

Monitor de Competitividad Turística relativa de las Comunidades Autónomas Españolas



MoniTUR 2009

Santander, 22 de junio de 2010

1.a. Que es MoniTUR

- **MoniTUR 2009** es el resultado de una iniciativa de EXCELTUR pionera en el ámbito turístico regional a nivel internacional, desarrollada conjuntamente con Deloitte, dirigida a **identificar y valorar los ámbitos determinantes de la competitividad turística de las comunidades autónomas españolas**, y detectar las políticas e instrumentos más relevantes y transversales de sus gobiernos que, junto a la gestión empresarial, permiten reforzarla.
- **MoniTUR 2009** es un instrumento para poder valorar y seguir en futuras ediciones, la capacidad de cada comunidad autónoma y sus destinos de **consolidar un posicionamiento turístico diferencial y sostenible** en el tiempo. Es decir de conciliar y asegurar la mayor prosperidad socioeconómica, creación de empleo y bienestar percibido del turismo a nivel regional, con la mejor puesta en valor y preservación de sus valores identitarios y sus recursos naturales, culturales y territoriales.
- **MoniTUR 2009** es un trabajo que pone el mayor acento en analizar **el papel transversal de la gestión pública** y de todas las áreas de un gobierno autónomo para el impulso de la competitividad turística. **En ningún caso pretende focalizarse solo, en identificar las políticas y gestión mas directa de las Consejerías de turismo competentes.**
- **MoniTUR 2009** surge asimismo desde la **convicción de la creciente responsabilidad corporativa que incumbe al sector privado frente a la sociedad y la propia función pública**. Es decir, no solo exigir la mejor gestión y dotaciones públicas posibles, sino ayudar a hacerlo posible, aunando los máximos esfuerzos y recursos, **que legitimen un papel empresarial más activo y co-participativo** en una gestión publico-privada que beneficie a todos
- **MoniTUR 2009** es el primer paso de un trabajo que desea emular en el tiempo, a nivel turístico regional en España, el ejemplo de otros Monitores internacionales de Competitividad, desarrollados desde el ámbito privado, como el del World Economic Forum de Davos, la referencia mundial mas acreditada en este campo, incluido el turístico, sobre el que hace tres años publica un Monitor específico



1.b. Que es MoniTUR

- **MoniTUR 2009** es un ejercicio de **transparencia y puesta en mayor valor de un caudal de información poco conocido o infrautilizado** que permite aproximar el curso del sector **con una perspectiva mas dinámica y de medio plazo** . Trata de facilitar la toma las decisiones, bajo el mismo espíritu con el que se sugiere una mejor gestión de los destinos: poner en mas valor los recursos y atractivos que mejoren sus posicionamientos competitivos.
- **MoniTUR 2009**, es resultado de **un complejo proceso de elaboración** de cerca de 16 meses con múltiples dilemas y altibajos para aproximar con rigor y objetividad diversos ámbitos determinantes de la competitividad turística, **dadas las múltiples carencias de información reconocida existentes a nivel regional , periódica y homogénea** . De hecho dichas carencias **han terminado formando parte de un capítulo propio** al que se le ha dado la mayor relevancia como producto y conclusiones en si mismas, para que se puedan superar en futuras ediciones.
- **MoniTUR 2009** trata de reflejar la realidad de las CCAA y sus principales destinos turísticos, **tanto desde la perspectiva de su desempeño y resultados actuales, como muy particularmente valorando su potencial de futuro** y los ámbitos prioritarios a favorecer para hacerlo posible. A partir de los posicionamientos de las diversas CCAA en todos los ámbitos valorados, **pretende despertar lecturas constructivas y orientar oportunidades de mejora y su priorización**



6.2.a. Presentación de los resultados de MoniTUR 2009

- Como resultado del proceso de cálculo y agregación de todos los componentes de MoniTUR cada comunidad autónoma se clasifica en función de un **valor numérico** y una **posición relativa (1-17)** en cada uno de los 66 indicadores, en los 29 ámbitos determinantes de la competitividad que los integran y en los 7 pilares cuya agregación da lugar al ranking relativo global resumen de todo el ejercicio. (cabe señalar que el valor numérico medio entre las distintas CCAA es = 100)

