

La ventaja competitiva de los
destinos turísticos residenciales
de la Comunidad Valenciana.
Calpe, un estudio de caso

121

José Francisco Perles Ribes

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Alicante

Resumen de la Tesis Doctoral "Turismo, Ventaja Competitiva y Desarrollo Local" defendida en el Departamento de Análisis Económico Aplicado de la Universidad de Alicante, septiembre 2004.

Resumen

El presente artículo aborda la tarea de reconsiderar todo el proceso de desarrollo turístico de los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana, estudiándolo desde el prisma de la teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter.

La metodología seguida es la de un contraste de hipótesis aplicado sobre un estudio de caso: Calpe, un destino turístico residencial representativo de la provincia de Alicante.

El artículo demuestra que la Teoría de la Ventaja Competitiva de Porter es válida para explicar los procesos de desarrollo turístico en general, y especialmente adecuada para explicar los procesos de desarrollo turístico en municipios turísticos residenciales del litoral español. Al tiempo, se demuestra que el patrón de comportamiento competitivo seguido por estos destinos se ha aproximado más a un patrón competitivo tradicional, basado en ventajas clásicas (costes y factores básicos), que no a un patrón avanzado como el propugnado por Porter (ventajas competitivas de orden superior), situación que representa una amenaza frente a la posible aparición de nuevos competidores y nuevas tendencias en la demanda turística.

La política de desarrollo local de los destinos turísticos, debe consolidar una verdadera política de competitividad basada en ventajas de orden superior.

Palabras clave

Calpe / Turismo residencial / Ventaja Competitiva / Michael Porter / Desarrollo Local.

1. La Ventaja Competitiva y el turismo residencial.

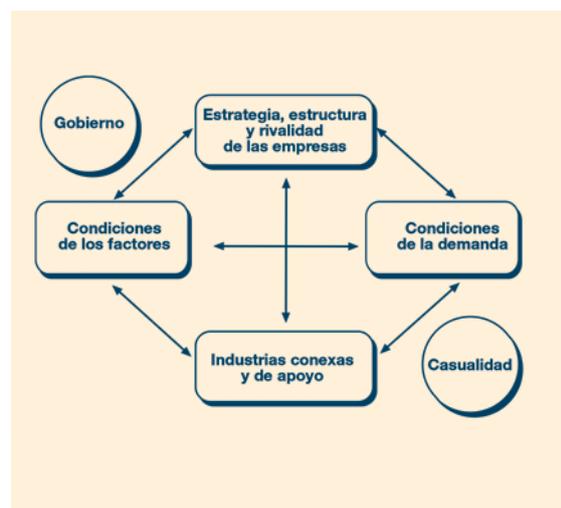
El fenómeno turístico en general y dentro de éste, el turismo residencial en particular, es un fenómeno que puede analizarse desde muy diversas perspectivas. Economía, Geografía, Sociología y Biología son ciencias que han realizado aportaciones para la comprensión de este complejo fenómeno. Al ceñirse estrictamente a la ciencia económica, son varias también las posibilidades de aproximación que existen para el análisis de este fenómeno. Desde las más antiguas teorías con sus conceptos de ventaja absoluta y comparativa, hasta las más modernas sobre desarrollo endógeno o sostenible, son innumerables las corrientes de pensamiento que han formulado instrumentos que pueden aplicarse al estudio del turismo⁽¹⁾. Casi todas las corrientes mantienen entre sí importantes interrelaciones. Y una de las que mejor sintetiza lo esencial de todas ellas, tal vez sea la corriente de la competitividad estructural o sistémica y dentro de ésta, la Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter⁽²⁾.

La Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter pretende dar respuesta a la pregunta de por qué en la competencia internacional, algunos países triunfan y otros fracasan, o lo que es igual, dónde radica la explicación del triunfo de un país a nivel internacional en una determinada industria. En el caso concreto de estudio del turismo residencial, y siempre dentro del ámbito de la Comunidad Valenciana, la pregunta a formularse es ¿Por qué los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana tienen un éxito mundial, o son preferidos a otras alternativas por multitud de visitantes que año tras año acuden a estas costas?

La teoría y por tanto, la contestación de Porter a estas preguntas, se articula en base a tres elementos fundamentales, a saber: el concepto de cluster, el diamante de la competitividad y las fases de desarrollo competitivo. El gráfico 1 ilustra sintéticamente el diamante de la competitividad. Sin duda, el elemento más característico de la teoría porteriana. Porter concibe los factores explicativos de la competitividad territorial como un sistema de determinantes interrelacionados que estaría

configurado por los factores productivos básicos (recursos naturales, el clima, la situación geográfica, la mano de obra no especializada y los recursos ajenos a largo plazo) y avanzados (moderna infraestructura digital de comunicación de datos, el personal altamente especializado y los institutos universitarios de investigación en disciplinas complejas), las condiciones de la demanda (composición y magnitud de la demanda, carácter precursor de la misma), los sectores conexos y de apoyo, y la estructura, estrategia y rivalidad de las empresas. Influirían también en la competitividad, aunque no forman parte del diamante, la política gubernamental y la casualidad⁽³⁾.

Gráfico 1



Fuente: Porter (1990)

La Teoría de la Ventaja Competitiva ha sido objeto de distintas críticas y aportaciones. Las críticas han sido realizadas tanto desde un plano teórico-técnico, como desde un plano metodológico y de aplicación. Penttinen (1994) realiza un análisis sistemático de las mismas. La tabla 1 refleja las más relevantes. Las aportaciones, por su parte, provienen de las corrientes de la competitividad estructural o sistémica defendidas por la OCDE y la CEPAL; Esser K. et al. (1996) y Meyer-Stamer. J. (2000) y sobre todo, por autores cercanos a las ideas del desarrollo sostenible, como es el caso de Hill y Henning (1992) y Doryan E. et al. (1999).

Tabla 1: Críticas a la teoría de la ventaja competitiva

PLANO TEÓRICO / TÉCNICO	METODOLOGÍA / APLICACIÓN
Sólo es aplicable a las economías desarrolladas	Dificultad para identificar los clusters industriales
Ignora los impactos de actividades internacionales	Sólo considera clusters horizontales o verticales
Ignora el papel de la cooperación (resalta la competencia)	Carácter retrospectivo de la teoría (sólo explica lo que ha ocurrido, pero no lo que ocurrirá)
No queda claro si el modelo es estático o dinámico	

Elaboración propia. Adaptado de Penttinen R. (1994)

Sin embargo, lo cierto es que ninguna de estas críticas y aportaciones permite invalidar “a priori” la Teoría de la Ventaja Competitiva como marco explicativo de los procesos de desarrollo turístico. Por el contrario, es precisamente desde esta teoría, como puede comprenderse de forma más completa algunas interacciones entre sectores (como a estos efectos pueden ser el inmobiliario, la construcción y las propias actividades turísticas) que en muchas ocasiones la literatura ha entendido como independientes.

En los destinos turísticos existen unos factores, una demanda, unos sectores conexos y de apoyo, y hay empresas que compiten entre sí. Por lo que nada hace pensar que la teoría no sea apropiada para las explicaciones en torno a este fenómeno. A pesar de ello, es fácil apreciar que a lo largo de los años de vigencia de la teoría, son escasas las aplicaciones que la misma ha experimentado respecto al sector turístico, y muy pocas, respecto al turismo residencial. En La Ventaja Competitiva de las Naciones, Porter se ciñe exclusivamente a sectores industriales o los servicios vinculados a los mismos, y son sólo autores posteriores quienes sugieren que la teoría puede ser apropiada para el estudio del sector turístico⁽⁴⁾. Sin embargo, las aportaciones evaluadas van más en la línea de realizar ejercicios de economía normativa (propuestas y planes de desarrollo turístico) que ejercicios de economía positiva (demostrar que la teoría es efectivamente

válida para la explicación de los procesos de desarrollo turístico). La aplicación de la teoría al caso concreto de Calpe, demuestra que la teoría es efectivamente válida como marco teórico de referencia de los procesos de desarrollo turístico residencial, y desprende interesantes lecciones para la gran mayoría de los destinos turísticos del litoral mediterráneo.

2. Una propuesta metodológica para caracterizar los clusters de los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana.

