014), los pilares deben ser igualmente interpretados por los países. Siguiendo a este autor, en el caso en que algún grupo de países interprete de manera diferente alguno de los pilares, esto daría lugar a un sesgo

265

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

y, por tanto, se estaría ante un comportamiento diferencial del ítem (DIF). Entre otras razones, la presencia de sesgos puede deberse a la diferencia entre la probabilidad de respuesta esperada y la probabilidad de respuesta observada que un grupo de países dan a un pilar determinado que, por ejemplo, cuenta con mayor dificultad de la habitual (Martín, Martín y González, 2012). La presencia de estos sesgos y su efecto acumulativo afectan a la puntuación global y, en consecuencia, pueden generar distorsiones (Oreja, García y Yanes, 2010).

Para llevar a cabo el análisis DIF se ha utilizado el programa informático Winsteps 3.92.1 (Linacre, 2018), como en anteriores análisis, y más concretamente se ha hecho uso de la tabla 30.1. El análisis se ha realizado sobre los pilares en función de varios criterios: nivel de TTCl, el número de llegadas de turistas internacionales, ingresos obtenidos del turismo internacional, la contribución del PIB turístico al PIB total y la proporción de empleo turístico respecto al empleo total. Se han elegido estos criterios porque son criterios que pueden relacionarse directamente con el nivel de competitividad, y particularmente, con el nivel de competitividad turística (TDC) de los países (OMT, 2019). De hecho, estos pilares se han confirmado mediante dos vías: (1) son citados y recogidos por el WEF en su análisis del índice de competitividad turística (TDC) del año 2017, (2) son variables económicas que están presentes en las estadísticas internacionales y (3), por último, estas variables se presentaron a un grupo de 2 expertos, ambos vinculados al turismo, quienes han concluido que estas variables son apropiadas para realizar distintas clasificaciones de países (Selnes, 1993; García-Herrero y Ramírez-Navarro, 2006).

266

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Para la identificación de un DIF-ítem, se pueden seguir varios procedimientos. En el caso de este trabajo, se atenderán a las indicaciones realizadas por Bond y Fox (2007) para detectar la presencia de un DIF-ítem:

- El contraste de la diferencia debe pertenecer al intervalo +/- 0.50 logits
($-0.5 \leq \text{Contraste DIF} \leq 0.5$)
- La significatividad debe ser menor a 0.05 ($p \leq 0.05$)
- Valor de t fuera del intervalo +/-2

Una vez detectada la presencia de un DIF, se debe identificar a favor de qué grupo de países se orienta este comportamiento diferencial de los pilares. Para ello, se deberá atender a la magnitud y al signo de las medidas.

A continuación, se expondrán los resultados obtenidos según las variables de discriminación escogidas:

5.2.4.1.- Análisis DIF en función del nivel de TTCl en 2017

En este trabajo el nivel de competitividad turística (TDC) que presentan los países es el *Índice de Competitividad en Viajes y Turismo* (TTCl), aportado por el WEF. En primer lugar, se identificarán las posibles diferencias en las valoraciones de los pilares entre el grupo de países con mayor y menor TTCl. De este modo, se pueden diferenciar dos grupos de países: *PBC* y *PAC*. El grupo *PBC* incluye los países con bajo nivel de competitividad turística, en este caso estará compuesto por aquellos países con TTCl inferior a 4, pues con ello han resultado dos grupos con número similar de países. Por su parte, el grupo *PAC* incluye aquellos países con alto nivel de competitividad turística, es decir, estará integrado por aquellos países con TTCl superior a 4.

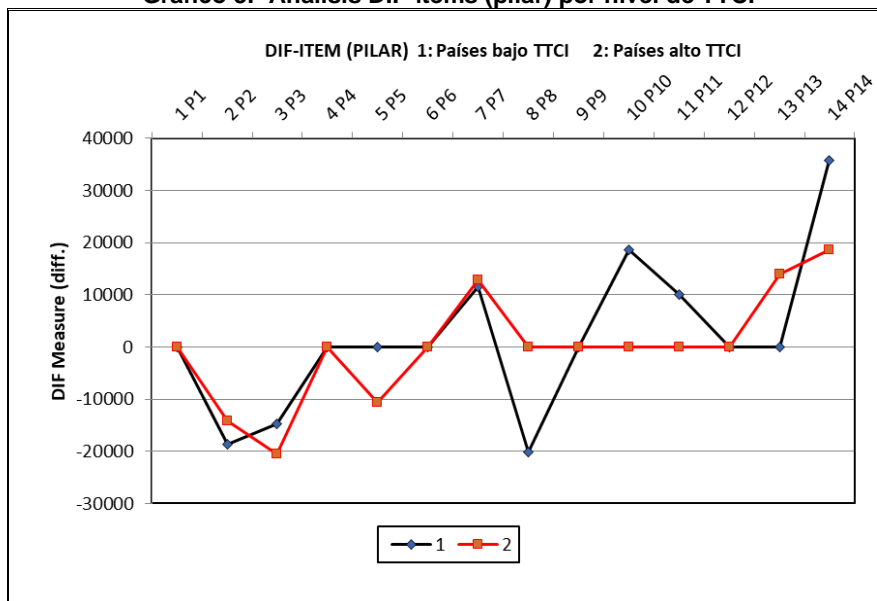
267

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Gráfico 3.- Análisis DIF-ítems (pilar) por nivel de TTCI



Fuente: Elaboración propia

Tabla 20.- Análisis DIF-ítems (pilar) por nivel de TTCI (N=133)

| PBC | DIF MEASURE | DIF S. E. | PAC | DIF MEASURE | DIF S. E. | DIF CONTRAST | t | d. f. | Prob. | Pilar |
|-----|-------------|-----------|-----|-------------|-----------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| PBC | -.82 | .13 | PAC | -.13 | .18 | -.69 | -3.12 | 106 | .0023 | P1 |
| PBC | -1.87 | .14 | PAC | -1.42 | .19 | -.45 | -1.85 | 104 | .0676 | P2 |
| PBC | -1.48 | .14 | PAC | -2.05 | .20 | .57 | 2.30 | 98 | .0235 | P3 |
| PBC | -.86 | .13 | PAC | -.61 | .18 | -.25 | -1.09 | 103 | .2800 | P4 |
| PBC | -.24 | .13 | PAC | -1.06 | .19 | .82 | 3.60 | 97 | .0005 | P5 |
| PBC | -.81 | .13 | PAC | -.38 | .18 | -.42 | -1.88 | 104 | .0628 | P6 |
| PBC | 1.16 | .13 | PAC | 1.29 | .16 | -.13 | -.64 | 112 | .5234 | P7 |
| PBC | -2.02 | .15 | PAC | .20 | .17 | -2.22 | -9.83 | 114 | .0000 | P8 |
| PBC | -.49 | .13 | PAC | .46 | .17 | -.96 | -4.47 | 107 | .0000 | P9 |
| PBC | 1.86 | .15 | PAC | .82 | .16 | 1.04 | 4.73 | 117 | .0000 | P10 |
| PBC | 1.01 | .13 | PAC | .63 | .17 | .37 | 1.77 | 107 | .0792 | P11 |
| PBC | .38 | .13 | PAC | -.78 | .18 | 1.16 | 5.17 | 98 | .0000 | P12 |
| PBC | .97 | .13 | PAC | 1.39 | .16 | -.42 | -2.05 | 112 | .0424 | P13 |
| PBC | 3.57 | .20 | PAC | 1.85 | .15 | 1.72 | 6.86 | 130 | .0000 | P14 |

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 3 y en la tabla 20 se puede observar la existencia de comportamiento diferenciado, pues:

- a) El grupo de países PBC presenta mayores valores en los pilares 1 (Entorno empresarial), 8 (Competitividad-precio) y 9 (Sostenibilidad ambiental).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- b) El grupo de países PAC presenta mayores valores de los pilares 3 (Salud e higiene), 10 (Infraestructura de transporte aéreo), 12 (Infraestructura turística) y 14 (Recursos culturales y viajes de negocio).

Como se observa, los países menos competitivos puntúan menos en los pilares esencialmente turísticos, como es el caso de la infraestructura turística y la infraestructura de transporte aéreo.

5.2.4.2.- Análisis DIF en función del nivel de llegadas de turistas internacionales en 2017

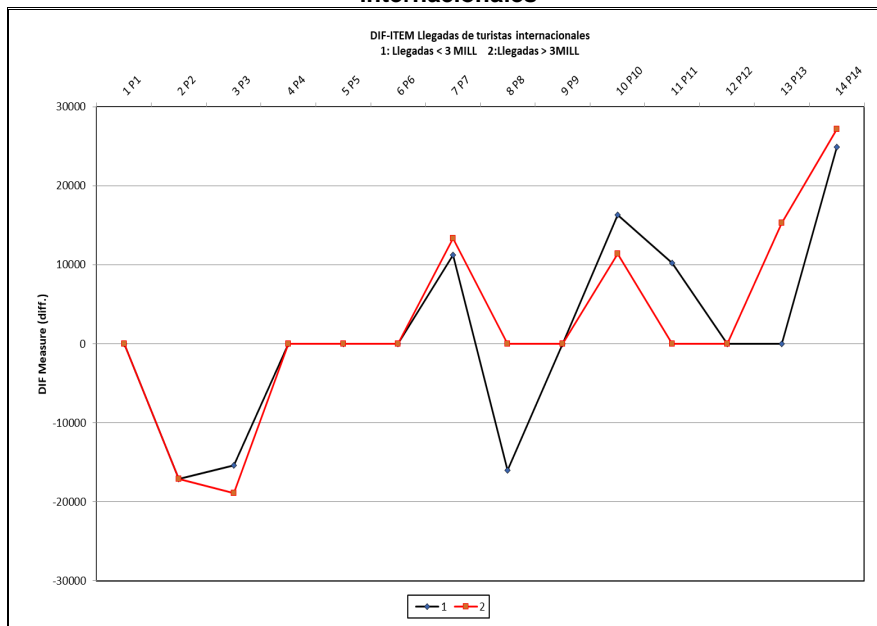
Respecto al número de llegadas internacionales de turistas, el siguiente paso consiste en discriminar entre países con menos de 3 millones de llegadas de turistas internacionales (PSL) y países con más de 3 millones de llegadas de turistas internacionales (PCL), pues dicha cantidad de llegadas permite obtener dos grupos con similar número de países.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Gráfico 4.- Análisis DIF-Ítems (pilar) por llegadas de turistas internacionales



Fuente: Elaboración propia

Tabla 21.- Análisis DIF-ítems por llegadas de turistas internacionales (N=133)

| PSL | DIF MEASURE | DIF S. E. | PCL | DIF MEASURE | DIF S. E. | DIF CONTRAST | t | d. f. | Prob. | Pilar |
|-----|-------------|-----------|-----|-------------|-----------|--------------|-------|-------|-------|-------|
| PSL | -.86 | .14 | PCL | -.18 | .16 | -.68 | -3.16 | 122 | .0020 | P1 |
| PSL | -1.93 | .15 | PCL | -1.40 | .18 | -.53 | -2.25 | 121 | .0265 | P2 |
| PSL | -1.37 | .15 | PCL | -2.14 | .19 | .77 | 3.22 | 115 | .0016 | P3 |
| PSL | -.82 | .14 | PCL | -.70 | .17 | -.12 | -.52 | 119 | .6023 | P4 |
| PSL | -.31 | .14 | PCL | -.82 | .17 | .51 | 2.35 | 116 | .0205 | P5 |
| PSL | -.78 | .14 | PCL | -.48 | .17 | -.30 | -1.39 | 120 | .1672 | P6 |
| PSL | 1.09 | .14 | PCL | 1.36 | .15 | -.27 | -1.31 | 125 | .1918 | P7 |
| PSL | -1.66 | .15 | PCL | -.51 | .17 | -1.15 | -5.13 | 124 | .0000 | P8 |
| PSL | -.55 | .14 | PCL | .41 | .16 | -.96 | -4.60 | 123 | .0000 | P9 |
| PSL | 1.82 | .15 | PCL | .97 | .15 | .84 | 3.98 | 128 | .0001 | P10 |
| PSL | .83 | .13 | PCL | .90 | .15 | -.07 | -.34 | 124 | .7312 | P11 |
| PSL | .19 | .13 | PCL | -.31 | .16 | .51 | 2.40 | 118 | .0181 | P12 |
| PSL | .98 | .14 | PCL | 1.34 | .15 | -.36 | -1.76 | 125 | .0814 | P13 |
| PSL | 3.98 | .22 | PCL | 1.67 | .15 | 2.31 | 8.74 | 123 | .0000 | P14 |

Fuente: Elaboración propia

De este modo, el gráfico 4 y la tabla 21, que hacen referencia al análisis DIF-ítems (pilares) en función del número de llegadas de turistas internacionales,

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

permiten establecer que hay diferencias significativas en el comportamiento de los siguientes pilares:

- a) Los países con menor número de llegadas de turistas internacionales (PSL) presentan mayores valores en los pilares 1 (Entorno empresarial), 2 (Seguridad y protección), 8 (Competitividad-precio) y 9 (Sostenibilidad ambiental).
- b) Los países con mayor número de llegadas de turistas internacionales (PCL) presentan mayores valores en los pilares 3 (Salud e higiene), 5 (Dotación de TIC's), 12 (Infraestructura de servicios turísticos) y 14 (Recursos culturales y viajes de negocio).

Como puede observarse, en los países con mayor número de llegadas de turistas internacionales puntúan más aquellos pilares que están más en relación con el sector turístico que en los países con menor número de llegadas de turistas internacionales.

5.2.4.3.- Análisis DIF en función del nivel de ingresos por turismo internacional en 2017

Respecto a los ingresos por turismo internacional, se pueden diferenciar dos grupos de países: *PCI* y *PSI*. El grupo *PCI* se compone de aquellos países con ingresos por turismo internacional en el año 2017 superiores a 2 millones de dólares americanos (US\$). Por su parte, el grupo *PSI* está compuesto por aquellos países con ingresos por turismo internacional en el año 2017 inferiores a dos millones de dólares americanos (US\$). Dicho nivel de ingresos permite obtener dos grupos con similar número de países.

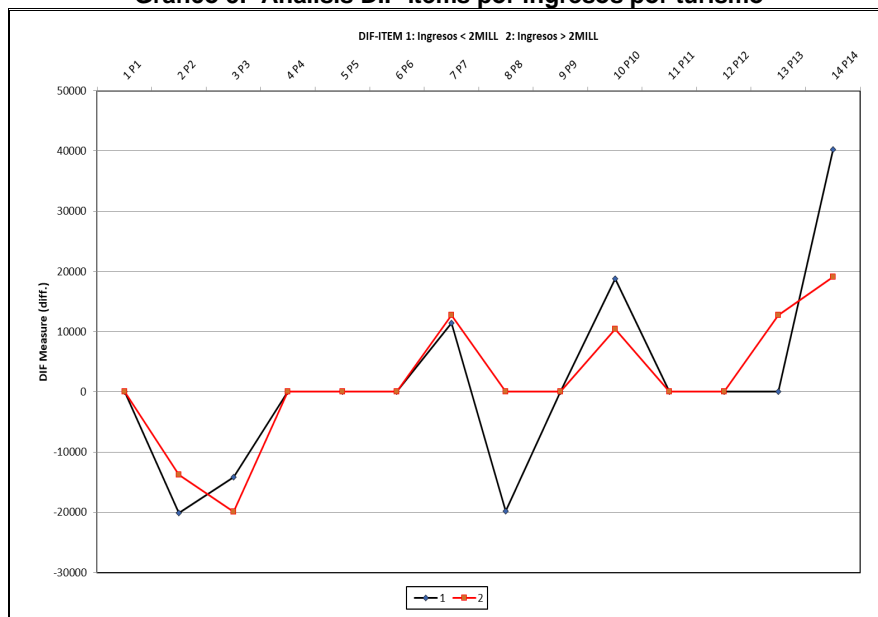
271

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Gráfico 5.- Análisis DIF-Ítems por ingresos por turismo



Fuente: Elaboración propia

Tabla 22.- Análisis DIF-Ítems por ingresos por turismo (N=133)

| PSI | DIF MEASURE | DIF S.E. | PCI | DIF MEASURE | DIF S.E. | DIF CONTRAST | t | d.f. | Prob. | Pilar |
|-----|-------------|----------|-----|-------------|----------|--------------|-------|------|-------|-------|
| PSI | -.85 | .15 | PCI | -.26 | .15 | -.59 | -2.76 | 130 | .0066 | P1 |
| PSI | -2.01 | .16 | PCI | -1.37 | .17 | -.63 | -2.73 | 130 | .0072 | P2 |
| PSI | -1.42 | .15 | PCI | -1.99 | .18 | .57 | 2.46 | 128 | .0152 | P3 |
| PSI | -.87 | .15 | PCI | -.66 | .16 | -.22 | -1.00 | 130 | .3169 | P4 |
| PSI | -.23 | .14 | PCI | -.86 | .16 | .63 | 2.94 | 128 | .0039 | P5 |
| PSI | -.72 | .15 | PCI | -.58 | .16 | -.14 | -.67 | 130 | .5072 | P6 |
| PSI | 1.15 | .15 | PCI | 1.28 | .14 | -.13 | -.65 | 130 | .5164 | P7 |
| PSI | -1.98 | .16 | PCI | -.31 | .16 | -1.67 | -7.50 | 130 | .0000 | P8 |
| PSI | -.62 | .14 | PCI | .37 | .15 | -.99 | -4.81 | 130 | .0000 | P9 |
| PSI | 1.87 | .16 | PCI | 1.04 | .14 | .83 | 3.88 | 128 | .0002 | P10 |
| PSI | .98 | .14 | PCI | .76 | .14 | .22 | 1.09 | 130 | .2787 | P11 |
| PSI | .34 | .14 | PCI | -.43 | .16 | .77 | 3.67 | 129 | .0004 | P12 |
| PSI | 1.00 | .14 | PCI | 1.28 | .14 | -.28 | -1.39 | 130 | .1667 | P13 |
| PSI | 4.02 | .24 | PCI | 1.90 | .14 | 2.12 | 7.60 | 104 | .0000 | P14 |

Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 5 y la tabla 22 se puede observar la existencia de DIF en los siguientes pilares:

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- a) El grupo de países PSI presentan mayores valores en los pilares 1 (Entorno empresarial), 2 (Seguridad y protección), 8 (Competitividad - precio) y 9 (Sostenibilidad ambiental).
- b) El grupo de países PCI presentan mayores valores en los pilares 3 (Salud e higiene), 5 (Dotación de TIC's), 10 (Infraestructura de transporte aéreo), 12 (Infraestructura turística) y 14 (Recursos culturales y viajes de negocio).

Se puede apreciar que los países con menor nivel de ingresos por turismo internacional valoran más aquellos pilares de carácter general (no turísticos) que los países con mayor nivel de ingresos por turismo internacional. Es lógico que estos resultados coincidan con los obtenidos del análisis anterior, puesto que, generalmente, un mayor número de llegadas de turistas representa un mayor nivel de ingresos.

5.2.4.4.- Análisis DIF en función de la proporción de PIB turístico sobre el PIB total

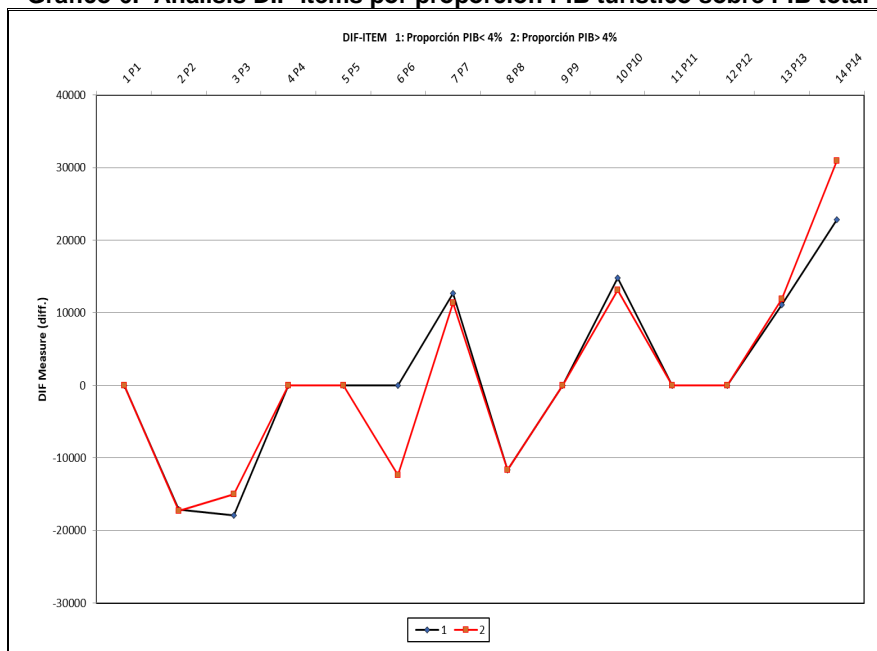
En relación con la participación del PIB turístico en el PIB global del país, la variable de discriminación se ha establecido en una proporción del 4%, de modo que pueden distinguirse los dos grupos de países siguientes, teniendo ambos grupos similar número de países: *PPTB*, o países en los que el PIB turístico supone una aportación al PIB total que es inferior al 4%, y *PPTA*, o países donde la industria turística aporta al PIB total más de un 4%.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Gráfico 6.- Análisis DIF-Ítems por proporción PIB turístico sobre PIB total



Fuente: Elaboración propia

Tabla 23.- Análisis DIF-Ítems por proporción PIB turístico (N=133)

| PPTB | DIF MEASURE | DIF S.E. | PPTA | DIF MEASURE | DIF S.E. | DIF CONTRAST | t | d.f. | Prob. | Pilar |
|-------------|-------------|------------|-------------|--------------|------------|--------------|--------------|------------|--------------|------------|
| PPTB | -.64 | .14 | PPTA | -.49 | .17 | -.15 | -.70 | 111 | .4855 | P1 |
| PPTB | -1.71 | .15 | PPTA | -1.73 | .18 | .02 | .10 | 110 | .9239 | P2 |
| PPTB | -1.79 | .15 | PPTA | -1.50 | .18 | -.29 | -1.24 | 112 | .2174 | P3 |
| PPTB | -.83 | .14 | PPTA | -.69 | .17 | -.14 | -.64 | 111 | .5229 | P4 |
| PPTB | -.68 | .14 | PPTA | -.26 | .17 | -.41 | -1.92 | 112 | .0574 | P5 |
| PPTB | -.31 | .13 | PPTA | -1.24 | .18 | .93 | 4.17 | 105 | .0001 | P6 |
| PPTB | 1.27 | .13 | PPTA | 1.13 | .16 | .13 | .65 | 113 | .5191 | P7 |
| PPTB | -1.17 | .14 | PPTA | -1.17 | .18 | .00 | .00 | 110 | 1.000 | P8 |
| PPTB | -.20 | .13 | PPTA | -.07 | .16 | -.13 | -.60 | 111 | .5498 | P9 |
| PPTB | 1.48 | .13 | PPTA | 1.31 | .16 | .17 | .81 | 113 | .4224 | P10 |
| PPTB | .86 | .13 | PPTA | .86 | .16 | .00 | .00 | 112 | 1.000 | P11 |
| PPTB | .21 | .13 | PPTA | -.34 | .17 | .55 | 2.59 | 108 | .0110 | P12 |
| PPTB | 1.11 | .13 | PPTA | 1.19 | .16 | -.07 | -.36 | 112 | .7226 | P13 |
| PPTB | 2.28 | .14 | PPTA | 3.10 | .19 | -.81 | -3.37 | 104 | .0010 | P14 |

Fuente: Elaboración propia

La información del gráfico 6 y de la tabla 23 permite detectar que existen diferencias significativas en los pilares 6, 12 y 14. En esta línea, se puede el grupo de países con baja contribución del PIB turístico al PIB total (PPTB) presentan mayores valores en el pilar 14 (Recursos culturales y viajes de

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

negocio). De la misma forma, el grupo de países con alta contribución del PIB turístico al PIB total (PPTA) presentan mayores valores en el pilar 6 (priorización del sector turístico) y en el pilar 12 (Infraestructura de servicios turísticos). Estos resultados son razonables pues si el sector turístico aporta mucho a la riqueza de un país parece lógico que se destinen recursos públicos a este sector.

5.2.4.5.- Análisis DIF en función de la proporción de empleo turístico sobre el empleo total

Respecto a la participación del empleo turístico sobre el empleo total del país, se ha establecido como valor de la variable de discriminación (contribución del empleo turístico al empleo total) en un 3,9%, de modo que los países puedan agruparse en *PETB* y *PETA*. El grupo *PETB* estará compuesto de países cuya proporción de empleo turístico respecto al empleo total creado es inferior al 3,9%. Por su parte, el grupo *PETA* se compondrá de aquellos países cuya proporción de empleo turístico respecto al empleo total creado es superior al 3,9%.

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Gráfico 7.- Análisis DIF-Ítems por proporción empleo turístico sobre empleo total



Fuente: Elaboración propia

Tabla 24.- Análisis DIF-Ítems por proporción empleo turístico al empleo total (N=133)

| PETB | DIF MEASURE | DIF S.E. | PETA | DIF MEASURE | DIF S.E. | DIF CONTRAST | t | d.f. | Prob. | Pilar |
|-------------|--------------|------------|-------------|-------------|------------|--------------|-------------|------------|--------------|------------|
| PETB | -.66 | .14 | PETA | -.45 | .17 | -.22 | -0.99 | 113 | .3258 | P1 |
| PETB | -1.71 | .15 | PETA | -1.71 | .19 | .00 | 0.00 | 112 | 1.000 | P2 |
| PETB | -1.54 | .15 | PETA | -1.89 | .19 | .35 | 1.47 | 110 | .1436 | P3 |
| PETB | -.83 | .14 | PETA | -.68 | .17 | -.15 | -.68 | 112 | .4995 | P4 |
| PETB | -.37 | .13 | PETA | -.74 | .17 | .37 | 1.70 | 110 | .0919 | P5 |
| PETB | -.46 | .13 | PETA | -.99 | .18 | .53 | 2.38 | 109 | .0192 | P6 |
| PETB | 1.13 | .13 | PETA | 1.33 | .16 | -.21 | 1.02 | 118 | .3119 | P7 |
| PETB | -1.60 | .15 | PETA | -.53 | .17 | -1.07 | 4.74 | 117 | .0000 | P8 |
| PETB | -.35 | .13 | PETA | .16 | .16 | -.51 | 2.43 | 114 | .0166 | P9 |
| PETB | 1.63 | .14 | PETA | 1.14 | .16 | .49 | 2.33 | 120 | .0213 | P10 |
| PETB | 1.02 | .13 | PETA | .65 | .16 | .37 | 1.78 | 116 | .0770 | P11 |
| PETB | .35 | .13 | PETA | -.59 | .17 | .94 | 4.34 | 108 | .0000 | P12 |
| PETB | .86 | .13 | PETA | 1.53 | .16 | -.67 | 3.26 | 117 | .0014 | P13 |
| PETB | 2.49 | .15 | PETA | 2.72 | .17 | -.23 | 1.00 | 122 | .3210 | P14 |

Fuente: Elaboración propia

Según la información del gráfico 7 y de la tabla 24, se puede apreciar que existe un comportamiento diferenciado en los siguientes pilares:

- a) Los pilares 8 (Competitividad-precio), 9 (Sostenibilidad ambiental) y 13 (Recursos naturales) presentan mayores valores en los países con

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

menor proporción de empleo turístico respecto al total del empleo (PETB).

- b) El pilar 6 (Priorización del sector turístico) presenta mayores valores en los países con mayor proporción de empleo turístico respecto al total del empleo (PETA).

Como puede observarse, los países en los que la participación del empleo turístico es significativa destinan más recursos públicos y atención al sector turístico. Esto va en consonancia con los resultados obtenidos en el análisis anterior.

Por tanto, a tenor de los resultados obtenidos se puede confirmar el objetivo práctico 2 (OP2), es decir, se ha comprobado que existen diferencias entre grupo de países, respecto a los pilares, en función de determinadas variables económicas. En este sentido, los países agrupados en función de su nivel de TDC valoran los pilares de forma diferente, al contrario de lo apuntado por Croes y Kubickova (2013), quienes afirmaban que el nivel de TDC de los países no constituye un factor diferenciador de las valoraciones de los pilares. Asimismo, las hipótesis que se corresponden con este objetivo práctico también se confirman, como se recoge en la tabla siguiente. Se puede observar que determinados pilares (pilares 3, 5, 12, y 14, por ejemplo) están presentes en los países con alta competitividad, alto número de llegadas y elevado nivel de ingresos.

277

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Tabla 25.- Estado de hipótesis del objetivo práctico 2(OP2)

| Hipótesis objetivo práctico 2 (OP2) | Pilares más valorados por grupos de países | Estado de la hipótesis (Confirmación/Rechazo) |
|--|--|---|
| HP 2: Sí existen diferencias en países según el valor obtenido en el índice WEF (TTCI) | PBC: 1, 8, 9 | Se confirma la hipótesis HP2 |
| | PAC: 3, 10, 12, 14 | |
| HP 3: Sí existen diferencias entre grupos de países en función del número de llegadas de turistas internacionales. | PSL: 1, 2, 8, 9 | Se confirma la hipótesis HP3 |
| | PCL: 3, 5, 12, 14 | |
| HP 4: Sí existen diferencias entre grupos de países en función del nivel de ingresos por turismo internacional. | PSI: 1, 2, 8, 9 | Se confirma la hipótesis HP4 |
| | PCI: 3, 5, 10, 12, 14 | |
| HP 5: Sí existen diferencias entre grupos de países en función de la proporción del PIB turístico sobre el PIB total. | PPTB: 14 | Se confirma la hipótesis HP5 |
| | PPTA: 6, 12 | |
| HP 6: Sí existen diferencias entre grupos de países en función de la proporción que representa el empleo turístico sobre el total de empleo creado en el país. | PETB: 8, 9, 13 | Se confirma la hipótesis HP6 |
| | PETA: 6 | |

Fuente: Elaboración propia

5.3.- Resultados del Análisis Bibliométrico (objetivo OAV)

El último estudio de la parte práctica propiamente dicha de esta tesis está relacionado con el objetivo valorativo/actitudinal. Este objetivo, de naturaleza integradora entre los marcos teórico y práctico de este trabajo, consiste en identificar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en la literatura científica. No obstante, a nivel institucional, existe algo más de atención a la competitividad turística, tal y como se refleja de los estudios, estadísticas, memorias e informes de instituciones como el WEF o la OMT. La metodología consistirá en analizar, desde el punto de vista bibliométrico, la importancia de la competitividad turística (TDC). El análisis se realizará utilizando la base de datos Scopus y realizando las búsquedas mediante las palabras “competitiveness”

278

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

(competitividad) y “tourism competitiveness” (competitividad turística) en el título del registro (la búsqueda es por títulos).

En la tabla 26 se recogen los registros hallados en Scopus. Se puede observar que es a partir del año 2000 cuando se publica el mayor porcentaje de trabajos. En el caso concreto de la competitividad en el turismo, no se había publicado nada antes de dicha fecha.

Tabla 26.- Registros publicados en cuyo título apareciera la palabra “competitiveness” y “tourism competitiveness”

| Periodo | Competitividad | % | Competitividad turística | % |
|--------------------|----------------|---------------|--------------------------|---------------|
| 1.945-1.950 | 1 | - | 0 | 0% |
| 1.951-1960 | 0 | 0 | 0 | 0% |
| 1.961-1.970 | 14 | 0,13% | 0 | 0% |
| 1.971-1.980 | 92 | 0,87% | 0 | 0% |
| 1.981-1-990 | 448 | 4,21% | 0 | 0% |
| 1.991-2.000 | 1.253 | 11,78% | 7 | 0% |
| 2.001-2010 | 3.036 | 28,55% | 67 | 20,12% |
| 2.011-2.020 | 5.791 | 54,45% | 259 | 77,78% |
| Total | 10.635 | 100% | 333 | 100% |

Fuente: Elaboración propia

En relación con el país de origen de las publicaciones, en la tabla 27 puede verse como el país que más contribuciones realiza a la literatura científica del campo de la competitividad turística (TDC) es China. Sin embargo, España es la que más aportaciones hace si se compara con el número total de registros (37/391=11,11%).