CC.AA.	Indicador global	
	Ranking	Valor
País Vasco	1	114,0
Comunidad de Madrid	2	113,6
Cataluña	3	113,5
Andalucía	4	107,0
Baleares	5	104,5
Canarias	6	103,2
Comunidad Valenciana	7	101,4
Galicia	8	98,3
Navarra	9	98,1
La Rioja	10	97,8
Castilla-La Mancha	11	95,3
Castilla y León	12	94,9
Murcia	13	94,7
Cantabria	14	93,2
Aragón	15	92,3
Asturias	16	92,1
Extremadura	17	86,0

6.2.b. Presentación de los resultados de MoniTUR 2009

- Esta tabla revela y contrasta el **ranking global agregado** de los 7 pilares competitivos, con el posicionamiento específico y relativo de cada CCAA en cada uno de ellos . Cada pilar es a su vez es resultado de integrar diversos indicadores que se explican mas adelante

CCAA	Ranking Global	Visión de marketing estratégico y apoyo comercial	Accesibilidad y conectividad por medios de transporte	Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico	Diversificación y categorización de productos turísticos	Atracción de talento, formación y eficiencia de los RRHH	El turismo como prioridad política y su gobernanza	Desempeño: resultados económicos y sociales
País Vasco	1	2	3	2	3	1	5	7
Comunidad de Madrid	2	9	1	4	7	2	10	2
Cataluña	3	4	2	6	1	3	15	5
Andalucía	4	1	4	15	2	14	4	3
Baleares	5	5	5	11	6	11	9	4
Canarias	6	6	7	12	5	17	8	1
Comunidad Valenciana	7	12	6	16	4	8	6	6
Galicia	8	3	16	10	9	12	2	12
Navarra	9	7	8	7	11	4	14	8
La Rioja	10	8	15	1	15	10	1	16
Castilla-La Mancha	11	13	10	8	8	13	11	10
Castilla y León	12	11	9	5	13	9	16	11
Murcia	13	10	12	17	10	5	13	9
Cantabria	14	15	14	3	16	7	7	15
Aragón	15	17	13	14	12	6	12	13
Asturias	16	14	11	9	14	16	3	17
Extremadura	17	16	17	13	17	15	17	14

6.2.c. Presentación de los resultados de MoniTUR 2009

- Es la misma tabla anterior expresada en unidades donde la media de las CCAA = 100

CCAA	Ranking Global	Visión de marketing estratégico y apoyo comercial	Accesibilidad y conectividad por medios de transporte	Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico	Diversificación y categorización de productos turísticos	Atracción de talento, formación y eficiencia de los RRHH	El turismo como prioridad política y su gobernanza	Desempeño: resultados económicos y sociales
País Vasco	114,0	115,7	111,7	116,7	110,1	140,1	105,5	98,5
Comunidad de Madrid	113,6	98,2	145,4	103,8	100,7	125,7	98,3	123,0
Cataluña	113,5	109,9	124,1	100,8	145,4	111,3	89,7	113,4
Andalucía	107,0	117,4	108,7	91,5	118,0	88,2	105,8	119,6
Baleares	104,5	104,1	107,6	99,1	104,5	97,2	100,8	118,6
Canarias	103,2	102,6	105,5	97,5	109,1	75,5	102,6	129,7
Comunidad Valenciana	101,4	93,9	106,4	89,3	109,5	100,7	104,5	105,3
Galicia	98,3	115,2	84,2	99,9	95,2	89,4	113,5	90,8
Navarra	98,1	100,1	97,5	100,8	92,0	109,1	91,0	96,0
La Rioja	97,8	99,3	85,4	117,9	85,2	98,7	116,6	81,6
Castilla-La Mancha	95,3	93,2	94,5	100,4	100,2	88,8	97,9	92,4
Castilla y León	94,9	94,9	96,5	102,5	89,3	99,1	89,4	92,3
Murcia	94,7	97,6	92,2	86,7	94,7	104,6	94,2	93,2
Cantabria	93,2	91,3	86,9	104,4	83,1	101,4	103,8	81,7
Aragón	92,3	87,1	89,6	92,4	89,5	103,5	95,7	88,3
Asturias	92,1	91,7	92,5	100,3	88,2	86,5	105,8	79,7
Extremadura	86,0	87,6	80,0	94,8	80,4	87,7	84,7	86,7

