



El Periplo Sustentable

Universidad Autónoma del Estado
de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 36

Enero / Junio 2019

Artículo

Título

Competitividad e innovación:
Teoría versus Práctica en la
medida de competitividad turística

Autor:

Thays Cristina Domareski Ruiz
Adriana Fumi Chim Miki

Fecha Recepción:

01/06/2017

Fecha Reenvío:

27/04/2017

Fecha Aceptación:

01/06/2017

Páginas:

134 - 156

**Competitividad e innovación: Teoría *versus* Práctica
en la medida de competitividad turística**

**Competitiveness and Innovation: Theory Versus
Practice in the Measurement of Tourism Competitiveness**

Resumen

El presente artículo realiza un análisis del contenido de tres monitores de medición de la competitividad objetivando identificar las variables presentes en estos monitores que verifican el nivel de innovación o de capacidad para innovación. Así, se analizó los monitores TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index) de WEF (World Economic Forum) y el Monitor de Competitividad Turística de Brasil de MTur/FGV, comparándolos con el monitor de competitividad general, el GCI (Global Competitiveness Index) de WEF. El análisis es bajo las teorías/conceptos de innovación, considerando los factores y obstáculos citados en la literatura como variables que actúan sobre la generación de la capacidad innovadora. La metodología es cualitativa, de revisión bibliográfica y análisis de contenido. Los resultados indican que no existe una coherencia entre la teoría y la práctica para una correcta vinculación entre el constructo competitividad e innovación. Pues, aunque la teoría plantea una relación directa entre ellos, en el plan práctico se observó que los monitores de competitividad no poseen variables para medir la innovación en su estructura. Por tanto, los monitores analizados no están considerando esta relación directa, tampoco la importancia del efecto de la innovación sobre la competitividad turística.

Palabras clave:

Turismo, innovación, competitividad, Modelos de Medición, Brasil.

Abstract

This paper analyzes the content of three competitiveness monitors aiming to identify the variables in these monitors that check the level of innovation or capacity for innovation. Thus, the TTCI (Travel & Tourism Competitiveness Index) WEF (World Economic Forum) and the Monitor of Tourism Competitiveness of MTur/Brazil are compared with the GCI (Global Competitiveness Index) of WEF. The analysis is based on theories/ concepts of innovation, considering the factors and obstacles cited in the literature as variables that act on the generation of innovative capacity. The methodology is qualitative and it's performed by a literature review and content analysis. The results indicate that there is no consistency between theory and practice for a proper linkage between the construct competitiveness and innovation. Although the theory establishes a direct relationship between them, in the practical plan was noted that competitiveness monitors have not variables to measure innovation in its structure. Therefore, these monitors are not considering this direct relationship, it means that do not consider the importance of the innovation effect on tourism competitiveness.

Keywords:

Tourism, innovation, competitiveness, Models of Measure, Brazil.

**Thays Cristina
Domareski Ruiz**

Universidad Federal de Paraná.
Doutora em Geografia pela
Universidade Federal do Paraná -
UFPR; Mestre em Turismo e Hotelaria
pela Universidade do Vale do Itajaí
-UNIVALI; Graduada em Turismo pela
Universidade do Oeste do Paraná -
Unioeste; Universidad Ferederal de
Paraná - Departamento de Turismo.

thaysdomareski@gmail.com

**Adriana Fumi
Chim Miki**

Universidad de Las Palmas de Gran
Canaria. Doutora do Programa
Turismo, Economia e Gestão
Faculdade de Economia, Empresa e
Turismo da Universidad de
Las Palmas de Gran Canaria, Espanha

Introducción

Desde los estudios que intentan explicar las diferencias de grado de competitividad entre las naciones (Smith, 1776; Ricardo, 1817; Ohlim, 1933; Porter, 1980) se están agregando nuevos factores a consagradas teorías económicas. En líneas generales se explica el comercio entre naciones a través de la diferencia de productividad, pero, ya se ha concluido que las ventajas comparativas no son suficientes para proveer una explicación (Porter, 1980, 1990). Las definiciones de competitividad turística presentes en la literatura son diversas y los modelos teóricos suelen ser complejos por la cantidad de factores o variables que abarcan, además de las relaciones que se establecen entre ellas (Molinar; Hernández; Velásquez, 2015).

Por lo tanto, las ventajas competitivas asumen un papel de significativa importancia en los análisis de competitividad. En ese contexto la innovación tiene un papel fundamental. Innovación y competitividad son dos variables complejas y multidimensionales, pero complementares.

Actualmente la innovación es considerada como uno de los factores esenciales para el desarrollo de los países. La innovación no consiste únicamente en la incorporación de tecnología, sino que toda inclusión de nuevos procesos que contribuyen a antever las necesidades de los mercados, introducir o mejorar nuevos productos, procesos y servicios de mayor calidad, generando mejores beneficios. Sin duda, la innovación se ha convertido en una necesidad, una reacción ante los cambios que impone el mercado globalizado. La tecnología y la innovación pueden compensar los recursos escasos a través de nuevos procesos productivos o nuevos productos. Además, la tecnología concede a las empresas una movilidad sin fronteras (Krugman, 1991; Dunning, 1992, 1993; Narula, 1993). La nación hospedera de una innovación gana importancia, pues, detiene la fuente del conocimiento y de la tecnología que puede sostener la ventaja competitiva para una industria (Porter, 1990; Fagerberg, 1988).



Los organismos internacionales presentaron en los últimos años, monitores de competitividad, que poseen semejantes bases teóricas y formatos, agrupando las variables en bloques de determinantes (Medina *et al.*, 2012). Las diferencias entre ellos están en las metodologías de análisis e indicadores de medidas utilizados.