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Tabla 27.- País de origen de la publicación

| Periodo | Competitividad | % | Competitividad turística | % |
|----------------|----------------|--------------|--------------------------|---------------|
| Estados Unidos | 1.574 | 14,80% | 18 | 5,41% |
| China | 1.205 | 11,33% | 47 | 14,11% |
| Reino Unido | 759 | 7,14% | 17 | 5,11% |
| Rusia | 520 | 4,89% | 17 | 5,11% |
| España | 391 | 3,68% | 37 | 11,11% |
| Alemania | 388 | 3,65% | 3 | 0,90% |
| Italia | 387 | 3,64% | 15 | 4,50% |
| Australia | 275 | 2,59% | 16 | 4,80% |
| | | | | |
| Total | 10.635 | 100% | 333 | 100% |

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al tipo de registro o publicación, la información de la tabla 28 permite afirmar que los registros en forma de *artículos* predominan sobre el resto, tanto para el caso de la competitividad (67,50%) como para el caso de la competitividad turística (TDC) (77,48%).

Tabla 28.- Tipo de publicación

| Periodo | Competitividad | % | Competitividad turística | % |
|-----------------|----------------|---------------|--------------------------|---------------|
| Artículo | 7.179 | 67,50% | 258 | 77,48% |
| Ponencia | 1.758 | 16,53% | 36 | 10,81% |
| Capítulo libro | 721 | 6,77% | 24 | 7,20% |
| Revista | 419 | 3,94% | 10 | 3,00% |
| Libro | 151 | 1,42% | 3 | 0,90% |
| Editorial | 120 | 1,13% | 2 | 0,60% |
| | | | | |
| Total | 10.635 | 100% | 333 | 100% |

Fuente: Elaboración propia

Por tanto, en función de los resultados se pide afirmar que el objetivo valorativo/actitudinal (OVA) se ha conseguido, al identificar cualitativamente la importancia de la TDC en las publicaciones científicas. Por tanto, aun existiendo un creciente interés por la competitividad turística, dicho interés es reciente y todavía reducido. En todo caso el interés por la competitividad turística crece en relación al de la competitividad general, mostrando España un buen resultado.

280

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Asimismo, se han contrastado las hipótesis valorativo/actitudinales:

Tabla 29.- Estado de las hipótesis valorativo/actitudinales

| Hipótesis del objetivo valorativo/actitudinal (OVA) | Estado de la hipótesis (Confirmación/Rechazo) |
|--|---|
| HVA1: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) según el número de publicaciones. | Se confirma la hipótesis HVA1 |
| HVA2: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en función del país de origen de las publicaciones. | Se confirma la hipótesis HVA2 |
| HVA3: Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) a partir del tipo de publicación. | Se confirma la hipótesis HVA3 |

Fuente: Elaboración propia

Una vez abordados los resultados de los estudios llevados a cabo en esta tesis, a continuación se procederá, tras un breve apartado de síntesis, a la exposición de las conclusiones e implicaciones que suscitan estos resultados. El siguiente capítulo, el de conclusiones, es de gran valor y utilidad para los gestores turísticos, así como para académicos e investigadores del campo del turismo.

A modo de resumen, a continuación, se presentan dos cuadros en los que se muestra la verificación de los objetivos de la investigación (cuadro 32) y el estado de las hipótesis (confirmación/rechazo), después (cuadro 33). También se incluyen los objetivos teóricos y sus correspondientes hipótesis, contrastadas en la realización del marco teórico.

281

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 33.- Verificación de los objetivos de la investigación

| | | | |
|---------------------------------|------|---|---|
| Objetivos teóricos (OT) | OT1 | OT1: Construir un marco teórico útil para la competitividad y la competitividad turística (TDC) | ✓ |
| | OT2 | OT2: Proporcionar una base teórica para el modelo de competitividad turística del WEF | ✓ |
| Objetivos metodológicos (OM) | OM1 | Determinar la significatividad estadística (validez, fiabilidad, unidimensionalidad y desajustes) del constructo "competitividad turística" del modelo del WEF para el año 2017 | ✓ |
| Objetivos prácticos (OP) | OP1 | Analizar fortalezas/debilidades del modelo turístico español en el año 2017 en función de los pilares de competitividad turística | ✓ |
| | OP2 | Comprobar si existen diferencias entre grupos de países respecto a los pilares según determinadas variables económicas | ✓ |
| Objetivo valorativo/actitudinal | OVA1 | Identificar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en la literatura científica en términos bibliométricos | ✓ |

Fuente: Elaboración propia

282

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Cuadro 34.- Estado de las hipótesis de la investigación

| | | | |
|------------------|---|---|---|
| Hipótesis | HT1 | Sí es posible generar un marco teórico de la TDC | ✓ |
| | HT2 | Se puede aportar un marco teórico que complemente el modelo de competitividad turística del WEF | ✓ |
| | HM1 | Los datos de los pilares sí se ajustan al modelo de Rasch en, al menos, un 75% | ✓ |
| | HM2 | Los datos de los países sí se ajustan al modelo de Rasch en, al menos, un 90% | ✓ |
| | HM3 | Sí existe fiabilidad respecto a pilares | ✓ |
| | HM4 | Sí existe fiabilidad respecto a países | ✓ |
| | HM5 | Sí existe unidimensionalidad | ✓ |
| | HP 1 | Sí existen diferencias con respecto a los modelos turísticos de los países más competitivos en, al menos, un 25% de los pilares | ✓ |
| | HP 2 | Sí existen diferencias en países según el valor obtenido en el índice WEF (TTCI) | ✓ |
| | HP 3 | Sí existen diferencias entre grupos de países en función del número de llegadas de turistas internacionales. | ✓ |
| | HP 4 | Sí existen diferencias entre grupos de países en función del nivel de ingresos por turismo internacional | ✓ |
| | HP 5. | Sí existen diferencias entre grupos de países en función de la proporción del PIB turístico sobre el PIB total | ✓ |
| | HP 6 | Sí existen diferencias entre grupos de países en función de la proporción que representa el empleo turístico sobre el total de empleo creado en el país | ✓ |
| | HVA1. | Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) según el número de publicaciones | ✓ |
| | HVA2 | Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) en función del país de origen de las publicaciones | ✓ |
| HVA3 | Es posible determinar la importancia cuantitativa de la competitividad turística (TDC) a partir del tipo de publicación | ✓ | |

Fuente: Elaboración propia

283

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

5.4.- Síntesis del Capítulo

Desde el punto de vista metodológico, los análisis practicados mediante el modelo de Rasch a los catorce pilares y países del modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) han revelado que los niveles de ajuste y fiabilidad son adecuados. Respecto a las tensiones de dimensionalidad detectadas, éstas fueron finalmente aceptadas al considerar que el grado de unidimensionalidad era adecuado.

Seguidamente se llevó a cabo un análisis comparativo, utilizando las medidas logits, que ha permitido conocer que las diferencias estratégicas entre los modelos turísticos de España y de los países con mayor habilidad para la TDC son superiores al 25%.

A continuación, se ha realizado un análisis discriminante (DIF) a las medidas logits de los países. Este análisis reveló la existencia de diferencias significativas entre grupos de países debidas al nivel de competitividad turística (TDC), al número de llegadas de turistas internacionales, al nivel de ingresos por turismo internacional, a la proporción de PIB turístico sobre el PIB total y a la proporción de empleo turístico con respecto al total de empleo creado. Los resultados muestran cierta homogeneidad respecto a la presencia de determinados pilares.

Por último, se ha aplicado un análisis bibliométrico a las publicaciones en cuyo título apareciera la palabra “competitiveness” y “tourism competitiveness”. Este análisis ha revelado la importancia de la competitividad turística (TDC) desde el punto de vista de investigaciones académicas.

284

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

285

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

Capítulo 6

Conclusiones e Implicaciones

286

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

6.1.- Conclusiones e Implicaciones de la Investigación

Este trabajo tiene como objetivo general legitimar estadísticamente el modelo WEF para la medición de la competitividad turística. Para ello, en primer lugar, se ha considerado necesario subsanar una de las críticas más habituales que recibe dicho modelo, la cual está relacionada con la falta de una base teórica que lo sustente. Partiendo de la competitividad de los países, también denominada *macro competitividad* o *competitividad global*, se ha avanzado hasta la competitividad turística, la cual en esta tesis se entiende como la competitividad del destino turístico (TDC). Desde un punto de vista eminentemente práctico, el objetivo ha consistido en aplicar este modelo a un conjunto de países, y en especial, a España. Con ello se ha pretendido identificar aquellas áreas de mejora del modelo turístico español y sugerir acciones que mejoren el nivel competitivo turístico de España. Por último, y con un sentido integrador, se ha estudiado, de forma cuantitativa, la importancia que tienen la competitividad y la competitividad turística (TDC) en la literatura académica. Por tanto, se puede observar que los objetivos de esta tesis, y sus correspondientes hipótesis, son de tres tipos: teóricos, prácticos/metodológicos y valorativo/actitudinales.

Con el objeto de aportar coherencia, esta tesis doctoral se ha organizado en 6 capítulos. La primera parte de este trabajo hace referencia al marco teórico y está compuesta por tres capítulos. En el capítulo 1 se ha abordado el impacto de la internacionalización y de la globalización económica en el sector turístico. Comenzando por la definición y aclaración de ambos conceptos, en este capítulo también se han abordado las distintas teorías y estrategias que explican ambos

287

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

procesos. Para terminar, y dado que los procesos de internacionalización, globalización y competitividad se desarrollan por las empresas, en este capítulo se han definido dos tipos de empresas relacionadas con los procesos de internacionalización y globalización, como son las empresas multinacionales y las empresas globales.

En el capítulo 2, se ha abordado la casuística relativa al concepto de competitividad, especialmente a la competitividad global o macro competitividad. Asimismo, se han presentado las teorías de macro competitividad más relevantes, diferenciando entre las teorías clásicas [i.e. la teoría de la ventaja absoluta (Smith, 1771)] y las teorías modernas de competitividad [i.e. la teoría de la ventaja competitiva (Porter, 1990)], haciendo hincapié en la adaptación entre las teorías que explican la competitividad y el turismo. Seguidamente, en el capítulo 2 también se han abordado tanto la conceptualización del destino turístico, elemento básico en esta tesis, como la conceptualización del término competitividad turística o competitividad del destino turístico (TDC), destacando los modelos conceptuales que explican la competitividad turística (TDC).

La medición de la competitividad se ha abordado en el capítulo 3. En este capítulo se han incluido los modelos más utilizados para evaluar la macro competitividad y la competitividad turística (TDC). En relación al contexto turístico, en este capítulo se ha diferenciado entre las aportaciones teóricas y las aportaciones prácticas. Respecto a las aportaciones prácticas, en este capítulo se ha profundizado en las aportaciones realizadas por el World Economic Forum (WEF) para la medición de la competitividad global [The Global Competitiveness Index (GCI)] y la competitividad turística [The Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)]. El primer modelo, que mide la competitividad global o macro

288

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

competitividad (GCI), constituye la base del modelo que mide la competitividad turística (TTCI), el cual, a su vez, representa el instrumento de medida de esta tesis.

La segunda parte de este trabajo se compone de la investigación propiamente dicha y se ha presentado en otros tres capítulos. Primeramente, en el capítulo 4 se ha presentado la metodología utilizada, subrayando que la investigación se compone de dos estudios complementarios, uno metodológico y otro práctico. Además, en este capítulo también se han abordado los objetivos, el software utilizado y el instrumento de medida, así como la población y la muestra analizada. El capítulo finaliza con una presentación sintetizada de las fases que han transcurrido en el proceso de elaboración de este documento de tesis doctoral.

Seguidamente, en el capítulo 5 se han presentado los resultados obtenidos. Este capítulo comienza con los resultados relativos a los objetivos metodológicos (OM1), continúa con los resultados relacionados con los objetivos prácticos (OP1 y OP2) y finaliza con los resultados referentes al objetivo valorativo/actitudinal (OVA), así como una síntesis del capítulo.

El bloque práctico de este trabajo concluye con un capítulo de conclusiones e implicaciones (capítulo 6). Dichas conclusiones e implicaciones se presentan de manera diferenciada según los tres tipos de objetivos que se han incluido en este trabajo. Además, en este capítulo se presentan las limitaciones a las que se han tenido que hacer frente en este trabajo y las posibles líneas de investigación futuras. Por tanto, esta tesis contribuye con diversas aportaciones relacionadas con (1) conclusiones e implicaciones teóricas o relativas a la literatura académica; (2) conclusiones e implicaciones de

289

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

carácter metodológico; (3) conclusiones e implicaciones de carácter práctico, relativas al modelo para la medición de la competitividad turística del WEF y, más concretamente, para el destino turístico “España”; y, por último, (4) conclusiones e implicaciones de carácter valorativo/actitudinales.

6.1.1.- Conclusiones e Implicaciones Teóricas (OT1 y OT2; HT1 y HT2)

En cuanto a las conclusiones e implicaciones teóricas, tras la revisión de la literatura se ha podido constatar:

1. La dispersión y variedad de marcos teóricos y modelos existentes a nivel conceptual y metodológico en el estudio de la competitividad en general y de la competitividad turística (TDC) en particular.
2. Los trabajos en los campos de la competitividad en general y de la competitividad turística (TDC) son relativamente recientes y escasos, lo que añade dificultad para su estudio a nivel académico y para su aplicación práctica.
3. El estudio de la competitividad, tanto global como turística, no está exento de complejidad y de cierto nivel de polémica. Por tanto, esta tesis contribuye a llenar un vacío al respecto, al mismo tiempo que aporta claridad, síntesis y actualización. Ello es especialmente relevante dado el importante papel que tiene la competitividad turística (TDC), la cual constituye un factor clave para el crecimiento económico y, también, para el posicionamiento competitivo de un país a nivel global. Este campo es

290

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

de especial interés para España, el país más competitivo del mundo a nivel turístico. Bajo esta premisa, en este trabajo se ha elaborado un marco teórico sobre la competitividad en general y la competitividad turística que es novedoso y completo, y que permite justificar, abordar y comprender los análisis empíricos realizados, siendo lo suficientemente analítico y actualizado como para constituir una valiosa aportación en este campo, tanto a nivel académico como profesional e institucional.

4. En este trabajo también se han realizado aportaciones teóricas respecto al modelo para la medición de la competitividad turística del WEF, instrumento de medida utilizado en esta tesis. En este sentido, la revisión de las distintas aportaciones realizadas a la literatura respecto al modelo WEF han permitido dotarlo de mayor contenido académico y científico, a la vez que permite concluir que los procesos metodológicos y estadísticos de este modelo carecen de justificación teórico-científica suficiente (Crouch, 2007, Pulido y Rodríguez, 2016). En todo caso, se ha constatado que este modelo se apoya en las teorías de la ventaja comparativa (Ricardo, 1817) y de la ventaja competitiva (Porter, 1990), de forma similar a las propuestas teóricas presentes en la literatura.
5. Se ha evidenciado que los factores de competitividad turística (pilares) del modelo WEF, se ajustan a los preceptos que utilizan las teorías de la ventaja comparativa y de la ventaja competitiva para explicar el desarrollo turístico de un destino-país, tanto en el corto plazo (i.e. recursos naturales) como en el largo plazo (i.e. innovación) (Dwyer y Kim, 2003; Gooroochurn

291

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

y Sugiyarto, 2005; Blanke y Chiesa, 2007; Hong, 2008, 2009; Schwab, 2015; Cvelbar, Dwyer, Koman y Mihalič, 2016).

6.1.2.- Conclusiones e Implicaciones Metodológicas (OM1; HM1, HM2, HM3, HM4, HM5)

Normalmente la competitividad, independientemente de si es turística o no, es estudiada a través de la Teoría Clásica del Test (TCT). Esto no permite incorporar diferentes puntos de vista ni herramientas de análisis más allá de los tradicionales. En relación a lo anterior, en este trabajo:

1. La aplicación del modelo de Rasch a los datos del WEF ha llevado consigo la generación de un modelo al que los datos del WEF se ajustan. Este hecho se concreta, dicho de manera explícita, en un modelo WEF más sólido y expresado en medidas logits. A través de las medidas logits, se ha podido verificar que el modelo WEF de competitividad turística mide lo que pretende medir (validez), y que la medición es precisa (fiabilidad). También permite confirmar que los pilares de competitividad turística que componen el modelo WEF describen, principalmente, una variable latente, que es la "competitividad turística (TDC)". De este modo, la visión del modelo WEF mediante la perspectiva del modelo de Rasch permite obtener una visión más completa y fiable de los datos y de la realidad turística, lo cual a su vez favorece un abordaje académico y científico complementario amplio y de gran interés, además de una mejor gestión de la competitividad en el sector.
2. El modelo obtenido tras la aplicación del modelo de Rasch legitima la significatividad estadística de los datos del WEF. Por ello se sustenta la

292

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

propia tesis, así como los resultados obtenidos. **Esta verificación** supone una importante aportación al campo académico e investigador del turismo y también supone una aportación de gran utilidad al ámbito de la gestión turística pública y privada porque, a partir de los resultados obtenidos, se puede afirmar que el modelo WEF constituye una herramienta estadísticamente robusta y globalmente válida y fiable para la toma de decisiones. Esto se ha visto enriquecido con el uso de la herramienta benchmarking en posteriores análisis. Esto es muy importante porque los académicos, los profesionales y las instituciones toman decisiones utilizando los datos del WEF.

3. La utilización del modelo de Rasch ha permitido concluir que, a nivel metodológico, podrían realizarse esfuerzos por mejorar el diseño metodológico del WEF, consiguiendo mayores niveles de validez, fiabilidad y unidimensionalidad. Esto podría llevar consigo una redefinición del número y contenido de los pilares y los indicadores que incluye, además, un tratamiento más adecuado de los países y de los agrupamientos de unos y otros.
4. Las tensiones detectadas a favor de una segunda dimensión, a pesar de que el nivel de unidimensionalidad se considera adecuado por el investigador para la investigación realizada en esta tesis, sugieren que el WEF debería afianzar en el perfeccionamiento de la significatividad estadística del modelo. Otros aspectos de mejora del WEF tienen que ver con un mayor contenido predictivo causal, además de descriptivo, así como un mayor potencial

293

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

discriminante o diferencial entre países. Por último, el modelo WEF no tiene en cuenta la diversidad turística de países como España, al mismo tiempo que debería asegurarse el signo de algunos pilares con respecto a la competitividad turística (TDC). Por ejemplo, un alto valor en el pilar 8 (Competitividad-precio) supone un menor nivel de competitividad turística (TDC).

6.1.3.- Conclusiones e Implicaciones Prácticas (OP1 y OP2; HP1, HP2, HP3, HP4, HP5, HP6)

Una vez validada la significatividad estadística del modelo WEF, los análisis se han centrado en el estudio de la competitividad turística de España como país-destino turístico a través del modelo WEF.

1. De manera previa, se ha podido comprobar, mediante el mapa de Wright, que España es el país del mundo que tiene mayor habilidad para la competitividad turística (TDC), seguido de Francia, Alemania y Suiza. Esta tesis aporta información útil para poder consolidar dicha posición y realizar mejoras cualitativas y cuantitativas en las variables y pilares de las que depende la competitividad turística (TDC).
2. Estos análisis previos han permitido determinar que los pilares no tienen la misma presencia en todos los países, aunque todos sean importantes para la competitividad turística (TDC), ni son igualmente importantes para la competitividad de un país. A través del modelo de Rasch se ha podido determinar cuáles son los pilares con mayor presencia en el conjunto de países, y estos son los pilares 2 (Seguridad y protección), 3 (Salud e

294

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

higiene), 8 (Competitividad-precio), 4 (RRHH y mercado laboral), 6 (Priorización del sector turístico), 1 (Entorno empresarial) y 5 (Dotación de TIC's).

3. Como se detallará más adelante en este capítulo, España debería consolidar su posición competitiva consiguiendo una mayor presencia de los pilares, particularmente de aquellos más fáciles de alcanzar y que sean relevantes en su contexto turístico. Precisamente esta tesis aporta información de gran utilidad para ello. Del mismo modo, no todos los países poseen la misma habilidad para competir turísticamente, como queda reflejado en la ordenación de países que aporta el modelo de Rasch (mapa de posicionamiento).
4. La herramienta de Guttman y las fichas de diagnóstico competitivo individual -PKMAPS- han permitido, junto a los indicadores utilizados por el WEF en cada pilar, determinar los puntos fuertes y débiles del modelo turístico español, configurando una matriz de benchmarking competitivo. Esta matriz, que contiene la información referente a la puntuación original de los pilares de los cuatro países más habilidosos para la competitividad turística (TDC) (España, Francia, Alemania y Suiza) ha revelado cuáles son las fortalezas y debilidades de los modelos turísticos de estos países, en términos de pilares.

295

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

5. En gran medida, las fortalezas de los países con mayor habilidad para la competitividad turística se localizan en pilares con poca presencia en los países, mientras que las debilidades competitivas de los países se concentran en el grupo de pilares con mayor presencia, todo ello según el modelo de Rasch. Este hecho no es exclusivo de España, sino que parece ser una característica generalizada de los países europeos mejor posicionados en el universo competitivo del turismo.
6. Particularmente para el caso de España, su modelo turístico cuenta con fortalezas en los pilares 14 (Recursos culturales y viajes de negocio), 12 (Infraestructura de servicios turísticos), 5 (Dotación de TIC's), 6 (Priorización del sector turístico) y 10 (Infraestructura de transporte aéreo), cuadrante superior izquierdo de la figura 25. Solamente dos de estos cinco pilares pertenecen al grupo de los pilares con mayor presencia (sombreados en violeta). A pesar de que la situación ideal es que todos los pilares tengan una valoración alta, es especialmente importante que estos pilares, con menor presencia, permanezcan a unos niveles altos con el fin de que España conserve la situación de liderazgo mundial en competitividad turística (TDC).
7. Para reforzar las fortalezas relativas a los pilares con menor valoración, España debe implementar medidas encaminadas a mejorar la calidad de la infraestructura turística (pilar 12), mediante planes que permitan actualizar la planta hotelera y las zonas turísticas obsoletas. Respecto al pilar 5 (Dotación de TIC's), el uso generalizado de Internet, y particularmente de los dispositivos móviles, como herramienta para el desarrollo de la vida diaria

296

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

pone en relieve la importancia que tiene para los países contar con unas infraestructuras que proporcionen una cobertura adecuada. En el caso de España, las medidas en este sentido deben centrarse en adaptar las infraestructuras actuales a las nuevas necesidades de la sociedad, que pasan por mejorar la cobertura de la red móvil y por la digitalización de las transacciones comerciales. Ambos aspectos podrían redundar en unas mejores ratios de comercio electrónico empresarial (B2B) y de consumo (B2C). En relación con la conectividad aérea (pilar 10), España debería mejorar las infraestructuras aeroportuarias, con una red eficiente de aeropuertos que se extienda por todo el territorio nacional. Estas medidas no solo mejorarían la valoración individual de los pilares, sino que, además, proporcionarían una mejor imagen de España como destino turístico, reforzando la marca-país (pilar 6).

8. Aquellos pilares con una presencia alta y alcanzados por España (pilares con niveles adecuados, cuadrante inferior izquierda de la figura 25) también podrían mejorar y constituirse como fortalezas, pasando de la “zona de éxito esperado” que ocupan actualmente a la “zona de éxito inesperado” como pilares fortaleza, tal y como se muestra en la figura 25. Para ello es necesario que las medidas a implementar se concentren en velar por la conservación de los recursos naturales (pilar 13), poniendo especial atención en la protección animal, en la protección del territorio, en proporcionar una red de transporte eficiente y de calidad que facilite la movilidad interior (pilar 11), unido a unos mejores servicios sanitarios (pilar 3) y de inteligencia policial/militar (pilar 2) acordes a un país de primer nivel.

297

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

9. Las debilidades detectadas en el destino España están asociadas a la elevada carga impositiva de las empresas (pilar 1), a la baja paridad de poder adquisitivo, a los precios de los combustibles (pilar 8), a las rígidas prácticas de contratación y despido, junto con el desajuste entre los salarios y la productividad (pilar 4) y a la alarmante situación del país respecto a elementos naturales como la sequía, a la desertización y a la extinción de especies animales (pilar 9). Estos aspectos deben convertirse en factores de éxito esperado (cuadrante inferior izquierdo de la figura 25). Para conseguirlo, España debe poner en marcha medidas que apuesten, claramente, por una mejora de la calidad de vida de la población tanto a nivel laboral y empresarial, mediante medidas que contribuyan a proporcionar unos servicios públicos acordes al nivel de impuestos satisfechos por trabajadores y empresarios, con una legislación eficiente que conduzca hacia la conciliación real de la vida laboral y familiar, como a nivel medioambiental, a través de políticas activas de concienciación y protección del entorno.
10. El nivel de competitividad turística (TDC) no determina que los países valoren de manera diferenciada los pilares (Croes y Kubickova, 2013).

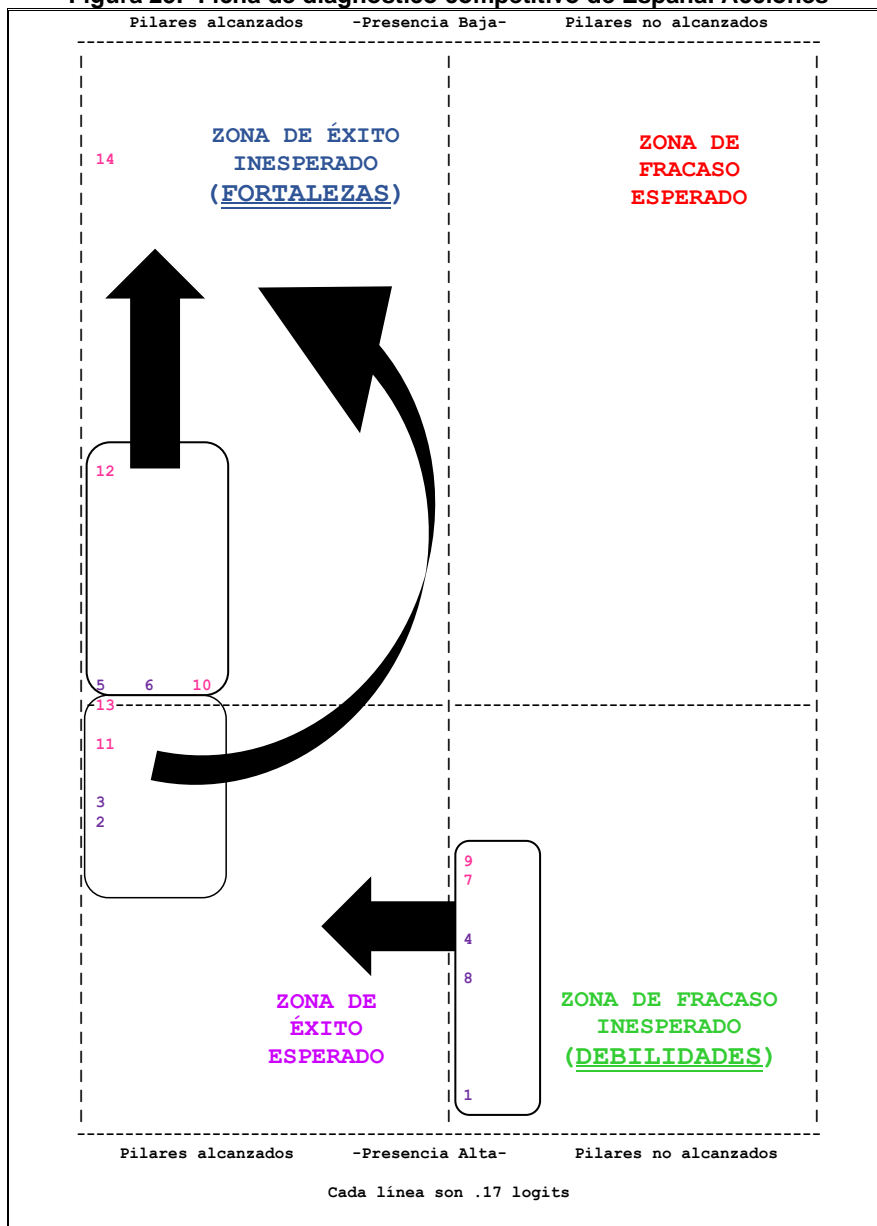
298

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Figura 25.- Ficha de diagnóstico competitivo de España. Acciones



Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

11. Adicionalmente se han realizado varias agrupaciones de países, teniendo en cuenta el número de llegadas internacionales, el nivel de ingresos por turismo internacional y la proporción que representan el PIB y el empleo turísticos respecto al PIB y del empleo total creado en el país, respectivamente. Los hallazgos permiten concluir que no solo existen diferencias entre los países con mayor y menor nivel en las variables anteriores respecto a las valoraciones que dan a los pilares, sino que siguen en gran medida patrones comunes.

12. Los países con altos niveles de competitividad turística (TDC), de llegadas de turistas internacionales, de ingresos por turismo internacional y altas contribuciones al PIB y al empleo total del país por parte del sector turístico valoran más los pilares relacionados con la salud (pilar 3), las infraestructuras para la conectividad aérea y de servicios turísticos (pilares 10 y 12) y los recursos culturales/patrimoniales (pilar 14). Los países con menor nivel de competitividad turística (TDC), de llegadas de turistas internacionales, de ingresos y reducida contribución del turismo al PIB y al empleo del país valoran más aspectos como el atractivo del entorno empresarial (pilar 1), la competitividad-precio (pilar 8) y el entorno natural y medioambiental (pilar 9).

13. Como se puede apreciar, los países con niveles más altos en las variables de discriminación utilizadas valoran más aquellos factores que se pueden relacionar directamente con la actividad turística porque el sector turístico

300

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

supone una parte importante de su economía. En el otro lado, los países con niveles más bajos en las variables de discriminación anteriores valoran más aspectos relacionados con la economía y el estado global del país, destacando que el sector turístico es un sector más de su economía y no representa un sector principal, como sucede con el otro grupo de países.

6.1.4.- Conclusiones e Implicaciones Valorativo/Actitudinales (OVA1; HVA1, HVA2, HVA3)

El análisis bibliométrico ha permitido utilizar herramientas matemáticas y estadísticas para analizar, cuantitativamente, los patrones que describen los registros o las publicaciones realizadas acerca de la competitividad (competitiveness) y la competitividad turística (tourism competitiveness) en la base de datos Scopus (Goodman y Deis, 2005; Durán et al., 2017; Danvila-del-Valle et al., 2019). Los resultados han permitido confirmar que:

1. El interés por la competitividad no es un fenómeno reciente (Voinescu y Moisoiu, 2015) y que, sin embargo, el interés por la competitividad turística (TDC) es más reciente y comienza a partir de la última década del siglo XX, aunque el verdadero auge se sitúa en la década de los años 2000 (véase gráfico 8).

301

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

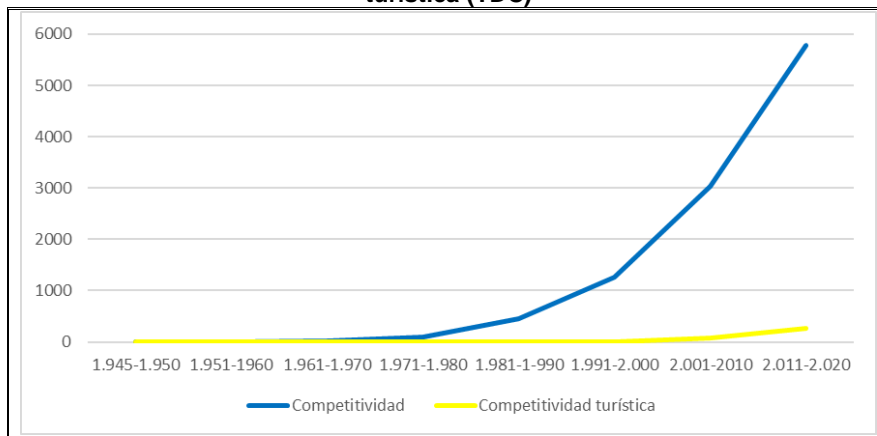
Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Gráfico 8.-Evolución publicaciones sobre competitividad y competitividad turística (TDC)



Fuente: Elaboración propia

2. Especialmente en el caso de España, las publicaciones en materia de competitividad turística (TDC) han ido en incremento durante los últimos casi 20 años. En la actualidad, de hecho, el interés que despierta la competitividad turística (TDC) crece a un ritmo mayor que el de la competitividad general.
3. Estas publicaciones, mayoritariamente en forma de artículos, son de origen español. España aporta más del 11% de los artículos que se realizan a nivel mundial, lo cual revela el potencial que tiene España no solo como destino turístico altamente competitivo sino también como país destacado en el contexto de la investigación turística. Esto es especialmente relevante para la competitividad turística (TDC) de España porque posibilita a los gestores públicos conocer, de mano de investigadores especializados en el destino, las variables competitivas sobre las que actuar y, a partir de aquí, implementar acciones estratégicas de éxito.