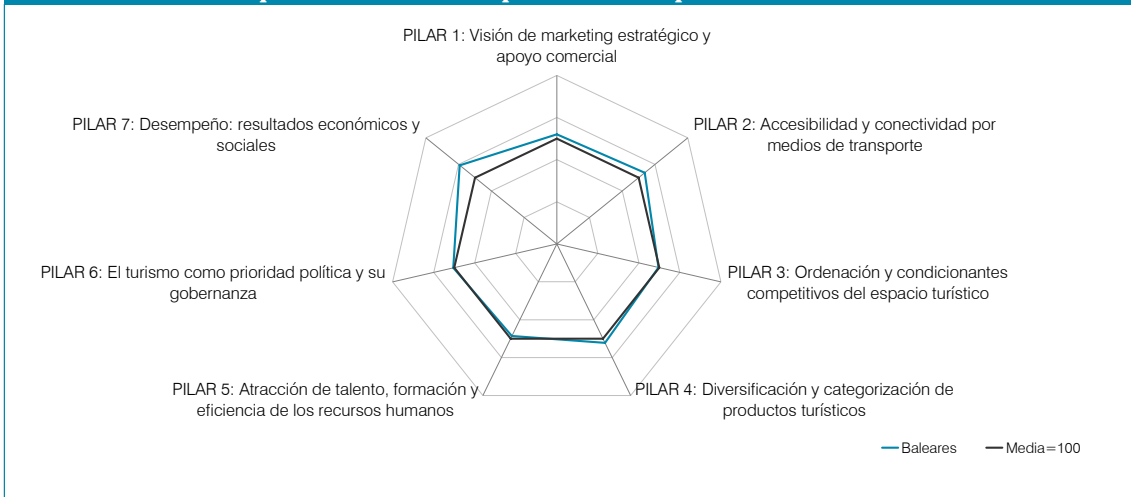
Baleares

	Posición Ranking	Índice. Media=100
RANKING DE COMPETITIVIDAD RELATIVA GLOBAL	5	104,5

Posición competitiva relativa de cada pilar considerado

PILAR 1: Visión de marketing estratégico y apoyo comercial	5	104,1
PILAR 2: Accesibilidad y conectividad por medios de transporte	5	107,6
PILAR 3: Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico	11	99,1
PILAR 4: Diversificación y categorización de productos turísticos	6	104,5
PILAR 5: Atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos	11	97,2
PILAR 6: El turismo como prioridad política y su gobernanza	9	100,8
PILAR 7: Desempeño: resultados económicos y sociales	4	118,6

Resumen de posicionamiento competitivo con respecto a la media de las 17 CCAA



Ventajas y desventajas competitivas en términos relativos de Baleares frente a las demás CCAA