A fin de demostrar la validez de la teoría porteriana de la competitividad en el ámbito del desarrollo turístico residencial, se ha seleccionado un espacio turístico característico de la realidad valenciana: Calpe, un municipio ubicado al norte de la provincia de Alicante. De conformar, a mediados del s. XX, un pequeño y apacible pueblo agrícola y marinero, se ha transformado, en menos de cincuenta años, en una importante ciudad turística, donde la hostelería, el comercio y el tándem promoción inmobiliaria-construcción configuran un verdadero cluster del turismo. Este cluster está formado por todas aquellas actividades que directa o indirectamente dependen del turismo, y los análisis empíricos demuestran que en él ostentan un peso abrumador el “alojamiento extra-hoteler” (chalés y apartamentos) y la “alimentación” (entendida como la hostelería y el comercio minorista de alimentación).

En la tesis que sirve de base al presente artículo, se realiza una propuesta metodológica para caracterizar los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana, basada en la construcción de un indicador sintético capaz de agrupar los distintos elementos que conforman los clusters. El indicador sintético se construye a partir de una serie de variables seleccionadas para los destinos turísticos residenciales más representativos de la Comunidad Valenciana⁽⁵⁾. La tabla 2 recoge estas variables (todas ellas, observables, y relacionadas con aspectos turísticos), los indicadores construidos, y su fuente de procedencia. Al objeto de poder agregarlos y compararlos, se ha procedido a normalizar los distintos indicadores mediante la fórmula habitual

$(V_i - V_{\min}) / (V_{\max} - V_{\min})$, donde V_i es valor del indicador para el municipio i , V_{\max} es el valor del indicador para el municipio con el valor más alto y V_{\min} es valor del indicador para el municipio con valor más bajo. Este procedimiento siempre arroja un valor entre 0 y 1 para cada indicador y cada uno de los

municipios. La tabla 3 recoge la construcción de los diferentes elementos del cluster. La valoración (entre 0 y 2,5, entre 0 y 2, etc.) es el resultado máximo o mínimo que puede arrojar cada elemento, según ha sido construido.

Tabla 2: Variables e indicadores para la caracterización de los clusters turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana.

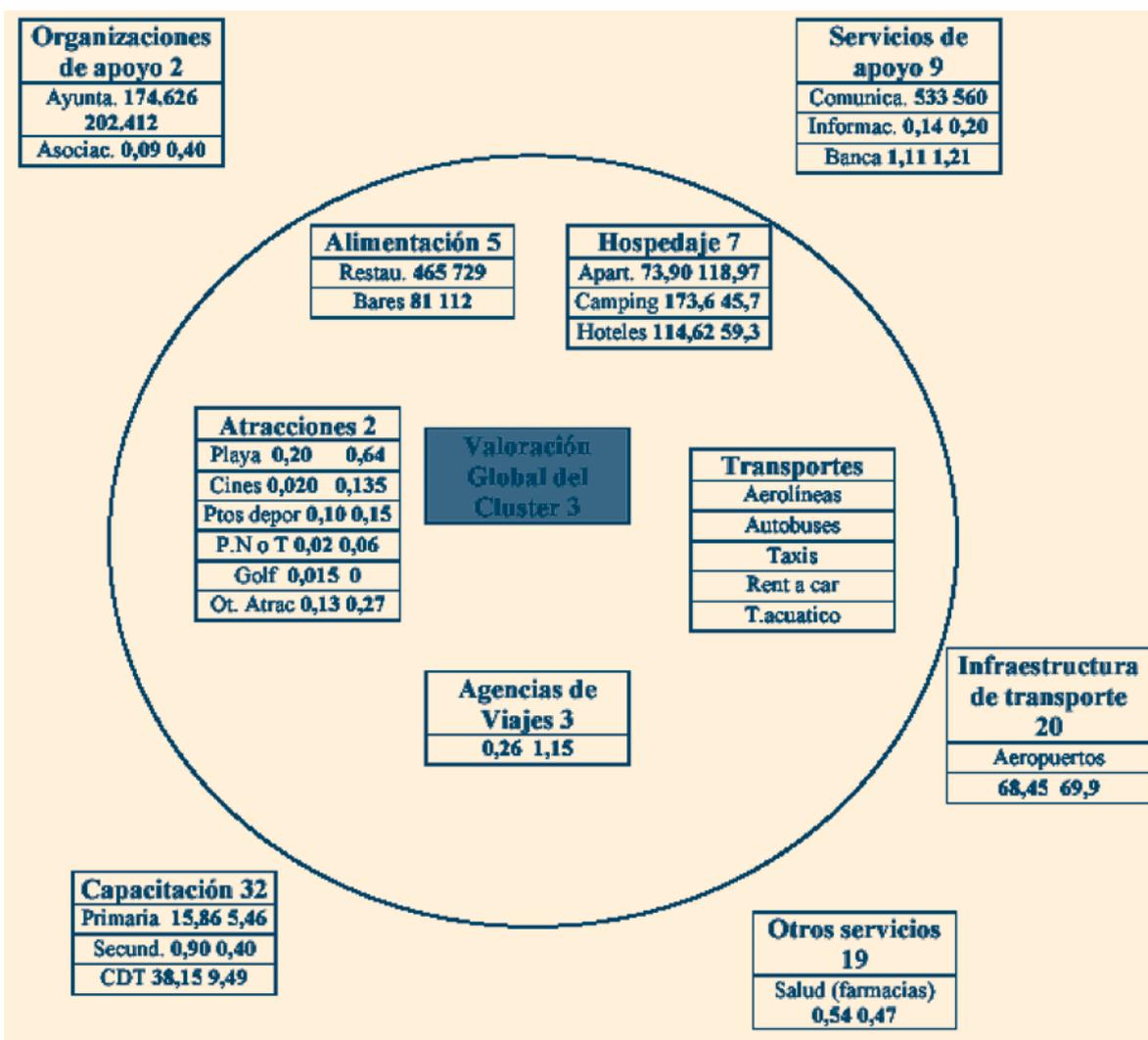
Elemento del cluster	Indicador	Descripción
Motivaciones	Índice Dotación Playas (IDP)	(Zonas de baño x Banderas Azules) / m ² superficie término municipal
Hospedaje	Índice Dotación Apartamentos (IDA)	(Nº Plazas apartamentos/Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Hotelera (IDH)	(Nº Plazas Hoteles + Nº Plazas Hostales)/Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Camping (IDC1)	(Nº Plazas Camping / Habitantes) x 1000
	% Plazas Hoteleras s/total (%Hoteles)	% Plazas hoteleras sobre total plazas alojamiento
	% Segundas Residencias sobre total (SEGRES)	(Viviendas familiares ocupadas secundarias + Viviendas familiares desocupadas)/ Viviendas familiares totales
Alimentación	Índice Dotación Restaurantes (IDR)	(Plazas Restaurante/Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Cafeterías (IDC2)	(Plazas Cafeterías/Habitantes) x 1000
Agencias de Viajes	Índice Dotación Agencias de Viajes (IAV)	(Número Agencias/Habitantes) x 1000
Atracciones	Índice Dotación Cines (IDC)	(Número de salas/Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Golf (IDG)	(Campos de Golf / Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Puertos deportivos (IDCN)	(Nº Puertos deportivos / Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Parques Temáticos o Naturales	(Nº Parques Temáticos + Nº P. Naturales) / Habitantes) x 1000
	Otras atracciones (IDOA)	(Nº Otras atracciones / Habitantes) x 1000
Capacitación	Indicador dotación primaria (IDP1)	(Nº Plazas Ed. Infantil+Ed. Primaria+ESO) / Habitantes) x 1000
	Indicador dotación secundaria (IDS)	(Nº Bachillerato+LOGSE+BUS y COU+FP+ Ciclos formativos) / Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Capacitación Turística (IDCDT)	(Nº Horas formación CDT imputadas)/ Habitantes) x 1000
Servicios de apoyo	Índice Dotación Servicios Financieros (IDF)	(Nº de entidades financieras / Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Telecomunicaciones (IDCOM)	(Nº Teléfonos / Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Oficinas de Información Turística (IDOT)	(Nº Oficinas de Información Turística / Habitantes) x 1000
Otros Servicios	Índice Dotación de Farmacias (IDFAR)	(Nº de farmacias / Habitantes) x 1000
Infraestructura transporte	Distancia al aeropuerto más cercano (DISTAN)	Km de distancia al aeropuerto más próximo
Organizaciones de apoyo	Índice Dotación Gasto Público (IDGASP)	(Presupuesto Gastos Ayuntamiento / Habitantes) x 1000
	Índice Dotación Asociaciones (IDASO)	(Nº Asociaciones profesionales + As. Residentes) / Habitantes) x 1000

Tabla 3: Construcción de los indicadores del cluster

Elemento del cluster	Indicador	Valor
Hospedaje	$(IDA+IDA+0,5*IDC)$	Entre 0 y 2,5
Alimentación	$IDR+IDC2$	Entre 0 y 2
Agencias de Viajes	IAV	Entre 0 y 1
Atracciones		Entre 0 y 16
Capacitación	$IDP1+(2*IDS)+(0,5*IDCDT)$	Entre 0 y 3,5
Servicios de apoyo	$IDF+IDCOM+IDOT$	Entre 0 y 1
Otros Servicios	IDFAR	Entre 0 y 1
Infraestructura transporte	IDIST	Entre 0 y 1
Organizaciones de apoyo	$IDGASP+(0,5*IDASO)$	Entre 0 y 1,5
Valoración cluster	Suma elementos anteriores	Entre 0 y 29,5

Elaboración propia.