302

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

4. Lo anteriormente expuesto demuestra que, si bien el interés científico y académico por la competitividad turística es creciente y superior en España que en otros países, dicho interés está aún lejos de la importancia que tiene el turismo para la economía a nivel global y para la economía de países como España.

6.2.- Limitaciones y Futuras Líneas de Investigación

La dispersión existente en la literatura respecto a la conceptualización de la competitividad ha supuesto la primera limitación de este trabajo. El esfuerzo se ha centrado en aportar claridad a un concepto complejo, multidimensional y ambiguo.

Una vez conseguido este objetivo, la siguiente limitación se ha centrado en la interpretación del modelo WEF para la medición de la competitividad turística (TDC) durante los últimos 7 años. Dado que se han implementado cambios entre una edición y la siguiente del modelo WEF, los objetivos de esta tesis se han ido modificando y adaptando a tales circunstancias. A pesar de que el objetivo principal de este trabajo ha permanecido invariable (validar estadísticamente el modelo WEF), los análisis necesarios y su planificación temporal se han tenido que reajustar conforme a los hallazgos realizados.

La interpretación de los datos con los que el WEF ha realizado los análisis respecto a la competitividad turística (TDC) ha supuesto una mayor profundización en el modelo, tanto en la metodología utilizada como en el entendimiento sobre la definición de cada uno de los indicadores. En este sentido, se han detectado datos ausentes que han supuesto retrasos, e incluso modificaciones, que han afectado al resultado inicialmente obtenido.

303

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Respecto a las futuras líneas de investigación, la primera de ellas se centra en determinar la magnitud de los coeficientes que se ha sugerido aplicar a los pilares del modelo WEF con los que atribuir los pesos específicos que cada pilar tiene respecto a la competitividad turística (TDC).

Complementariamente a la anterior, la siguiente línea de investigación se orienta hacia el análisis de la causalidad del modelo WEF. Siguiendo los preceptos y premisas del modelo WEF, se puede analizar la relación predictivo-causal de la competitividad turística (TDC). En este sentido se podrá comprobar si las agrupaciones que realiza el WEF en subíndices para el cálculo del índice de competitividad turística (TTCI), y que en este trabajo no se han tenido en cuenta, son las más eficientes.

Además, otra línea de investigación puede ser estudio del impacto que tienen los distintos destinos que forman parte de España (i.e. Islas Canarias, Islas Baleares, Cataluña) en la competitividad turística (TDC) de España.

304

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

305

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

307

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

**Pilares de
The Global Competitiveness Index (GCI).
Definición y justificación³⁸**

³⁸ Fuente: Schwab (2016; pp. 35-37)

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Pilar 1.- Instituciones: El entorno institucional de un país depende de la eficiencia y el comportamiento de los actores públicos y privados. El marco legal y administrativo dentro del cual interactúan los individuos, las empresas y los gobiernos determina la calidad de las instituciones públicas de un país y tiene una fuerte influencia en la competitividad y el crecimiento. Influye en las decisiones de inversión y en la organización de la producción y desempeña un papel clave en la forma en que las sociedades distribuyen los beneficios y soportan los costos de las estrategias y políticas de desarrollo. Las buenas instituciones privadas también son importantes para el desarrollo sólido y sostenible de una economía. La crisis financiera mundial de 2007-08, junto con numerosos escándalos corporativos, ha resaltado la relevancia de los estándares de contabilidad y presentación de informes y la transparencia para prevenir el fraude y la mala gestión, garantizar el buen gobierno y mantener la confianza de los inversores y los consumidores.

Pilar 2.- Infraestructura: Una infraestructura extensa y eficiente es crítica para asegurar el funcionamiento efectivo de la economía. Los modos efectivos de transporte —incluidos caminos de alta calidad, ferrocarriles, puertos y transporte aéreo— permiten a los empresarios llevar sus bienes y servicios al mercado de manera segura y oportuna, y facilitan el desplazamiento de los trabajadores a los trabajos más adecuados. Las economías también dependen de suministros de electricidad libres de interrupciones y escasez para que las empresas y las fábricas puedan trabajar sin obstáculos. Finalmente, una red de telecomunicaciones sólida y extensa permite un flujo de información rápido y libre, lo que aumenta la eficiencia económica general al ayudar a garantizar que

309

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

las empresas puedan comunicarse y que los actores económicos tomen decisiones teniendo en cuenta toda la información relevante disponible.

Pilar 3.- Entorno macroeconómico: La estabilidad del entorno macroeconómico es importante para las empresas y, por lo tanto, es importante para la competitividad general de un país. Aunque es cierto que la estabilidad macroeconómica por sí sola no puede aumentar la productividad de una nación, también se reconoce que el desorden macroeconómico perjudica a la economía, como hemos visto en los últimos años, notablemente en el contexto europeo. El gobierno no puede proporcionar servicios de manera eficiente si tiene que hacer pagos de alto interés sobre sus deudas pasadas. Tener déficits fiscales limita la capacidad futura del gobierno para reaccionar a los ciclos económicos. Las empresas no pueden operar eficientemente cuando las tasas de inflación están fuera de control. En resumen, la economía no puede crecer de manera sostenible a menos que el macro entorno sea estable.

Pilar 4.- Salud y educación primaria: Una fuerza laboral saludable es vital para la competitividad y productividad de un país. Los trabajadores que están enfermos no pueden funcionar a su potencial y serán menos productivos. La mala salud implica costes significativos para las empresas, ya que los trabajadores enfermos a menudo están ausentes u operan a niveles más bajos de eficiencia. La inversión en la provisión de servicios de salud es, por lo tanto, crítica para consideraciones económicas y morales claras. Además de la salud, este pilar tiene en cuenta la cantidad y la calidad de la educación básica que recibe la población, que es cada vez más importante en la economía actual. La educación básica aumenta la eficiencia de cada trabajador individual.

310

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Pilar 5.- Educación superior y formación: La educación y formación superior de calidad es crucial para las economías que desean ascender en la cadena de valor más allá de los simples procesos de producción y productos. En particular, la economía globalizada de hoy requiere que los países formen grupos de trabajadores bien educados que sean capaces de realizar tareas complejas y adaptarse rápidamente a su entorno cambiante y a las necesidades cambiantes del sistema de producción. Este pilar mide las tasas de matrícula secundaria y terciaria, así como la calidad de la educación evaluada por los líderes empresariales. El alcance de la capacitación del personal también se tiene en cuenta debido a la importancia de la capacitación vocacional y continua en el trabajo, que se descuida en muchas economías, para garantizar una mejora constante de las habilidades de los trabajadores.

Pilar 6.- Eficiencia del mercado de bienes: Los países con mercados de bienes eficientes están bien posicionados para producir la combinación adecuada de productos y servicios dadas sus condiciones particulares de oferta y demanda, así como para garantizar que estos bienes puedan comercializarse de manera más efectiva en la economía. La sana competencia en el mercado, tanto nacional como extranjera, es importante para impulsar la eficiencia del mercado y, por lo tanto, la productividad empresarial, al garantizar que las empresas más eficientes, que producen bienes demandados por el mercado, sean aquellas que prosperan. La eficiencia del mercado también depende de las condiciones de la demanda, como la orientación al cliente y la sofisticación del comprador. Por razones culturales o históricas, los clientes pueden ser más exigentes en algunos países que en otros. Esto puede crear una ventaja competitiva importante, ya que obliga a las empresas a ser más innovadoras y

311

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

orientadas al cliente y, por lo tanto, impone la disciplina necesaria para lograr la eficiencia en el mercado.

Pilar 7.- Eficiencia del mercado laboral: La eficiencia y la flexibilidad del mercado laboral son fundamentales para garantizar que los trabajadores se asignen a su uso más efectivo en la economía y se les brinden incentivos para dar su mejor esfuerzo en sus puestos de trabajo. Por lo tanto, los mercados laborales deben tener la flexibilidad de trasladar a los trabajadores de una actividad económica a otra rápidamente y a bajo coste, y permitir fluctuaciones salariales sin mucha interrupción social. Los mercados laborales eficientes también deben garantizar incentivos claros y fuertes para los empleados y promover la meritocracia en el lugar de trabajo, y deben proporcionar equidad en el entorno empresarial entre mujeres y hombres. En conjunto, estos factores tienen un efecto positivo en el desempeño de los trabajadores y el atractivo del país para el talento, dos aspectos del mercado laboral que son cada vez más importantes a medida que la escasez de talento se vislumbra en el horizonte.

Pilar 8.- Desarrollo del mercado financiero: Un sector financiero eficiente asigna los recursos ahorrados por la población de una nación, así como aquellos que ingresan a la economía desde el extranjero, a los proyectos empresariales o de inversión con las tasas de rendimiento más altas esperadas en lugar de los que están conectados políticamente. La inversión empresarial es crítica para la productividad. Por lo tanto, las economías requieren mercados financieros sofisticados que pueden hacer que el capital esté disponible para la inversión del sector privado de fuentes tales como préstamos de un sector bancario sólido, bolsas de valores bien reguladas, capital de riesgo y otros

312

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

productos financieros. Para cumplir con todas esas funciones, el sector bancario debe ser confiable y transparente, y, como se ha dejado en claro recientemente, los mercados financieros necesitan una regulación adecuada para proteger a los inversores y otros actores de la economía en general.

Pilar 9.- Preparación tecnológica: El pilar de preparación tecnológica mide la agilidad con que una economía adopta las tecnologías existentes para mejorar la productividad de sus industrias, con énfasis específico en su capacidad para aprovechar plenamente las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en las actividades diarias y los procesos de producción para aumentar la eficiencia y permitir la innovación para la competitividad. Si la tecnología utilizada se ha desarrollado o no dentro de las fronteras nacionales es irrelevante por su capacidad para mejorar la productividad. El punto central es que las empresas que operan en el país necesitan tener acceso a productos y planes avanzados y, también, la capacidad de absorberlos y usarlos. Entre las principales fuentes de tecnología extranjera, la inversión extranjera directa (IED) a menudo juega un papel clave, especialmente para países en una etapa menos avanzada de desarrollo tecnológico.

Pilar 10.- Tamaño del mercado: El tamaño del mercado afecta la productividad ya que los grandes mercados permiten a las empresas explotar economías de escala. Tradicionalmente, los mercados disponibles para las empresas se han visto limitados por las fronteras nacionales. En la era de la globalización, los mercados internacionales se han convertido en un sustituto de los mercados nacionales, especialmente de los países pequeños. Por lo tanto, las exportaciones pueden considerarse como un sustituto de la demanda interna

313

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

para determinar el tamaño del mercado para las empresas de un país. Al incluir tanto los mercados nacionales como extranjeros en nuestra medida del tamaño del mercado, otorgamos crédito a las economías y áreas geográficas orientadas a la exportación (como la Unión Europea) que se dividen en muchos países, pero tienen un único mercado común.

Pilar 11.- Sofisticación empresarial: La sofisticación empresarial se refiere a dos elementos que están estrechamente vinculados: la calidad de las redes comerciales generales de un país y la calidad de las operaciones y estrategias de las empresas individuales. Estos factores son especialmente importantes para los países en una etapa avanzada de desarrollo cuando, en gran medida, se han agotado las fuentes más básicas de mejoras de productividad. La calidad de las redes comerciales y las industrias de apoyo de un país, medida por la cantidad y calidad de los proveedores locales y el alcance de su interacción, es importante por una variedad de razones. Cuando las empresas y proveedores de un sector en particular se interconectan en grupos geográficamente próximos, llamados grupos, se aumenta la eficiencia, se crean mayores oportunidades para la innovación en procesos y productos, y se reducen las barreras de entrada para nuevas empresas.

Pilar 12 Capacidad de innovación: La innovación es particularmente importante para las economías a medida que se acercan a las fronteras del conocimiento, y la posibilidad de generar más valor simplemente integrando y adaptando tecnologías exógenas tiende a desaparecer. En estas economías, las empresas deben diseñar y desarrollar productos y procesos de vanguardia para mantener una ventaja competitiva y avanzar hacia actividades de mayor valor

314

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

agregado. Esta progresión requiere un entorno propicio para la actividad innovadora y apoyado por los sectores público y privado. En particular, significa una inversión suficiente en investigación y desarrollo (I + D), especialmente por parte del sector privado; la presencia de instituciones de investigación científica de alta calidad que pueden generar el conocimiento básico necesario para construir las nuevas tecnologías; amplia colaboración en investigación y desarrollos tecnológicos entre universidades e industria; y la protección de la propiedad intelectual.

315

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

The WEF's Executive Opinion Survey (GCI)³⁹

³⁹ Disponible en <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2015-2016/>

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1st pillar: Institutions

A. Property rights

- Property rights: In your country, to what extent are property rights, including financial assets, protected? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Intellectual property protection In your country, to what extent is intellectual property protected? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

B. Security

-Business costs of crime and violence: In your country, to what extent does the incidence of crime and violence impose costs on businesses? [1 = to a great extent; 7 = not at all]

-Business cost of organized crime: In your country, to what extent does organized crime (mafia-oriented racketeering, extortion) impose costs on businesses? [1 = to a great extent; 7 = not at all]

- Reliability of police services: In your country, to what extent can police services be relied upon to enforce law and order? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

C. Undue influence and corruption

-Irregular payments and bribes: Average score across the five components of the following Executive Opinion Survey question: In your country, how common is it for firms to make undocumented extra payments or bribes in connection with (1) imports and exports; (2) public utilities; (3) annual tax payments; (4) awarding of public contracts and licenses; (5) obtaining favorable judicial decisions? In each case, the answer ranges from 1 [very common] to 7 [never occurs]

- Diversion of public funds: In your country, how common is illegal diversion of public funds to companies, individuals, or groups? [1 = very commonly occurs; 7 = never occurs]

- Judicial Independence: In your country, how independent is the judicial system from influences of the government, individuals, or companies? [1 = not independent at all; 7 = entirely independent]

- Favoritism in decisions of government officials: In your country, to what extent do government officials show favoritism to well-connected firms and individuals when deciding upon policies and contracts? [1 = show favoritism to a great extent; 7 = do not show favoritism at all]

317

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

D. Checks and balances

Consistency of judicial system: In your country, to what extent can individuals, institutions (civil society), and businesses obtain justice through the judicial system in the face of arbitrary government decisions? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

E. Public-sector performance

-Burden of government regulation: In your country, how burdensome is it for companies to comply with public administration's requirements (e.g., permits, regulations, reporting)? [1 = extremely burdensome; 7 = not burdensome at all]

- Efficiency of legal framework in settling disputes: In your country, how efficient are the legal and judicial systems for companies in settling disputes? [1 = extremely inefficient; 7 = extremely efficient]

- Efficiency in provision of public goods and services: In your country, how efficient is the government in providing public goods and services? [1 = extremely inefficient; 7 = extremely efficient]

- Effectiveness of law-making bodies: How effective is the legislative process in your country? [1 = not effective at all – it is deadlocked; 7 = extremely effective]

- Government ensuring policy stability: In your country, to what extent does the government ensure a stable policy environment for doing business? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

F. Corporate ethics and governance

-Ethical behavior of firms: In your country, how do you rate the corporate ethics of companies (ethical behavior in interactions with public officials, politicians, and other firms)? [1 = extremely poor—among the worst in the world; 7 = excellent— among the best in the world]

- Strength of auditing and accounting standards: In your country, how strong are financial auditing and reporting standards? [1 = extremely weak; 7 = extremely strong]

- Efficacy of corporate boards: In your country, to what extent is management accountable to investors and boards of directors? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

318

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Pillar 2: Infrastructure and connectivity

A. Transport infrastructure

- Quality of roads: In your country, how do you assess the quality of the roads? [1 = extremely underdeveloped—among the worst in the world; 7 = extensive and efficient—among the best in the world]

- Quality of air transport infrastructure: In your country, how do you assess the quality of air transport? [1 = extremely underdeveloped – among the worst in the world; 7 = extensive and efficient – among the best in the world]

- Quality of port infrastructure: In your country, how do you assess the quality of seaports (for landlocked countries, assess access to seaports) [1 = extremely underdeveloped—among the worst in the world; 7 = extensive and efficient—among the best in the world]

- Quality of railroad infrastructure: In your country, how would you assess the quality of the railroad system? [1 = extremely underdeveloped— among the worst in the world; 7 = extensive and efficient—among the best in the world]

B. Energy infrastructure

- Quality of electricity supply: In your country, how reliable is the electricity supply (lack of interruptions and lack of voltage fluctuations)? [1 = extremely unreliable; 7 = extremely reliable]

Pillar 5: Education

A. Skills of the current workforce

- Extent of staff training: In your country, to what extent do companies invest in training and employee development? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

B. Skills of the future workforce

- Quality of the education system: This indicator will capture the overall quality of the education system and the extent it teaches the relevant skill

- Quality of vocational training: In your country, how do you assess the quality of vocational training [1 = extremely poor—among the worst in the world; 7 = excellent—among the best in the world]

- Classroom connectivity: This indicator will capture the concept of a "flipped classroom"—that is, the idea that reverses the traditional educational arrangement by delivering instructional content, often online, outside of the classroom and moves activities, including those that may have traditionally been considered homework, into the classroom

319

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Encouragement to creativity: This indicator will measure the extent to which the education system encourages and forms the students' creativity

Pillar 6: Goods market efficiency

A. Domestic competition

-Extent of market dominance: In your country, how do you characterize corporate activity? [1 = dominated by a few business groups; 7 = spread among many firms]

- Effectiveness of anti-monopoly policy: In your country, how effective are anti-monopoly policies at ensuring fair competition? [1 = not effective at all; 7 = extremely effective]

- Competition in professional services: To be determined

- Competition in public services: To be determined

- Distortive effect of taxes and subsidies: In your country, to what extent do government subsidies distort competition? [1 = distort competition to a great extent; 7 = do not distort competition at all]

B. Foreign competition

-Prevalence of non-tariff barriers: In your country, to what extent do non-tariff barriers (e.g., health and product standards, technical and labeling requirements, etc.) limit the ability of imported goods to compete in the domestic market? [1 = strongly limit; 7 = do not limit at all]

- Burden of customs procedures: In your country, how efficient are customs procedures (related to the entry and exit of merchandise)? [1 = extremely inefficient; 7 = extremely efficient]

Pillar 7: Labor market efficiency

A. Flexibility and matching

- Hiring and firing practices: In your country, to what extent do regulations allow flexible hiring and firing of workers? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Cooperation in labor-employer relations: In your country, how do you characterize labor-employer relations? [1 = generally confrontational; 7 = generally cooperative]

- Flexibility of wage determination: In your country, how are wages generally set? [1 = by a centralized bargaining process; 7 = by each individual company]

320

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Ease of finding skilled employees: In your country, to what extent can companies find employees with the skills required to meet their needs? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Ease of hiring foreign labor: In your country, how restrictive are regulations related to the hiring of foreign labor? [1 = highly restrictive; 7 = not restrictive at all]

- Active labor market policies: This index will measure the quality of active labor market policies

B. Use of talent and reward

-Pay and productivity: In your country, to what extent is pay related to employee productivity? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Reliance on professional management: In your country, who holds senior management positions? [1 = usually relatives or friends without regard to merit; 7 = mostly professional managers chosen for merit and qualifications]

Pillar 8: Financial market efficiency

A. Efficiency and depth

-Availability of financial services: In your country, to what extent does the financial sector provide the products and services that meet the needs of businesses? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Financing of SMEs: In your country, to what extent can small- and mediumsized enterprises (SMEs) access the finance they need for their business operations through the financial system? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Venture capital availability: In your country, how easy is it for start-up entrepreneurs with innovative but risky projects to obtain equity funding? [1 = extremely difficult; 7 = extremely easy]

- Financing through the local equity market: In your country, to what extent can companies raise money by issuing shares and/or bonds on the capital market? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

B. Stability

-Soundness of Banks: In your country, how do you assess the soundness of banks? [1 = extremely low—banks may require recapitalization; 7 = extremely high—banks are generally healthy with sound balance sheets]

- Regulation of securities exchanges: In your country, to what extent do regulators ensure the stability of the financial market? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

321

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Pillar 9: Technology adoption

-Availability of latest technologies: In your country, to what extent are the latest technologies available? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Firm-level technology absorption: In your country, to what extent do businesses adopt new technology? [1 = not at all; 7 = adopt extensively]

- FDI and technology transfer: To what extent does foreign direct investment (FDI) bring new technology into your country? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Local supplier quality: In your country, how do you assess the quality of local suppliers? [1 = extremely poor quality; 7 = extremely high quality]

Pillar 11: Innovation ecosystem

-Quality of scientific research institutions: In your country, how do you assess the quality of scientific research institutions? [1 = extremely poor— among the worst in the world; 7 = extremely good— among the best in the world]

- Availability of scientists and engineers: In your country, to what extent are scientists and engineers available? [1 = not at all; 7 = widely available]

- Cooperation and Interaction: Average score across the four components of the following Executive Opinion Survey question: In your country, to what extent do people collaborate and share ideas (1) inside the company; (2) between domestic companies; (3) between domestic and international companies; and (4) between companies and universities/ research institutions. In each case, the answer ranges from 1 [not at all] to 7 [to a great extent]

- Encouragement to idea generation: In your country, to what extent do companies encourage employees to generate new ideas? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Diversity in company workforce: In your country, to what extent do companies seek diversity of the workforce (e.g. gender, ethnicity, social group, age, religion, culture, sexual orientation, disabilities)? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

322

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

Pillar 12: Innovation implementation

-Capacity to commercialize new products: In your country, to what extent do companies turn ideas into commercially successful new products, services, or business models? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Attitudes toward entrepreneurial risk: In your country, to what extent do people have an appetite for entrepreneurial risk? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Companies embracing disruptive ideas: In your country, to what extent do companies embrace risky or disruptive business ideas? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Willingness to delegate authority: In your country, to what extent does senior management delegate authority to subordinates? [1 = not at all; 7 = to a great extent]

- Extent of marketing: In your country, how successful are companies in using marketing to differentiate their products and services? [1 = not successful at all; 7 = extremely successful]

- Buyer sophistication: In your country, on what basis do buyers make purchasing decisions? [1 = based solely on the lowest price; 7 = based on sophisticated performance attributes]

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

The WEF's Executive Opinion Survey (TTCI)⁴⁰

⁴⁰ La encuesta también está disponible en el siguiente enlace <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/methodology-details/>

324

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Pillar 1: business environment

-1.01 Property rights: In your country, how strong is the protection of property rights, including financial assets? (1 = extremely weak, 7 = extremely strong) | 2015–2016 weighted average

-1.02 Impact of rules on FDI: In your country, to what extent do rules and regulations encourage or discourage foreign direct investment (FDI)? (1 = strongly discourage FDI, 7 = strongly encourage FDI) | 2015–2016 weighted average

-1.03c Efficiency of legal framework in settling disputes: In your country, how efficient is the legal framework for private businesses in settling disputes? (1 = extremely inefficient, 7 = extremely efficient) | 2015–2016 weighted average

-1.04 Efficiency of legal framework in challenging regulations (rule of law next year) : In your country, how easy is it for private businesses to challenge government actions and/or regulations through the legal system? (1 = extremely difficulty, 7 = extremely easy) | 2015–2016 weighted average

-1.07 Extent of market dominance: In your country, how would you characterize corporate activity? (1 = dominated by a few business groups, 7 = spread among many firms) | 2015–2016 weighted average

-1.10 Extent and effect of taxation on incentives to work: In your country, to what extent do taxes reduce the incentive to work? (1 = significantly reduce the incentive to work, 7 = does not reduce incentive to work at all) | 2015–2016 weighted average

-1.11 Extent and effect of taxation on incentives to invest:

In your country, to what extent do taxes reduce the incentive to invest? (1 = significantly reduce the incentive to invest, 7 = do not reduce the incentive to invest at all) | 2015–2016 weighted average

325

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Pillar 2: safety and security

-2.01 Business costs of crime and violence: In your country, to what extent does the incidence of crime and violence impose costs on businesses? (1 = to a great extent, 7 = not at all) | 2015–2016 weighted average

-2.02 Reliability of police services: In your country, to what extent can police services be relied upon to enforce law and order? (1 = cannot be relied upon at all, 7 = can be completely relied upon) | 2015–2016 weighted average

-2.03 Business costs of terrorism: In your country, to what extent does the threat of terrorism impose costs on businesses? (1 = to a great extent, 7 = not at all) | 2015–2016 weighted average

Pillar 4: human resources and labour market

-4.03 Extent of staff training: In your country, to what extent do companies invest in training and employee development? (1 = not at all, 7 = to a great extent) | 2015–2016 weighted average

-4.04 Treatment of customers: In your country, how well do companies treat customers? (1 = indifferent to customer satisfaction, 7 = highly responsive to customers and seek customer retention) | 2015–2016 weighted average

-4.05 Hiring and firing practices: In your country, how would you characterize the hiring and firing of workers? (1 = heavily impeded by regulations, 7 = extremely flexible) | 2015–2016 weighted average

326

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

-4.06 Ease of finding skilled employees: In your country, to what extent can companies find people with the skills required to fill their vacancies? (1 = not at all, 7 = to a great extent) | 2015–2016 weighted average

-4.07 Ease of hiring foreign labour: In your country, how restrictive are regulations related to the hiring of foreign labour? (1 = highly restrictive, 7 = not restrictive at all) | 2015–2016 weighted average

-4.08 Pay and productivity: In your country, to what extent is pay related to worker productivity? (1 = not related to worker productivity, 7 = strongly related to worker productivity) | 2015–2016 weighted average

Pillar 5: ICT readiness

-5.01 ICT use for business-to-business transactions: In your country, to what extent do businesses use ICTs for transactions with other businesses? (1 = not at all, 7 = to a great extent) | 2015–2016 weighted average

-5.02 Internet use for business-to-consumer transactions: In your country, to what extent do businesses use the internet for selling their goods and services to consumers? (1 = not at all, 7 = to a great extent) | 2015–2016 weighted average

-5.08 Quality of electricity supply: In your country, how reliable is the electricity supply (lack of interruptions and lack of voltage fluctuations)? (1 = extremely unreliable, 7 = extremely reliable) | 2015–2016 weighted average

327

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Pillar 6: prioritization of travel & tourism

-6.01 Government prioritization of travel and tourism industry: How high of a priority is the development of the travel & tourism (T&T) industry for the government of your country? (1 = not a priority at all, 7 = a top priority) | 2015–2016 weighted average

-6.03 Effectiveness of marketing and branding to attract tourists: How effective is your country's marketing and branding campaigns at attracting tourists? (1 = not effective at all, 7 = extremely effective) | 2015–2016 weighted average

Pillar 9: environmental sustainability

-9.01 Stringency of environmental regulations: How would you assess the stringency of your country's environmental regulations? (1 = very lax, among the worst in the world; 7 = among the world's most stringent) | 2015–2016 weighted average

9.02 Enforcement of environmental regulations: In your country, how would you assess the enforcement of environmental regulations? (1 = very lax, among the worst in the world; 7 = among the world's most rigorous) | 2015–2016 weighted average

9.03 Sustainability of travel and tourism industry development: How effective is your government's efforts to ensure that the Travel & Tourism sector is being developed in a sustainable way? (1 = very ineffective, development of the sector does not take into account issues related to environmental protection and sustainable development; 7 = very effective, issues related to environmental protection and sustainable development are at the core of the government's strategy) | 2015–2016 weighted average

328

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Pillar 10: air transport infrastructure

-10.01 Quality of air transport infrastructure: How would you assess the quality of air transport infrastructure in your country? (1 = extremely underdeveloped, among the worst in the world; 7 = extensive and efficient, among the best in the world) | 2015–2016 weighted average

Pillar 11: ground and port infrastructure

-11.01 Quality of roads: How would you assess the quality of roads in your country? (1 = extremely underdeveloped, among the worst in the world; 7 = extensive and efficient, among the best in the world) | 2015–2016 weighted average

-11.02 Quality of railroad infrastructure: How would you assess the quality of railroad infrastructure in your country? (1 = extremely underdeveloped, among the worst in the world; 7 = extensive and efficient, among the best in the world) | 2015–2016 weighted average

-11.03 Quality of port infrastructure: How would you assess the quality of seaport infrastructure in your country? (1 = extremely underdeveloped, among the worst in the world; 7 = extensive and efficient, among the best in the world) | For landlocked countries, please assess access to seaports (1 = extremely underdeveloped, among the worst in the world; 7 = extensive and efficient, among the best in the world) | 2015–2016 weighted average

-11.04 Ground transport efficiency: Average score across the two components of the following Executive Opinion Survey questions: In your country, how efficient (i.e. frequency, punctuality, speed, price) are the following transport services? a. Ground transportation (buses, subways, taxis) (1 = extremely inefficient, among the worst in the world; 7 = extremely efficient, among the best in the world) b. Train services (1 = extremely inefficient, among the worst in the world; 7 = extremely efficient, among the best in the world)? | 2015–2016 weighted average