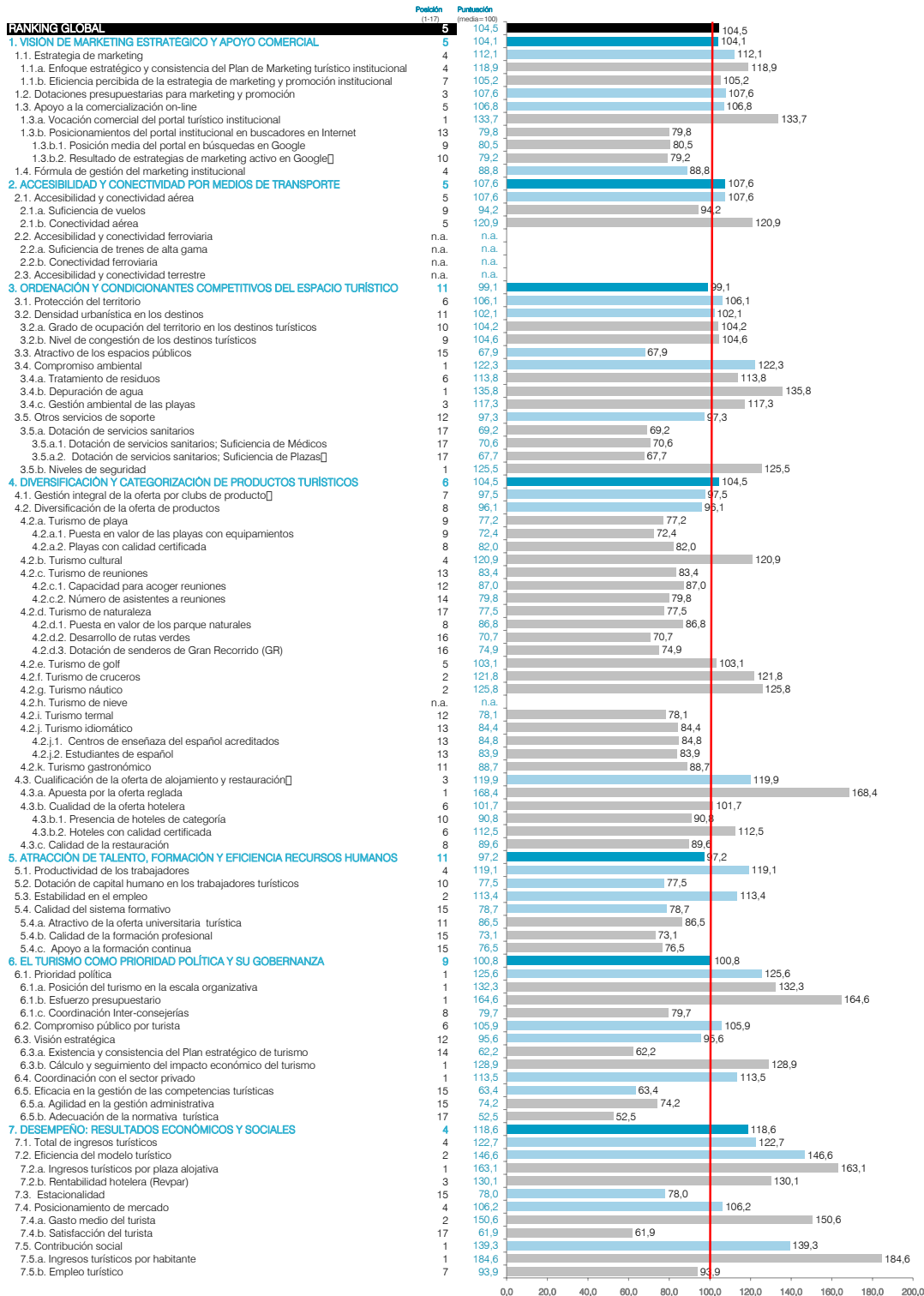
Ventajas competitivas		Posición (1-17)	Puntuación (media=100)	Desventajas competitivas		Posición (1-17)	Puntuación (media=100)
1. Visión de marketing estratégico y apoyo comercial				3. Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico			
1.1. Estrategia de marketing	4	112,1	3.3. Atractivo de los espacios públicos	15	67,9		
1.2. Dotaciones presupuestarias para marketing y promoción	3	107,6	3.5.a.1. Dotación de servicios sanitarios; Suficiencia de Médicos	17	70,6		
1.3.a. Vocación comercial del portal turístico institucional	1	133,7	3.5.a.2. Dotación de servicios sanitarios; Suficiencia de Plazas[]	17	67,7		
3. Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico				4. Diversificación y categorización de productos turísticos			
3.4.b. Depuración de agua	1	135,8	4.2.a.1. Puesta en valor de las playas con equipamientos	9	72,4		
3.4.c. Gestión ambiental de las playas	3	117,3	4.2.a.2. Playas con calidad certificada	8	82,0		
3.5.b. Niveles de seguridad	1	125,5	4.2.c.2. Número de asistentes a reuniones	14	79,8		
4. Diversificación y categorización de productos turísticos				4.2.d.2. Desarrollo de rutas verdes	16	70,7	
4.2.b. Turismo cultural	4	120,9	4.2.d.3. Dotación de senderos de Gran Recorrido (GR)	16	74,9		
4.2.f. Turismo de cruceros	2	121,8	5. Atracción de talento, formación y eficiencia recursos humanos				
4.2.g. Turismo náutico	2	125,8	5.2. Dotación de capital humano en los trabajadores turísticos	10	77,5		
4.3.a. Apuesta por la oferta reglada	1	168,4	5.4.a. Atractivo de la oferta universitaria turística	11	86,5		
5. Atracción de talento, formación y eficiencia recursos humanos				5.4.b. Calidad de la formación profesional	15	73,1	
5.1. Productividad de los trabajadores	4	119,1	5.4.c. Apoyo a la formación continua	15	76,5		
5.3. Estabilidad en el empleo	2	113,4	6. El turismo como prioridad política y su gobernanza				
6. El turismo como prioridad política y su gobernanza				6.3.a. Existencia y consistencia del Plan estratégico de turismo	14	62,2	
6.1.a. Posición del turismo en la escala organizativa	1	132,3	6.5.a. Agilidad en la gestión administrativa	15	74,2		
6.1.b. Esfuerzo presupuestario	1	164,6	6.5.b. Adecuación de la normativa turística	17	52,5		
6.3.b. Cálculo y seguimiento del impacto económico del turismo	1	128,9	7. Desempeño: resultados económicos y sociales				
6.4. Coordinación con el sector privado	1	113,5	7.3. Estacionalidad	15	78,0		
7. Desempeño: resultados económicos y sociales				7.4.b. Satisfacción del turista	17	61,9	
7.1. Total de ingresos turísticos	4	122,7					
7.2.a. Ingresos turísticos por plaza alojativa	1	163,1					
7.2.b. Rentabilidad hotelera (Revpar)	3	130,1					
7.4.a. Gasto medio del turista	2	150,6					
7.5.a. Ingresos turísticos por habitante	1	184,6					