Gráfico 2: Comparación del cluster calpino del turismo respecto al resto de destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana.



Elaboración propia.

El gráfico 2 ilustra el resultado final del procedimiento seguido, pues representa el resultado y la posición de Calpe en el indicador sintético con relación al resto de destinos residenciales de la Comunidad Valenciana. Siguiendo la metodología de los autores del CLADS (vd. nota al pie 4), dentro del círculo principal se ubican las actividades directas, es decir, aquellas que interrelacionan directamente con el turista, mientras que fuera del círculo principal, se colocan las actividades conexas y de apoyo, es decir, aquellas que pertenecen al cluster, pero no interactúan directamente con el visitante. En el centro, se ha ubicado una valoración global del cluster. El número que hay junto a cada elemento representa la posición de Calpe respecto al conjunto de los municipios turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana con relación al elemento del cluster de referencia⁽⁶⁾. La media del indicador para

todos los municipios figura en color negro bajo el elemento y la posición⁽⁷⁾. En el centro mismo del gráfico se sitúa la valoración global del cluster, que representa la posición que Calpe ocupa teniendo en cuenta el global de los indicadores respecto de la media de la Comunidad Valenciana. Con el procedimiento utilizado dicha posición resulta la tercera. Es decir, Calpe, con los criterios utilizados, cuenta con un cluster turístico altamente dotado. De hecho, como refleja la siguiente tabla, únicamente se encontrarían por encima de él, Oropesa y Peñíscola. Por su parte, los tres destinos que se encontrarían a la cola de la dotación de sus clusters serían Burriana, Benicarló y Vinaroz, que sería el último. Los datos de base utilizados y los valores de los indicadores construidos se encuentran disponibles en la tesis doctoral que sirvió de base a este artículo.

Tabla 4: Caracterización de los clusters turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana. Posición de diferentes destinos.

Elemento del cluster	3 destinos mejor dotados	Posición de Calpe	3 destinos peor dotados
Atracciones	Oropesa, Calpe, Cullera		Benicarló, Tavernes Valldigna, El Puig
Hospedaje	Peñíscola, Oropesa, Benidorm	5	Burriana, Castelló, Alboraya
Viajes	Benidorm, Peñíscola, Calpe		Canet d'En Berenguer, Poble de Farnals, El Puig
Alimentación	Peñíscola, Oropesa, Alcalà Xivert	5	Villajoyosa, Orihuela, Valencia
Capacitación	Castellón, Alboraya, Alicante		Calpe, Guardamar del Segura, Teulada
Servicios de apoyo	Oropesa, Alcalà Xivert, Peñíscola	9	Oliva, Villajoyosa, Burriana
Otros Servicios	Oropesa, Peñíscola, Canet d'En Berenguer	19	Alfaz del Pí, Javea, Alboraya
Infraestructuras	Valencia, Alicante, Alboraya	20	Benicarló, Peñíscola, Vinaroz
Organizaciones de apoyo	Peñíscola, Calpe, Benidorm		Burriana, Benicarló, Tavernes de Valldigna
Cluster global	Oropesa, Peñíscola, Calpe		Burriana, Vinaroz, Benicarló

Elaboración propia.

2.1. El diamante calpino de la competitividad.

La conformación de los clusters turísticos así perfilados, puede ser analizada bajo el prisma de los instrumentos porterianos de la competitividad, obteniendo resultados interesantes. Al evaluar el diamante calpino de la competitividad turística, se obtienen las consideraciones que se realizan a continuación.

En primer lugar, respecto a los factores productivos, las investigaciones apuntan hacia dos conclusiones⁽⁸⁾. Primera, que en general, los factores básicos se han comportado acorde con lo prescrito por Porter, habiéndose configurado como impulsores y moderadores del desarrollo turístico de Calpe⁽⁹⁾. Segunda, por lo que respecta a los factores avanzados, aunque con el paso del tiempo han ido adquiriendo cada vez más importancia, los mismos no han alcanzado, ni de lejos, el peso que han manifestado los factores básicos.

Entender que de cara a un futuro inmediato, estos factores se perfilan como los más relevantes para la competitividad, obliga, indefectiblemente, a permanecer alerta, pues su situación actual en muchos destinos de nuestra Comunidad es mejorable. Este hecho es especialmente preocupante cuando se aprecia que muchos de los competidores que disponen de grandes ventajas en los factores básicos analizados, disponen a su vez, por el carácter fácilmente reproducible de algunos de los factores avanzados (cultura de la calidad o nuevas tecnologías), de grandes ventajas también en estos factores. El hecho de que gran parte de los mecanismos de creación de factores en el caso estudiado sean, contrariamente a lo que prescribe Porter, de carácter público no ayuda, precisamente, a mejorar la situación. Estas instituciones se han ocupado de mantener, en la medida de sus posibilidades, la capacidad de los factores básicos por seguir impulsando el desarrollo turístico, y también se han ocupado de implementar algunos de los factores avanzados más elementales. Pero es evidente que han obviado con carácter general, los factores avanzados más sofisticados. Precisamente aquellos, cuya puesta en marcha debe liderar la iniciativa privada.

En segundo lugar, por lo que se refiere a la demanda, el análisis del caso calpino revela que en los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana la demanda ha sido, junto con los factores productivos, el principal determinante de la competitividad turística. En términos generales esta demanda se ha comportado conforme a lo prescrito por la teoría de Porter, sin embargo, el estudio de caso ha puesto de manifiesto que no han sido necesarios todos los requisitos señalados por él, para la promoción del proceso de desarrollo turístico del litoral valenciano. Sólo el volumen de la demanda, y su carácter independiente, han jugado claramente en el sentido propugnado por Porter. Fuera de las consideraciones inequívocas sobre las consecuencias que este volumen de demanda y su carácter independiente han ejercido sobre la competitividad turística de este litoral, y en referencia al resto de papeles que Porter asigna a este determinante en su modelo, tan sólo puede apreciarse, para el caso concreto aquí estudiado, algunas de ellas.

La demanda turística calpina puede descomponerse en dos tipologías básicas: el turismo residencial de verano y el turismo de invierno. La estructura segmentada de la demanda y las elevadas tasas de incremento de la misma, son características señaladas por Porter, que presentes en el caso calpino, tanto para el turismo de Sol y Playa como para el de invierno, han ejercido un papel favorable en la mejora de la competitividad. Así mismo, y en referencia al turismo de sol y playa, se observa además la concurrencia de una temprana demanda interior, las necesidades precursoras de la demanda y la saturación temprana de la misma. Sin embargo, puede comprobarse como en lo relativo a las dos primeras cuestiones, el papel desempeñado por estos elementos no se ajusta perfectamente, a la función que Porter les asigna en su modelo. Por su parte, la existencia de compradores entendidos y exigentes, sólo puede apreciarse en el segmento del turismo de invierno.

El tercer determinante de la competitividad es, según Porter, los sectores conexos y de apoyo. Este tercer determinante de la competitividad manifiesta, en el

caso calpino, una menor importancia que los dos anteriores. Pero lo cierto es que es en este punto, donde mayores dificultades surgen para aplicar el marco estricto de la teoría definida por Porter en La Ventaja Competitiva de las Naciones, debiendo superar, para una mejor comprensión del fenómeno, el marco original de este autor, y recurrir tanto a aportaciones de otros autores como a algunas aportaciones posteriores del propio Porter⁽¹⁰⁾. La conclusión obtenida apunta hacia que al menos, por lo que al caso calpino se refiere, existen sectores complementarios y de apoyo, pero no concurren sectores “conexos” tal y como los entiende Porter. Y sólo con los sectores de apoyo, la situación se adecua más o menos bien a lo prescrito por este autor.