329

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

331

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

Tablas Originales

332

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Tabla 1.- Medidas de los países

| PERSON STATISTICS: MEASURE ORDER | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|-------------|-------------|---------|------------|------------|------|-------------|------|-------|-----------------|------------|------------|--------|
| ENTRY NUMBER | TOTAL SCORE | TOTAL COUNT | MEASURE | MODEL S.E. | INFIT MNSQ | ZSTD | OUTFIT MNSQ | ZSTD | CORR. | PTMEASUR-AL EXP | EXACT OBS% | MATCH EXP% | PERSON |
| 113 | 76 | 14 | 2.18 | .37 | 2.52 | 2.9 | 2.18 | 2.5 | .00 | .68 | 50.0 | 52.6 | ESP |
| 41 | 75 | 14 | 2.04 | .37 | 2.79 | 3.3 | 2.54 | 3.0 | -.14 | .68 | 28.6 | 51.4 | FRA |
| 45 | 75 | 14 | 2.04 | .37 | 1.85 | 1.9 | 1.76 | 1.8 | .27 | .68 | 35.7 | 51.4 | DEU |
| 116 | 74 | 14 | 1.91 | .36 | 1.76 | 1.7 | 1.98 | 2.2 | .58 | .68 | 42.9 | 50.7 | CHE |
| 126 | 73 | 14 | 1.78 | .36 | 2.29 | 2.6 | 2.32 | 2.7 | -.01 | .69 | 50.0 | 49.8 | GBR |
| 5 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 1.63 | 1.5 | 1.58 | 1.4 | .16 | .69 | 21.4 | 48.0 | AUS |
| 6 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 1.24 | .7 | 1.36 | 1.0 | .70 | .69 | 42.9 | 48.0 | AUT |
| 21 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 1.62 | 1.5 | 1.45 | 1.2 | .41 | .69 | 28.6 | 48.0 | CAN |
| 60 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 2.17 | 2.4 | 1.69 | 1.6 | .06 | .69 | 35.7 | 48.0 | JPN |
| 127 | 72 | 14 | 1.65 | .36 | 2.04 | 2.2 | 2.04 | 2.2 | .05 | .69 | 28.6 | 48.0 | USA |
| 50 | 71 | 14 | 1.52 | .35 | 1.68 | 1.6 | 1.72 | 1.7 | .54 | .69 | 28.6 | 47.4 | HKG |
| 89 | 71 | 14 | 1.52 | .35 | 1.02 | .2 | 1.02 | .2 | .73 | .69 | 35.7 | 47.4 | NZL |
| 109 | 70 | 14 | 1.40 | .35 | 1.58 | 1.4 | 1.51 | 1.3 | .58 | .70 | 21.4 | 47.6 | SGP |
| 52 | 69 | 14 | 1.28 | .35 | 1.44 | 1.2 | 1.39 | 1.1 | .79 | .70 | 42.9 | 48.2 | ISL |
| 56 | 69 | 14 | 1.28 | .35 | .90 | -.1 | .94 | .0 | .69 | .70 | 50.0 | 48.2 | IRL |
| 72 | 69 | 14 | 1.28 | .35 | .97 | .1 | .90 | -.1 | .78 | .70 | 50.0 | 48.2 | LUX |
| 88 | 69 | 14 | 1.28 | .35 | 1.51 | 1.3 | 1.46 | 1.2 | .62 | .70 | 50.0 | 48.2 | NLD |
| 40 | 68 | 14 | 1.16 | .34 | 1.00 | .1 | 1.06 | .3 | .83 | .70 | 42.9 | 48.8 | FIN |
| 58 | 68 | 14 | 1.16 | .34 | 2.01 | 2.2 | 1.83 | 1.9 | -.01 | .70 | 42.9 | 48.8 | ITA |
| 92 | 68 | 14 | 1.16 | .34 | 1.09 | .4 | 1.09 | .4 | .75 | .70 | 42.9 | 48.8 | NOR |
| 100 | 68 | 14 | 1.16 | .34 | .52 | -1.4 | .51 | -1.5 | .78 | .70 | 64.3 | 48.8 | PRT |
| 115 | 68 | 14 | 1.16 | .34 | .77 | -.5 | .79 | -.5 | .72 | .70 | 57.1 | 48.8 | SWE |
| 11 | 67 | 14 | 1.05 | .34 | 1.71 | 1.7 | 1.70 | 1.7 | .56 | .70 | 50.0 | 48.9 | BEL |
| 64 | 67 | 14 | 1.05 | .34 | 1.32 | .9 | 1.14 | .5 | .56 | .70 | 57.1 | 48.9 | KOR |
| 125 | 67 | 14 | 1.05 | .34 | 1.50 | 1.3 | 1.43 | 1.1 | .68 | .70 | 21.4 | 48.9 | ARE |
| 47 | 66 | 14 | .93 | .34 | .65 | -.9 | .73 | -.7 | .80 | .71 | 71.4 | 48.6 | GRC |
| 76 | 66 | 14 | .93 | .34 | .37 | -2.1 | .37 | -2.1 | .82 | .71 | 71.4 | 48.6 | MYS |
| 117 | 65 | 14 | .82 | .34 | .33 | -2.3 | .32 | -2.4 | .87 | .71 | 78.6 | 48.4 | TWN |
| 119 | 65 | 14 | .82 | .34 | 1.13 | .5 | 1.17 | .6 | .49 | .71 | 42.9 | 48.4 | THA |
| 33 | 64 | 14 | .70 | .33 | .87 | -.2 | .90 | -.1 | .80 | .71 | 42.9 | 47.8 | DNK |
| 78 | 64 | 14 | .70 | .33 | 1.12 | .4 | 1.10 | .4 | .78 | .71 | 50.0 | 47.8 | MLT |
| 95 | 64 | 14 | .70 | .33 | .66 | -.9 | .63 | -1.0 | .65 | .71 | 57.1 | 47.8 | PAT |
| 101 | 64 | 14 | .70 | .33 | 1.31 | .9 | 1.20 | .6 | .85 | .71 | 42.9 | 47.8 | QAT |
| 25 | 63 | 14 | .59 | .33 | 3.13 | 3.8 | 2.92 | 3.6 | -.08 | .71 | 42.9 | 46.9 | CHN |
| 31 | 63 | 14 | .59 | .33 | .76 | -.6 | .79 | -.5 | .83 | .71 | 50.0 | 46.9 | CYP |
| 32 | 63 | 14 | .59 | .33 | 1.18 | .6 | 1.19 | .6 | .81 | .71 | 42.9 | 46.9 | CZE |
| 38 | 63 | 14 | .59 | .33 | .65 | -.9 | .60 | -1.1 | .90 | .71 | 71.4 | 46.9 | EST |
| 80 | 63 | 14 | .59 | .33 | 1.88 | 2.0 | 1.80 | 1.9 | .02 | .71 | 42.9 | 46.9 | MEX |
| 30 | 62 | 14 | .48 | .33 | .83 | -.3 | .89 | -.2 | .68 | .72 | 50.0 | 44.6 | HRV |
| 51 | 62 | 14 | .48 | .33 | .54 | -1.4 | .60 | -1.1 | .92 | .72 | 57.1 | 44.6 | HUN |
| 99 | 62 | 14 | .48 | .33 | .46 | -1.7 | .49 | -1.6 | .87 | .72 | 50.0 | 44.6 | POL |
| 111 | 62 | 14 | .48 | .33 | .84 | -.3 | .78 | -.5 | .86 | .72 | 57.1 | 44.6 | SVN |
| 8 | 61 | 14 | .38 | .33 | 1.30 | .9 | 1.27 | .8 | .84 | .72 | 21.4 | 45.6 | BHR |
| 17 | 61 | 14 | .38 | .33 | 1.07 | .3 | 1.10 | .4 | .79 | .72 | 57.1 | 45.6 | BGR |
| 24 | 61 | 14 | .38 | .33 | .51 | -1.5 | .46 | -1.7 | .82 | .72 | 57.1 | 45.6 | CHL |
| 10 | 60 | 14 | .27 | .33 | 1.55 | 1.4 | 1.58 | 1.5 | .74 | .72 | 21.4 | 45.1 | BRB |
| 16 | 60 | 14 | .27 | .33 | 3.22 | 4.0 | 3.19 | 3.9 | -.09 | .72 | 35.7 | 45.1 | BRA |
| 28 | 60 | 14 | .27 | .33 | .66 | -.9 | .63 | -1.0 | .72 | .72 | 50.0 | 45.1 | CRI |
| 54 | 60 | 14 | .27 | .33 | 1.37 | 1.0 | 1.39 | 1.1 | .50 | .72 | 21.4 | 45.1 | IDN |
| 68 | 60 | 14 | .27 | .33 | .74 | -.6 | .73 | -.7 | .90 | .72 | 42.9 | 45.1 | LVA |
| 103 | 60 | 14 | .27 | .33 | 1.41 | 1.1 | 1.44 | 1.2 | .63 | .72 | 35.7 | 45.1 | RUS |
| 3 | 59 | 14 | .16 | .33 | 1.61 | 1.5 | 1.73 | 1.7 | .41 | .72 | 42.9 | 44.9 | ARG |
| 71 | 59 | 14 | .16 | .33 | .89 | -.2 | .90 | -.1 | .89 | .72 | 57.1 | 44.9 | LTU |
| 79 | 59 | 14 | .16 | .33 | 1.05 | .3 | 1.05 | .3 | .82 | .72 | 50.0 | 44.9 | MUS |
| 105 | 59 | 14 | .16 | .33 | 1.26 | .8 | 1.22 | .7 | .85 | .72 | 21.4 | 44.9 | SAU |
| 110 | 59 | 14 | .16 | .33 | .51 | -1.5 | .50 | -1.5 | .90 | .72 | 50.0 | 44.9 | SVK |
| 122 | 59 | 14 | .16 | .33 | 1.19 | .6 | 1.21 | .7 | .27 | .72 | 35.7 | 44.9 | TUR |
| 57 | 58 | 14 | .06 | .32 | .65 | -.9 | .72 | -.7 | .80 | .72 | 78.6 | 45.0 | ISR |
| 62 | 58 | 14 | .06 | .32 | .97 | .0 | 1.04 | .2 | .92 | .72 | 50.0 | 45.0 | KAZ |
| 114 | 58 | 14 | .06 | .32 | .54 | -1.4 | .57 | -1.3 | .85 | .72 | 57.1 | 45.0 | LKA |
| 7 | 57 | 14 | -.05 | .32 | .67 | -.9 | .64 | -1.0 | .92 | .73 | 50.0 | 44.3 | AZE |
| 35 | 57 | 14 | -.05 | .32 | .67 | -.9 | .58 | -1.2 | .73 | .73 | 57.1 | 44.3 | ECU |
| 61 | 57 | 14 | -.05 | .32 | .56 | -1.3 | .59 | -1.2 | .97 | .73 | 64.3 | 44.3 | JOR |
| 84 | 57 | 14 | -.05 | .32 | .28 | -2.7 | .29 | -2.6 | .91 | .73 | 78.6 | 44.3 | MAR |
| 97 | 57 | 14 | -.05 | .32 | 1.10 | .4 | 1.05 | .3 | .51 | .73 | 42.9 | 44.3 | PER |
| 4 | 56 | 14 | -.15 | .32 | .49 | -1.6 | .55 | -1.3 | .98 | .73 | 64.3 | 44.5 | ARM |
| 44 | 56 | 14 | -.15 | .32 | .50 | -1.6 | .49 | -1.6 | .96 | .73 | 64.3 | 44.5 | GEO |
| 53 | 56 | 14 | -.15 | .32 | 2.14 | 2.5 | 2.40 | 2.9 | -.07 | .73 | 7.1 | 44.5 | IND |
| 59 | 56 | 14 | -.15 | .32 | .95 | .0 | 1.00 | .1 | .75 | .73 | 35.7 | 44.5 | JAM |
| 93 | 56 | 14 | -.15 | .32 | .38 | -2.1 | .38 | -2.1 | .90 | .73 | 50.0 | 44.5 | OMN |
| 102 | 56 | 14 | -.15 | .32 | .48 | -1.7 | .48 | -1.6 | .90 | .73 | 50.0 | 44.5 | ROU |
| 128 | 56 | 14 | -.15 | .32 | .38 | -2.1 | .39 | -2.0 | .92 | .73 | 64.3 | 44.5 | URY |
| 15 | 55 | 14 | -.25 | .32 | .87 | -.2 | .91 | -.1 | .85 | .73 | 35.7 | 44.8 | BWA |
| 22 | 55 | 14 | -.25 | .32 | .58 | -1.2 | .58 | -1.2 | .87 | .73 | 64.3 | 44.8 | CPV |
| 83 | 55 | 14 | -.25 | .32 | .56 | -1.3 | .60 | -1.1 | .92 | .73 | 50.0 | 44.8 | MNE |
| 112 | 55 | 14 | -.25 | .32 | .65 | -1.0 | .70 | -.8 | .69 | .73 | 50.0 | 44.8 | ZAF |
| 120 | 55 | 14 | -.25 | .32 | .65 | -1.0 | .68 | -.8 | .75 | .73 | 50.0 | 44.8 | TTO |
| 130 | 55 | 14 | -.25 | .32 | .58 | -1.2 | .60 | -1.1 | .79 | .73 | 64.3 | 44.8 | VNM |
| 26 | 54 | 14 | -.36 | .32 | 1.35 | 1.0 | 1.37 | 1.0 | .37 | .73 | 50.0 | 45.0 | COL |
| 48 | 54 | 14 | -.36 | .32 | .63 | -1.0 | .63 | -1.0 | .76 | .73 | 64.3 | 45.0 | GTM |

333

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA Fecha: 18/11/2019 12:25:53
 José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA 18/11/2019 14:52:43
 Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA 19/11/2019 04:22:42

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Tabla 1.- Medidas de los países (continuación)

| ENTRY NUMBER | TOTAL SCORE | TOTAL COUNT | MEASURE | MODEL S. E. | INFIT MNSQ | ZSTD | OUTFIT MNSQ | ZSTD | PTMEASUR-CORR. | AL-EXP. | EXACT OBS% | MATCH EXP% | PERSON |
|--------------|-------------|-------------|---------|-------------|------------|------|-------------|------|----------------|---------|------------|------------|--------|
| 73 | 54 | 14 | -.36 | .32 | .62 | -1.1 | .68 | -.8 | .96 | .73 | 50.0 | 45.0 | MKD |
| 86 | 54 | 14 | -.36 | .32 | .46 | -1.7 | .51 | -1.5 | .85 | .73 | 64.3 | 45.0 | NAM |
| 98 | 54 | 14 | -.36 | .32 | .72 | -.7 | .72 | -.7 | .78 | .73 | 50.0 | 45.0 | PHL |
| 121 | 54 | 14 | -.36 | .32 | .32 | -2.4 | .33 | -2.3 | .91 | .73 | 78.6 | 45.0 | TUN |
| 34 | 53 | 14 | -.46 | .32 | .71 | -.7 | .77 | -.5 | .79 | .73 | 64.3 | 45.2 | DOM |
| 124 | 53 | 14 | -.46 | .32 | .74 | -.6 | .82 | -.4 | .86 | .73 | 64.3 | 45.2 | UKR |
| 1 | 52 | 14 | -.56 | .32 | .52 | -1.4 | .57 | -1.2 | .97 | .73 | 50.0 | 45.1 | ALB |
| 55 | 52 | 14 | -.56 | .32 | .97 | 1.1 | .06 | .3 | .78 | .73 | 57.1 | 45.1 | IRN |
| 107 | 52 | 14 | -.56 | .32 | .42 | -1.9 | .42 | -1.9 | .93 | .73 | 64.3 | 45.1 | SRB |
| 36 | 51 | 14 | -.67 | .32 | .97 | 0.1 | .09 | .4 | .66 | .73 | 50.0 | 44.6 | EGY |
| 49 | 51 | 14 | -.67 | .32 | .80 | -.4 | .84 | -.3 | .68 | .73 | 64.3 | 44.6 | HND |
| 63 | 51 | 14 | -.67 | .32 | 1.67 | 1.6 | 1.70 | 1.7 | .34 | .73 | 50.0 | 44.6 | KEN |
| 67 | 51 | 14 | -.67 | .32 | .90 | -.1 | .94 | .0 | .85 | .73 | 28.6 | 44.6 | LAO |
| 82 | 51 | 14 | -.67 | .32 | .81 | -.4 | .84 | -.3 | .90 | .73 | 42.9 | 44.6 | MNG |
| 90 | 51 | 14 | -.67 | .32 | .66 | -.9 | .68 | -.8 | .83 | .73 | 57.1 | 44.6 | NIC |
| 104 | 51 | 14 | -.67 | .32 | 1.06 | 3.1 | 1.07 | .3 | .81 | .73 | 35.7 | 44.6 | RWA |
| 118 | 51 | 14 | -.67 | .32 | 1.18 | 6.1 | 1.17 | .6 | .58 | .73 | 57.1 | 44.6 | TZA |
| 65 | 50 | 14 | -.77 | .32 | .76 | -.6 | .80 | -.4 | .91 | .73 | 35.7 | 45.3 | KWT |
| 69 | 50 | 14 | -.77 | .32 | .55 | -1.3 | .61 | -1.1 | .92 | .73 | 50.0 | 45.3 | LBN |
| 19 | 49 | 14 | -.87 | .32 | .39 | -2.0 | .38 | -2.1 | .86 | .73 | 57.1 | 44.9 | KHM |
| 37 | 49 | 14 | -.87 | .32 | 1.14 | 5.1 | 1.22 | .7 | .68 | .73 | 57.1 | 44.9 | SLV |
| 87 | 49 | 14 | -.87 | .32 | 1.12 | 4.1 | 1.11 | .4 | .80 | .73 | 42.9 | 44.9 | NPL |
| 132 | 49 | 14 | -.87 | .32 | 1.13 | 5.1 | 1.16 | .5 | .70 | .73 | 35.7 | 44.9 | ZMB |
| 2 | 48 | 14 | -.97 | .32 | .72 | -.7 | .69 | -.8 | .84 | .73 | 71.4 | 45.1 | DZA |
| 13 | 48 | 14 | -.97 | .32 | .51 | -1.5 | .51 | -1.5 | .78 | .73 | 64.3 | 45.1 | BOL |
| 14 | 48 | 14 | -.97 | .32 | .45 | -1.8 | .50 | -1.5 | .96 | .73 | 64.3 | 45.1 | BIH |
| 39 | 48 | 14 | -.97 | .32 | .48 | -1.6 | .45 | -1.7 | .81 | .73 | 64.3 | 45.1 | ETH |
| 43 | 48 | 14 | -.97 | .32 | .63 | -1.0 | .68 | -.8 | .91 | .73 | 50.0 | 45.1 | GMB |
| 66 | 48 | 14 | -.97 | .32 | .61 | -1.1 | .60 | -1.1 | .89 | .73 | 64.3 | 45.1 | KGZ |
| 81 | 48 | 14 | -.97 | .32 | .52 | -1.4 | .57 | -1.2 | .94 | .73 | 64.3 | 45.1 | MDA |
| 96 | 48 | 14 | -.97 | .32 | .41 | -1.9 | .44 | -1.8 | .96 | .73 | 64.3 | 45.1 | PRY |
| 123 | 48 | 14 | -.97 | .32 | .77 | -.5 | .80 | -.5 | .69 | .73 | 57.1 | 45.1 | UGA |
| 29 | 47 | 14 | -1.08 | .32 | .47 | -1.6 | .53 | -1.4 | .83 | .72 | 64.3 | 45.6 | CIV |
| 46 | 47 | 14 | -1.08 | .32 | .88 | -.2 | .89 | -.2 | .78 | .72 | 50.0 | 45.6 | GHA |
| 133 | 47 | 14 | -1.08 | .32 | 1.07 | 3.1 | 1.14 | .5 | .73 | .72 | 28.6 | 45.6 | ZWE |
| 42 | 46 | 14 | -1.18 | .32 | .78 | -.5 | .74 | -.6 | .83 | .72 | 42.9 | 45.5 | GAB |
| 129 | 46 | 14 | -1.18 | .32 | 1.53 | 1.4 | 1.57 | 1.4 | .52 | .72 | 50.0 | 45.5 | VEN |
| 74 | 45 | 14 | -1.28 | .32 | .84 | -.3 | .85 | -.3 | .76 | .72 | 42.9 | 46.5 | MDG |
| 85 | 45 | 14 | -1.28 | .32 | 1.02 | 2.1 | 1.08 | .3 | .70 | .72 | 42.9 | 46.5 | MOZ |
| 106 | 45 | 14 | -1.28 | .32 | .34 | -2.3 | .36 | -2.2 | .90 | .72 | 50.0 | 46.5 | SEN |
| 70 | 44 | 14 | -1.38 | .32 | 1.23 | 7.1 | 1.20 | .6 | .80 | .71 | 42.9 | 46.1 | LSO |
| 9 | 43 | 14 | -1.49 | .32 | .40 | -2.0 | .39 | -2.0 | .82 | .71 | 64.3 | 45.8 | BGD |
| 12 | 43 | 14 | -1.49 | .32 | .73 | -.7 | .73 | -.7 | .80 | .71 | 35.7 | 45.8 | BEN |
| 77 | 43 | 14 | -1.49 | .32 | .79 | -.5 | .75 | -.6 | .67 | .71 | 50.0 | 45.8 | MLI |
| 20 | 42 | 14 | -1.59 | .32 | .69 | -.8 | .68 | -.8 | .78 | .71 | 50.0 | 45.5 | CMR |
| 75 | 42 | 14 | -1.59 | .32 | 1.11 | 4.1 | 1.13 | .5 | .73 | .71 | 21.4 | 45.5 | MWI |
| 91 | 42 | 14 | -1.59 | .32 | .69 | -.8 | .66 | -.9 | .70 | .71 | 64.3 | 45.5 | NGA |
| 94 | 42 | 14 | -1.59 | .32 | .63 | -1.0 | .62 | -1.1 | .74 | .71 | 50.0 | 45.5 | PAK |
| 18 | 41 | 14 | -1.70 | .32 | .64 | -1.0 | .58 | -1.2 | .83 | .70 | 57.1 | 46.1 | BDI |
| 27 | 40 | 14 | -1.80 | .33 | 1.19 | 6.1 | 1.24 | .7 | .59 | .70 | 42.9 | 46.6 | COD |
| 23 | 39 | 14 | -1.91 | .33 | .79 | -.5 | .76 | -.6 | .71 | .69 | 57.1 | 46.8 | TCD |
| 108 | 39 | 14 | -1.91 | .33 | 1.18 | 6.1 | 1.10 | .4 | .73 | .69 | 35.7 | 46.8 | SLE |
| 131 | 37 | 14 | -2.12 | .33 | 1.28 | 8.1 | 1.11 | .4 | .71 | .68 | 50.0 | 45.9 | YEM |
| MEAN | 56.8 | 14.0 | -.04 | .33 | 1.00 | -1.1 | 1.00 | -.1 | | | 49.2 | 46.1 | |
| P. SD | 9.3 | .0 | 1.00 | .01 | .56 | 1.4 | .53 | 1.3 | | | 13.8 | 1.7 | |

Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA Fecha: 18/11/2019 12:25:53
 José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA 18/11/2019 14:52:43
 Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA 19/11/2019 04:22:42

Tabla 3.- Escalograma de Guttman (Zona de Respuestas)

| PAISES | PILARES | | | | |
|--------|------------------|----------------|-----|-----------------|-----|
| | | 111 11 | | | |
| | | 23846159213704 | | | |
| | | ----- | | | |
| 113 | +66EE6D6EG55D5G | ESP | 44 | +FF555E4443B3B2 | GEO |
| 41 | +EGDEEE65FF5D5G | FRA | 53 | +DDFDD4CCDDDDDE | IND |
| 45 | +6GD6EE65FFDD5F | DEU | 59 | +D5D5FE44ED3DBA | JAM |
| 116 | +6GC6666FFDD5C | CHE | 93 | +F55DDEE44D3B32 | OMN |
| 126 | +E6C6E665F55DEF | GBR | 102 | +FF5DD4E4433DB2 | ROU |
| 5 | +66DEEEFDF55EFE | AUS | 128 | +5DF55EE4433B2 | URY |
| 6 | +6GD6EEFFG5D443 | AUT | 15 | +5DF5EE4E43DBBA | BWA |
| 21 | +66EEEF5FD5CGD | CAN | 22 | +5555E44E43B3DA | CPV |
| 60 | +66EEEF55D4EG | JPN | 83 | +5F5DE4E4E33B3A | MNE |
| 127 | +66DEEEFDG554FE | USA | 112 | +DD55EE4443DB3C | ZAF |
| 50 | +6GDEFFDF44F3 | HKG | 120 | +D55D44E44D3DDA | TTO |
| 89 | +66D6FFF5FD4EEB | NZL | 130 | +F555444CC3D33C | VNM |
| 109 | +6EEFFFD5FBEE3 | SGP | 26 | +C5DE44444BDE3C | COL |
| 52 | +G6DFF5F5F444EA | ISL | 48 | +D5F4444443DB2 | GTM |
| 56 | +66D55FF5FECE43 | IRL | 73 | +FF544EE443B3BA | MKD |
| 72 | +66E55FF5F44B | LUX | 86 | +5D54EE4443D33A | NAM |
| 88 | +66DF5F55FB4E3 | NLD | 98 | +D5FEE444CB332 | PHL |
| 40 | +G6DFF5F55EC44B | FIN | 121 | +55F4E444433B2 | TUN |
| 58 | +E6D55D5DFEE44F | ITA | 34 | +D5D4F444E3333A | DOM |
| 92 | +66DF5FFF5C44EB | NOR | 124 | +DG5E444443B3B2 | UKR |
| 100 | +66E5555DF4444D | PRT | 1 | +F55EE44443BBBA | ALB |
| 115 | +66DF55F55EC4E3 | SWE | 55 | +55G4444443BBBC | IRN |
| 11 | +66D55D5F55FB44D | BEL | 107 | +5F54444E443BB2 | SRB |
| 64 | +66E5555FD5EB44E | KOR | 36 | +C5F4E44443BB3C | EGY |
| 125 | +GEE55FFD5ECCFB | ARE | 49 | +C554E4C4433DB2 | HND |
| 47 | +6G555D5DF44443 | GRC | 63 | +CC54E4CEC3E332 | KEN |
| 76 | +6EF5555D5444E3 | MYS | 67 | +5DFEEEC4CB33BA | LAO |
| 117 | +6655555D5EC443 | TWN | 82 | +FFF4444CCB3B2 | MNG |
| 119 | +DEF5555DFCE4E3 | THA | 90 | +5554ECC4433DBA | NIC |
| 33 | +66DFD5F55EC4CB | DNK | 104 | +FD5E4ECEB333BA | RWA |
| 78 | +66D5F55DFEC44A | MLT | 118 | +5C54E4C4C3E3B2 | TZA |
| 95 | +EE5D555554E4EB | PAN | 65 | +F5E4CEC43BB2A | KWT |
| 101 | +66F55FFD5EBB4B | QAT | 69 | +DFE4E44443BB2A | LTN |
| 25 | +EE555D5CC4EC4G | CHN | 19 | +5DE4E44CCB3322 | KHM |
| 31 | +66D5F55DF4C4CB | CYP | 37 | +C5E44444C3BE2A | SLV |
| 32 | +6G55DDF55EB4B | CZE | 87 | +55F4E4CCBBD32A | NPL |
| 38 | +665555F554B4CB | EST | 132 | +5CE44E4CECB32A | ZMB |
| 80 | +DE555DD55CF44E | MEX | 2 | +55F4C4444B3B22 | DZA |
| 30 | +FFDDDD55F44433 | HRV | 13 | +5D444C443BDC22 | BOL |
| 51 | +FC555D55D4C43B | HUN | 14 | +5F444444DBB22A | BIH |
| 99 | +FFF5DD55D4C433 | POL | 39 | +5DE444C4B3C222 | ETH |
| 111 | +FF555D555E44BA | SVN | 43 | +FDE4E4C433B22A | GMB |
| 8 | +F555DFDEEBC3A | BHR | 66 | +5FE44444BBB222 | KGZ |
| 17 | +5G55DD55FC44B2 | BGR | 81 | +5FE4C44433B22A | MDA |
| 24 | +F55555D4CCE3C | CHL | 96 | +55E4E4443BB22A | PRY |
| 10 | +FFC5F55EEB3DA | BRB | 123 | +5CE444C43BDC22 | UGA |
| 16 | +D55DDC54EBF3DF | BRA | 29 | +5C44444D33CC2A | CTV |
| 28 | +55D55D5EECED32 | CRI | 46 | +5C4E4E4DB3C22A | GHA |
| 54 | +5DF5F5DCCCEDDC | IDN | 133 | +FCE44CCD3BDC2A | ZWE |
| 68 | +FF55D55EE4BD3A | LVA | 42 | +5DE4C44EBBC22A | GAB |
| 103 | +DGF5DD544C4BEC | RUS | 129 | +C5E4CB4D3BE222 | VEN |
| 3 | +5FD55C5CECD33E | ARG | 74 | +ECE444BD32CC2A | MDG |
| 71 | +FG55D55444BDB2 | LTU | 85 | +EBE444CD32CC2A | MOZ |
| 79 | +F5D5F554EEB33A | MUS | 106 | +E444C4CD3CC22A | SEN |
| 105 | +FFF5D5FCECBBD2 | SAU | 70 | +ECE4E43EB222AA | LSO |
| 110 | +FF55DD5E443DB2 | SVK | 9 | +44E4CD33BC2222 | BGD |
| 122 | +D55DDDD4E43DDE | TUR | 12 | +ECE4CD3DB2C22A | BEN |
| 57 | +5FC5554E43332 | ISR | 77 | +4CEC4DB32C222 | MLI |
| 62 | +FGF5D554CC3B32 | KAZ | 20 | +4CE43D3DB2C22A | CMR |
| 114 | +F5FD55D4C4D332 | LKA | 75 | +ECE43DBDB2CCAA | MWI |
| 7 | +FF5555E4CDB3B2 | AZE | 91 | +CCE43D3D322222 | NGA |
| 35 | +555D5D444DED2 | ECU | 94 | +CEEC3D33BC2222 | PAK |
| 61 | +FF5555E443B33A | JOR | 18 | +44ED3DBDB22221 | BDI |
| 84 | +F55D554443D332 | MAR | 27 | +4C4DBDB2D221 | COD |
| 97 | +D5D55D44EBED3C | PER | 23 | +4CE333BDB2C221 | TCO |
| 4 | +FF555E444333BA | ARM | 108 | +EB4DDDB222A1 | SLE |
| | | | 131 | +C4F3BDB3B22A21 | YEM |
| | | | | ----- | |
| | | | | 111 11 | |
| | | | | 23846159213704 | |

Fuente: Elaboración propia

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 53 54 55 56 57 58 59 60 61 62 63 64 65 66 67 68 69 70 71 72 73 74 75 76 77 78 79 80 81 82 83 84 85 86 87 88 89 90 91 92 93 94 95 96 97 98 99 100 101 102 103 104 105 106 107 108 109 110 111 112 113 114 115 116 117 118 119 120 121 122 123 124 125 126 127 128 129 130 131 132 133 134 135 136 137 138 139 140 141 142 143 144 145 146 147 148 149 150 151 152 153 154 155 156 157 158 159 160 161 162 163 164 165 166 167 168 169 170 171 172 173 174 175 176 177 178 179 180 181 182 183 184 185 186 187 188 189 190 191 192 193 194 195 196 197 198 199 200 201 202 203 204 205 206 207 208 209 210 211 212 213 214 215 216 217 218 219 220 221 222 223 224 225 226 227 228 229 230 231 232 233 234 235 236 237 238 239 240 241 242 243 244 245 246 247 248 249 250 251 252 253 254 255 256 257 258 259 260 261 262 263 264 265 266 267 268 269 270 271 272 273 274 275 276 277 278 279 280 281 282 283 284 285 286 287 288 289 290 291 292 293 294 295 296 297 298 299 300 301 302 303 304 305 306 307 308 309 310 311 312 313 314 315 316 317 318 319 320 321 322 323 324 325 326 327 328 329 330 331 332 333 334 335 336 337 338 339 340 341 342 343 344 345 346 347 348 349 350 351 352 353 354 355 356 357 358 359 360 361 362 363 364 365 366 367 368 369 370 371 372 373 374 375 376 377 378 379 380 381 382 383 384 385 386 387 388 389 390 391 392 393 394 395 396 397 398 399 400 401 402 403 404 405 406 407 408 409 410 411 412 413 414 415 416 417 418 419 420 421 422 423 424 425 426 427 428 429 430 431 432 433 434 435 436 437 438 439 440 441 442 443 444 445 446 447 448 449 450 451 452 453 454 455 456 457 458 459 460 461 462 463 464 465 466 467 468 469 470 471 472 473 474 475 476 477 478 479 480 481 482 483 484 485 486 487 488 489 490 491 492 493 494 495 496 497 498 499 500 501 502 503 504 505 506 507 508 509 510 511 512 513 514 515 516 517 518 519 520 521 522 523 524 525 526 527 528 529 530 531 532 533 534 535 536 537 538 539 540 541 542 543 544 545 546 547 548 549 550 551 552 553 554 555 556 557 558 559 560 561 562 563 564 565 566 567 568 569 570 571 572 573 574 575 576 577 578 579 580 581 582 583 584 585 586 587 588 589 590 591 592 593 594 595 596 597 598 599 600 601 602 603 604 605 606 607 608 609 610 611 612 613 614 615 616 617 618 619 620 621 622 623 624 625 626 627 628 629 630 631 632 633 634 635 636 637 638 639 640 641 642 643 644 645 646 647 648 649 650 651 652 653 654 655 656 657 658 659 660 661 662 663 664 665 666 667 668 669 670 671 672 673 674 675 676 677 678 679 680 681 682 683 684 685 686 687 688 689 690 691 692 693 694 695 696 697 698 699 700 701 702 703 704 705 706 707 708 709 710 711 712 713 714 715 716 717 718 719 720 721 722 723 724 725 726 727 728 729 730 731 732 733 734 735 736 737 738 739 740 741 742 743 744 745 746 747 748 749 750 751 752 753 754 755 756 757 758 759 760 761 762 763 764 765 766 767 768 769 770 771 772 773 774 775 776 777 778 779 780 781 782 783 784 785 786 787 788 789 790 791 792 793 794 795 796 797 798 799 800 801 802 803 804 805 806 807 808 809 810 811 812 813 814 815 816 817 818 819 820 821 822 823 824 825 826 827 828 829 830 831 832 833 834 835 836 837 838 839 840 841 842 843 844 845 846 847 848 849 850 851 852 853 854 855 856 857 858 859 860 861 862 863 864 865 866 867 868 869 870 871 872 873 874 875 876 877 878 879 880 881 882 883 884 885 886 887 888 889 890 891 892 893 894 895 896 897 898 899 900 901 902 903 904 905 906 907 908 909 910 911 912 913 914 915 916 917 918 919 920 921 922 923 924 925 926 927 928 929 930 931 932 933 934 935 936 937 938 939 940 941 942 943 944 945 946 947 948 949 950 951 952 953 954 955 956 957 958 959 960 961 962 963 964 965 966 967 968 969 970 971 972 973 974 975 976 977 978 979 980 981 982 983 984 985 986 987 988 989 990 991 992 993 994 995 996 997 998 999 1000

Bibliografía

337

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Abdelrahman, S. O. (2012). *The impact of entrepreneurial marketing factors on competitive innovativeness among female entrepreneurs in Egypt*. Tesis doctoral. Universidad de El Cairo.