Algunos monitores han privilegiado sectores específicos, un ejemplo es el turismo. Desde 2007 que WEF presenta un monitor específico para la competitividad turística: el TTCl. Igualmente, algunos países han desarrollado su propio monitor interno. En Brasil, la competitividad turística es medida a través del Monitor de los 65 Destinos Inductores, en una metodología desarrollada por Ministerio del Turismo (MTur) y la Fundación Getulio Vargas (FGV) en 2008.

A pesar de los teóricos del turismo apuntaren la variable 'Capacidad para innovación' de gran importancia para la competitividad de un destino (Ritchie y Crouch, 2000; Hjalager, 2002; Volo, 2005), los modelos de medición de la competitividad turística no abarcan directamente esta variable. Este artículo tiene por objetivo analizar dos monitores de competitividad turística, considerando particularmente a las variables utilizadas y su vinculación con el determinante Innovación para el sector turístico. Se analizó los monitores TTCl de WEF y el Monitor de Competitividad Turística de Brasil de MTur/FGV, comparándolos con el monitor de competitividad general (CGI) de WEF. Secundariamente, el artículo hace una revisión teórica sobre innovación en turismo, la cual fue la base para el análisis de las variables que influyen en la capacidad de innovación.

La competitividad general

Diversos son los conceptos de competitividad (Scott y Lodge, 1985; Haguenauer, 1989; Porter, 1990; Barney, 1991; Newall, 1992; Esser, 1994; Ferraz, Kupfer y Haguenauer, 1997; OCDE, 2000; WEF, 2015). Estos conceptos evolucionaron a lo largo del tiempo, incorporaron a sus variables económicas, cuestiones de sostenibilidad (Crouch y Ritchie, 1999; Dwyer y Kim, 2003; Hassan, 2000) y calidad de vida (Crouch y Ritchie, 1999; Dwyer y Kim, 2003; Vianna, 2011). Así, la competitividad pasó a ser un concepto apoyado en tres pilares: social-económico-ambiental (Buhalis, 2000; Crouch y Ritchie, 1999). En términos económicos, la competitividad se basa en producir más y mejor. La última versión del Global Competitiveness Index (CGI) de WEF, se definió competitividad como el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de la productividad de un país. El nivel de productividad, a su vez, establece el nivel de prosperidad que puede ser alcanzado por una economía (The Global Competitiveness Index, 2013-2014).



El GCI (figura 1) posee 3 subíndices: (1) Requerimientos básicos; (2) Potenciadores de eficiencia; (3) Factores de Innovación y sofisticación. Cada subíndice tiene una serie de pilares, totalizando 12 pilares. La metodología usada clasifica los países por su grado de desarrollo económico. Aplica pesos diferentes en los pilares de cada subíndice según el grado de desarrollo económico evaluado por la renta per cápita y la composición de la pauta de exportaciones. Los pilares se clasifican en categorías que representan los recursos prioritarios según los cuales compiten directamente: Nivel 1. Direccionados a factores son las economías primariamente basadas en extracción y comercialización de recursos naturales; Nivel 2. Direccionados a la eficiencia son las economías orientadas para la eficiencia y la producción industrial en escala; Nivel 3. Direccionados a innovación son las naciones más desarrolladas que presentan alta presencia de actividades innovadores/tecnológicas.

Figura 1. CGI - Modelo de Medición de Competitividad de WEF



Fuente: WEF, 2013.



El monitor CGI (figura 1) presenta en el 'pilar 12' el determinante Innovación, donde se miden seis variables que indican la capacidad para innovación del país. Las variables que componen este pilar son: (1) Capacidad para Innovación; (2) Calidad de las Instituciones de Investigación Científica; (3) Gastos de las empresas en I + D; (4) Contratación pública de productos de tecnología avanzada; (5) Disponibilidad de ingenieros y científicos; (6) Protección de la propiedad Intelectual.

Competitividad Turística

Crouch y Ritchie (1999, 2001, 2003) fueron pioneros en la elaboración de contribuciones conceptuales sobre la competitividad de los destinos turísticos, son los autores que más han publicado sobre competitividad turística y que conceptúan este constructo como:

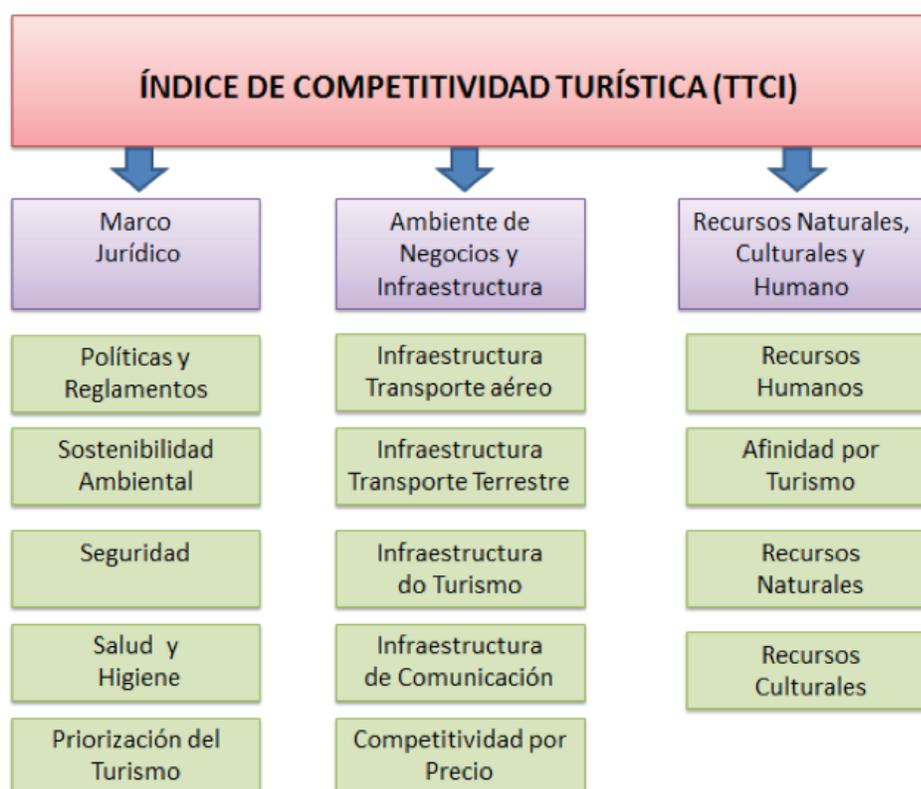
La competitividad de un destino es la capacidad del país para crear valor añadido y aumentar la riqueza nacional mediante la gestión de activos y procesos, el atractivo y la proximidad, y por la integración de estas relaciones dentro de un modelo económico y social que tenga en cuenta el capital natural de un destino y su preservación para las generaciones futuras (Ritchie y Crouch, 2003).