Por lo que hace a los sectores conexos (se analizaron dentro de este bloque la promoción inmobiliaria, los hoteles y camping, los propietarios de segundas residencias, los restaurantes y cafeterías, el comercio minorista, las atracciones, los transportes, las agencias de viajes y el sector pesquero), superando descripciones cuantitativas sobre las dotaciones de tal o cual actividad, se descubrió que en Calpe, los sectores conexos no son, precisamente, sectores conexos, sino que actúan de forma muy independiente, circunstancia que ha hecho (y hace) de los sectores conexos calpinos, un elemento poco competitivo en el sentido propugnado por Porter. Aquí se encuentra sin duda, una de las principales debilidades, y por ello, una de las cuestiones a mejorar de cara a un futuro. Respecto a los sectores de apoyo (se examinaron en el trabajo los sectores vinculados al alojamiento –construcción, mantenimiento de jardines, piscinas, real estate services– sectores de apoyo a la hostelería, al transporte, al ocio y sectores genéricos de apoyo), si excluimos la construcción y el comercio de equipamiento del hogar; y exceptuamos la distribución de bebidas y la comercialización de pescado fresco, poco o nada hay que diferencie a Calpe de ningún otro destino.

El último determinante de la competitividad es, para Porter, la estructura, estrategia y rivalidad de las empresas, y aquí, los resultados para el caso calpino son similares a los del determinante anterior. El peso

de este determinante tampoco puede equipararse al que han manifestado factores y demanda. Profundizando más, puede decirse que al analizar el caso calpino se detecta que: 1ª).- La rivalidad ha operado beneficiosamente sobre la competitividad de Calpe como destino turístico, pero no por la vía de forzar la innovación, como presupone Porter, sino por otras vías compatibles con opciones estratégicas distintas de la de diferenciación (costes y enfoque) que puede entenderse como la más apropiada para ello. 2ª).- Ante la más que probable pérdida de algunos de los factores básicos que dieron origen al despegue y desarrollo turístico de los municipios turísticos valencianos, la estructura estrategia y rivalidad de las empresas está llamada a ser en breve, junto a los sectores conexos y de apoyo, un importante factor de atraktividad turística. 3ª).- La política de desarrollo local tiene ante sí, en Calpe y en los destinos turísticos residenciales como éste, mucho campo de acción para mejorar este determinante clave de la competitividad. En el caso de la estructura y la estrategia, fomentando la incorporación de estructuras más sólidas al mercado y la adopción de estrategias innovadoras más cualificadas que las que pueden verse hasta estos momentos. En el caso de la rivalidad, promoviendo que ésta no decaiga, fomentando el espíritu empresarial en Calpe, y eliminando o suavizando para ello las importantes barreras que todavía existen en esta materia tanto en España como en la Comunidad Valenciana.

2.2. El gobierno en la promoción de la competitividad turística calpina.

Para finalizar este bloque hay que preguntarse acerca del desempeño del gobierno sobre la competitividad, lo que implica preguntarse ¿Ha reforzado el Gobierno el diamante calpino de la competitividad turística? Evidentemente esto no se ha hecho única y exclusivamente para la política turística, sino para el resultado final de la interacción de esta política con el resto de las acciones desempeñadas por las Administraciones Públicas (ordenación del territorio, etc), ni tampoco se ha hecho para una época o una Administración en concreto, sino que se ha dividido convenientemente las dos etapas (dictadura y

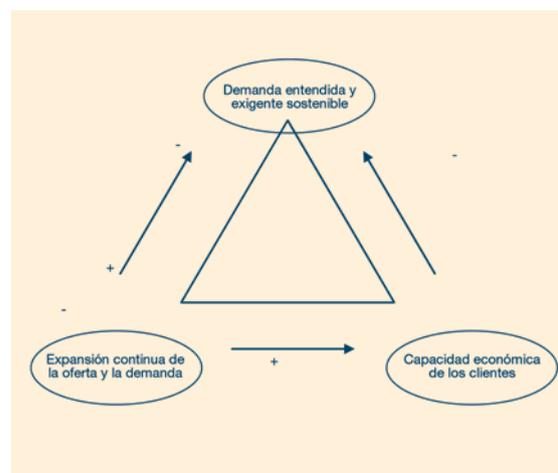
democracia) que han caracterizado la realidad reciente de España, y se han analizado las instituciones más características de cada una de ellas.

Las conclusiones obtenidas apuntan hacia que la valoración global de la acción gubernamental sobre la competitividad turística de Calpe debe distinguir, obligatoriamente, dos periodos muy diferenciados, independientes de los institucionales definidos en el párrafo anterior: un primer período que abarcaría desde los inicios del fenómeno hasta principios de la década de los noventa del s.XX (desarrollismo), y un segundo, desde entonces hasta hoy (cualitativismo). Durante el primer período (desarrollismo), el resultado obtenido es que la acción gubernamental no estuvo globalmente enfocada a la obtención de ventajas competitivas de orden superior en el sentido manifestado por Porter. Ni las autoridades nacionales, ni las locales, ni posteriormente, las autonómicas, tenían en mente un esquema como el establecido por él. Por el contrario, en esta época puede considerarse que en su conjunto, las actuaciones emprendidas estuvieron dirigidas a promover una competitividad basada en ventajas tradicionales (costes y precios bajos), cuyo resultado más ostensible, como se observa a simple vista, fue la masificación que hoy en día caracteriza a gran parte de los destinos litorales del Mediterráneo nacional.

El segundo período, más reciente, ha sido del todo diferente. La crisis de los primeros noventa destapó claramente los síntomas de agotamiento del modelo de desarrollo turístico tradicional, e inició una nueva etapa de reflexión fruto de la cual, surgió la necesidad de reorientar el desarrollo turístico hacia una senda de la competitividad más acorde con lo propugnado por Porter. La calidad, la viabilidad y la sostenibilidad serán los pilares del nuevo paradigma y constituirán el espíritu subyacente de la práctica totalidad de las acciones emprendidas por las autoridades turísticas, y por ello, la valoración de este segundo período habría de ser más positiva para la competitividad que la anterior. Sin embargo, el tren que transportaba el nuevo paradigma no ha dejado la misma carga en todas las estaciones. Si en términos generales, la Administración Central y la

Autonómica imbuidas por este espíritu han sido las primeras en asumir el paradigma de la competitividad basada en ventajas de orden superior, las Autoridades Locales, subyugadas como están a las otras dos, no encuentran la forma de hacerlo con la intensidad que sería conveniente. Y este es un aspecto que está relacionado, en cierta forma, con el debate acerca de la autonomía financiera municipal. Mientras los ayuntamientos de los municipios turísticos dependan como dependen de las licencias de construcción para subsistir (entendiendo esta subsistencia como la prestación de los servicios que les son demandados por la población residente y visitante), será difícil, por no decir imposible, que pueda observarse una modificación substancial de las inercias que caracterizan al modelo actual. Estas inercias se vuelven especialmente relevantes cuando se analizan las interacciones de la acción del gobierno respecto a los factores y la demanda. El análisis concreto de estas inercias para el caso calpino y su Ayuntamiento, tienen mucha enjundia, y permiten poner de relieve la existencia de un "triángulo inconsistente de la exigencia turística" (que viene a introducir el clásico debate entre cantidad o calidad turística, pero esta vez dentro de la dialéctica y estructura de pensamiento porteriana) que refleja el gráfico 3, y un "círculo vicioso de la competitividad turística", que ilustra el gráfico 4.

Gráfico 3. El triángulo inconsistente de la demanda turística



Elaboración propia.

Gráfico 4. El círculo vicioso de la competitividad en destinos turísticos residenciales



Elaboración propia.

En definitiva, el estudio del caso calpino pone de relieve que el diamante de Porter es un instrumento adecuado para el estudio de la competitividad turística de los destinos residenciales. Aunque visto desde este enfoque, el patrón de comportamiento competitivo manifestado por estos destinos se ha aproximado más al patrón de ventajas tradicionales (costes y factores básicos) que no al avanzado (ventajas competitivas de orden superior).

3. Un ejercicio metodológico para caracterizar los diamantes competitivos de los destinos turísticos residenciales.

Utilizar el diamante de Porter como instrumento de análisis de los destinos turísticos residenciales abre la posibilidad, a priori, de intentar estimarlo econométricamente. Un análisis de corte transversal, se ha realizado en la tesis que sirve de referencia a este artículo y los resultados obtenidos apuntan

nuevamente hacia las conclusiones anteriores, a saber: que el patrón de comportamiento manifestado por estos destinos turísticos ha sido el básico.