Abreu, M., Ruhanen, L. y Arcodia, C. (2018). Destination competitiveness: A phenomenographic study. *Tourism Management*, 64, 324-334. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.08.014>

Abuzjarova, M. I. (2018). Development of methodological approaches to assessing the competitiveness of the economy. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 10(6S), 2076-2098. [https://doi.org/10.1016/S0040-1951\(06\)00452-5](https://doi.org/10.1016/S0040-1951(06)00452-5)

Acerenza, M. Á. (2009). Competitividad de los destinos turísticos.

Acosta, Z. (2014). *Aspectos culturales y organizativos de la resistencia al cambio ante la estrategia de innovación en la empresa*. Tesis doctoral. Universidad de La Laguna.

Aghdaie, S. F. A., Seidi, M. y Riasi, A. (2012). Identifying the barriers to Iran's Saffron export by using Porter's diamond model. *International Journal of Marketing Studies*, 4(5), 129. Disponible en <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijms/article/view/17302>

Agostini, L., Filippini, R. y Nosella, A. (2015). Brand- building efforts and their association with SME sales performance. *Journal of Small Business Management*, 53(S1), 161-173.

Aho, S. K. (2001). Towards a general theory of touristic experiences: Modelling experience process in tourism. *Tourism Review*, 56(3/4), 33-37. <https://doi.org/10.1108/eb058368>

Aiginger, K. (2006). Revisiting an evasive concept: Introduction to the special issue on competitiveness. *Journal of Industry, Competition and Trade*, 6(2), 63-66. <https://doi.org/10.1007/s10842-006-9471-x>

Aiginger, K., Bärenthaler-Sieber, S. y Vogel, J. (2013). Competitiveness under new perspectives. *WWWforEurope Working Paper*, 44.

Al-Mamun, M. A., Zayed, N. M. y Hossain, M. S. (2013). Using Porter's diamond to determine the condition of ICT in a developing country: a study on Bangladesh. *Electronic Commerce Research*, 1(3), 138-150.

338

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Al-Rodhan, N. R. (2006). Definitions of globalization: A comprehensive overview and a proposed definition. *Program on the Geopolitical Implications of Globalization and Transnational Security*, (6), 1-21.

Albaum, G., Strankov, J., Duerr, E. y Dowd, L. (1994). *International marketing and export management*. Cambridge: Addison-Wesley.

Alcántara-Pilar, J. M., Armenski, T., Blanco-Encomienda, F. J. y Del Barrio-García, S. (2018). Effects of cultural difference on users' online experience with a destination website: A structural equation modelling approach. *Journal of Destination Marketing and Management*, 8, 301-311. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.06.002>

Alcázar, B. (2002). *Los canales de distribución en el sector turístico*. ESIC.

Alcocer, J. A. (2013). Competitividad en el sector turístico : una revisión de la literatura. *Revista Le Bret*, (5), 271-291.

Alexander, J. y Mabry, R. (1994). Relative significance of journals, authors, and articles cited in financial research. *The Journal of Finance*, 49(2), 697-712. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1994.tb05158.x>

Allen, J. y Massey, D. (1995). *Geographical worlds*. Oxford: Oxford University Press.

ALmeida, A. y Moreno, S. (2018). Comprensión de la lealtad al turismo: lealtad horizontal versus destino. *Gestión turística*, 65, 245-255.

Alonso, J. A. (2005). El proceso de internacionalización de la empresa: Algunas sugerencias para la política de promoción. *Claves de la economía mundial*.

Alonso, J. A. y Donoso, V. (1998). Competir en el exterior: la empresa española y los mercados internacionales.

Alonso, M. y Blasco, E. (2006). *Internet y sus aplicaciones al sector turístico*.

Alonso, V. (2009). *Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turístico basado en la identificación e integración de Factores Críticos de Éxito*. Tesis doctoral. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

339

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Altinay, L. (2007). The internationalization of hospitality firms: factors influencing a franchise decision-making process. *Journal of Services Marketing*.
- Álvarez, L. (2003). Competencias centrales y ventaja competitiva: el concepto, su evolución y su aplicabilidad. *Revista Contaduría y Administración*, (209), 5-22.
- Amaya, C., Conde, E. y Covarrubias, R. (2008). La competitividad turística: imperativo para Manzanillo, Colima. *Teoría y praxis*, 5, 17-32. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/398/39821278007.pdf>
- Amit, R. y Schoemaker, P. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, 14(1), 33-46.
- Anand, G. y Kodali, R. (2008). Benchmarking the benchmarking models. *Benchmarking: An International Journal*, 15(3), 257-291.
- Ancincova, V. (2014). *Tourism destination competitiveness: The case study of Zlín region (the Czech Republic)*. Tesis doctoral. Universidad of Huddersfield.
- Andersen, E. B. (1977). Sufficient Statistics and Latent Trait Models. *Psychometrika*, 42, 69-81.
- Anderson, E. y Coughlan, A. (1987). International market entry and expansion via independent or integrated channels of distribution. *The Journal of Marketing*.
- Anderson, E. y Gatignon, H. (1986). Modes of foreign entry: A transaction cost analysis and propositions. *Journal of International*, 17(3), 1-26.
- Andrades, L. y Dimanche, F. (2017). Destination competitiveness and tourism development in Russia: Issues and challenges. *Tourism Management*, 62, 360-376. Disponible en <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2017.05.008>
- Andrich, D. (1978a). A rating formulation for ordered response categories. *Psychometrika*, 43, 357-374.
- Andrich, D. (1978b). Application of a psychometric rating model to ordered categories which are scored with successive integers. *Applied Psychological Measurement*, 2(4), 581-594.

340

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Andrich, D. (1988). A General Form of Rasch's Extended Logistic Model for Partial Credit Credit Scoring. *Applied Measurement in Education*, 1(4), 363-378.
- Aninat, E. (2001). China, Globalization, and the IMF -- Address by Eduardo Aninat.
- Ansoff, H. I. (1980). Strategic Issue Management. *Strategic Management Journal*, 1(2), 131-148. <https://doi.org/10.2307/2486096>
- Arancegui, M. y Uribe-Etxeberria, A. (1999). Competitividad y empleo en la industria manufacturera: un análisis comparado. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, (44), 92-115. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=265776>
- Armenski, T., Marković, V., Davidovic, N. y Jovanovic, T. (2011). Integrated model of destination competitiveness. *Geographica Pannonica*, 15(2), 58-69. <https://doi.org/10.15308/sitcon-2015-9-17>
- Arribas, E. H. (1991). Defensa de la competencia. *Ekonomiaz*, 21, 50-69.
- Arsad, N., Kamal, N., Ayob, A., Sarbani, N., Tsuey, C. S., Misran, N. y Husain, H. (2013). Rasch model analysis on the effectiveness of early evaluation questions as a benchmark for new students ability. *International Education Studies*, 6(6), 185-190. <https://doi.org/10.5539/ies.v6n6p185>
- Artiles, M. del P. (2009). *Análisis y utilidad de un SGID (sistema de gestión integral de destino) como herramienta para la competitividad de un destino turístico. Propuestas para la sensibilización de los diferentes agentes turísticos implicados*. Tesis doctoral. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Assaf, A. G. y Josiassen, A. (2012). Identifying and Ranking the Determinants of Tourism Performance: A Global Investigation. *Journal of Travel Research*, 51(4), 388-399. <https://doi.org/10.1177/0047287511426337>
- Assaker, G., Esposito, V. y O'Connor, P. (2011). Modeling a causality network for tourism development: an empirical analysis. *Journal of Modelling in Management*, 6(3), 258-278. <https://doi.org/10.1108/17465661111183685>

341

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Assaker, G., Hallak, R., Esposito, V. y O'Connor, P. (2014). An Empirical Operationalization of Countries' Destination Competitiveness Using Partial Least Squares Modeling. *Journal of Travel Research*, 53(1), 26-43. <https://doi.org/10.1177/0047287513481275>
- Augustin, J.-L. P. M. y Liaw, S.-Y. (2017). Tourism competitiveness index of the Asia-Pacific region through consistency analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(12), 1295-1307. <https://doi.org/10.1080/10941665.2017.1391855>
- Axinn, C. y Matthyssens, P. (2002). Limits of internationalization theories in an unlimited world. *International marketing review*.
- Bahar, O. y Kozak, M. (2007). Advancing Destination Competitiveness Research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(2), 61-71. https://doi.org/10.1300/J073v22n02_05
- Bandera, C., Keshtkar, F. y Passerini, K. (2018). Mirando hacia el futuro desde el pasado: internacionalización entre emprendedores tecnológicos. 51ª Conferencia Internacional de Hawai sobre Ciencias del Sistema, 4141-4148.
- Baños, V. (2011). *Competencias esenciales, clima organizacional e innovación como factores de competitividad empresarial: Propuesta y aplicación de un modelo para la detección y desarrollo de competencias en la Pequeña y Mediana Empresa del sector calzado en México*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Madrid.
- Barbosa, L. G. M., Oliveira, C. T. F. de y Rezende, C. (2010). Competitiveness of tourist destinations: the study of 65 key destinations for the development of regional tourism. *Revista de Administração Pública*, 44(5), 1067-1095. <https://doi.org/10.1590/S0034-76122010000500004>
- Barney, J. B. (1986a). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage? *Academy of management review*, 11, 656-665.
- Barney, J. B. (1986b). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 32, 1231-1241.
- Barney, J. B. (1991a). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17, 99-120.

342

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Barney, J. B. (1991b). Special theory forum: The resource-based model on the firm: Origins, implications, and prospects. *Journal of management*, 17, 97-98.

Barney, J. B. (2001). Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, 27(6), 643-650. <https://doi.org/10.1177/014920630102700602>

Barney, J. B., Ketchen, D. J. y Wright, M. (2011). The Future of Resource-Based Theory: Revitalization or Decline? *Journal of Management*, September(5), 1299-1315. <https://doi.org/10.1177/0149206310391805>

Barroso, M. y Flores, D. (2006). La competitividad internacional de los destinos turísticos: del enfoque macroeconómico al enfoque estratégico. *Cuadernos de Turismo*, 0(17), 7-24.

Bastian, M., Heymann, S. y Jacomy, M. (2009). Gephi: An Open Source Software for Exploring and Manipulating Networks. *ICWSM*, 8, 361-362. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/303214441_Gephi_An_Open_Source_Software_for_Exploring_and_Manipulating_Networks

Bhattacharyya, S. y Jha, S. (2015). Mapping micro small and medium enterprises from the resource-based view and dynamic capability theory perspectives and innovation classification. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25 (3), 331-350.

Becker, G. (1964). Human capita.

Belda, A. (2005). La competitividad de la economía española, 437-452.

Bellak, C. y Weiss, A. (1993). A Note on the Austrian "Diamond". *MIR: Management International Review*, 33, 109-118. <https://doi.org/10.2307/40228193>

Benur, A. M. y Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213-224. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.02.005>

Benzaquen, J., Del Carpio, L. A., Zegarra, L. A. y Valdivia, C. A. (2010). Un Índice Regional de Competitividad para un país. *Revista de la CEPAL*, 102(102), 69-86. Disponible en <http://archivo.cepal.org/pdfs/revistaCepal/Sp/102069086.pdf>

343

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Berbel, J. M. (2008). Tec Empresarial. *TEC Empresarial*, 2(3), 8-17.
- Berdo, S. (2016). The complexity of tourism destination competitiveness concept through main competitiveness models. *International Journal of Scientific & Engineering Research*, 7(3), 1011-1015.
- Berger, T. y Bristow, G. (2009). Competitiveness and the benchmarking of nations-a critical reflection. *International Advances in Economic Research*, 15(4), 378-392. <https://doi.org/10.1007/s11294-009-9231-x>
- Bermúdez, J. (1997). Conocimientos sobre el mundo del turismo.
- Berry, L. L., Carbone, L. P. y Haeckel, S. H. (2002). Managing the total customer experience. *MIT Sloan management review*, 43(3), 85-89. Disponible en https://www.researchgate.net/profile/Lewis_Carbone/publication/266277275_Managing_the_Total_Customer_Experience_Managing_the_Total_Customer_Experience/links/55929abc08ae16f493ee285f.pdf
- Bhattacharyya, S. S. y Jha, S. (2015). Mapping micro small and medium enterprises from the resource-based view and dynamic capability theory perspectives and innovation classification. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(3), 331-350. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2015.069700>
- Bigné, E., Font, X., Andreu, L. y Alcañiz, J. (2000). *Marketing de destinos turísticos : análisis y estrategias de desarrollo*. ESIC editorial. Disponible en https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=OzQyLYo7i2oC&oi=fnd&pg=PA9&dq=Marketing+de+destinos+turísticos.+Análisis+y+estrategias+de+desarrollo&ots=ggt07I-Ug2&sig=Pqz_VdB0cFR-Sro24Db44okJC04&redir_esc=y#v=onepage&q=Marketing de destinos turísticos. Análisis
- Bilkey, W. y Tesar, G. (1977). The export behavior of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms. *Journal of international business studies*.
- Black, J. y Boal, K. (1994). Strategic resources: Traits, configurations and paths to sustainable competitive advantage. *Strategic management journal*.
- Blancas, F. J., Lozano, M., González, M. y Caballero, R. (2018). A dynamic sustainable tourism evaluation using multiple benchmarks. *Journal of Cleaner Production*, 174, 1190-1203. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.10.295>

344

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Blanco, L., Gueimonde, A., Fraiz, J. A. y Diéguez, M. (2018). Dimensions of destination competitiveness: Analyses of protected areas in Spain. *Journal of Cleaner Production*, 177(January), 782-794. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.242>

Blanke, J. y Chiesa, T. (2007). *The Travel and Tourism Competitiveness Report: Measuring Travel and Tourism Competitiveness*. Ginebra: The World Economic Forum <https://doi.org/10.5585/podium.v5i1.156>

Blanke, J. y Chiesa, T. (2008). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2008: Balancing Economic Development and Environmental Sustainability*. Ginebra: The World Economic Forum

Blanke, J. y Chiesa, T. (2009). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2009: Managing in a Time of Turbulence*. Ginebra: The World Economic Forum. Disponible en <http://www.weforum.org/reports/travel-tourism-competitiveness-report-2009>

Blanke, J. y Chiesa, T. (2011). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2011: Beyond the Downturn*. Ginebra: The World Economic Forum

Blanke, J. y Chiesa, T. (2013). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013: Reducing barriers to economic growth and job creation*. Ginebra: The World Economic Forum. <https://doi.org/ISBN-13: 978-92-95044-40-1>

Blanke, J., Paua, F. y Sala-i-Martin, X. (2004). The growth competitiveness index: Analyzing key underpinnings of sustained economic growth. *Global Competitiveness*, 3-28. Disponible en https://members.weforum.org/pdf/gcr/gcr_2003_2004/gci_chapter.pdf%5Cnhttp://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:The+Growth+Competitiveness+Index:+Analyzing+Key+Underpinnings+of+Sustained#0

Blonigen, B. y Davies, R. (2005). ¿Los tratados fiscales bilaterales promueven la inversión directa extranjera?. En *Manual de Comercio Internacional (Vol 2): Análisis económico y jurídico de leyes e instituciones*. Ed. Hartigan, 526-546.

Bodemer, K. (1998). La globalización. Un concepto y sus problemas. *Nueva Sociedad*, 156, 54-71.

Boltho, A. (1996). The assessment: international competitiveness. *Oxford review of economic policy*, 12(3), 1-16.

345

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Bornhorst, T., Ritchie, J. y Sheehan, L. (2010). Determinantes del éxito del turismo para DMO y destinos: un examen empírico de las perspectivas de los interesados. *Gestión turística*, 31 (5), 572-589.
- Bond, T. G. y Fox, C. M. (2001). *Applying the Rasch model, Fundamental measurement in the human sciences*. (L. E. Editors, Ed.). New Jersey.
- Bond, T. G. y Fox, C. M. (2007). *Applying the Rasch Model: fundamental measurement in the human sciences* (Second Ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Inc. Publishers.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: An exploratory study that develops measure and models. *Management Decision*, 2(36), 63-76.
- Boone, W. J., Townsend, J. S. y Staver, J. R. (2016). Utilizing Multifaceted Rasch Measurement Through FACETS to Evaluate Science Education Data Sets Composed of Judges, Respondents, and Rating Scale Items: An Exemplar Utilizing the Elementary Science Teaching Analysis Matrix Instrument. *Science Education*, 100(2), 221-238. <https://doi.org/10.1002/sce.21210>
- Bordas, E. (1994). Competitiveness of tourist destinations in long distance markets. *The Tourist Review*, 49(3), 3-9. <https://doi.org/10.1108/eb058158>
- Bornhorst, T., Ritchie, J. R. B. y Sheehan, L. (2010). Determinants of tourism success for DMOs & destinations: An empirical examination of stakeholders' perspectives. *Tourism Management*, 31(5), 572-589. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.06.008>
- Bosch, R., Pujol, L., Serra, J. y Vallespinós, F. (1998). *Turismo y medio ambiente. Centro de Estudios Ramón Areces*. Madrid.
- Botha, C., Crompton, J. y Kim, S. (1999). Desarrollo de una posición competitiva revisada para Sun / Lost City, Sudáfrica. *Journal of Travel Research*, 37(4), 341-352.
- Botero, J. F., Álvarez, F. y González, M. A. (2012). Modelos de internacionalización para las pymes colombianas. *AD-minister*, (20), 63-90.
- Bouzas, R. y Ffrench-Davis, R. (1998). La globalización y la gobernabilidad de los países en desarrollo. *Revista de la Cepal*.

346

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Boxwell, R. J. (1995). *Benchmarking para competir con ventaja*. (M. Hill, Ed.). Madrid.
- Bravo, S. (2004). La competitividad del sector turístico. *Boletín Económico. Banco de España, Septiembre*, 99-106. Disponible en http://europa.sim.ucm.es/compludoc/GetSumario?r=/S/10411/02103737_1.htm&zfr=
- Brites, J. (2011). *Análisis del inventario obsesivo-compulsivo mediante el modelo de Rasch para escalas de calificación*. Tesis doctoral. Universidad de Salamanca.
- Broolbank, D. y Pickernell, D. (1999). Indicadores de competitividad regional: una reevaluación del método. *Economía local*, 13(4), 310-326.
- Buckley, P. y Casson, M. (1999). A theory of international operations. 2nd ed. *The Internationalization Process of the Firm: a Reader, 2nd edn, International Business Thomson: London*, 55-60.
- Buckley, P., Pass, C. y Prescott, K. (1988). Measures of international competitiveness: A critical survey. *Journal of marketing management*, 4(2), 175-200.
- Bueno, E. (1987). La Competitividad de la Empresa Española. *Revista española de Financiación y Contabilidad*, XVII(54), 733-740.
- Bueno, E. (1995). La competitividad en la empresa: un enfoque de «organización» y una referencia a España. *Dirección y organización*, 13, 5-15.
- Bueno, E. (1998). El capital intangible como clave estratégica en la competencia actual. *Boletín de estudios económicos*.
- Bueno, E. y Morcillo, P. (1993). *La dirección eficiente*. Madrid: Pirámide.
- Buhalis, D. (1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism Management*, 19(5), 409-421. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00038-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00038-7)
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3)

347

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Buhalis, D. (2003). eTourism: Information technology for strategic tourism management.
- Buhalis, D. y Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Bull, A. (1996). La economía del sector turístico. *Información Comercial Española*.
- Butler, R. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, xxiv(1), 5-12.
- Butler, R. (2006). *The tourism area life cycle* (Vol. 1). Channel view publications. Disponible en <http://www.goodfellowpublishers.com>
- Butler, R. (2009). Tourism in the future: Cycles, waves or wheels? *Futures*, 41(6), 346-352. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0016328708002103>
- Butler, R. (2011). *Tourism area life cycle, contemporary tourism reviews*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Calderwood, L. y Soshkin, M. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point*. Disponible en http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf
- Camisón, C. (1996). La calidad como factor de competitividad en turismo: análisis del caso español. *Información Comercial Española*, e. 1996, 99-122.
- Camisón, C. (2002). Las competencias distintivas basadas en activos intangibles. En Morcillo, P. y Fernández-Aguado (Ed.), *Nuevas claves para la dirección estratégica*. España: Ariel.
- Camisón, C. (2004). Shared, competitive, and comparative advantages: A competence-based view of industrial-district competitiveness. *Environment and Planning A*, 36(12), 2227-2256. <https://doi.org/10.1068/a3759>

348

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Camisón, C. y Forés, B. (2015). Is tourism firm competitiveness driven by different internal or external specific factors?: New empirical evidence from Spain. *Tourism Management*, 48, 477-499. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.001>

Camisón, C. y Mir, V. (1998). Estrategias de reposicionamiento para destinos turísticos maduros: El caso de la Costa Blanca. *Estudios Turísticos*, (135), 5-28. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2197463>

Camisón, C., Puig-Denia, A., Forés, B., Fabra, M. E., Muñoz, A. y Muñoz, C. (2016). The Importance of Internal Resources and Capabilities and Destination Resources to Explain Firm Competitive Position in the Spanish Tourism Industry. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 341-356. <https://doi.org/10.1002/jtr.2053>

Campbell, D., Picard-Aitken, M., Côté, G., Macaluso, B. Î., Robitaille, J. P., Bastien, N., Laframboise, M., Lebeau, L., Mirabel, P., Larivière, V. y Archambault, É. (2009). Bibliometrics as a performance measurement tool for research evaluation: The case of research funded by the national cancer institute of Canada. *American Journal of Evaluation*, 31(1), 66-83. <https://doi.org/10.1177/1098214009354774>

Campbell, J. M. (2014). Cooperate or compete: the relationship of strategic orientation and firm performance for farmers' market vendors. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 27(1), 27-42. <https://doi.org/10.1080/08276331.2014.932965>

Campbell, J. M. y Park, J. (2017). Extending the resource-based view: Effects of strategic orientation toward community on small business performance. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 34, 302-308. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2016.01.013>

Campbell, N. (1920). Física: los elementos. University Press. Cambridge.

Campbell, N. (1928). Una cuenta de los principios de medición y cálculo. Logmans. Londres.

Canals, J. (1994). *La internacionalización de la empresa*. McGraw Hill. España.

349

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Capone, F. (2015). *Tourist Clusters, Destinations and Competitiveness: Theoretical issues and empirical evidences*. Routledge. Disponible en <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ALQ0CwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=firm+competitiveness&ots=f-Jf5pm8PI&sig=VZNAOHPLMleSw5M0A0geH5wPVHw>
- Cárdenas, P. J. (2011). La competitividad turística en los países del mediterráneo. Análisis de los factores determinantes. *Revista de análisis turístico*, 12, 11-22.
- Cardozo, P., Chavarro, A. y Ramírez, C. (2013). Teorías de internacionalización. *Panorama*, 3, 4-23.
- Castellanos, C. A., Machado, N., Castellanos, J. R. y García, A. O. (2015). Evaluación de los factores de competitividad en la provincia de Villa Clara, Cuba. *Retos de la Dirección*, 9(2), 139-163.
- Castro, M., De Hurtado, G. y Barráez, A. (2013). Competitividad de empresas turísticas: Un análisis desde el enfoque sistémico. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 21(1), 243-260.
- Castro, S., Peña, J. C. y Guillen, J. (2016). The competitiveness of Latin-American economies: Consolidation of the double diamond theory. *Economic Systems*, 40(3), 373-386. <https://doi.org/10.1016/j.ecosys.2015.10.003>
- Caves, R. E. y Porter, M. E. (1977). From Entry Barriers to Mobility Barriers: Conjectural Decisions and Contrived Deterrence to New Competition*. *The Quarterly Journal of Economics*, 91(2), 241-262.
- Cavusgil, S. T. (1980). On the internationalization process of firms. *European research*.
- Cerdas, R. (1997). América Latina, globalización y democracia. *Cuadernos de Ciencias Sociales*, 97.
- Ceric, A., D'Alessandro, S., Soutar, G. y Johnson, L. (2016). Using blueprinting and benchmarking to identify marketing resources that help co-create customer value. *Journal of Business Research*, 69(12), 5653-5661. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.03.073>

350

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Cerviño, J. y Baena, V. (2011). La globalización de las marcas y la competitividad, tendencias y desafíos para el español; La globalización de las marcas y la competitividad. Tendencias y desafíos para las empresas españolas.
- Chao, C.-C., Hazari, B. R. y Sgro, P. M. (2004). Tourism, globalization, social externalities, and domestic welfare. *Research in International Business and Finance*, 18, 141-149. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2003.12.001>
- Chaperon, S. y Bramwell, B. (2013). Dependency and agency in peripheral tourism development. *Annals of Tourism Research*, 40, 132-154. <https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2012.08.003>
- Charvet, F. F., Cooper, M. C. y Gardner, J. T. (2008). The intellectual structure of supply chain management: A bibliometric approach. *Journal of Business Logistics*, 29(1), 47-73. <https://doi.org/10.1002/j.2158-1592.2008.tb00068.x>
- Chen, X., Wang, S., Tang, Y. y Hao, T. (2019). A bibliometric analysis of event detection in social media. *Online Information Review*, 43(1), 29-52. <https://doi.org/10.1108/OIR-03-2018-0068>
- Chen, X., Xie, H., Wang, F. L., Liu, Z., Xu, J. y Hao, T. (2018). A bibliometric analysis of natural language processing in medical research. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 18(1), 1-72. <https://doi.org/10.1186/s12911-018-0594-x>
- Chim-Miki, A., Zuñiga, A., Gonçalves, M. y Medina, D. (2013). La variable competitividad en Meeting Tourism: una visión general de la actualidad. *Escenarios: empresa y territorio*, 2(2), 131-154. Disponible en <http://revistas.esumer.edu.co/index.php/escenarios/article/view/34>
- Chisik, R. y Davies, R. (2004). IED asimétrica y negociación de tratados fiscales: teoría y evidencia. *Revista de economía pública*, 88(6), 1119-1148.
- Cho, D. S. y Moon, H. C. (2000). From Adam Smith to Michael Porter. Evolution of competitiveness theory. *World Scientific Publishing*.
- Cho, D. S., Moon, H. C. y Kim, M. Y. (2008). Characterizing international competitiveness in international business research: A MASI approach to national competitiveness. *Research in International Business and Finance*, 22(2), 175-192. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2007.04.002>

351

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Chon, K. y Mayer, K. (1995). Destination competitiveness models in tourism and their application to Las Vegas. *Journal of Tourism Systems and Quality Management*.

Claver, E., Molina, J. F. y Pereira, J. (2007). Competitiveness in mass tourism. *Annals of Tourism Research*, 34(3), 727-745. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.03.010>

Coase, R. (1937). La naturaleza de la firma. *Economica*, 4, 386.

Cohen, E. (2012). Globalization, Global Crises and Tourism. *Tourism Recreation Research*, 37(2), 103-111.

Cole, S. (2009). Un modelo logístico del turismo: Ciclos de destinos, globalización y caos. *Annals of Tourism Research*, 11(2), 315-345.

Colom, A. (1994). Algunas consideraciones acerca de la competitividad de la industria española. *Cuadernos de Economía*, 22, 305-320.

Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and practice*.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. y Wanhill, S. (2007). *Turismo : principios e prácticas (3a. ed.)*. Madrid: Editorial Síntesis. Disponible en https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IWz2gBscMKYC&oi=fnd&pg=PP1&dq=cooper,+fletcher,+fyall,+gilbert,+wanhill&ots=jfgFk_b9zC&sig=J0XX3JTjqUE_72e1cPlwucWEDfM&redir_esc=y#v=onepage&q=cooper%2Cfletcher%2Cfyall%2Cgilbert%2Cwanhill&f=false

Corral, A. (2013). *Libre prestación de servicios y calidad turística. Los efectos de la liberalización del sector*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en <http://eprints.ucm.es/24036/1/T35049.pdf>

Cortés, I. y Artís, M. (2005). The role of the tourism sector in economic development. Lessons from the Spanish experience. En *45th Congress of the European Regional Science Association*. Vrije Universiteit Amsterdam. Disponible en <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/12037/1/158.pdf>

Coviello, N. y McAuley, A. (1999). Internationalisation and the smaller firm: a review of contemporary empirical research. *MIR: management international review*.

352

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Cracolici, M. F. y Nijkamp, P. (2009). The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of Southern Italian regions. *Tourism Management*, 30(3), 336-344. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.006>
- Cracolici, M. F., Nijkamp, P. y Rietveld, P. (2008). Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency. *Tourism Economics*, 14(2), 325-342. <https://doi.org/10.5367/000000008784460427>
- Craigwell, R. y Worrell, D. (2008). The competitiveness of selected Caribbean tourism markets. *Social and Economic Studies*, 72-107.
- Craigwell, R. (2007). Tourism Competitiveness in Small Island Developing States. *World Institute For Development Economics Reseach*, No. 2007/1, 1-26.
- Croes, R. (2011). Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations. *Journal of Travel Research*, 50(4), 431-442. <https://doi.org/10.1177/0047287510368139>
- Croes, R. y Kubickova, M. (2013). From potential to ability to compete: Towards a performance-based tourism competitiveness index. *Journal of Destination Marketing and Management*, 2(3), 146-154. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.07.002>
- Crotti, R. y Misrahi, T. (2015). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2015: Growth through Shocks*. Ginebra.
- Crotti, R. y Misrahi, T. (2017). *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future*. Ginebra.
- Crouch, G. I. (2011). Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), 27-45. <https://doi.org/10.1177/0047287510362776>
- Crouch, G. I. (2007). Measuring tourism competitiveness: research, theory and the WEF index. *Australia and New Zealand Marketing Academy*, 3-5. Disponible en http://www.anzmac.org/conference_archive/2007/papers/Crouch_1.pdf
- Crouch, G. I. (2011). Destination competitiveness: An analysis of determinant attributes. *Journal of Travel Research*, 50(1), 27-45. <https://doi.org/10.1177/0047287510362776>

353

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Crouch, G. I. y Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
- Crouch, G. I. y Ritchie, J. R. B. (2012). *Competitiveness and tourism* (Vol. Two volume). Edward Elgar Publishing.
- Csaba, N. (2010). Competitiveness and Innovation of the Romanian Companies. *Journal of The Faculty of Economic-Economic*, 1, 119-125. Disponible en <http://steconomiceuradea.ro/anale/volume/2010/n2/015.pdf>
- Cvelbar, L., Dwyer, L., Koman, M. y Mihalič, T. (2016a). Drivers of Destination Competitiveness in Tourism: A Global Investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1041-1050. <https://doi.org/10.1177/0047287515617299>
- Cvelbar, L., Dwyer, L., Koman, M. y Mihalič, T. (2016b). Which determinants of destination competitiveness drive tourism productivity? A global investigation. *Journal of Travel Research*, 55(8), 1041-1050.
- Czinkota, M. (1982). Export development strategies: US promotion policy.
- D'Hauterterre, A. M. (2000). Lessons in managed destination competitiveness: The case of Foxwoods Casino Resort. *Tourism Management*, 21(1), 23-32. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00097-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00097-7)
- Dajani, J. y Blanco, A. (2010). La competitividad exterior de la economía española. *Boletín Económico de ICE*, 2983, 29-43. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3149893&orden=241620&info=link>
- Danvila-del-Valle, I., Estévez-Mendoza, C. y Lara, F. J. (2019). Human resources training: A bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 101, 627-636. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.02.026>
- Das, J. y Dirienzo, C. (2010). Tourism Competitiveness and corruption: A cross-country analysis. *Tourism Economics*, 16(3), 477-492. <https://doi.org/10.5367/000000010792278392>
- Dasgupta, P. (1995). *An inquiry into well-being and destitution*. Oxford University Press on Demand.

354

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Daskalopoulou, I. y Petrou, A. (2009). Urban tourism competitiveness: Networks and the regional asset base. *Urban Studies*, 46(4), 779-801. <https://doi.org/10.1177/0042098009102129>

Davidson, R. y Maitland, R. (1997). Tourism destinations.

Davies, H. y Ellis, P. (2000). Porter's Competitive Advantage Of Nations: Time For The Final Judgement? *Journal of Management Studies*, 37(8), 1189-1214. <https://doi.org/10.1111/1467-6486.00221>

De Keyser, R. y Vanhove, N. (1994). The competitive situation of tourism in the Caribbean area. Methodological approach. *The Tourist Review*, 49(3), 19-22. <https://doi.org/10.1108/eb058160>

De Pablo, R. (2004). *Las nuevas tecnologías aplicadas al sector turístico*. Centro de Estudios Ramón Areces.