Las instituciones globales que monitorean la competitividad consideran que es generado por el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan la productividad de un país (WEF, 2015).

A pesar de las críticas, desde su primera publicación en 2007, el TTCI es muy utilizado, ya que usa una metodología semejante a de GCI, siendo un índice compuesto de 14 pilares (figura 2), pero no realiza una ponderación por el grado de desarrollo económico de los países como ocurre en el GCI (WEF, 2013). Verifica 14 dimensiones a través de 79 indicadores ordenados en 3 subíndices: (1) Marco Jurídico; (2) Ambiente de Negocios e Infraestructura; (3) Recursos Naturales y Humanos.



Figura 2. TTCI-Modelo de Medición de Competitividad Turística de WEF



Fuente: WEF, 2013.

Algunos países realizan medidas internas de competitividad para sus regiones, generan una diversidad de modelos/metodologías, aunque las bases teóricas son similares.



Figura 3. Monitor de Competitividad Turística de Ministerio del Turismo de Brasil



Fuente: MTur, 2010.

Brasil es uno de los países que ha creado su propio monitor de competitividad turística. Barbosa *et al.* (2008) de la Fundación Getulio Vargas (FGV), presentaron el Modelo de Competitividad de Destinos Turísticos Inductores (figura 3) conjuntamente con el MTur de Brasil. Los autores se basaron en otros estudios, especialmente en Dwyer y Kim (2003), Ritchie y Crouch (2003), y teorías de Porter (1980). Básicamente, presentaron un modelo semejante al TTCI, pero adaptado a la política brasileña de desarrollo por regiones inductoras del turismo. El modelo posee 13 determinantes: (1) Infraestructura general; (2) Accesibilidad; (3) Equipamientos y servicios turísticos; (4) Atracciones turísticas; (5) Marketing del destino; (6) Políticas Públicas; (7) Cooperación regional; (8) Monitoreo; (9) Economía Local; (10) Capacidad de negocios; (11) Aspectos Sociales; (12) Aspectos Ambientales; (13) Aspectos culturales. Un total de 62 indicadores son verificados en los destinos turísticos para componer este índice agregado de 13 determinantes.



Innovación

Innovación es un constructo complejo, especialmente para medirla, debido a su multidimensionalidad. Muchas teorías buscan conceptualizar o describir innovación (Schumpeter, 1961; Drucker, 1985; Sundbo, 1995; Rogers, 2003; Fagerberg *et al.*, 2006; Hjalager, 2002, Krizaj, 2012). El Manual de Oslo, la describe como:

La innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores (OECD & Eurostat, 2005).

La tipología de innovación dependerá del parámetro de análisis (Dosi, 1988; Johnes y Snellson, 1988; García y Calantone, 2002; Becheikh *et al.*, 2006; Hjalager, 2010; Krizaj, 2012). Por el grado de cambios algunas innovaciones pueden ser consideradas radicales o incrementales (Ettlie, Bridges y O'Keefe, 1984; Floydsand y Jakobsen, 2010; Goedhuys y Veugelers, 2011). Mientras que por el factor de innovación, pueden ser de producto, de proceso, de mercado u organizacionales (Sousa *et al.*, 2008; Krizaj, 2012; Manual de Oslo, 2005). El modelo "dual-core" de Daft (1978) distingue entre la innovación tecnológica o técnica de la innovación organizativa o administrativa.

En los destinos turísticos, la innovación puede proporcionar la atracción intencional de una demanda debido a su diferenciación de los demás destinos turísticos y, en consecuencia, permitir su continua competitividad (Buhalis, 2000).

La innovación en turismo también se clasifica desde varias perspectivas (Sundbo *et al.*, 2007). Especialmente en turismo, es muy estudiada bajo tres principales perspectivas: (1) Empresa (Orfila-Sintes *et al.*, 2005; Pikkemaat y Peters, 2005; Orfila-Sintes y Mattsson, 2009); (2) Network (Novelli *et al.*, 2006); (3) Sistemas (Ivars Baidal, 2014; Hall, 2009).

Hjalager (2002) distingue cuatro tipos de innovación específicas para el sector turístico: Innovaciones regulares, Innovaciones de nicho, Innovaciones arquitectónicas e Innovaciones revolucionarias. Hjalager (2010) presenta en su trabajo una amplia revisión de las investigaciones



sobre innovación en turismo, sector que el autor subraya como diferenciado porque a lo largo de su historia ha sido caracterizado por su inmensa capacidad innovadora. Este autor distingue categorías de innovación, a saber: Productos o servicios innovadores (cambios observados directamente por los clientes); Innovaciones en procesos (iniciativas de *backstage*); Innovaciones gerenciales (nuevas formas de organización de la empresa); Innovaciones de gestión (relacionadas con la gestión del destino); Innovaciones institucionales (cambios en la estructura colaborativa organizacional e inter-organizacional). Sus análisis también han presentado los determinantes de la innovación, o sea, las fuerzas externas e internas que influyen sobre la innovación. Aunque el autor aclara que las investigaciones en turismo no presentan una base teórica consistente sobre estos determinantes, así que los analiza desde una perspectiva clásica. Por la escuela Schumpeteriana un primer driver innovador son los empresarios, el segundo driver es basado en el Paradigma *Technology-push/demand-pull*; y un tercer driver proviene de la escuela Marshalliana, focalizando los sistemas de cluster o sistemas de innovación (Hjalager, 2010).