Partiendo de las variables reflejadas en la tabla 2 (dotación de playas, dotación hotelera, dotación de puertos deportivos, etc) y procedimientos estadísticos como la regresión lineal o la estimación de ecuaciones estructurales, pueden obtenerse resultados interpretables para el conjunto de los treinta destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana mencionados con anterioridad⁽¹¹⁾.

La regresión lineal de los determinantes que refleja la tabla 5, según el procedimiento descrito en la parte superior de la tabla 6, en la que se han asignado las diferentes variables a los distintos determinantes y a la competitividad, arroja el resultado que refleja la parte inferior de dicha tabla.

Tabla 5: Asignación de variables a los diferentes factores del diamante de Porter

Determinante	Variables asignadas	Denominación variable:
Competitividad (competi)	Porcentaje de extranjeros del municipio Porcentaje de segundas residencias del municipio La población del municipio	(extran) (segres) (pob)
Factores básicos (facbas)	Las zonas de baño del municipio Las banderas azules existentes en el municipio Superficie del término municipal Educación Secundaria Obligatoria	(zban) (bazul) (super) (eso)
Factores avanzados (facavan)	BUP y COU FP Ciclos formativos Teléfonos Nº Campos de golf Nº Atracciones Nº Puertos Deportivos Parques Naturales o Temáticos Oficinas de Información Turística	(Bupcou) (FP) (Cfor) (Tlf) (Golf) (Atrac) (Puerdep) (Parnatotem) (oit)
Demanda (demand)	Apartamentos	(Apart)
Sectores conexos y de apoyo (seconap)	Hoteles y hostales Camping Cafeterías Cines Entidades financieras Asociaciones Profesionales Asociaciones de Residentes	(Hothos) (Campin) (Cafet) (Cin) (Financ) (Asprof) (Asres)
Rivalidad	Restaurantes	(Rest)
Gobierno	Presupuestos Municipales	(Presmun)

Elaboración propia.

Tabla 6: Mejor modelo obtenido por el procedimiento de regresión lineal

<p>Variabes/Determinantes: Competi=extran+segres+pob Facbas=zban+2bazul+super+eso Facavan=2(Bupcou+FP+Cfor)+Tlf+5(golf+atrac+puerdep+parnatoem+oit) Demand=Apart Seconap=Hothos+camping+cafet+cin+financ+asprof+asres Riv=Rest/pob Gob=Presmun/pob</p> <hr/> <p>Regresión:</p> <p>$\log(\text{Competi}) = 0,448 + 0,07566\log(\text{Facbas}) + 0,879\log(\text{Facavan}) + 0,02661 \log(\text{Demand}) - 0,0140\log(\text{Seconap}) - 0,0324 \log(\text{Riv}) - 0,00465 \log(\text{Gob})$</p> <p>Donde R²=0,969 y el R² ajustado al tamaño muestral es 0,960, ambos tremendamente satisfactorios, al igual que el estadístico F=104,742, que nos garantiza la significatividad global del modelo.</p>

Elaboración propia.

La interpretación del resultado de la tabla 6, ya resulta conocida: bajo estas condiciones, la competitividad actual de los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana estaría en proporción directa a los factores productivos (básicos y avanzados) y la demanda, y en proporción inversa a los sectores conexos y de apoyo, la rivalidad y el gobierno. Un resultado no tan lejano a las conclusiones obtenidas en el apartado anterior.

Al examinar los coeficientes de significatividad (t), puede simplificarse la ecuación de la tabla 12 para quedar como sigue: $\log(\text{Competi})_i = 0,436 + 0,924 * \log(\text{Facavan}) - 0,311 \log(\text{Riv})$ donde R²=0,964 y R² ajustado=0,961 (F=323,299). No hay más que utilizar las matemáticas más elementales para darse cuenta de que estamos ante una función tipo Coob-Douglas: $\text{Competi} = 2,73\text{Facavan}^{0,924}\text{Riv}^{-0,311}$

Maximizar funciones de competitividad como las descritas, sobre un conjunto de restricciones que podrían definirse partiendo de los costes de incrementar cada uno de los determinantes para una renta (o un presupuesto) dada, o bien a través de límites a los recursos naturales disponibles, tiempo etc. no es una tarea tan lejana al día a día de la teoría económica, y en consecuencia, serían ejercicios al alcance de aquellos economistas que lidian con este tipo de problemas a diario. La modelización analítica del ejercicio planteado sería como sigue:

$$\text{Max } C(x) = \alpha X_1 + \beta X_2 + \gamma X_3 + \delta X_4 + \theta X_5 + \lambda X_6$$

s.a Restricción monetaria:

$$a_1 X_1 + b_1 X_2 + c_1 X_3 + \dots + z_1 X_6 \leq M$$

Restricción medioambiental:

$$a_2 X_1 + b_2 X_2 + c_2 X_3 + \dots + z_2 X_6 \leq P$$

Restricción tiempo:

$$a_3 X_1 + b_3 X_2 + c_3 X_3 + \dots + z_3 X_6 \leq T$$

Donde:

C(x): Función de competitividad

X1: dotación de factores productivos básicos

X2: dotación de factores productivos avanzados

X3: determinante de la demanda

X4: determinante de los sectores conexos y de apoyo

X5: determinante de la rivalidad

X6: determinante del gobierno

M: Presupuesto disponible para el desarrollo del destino turístico

P: Capacidad de carga disponible del destino turístico

T: Tiempo disponible para desarrollar el destino turístico.

Los resultados anteriores son, por su elevada significatividad estadística, muy interesantes. Sin embargo, los resultados más prometedores se obtienen al utilizar el procedimiento de la estimación de ecuaciones estructurales, pues permite trabajar al investigador con variables no observadas (constructos) como serían, en el caso del modelo de Porter, la "competitividad" o el "diamante".

Gráfico 5: Modelización conceptual del diamante de Porter en los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana en base a dos variables latentes: diamante y competitividad.

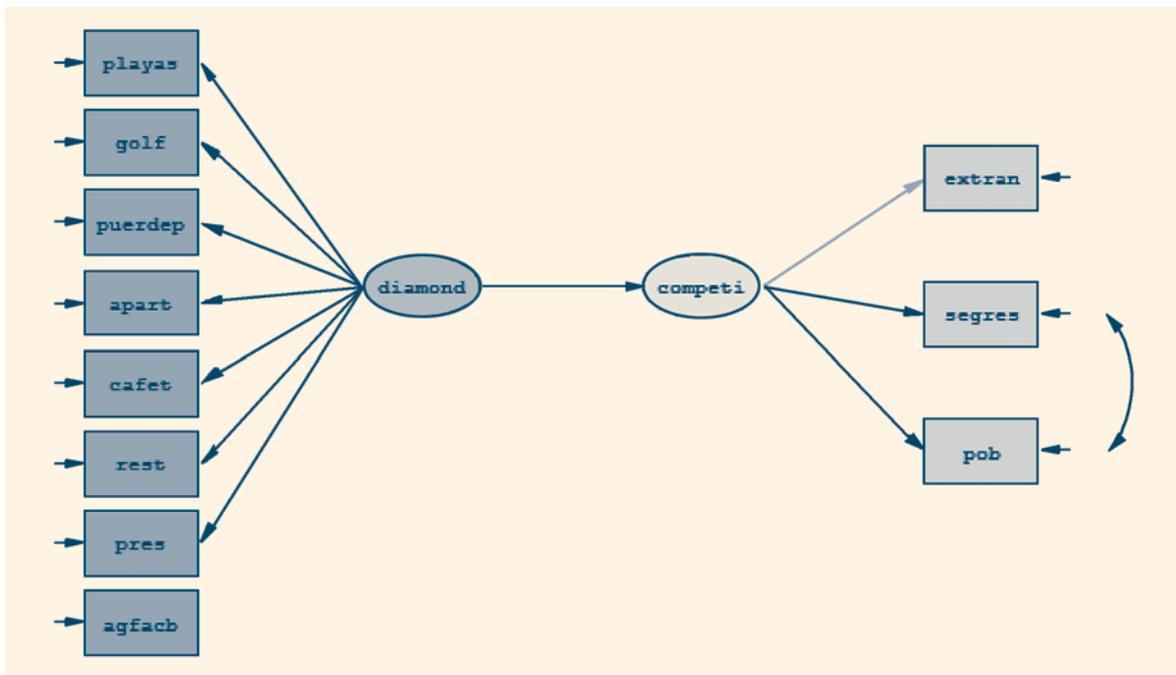
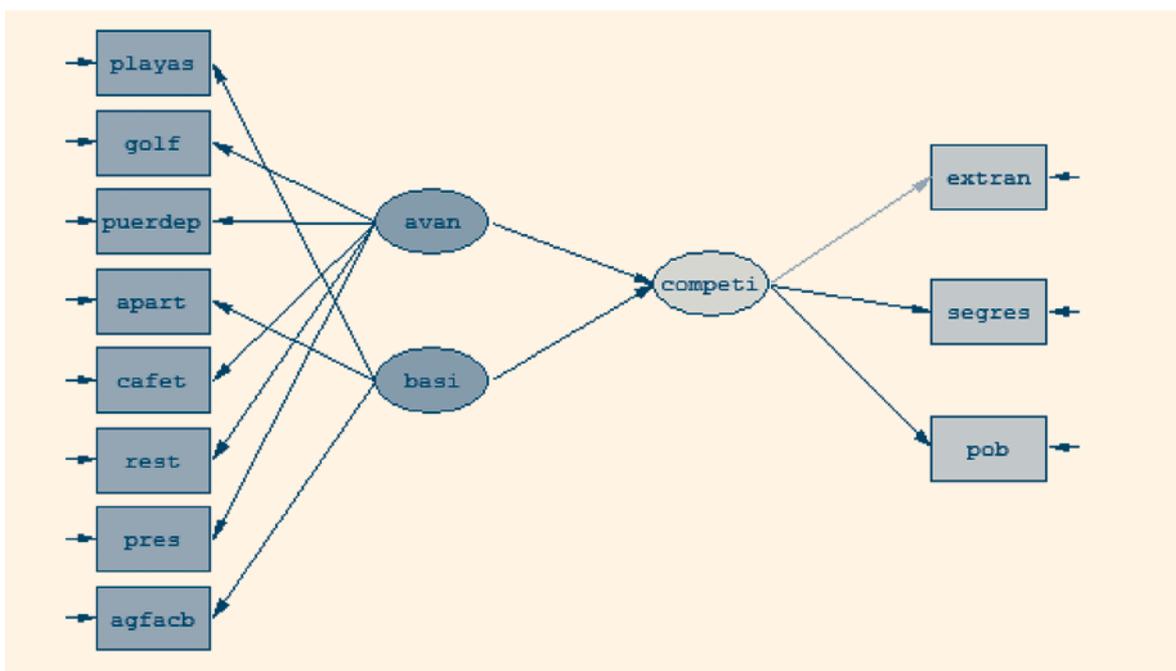