Delbari, S. A., Ng, S. I., Aziz, Y. A. y Ho, J. A. (2016). An investigation of key competitiveness indicators and drivers of full-service airlines using Delphi and AHP techniques. *Journal of Air Transport Management*, 52, 23-34. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.12.004>

Delbufalo, E. (2015). La influencia de la estructura de la red de suministro en las múltiples capacidades de innovación de la empresa: un estudio longitudinal en la industria de la moda. *Decisión de gestión*, 53 (10), 2457-2476.

Delfín, O. (2017). Fundamentos teóricos de la competitividad internacional. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 4(1), 2100-2119. Disponible en <http://riico.net/index.php/riico/issue/view/14>

Deverdun, M. E., Osorio, M. y Iracheta, A. (2016). El Turismo Residencial en Valle de Bravo, México. Una Interpretación de su Ciclo de Vida. *Revista Investigaciones Turísticas*, (11). <https://doi.org/10.14198/INTUR2016.11.02>

Dias, J. (2017). Environmental sustainability measurement in the Travel & Tourism Competitiveness Index: An empirical analysis of its reliability. *Ecological Indicators*, 73, 589-596.

Díaz, V., Oreja, J. R. y Parra, E. (2015). Benchmarking de diagnóstico de la actividad turística de España, Portugal y Grecia para el período 2008 2013. *Papers de Turisme*, 0(57), 92-103.

355

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Dicken, P. (2003). *Global shift: reshaping the global economic map in the 21st century*. Sage Publications.

Diéguez, M., Gueimonde, A., Sinde, A. y Blanco, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 5(2), 101-124. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3743052&info=resumen&idioma=SPA>

Dierckxsens, W. (1998). Por un paradigma alternativo ante un neoliberalismo sin perspectiva. *Pasos*, 76, 35-43.

Dierickx, I. y Cool, K. (1989). Asset Stock Accumulation and Sustainability of Competitive Advantage. *Management Science*, 35(12), 1504-1511. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.12.1504>

Dinu, M. (2004). Globalizarea și aproximările ei. *Editura Economică, București*.

Djogo, M. y Stanisic, N. (2016). Is the Global Competitiveness Report the right measure of macroeconomic competitiveness. *Zbornik Radova Ekonomskog Fakulteta U Rijeci-Proceedings of Rijeka Faculty of Economics*, 34(1), 91-117. <https://doi.org/10.18045/zbfri.2016.1.91>

Dögl, C., Holtbrügge, D. y Schuster, T. (2012). Competitive advantage of German renewable energy firms in India and China: An empirical study based on Porter's diamond. *International Journal of Emerging Markets*, 7(2), 191-214. <https://doi.org/10.1108/17468801211209956>

Domareski, T. C., dos Anjos, F. A. y dos Anjos, S. J. G. (2013). Competitividad de destinos turísticos. Estudio de Caso de Foz do Iguazu (Paraná, Brasil). *Cuadernos de Turismo*, 31, 83-103.

Domínguez, T., Darcy, S. y Alén, E. (2015). Competing for the disability tourism market - A comparative exploration of the factors of accessible tourism competitiveness in Spain and Australia. *Tourism Management*, 47, 261-272. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.10.008>

Duarte, C. L. (1996). *Internacionalización de la empresa española mediante inversión directa en el exterior*. Tesis doctoral. Universidad de Oviedo.

356

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Dunning, J. (1977). Trade, Location of Economic Activity and the MNE: A Search for an Eclectic Approach. En *The International Allocation of Economic Activity* (pp. 395-418). London: Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1007/978-1-349-03196-2_38
- Dunning, J. (1981). International Production and the Multinational Enterprise (RLE International Business).
- Dunning, J. (1988a). *Explaining International Production*. Londres.: Unwin Hyman.
- Dunning, J. (1988b). The eclectic paradigm of international production: A restatement and some possible extensions. *Journal of international business studies*.
- Dunning, J. (1992). *Multinational enterprises and the global economy*. London: Addison Welsey.
- Dupeyras, A. y Maccallum, N. (2013). Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: a guidance document. *OECD Tourism Papers, 2013/02*, 1-62. <https://doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>
- Durán, A., Del Río, M. de la C. y Álvarez, J. (2017). Bibliometric analysis of publications on wine tourism in the databases Scopus and WoS. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 8-15. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2016.02.001>
- Durán, J. (1994). Factores de competitividad en los procesos de internacionalización de la empresa. *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía.*, (735), 21-42.
- Dwyer, F. R. y Oh, S. (1988). A transaction cost perspective on vertical contractual structure and interchannel competitive strategies. *The Journal of Marketing*.
- Dwyer, L., Cvelbar, L., Edwards, D. y Mihalič, T. (2012). Fashioning a destination tourism future: The case of Slovenia. *Tourism Management*, 33(2), 305-316. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.010>
- Dwyer, L., Cvelbar, L., Mihalič, T. y Koman, M. (2014). Integrated Destination Competitiveness Model: Testing Its Validity and Data Accessibility. *Tourism Analysis*, 19(1), 1-17. <https://doi.org/10.3727/108354214X13927625340073>

357

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Dwyer, L., Forsyth, P. y Rao, P. (2000). The price competitiveness of travel and tourism: A comparison of 19 destinations. *Tourism Management*, 21(1), 9-22. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00081-3](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00081-3)

Dwyer, L. y Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>

Dwyer, L., Mellor, R., Livaic, Z., Edwards, D. y Kim, C. (2004). Attributes of Destination Competitiveness: a Factor Analysis. *Tourism Analysis*, 9(1), 91-101. <https://doi.org/10.3727/1083542041437558>

Dwyer, L., Mistilis, N., Rao, P. y Forsyth, P. (2001). International price competitiveness of Australia's MICE industry. *International Journal of Tourism Research*, 3(2), 123-140. Disponible en https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/43668071/International_price_competitiveness_of_A20160312-3160-1es50nt.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1531058576&Signature=hqnrzYNHyW9qRA7yRXVKrFLC6g%253D&response-content-disposition=inlin

EAE Business School. (2015). Empresa global vs empresa multinacional | El blog de retos para ser directivo.

Echevarría, S. (2005). Las adaptaciones organizativas de las empresas para desarrollar su proceso de internacionalización: referencia al caso de la empresa española. *Claves de la Economía Mundial*.

Eisenhardt, K. M. (1989). Building Theories from Case Study Research. *Review*, 14(4), 532-550.

Eisenhardt, K. M. y Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic Management Journal*, 21, 1105-1121. [https://doi.org/10.1002/1097-0266\(200010/11\)21:10/11<1105::AID-SMJ133>3.0.CO;2-E](https://doi.org/10.1002/1097-0266(200010/11)21:10/11<1105::AID-SMJ133>3.0.CO;2-E)

Ejarque, J. (2005). Destinos Turísticos de Éxito. Diseño, Gestión, Creación y Marketing.

Elfrink, W. (2016). How globalization is helping companies leverage emerging markets for growth - Cisco.

358

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Ellis, P. (2000). Social ties and foreign market entry. *Journal of international business studies*.

Embretson, S. y Reise, S. P. (2000). *Item response theory for psychologists*. Mahwah, New Jersey: LEA.

Enright, M. J. (2000). *Survey on the Characterization of Regional Clusters: Initial Results. Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program. University of Hong Kong.*

Enright, M. J. y Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777-788. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>

Enright, M. J. y Newton, J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research*, 43(4), 339-350. <https://doi.org/10.1177/0047287505274647>

Enright, M. J., Scoot, E. y Dodwell, D. (1997). *The Hong Kong advantage*. Hong Kong: Oxford University Press.

Erkekoğlu, H. (2007). In the Process of EU Full-Membership a Comparison of Development Levels of Turkey and EU Member Countries: A Multi-Variable Statistical Analysis. *Kocaeli University Journal of Social Sciences*, 14(2007/2), 28-50.

Erkekoğlu, H. y Aric, H. (2013). Competitiveness strength research in Turkey and EU countries according to Porter ' s diamond model: Panel data analysis (2007-2010). *Актуальні проблеми економіки*, (3), 255-266.

Erkekoğlu, H. y Kivanç, H. A. (2013). Competitiveness strength research in Turkey and EU Countries according to porter's diamond model: Panel data analysis (2007-2010). *Actual Problems of Economics*, 141(3), 255-266.

Escalona, M. I., Lagar, S. A. P. y Pulgarín, A. (2010). Web of Science vs. SCOPUS: un estudio cuantitativo en Ingeniería Química. *Anales de Documentación*, 13, 159-175. Disponible en <https://revistas.um.es/analesdoc/article/view/107121>

Escudero, V. y Mourelo, E. (2012). Improving Competitiveness and Fostering Productivity in Spain. *Estudios de Economía Aplicada*, 30(1), 105-135.

359

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Esteve, F. y Muñoz de Bustillo, R. (2005). *Conceptos de economía*. Editorial Alianza.
- European Commission. (2000). *European competitiveness report 2000*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- European Commission. (2009). *European Competitiveness Report 2008*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. <https://doi.org/10.2769/65417>
- Evans, M. R., Fox, J. B. y Johnson, R. B. (1995). Identifying Competitive Strategies for Successful Tourism Destination Development. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 3(1), 37-45. https://doi.org/10.1300/J150v03n01_04
- Ewing, M. T., Salzberger, T. y Sincovics, R. R. (2009). Confirmatory factor analysis vs rasch approaches: differences and measurement implications. *Rasch Measurement Transactions*, 23, 1194-1195.
- Exceltur. (2018). *Estudio sobre el empleo en el sector turístico español*. Disponible en <https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/ESTUDIO-EMPLEO-SECTOR-TURISTICO-EXCELTUR.pdf>
- Fagerberg, J. (1996). Technology and competitiveness. *Oxford Review of Economic Policy*, 12(3), 39-51. <https://doi.org/10.1093/oxrep/12.3.39>
- Fagerberg, J. (1988). International Competitiveness. *The Economic Journal*, 98(391), 355. <https://doi.org/10.2307/2233372>
- Fagerberg, J., Fosaas, M. y Sapprasert, K. (2012). Innovation: Exploring the knowledge base. *Research Policy*, 41(7), 1132-1153. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.03.008>
- Fagerberg, J., Srholec, M. y Knell, M. (2007). The Competitiveness of Nations: Why Some Countries Prosper While Others Fall Behind. *World Development*, 35(10), 1595-1620. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2007.01.004>
- Fainshmidt, S., Smith, A. y Judge, W. Q. (2016). National Competitiveness and Porter's Diamond Model: The Role of MNE Penetration and Governance Quality. *Global Strategy Journal*, 6(2), 81-104.

360

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Farmaki, A. (2012). A Supply-Side Evaluation of Coastal Tourism Diversification: The Case of Cyprus. *Tourism Planning & Development*, 9(2), 183-203. <https://doi.org/10.1080/21568316.2011.634431>
- Fartash, K., Davoudi, S. M. M., Baklashova, T. A., Svechnikova, N. V, Nikolaeva, Y. V, Grimalskaya, S. A. y Beloborodova, A. V. (2018). The Impact of Technology Acquisition & Exploitation on Organizational Innovation and Organizational Performance in Knowledge-Intensive Organizations. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(4), 1497-1507.
- Faulkner, B., Oppermann, M. y Fredline, E. (1999). Destination competitiveness: An exploratory examination of South Australia's core attractions. *Journal of Vacation Marketing*, 5(2), 125-139. <https://doi.org/10.1177/135676679900500202>
- Fayed, H. y Fletcher, J. (2002). Report: Globalization of economic activity: issues for tourism. *Tourism Economics*, 8(2), 207-230.
- Fayos-Solá, E. (1994). Competitividad Y Calidad En La Nueva Era Del Turismo. *Estudios turísticos*, 123, 5-10.
- Fedajev, A., Nikolic, R. y Urosevic, S. (2014). The achieved level of competitiveness and characteristics of business environment in Western Balkan Countries. *Actual Problems of Economics*, 155(5), 46-57.
- Fernández, E., Montes, J. M. y Vázquez, C. J. (1997). La teoría de la ventaja competitiva basada en los recursos: síntesis y estructura conceptual. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 6(3), 11-32.
- Fernández, Z. (1993). La organización interna como ventaja competitiva para la empresa. *Papeles de economía Española*, (56), 178-193.
- Ferrer, A. (1998). América Latina y la globalización. *Revista de la CEPAL*.
- Fillis, I. (2001). Small firm internationalisation: an investigative survey and future research directions. *Management decision*.
- Finnigan, J. P. (1996). *The manager's guide to benchmarking: Essential skills for the new competitive-cooperative economy*. Jossey-Bass.
- Finnigan, J. P. (1997). *Guía de Benchmarking Empresarial*. (P. Hall, Ed.).

361

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Fisher, W. P. (1997). Blind guides to measurement. *Rasch Measurement Transactions*, 11(2).

Fisher, W. P. (2005). Meaningfulness, measurement and Item Response Theory (IRT). *Rasch Measurement Transactions*, 19(2), 1018-1020. Disponible en <http://www.rasch.org/rmt/rmt192d.htm>

Fiter, M. (2006). *Control basat en lògica difusa per sistemes de fangs activats. disseny, implementació i validació en edar reals.*

Fitz-enz, J. (1993). *Benchmarking staff performance: How staff departments can enhance their value to the customer.* San Francisco: Jossey-Bass.

Flores, David. (2007). *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos : un análisis comparativo de los parques naturales Sierra de Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas.* Tesis doctoral. Universidad de Huelva. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Forcada, F. (1996). Marketing internacional: Decisiones estrategicas en el proceso de internacionalizacion comercial.

Foss, N. J. (1997). *Resources, firms, and strategies: a reader in the resource-based perspective.* (N. J. Foss, Ed.). Oxford University Press on Demand.

Fraj, E., Matute, J. y Melero, I. (2015). Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as determinants of environmental success. *Tourism Management*, 46, 30-42. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.009>

Fuentes, M. L. (2006). *Aproximación a los factores determinantes de la competitividad de la empresa de distribución comercial.*

Fuster, B., Lillo, A., Martínez, C. y Ramón, A. (2010). Crecimiento internacional de cadenas hoteleras vacacionales españolas desde una perspectiva global: un estudio de casos. *Cuadernos de turismo*, 25, 69-97. Disponible en <http://revistas.um.es/turismo/article/view/109581/104171>

Fúster, L. (1991). Geografía general del turismo de masas.

362

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Fyall, A., Callod, C. y Edwards, B. (2003). Relationship Marketing: The Challenge for Destinations. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 644-659. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00046-X](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00046-X)

Galán, J. L. y Vecino, J. (1997). Las fuentes de rentabilidad de las empresas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 6(1), 21-36.

Galván, I. (2003). *La formación de la estrategia de selección de mercados exteriores en el proceso de internacionalización de las empresas*. Tesis doctoral. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Garau, J. (2007). Propuesta de dos índices para la medición de la competitividad de los destinos de sol y playa del mediterráneo: Avance de resultados desde el punto de vista de la demanda. *Revista de Análisis Turístico*, 4(2º semestre), 50-67. Disponible en <http://www.aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/viewFile/63/58>

Garay, L. A. (2007). *El Ciclo de Evolución del Destino Turístico. Una aproximación al desarrollo histórico del turismo*. Universitat Autònoma de Barcelona.

García-Herrero, G. y Ramírez-Navarro, J. M. (2006). *Manual práctico para elaborar proyectos sociales*. (S. XXI, Ed.). Madrid.

García, A. y Siles, D. (2015). Tourism destination competitiveness: The Spanish Mediterranean case. *Tourism Economics*, 21(6), 1235-1254. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0405>

García, E. (2013). *Modo de entrada, flexibilidad estratégica y opciones reales en los procesos de internacionalización de las cadenas hoteleras*. Tesis doctoral. Universidad de Huelva. Disponible en http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/8086/Modo_de_entrada.pdf?sequence=2

Garelli, S. (2003). Competitiveness of nations: the fundamentals. *IMD World Competitiveness Yearbook*, 702-713.

Garfield, E. (2009). From the science of science to scientometrics. Visualizing the history of science with HistCite software. *Journal of Informetrics*, 3(3), 173-179. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2009.03.009>

363

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Garrido, A., García, V. J., Lockett, N. y King, S. (2018). The missing link: Creating value with Social Media use in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 94-104. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.008>

Gavel, Y. y Iselid, L. (2008). Web of Science and Scopus: A journal title overlap study. *Online Information Review*, 32(1), 8-21. <https://doi.org/10.1108/14684520810865958>

Geng, Y., Chen, W., Liu, Z., Chiu, A. S. F., Han, W., Liu, Z., ... Cui, X. (2017). A bibliometric review: Energy consumption and greenhouse gas emissions in the residential sector. *Journal of Cleaner Production*, 159, 301-316. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.05.091>

Ghoshal, S. y Bartlett, C. (1990). The multinational corporation as an interorganizational network. *Academy of management review*.

Go, F. M. y Govers, R. (2000). Integrated quality management for tourist destinations: A European perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management*, 21(1), 79-88. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00098-9](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00098-9)

Goeldner, C. y Ritchie, J. R. B. (2003). Tourism: Principles, practices, philosophies.

Goffi, G. (2013). A Model of Tourism Destination Competitiveness: The case of the Italian Destinations of Excellence. *Turismo y Sociedad*, 14(0), 121-147.

Gómez-Vega, M. y J Picazo-Tadeo, A. (2019). Ranking world tourist destinations with a composite indicator of competitiveness: To weigh or not to weigh? *Tourism Management*, 72. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.006>

Gómez, M. y Sánchez, M. (1998). La Competitividad como base del crecimiento y del empleo. *Estudios de Economía Aplicada*, 9, 61-77.

Gomezelj, D. O. (2006). Competitiveness of Slovenia as a Tourism Destination. *Managing Global Transitions. International Research Journal*, 4(2), 167-189.

Gomezelj, D. O. y Mihalič, T. (2008). Destination competitiveness-Applying different models, the case of Slovenia. *Tourism Management*, 29(2), 294-307. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.03.009>

364

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Goncharuk, A. G., Lazareva, N. O. y Alsharf, I. A. M. (2015). Benchmarking as a performance management method. *Polish Journal of Management Studies*, 11(2), 27-36. <https://doi.org/10.15388/Informatica.2015.69>

González, R. y Mendieta, M. (2009). Reflexiones sobre la conceptualización de la competitividad de destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 23(23), 111-128. Disponible en <http://revistas.um.es/turismo/article/viewFile/70201/67671>

Goodman, D. y Deis, L. (2005). Web of Science (2004 version) and Scopus. *The Charleston Advisor*, 6(3), 5-21. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/263152789_Web_of_Science_2004_version_and_Scopus

Goodman, D. y Deis, L. (2007). Update on Scopus and Web of Science. *The Charleston Advisor*, 7(3), 15-18.

Goold, M. y Campbell, A. (1989). *Estrategias y estilos: la dirección de grupos de empresas: el rol de la dirección central en los grupos de sociedades*. Tecnologías de Gerencia y Producción.

Gooroochurn, N. y Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25-43.

Grant, R. M. (1991). The resource- based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*, 22.

Grant, R. M. (1996). Prospering in Dynamically-Competitive Environments: Organizational Capability as Knowledge Integration. *Organization Science*, 7(4), 375-387. <https://doi.org/10.1287/orsc.7.4.375>

Gray, H. (1982). The contributions of economics to tourism. *Annals of Tourism Research*.

Grevtsev, A. (2009). Estimation of a country's economic development on the basis of the global competitiveness index. *Studies on Russian Economic Development*, 20(6), 655-662. <https://doi.org/10.1134/S1075700709060112>

Gruescu, R., Nanu, R. y Pirvu, G. (2009). Destination competitiveness: a framework for future research. *Entelequia. Revista Interdisciplinar*, (9), 197-210.

365

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Guan, J. C., Yam, R. C. M., Mok, C. K. y Ma, N. (2006). A study of the relationship between competitiveness and technological innovation capability based on DEA models. *European Journal of Operational Research*, 170(3), 971-986. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2004.07.054>
- Gudgin, D: (1996). Propiedad y crecimiento de las regiones del Reino Unido. *Economía local*, 11 (1), 7-26.
- Guerras, L. y Navas, J. (2007). La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones.
- Guerrero, D. (1994). *Las políticas de competitividad industrial: Límites y perspectivas*. Tesis doctoral. Universidad Complutense.
- Guisado, M. (2002). *Internacionalización de la empresa. Estrategias de entrada en los mercados extranjeros*. (Pirámide, Ed.). Madrid.
- Gupta, A. y Govindarajan, V. (2000). Knowledge flows within multinational corporations. *Strategic management journal*.
- Gustavsson, P., Hansson, P. y Lundberg, L. (1999). Technology, resource endowments and international competitiveness. *European economic review*, 43(8), 1501-1530.
- Gutiérrez, A. y Pérez, M. (2017). The export competitiveness of social enterprises as compared to with export SMES. *Revista Galega de Economía*, 26(1), 55-72. Disponible en <http://www.usc.es/econo/RGE/benvidag.htm>
- Haahti, A. y Yavas, U. (1983). Tourists perceptions of Finland and selected european countries as travel destinations. *European Journal of Marketing*.
- Hall, R. (1993). A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic management journal*.
- Hallmann, K., Müller, S., Feiler, S., Breuer, C. y Roth, R. (2012). Suppliers' perception of destination competitiveness in a winter sport resort. *Tourism Review*, 67(2), 13-21.
- Hanafiah, M. H., Hemdi, M. A. y Ahmad, I. (2016). Tourism destination competitiveness: Towards a performance-based approach. *Tourism Economics*, 22(3), 629-636. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0446>

366

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Hanna, P., Font, X., Scarles, C., Weeden, C. y Harrison, C. (2018). Tourist destination marketing: From sustainability myopia to memorable experiences. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9, 36-43. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.10.002>

Hao, T., Chen, X., Li, G. y Yan, J. (2018). A bibliometric analysis of text mining in medical research. *Soft Computing*, 22(23), 7875-7892. <https://doi.org/10.1007/s00500-018-3511-4>

Harzing, A. W. (2010). *The publish or perish book*. Tarma Software Research Pty Limited.

Hassan, S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(February 2000), 239-245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>

Heath, E. (2003). *Towards a model to enhance destination competitiveness: A Southern African perspective*. CAUTHE 2003: Riding the Wave of Tourism and Hospitality Research.

Heckscher, E. (1919). The effect of foreign trade on the distribution of income.

Helfat, C. E. y Peteraf, M. A. (2003). The dynamic resource-based view: capability lifecycles. *Strategic Management Journal*, 24(10), 997-1010. <https://doi.org/10.1002/smj.332>

Helpman, E. y Krugman, P. (1985). Market structure and foreign trade: Increasing returns, imperfect competition, and the international economy.

Hernández, M. (2008). Los determinantes de la competitividad nacional. Análisis y reflexiones a partir de un marco teórico conceptual. *Temas de Ciencia y Tecnología*, 12(36), 12-24. Disponible en http://www.utm.mx/edi_antiores/temas036/ENSAYO2-36.pdf

Herther, N. K. (2009). Research evaluation and citation analysis: Key issues and implications. *The Electronic Library*, 27(3), 361-375. <https://doi.org/10.1108/02640470910966835>

Hinkelammert, F. J. (2001). *El nihilismo al desnudo: los tiempos de la globalización*. LOM Ediciones.

367

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Hinojosa, V. (2017). Ranking Hosteltur de presencia internacional de las cadenas españolas. *Hosteltur*, Octubre, 20-26.

Hiroyuki, I. y Roehl, T. (1987). Mobilizing invisible assets. Harvard University Press.

Hirsch, J. (1996). ¿Qué es la globalización? *Globalización, capital y Estado*. México: UAM-X, 83-93.

Hizwan, M., Kamin, Y. y Sukri, M. (2018). Reliability index of critical thinking among electrical technology teachers. *International Journal of Engineering & Technology*, 7(2.29), 1069. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.14314>

Hociung, I. y Francu, L. (2012). Globalization – tourism – communication, competitiveness triangle on the market affected by the economic crisis. *Theoretical and Applied Economics*, XIX(7(572)), 133-146.

Holsapple, C. W. y Singh, M. (2001). Knowledge chain model: Activities for competitiveness. *Expert Systems with Applications*, 20(1), 77-98. [https://doi.org/10.1016/S0957-4174\(00\)00050-6](https://doi.org/10.1016/S0957-4174(00)00050-6)

Hong, W.C. (2008). *Competitiveness in the tourism sector: a comprehensive approach from Economic and Management points*. Springer Science & Business Media. Disponible en https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=9BVF8FaMnC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Competitiveness+in+the+Tourism+Sector:+a+comprehensive+approach+from+Economic+and+Management+Points&ots=9_MLfmuy7n&sig=HbENjwUHscrxpkH3TooS4PLVkl

Hong, W.C. (2009). Global competitiveness measurement for the tourism sector. *Current Issues in Tourism*, 12(2), 105-132. <https://doi.org/10.1080/13683500802596359>

Hou, J. S., Lin, C. H. y Morais, D. B. (2005). Antecedents of attachment to a cultural tourism destination: The case of Hakka and non-Hakka Taiwanese visitors to Pei-Pu, Taiwan. *Journal of Travel Research*, 44(2), 221-233. Disponible en <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0047287505278988>

Huffman, M. D., Baldrige, A., Bloomfield, G. S., Colantonio, L. D., Prabhakaran, P., Ajay, V. S. (2013). Global cardiovascular research output, citations, and collaborations: a time-trend, bibliometric analysis (1999-2008). *PloS one*, 8(12, e83440), 1-8. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0083440>

368

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Huggins, R., Luo, S. y Thompson, P. (2014). The competitiveness of China's leading regions: Benchmarking their knowledge-based economies. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 105(3), 241-267. <https://doi.org/10.1111/tesg.12065>

Hunziker, W. (1951). Social tourism: Its nature and problems.

Hunziker, W. y Krapf, C. (1942). Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre.* Umschlag: Allgemeine Fremdenverkehrslehre.

Hurtado, N. (2000). Las Pymes y el Proceso de Internacionalización: Factores Determinantes de su Actitud frente a la Exportación.

Hussein, M. (2010). Tourism and Globalization in the Arab World. *International Journal of Business and Social Science*, 1(1), 37-48.

Hymer, S. (1960). *The international operation of national firms: a study of foreign direct investment*. Tesis doctoral. Massachusetts Institute of Technology. Departamento de Economía.

Hymer, S. (1976). International operations of national firms.

Iddris, F. (2018). Examining innovation capability in a supply chain context. *International Journal of Business Research and Management*, 9(1), 62-71.

IMD. (2013). *IMD world competitiveness yearbook 2013*. IMD.

INE. (2018). *España en cifras 2018*. Madrid. Disponible en http://www.ine.es/prodyser/espa_cifras

INE. (2019). *Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR)*. Madrid. Disponible en <http://www.ine.es/daco/daco42/frontur/frontur1218.pdf>

Irvin, R., Michaels, E. y Rouse, M. (1989). Core skills: Doing the right things right.

Iunius, R. F., Cismaru, L. y Foris, D. (2015). Raising competitiveness for tourist destinations through information technologies within the newest tourism action framework proposed by the European Commission. *Sustainability (Switzerland)*, 7(9), 12891-12909. <https://doi.org/10.3390/su70912891>

369

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Ivanov, S. y Webster, C. (2013). Tourism's impact on growth: The Role of Globalisation. *Annals of Tourism Research*, 41(41), 231-236. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.12.007>

Ivanova, N. (2002).- National innovation systems. *Voprosy Ekonomiki*, 7.

Jambor, A. y Babu, S. (2016). The Competitiveness of Global Agriculture. En *Competitiveness of Global Agriculture* (pp. 99-129). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-44876-3_6

James, P. y Steger, M. B. (2014). A Genealogy of 'Globalization': The Career of a Concept. *Globalizations*, 11(4), 417-434. <https://doi.org/10.1080/14747731.2014.951186>

Jang, S. y Feng, R. (2007). Temporal destination revisit intention: The effects of novelty seeking and satisfaction. *Tourism Management*, 28(2), 580-590. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026151770600080X>

Jani, D. y Minde, M. (2017). East African Tourism Destination Competitiveness: A Comparison of Uganda and Tanzania. *Orsea Journal*, 6(1), 49-70. Disponible en <http://www.journals.udsm.ac.tz/index.php/orsea/article/view/847>

Jansen, J., de Vries, S. y van Schaik, P. (2010). The Contextual Benchmark Method: Benchmarking e-Government services. *Government Information Quarterly*, 27(3), 213-219. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2010.02.003>

Jarillo, J. (1991). *Estrategia Internacional—Mas allá de la exportación*, Ed. Madrid: McGraw-Hill.

Jennings, G. y Nickerson, N. (2006). *Quality tourism experiences*. Routledge. Disponible en https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=DKUrBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=Quality+Tourism+Experiences&ots=h0X7yGv2xw&sig=LUo228fdtS_n7j_oLyu4E_qNIFo

Jiménez, A. M. (2011). La competitividad como herramienta empresarial necesaria para la inserción de las empresas en los mercados globales. *Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura.*, XVII(1), 91-114.

Jiménez, J. (2005). *Procesos de Globalización en un Pueblo Andaluz. Estudio de Caso de El Ejido*. Tesis doctoral. Universidad de Granada.

370

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015. Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Jiménez, P. y Aquino, F. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21, 977-995. Disponible en <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v21n4/v21n4a10.pdf>
- Johanson, B. y Wiedersheim-Paul, F. (1975). THE INTERNATIONALIZATION OF THE FIRM — FOUR SWEDISH CASES. *The Journal of Management Studies*, 12(October), 305-322.
- Johanson, J. y Mattsson, L. (1988). Internationalisation in industrial systems—a network approach. En *Knowledge, Networks and Power* (pp. 111-132). Palgrave Macmillan UK.
- Johanson, J. y Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm—a model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of international business studies*.
- Johns, N. y Mattsson, J. (2005). Destination development through entrepreneurship: a comparison of two cases. *Tourism Management*, 26, 605-616. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.02.017>
- Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, R. (2006a). *Dirección Estratégica* (Séptima Ed). Madrid: Pearson Educación, S.A. Disponible en https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/47092588/Direccion-Estrategica-Gerry-Johnson_1.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1531424883&Signature=HqPl6Zl4j5EVy5GClrKxXaeoVXA%3D&response-content-disposition=inline%3B filename%3D1._J_DIREC
- Johnson, G., Scholes, K. y Whittington, R. (2006b). *Dirección Estratégica* (Séptima Ed). Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Jordán, A. (2016). *Tecnología y competitividad en la economía mundial. Factores e indicadores clave de actuación*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Madrid. Disponible en http://oa.upm.es/37267/1/TFG-ARGUELLES_PASTUR_MARIO.pdf
- Kalimeris, D. (2012). The role of Greece, Ireland, Italy, and Spain as economic competitors according to the WEF index. *International Journal of Economics and Research*, 1(3), 101-114.
- Kao, C., Wu, W. Y., Hsieh, W. J., Wang, T.-Y., Lin, C. y Chen, L. H. (2008). Measuring the national competitiveness of Southeast Asian countries. *European Journal of Operational Research*, 187(2), 613-628. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2007.03.029>

371

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Kaplan, D. E. (2003). Measuring our competitiveness - A critical examination of the IMD and WEF competitiveness indicators for South Africa. *Development Southern Africa*, 20(1), 75-88.
<https://doi.org/10.1080/0376835032000065499>

Karpenko, V. L. (2016). Theoretical basis of formation of management system the competitiveness of enterprises. *Sustainable development of Economy*, 42-45. Disponible en http://www.uniep.km.ua/images/uploads/_1_2016_english.pdf#page=42

Kauppila, O.-P. (2015). Alliance Management Capability and Firm Performance: Using Resource-based Theory to Look Inside the Process Black Box. *Long Range Planning*, 48, 151-167. Disponible en https://ac.els-cdn.com/S0024630113000526/1-s2.0-S0024630113000526-main.pdf?_tid=f3c65bea-8ed6-40d6-9cdf-b40342465d46&acdnat=1531472398_d12942276adea0c15b1b0945ba8095a9

Kaur, J., Hoang, D. T., Sun, X., Possamai, L., JafariAsbagh, M., Patil, S. y Menczer, F. (2012). Scholarometer: A Social Framework for Analyzing Impact across Disciplines. *PLoS ONE*, 7(9), 1-14.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0043235>

Keiser, J. D. (1998). Hospitality and Tourism: a Rhetorical Analysis and Conceptual Framework for Identifying Industry Meanings. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 22(2), 115-128.
<https://doi.org/10.1177/109634809802200201>

Keynes, J. N., Ricardo, D. y Gonner, E. C. K. (2006). Principles of Political Economy and Taxation. *The Economic Journal*, 1(4), 769.
<https://doi.org/10.2307/2956087>

Kharlamova, G. y Vertelieva, O. (2013). The international competitiveness of countries: Economic-mathematical approach. *Economics and Sociology*, 6(2), 39-52. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2013/6-2/4>

Kharub, M. y Sharma, R. (2017). Comparative analyses of competitive advantage using Porter diamond model (the case of MSMEs in Himachal Pradesh). *view: An International Business Journal*, 27(2), 132-160.