Otro aspecto relacionado a la innovación como fuente de ventaja competitiva es la innovación como capacidad. En esta línea el Índice de competitividad del WEF establece un pilar de la competitividad como 'La Capacidad para Innovación'. Al considerar por esta perspectiva es necesario verificar los factores estructurales empresariales y de ambiente económico/social que contribuyan para propulsar la innovación. Los llamados factores internos o externos a la organización (Damanpour y Aravind, 2006, Camisón *et al.*, 2003, Damanpour, 1991).

En la innovación como capacidad se percibe la fuerte influencia de los obstáculos para innovar. Sousa *et al.* (2008) definen seis principales obstáculos para innovar: Coste (percepción del riesgo); Percepción del conocimiento (falta de personal calificado, falta de información, deficiente investigación, entre otros); Ritualismo organizacional (dificultad de cambios); Factores de mercado (falta de demanda); Factores institucionales (regulación pública fiscal, medioambiental, entre otros). Una forma de minimizar las dificultades es la creación de redes o clústeres, pues actúan sobre la capacidad para innovar de las empresas por el aprendizaje y colaboración. Adicionalmente, la formación en redes les permite beneficiarse de ventajas por integración vertical que concede acceso a recursos complementarios (Erkuş-Öztürk, 2009).



Metodología

Esta investigación es clasificada como cualitativa exploratoria, utilizando la técnica de observación documental y análisis de contenido. El análisis de contenido puede ser concebido por la vertiente teórica y por la intencionalidad del investigador que la aplica, o sea, adoptando conceptos relacionados a semántica estadística del discurso o visando a inferencia por medio de identificación objetiva de características de los mensajes (Weber, 1985; Bardin, 1977).

Este estudio analiza el contenido de los modelos de medición de competitividad para el turismo utilizando sus versiones publicadas en el 2013. El TTCl y el modelo de medición de competitividad de los 65 destinos turísticos inductores de Brasil. Para un mejor análisis se compara con el GCI de WEF. Se desarrolla según las siguientes etapas:

1. Investigación teórica sobre conceptos, determinantes y modelos de competitividad turística;
2. Revisión bibliográfica sobre conceptos, clasificación, factores propulsores y factores impeditivos de la capacidad innovadora.
3. Analiza el contenido de los determinantes y variables de medidas utilizadas en dos modelos de competitividad turística buscando identificar la medición de factores estructurales, impeditivos o indicadores de la capacidad para innovación.

Resultados

Los 12 pilares de la competitividad económica general presentados del GCI fueron analizados por su contenido de información relacionado a variables indicadoras de innovación, capacidad para innovación y factores que contribuyen para generación de un ambiente propicio a la innovación según las bases teóricas citadas. Este monitor presenta la medición de innovación concentrada en el pilar 12 (Innovación) que se mide por 7 variables directas (cuadro 1). Otros 24 indicadores relacionados a capacidad para innovación fueron identificados en el contenido de los otros pilares del monitor, considerados en este artículo como medidas indirectas.



A su vez, el monitor de turismo (TTCI), no presenta una medida directa de la innovación. Se han identificado, por su contenido, 9 variables que contribuyen para la capacidad innovadora, por lo tanto, solamente utiliza medidas indirectas relacionadas a la innovación. Igual situación se ha encontrado en el monitor de competitividad turística de Brasil. Un total de 14 variables permiten reflejar la capacidad de innovación del sector turístico brasileño, todas medidas de forma indirecta dentro del modelo (cuadro 1).

Cuadro 1. Variables indirectas y directas de la capacidad de innovación en los monitores de competitividad económica GCI, y en los monitores de competitividad turística TTCI y Brasileño.

PILARES / DETERMINANTES DE MEDIDAS DE LA INNOVACIÓN			
GCI		TTCI	Monitor Brasileño
Variable	Pilar		
Capacidad para Innovación	Pillar 12: Innovación	No presenta pilar de Innovación o Capacidad para Innovación	No presenta pilar de Innovación o Capacidad para Innovación
Calidad de las Instituciones de Investigación científica	Pillar 12: Innovación		
Gastos de las empresas en I+D	Pillar 12: Innovación		
Contratación pública de productos de tecnología avanzada	Pillar 12: Innovación		
Disponibilidad de ingenieros y científicos	Pillar 12: Innovación		
Protección de la propiedad Intelectual	Pillar 12: Innovación		