Gráfico 6: Modelización analítica del diamante de Porter en los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana: en base a tres variables latentes: patrón básico, avanzado y competitividad.



Los gráficos 5 y 6 son un ejemplo de modelos conceptuales que tratan de determinar la influencia del diamante de Porter sobre la competitividad turística de los destinos, utilizando el procedimiento de estimación de ecuaciones estructurales. Partiendo de algunas de las variables observadas de la tabla 2

(en el gráfico vienen representadas por los rectángulos, y comprenden Km de playas, campos de golf, etc.) se define, en el gráfico 5, los constructos "competitividad" (competi) y "diamante" (diamond) y se analiza, con la aplicación informática LISREL, como afecta el diamante sobre la competitividad.

El gráfico 6 es un modelo conceptual que serviría, partiendo de los mismos datos utilizados anteriormente, para detectar el patrón de comportamiento competitivo seguido por los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana. Se construye una variable latente “avan” que agruparía aquellas variables que pueden asociarse a un patrón de comportamiento competitivo avanzado en el sentido propugnado por Porter (los campos de golf, amarres en puertos deportivos, plazas de cafetería y restaurantes y la relación entre presupuestos municipales y habitantes). Se construye otra variable latente “basi” que agruparía las variables que pueden asociarse a un patrón de comportamiento competitivo más tradicional (dotación de playas, apartamentos y grado de agotamiento del suelo). Se regresa la competitividad “competi” configurada por las mismas variables que en el caso anterior, frente a ambas variables latentes.

Los resultados preliminares ponen de manifiesto coeficientes positivos frente al patrón de comportamiento básico y coeficientes negativos frente al patrón de comportamiento competitivo avanzado, conclusiones que apuntan hacia el sentido obtenido al analizar el caso concreto de Calpe. Sin embargo, los ejercicios realizados todavía no han arrojado resultados definitivos. Dificultades con la definición de algunas de las variables que han tenido que ser obtenidas, a falta de otras fuentes oficiales, por análisis de fuentes indirectas como el Manual del Profesional de la Oferta Turística, unido a la disponibilidad de un bajo número de observaciones (las que constituyen los núcleos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana), dificultan la obtención, en LISREL, de los niveles de significatividad estadística que sería aceptable para configurar una estimación definitiva.

El procedimiento presentado se encuentra actualmente en fase de perfeccionamiento, tarea que pasa por la mejora de los instrumentos estadísticos analizados, la reconsideración de algunas de las variables utilizadas y la ampliación del análisis a un conjunto más amplio de destinos turísticos, superando el marco geográfico conformado por los

destinos de la Comunidad Valenciana. Se considera que la creación de un Observatorio Valenciano de la Competitividad Turística que proveyera de datos fiables sobre el sector, facilitaría la realización de este tipo de estudios y supondría un fuerte impulso para el conocimiento científico del turismo en la Comunidad Valenciana.

Tabla 7. Grado de agotamiento del suelo en diferentes destinos turísticos de la Comunidad Valenciana.

Municipio	Suelo Total	Suelo Urbano +Urbanizable	%
Alacant / Alicante	20142,625	4741,185	24%
Alfàs del Pi, l'	1854,33	784,98	42%
Altea	3379,75	1759,05	52%
Benidorm	3547,95	1527,59	43%
Benissa	6927,42	1647,42	24%
Callosa de Segura	2469	208,96	8%
Calp / Calpe	2264,98	1006,36	44%
Campello, el	5447	1103,3	20%
Dénia	6611,46	2709,33	41%
Guardamar del Segura	3510	701,07	20%
Orihuela	34859,82	3504,2	10%
Santa Pola	5736,075	1133,19	20%
Teulada	3199,64	1256,27	39%
Torreveja	6412	2074,46	32%
Vila Joiosa, la / Villajoyosa	5746,71	872,42	15%
Xàbia / Javea	6837,82	3542,64	52%
Alcalà de Xivert	16801,15	1284,42	8%
Benicarló	4830	489,02	10%
Benicàssim	3809,04	924,3	24%
Castelló de la Plana	10473,35	3142,52	30%
Orpesa	2660	1147,48	43%
Peñíscola	7919,8	4666,82	59%
Vinaròs	9684,66	978,38	10%
Canet d'En Berenguer	407,05	106,67	26%
Cullera	5340	344,54	6%
Gandia	5998,15	1233,78	21%
Pobla de Farnals, la	350,46	165,42	47%
Puig	2633,78	353,48	13%
Sagunt / Sagunto	13558,93	2833,49	21%
Tavernes de la Valldigna	4960	272,56	5%
Valencia	13465	4178,24	31%
Xeraco	1973,02	120,86	6%

Elaboración Propia. Fuente: Anuario Estadístico Municipal y Comarcal 2002

4. La dinámica de la Ventaja Competitiva de Calpe y el desarrollo local en los destinos turísticos residenciales.

Finalizado el examen del diamante de la competitividad turística, resta por abordar el estudio del último elemento de la teoría, a saber: las fases de desarrollo competitivo (impulsada por los factores productivos, la inversión, la innovación o la riqueza) por las que han atravesado los destinos turísticos de la Comunidad Valenciana.

Para medir la duración de las distintas fases propuestas por Porter en el ámbito del desarrollo turístico de Calpe, se ha procedido a cotejar, para cada una de las décadas transcurridas entre 1960 y 2000, la concurrencia o no en este municipio de los diferentes ítems señalados por él que son característicos de cada una de estas fases. Al realizar este ejercicio se descubre, en el caso calpino, que aunque los fundamentos del desarrollo turístico del municipio han sido en esencia los mismos desde 1960, pueden identificarse bien algunas de las fases señaladas por Porter en su teoría. En concreto, se distingue con claridad una primera etapa de desarrollo impulsada por los factores productivos (que abarcaría desde los mismos inicios del fenómeno hasta los primeros años de la década de los setenta del siglo pasado), una segunda etapa donde el desarrollo ha venido impulsado por la inversión (esta segunda etapa comprendería desde 1971 hasta prácticamente la actualidad) y un momento actual, en el que se observa una transición entre dicha etapa de desarrollo impulsada por la inversión y una nueva etapa en la que la innovación será el motor fundamental del desarrollo turístico (fase de innovación).