Kim, J.H. (2014). The antecedents of memorable tourism experiences: The development of a scale to measure the destination attributes associated with memorable experiences. *Tourism Management*, 44, 34-45.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.02.007>

372

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Kim, N. (2012). *Tourism destination competitiveness, globalization, and strategic development from a development economics perspective*. Tesis doctoral. University of Illinois.
- Kindleberger, C. (1969). American business abroad. *Thunderbird International Business Review*.
- Kitson, M., Martin, R. y Tyler, P. (2004). Regional Competitiveness: An Elusive yet Key Concept? *Regional Studies*, 38(9), 991-999. <https://doi.org/10.1080/0034340042000320816>
- Knight, G. (1996). Advances in International Marketing, eds. S. Cavusgil, T. Madsen.
- Knight, G. y Cavusgil, S. T. (1997). *Early internationalization and the born-global firm: Emergent paradigm for international marketing*. (CIBER).
- Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination e A case study. *Tourism Management*, 40, 361-371. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.007>
- Koo, C., Shin, S., Gretzel, U., Hunter, W. y Chung, N. (2016). Conceptualization of smart tourism destination competitiveness. *Asia Pacific of Information Systems*, 26(4), 561-576. Disponible en <http://www.apjis.or.kr/pdf/06-정남호.pdf>
- Kordalska, A. y Olczyk, M. (2016). Global competitiveness and economic growth: A one-way or two-way relationship? *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*, 11(1) 121-142.
- Kovačević, N., Kovačević, L., Stankov, U., Dragičević, V. y Miletić, A. (2018). Applying destination competitiveness model to strategic tourism development of small destinations: The case of South Banat district. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, 114-124. Disponible en <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.01.002>
- Kovacevic, M. (2010). Cause of decline and low level of Serbia economy competitiveness. En *Proceeding of the symposia: How to increase level of competitiveness and export of Serbia* (pp. 29-30).
- Kovačič, A. (2007). Competitiveness evaluation of Slovenian Economy.

373

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28(3), 784-807. Disponible en www.elsevier.com/locate/atoures

Kozak, M. y Rimmington, M. (1998). Benchmarking: destination attractiveness and samll hospitality business performance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), 184-188.

Kraaijenbrink, J., Spender, J.C. y Groen, A. J. (2010). The Resource-Based View: A Review and Assessment of Its Critiques. *Journal of Management*, 36(1), 349-372. <https://doi.org/10.1177/0149206309350775>

Kristjánsdóttir, H. (2016). Can the Butler's Tourist Area Cycle of Evolution Be Applied to Find the Maximum Tourism Level? A Comparison of Norway and Iceland to Other OECD Countries. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 16(1), 61-75. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1064325>

Kristjánsdóttir, H. (2017). Country Competitiveness: an Empirical Study. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2017-2-3>

Krugman, P. (1990). Policy problems of a monetary union. *The European monetary system in*.

Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28. <https://doi.org/10.2307/20045917>

Kulikov, G. (2000). Japonskij menedzhment i teorija mezhdunarodnoj konkurentosposobnosti. *Moscow: Ekonomika*.

Kunst, I. (2009). Tourism destination competitiveness assessment: Approach and limitations. *Journal of Acta Turistica*, 21(2), 129-159. Disponible en <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&profile=ehost&scope=site&authtype=crawler&jrnl=03534316&AN=48384021&h=tKeTVPopJEnJl5Xheb4ufOCqG8BK7TmgBBntRpYjjTAYgBXdWcTwnEIYhl7ssTFVlv27%2Fj00c2WIA0ux1DimFw%3D%3D&crl=c>

Lall, S. (2001). Competitiveness indices and developing countries: An economic evaluation of the global competitiveness report. *World Development*, 29(9), 1501-1525. [https://doi.org/10.1016/S0305-750X\(01\)00051-1](https://doi.org/10.1016/S0305-750X(01)00051-1)

Langlois, R. N. (1992). Transaction-cost Economics in Real Time. *Industrial and Corporate Change*, 1(1), 99-127. <https://doi.org/10.1093/icc/1.1.99>

374

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Larrinaga, O. (2007). La internacionalización de la empresa: el modelo de las diez estrategias. *Revista Internacional Administración y Finanzas*, 1(1), 355-360.
- Laws, E. (1995). *Tourist destination management: issues, analysis and policies*. Routledge. Disponible en <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19961803276>
- Leandro, A. (2009). El proceso de internacionalización de empresas. *Tec empresarial*, 3(3), 19-25.
- Lee, S. (2015). Research note: Quality of government and tourism destination competitiveness. *Tourism Economics*, 21(4), 881-888. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0377>
- Lee, Y. J. y Yeoh, O. C. (1998). KIDMAP construction by hand. *Rasch Measurement Transactions*, 12(2), 640. Disponible en <https://www.rasch.org/rmt/rmt122t.htm>
- Levitt, T. (1993). The globalization of markets. *Readings in international business: a decision*.
- Lewis, R. y Heckman, R. (2006). Talent management: A critical review. *Human resource management review*.
- Lillo, A., Ramón, A. y Sevilla, M. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. *Cuadernos de turismo*, (19), 47-69. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2316405&info=resumen&idioma=ENG>
- Lim, Y. y Weaver, P. (2014). Customer-based brand equity for a destination: the effect of destination image on preference for products associated with a destination brand. *International Journal of Tourism Research*, 16 (3), 223-231.
- Linacre, J. M. (1994). Sample Size and Item Calibration Stability. *Rasch Measurement Transactions*, 7(4), 328-336.
- Linacre, J. M. (1998). Rasch Analysis First or Factor Analysis First? *Rasch Measurement Transactions*, 11(4), 603-611.

375

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Linacre, J. M. (1999). Investigating rating scale category utility. *Journal of Outcome Measurement*, 3(2), 103-122.

Linacre, J. M. (2002a). *Optimizing Rating Scale Category Effectiveness*. *Journal of Applied Measurement* (Vol. 3). Disponible en <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.424.2811&rep=rep1&type=pdf>

Linacre, J. M. (2002b). What do infit and outfit, Mean-Square and Standardized Mean? *Rasch Measurement Transactions*, 16(2), 878.

Linacre, J. M. (2005). Measurement, Meaning and Morality. En *Pacific Rim Objective Measurement Symposium (PROMS) & International Symposium On Measurement & Evaluation (ISME)*. Disponible en <https://www.researchgate.net/publication/253231609>

Linacre, J. M. (2009). Unidimensional models in a multidimensional world. *Rasch Measurement Transactions*, 23(2), 1209-1217.

Linacre, J. M. (2013). *Winsteps® Rasch Measurement Computer Program User's Guide* (Versión 3.). Beaverton, Oregon. Disponible en [Winsteps.com](http://winsteps.com)

Linacre, J. M. (2018). *Winsteps®. Rasch Measurement Computer Program*. Chicago. Disponible en [Winsteps.com](http://winsteps.com)

Linacre, J. M. (2019). *A User's Guide to Winsteps® Ministep Rasch-Model Computer Programs*. Disponible en www.winsteps.com

Liu, X., Zhan, F. B., Hong, S., Niu, B. y Liu, Y. (2012). A bibliometric study of earthquake research: 1900-2010. *Scientometrics*, 92(3), 747-765. <https://doi.org/10.1007/s11192-011-0599-z>

Lombana, J. (2011). Looking for a distinctive model with which to analyze competitiveness. *Advances In Competitiveness Research*, 19(3&4), 32-44.

Lombana, J. y Rozas, S. (2009). Marco analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad regional. *Pensamiento y Gestión*, 26, 38. Disponible en <http://cientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/viewFile/854/499>

376

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Lopez, L., Garcia, E. y Coll, V. (2003). Competitividad y eficiencia. *Estudios de Economía Aplicada*, 423-450.

Lora, E. (2005). ¿Debe América Latina temerle a la China? *El trimestre económico*, 459-493.

Luostarinen, R. (1979). Internationalization of the firm: an empirical study of the internationalization of firms with small and open domestic markets with special emphasis on lateral.

Madsen, T. y Servais, P. (1997). The internationalization of born globals: an evolutionary process? *International business review*.

Mahoney, J. T. (1995). The management of resources and the resource of management. *Journal of business research*, 33(2), 91-101.

Mahoney, J. T. y Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13(5), 363-380. <https://doi.org/10.1002/smj.4250130505>

Malakauskaite, A. y Navickas, V. (2010). Relation between the Level of Clusterization and Tourism Sector Competitiveness. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 21(1), 60-67. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.66.1.11650>

Malmberg, A. y Marskell, P. (2018). Localised capabilities and industrial competitiveness. En *Voices from the North* (pp. 11-28). Routledge. Disponible en <https://content.taylorfrancis.com/books/e/download?dac=C2016-0-34882-4&isbn=9781315234939&doi=10.4324/9781315234939-2&format=pdf>

Mancha, T., Moscoso, F. y Santos, J. L. (2016). La difícil medición del concepto de competitividad ¿Qué factores afectan a la competitividad regional? *Serie Documentos de Trabajo*, 27. Disponible en http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_03_16.pdf

Manene, J.L. (2011). Benchmarking: definiciones, aplicaciones, tipos y fases del proceso. Disponible en <http://www.luismiguelmanene.com/2011/04/15/benchmarkingdefiniciones-aplicaciones-tipos-y-fases-del-proceso/>

377

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Maráková, V., Dyr, T. y Wolak-Tuzimek, A. (2016). Factors of tourism's competitiveness in the European union countries. *E a M: Ekonomie a Management*, 19(3), 92-109. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2016-3-007>

Markovic, L., Dutina, V. y Kovacevic, M. (2011). Application of benchmarking method in the construction companies. *Facta universitatis - series: Architecture and Civil Engineering*, 9(2), 301-314. <https://doi.org/10.2298/fuace1102301m>

Markusen, J. R. (1984). Multinationals, multi-plant economies, and the gains from trade. *Journal of International Economics*, 16(3-4), 205-226. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S002219968480001X>

Markusen, J. R. (2004). *Multinational firms and the Theory of International Trade*. Cambridge.

Markusen, J. R. (2013). Putting per-capita income back into trade theory. *Journal of International Economics*, 90(2), 255-265. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022199613000445>

Martín, D. (2004). *Determinantes estratégicos de la fidelidad del turista en destinos maduros*. Tesis doctoral. Universidad de La Laguna.

Martín, D., Martín, R. y González, Y. (2012). Aplicación del análisis diferencial del funcionamiento de los ítems-DIF-en las percepciones de la calidad de Tenerife. En J. R. Oreja y J. Febles (Eds.), *Modelos de Rasch en Administración de Empresas. Técnicas de diagnóstico y posicionamiento. Colección E-BOOK No 6* (pp. 94-106). Santa Cruz de Tenerife: FYDE-CajaCanarias.

Martín, J., Mendoza, C. y Román, C. (2017). A DEA Travel–Tourism Competitiveness Index. *Social Indicators Research*, 130(3), 937-957. <https://doi.org/10.1007/s11205-015-1211-3>

Martínez, J. A. (2014). *Comportamiento de compra del turista residente. El caso de la Generación "Y" en Canarias*. Tesis doctoral. Universidad de La Laguna.

Martínez, J. A. (2016). Decisiones estrategias de internacionalización de la empresa turística. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 9(20).

378

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Martínez, J. A., Parra, E. y Buhalis, D. (2017). The loyalty of young residents in an island destination: An integrated model. *Journal of Destination Marketing and Management*, 6(4), 444-455. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.07.003>
- Martínez, M. A., Cobo, M. J., Herrera, M. y Herrera-Viedma, E. (2015). Analyzing the Scientific Evolution of Social Work Using Science Mapping. *Research on Social Work Practice*, 25(2), 257-277. <https://doi.org/10.1177/1049731514522101>
- Martinez, R., Charterina, J. y Araujo, A. (2010). Un modelo causal de competitividad empresarial planteado desde la VBR: Capacidades directivas, de innovacion, marketing y calidad. *Investigaciones Europeas de Direccion y Economia de la Empresa*, 16(2), 165-188. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60117-8](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60117-8)
- Martins, A. y Natário, M. (2003). El papel del a información y del conocimiento en la competitividad. *Revista de estudios económicos y empresariales*, 15, 85-102.
- Masters, G. N. (1982). A Rasch model for partial credit scoring. *Psychometrika*, 47, 149-174.
- Mathews, J. C. (2009). Competitividad. El significado de la competitividad y oportunidad de internalización para las mypes, 1-53.
- Mathieson, A. y Wall, G. (1982). Tourism, economic, physical and social impacts.
- Matuzola, N. (2014). Estudio de los factores de competitividad turística en las comunidades autónomas.
- Mazanec, J. A. y Ring, A. (2011). Tourism destination competitiveness: second thoughts on the World Economic Forum reports. *Tourism Economics*, 17(4), 725-751. <https://doi.org/10.5367/te.2011.0065>
- Mazanec, J. A., Wöber, K. y Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation? *Journal of Travel Research*, 46(1), 86-95. <https://doi.org/10.1177/0047287507302389>
- Mazaro, R. M. y Varzin, G. (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *Revista de Administração Contemporânea*, 12(3), 789-809. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552008000300009>

379

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Mazarrasa, K. (2016). El Turismo experiencial y creativo: El caso de Cantabria. *International Journal of Scientific Management Tourism*, 2(3), 195-203.
- Mazlounian, A. (2012). Predicting Scholars' Scientific Impact. *PLoS ONE*, 7(11), 149-246. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0049246>
- Mazurek, M. (2014). Competitiveness in Tourism – Models of Tourism Competitiveness and Their Applicability: Case Study Austria and Switzerland. *European Journal of Tourism*, 73-94. Disponible en www.ejthr.com
- Medina, D., Medina, R. D. y Chim-Miki, A. F. (2013). Tourism competitiveness assessment: The current status of research in Spain and China. *Tourism Economics*, 19(2), 297-318. <https://doi.org/10.5367/te.2013.0197>
- Melin, L. (1992). Internationalization as a strategy process. *Strategic management journal*.
- Méndez, M. y Sánchez, J. (2007). La internacionalización de la empresa mediana en China, un ejemplo visible de competitividad global. En *I Congreso de la REd internacional de investigadores en Competitividad*. (pp. 1-20). Jalisco-México.
- Mendieta, L., Perles, A., Ramón, A. y Such, M. (2018). Is hotel efficiency necessary for tourism destination competitiveness? An integrated approach. *Tourism Economics*, 24 (1), 3-26.
- Mendola, D. y Volo, S. (2017). Building composite indicators in tourism studies: Measurements and applications in tourism destination competitiveness. *Tourism Management*, 59, 541-553. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.08.011>
- Mensah, I. (2017). Marketing innovation and sustainable competitive advantage: a case of selected manufacturing small and medium enterprises in central region of Ghana. Tesis doctoral. Departamento de marketing - Universidad de Ghana Business School
- Merigó, J. M., Gil-Lafuente, A. M. y Yager, R. R. (2015). An overview of fuzzy research with bibliometric indicators. *Applied Soft Computing Journal*, 27, 420-433. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2014.10.035>

380

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Merigó, J. M., Yang, J. B. y Xu, D. L. (2015). A bibliometric overview of financial studies. En *Advances in Intelligent Systems and Computing* (Vol. 377, pp. 245-254). Springer Verlag. https://doi.org/10.1007/978-3-319-19704-3_20
- Miesenbock, K. (1988). Small businesses and exporting: a literature review. *International Small Business Journal*.
- Mihalič, T. (2000). Environmental management of a tourist destination. *Tourism Management*, 21(1), 65-78. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00096-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00096-5)
- Mihalič, T. y Aramberri, J. (2015). Myths of top tourism countries, tourism contribution and competitiveness. *Tourism Review*, 70(4), 276-288.
- Miller, T., Holmes, K. R. y Feulner, E. J. (2013). *2013 Index of Economic Freedom*.
- Miller, T. y Kim, A. B. (2017). 2017 Index Of Economic Freedom. *The Heritage Foundation*, 492.
- Mindreau, J. E. (2003). Sistema de Benchmarking de competencias nucleares en universidades, 1-436. Disponible en <http://www.tdx.cat/handle/10803/6764>
- Ministerio de Industria, T. y E. (2012). *Plan Nacional e Integral de Turismo*. Madrid.
- Mittelman, J. (1996). How does globalization really work? *Globalization: Critical reflections*, 9, 229-241.
- Mochón, F. (2004). *Economía y turismo*. Madrid: McGraw Hill.
- Molero, J. y Valadez, P. (2005). Factores Determinantes De La Competitividad De Los Servicios: La Importancia De La Innovación. *Ice*, (824), 71-92. Disponible en http://www.revistasice.com/cachepdf/ice_824_71-91_503a869bb3cd6e1a194fbfce6c39563.pdf
- Moneta, J. C. (1996). La dimensión cultural: el eslabón perdido de la globalización. *Capítulos*, 47.

381

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Montero, I. y Oreja, J. R. (2005a). Diseño de un instrumento de medida para el análisis comparativo de los recursos culturales tangibles. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3(2), 245-255. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130203>

Montero, I. y Oreja, J. R. (2005b). La disponibilidad de los recursos tangibles de la oferta de productos de turismo cultural de las Islas Canarias. Aplicación del modelo probabilístico de Rasch. *Cuadernos de Turismo*, 16, 135-151. Disponible en <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18351/17711>

Montero, I. y Oreja, J. R. (2008). *Diferenciación de productos en el mercado del automóvil: el caso de berlinas, monovolúmenes y todoterrenos* (Estudios 2008 No. 69). *Serie Estudios 2008*. La Laguna. Disponible en https://iude.webs.ull.es/investigacion/publicaciones/pdf_docs_trabajo/2008_69.pdf

Montero, I. y Oreja, J. R. (2010a). Acciones de mejora del posicionamiento en recursos culturales tangibles de los municipios canarios. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(1), 1-12. Disponible en www.pasosonline.org

Montero, I. y Oreja, J. R. (2010b). Benchmarking Interno En Una Central De Compras De Agencias De Viajes. *Cuadernos de Turismo*, 26, 177-199.

Montero, I. y Oreja, J. R. (2011). *Benchmarking Interno En Una Central De Compras De Agencias De Viajes : El Caso De Travel Advisors Guild*. (Series Estudios del IUDE No. 200978). La Laguna.

Montero, I. y Oreja, J. R. (2017). Factores Competitivos Determinantes Del Liderazgo Turístico De España En 2015. *Cuadernos de Turismo*, 40(40), 465-488. <https://doi.org/10.6018/turismo.40.310071>

Montero, I., Oreja, J. R. y Parra, E. (2014). Las Variables Culturales, Como Fortalezas y Debilidades, en el Diagnóstico Competitivo de los Destinos Turísticos. El Caso de las Zonas Turísticas De Tenerife. *Cuadernos de Turismo*, (33), 251-270. Disponible en <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84898678480&partnerID=tZOtx3y1>

Moral, M. y Garín, T. (2016). La competitividad del sector turístico español. *Papeles de Economía Española*, 150, 194-209. Disponible en https://www.researchgate.net/publication/316218571_La_competitividad_d_el_sector_turistico_espanol

382

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Morales, F. (1998). Globalización: Conceptos, características y contradicciones. *Revista Reflexiones*, 78(1).

Moreno, S. (2003). *La imagen de la oferta alojativa como factor determinante de la imagen de los destinos turísticos: Una aplicación empírica en el contexto de la oferta extrahotelera*. Tesis doctoral. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Morgan, N. (2014). Problematizing Place Promotion and Commodification. En *The Wiley Blackwell Companion to Tourism* (pp. 210-219). Oxford, UK: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch16>

Morgan, N. A., Vorhies, D. W. y Mason, C. H. (2009). Market orientation, marketing capabilities and firm performance. *Strategic Management Journal*, 30, 909-920. Disponible en https://www.jstor.org/stable/pdf/20536085.pdf?casa_token=fYXsOiz66VEAAAA:RHfaF4ALowGOVSBNMmY3dCbYpSoTnWLhkSGP58lraxj4p4PgKh_lhAnGey5DxPyctZjuwzYm87KU5qPijfonfQ-0-t2qts3YSHgJcvKXM1pQPO_gA

Mulet, B., Ferrá, J., Lorenzana, L., Oliver, C. y Vecina, C. (2006). Sociología de la «globalización»(la estandarización cultural y educación): diversidad e identidad cultural, multiculturalidad e interculturalidad en el contexto de las «Illes Balears». En *In Convergencia con Europa y cambio en la universidad: XI Conferencia de Sociología de la Educación: Santander, 22, 23, y 24 de septiembre de 2006 [ie 2005]* (pp. 188-189).

Muñiz, J. (1990). *Teoría de respuesta a los ítems: Un nuevo enfoque en la evolución psicológica y educativa*. (Pirámide, Ed.). Madrid.

Muñoz, M., Molero, J., Moral, E., Bernal, E. y García, A. (2009). *La internacionalización de las empresas de servicios en España: los factores explicativos*. (S. A. EXTENDA- Agencia Andaluza de Promoción Exterior, Ed.). Jaén: Universidad de Jaén.

Navickas, V. y Malakauskaite, A. (2009). The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors. *Turizmo sektorius konkurencingumo veiksnioگونek identifikavimo ir vertinimo galimybės*, 1(1), 37-44. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.61.1.11581>

Nebro, J. J. (2000). Importancia de los recursos tangibles para la competitividad de la empresa hotelera en la Costa del Sol.

Nelson, R y Winter, S. (1982). An evolutionary theory of economic change.

383

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Nelson, RR. (1991). Why do firms differ, and how does it matter? *Strategic management journal*.

Nerur, S. P., Rasheed, A. A. y Natarajan, V. (2008). The intellectual structure of the strategic management field: An author co-citation analysis. *Strategic Management Journal*, 29(3), 319-336. <https://doi.org/10.1002/smj.659>

Nikolic, M., Filipovic, M. y Pokrajac, S. (2016). Regional Competitiveness for Achieving Sustainable Development-The Case of Serbia. *Industrija*, 44(3), 7-26. <https://doi.org/10.5937/industrija44-10615>

OCDE. (1997). *Industrial Competitiveness: Benchmarking Business Environments In The Global Economy*.

Ohlin, B. (1933). International and interregional trade. *Harvard Economic Studies*, Cambridge, MA.

OMT. (2017a). Entender el turismo: Glosario Básico | Organización Mundial del Turismo OMT.

OMT. (2017b). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2016*. Organización mundial del Turismo OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284418152>

OMT. (2019). *Resultados del Turismo Internacional 2018 y Perspectivas 2019*. Disponible en http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barometer_jan19_presentati on_sp.pdf

Önsel, Ş., Ülengin, F., Ulusoy, G., Aktaş, E., Kabak, Ö. y Topcu, Y. I. (2008). A new perspective on the competitiveness of nations. *Socio-Economic Planning Sciences*, 42(4), 221-246. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2007.11.001>

Oral, M., Cinar, U. y Chabchoub, H. (1999). Linking industrial competitiveness and productivity at the firm level. *European Journal of Operational Research*, 118(2), 271-277. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(99\)00025-9](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(99)00025-9)

Oreja, J. R. (1999). Revitalización de destinos turísticos maduros - Google Académico. En *Turismo: Comercialización de productos, gestión de organizaciones, aeropuertos y protección de la naturaleza*. (pp. 199-232). Tirant lo Blanch.

384

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Oreja, J. R. (2005). *Introducción a la Medición Objetiva en Economía, Administración y Dirección de Empresas: El Modelo de Rasch*. (Estudios nº2005/47 No. 47) (Vol. 47). Santa Cruz de Tenerife.

Oreja, J. R. (2010). Análisis de la dimensionalidad en el Modelo de Rasch. Estudio comparativo de dos casos. En J. R. Oreja y J. Febles (Eds.), *Modelo de Rasch en Administración de Empresas. Nuevos desarrollos* (Colección, pp. 23-47). Santa Cruz de Tenerife: FYDE-CajaCanarias.

Oreja, J. R. (2015). *Mediciones, posicionamientos y diagnósticos competitivos*.

Oreja, J. R., García, A. M. y Yanes, V. (2010). Introducción al estudio del funcionamiento diferencial de ítems. Análisis de un caso. En I. de La Laguna (Ed.), *V Workshop Modelos de Rasch en Administración de Empresas*. La Laguna.

Oreja, J. R. y Montero, I. (2012). El uso del kidmap como soporte del benchmarking de diagnóstico en el análisis competitivo de las empresas. Estudio de casos de empresas participantes en una cadena de suministros agroalimentaria. En J. R. Oreja y J. Febles (Eds.), *Modelos de Rasch en Administración de Empresas. Técnicas de diagnóstico y posicionamiento. Colección E-BOOK No 6* (pp. 31-60). Santa Cruz de Tenerife: FYDE-CajaCanarias.

Oreja, J. R., Parra, E. y Yanes, V. (2007). Aspectos estratégicos en la sostenibilidad de los destinos costeros insulares: el caso de Tenerife. En *Situación actual, implicaciones y perspectivas futuras del turismo en Canarias, vol. II* (pp. 199-212). La Laguna: Universidad de La Laguna.

Oreja, J. R., Parra, E. y Yanes, V. (2008). The sustainability of island destinations: Tourism area life cycle and teleological perspectives. The case of Tenerife. *Tourism Management*, 29(1), 53-65.

Oreja, J. R. y Yanes, V. (2002). Determinación de puntos de referencia externos a partir de la incertidumbre percibida del entorno. *Dirección y Organización*, (28).

Orta, F. (2005). Retos para la competitividad de la industria turística en el Principado de Asturias. *Revista de Economía, Sociedad, Turismo y Medio (RESTMA)*, (2), 57-64.

Ortega, A. (2010). La internacionalización de la empresa española y la decisión de exportar como solución a la crisis. *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche.*, 1(6), 88-111.

385

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Oses, N., Gerrikagoitia, J. K. y Alzua, A. (2016). Monitoring and benchmarking the performance of a destination's hotel industry: The case study of Bilbao in 2014. *Tourism Management Perspectives*, 19, 48-60. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.05.002>
- Osorio, E. (2006). *Gestión competitiva en los destinos turísticos de interior*. Tesis doctoral. Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/info:eu-repo/semantics/doctoralThesis>
- Othman, N., Salleh, S. M., Hussein, H. y Wahid, H. A. (2014). Assessing Construct Validity and Reliability of Competitiveness Scale Using Rasch Model Approach. En *The 2014 WEI International Academic Conference Proceedings* (pp. 113-120). Bali, Indonesia. Disponible en <http://www.westeasinstitute.com/wp-content/uploads/2014/06/Suria-Mohd-Salleh.pdf>
- Ovcharov, A. O., Vasiljeva, M. V. y Shirin, S. S. (2015). The Russian tourist industry: Structure, trends, competitiveness at the world market. *Review of European Studies*, 7(9), 151-161. <https://doi.org/10.5539/res.v7n9p151>
- Palomeque, F., Gómez, M. y Clavé, S. (2013). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Tirant Humanidades. Disponible en https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0,5&cluster=11024204229224052114
- Papanastasiou, E. C. y Schumacker, R. (2014). Rasch Rating Scale Analysis of the Attitudes Toward Research Scale. *Journal of Applied Measurement*, 15(2). Disponible en https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/38312622/2014_JAM_ATR-R_Page_proofs.pdf?response-content-disposition=inline%3Bfilename%3DRasch_rating_scale_analysis_of_the_Attrit.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A
- Park, I. y Yoon, B. (2018). Identifying promising research frontiers of pattern recognition through bibliometric analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 10(11). <https://doi.org/10.3390/su10114055>
- Parra, E. y Medina, D. (2008). *Análisis de la competitividad e innovación en la empresa en Canarias*. (D. Parra López, E. y Medina Muñoz, Ed.), *Análisis competitivo y factores críticos de éxito de las empresas canarias. Un enfoque configuracional*. Tenerife, Islas Canarias.: Ed. FYDE-CajaCanarias y Dirección General de Promoción Económica, Gobierno de Canarias.

386

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Parra, E. y Oreja, J. R. (2014). Evaluation of the competitiveness of tourist zones of an island destination: An application of a Many-Facet Rasch Model (MFRM). *Journal of Destination Marketing and Management*, 3(2), 114-121. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.12.007>
- Patterson, P. G. y Cicic, M. (1995). A Typology of Service Firms in International Markets: An Empirical Investigation. *Journal of International Marketing*, 3(4), 57-83. <https://doi.org/10.2307/25048624>
- Pearce, D. G. (1988a). *Desarrollo turístico: su planificación y ubicación geográficas*. (E. Trillas, Ed.). México.
- Pearce, D. G. (1988b). *Tourism today. A geographical analysis. Tourism today. A geographical analysis*. Longman Scientific & Technical.
- Pearce, D. G. (1989). *Tourism development*.
- Pearce, D. G. (1997). Competitive Destination Analysis in Southeast Asia. *Journal of Travel Research*, 35(4), 16-24. <https://doi.org/10.1177/004728759703500403>
- Pearce, P. L. (2014). Tourism Motivations and Decision Making. En *The Wiley Blackwell Companion to Tourism* (pp. 45-54). Oxford, UK: John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch3>
- Pellegrino, D. A. (2011). *Interactive visualization systems and data integration methods for supporting discovery in collections of scientific information*. Drexel University. USA.
- Peña, J. C. (2010). *Factores determinantes de la competitividad internacional: aplicación empírica en países en vías de desarrollo*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=41815&orden=1&info=link%5Cnhttps://dialnet.unirioja.es/servlet/exttes?codigo=41815>
- Penrose, E. (1959). The theory of the growth of the firm. *New York: Sharpe*.
- Penrose, E. y Varela, F. (1962). Teoría del crecimiento de la empresa.
- Pérez-Moreno, S., Rodríguez, B. y Luque, M. (2016). Assessing global competitiveness under multi-criteria perspective. *Economic Modelling*, 53, 398-408. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2015.10.030>

387

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Perles, J. F. (2004). Turismo, ventaja competitiva y desarrollo local.

Perles, J. F., Ramon, A. y Sevilla, M. (2014). La Cuota De Mercado Como Indicador De Competitividad En Los Destinos Turísticos: Sentido Y Limitaciones. *Cuadernos de Turismo*, 34, 265-285. Disponible en http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2346786

Peteraf, M. A. (1993). The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view. *Strategic Management Journal*, 14(3), 179-191. <https://doi.org/10.1002/smj.4250140303>

Peters, B., Brenner, S. E., Wang, E., Slonim, D. y Kann, M. G. (2018). Putting benchmarks in their rightful place: The heart of computational biology. *PLoS Computational Biology*, 14(11), 8-10. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.1006494>

Picornell, C. (2015). Los impactos del turismo. *Papers de Turisme*, 11, 65-91.

Pigram, J. (1980). Environmental implications of tourism development. *Annals of Tourism Research*.

Pilkington, A. y Meredith, J. (2009). The evolution of the intellectual structure of operations management-1980-2006: A citation/co-citation analysis. *Journal of Operations Management*, 27(3), 185-202. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2008.08.001>

Pisano, G. (2016). *Towards a prescriptive theory of dynamic capabilities: Connecting strategic choice, learning and competition*. Disponible en <https://dash.harvard.edu/bitstream/handle/1/27882661/16-146.pdf?sequence=1>

Plá, J. y León, F. (2004a). *Dirección de empresas internacionales*. (P. Educación., Ed.). Madrid, España.

Plá, J. y León, F. (2004b). La internacionalización de la industria hotelera española. Forma de entrada y factores determinantes. *Papeles de economía española*.

Plá, J. y Suárez, S. (2001). ¿Cómo se explica la internacionalización de la empresa? Una perspectiva teórica integradora. *ICADE Revista de las Facultades de Derecho*.