* Índice (media=100): puntuación obtenida por la CCAA en cada pilar, ámbito e indicador siendo la media para cada uno de ellos igual a 100.

Monitor de Competitividad Turística de la Comunidades Autónomas

Baleares

Posición competitiva relativa por pilares, ámbitos e indicadores de Baleares respecto de las demás CCAA Unidades. Índice (media=100). Posición de 1-17



■ Ranking Global agregando todos los indicadores
 ■ Ranking por cada uno de los Pilares
 ■ Ranking por cada uno de los Ámbitos intermedios
 ■ Ranking por cada uno de los Indicadores
 — media de las CCAA por indicador = 100
 n.d. No se dispone de información
 n.a. No procede el cálculo del indicador



8. Síntesis de indicadores que integran los 7 pilares competitivos con el posicionamiento relativo de cada CCAA por pilar

8. Estructura y contenidos del MoniTUR 2009 (7-29-66)

Pilar 1. *Posición relativa de las diversas CCAA (la media entre CCAA = 100)*

1. Visión de marketing estratégico y apoyo comercial

Ranking relativo del Pilar 1

	Indicador	Ranking
Andalucía	117,4	1
País Vasco	115,7	2
Galicia	115,2	3
Cataluña	109,9	4
Baleares	104,1	5
Canarias	102,6	6
Navarra	100,1	7
La Rioja	99,3	8
Comunidad de Madrid	98,2	9
Murcia	97,6	10
Castilla y León	94,9	11
Comunidad Valenciana	93,9	12
Castilla-La Mancha	93,2	13
Asturias	91,7	14
Cantabria	91,3	15
Extremadura	87,6	16
Aragón	87,1	17