Ésta es, sin duda, la principal conclusión de la investigación realizada en este aspecto, pero el examen del caso calpino arroja otras interesantes lecciones. En primer lugar, puede observarse que los factores productivos básicos están llamados a dejar de ser una de las fuentes de ventaja competitiva a tener en cuenta en los destinos turísticos valencianos. Calpe abandonó ya hace mucho tiempo la fase de desarrollo impulsada por los factores, y puede decirse sin temor a equivocarse que nunca volverá a ella. Ello no significa, desde luego, que los calpinos hayan perdido todos y cada uno de los factores básicos que propiciaron el nacimiento y consolidación de su prosperidad turística. Afortunadamente, el clima y las playas (y estas últimas mantenidas sólo a base de elevadas dosis de inversión), seguirán figurando en su activo por mucho tiempo. Y serán una fuente de ventaja competitiva para Calpe. Pero otros activos no renovables, como a estos efectos deben considerarse al paisaje y en cierto modo a la tranquilidad, son ya

vestigios del pasado, imposibles de recuperar. Existe otra clase intermedia de factores, como la mano de obra abundante y barata, que últimamente ha sido regenerada mediante el fenómeno de la inmigración. Pero esta claro que comparativamente, y a medio plazo, ésta no puede ser una fuente de ventaja sostenible, habida cuenta de que gran parte de esta mano de obra proviene de lugares igual o mejor dotados físicamente para el turismo, y con mano de obra más abundante y más barata todavía. Así pues, como factores básicos similares o superiores a los que se observan en Calpe existen en otros lugares, que además se encuentran relativamente vírgenes desde el punto de vista de la explotación turística, parece claro que ni Calpe, ni los destinos turísticos españoles similares a este, podrán nunca volver a competir exclusivamente en factores básicos en un mercado mundial.

Por estos mismos motivos, puede decirse que la fase de desarrollo impulsada por la inversión en la que Calpe todavía se encuentra en parte inmerso actualmente, también está llamada, como la anterior, a desaparecer. A estas alturas del proceso parece bastante claro que en el ámbito turístico, la fase de desarrollo impulsada por la inversión únicamente puede alimentarse por medio del consumo continuo de una dotación de factores básicos renovables o aparentemente inagotables. El capital financiero, es el detonante que aplicado sobre los recursos naturales y la mano de obra necesaria, sostiene la fase de desarrollo impulsada por la inversión. Pero por desgracia, uno de esos recursos naturales básicos que sustenta todo el proceso, tal vez el más importante, resulta que es finito y no renovable. Es el suelo disponible. Es más que razonable suponer, en el caso calpino, que la fase actual de desarrollo basada en la inversión finalizará cuando se agote el suelo disponible, algo que como puede verse en la tabla 7, no está muy lejos de suceder. Por tanto, ante la imposibilidad de volver a un desarrollo impulsado por los factores, y ante un más que previsible agotamiento del desarrollo basado en la inversión: ¿qué alternativas podemos esperar para el futuro turístico de Calpe? Está claro que dentro del marco establecido por Porter, sólo restan dos posibilidades: a la fase que se experimenta actualmente, o bien le

seguirá una fase de desarrollo impulsada por la innovación, o bien una etapa de desarrollo impulsada por la riqueza. Ambas representan dos escenarios completamente contrapuestos, la primera es el progreso; la segunda, el declive. En estos momentos, parece más plausible la primera que la segunda. Pero debe tenerse en cuenta que Porter advierte que los síntomas de esta última fase son como la carcinoma, poco visibles y de lenta aparición, pero provocan un daño irreversible. Calpe ya podría estar experimentando este daño. Así pues, las decisiones que los diferentes agentes del cluster adopten en la actualidad, serán cruciales para decantar el proceso hacia uno u otro lado de la balanza. Calpe, como otros destinos de la Comunidad Valenciana, se encuentra por tanto, en estos momentos, en una encrucijada.

En el marco de la superación de los retos que la actualidad plantea a los destinos turísticos residenciales como Calpe, deberá resplandecer con luz propia la política de desarrollo local. El desarrollo local, y sus instrumentos de promoción como las Agencias de Desarrollo Local, los Consorcios o las Redes de Promoción Económica, se encuentran en una posición privilegiada para adoptar medidas que promuevan las ventajas competitivas de orden superior en los destinos turísticos valencianos.

Ellas deberían convertirse en verdaderos mecanismos de creación de factores turísticos y deberían ser las encargadas de ayudar a las instituciones y departamentos de turismo a poner en marcha una política de mejora de las condiciones de los clusters turísticos residenciales. Para ello deberían propiciar la mejora en la estructura, estrategia y rivalidad de las empresas, también deberían coordinar las actuaciones de los diferentes departamentos municipales, especialmente en todas aquellas actuaciones que puedan afectar a la atractividad turística de los destinos y por último, tendrían que propiciar la cooperación público-privada. No obstante, el estudio del caso calpino demuestra que para llegar a este punto, estos instrumentos de desarrollo local deberán abandonar la concepción estrecha de desarrollo que ha caracterizado su

actuación hasta ahora (políticas de lucha contra el desempleo, fundamentalmente) y ampliar sus miras para abordar el resto de tareas que permitan afrontar con éxito este nuevo reto.

5. Conclusiones.

En resumen, el trabajo realizado demuestra que la teoría de la ventaja competitiva de Porter, y en concreto, dos de sus instrumentos (el diamante y las fases de desarrollo competitivo), son instrumentos válidos para explicar el nacimiento y la consolidación de los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana, así como sus diferentes grados de competitividad. La teoría de la ventaja competitiva de Porter no se encuentra aislada. Como se dijo al inicio, es una teoría más dentro de un universo más amplio de teorías explicativas del desarrollo económico de las que se alimenta y obtiene importantes sinergias, pero la teoría de la ventaja competitiva, y en particular, el enfoque del análisis cluster, enriquece en un grado tan elevado la forma de aproximarse al fenómeno complejo que constituyen los destinos turísticos residenciales, que hace de la misma, una teoría superior a las demás teorías económicas que se conocen hasta ahora para explicar dicho desarrollo, y se complementa bien con las aportaciones procedentes de otros campos del pensamiento como en este caso es, normalmente, la geografía.

El estudio del caso concreto de Calpe, pone de manifiesto que la competitividad actual de los destinos valencianos, se ha cimentado (y cimenta) más bien sobre la explotación de las ventajas competitivas clásicas que no sobre ventajas de orden superior. Es decir, unos magníficos recursos naturales, y unos bajos costes (o precios), que han sido, hasta ahora, las bases de su desarrollo turístico. Pero también se aprecia que el propio proceso de desarrollo turístico repercute negativamente sobre algunos de esos factores básicos que lo sustentan y alimentan. Aunque se tomen medidas correctoras, siempre es inevitable una cierta destrucción (p. ej. la tranquilidad o el paisaje). Así, puede concluirse que en la actualidad, sólo el clima, (pues las playas, que necesitan su periódica regeneración para funcionar,

hay que sostenerlas a base de elevados niveles de inversión; el suelo, lleva vistas de agotarse; y el agua, no es ni mucho menos ilimitada) puede permitir a estos destinos seguir siendo de cara a un futuro, lo que han sido hasta ahora. Y a falta de estos factores básicos, será necesario apostar firmemente por los factores avanzados y su creación, si no quieren verse superados por destinos turísticos competidores que con iguales o mejores factores básicos, no presentan los problemas que la masificación ha originado en casi todos los municipios turísticos valencianos. Por todo ello, los factores avanzados se perfilan, de cara a un futuro, como una de las claves para el sostenimiento de la ventaja competitiva de los destinos turísticos de la Comunidad. Pero todo esto pasa por varias condiciones. Primera, comenzar a asumir el paradigma porteriano de la competitividad como marco explicativo de nuestro desarrollo turístico (y

analizar la realidad de nuestros destinos, como desde aquí se ha propuesto con dos alternativas metodológicas para el estudio de los clusters y los diamantes, desde este prisma). Segunda, comenzar a observar la implicación de la iniciativa privada en la creación de factores. Y tercero, que la política de desarrollo local comience a desempeñar el papel que le corresponde de cara a propiciar este futuro basado en una competitividad de ventajas de orden superior.