388

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Poon, A. (1993). *Tourism, technology and competitive strategies*. (Wallingford, Ed.). CAB International. Disponible en <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19931857161>

Porter, M. E. (1980). *Techniques for analyzing industries and competitors. Competitive strategy: New York.*

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance. The Free Press. New York.*

Porter, M. E. (1986). *Competition in global industries.*

Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations. The Free Press. New York.*

Porter, M. E. (1996). *What is strategy.*

Porter, M. E. (1998). *Clusters and the New Economics of Competition Harvard Business Review. Harvard Business Review, 77-90.* <https://doi.org/10.1042/BJ20111451>

Porter, M. E., Delgado, M., Ketels, C. H. M. y Stern, S. (2008). *Moving to a New Global Competitiveness Index, (April), 43-63.*

Porter, M. E. y Kramer, M. R. (2002). *of Corporate Philanthropy. Harvard Business Review, 413-436.* <https://doi.org/10.1177/0007650306297941>

Porter, M. E. y Millar, V. (1985). *How Information Gives You Competitive Advantage. Harvard Business Review, (Julio-Agosto), 160.*

Porter, M. E., Sachs, J. D., Warner, A. M. y WEF. (2000). *Executive Summary: Current Competitiveness and Growth Competitiveness, (1), 14-17.*

Porter, M. E. y Schwab, K. (2008). *The Global Competitiveness Report 2008-2009.* Ginebra. Disponible en [papers2://publication/uuid/8FE012C0-DA7F-45A1-87A9-4D1C38E317A5](https://publication.uuid/8FE012C0-DA7F-45A1-87A9-4D1C38E317A5)

Prahalad, C. K. y Hamel, G. (1990). *The Core Competence of the Corporation. Harvard Business Review, 68(3), 79-91.*

389

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Priem, R. y Butler, J. (2001). Tautology in the resource-based view and the implications of externally determined resource value: Further comments. *Academy of Management review*.
- Przeclawski, K. (1996). Człowiek a turystyka: zarys socjologii turystyki.
- Pulido, J. I., Cardenas, P. J. y Sanchez, M. (2014). Tourism competitiveness in Mediterranean countries: Identification of determining attributes. *Actual Problems of Economics*, 156(6), 132-142.
- Pulido, J. I., Cárdenas, P. J. y Sánchez, M. (2014). Tourism competitiveness in Mediterranean countries: Identification of determining attributes. *Actual Problems of Economics*, 156(6), 132-142.
- Pulido, J. I. y Rodríguez, B. (2016). Reinterpreting the World Economic Forum's global tourism competitiveness index. *Tourism Management Perspectives*, 20, 131-140. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.08.001>
- Pulido, J. I. y Sánchez, M. (2009). Measuring tourism sustainability : proposal for a composite index. *Tourism Economics*, 15(2), 277-296.
- Pulido, J. I. y Sánchez, M. (2010). Competitividad versus crecimiento en destinos turísticos. Un análisis mediante técnicas multivariantes. *Cuadernos de Economía*, 33(91), 159-182. Disponible en https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/9088/47908_6.pdf?sequence=1
- Quer, D., Claver, E. y Andreu, R. (2006). La Empresa Hotelera Española Y Sus Decisiones De Inversión Directa En El Exterior: Influencia Del País De Destino Y Los Factores Empresariales. *Revista de análisis turístico*, 1, 24-35.
- RAE (2017). Diccionario de la lengua española.
- Ramón, A. (2001). Una caracterización de la expansión internacional de la industria hotelera española. *Estudios Turísticos*, 149, 39-72.
- Ramos-Rodríguez, A. R. y Ruíz-Navarro, J. (2004). Changes in the intellectual structure of strategic management research: A bibliometric study of the Strategic Management Journal, 1980-2000. *Strategic Management Journal*, 25(10), 981-1004. <https://doi.org/10.1002/smj.397>

390

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Rapkin, D. y Avery, W. (1995). National competitiveness in a global economy. *Boulder: Lynne Rienner Publishers.*, 1-30.
- Rapp, A., Trainor, K. J. y Agnihotri, R. (2010). Performance implications of customer-linking capabilities: Examining the complementary role of customer orientation and CRM technology. *Journal of Business Research*, 63(11), 1229-1236. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.11.002>
- Rasch, G. (1960). *Probabilistic models for some intelligence and attainment tests*. Copenhagen: Danish Institute for Educational Research.
- Rasch, G. (1961). On general laws and the meaning of measurement in psychology. En *Proceedings of the Fourth Berkeley Symposium on Mathematical Statistics and Probability . Vol. IV* (pp. 321-334). Berkeley, California: University of California Press.
- Rasch, G. (1980). *Probabilistic models for some intelligence and attainment tests (Expanded Edition)*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ravelo, T., Moreno, M. del C., Deoula, M. y Díaz, V. (2011). Análisis de los factores que determinan la capacidad de atracción del turismo en Tenerife y su evolución a través del modelo de Rasch. En F. Campus (Ed.), *Modelos de Rasch en Administración de Empresas. Avances sectoriales. Colección E-BOOK nº5* (pp. 97-120). Santa Cruz de Tenerife: FYDE-CajaCanarias.
- Ravelo, T., Moreno, M. del C. y Díaz, V. (2014). Análisis y evolución de los factores de satisfacción que determinan la capacidad de atracción turística en Tenerife. En J. R. Oreja y J. Febles (Eds.), *Modelos de Rasch en Administración de Empresas. Colección E_BOOK No 10* (pp. 114-138). Santa Cruz de Tenerife: FYDE-CajaCanarias.
- Ravichandran, T. y Lertwongsatien, C. (2005). Effect of Information Systems Resources and Capabilities on Firm Performance: A Resource-Based Perspective. *Journal of Management Information Systems*, 21(4), 237-276. Disponible en <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.2812&rep=rep1&type=pdf>
- Razin, A., Rubinstein, Y. y Sadka, E. (2004). *Fixed costs and FDI: the conflicting effects of productivity shocks* (No. w10864). *National Bureau of Economic Research*. Disponible en <http://www.nber.org/papers/w10864>

391

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Razquín, M. (2013). Globalización y calidad turística: la respuesta de la Unión Europea y su inclusión en la planificación territorial y turística española. *Revista de Derecho de la Unión Europea*, (24), 373-410.
- Rialp, A. (1997). Las fases iniciales del proceso de internacionalización de las empresas industriales catalanas: una aproximación empírica. *International Marketing Review*.
- Rialp, A. (1999). Los enfoques micro-organizacionales de la internacionalización de la empresa: una revisión y síntesis de la literatura. *Informacion Comercial Espanola*, (781), 117-128.
- Rialp, A. y Rialp, J. (2001). Conceptual frameworks on SMEs' internationalization: Past, present and future trends of research. En Axinn, C. y Matthyssens, P. (Ed.) *Reassessing the Internationalization of the Firm (Advances in International Marketing, Vol. 11)*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, 49-78.
- Rialp, A. y Rialp, J. (2005). Las formas actuales de penetración y desarrollo de los mercados internacionales: Caracterización, marcos conceptuales y evidencia empírica en el caso. *Claves de la Economía Mundial*.
- Riasi, A. (2015). Competitive advantages of shadow banking industry: An analysis using Porter diamond model. *Business Management and Strategy*, 6(2), 15-27.
- Ricardo, D. (1817). *The first six chapters of the Principles of political economy and taxation of David Ricardo*,. *Economic classics*.
- Rice, E. A. B. (2018). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Revista Análisis Económico*, 28(69), 55-78. Disponible en <http://www.analiseconomico.azc.uam.mx/index.php/rae/article/view/144>
- Richards, G. (2009). Tourism development trajectories. From culture to creativity? En *The Asia-Pacific Creativity Forum on CUlture and Tourism*. Jeju Island-Republic of Korea. Disponible en <http://www.tram-research.com/atlas/APC Paper Greg Richards.PDF>
- Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (1993). Competitiveness in international tourism: A framework for understanding and analysis.

392

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (2000). The competitive destination: A sustainability perspective. *Tourism management*, 21, 1-7. <https://doi.org/10.1080/1461668042000280264>

Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective.

Ritchie, J. R. B. y Crouch, G. I. (2010). A model of destination competitiveness/sustainability: Brazilian perspectives*. *Brazilian Public Administration Review*, 44(5), 1049-1066. Disponible en <http://www.scielo.br/pdf/rap/v44n5/v44n5a03.pdf>

Ritchie, J. R. B., Crouch, G. I. y Hudson, S. (2001). Developing operational measures for the components of a destination competitiveness/sustainability model: consumer versus managerial perspectives. En J. A Mazanec, Crouch G. I., J. R. B. Ritchie y A. G. Woodside (Eds.), *Consumer psychology of tourism, hospitality and leisure* (pp. 1-18). New York, NY: CABI Pub.

Robert, M. y Goeldner, C. (1986). *Tourism, Principles. Practices, Philosophies*.

Rocha, R. (2003). *Configuración política de un mundo nuevo: dimensiones políticas de lo global, lo suprarregional, lo posnacional y lo local* (Primera ed). México: Universidad de Guadalajara.

Rodríguez, C. (2009). *Diccionario de Economía*. Argentina.

Rodríguez, J. (2004). *Análisis de la actividad exportadora de la empresa una aproximación desde la teoría de recursos y capacidades*. Tesis doctoral. Universidad de A Coruña.

Rodríguez, J. M., Rubio, L., Alonso, M. y Celemín, M. (2016). Aplicación de un modelo cuantitativo objetivo para la medición de la competitividad de los destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 38, 411-427.

Rojo, I. y González, A. (2007). *Crecimiento e internacionalización de empresas en un entorno globalizado*. Madrid: Editorial Síntesis.

Root, F. (1994). Entry strategies for international markets.

Rosa, F. M., Oreja, J. R., González, E. y Arbelo, A. (2007). *La utilidad del modelo de Rasch en la estimación de la eficiencia empresarial* (Estudios 2007 No. 67). La Laguna.

393

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Rosselet-McCauley, S. (2007). Methodology and principles of analysis. *World Competitiveness Yearbook*, 480-484. Disponible en [http://myadvisoryspace.org/bicf/KM_Library/01_Measuring_PSD_and_Investment_Climate/01_PSD_and_IC_Indicators/02_PSD_Indicators - Definitions, Concepts and Methodology/2007_IMD_WorldCompetitiveness Methodology and Principles of Analysis.pdf](http://myadvisoryspace.org/bicf/KM_Library/01_Measuring_PSD_and_Investment_Climate/01_PSD_and_IC_Indicators/02_PSD_Indicators_-_Definitions,_Concepts_and_Methodology/2007_IMD_WorldCompetitiveness_Methodology_and_Principles_of_Analysis.pdf)

Rubalcaba, L., Gago, D. y Maroto, A. (2005). Competitividad e Internacionalización de los servicios en los países europeos. *Información Comercial Española*, (824), 93-116.

Rubio, I. (2015). La internacionalización de las cadenas hoteleras españolas. *Universidad de La Rioja, Servicio de Publicaciones*.

Ruesga, S. y da Silva, J. (2007). Competitividad y globalización: nuevos y viejos desafíos. *Papeles del Este*, 14(14), 1-27.

Rugman, A. M. (1991). Diamond in the rough. *Business Quarterly*, 55(3), 61-64.

Rugman, A. M. y Verbeke, A. (1993). Foreign subsidiaries and multinational strategic management: An extension and correction of Porter's single diamond. *Management International Review*, 2, 71-84.

Rumelt, R. P. (1984). Towards a strategic theory on the firm. En N. Englewood Cliffs (Ed.), *Competitive strategic management* (pp. 556-570). Prentice Hall.

Runyan, R. C. (2005). Predicting downtown and small business success: A resource-based view. Tesis doctoral. Michigan State University. Department of Human Environment: Desing and Management.

Runyan, R. C., Huddleston, P. y Swinney, J. (2007). A Resource-Based View of the Small Firm: Using a Qualitative Approach to Uncover Small Firm Resources. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 10(4), 390-402. <https://doi.org/10.1108/13522750710819720>

Ryan, C. (1995). *Researching tourist satisfaction: issues, concepts, problems*. Routledge. Disponible en <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19951804017>

Saavedra, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento & gestión*, 6276, 93-124.

394

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Sáez, L. y Perriñez, I. (2015). Benchmarking urban competitiveness in Europe to attract investment. *Cities*, 48, 76-85. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2015.06.002>
- Sahli, M. (2006). Tourism destination specialization. En L. Dwyer y P. Forsyth (Eds.), *International Handbook on the Economics of Tourism* (Edward Elg, pp. 434-463). Cheltenham: UK.
- Sala-i-Martin, X., Blanke, J., Hanouz, M. D., Geiger, T., Mia, I. y Paua, F. (2007). The Global Competitiveness Index: Measuring the Productive Potential of Nations. *World Economic Forum*, 3-50.
- Salzberger, T. (2009). *Measurement in marketing research: An alternative framework*. (E. E. P. Limited, Ed.). United Kingdom.
- Salzberger, T. (2015). The validity of polytomous items in the Rasch model - The role of statistical evidence of the threshold order. *Psychological Test and Assessment Modeling*, 57(3), 377-395. Disponible en http://epub.wu.ac.at/6729/1/05_Salzberger.pdf
- Salzberger, T. y Sinkovics, R. R. (2006). Reconsidering the problem of data equivalence in international marketing research: Contrasting approaches based on CFA and the Rasch model for measurement. *International Marketing Review*, 23(4), 390-417. <https://doi.org/10.1108/02651330610678976>
- Sanchez-Ruiz, L., Blanco, B. y Marín-García, J. A. (2017). Protocolo: Validación del barómetro INCODE para medir la competencia de innovación con la Teoría de Medición de Rasch. *Working Papers on Operations Management*, 8, 120-124. <https://doi.org/10.4995/wpom.v8i0.7190>
- Sancho, A. (1998). Cualidades requeridas para ser un profesional del turismo. *Introducción al Turismo*, vol. a.
- Saunila, M., Pekkola, S. y Ukko, J. (2014). The relationship between innovation capability and performance: The moderating effect of measurement. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 63(2), 234-249.
- Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism Management*, 21(2), 147-156. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517799000448>

395

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Scaramuzzi, I. (1993). *Inventare i luoghi turistici*. Padov: CEDAM. Italia.
- Schwab, K. (2011). *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. Geneva. Disponible en http://www3.weforum.org/docs/WEF_GCR_Report_2011-12.pdf
- Schwab, K. (2015). *The Global Competitiveness Report 2014-2015*. Disponible en <http://www.webforum.org>
- Schwab, K. (2016). *The Global Competitiveness Report 2015-2016*. Ginebra. Disponible en http://www3.weforum.org/docs/gcr/2015-2016/Global_Competitiveness_Report_2015-2016.pdf
- Schwab, K. (2018). *The Global Competitiveness Report 2018*. Ginebra. Disponible en <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>
- Schwab, K. y Porter, M. E. (2007). *The Global Competitiveness Report 2006-2007*.
- Schwab, K. y Sala-I-Martin, X. (2013). *Global Competitiveness Report 2013-2014. The World Economic Forum*, Geneva. World Economic Forum, 2013. <https://doi.org/92-95044-35-5>
- Schwab, K., Sala-I-Martin, X. y Greenhill, R. (2011). *The Global Competitiveness Report*. Ginebra: World Economic Forum.
- Scott, B. R. y Lodge, G. C. (1985). U.S. competitiveness in the world economy. *The International Executive*, 27(1), 26-26. <https://doi.org/10.1002/tie.5060270112>
- Secall, R. (2003). *La competitividad de las zonas turísticas*. Málaga.
- Segarra, M. (2003). *Creación De Un Modelo Para El Estudio De La Competitividad De Un Sector Industrial Tradicional: Aplicación Al Sector Del Mueble De Hogar De La Comunidad Valenciana*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de València.
- Selnes, F. (1993). An Examination of the Effect of Product Performance on Brand Reputation, Satisfaction and Loyalty. *European Journal of Marketing*, 27(9), 19-35. <https://doi.org/10.1108/03090569310043179>

396

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Selznick, P. (1957). *Leadership in administration: A sociological interpretation*. Berkeley. Cal.
- Senra, A. M. (1999). *La competitividad como factor clave para la internacionalización de la empresa. Una aplicación a las empresas gallegas del sector del granito*. Tesis doctoral. Universidad de Vigo.
- Shahrivar, A., Elahi, S., Hassanzadeh, A. y Montazer, G. (2018). A business model for commercial open source software: A systematic literature review. *Information and Software Technology*.
- Shastitko, A. y Pavlova, N. (2016). Socially efficient entry barriers? *Baltic Region*, 3, 26-38. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2016-4-3>
- Siles, D. (2016). *Competitividad de los destinos turísticos: Caso del mediterráneo español*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Cartagena.
- Simancas, M. y Parra, E. (2016). *¿Existe un modelo turístico canario?* (S. PROMOTUR TURISMO CANARIAS, Ed.), 2016 (Primera Ed). Disponible en http://www.pasosonline.org/Publicados/pasos_difunde/libro-vol-2_Existe_un_modelo_turistico_canario.pdf#page=8
- Siudek, T. y Zawojska, A. (2014). Competitiveness in the economic concepts , theories and empirical research. *Oeconomia*, 13(1), 91-108.
- Smith, A. (1771). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*, London: Methuen and Co. Ltd., online: <http://www.econlib.org/library/Smith/>.
- Song, H., Dwyer, L., Li, G. y Cao, Z. (2012). Tourism economics research: A review and assessment. *Annals of Tourism Research*, 39(3), 1653-1682. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.023>
- Song, Y., Chen, X., Hao, T., Liu, Z. y Lan, Z. (2019). Exploring two decades of research on classroom dialogue by using bibliometric analysis. *Computers and Education*, 137, 12-31. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.04.002>
- Sousa, C. M. P. (2004). Export Performance Measurement: An Evaluation of the Empirical Research in the Literature. *Academy of Marketing Science Review*, (09).
- Spendolini, M. (1992). *The benchmarking book*.

397

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Squalli, J., Wilson, K. y Hugo, S. (2008). An Analysis of Growth Competitiveness. *Int. Rev. Appl.Econ.*, 22(105-126).
- Staskevičiūtė, G. y Tamošiūnienė, R. (2010). Šalies Konkurencingumas: Sampratos Raida Laiko Perspektyvoje. *Verslas: teorija ir praktika*, 11(2), 159-167. <https://doi.org/10.3846/btp.2010.18>
- Stenner, A. J. (1990). Objectivity: Specific and General. *Rasch Measurement Transactions*, 4(3), 111. Disponible en <http://www.rasch.org/rmt/rmt43a.htm>
- Stiglitz, J. (2002). Globalism's Discontents. *American Prospect*, 1-8.
- Stiglitz, J. (2010). *El malestar en la globalización*. Taurus.
- Suárez, I. (1994). El desarrollo de la empresa: un enfoque basado en los recursos. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*.
- Suárez, J. y Ibarra, S. (2002). La teoría de los recursos y las capacidades. Un enfoque actual de la estrategia empresarial. *Anales de estudios económicos y empresariales*, (15), 63-89.
- Suyo, G. (2014). *Factores de éxito de las empresas gallegas del sector hotelero. Especial consideración del ámbito de operaciones*. Tesis doctoral. Universidad de Santiago de Compostela.
- Taasim, S. I. y Yusoff, R. (2015). Rasch Measurement Theory in Validation Instruments for Electronic Financial, 8(1).
- Tamma, M. (2000). Aspetti strategici del destination management. En Pechlaner H., Weiermair K.(a cura di), *Destination Management. Fondamenti di marketing e gestione delle destinazioni turistiche*, Touring Editore, Milano.
- Tahai, A. y Meyer, M. (1999). A revealed preference study of management journals' direct influences. *Strategic Management Journal*, 20(3), 279-296.
- Tajeddini, K., Elg, U. y Trueman, M. (2013). Efficiency and effectiveness of small retailers: The role of customer and entrepreneurial orientation. *Journal of Retailing and Costumer Services*, 20, 453-462. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.05.004>

398

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Teece, D. J., Pisano, G. y Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Theuns, H. L. (2008). Globalization and Tourism: Pros and Cons. *Tourism Recreation Research*, 33(1), 99-105.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2008.11081294>
- Thore, S. y Tarverdyan, R. (2016). The sustainable competitiveness of nations. *Technological Forecasting and Social Change*, 106, 108-114.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.02.017>
- Timón, D. B. (2001). Ordenación territorial y desarrollo turístico. Posibilidades, modelos y esquemas de ordenación territorial del turismo en la España de las autonomías. *Estudios turísticos*, (149), 3-22.
- Tomer, J. (1987). Organizational capital: The path to higher productivity and well-being.
- Torquemada, L. y García, F. E. (2013). Estrategias de Internacionalización en el Sector Turístico. El estudio de cuatro grandes grupos hoteleros españoles. *Revista de Análisis Turístico*, 0(15), 25-36.
- Tribe, J. (2011). *The economics of recreation, leisure and tourism*. Routledge. Disponible en <https://www.taylorfrancis.com/books/9781136434556>
- Tristán, A. (2001). *Análisis de Rasch para todos*. (E. Ceneval, Ed.). México.
- Trujillo, M., Rodríguez, D., Guzmán, A. y Becerra, G. (2006). *Perspectivas teóricas sobre internacionalización de empresas*.
- Tsai, H., Song, H. y Wong, K. K. F. (2009). Tourism and hotel competitiveness research. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 26(5-6), 522-546.
<https://doi.org/10.1080/10548400903163079>
- Tseng, H. P. y Chen, C. H. (2013). Exploration of destination competitiveness framework: City as a destination. *Proceedings - 2013 7th International Conference on Complex, Intelligent, and Software Intensive Systems, CISIS 2013*, 673-676. <https://doi.org/10.1109/CISIS.2013.121>
- Tsiligiris, V. (2018). Countries, An adapted Porter Diamond Model for the evaluation of transnational education host. *International Journal of Educational Management*, 32(2), 210-226.

399

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Turespaña. (2016). Cuenta Satélite. Recuperado 26 de agosto de 2018, de <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/otrasestadisticas/cuentasatelite/paginas/default.aspx>

Turok, I. (2004). Cities, Regions and Competitiveness. *Regional Studies*, 38(9), 1069-1083. <https://doi.org/10.1080/0034340042000292647>

UNESCO. (2006). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism: Discussion report of the planning meeting for the 2008. International Conference on Creative Tourism*. Santa Fe, New Mexico, USA. Disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811E.pdf>

Urrutia, J. A. y Cuevas, T. J. (2016). Redes empresariales en el sector turismo y servicios para la mejora de competitividad en Ciudad Juárez, Chihuahua, México: caso Parque Central Hermanos Escobar y PYMES aledañas. *Cuadernos de turismo*, 37, 4. <https://doi.org/10.6018/turismo.37.256331>

Valls, J. (2004). *Gestión de Destinos Turísticos Sostenibles*. Barcelona: Gestión 2000.

Valls, J. (1998). Cambio de concepto en la gestión turística del municipio. *Estudios de Gestión Turística*.

Vanegas, J. y Angulo, J. (2012). Benchmarking: en el camino de la competitividad. *Revista Universidad Eafit*.

Vargas, J. (2016). Las reglas cambiantes de la competitividad global en el Nuevo Milenio: Las competencias en el nuevo paradigma de la globalización. *Red Internacional de Investigadores en Competitividad*, 1(1), 1-21.

Veas, A., Gilar, R., Miñano, P. y Castejón, J. L. (2016). Estimation of the proportion of underachieving students in compulsory secondary education in Spain: An application of the Rasch model. *Frontiers in Psychology*, 7(MAR), 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00303>

Veiga, P. M., Ferreira, J. J. y Faria, J. R. (2017). The impact of the financial crisis and financial assistance in Portuguese competitiveness: micro and macro foundations. *Global Business and Economics Review*, 19(1), 70-88. <https://doi.org/10.1504/GBER.2017.080776>

Velasco, R. (1992). Internacionalización de la industria española: estrategias y políticas. *Economía Industrial*, (287), 41-51.

400

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Vera, J. (1997). Análisis territorial del turismo: una nueva geografía del turismo.
- Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190. <https://doi.org/10.2307/1880689>
- Villareal, R. y Van Der Horst, A. (2008). Estrategia de competitividad turística de la República Dominicana. *Journal of Tourism Research*, 1(1), 15-28. Disponible en <http://revistes.ub.edu/index.php/ara/article/view/18660>
- Villarreal, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional: una revisión conceptual contemporánea. *Cuadernos de Gestión*, 5(2), 55-73.
- Villarreal, O. (2008). La internacionalización de la empresa: el modelo de las diez estrategias. *Global Conference of Business and Finance Proceedings*, 2(2), 355-360.
- Villegas, D. y Zapata, H. (2007). Competitividad sectorial internacional. Caso: Sector del cuero y del calzado. *Entramado*, 3(1), 24-49.
- Voinescu, R. y Moisoiu, C. (2015). Competitiveness, Theoretical and Policy Approaches. Towards a more competitive EU. *Procedia Economics and Finance*, 22, 512-521. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00248-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00248-8)
- Wallin, J. A. (2005). Bibliometric methods: Pitfalls and possibilities. *Basic and Clinical Pharmacology and Toxicology*, 97(5), 261-275.
- Walsh, V. (1994). Technology and the economy -- the key relationships: (Organisation for economic co-operation and development, Paris, 1992). *Research Policy*, 23(4), 473-475.
- Wang, T. Y., Chien, S. C. y Kao, C. (2007). The role of technology development in national competitiveness - Evidence from Southeast Asian countries. *Technological Forecasting and Social Change*, 74(8), 1357-1373. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2007.01.001>
- Weaver, D. B. (2000). A broad context model of destination development scenarios. *Tourism Management*, 21(3), 217-224. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517799000540>

401

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

- Weidenfeld, A., Butler, R. y Williams, A. M. (2010). Clustering and compatibility between tourism attractions. *International Journal of Tourism Research*, 12(1), 1-16. <https://doi.org/10.1002/jtr>
- Weidenfeld, A., Butler, R. y Williams, A. W. (2011). The role of clustering, cooperation and complementarities in the visitor attraction sector. *Current Issues in Tourism*, 14(7), 595-629. <https://doi.org/10.1080/13683500.2010.517312>
- Welch, L. y Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a concept. *Journal of general management*, 14(2), 34-55.
- Wenzel, L. y Wolf, A. (2016). Towards a new measure of a country's competitiveness: applying canonical correlation. *Competitiveness Review*, 26(1), 87-107. <https://doi.org/10.1108/CR-09-2014-0030>
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*.
- Whinston, M. D. y Segal, I. R. (2016). 2016 Index of Economic Freedom. Methodology. *2016 Index of Economic Freedom*, 467-479. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1577382>
- White, H. y McCain, K. (1998). Visualizing a discipline: An author co-citation analysis of Information Science, 1972–1995. *Journal of the American Society for Information Science*, 49, 327-355.
- Whitelock, J. (2002). Theories of internationalisation and their impact on market entry. *International marketing review*.
- Wild, J., Wild, K. y Han, J. (2014). *International Business: The challenges of globalization* (Quinta). Pearson Education Limited.
- Williams, D. A. (2007). Competitiveness of small enterprises: Insights from a developing economy. *The Round Table*, 96(390), 347-363. <https://doi.org/10.1080/00358530701463840>
- Williamson, O. (1975). Markets and hierarchies: analysis and antitrust implications: a study in the economics of internal organization.
- World Bank Group (2010). *Doing Business 2010: Reforming through Difficult Times*. <https://doi.org/10.1596/978-0-8213-7961-5>

402

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

World Bank Group (2016). *Doing Business 2016: Measuring Regulatory Quality and Efficiency*. Washington, D.C. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0667-4>

World Bank Group (2017). *Doing Business 2017: Equal Opportunity for All. The World Bank* (Vol. 14). Washington, D.C.: World Bank Publications. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-0948-4>

Wright, B. D. (1984). despair and hope for educational measurement. *contemporary Education Review*, 31(1), 281-288.

Wright, B. D. (1995). Unidimensionality coefficient. *Rasch Measurement Transactions*, 8(3), 385-397.

Wright, B. D. (2000). Conventional factor analysis vs. Rasch residual factor analysis. *Rasch Measurement Transactions*, 14(2), 753-765.

Wright, B. D. y Mok, M. (2004). An overview of the family of Rasch measurement models. En E. Smith y R. Smith (Eds.), *Introduction to Rasch Measurement*. Maple Grove, MN: JAM Press.

Wright, Benjamin D, Dead, R. J. y Ludlow, L. H. (1980). KIDMAP: Person-by-Item Interaction Mapping. En *Research Memorandum No. 29 MESA Psychometric Laboratory*. Chicago: MESA Press. Disponible en <https://www.rasch.org/memo29.pdf>

WTTC. (2018). *Travel & Tourism Economic Impact 2018 World*. London: World Travel & Tourism Council.

Wu, W.-W. (2011). Beyond Travel and Tourism competitiveness ranking using DEA, GST, ANN and Borda count. *Expert Systems with Applications*, 38(10), 12974-12982. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2011.04.096>

Wu, W.-W., Lan, L. W. y Lee, Y.-T. (2012). Critiquing the World Economic Forum's concept of destination competitiveness: A further analysis. *Tourism Management Perspectives*, 4, 198-206.

Wu, Y., Xiao, X. y Song, Z. (2017). Competitiveness analysis of coal industry in China: A diamond model study. *Resources Policy*, 52, 39-53. Disponible en <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S030142071630085X>

403

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Xie, Y., Ji, L., Zhang, B. y Huang, G. (2018). Evolution of the Scientific Literature on Input–Output Analysis: A Bibliometric Analysis of 1990–2017. *Sustainability*, 10(9), 1-17.

Yip, G. (2001). *Total global strategy*. Prentice Hall PTR.

Yip, G., Monti, J. y Biscarri, J. G. (1998). The Way Station Model of Internationalization: Explaining the Success of Newly Internationalizing Firms.

Yoon, Y. y Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>

Young, J. A. (1985). Global competition: The new reality. *California Management Review*, 27(3), 11-25.

Young, S. y Aldajabal, R. (1991). Penetración y desarrollo de los mercados internacionales.

Yurynets, Z., Bayda, B. y Petruch, O. (2015). Country's economic competitiveness increasing within innovation component. *Economic Annals-XXI*, 9-10, 32-35. Disponible en <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84958774340&partnerID=tZOTx3y1>

Zaldo, J. (1997). Gestión internacional de las PYMEs.

Zehrer, A. y Hallmann, K. (2015). A stakeholder perspective on policy indicators of destination competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4, 120-126. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.03.003>

Zehrer, A., Smeral, E. y Hallmann, K. (2017). Destination Competitiveness—A Comparison of Subjective and Objective Indicators for Winter Sports Areas. *Journal of Travel Research*, 56(1), 55-66. <https://doi.org/10.1177/0047287515625129>

Zhou, Y., Maumbe, K., Deng, J. y Selin, S. W. (2015). Resource-based destination competitiveness evaluation using a hybrid analytic hierarchy process (AHP): The case study of West Virginia. *Tourism Management Perspectives*, 15, 72-80. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.03.007>

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
 Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |

Vidina Tais Díaz Padilla

Tesis doctoral

Zhuang, Y., Liu, X., Nguyen, T., He, Q. y Hong, S. (2013). Global remote sensing research trends during 1991-2010: A bibliometric analysis. *Scientometrics*, 96(1), 203-219. <https://doi.org/10.1007/s11192-012-0918-z>

Zibareva, I. V., Vedyagin, A. A. y Bukhtiyarov, V. I. (2014). Nanocatalysis: A bibliometric analysis. *Kinetics and Catalysis*, 55(1), 1-11. <https://doi.org/10.1134/S0023158414010194>

Zmysłony, P. (2011). Globalization, Tourism and Cities: Pros and Cons. *Folia Turistica*, 25(1), 299-312.

Zupic, I. y Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>

Este documento incorpora firma electrónica, y es copia auténtica de un documento electrónico archivado por la ULL según la Ley 39/2015.
Su autenticidad puede ser contrastada en la siguiente dirección <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 2286947 Código de verificación: N/2v+73M

| | |
|---|----------------------------|
| Firmado por: Vidina Tais Díaz Padilla UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | Fecha: 18/11/2019 12:25:53 |
| José Alberto Martínez González UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 18/11/2019 14:52:43 |
| Eduardo Parra López UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA | 19/11/2019 04:22:42 |