8. Estructura y contenidos del MoniTUR 2009 (7-29-66)

Pilar 2. *Posición relativa de las diversas CCAA (la media entre CCAA = 100)*

2. Accesibilidad y conectividad por medios de transporte

Ranking relativo del Pilar 2

	Indicador	Ranking
Comunidad de Madrid	145,4	1
Cataluña	124,1	2
País Vasco	111,7	3
Andalucía	108,7	4
Baleares	107,6	5
Comunidad Valenciana	106,4	6
Canarias	105,5	7
Navarra	97,5	8
Castilla y León	96,5	9
Castilla-La Mancha	94,5	10
Asturias	92,5	11
Murcia	92,2	12
Aragón	89,6	13
Cantabria	86,9	14
La Rioja	85,4	15
Galicia	84,2	16
Extremadura	80,0	17

8. Estructura y contenidos del MoniTUR 2009 (7-29-66)

Pilar 3. *Posición relativa de las diversas CCAA (la media entre CCAA = 100)*

3. Ordenación y condicionantes competitivos del espacio turístico

Ranking relativo del Pilar 3

	Indicador	Ranking
La Rioja	117,9	1
País Vasco	116,7	2
Cantabria	104,4	3
Comunidad de Madrid	103,8	4
Castilla y León	102,5	5
Cataluña	100,8	6
Navarra	100,8	7
Castilla-La Mancha	100,4	8
Asturias	100,3	9
Galicia	99,9	10
Baleares	99,1	11
Canarias	97,5	12
Extremadura	94,8	13
Aragón	92,4	14
Andalucía	91,5	15
Comunidad Valenciana	89,3	16
Murcia	86,7	17

8. Estructura y contenidos del MoniTUR 2009 (7-29-66)

Pilar 4. *Posición relativa de las diversas CCAA (la media entre CCAA = 100)*

4. Diversificación y categorización de productos turísticos

Ranking relativo del Pilar 4

	Indicador	Ranking
Cataluña	145,4	1
Andalucía	118,0	2
País Vasco	110,1	3
Comunidad Valenciana	109,5	4
Canarias	109,1	5
Baleares	104,5	6
Comunidad de Madrid	100,7	7
Castilla-La Mancha	100,2	8
Galicia	95,2	9
Murcia	94,7	10
Navarra	92,0	11
Aragón	89,5	12
Castilla y León	89,3	13
Asturias	88,2	14
La Rioja	85,2	15
Cantabria	83,1	16
Extremadura	80,4	17

8. Estructura y contenidos del MoniTUR 2009 (7-29-66)

Pilar 5. *Posición relativa de las diversas CCAA (la media entre CCAA = 100)*

5. Atracción de talento, formación y eficiencia de los recursos humanos

Ranking relativo del Pilar 5

	Indicador	Ranking
País Vasco	140,1	1
Comunidad de Madrid	125,7	2
Cataluña	111,3	3
Navarra	109,1	4
Murcia	104,6	5
Aragón	103,5	6
Cantabria	101,4	7
Comunidad Valenciana	100,7	8
Castilla y León	99,1	9
La Rioja	98,7	10
Baleares	97,2	11
Galicia	89,4	12
Castilla-La Mancha	88,8	13
Andalucía	88,2	14
Extremadura	87,7	15
Asturias	86,5	16
Canarias	75,5	17

8. Estructura y contenidos del MoniTUR 2009 (7-29-66)

Pilar 6. *Posición relativa de las diversas CCAA (la media entre CCAA = 100)*

6. El turismo como prioridad política y su gobernanza

Ranking relativo del Pilar 6

	Indicador	Ranking
La Rioja	116,6	1
Galicia	113,5	2
Asturias	105,8	3
Andalucía	105,8	4
País Vasco	105,5	5
Comunidad Valenciana	104,5	6
Cantabria	103,8	7
Canarias	102,6	8
Baleares	100,8	9
Comunidad de Madrid	98,3	10
Castilla-La Mancha	97,9	11
Aragón	95,7	12
Murcia	94,2	13
Navarra	91,0	14
Cataluña	89,7	15
Castilla y León	89,4	16
Extremadura	84,7	17