PILARES / DETERMINANTES DE MEDIDAS INDIRECTAS DE LA INNOVACIÓN

GCI		TTCI		Monitor Brasileño	
Variable	Pilar				
Protección del derecho de propiedad intelectual	Pilar 1: Instituciones	Los derechos de Propiedad	Pilar 1: Normas y reglamentos políticos	Estructura de Calificación para el Turismo	Determinante: Servicios y Equipamientos Turístico
Servicios del gobierno para la mejoría de performance empresarial	Pilar 1: Instituciones	Puntualidad de datos T & T	Pilar 5: Priorización de T & T	Sitio del Destino en Internet	Determinante: Marketing y Promoción del Destino
Calidad de la educación primaria	Pilar 4: Salud y Educación primaria	Uso de las TIC para las transacciones B-to-B	Pilar 6: Infraestructura de las TIC	Grado de cooperación con el gobierno Estadual	Determinante: Políticas Públicas
Calidad del sistema Educacional	Pilar 5: Educación superior y capacitación	Uso de las TIC para las transacciones B-to-C	Pilar 6: Infraestructura de las TIC	Grado de cooperación con el gobierno Federal	Determinante: Políticas Públicas
Calidad de la Educación matemática y ciencias	Pilar 5: Educación superior y capacitación	Calidad del Sistema Educativo	Pilar 11: Recursos Humanos	Grado de Cooperación pública-privada	Determinante: Políticas Públicas
Calidad de las escuelas de gestión	Pilar 5: Educación superior y capacitación	Local disponible para investigación especializada y capacitación	Pilar 11: Recursos Humanos	Gobernanza	Determinante: Cooperación Regional
Acceso a internet en las escuelas	Pilar 5: Educación superior y capacitación	Actividades de formación del personal	Pilar 11: Recursos Humanos	Proyectos de Cooperación Regional	Determinante: Cooperación Regional
Disponibilidad de servicios de investigación y formación	Pilar 5: Educación superior y capacitación	Disponibilidad de mano de obra calificada	Pilar 11: Recursos Humanos	Promoción y Apoyo para la comercialización Integrada	Determinante: Cooperación Regional
Actividades de formación del personal	Pilar 5: Educación superior y capacitación	Las exportaciones de las industrias creativas	Pilar 14: Recursos Culturales	Aspectos de la Economía Local	Determinante: Economía Local
Sofisticación del comprador	Pilar 6: Eficiencia del mercado de bienes			Capacidad de Calificación y uso de personal Local	Determinante: Capacidad Empresarial
Prevalencia de las barreras comerciales	Pilar 6: Eficiencia del mercado de bienes			Concurrencia y Barrera de Entrada	Determinante: Capacidad Empresarial
Pago y productividad	Pilar 7: Eficiencia del mercado laboral			Acceso a la Educación	Determinante: Aspectos Sociales



La Fuga de Cerebros	Pilar 7: Eficiencia del mercado laboral			Sistema de Estadística de turismo	Determinante: Monitoreo
La cooperación en la relación empleados y empleadores	Pilar 7: Eficiencia del mercado laboral			Sector específico de estudios y pesquisas	Determinante: Monitoreo
La facilidad de acceso a préstamos	Pilar 8: Desarrollo del Mercado Financeiro				
La disponibilidad de capital de riesgo	Pilar 8: Desarrollo del Mercado Financeiro				
Disponibilidad de tecnologías de punta	Pilar 9: Preparación Tecnológica				
Transferencia de tecnología y FDI	Pilar 9: Preparación Tecnológica				
Nivel de las firmas en la absorción de tecnologías	Pilar 9: Preparación Tecnológica				
Tamaño del mercado interno	Pilar 10: Tamaño del mercado				
Calidad de los proveedores locales	Pilar 11: Sofisticación de los negocios				
Estado de desarrollo de clusters	Pilar 11: Sofisticación de los negocios				
Naturaleza de la ventaja competitiva	Pilar 11: Sofisticación de los negocios				
Sofisticación del proceso de producción	Pilar 11: Sofisticación de los negocios				

Fuente: Adaptado por los autores desde GCI (2013), TTCI (2013) y Monitor de Competitividad MTur/FGV de Brasil (2010).



Los factores estructurales empresariales y relacionados al ambiente económico social, (Damanpour y Aravind, 2006; Camisón *et al.*, 2003; Damanpour, 1991) están inseridos en el modelo GCI en forma de medidas directas e indirectas. Los factores económicos externos se verifican en las variables ‘Protección del derecho de propiedad Intelectual’; ‘Servicios del gobierno para la mejoría de performance empresarial’; ‘La facilidad de acceso a préstamos’; ‘La disponibilidad de capital de riesgo’; ‘Calidad de los proveedores locales’; ‘Naturaleza de la ventaja competitiva’; ‘Sofisticación del comprador’; ‘Prevalencia de barreras comerciales’; ‘Tamaño del Mercado Interno’. A su vez, los factores económicos internos a la organización se verifican en: ‘Pago y productividad’; ‘La cooperación en la relación empleados y empleadores’; ‘Nivel de las firmas en la absorción de tecnologías’; ‘Sofisticación del proceso de producción’; ‘Gastos de las empresas con I + D’; ‘Uso de las TIC en las transacciones’; ‘La fuga de Cerebros’; ‘Transferencias de Tecnologías y FDI’.

En TTCI, los factores estructurales externos que propulsan la capacidad de innovación se verifican en las variables: ‘Los derechos de propiedad’; ‘La puntualidad de datos T & T’; ‘Las exportaciones de las industrias creativas’. Mientras, los factores internos de las empresas con influencia sobre la innovación presentan poca presencia en este modelo, siendo solamente verificados: ‘Uso de las TIC’ y ‘Actividades de Formación de Personal’.

En el monitor brasileño de competitividad turística, los factores estructurales externos son verificados en variables relacionadas con las políticas públicas y en indicadores de cooperación entre plataformas públicas y privadas, o directamente entre las empresas formando una red de cooperación (Bengtsson y Kock, 1999; Lado *et al.*, 1997; Dagnino e Padula, 2002). Los indicadores de gobernanza y de proyectos de cooperación regional son otros indicadores del uso de la teoría de juegos en una adaptación a teorías de cooperación para el sector turístico brasileño. Otro ejemplo, focalizando la cooperación esta en el análisis del factor interno representado por la variable ‘Promoción y Apoyo para la comercialización Integrada’. Las variables ‘Aspectos de la Economía Local’; ‘Sistemas de Estadísticas de Turismo’; y ‘Sector Especifico de Estudios e investigaciones’ son representativos de la capacidad para innovar en el sector. Igualmente al modelo TTCI, el modelo brasileño presenta pocas mediciones a través de variables internas en las empresas turísticas que influyen en la capacidad para innovación.