La propuesta realizada de creación de un Observatorio Valenciano de la Competitividad Turística, que podría encargarse de realizar estimaciones y estudios econométricos basados en las propuestas metodológicas aquí planteadas, podría contribuir a superar con éxito los retos que hoy en día tienen planteados los destinos turísticos residenciales de la Comunidad Valenciana.

NOTAS:

⁽¹⁾ Algunas veces han sido utilizados por los economistas, y otras no. Las aproximaciones al fenómeno turístico basadas en los conceptos de ventaja absoluta o ventaja comparativa, vendrían representadas por los autores primigenios e incluso la propia Administración Turística española de los años sesenta del s. XX que trataban sobre el "milagro turístico" español y lo justificaban en base a los bajos costes y precios que España mantenía para aquellos primeros visitantes. Por el contrario, otras aproximaciones como las de Jurado o Gaviria, harían hincapié, durante los años setenta, en las limitaciones del modelo de desarrollo turístico español expansivo experimentado durante esos años. Mientras que otras aproximaciones actuales al estudio turístico, como por ejemplo las de Vera Rebollo, Ivars, Camisón o Bigné Alcañiz están claramente imbuidos de aspectos relacionados con la sostenibilidad de los destinos y el aprovechamiento de los recursos endógenos en la línea de las teorías del desarrollo local y el desarrollo sostenible.

⁽²⁾ La Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter apareció por primera vez publicada, en su versión original, en Porter M.E (1990): *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press New York.

⁽³⁾ Para profundizar en el conocimiento del diamante de Porter, el lector puede dirigirse a la traducción española de Plaza y Janés, "La Ventaja Competitiva de las Naciones". El desarrollo de los elementos mencionados se realiza en los capítulos tercero y cuarto, pp. 108-238.

⁽⁴⁾ Los autores vinculados al Centro Latinoamericano de Desarrollo Sostenible (CLADS), centro dependiente del Instituto Centroamericano de Administración de Empresas (INCAE), estarían entre los más representativos de ese continente. Pero también, en el ámbito europeo podríamos citar a Weiemar K., Vera Rebollo J.F, y otros. En el ámbito español, la Generalitat de Catalunya y su estudio de 1992 "Reforç de l'avantage competitiu del sector turisme a Catalunya" representaría el antecedente original de estos intentos.

⁽⁵⁾ Estos destinos son: Alfaz del Pí, Altea, Benissa, Calpe. El Campello, Denia, Guardamar del Segura, Orihuela, Pilar de la Horadada, Santa Pola, Teulada, Torrevieja, Villajoyosa, Xàbia, Alcalà de Xivert, Benicarló, Benicassim, Peñíscola, Oropesa, Burriana, Vinaroz, Alboraya, Canet d'En Berenguer, Cullera, Gandía, Oliva, La Pobla de Farnals, El Puig, Sueca y Tavernes de Valldigna, Benidorm, Alicante, Valencia y Castellón.

⁽⁶⁾ Por ejemplo, "Servicios de apoyo 9", significa que en servicios de apoyo Calpe ocupa la novena posición de la Comunidad Valenciana en términos de ese indicador.

⁽⁷⁾ Por ejemplo, dentro de servicios de apoyo se encuentra "Comunicaciones", con una media de 553 para el conjunto de los destinos estudiados. Y junto a él, en número claro, figura el valor correspondiente a Calpe. En el caso anterior, 560, lo que lleva a concluir que Calpe está mejor dotado en ese elemento "Comunicaciones" que la media de los destinos analizados.

⁽⁸⁾ En concreto, los elementos evaluados son el clima y el paisaje, el suelo, el agua, el capital financiero y la mano de obra no cualificada dentro de los factores básicos; la mano de obra cualificada y especializada, la infraestructura (genérica y específica), la seguridad, los servicios, las nuevas tecnologías, la calidad y el marketing, dentro de los factores avanzados.

⁽⁹⁾ Impulsores han sido indiscutiblemente el clima (factor exógeno) y el paisaje (variable endógena) pues en ellos ha descansado fundamentalmente la conversión de este municipio en destino turístico. Pero al final moderadores e incluso freno, en la medida en que no son inagotables, y la situación actual en la que se encuentran algunos de ellos (suelo y agua, pero también en cierto modo paisaje) amenazan con limitar la progresión de la competitividad del destino, del modo que hasta ahora se ha conocido. El capital financiero y la mano de obra no cualificada pueden calificarse igualmente como motores, sin embargo, de su análisis se aprende una lección no por menos obvia, menos interesante: en la medida en que estos factores no se encontraban originariamente en el municipio, su utilización ha tenido un "coste" y este ha sido la "fuga" de parte de los beneficios generados por el proceso hacia otros lugares, bien en forma de plusvalías, bien en forma de meras rentas de la mano de obra que tras desempeñar sus tareas en el municipio, han regresado a sus lugares de origen. Segunda, muchos destinos competidores, especialmente aquellos que pueden considerarse nuevos destinos turísticos (Caribe, Asia,..), disponen hoy por hoy de una dotación de factores básicos superior a la que presenta nuestra Comunidad (mano de obra más barata, paisajes prácticamente vírgenes,...) lo que supone una seria amenaza para el sostenimiento de la competitividad internacional de este territorio por esta vía.

⁽¹⁰⁾ La complejidad del hecho turístico, y el confuso tratamiento otorgado por la literatura, no ayudan precisamente a la tarea de distinguir entre sectores conexos, sectores de apoyo y sector turístico propiamente dicho. El criterio finalmente seguido consistió en no contemplar ninguna actividad ni institución de carácter público (se optó por ubicarlas en el apartado relativo al Gobierno).

⁽¹¹⁾ Para evitar distorsiones, no se tienen en cuenta en esta parte del análisis, las tres capitales de provincia, ni Oropesa ni Peñíscola.

Bibliografía:

- Bote V. (1985) *La financiación del sector turístico en España: 1966 - 1981*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- Doryan E. et al. (1999) Competitividad y Desarrollo Sostenible: Avances Conceptuales y Orientaciones Estratégicas. CEN 001 en CLADS Centro Latino Americano para la Competitividad y Desarrollo Sostenible.
- Esser K. et al. (1996) "Competitividad sistémica: Nuevo desafío a las empresas y a la política." Revista CEPAL N° 59 pp, 39 –52.
- Figueroa M. (1985) *Teoría Económica del Turismo*. Ed. Alianza Universidad Textos.
- Generalitat de Catalunya. Departament de Comerç, Consum i Turisme (1992) "Reforç de l'avantage competitiu del sector turisme a Catalunya". *Síntesis de l'Estudi*. Fundación Cavanilles de Altos Estudios Turísticos.
- Hill B. and Henning J.C. (1992) Competing "Green", basado en una conferencia pronunciada en la University of Concordia en septiembre de 1992 Accounting for the Environment: The Disapearing Resource, Ecological Agriculture Project. Vía Internet. <http://www.eap.mcgill.ca/Publications/EAP37.htm>
- Ivars J.A. (2003) *Planificación turística de los espacios regionales en España*. Ed. Síntesis.
- Meyer-Stamer J. (2000) "PACA Participatory Appraisal of Competitive Advantage.". Vía Internet (actualmente redireccionado a www.mesopartner.com/spanisch/s-neues.html)
- Monfort V.M. (1999) *Competitividad y factores de éxito en los destinos turísticos Mediterráneos: Benidorm y Peñíscola*. Tesis Doctoral. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Penttinen R. (1994) "Summary of the Critique on Porter's Diamond Model: Porter's Diamond Modified to Suit the Finnish Paper and Board Machine Industry". Discussion Paper 462, The Research Institute of the Finnish Economy (ETLA), Helsinki.
- Perles J.F. (2004) *Turismo, Ventaja Competitiva y Desarrollo Local*. Tesis Doctoral no publicada. Universidad de Alicante.
- Porter M. (1982) *Estrategia Competitiva. Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia*. ED. CECSA.
- Porter M. (1990) *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. Ed. Plaza y Janés
- Porter M. (2003) *Ser Competitivos. Nuevas aportaciones y conclusiones*. Ed. Deusto.
- Ramón A.B. (2000) *La Internacionalización de la industria hotelera española*. Universidad de Alicante. Tesis Doctoral. Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Sánchez J.A. y Moreno J. (1997) "Turismo en Nicaragua: Diagnóstico de la Industria" CEN 640 CLADS Vía Internet, acceso 13/05/2005.

El autor agradece a la profesora Ana Ramón del Departamento de Análisis Económico Aplicado de la Universidad de Alicante sus comentarios respecto del artículo aquí presentado.