En este mismo sentido, los factores sociales, por lo tanto externos, se miden en los modelos de GCI a través de pilares relacionados a la educación. Así, en el contenido del modelo se relaciona con la capacidad para innovar las variables: 'Calidad de la educación primaria'; 'Calidad del Sistema Educativo'; 'Calidad de la Educación en Matemática y Ciencias'; 'Calidad de las escuelas de Gestión'; 'Acceso a Internet en las Escuelas'; 'Disponibilidad de Servicios de Investigación y Formación'. La calidad educacional es fundamento básico para el desarrollo de profesionales habilitados e innovadores, así la verificación de índices que representen la calidad de las enseñanzas contribuye para una que se verifique la condición de generar un ambiente innovador.

En TTCI los factores sociales son medidos de forma similar a GCI, a través de: 'Calidad del sistema Educativo'; 'Local disponible para Investigación Especializada y Capacitación'; 'Actividades de Formación del Personal'. En el modelo del MTur/FGV en Brasil, los factores sociales que influyen en la capacidad para innovar en turismo están presentes en las variables: 'Estructura de Calificación para el Turismo'; 'Capacidad de Calificación y uso de personal Local'; 'Acceso a la Educación'.

Esta mediciones extraídas de los modelos como factores externos e internos que influyen en la capacidad para innovar, también pueden ser consideradas bajo la teoría de Sousa *et al.* (2008), que define los principales obstáculos para innovar. Sousa considera la falta de personal calificado, falta de información, deficiente investigación, y factores institucionales entre los principales obstáculos para desarrollar la capacidad innovadora. Igualmente, estos autores incluyen los factores de mercado como obstáculos para innovar. Porter (1980) destaca los factores de mercado como propulsores de competitividad saludable, por lo tanto, la que genera la verdadera ventaja competitiva. Sea por el ángulo de los obstáculos (Sousa *et al.*, 2008) o por el ángulo de los elementos propulsores (Porter, 1980), las variables representativas de los mercados están en el GCI a través de las variables: 'Sofisticación del Comprador'; 'Prevalencia de las barreras comerciales'; y 'Tamaño del mercado interno'. En los monitores de competitividad turística estos obstáculos son poco o no son medidos, pues en el TTCI no están presentes y el monitor brasileño verifica sólo la variable: 'Concurrencia y Barrera de Entrada'. Variables que reflejen la resistencia a cambios en las organizaciones o en los destinos no son verificadas. Ocurre lo mismo con el factor Percepción del riesgo que no es medido en los monitores turísticos.



Debido a una extrema vinculación con la capacidad para innovar, los factores tecnológicos se han analizado por separado. Se considera que la tecnología es capaz de generar un cambio que sostiene la ventaja competitiva (Porter, 1985; Fagerberg, 1988), pues es capaz de generar todos los tipos de innovación: radicales o incrementales (Ettlie, Bridges y O'Keefe, 1984; Floy sand y Jakobsen, 2010; Goedhuys y Veugelers, 2011); de producto, de proceso, de mercado u organizacionales (Sousa *et al.*, 2008; Krizaj, 2012; Manual de Oslo, 2005).

En GCI se verificó que el factor tecnología está presente en las variables: 'Disponibilidad de tecnologías de punta' y 'Transferencia de tecnología y FDI'. El TTCl verifica solamente el uso de las tecnologías para transacciones a través de las variables: 'Uso de las TIC para las transacciones B-to-B' y 'Uso de las TIC para las transacciones B-to-C'. Mientras que el Monitor brasileño sólo verifica la presencia de 'sitio del destino turístico en internet'.

Una última variable que ganó importancia desde la teoría Porteriana (1980), y se revistió de nuevo significado en las teorías de Coopetición (Bengtsson y Kock, 1999; Lado *et al.*, 1997; Quint, 1997; Dagnino y Padula, 2002) es la presencia de organización en formato de Cluster. Esta variable sólo está presente en el monitor GCI. Los monitores de turismo analizados no verifican la presencia de clusters turísticos.

Consideraciones finales

En la actualidad, la innovación es una de las estrategias empresariales más efectivas para lograr un valor añadido y garantizar la supervivencia y la competitividad en mercados cada vez más exigentes y globales. El principal objetivo de esta investigación ha sido analizar el contenido de los monitores de competitividad GCI, el TTCl y el Monitor brasileño de MTur. A través de un análisis de contenido verificó la presencia de variables que indiquen la innovación o la capacidad para innovación tomando por base las teorías que especifican los factores u obstáculos para innovar. Se ha verificado la existencia directa, con un pilar específico para medir innovación, solamente en GCI. Los monitores de competitividad turística analizados no miden la innovación en los destinos turísticos, ni de productos, ni de procesos.



A pesar de la destaca importancia de una diferenciación entre los destinos basada en innovación, especialmente para destinos maduros, dicha variable está siendo tratada en estudios turísticos de forma apartada de la variable competitividad, en las herramientas de medición. Los monitores se han desarrollado bajo perspectivas científicas y empíricas de los modelos más consagrados en la literatura de competitividad que son el Diamont Model de Porter (1980), el Modelo de Competitividad de Crouch y Ritchie (1999, 2003) y el modelo de Dwyer y Kim (2003). No obstante, estos modelos, que han servido de base, no poseen un pilar específico para medir innovación.

Las mediciones de variables que son significativas en la capacidad para innovación están presentes en todos los modelos. Con diferentes grados y número de indicadores verifican las variables relacionadas a factores externos, especialmente indicadores de políticas públicas, educación e investigación. Los factores internos no han recibido mucha atención en los modelos.

Se destacó positivamente la presencia de variables representativas de la cooperación en el modelo brasileño, indicando una madurez de acciones en este sentido. Al revés, se destacó negativamente en los modelos de competitividad turística analizados la falta de variables relacionadas a la tecnología y la presencia de clústeres turísticos. El clúster, surge en el contexto de la globalización y tiene como propiedad el estrechamiento de las relaciones de las organizaciones para crear una red de sinergias con objetivo de desarrollar estrategias competitivas conjuntas, creando y entregando mayor valor al mercado, por medio de relaciones cooperativos entre empresas independientes que tienen el objetivo, aunque compitan entre sí. Estas dos variables son muy significativas en la capacidad para innovar de una actividad económica.

La relación entre competitividad e innovación queda clara, así como se confirma que son aspectos complementares. Los estudios destacan que la innovación genera más competitividad. No obstante, la medición de dos constructos multidimensionales competitividad e innovación lleva a un alto nivel de complejidad. Los resultados de este estudio indican que no existe una coherencia entre la teoría y la práctica para una correcta vinculación entre medición de competitividad y la determinante innovación en los monitores de competitividad turística.



El manual de Oslo presenta una metodología común para definir y medir la innovación. Otros indicadores de medida del desempeño innovador son *Technology Index*, *Technological Readiness Index* y *Technological Innovation Index*. Todos los tres desarrollados por el WEF. Así, se sugiere una reformulación de los monitores de competitividad turística para que hagan inclusiones directas de medidas de innovación, que abarquen un pilar específico para el constructo innovación con el objetivo mínimo de medir aspectos relacionados a productos, procesos, cooperación, organización en formato de cluster, y uso de tecnologías de punta.

La innovación es el elemento clave que explica la competitividad. Porter (1990) se muestra rotundo al afirmar que la competitividad de una nación depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar, generando ventajas competitivas para en el sector y en las empresas. Por lo tanto, para alcanzar altos niveles de competitividad es necesario trabajar desde la base, donde la innovación es quizá la herramienta más efectiva para conquistar nuevos mercados.



Referencias

- Bardin, L. (1977). *L'Analyse de contenu*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bengtsson, M. & Kock, S. (1999). Cooperation and Competition in relationships between competitors in business Networks. *The Journal of Business & Industrial Marketing*. 14(3), 178-194.
- Becheikh, N., Landry, R. & Amara, N. (2006). Lessons from innovation empirical studies in the manufacturing sector: A systematic review of the literature from 1993-2003. *Technovation*, 26(5-6), 644-664.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Camisón, C., Lapiedra, R., Segarra, M. & Boronat, M. (2003). Marco conceptual de la relación entre innovación y tamaño organizativo. *Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y Tecnología*, 19, 49-61.
- Crouch, G. I. & Ritchie, J.R.B. (1999). Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity. *Journal of Business Research*, 44 (3), 137-152.
- Dagnino, G. B., Padula, G. (2002). *Coopetition Strategy: a new kind of interfirm dynamics for value creation*. In II Annual Conference of Euram on: "Innovative Research Management". Track: "Coopetition Strategy: Towards a new kind of interfirm dynamics". Stockholm: may 9-11.
- Daft, R. L. (1978). A dual-core model of organizational innovation. *Academy of Management Journal*, 21(2), 193-210.
- Damanpour, F. & Aravind, D. (2006). Product and process innovations: A review of organizational and environmental determinants. In Hage, J., Meeus, M. (eds.). *Innovation, Science, and Institutional Change: A research handbook* (38-66). Cambridge: Oxford University Press.
- Damanpour F. (1991). Organizational innovation: a meta analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Dosi G. (1988). Sources, procedures and microeconomic effects of innovation. *Journal of Economic Literature*, 26, 1120-1171.



- Dunning, J.H. (1992). The competitive advantages of countries and MNE activity. *Transnational Corporations*, 1(1), 135-68.
- Dunning, J.H. (1993). *The Globalization of Business*. London and New York: Routledge.
- Drucker P.F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. New York: Harper & Row Publishers.
- Dwyer, L. & Kim, Ch. (2003). Destination competitiveness: determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- EUROSTAT & OCDE (2006). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*, Tragsa (original de 2005).
- Erkuş-Öztürk H. (2009). The role of cluster types and firm size in designing the level of network relations: The experience of the Antalya tourism region. *Tourism Management*, 30(4), 589-597.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. & Meyer-Stamer, J. (1994). *Competitividad sistémica: competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas*. Berlín: Instituto Alemán de Desarrollo, Ettlíe.
- Ettlíe, J. E., Bridges, W. P., O'Keefe, R. D. (1984). Organization strategy and structural differences for radical versus incremental innovation. *Management Science*, 30, 682-695.
- Fagerberg J, Mowery D.C & Nelson R.R. (2006). *The Oxford handbook of innovation*. Oxford: Oxford University Press.
- Fagerberg. J. (1988). International Competitiveness. *The Economic Journal*, 98, 355-374.
- Ferraz, J. C.; Kupfer, D.; Haguenaer, L. (1997). *Made in Brazil: desafíos competitivos para a indústria*. Rio de Janeiro: Campus.
- Floysand, A. & Jakobsen, S.E. (2010). The complexity of innovation: A relational Turn. *Progress in Human Geography*, 35(3), 328-344.
- García R. & Calantone R. (2002). A critical look at technological innovation typology and innovativeness terminology: a literature review. *Journal of Product Innovation Management*, 19(2), 110-132.
- GCI (2015). *Global Competitiveness Index*. World Economic Forum. [Online] <https://www.weforum.org/reports>. Disponible em <http://www.weforum.org/>, [20 de junho de 2016].
- Goedhuys, M. & Veugelers, R. (2011). Innovation strategies, process and product innovations and growth: Firm-level evidence from Brazil. *Structural Change and Economic Dynamics*. DOI:10.1016/j.strueco.2011.01.004.



- Hall, M. (2009). Innovation and tourism policy in Australia and New Zealand: never the twain shall meet? *Journal of Policy Research in Tourism and Leisure Events*, 1(1), 2-18.
- Haguenauer, L. (1989). *Competitividade: Conceitos e Medidas*. Rio de Janeiro: UFRJ/IEI.
- Hjalager, A. M. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23(5), 465-474.
- Hjalager, A. (2010). A review of innovation research on tourism. *Tourism Management*, 31, 1-12.
- Ivars Baidal, J., Rebollo, J.F.V. & Fernández, A.A. (2014). Políticas de Innovación en Turismo y Desarrollo de Clusters: La percepción gerencial en el programa agrupaciones empresariales innovadoras (AEIs). *Cuadernos de Turismo*, 33, 97-120.
- Johne F.A. & Snelson P.A. (1988). Success factors in product innovation: A selective review of the literature. *Journal of Product Innovation Management*, 5(2), 114-128.
- Krizaj, D., Brodnik, A. & Bukovec, B. (2012). A Tool for Measurement of Innovation Newness and Adoption in Tourism Firms. *International Journal of Tourism Research*, 16, 113-125. DOI: 10.1002/jtr.1905
- Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. Cambridge, Leuven: The MIT, Leuven University.
- Lado, A. A., Boyd, N. G. & Hanlon, S. C. (1997). Competition, Cooperation, and the Search for Economic Rents: a syncretic model. *Academy of Management Review*, 1, 110-141.
- Medina-Muñoz, D.R., Medina-Muñoz, R.D. & Chim-Miki, A.F. (2012). Tourism competitiveness assessment: the current status of research in Spain and China. *Tourism Economics*, 19(2), 297-318.
- Molinar, C. M. A., Hernández, I. Z. & Velásquez, R. M. (2015). Examen del fenómeno del turismo contemporáneo y la Competitividad en la Frontera del Conocimiento. *El Periplo Sustentable: revista de turismo, desarrollo y competitividad*, (28), 81-114.
- Narula, R. (1993). Technology, international business and Porter's diamond: synthesising a dynamic competitive development model. *Management International Review*, 33, (93/2), 85-107.
- Newall, J. E. (1992). The challenge of Competitiveness. *Business Quarterly*, 56, 94,100.
- Novell, M., Schmitz, B., Spencer, T. (2006). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 27(6), 1141-1152.
- OCDE (2000). *Annual Reports*. Paris: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Ohlin, B. (1933). *Interregional and international trade*. Cambridge: Harvard University Press.



- Orfila-Sintes, F., Crespí-Cladera, R., Martínez-Ros, E. (2005). Innovation activity in the hotel industry: Evidence from Balearic Islands. *Tourism Management*, 26(6), 851-865.
- Orfila-Sintes, F., Mattsson, J. (2009). Innovation behavior in the hotel industry. *Omega*, 37(2), 380-394.
- Pikkemaat B. & Peters M. (2005). Towards the Measurement of Innovation-A Pilot Study in the Small and Medium Sized Hotel Industry. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 6(3/4), 89-112.
- Porter, M.E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industry and Competitors*. New York: The Free Press.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Porter, M. (1990). *Vantagem Competitiva*. Rio de Janeiro: Campus.
- Quint, B. (1997). Coopetition: sleeping with the enemy. *Information Today*, 14 (1) 1-7.
- Ricardo, D. (1817). Principles of Political Economy and Taxation. J.Murray, Londres. Version en castellano en Ricardo, D. (1955). *Principios de Economía Política y de Tributación*, Madrid: Aguilar.
- Ritchie, J. R. B. & Crouch, G. I. (2000). The Competitive Destination: a sustainability perspective. *Tourism Management*, 21(1), 1-7.
- Ritchie, J.R.B. & Crouch, G.I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Oxon: Ed. CABI Publishing.
- Rogers E.M. (2003). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Scott B. & Lodge G. (eds.) (1985). *US Competitiveness and the World Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
- Smith, A. (1776). The wealth of nations. London. Version en Portugues en Aguiar Luis Cristovao (1999). Inquerito sobre a Natureza e as causas da Riqueza das Nações. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Schumpeter JA. (1961). *The Theory of Economic Development*. Oxford: Oxford University Press.
- Sousa, A.A, Veiga, G.V., Lopez, J.L, Rodrigues, A.G, Valo, R.C, & Suarez, M.J.A (2008). Innovación Turística: Perspectivas Teóricas y Objetos de Estudio. *Revista de Ocio y Turismo*, 1, 19-50.
- Sundbo J. (1995). Three paradigms in innovation theory. *Science and Public Policy*, 22(6), 399-410.



- Sundbo J., Orfila-Sintes F., & Sørensen F. (2007). The innovative behaviour of tourism firms - Comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36(1), 88-106.
- TTCI (2015). *Travel and Tourism Competitiveness Index*. [Online]. Disponível em <http://www.weforum.org/>, [10 de abril de 2016].
- Veliyath, R., Zahra, S. A. (2000). Competitiveness in the 21st Century: Reflection on the growing debate about globalization. *Advances in Competitiveness Research*, 8(1).
- Vianna, S. L. G. (2011). *A Competitividade e a Qualidade de Vida na Destinação Turística: Análise quanto à sua correspondência*. Tese (Doutorado em Turismo), Universidade do Vale do Itajaí-UNIVALI. Balneário Camboriú.
- Volo, S. (2005). Tourism destination innovativeness. Proceedings of the AIEST 55th Congress, Brainerd MN, USA: August, 28-September, 1.
- Weber R. (1985). *Basic content analysis*. Beverly Hills, Editora Sage.
- World Economic Forum (2013). *The Global Competitiveness Report*, Geneva: WEF.
- World Economic Forum (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. [Online]. Disponível em: <http://www.weforum.org/>, [12 de maio de 2016].