

revista de ANÁLISIS TURÍSTICO



Primer semestre de 2008

Núm. 5

SUMARIO

ARTÍCULOS

“Análisis comparativo de la rentabilidad y productividad de las empresas hoteleras en el mercado europeo”

Amparo Sancho Pérez y Rocío Simarro Parreño

“Análisis de la inversión de los Programas de Innovación Rural en patrimonio cultural como elemento dinamizador del turismo”

Águeda Esteban Talaya, Juan Antonio Mondéjar Jiménez, José Mondéjar Jiménez y María Leticia Meseguer Santamaría

“La accesibilidad como oportunidad de mercado en el management de destinos turísticos”

José Antonio Fraiz Brea, María Elisa Alén González y Trinidad Domínguez Vila

“Percepción de los expertos sobre las implicaciones del cambio climático en las regiones turísticas euromediterráneas”

Josep Francesc Valls Giménez y Rafael Sardà Borroy

“La capacidad de carga recreativa en la gestión de los visitantes. El caso del Parque Natural del Carrascal de la Font Roja (Alicante, España)”

Maryland Morant González y María José Viñals Blasco

DEBATE

“¿Puede seguir creciendo como hasta ahora el turismo español?”

Juan Ignacio Pulido Fernández (coord.)



AECIT
ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE
EXPERTOS CIENTÍFICOS EN TURISMO

REVISTA DE ANÁLISIS TURÍSTICO, nº 5, 1^{er} semestre 2008, pp. 4-15

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA RENTABILIDAD Y PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS HOTELERAS EN EL MERCADO EUROPEO

Amparo Sancho Pérez

Universidad de Valencia

Rocío Simarro Parreño

Universidad de Valencia

Revista de Análisis Turístico

ISSN: 1885-2564 Depósito Legal: B-39009

©2008 Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT)

www.aecit.org email: analisisturistico@aecit.org

ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA RENTABILIDAD Y PRODUCTIVIDAD DE LAS EMPRESAS HOTELERAS EN EL MERCADO EUROPEO

Amparo Sancho
Rocío Simarro
Universidad de Valencia
Amparo.sancho@uv.es

resumen

Los factores empleo, capital físico e innovación tecnológica inciden en el crecimiento sostenido del sector turístico y/o las empresas a largo plazo y en el éxito y rentabilidad de los mismos. Es evidente que este crecimiento no está igualmente equilibrado en todos los países o regiones. Ello dependerá de la gestión eficiente de estos factores tanto por los poderes públicos como por los agentes privados. El supuesto de este trabajo es que existe una relación entre la productividad de las empresas y la rentabilidad de las mismas. Este supuesto se contrasta en el contexto del mercado turístico europeo, realizando un estudio comparativo para las empresas hoteleras europeas, así como su evolución durante el periodo 1996-2005. El estudio se ha realizado con la base de datos de AMADEUS.

Palabras clave: rentabilidad, productividad, empresas hoteleras.

abstract

Sustained long term growth in tourism depends on employment, physical capital and technological innovation. Growth in tourism has obviously not been evenly distributed across all countries, as this depends on how efficiently tourism companies and public authorities manage the factors previously mentioned. The hypothesis of this study is that the higher the productivity in a company is, the more profitable. A comparative study about the hotel industry is done in order to analyse this hypothesis in the context of the European tourism market. We study the relationship between the average profitability and productivity of the European tourism companies as well as their evolution during the period 1996-2005. The database used has been AMADEUS.

Keywords: profitability, productivity, hotel companies.

1. introducción

El turismo representa actualmente una parte importante de las economías de los países desarrollados y en vías de desarrollo y es un sector fuertemente influenciado por los cambios tecnológicos que se producen en el entorno.

Las empresas más innovadoras, con elevadas productividades, son las más competitivas, valoran más la importancia del capital humano en la empresa y son las que con más intensidad tratan de mantenerlo, ofreciendo mejores condiciones de trabajo o incluso incrementándolo. La explicación de dicha evolución es bastante simple: el aumento de la formación en el trabajo mejora la especialización de este factor, que se adapta con mayor flexibilidad a procesos productivos más complejos, aumenta la productividad de la empresa y, por lo tanto, contribuye al crecimiento del sector y/o de las empresas.

Dadas las características del sector hotelero (sector de servicios), el factor humano es muy importante para el éxito empresarial y para el mejor desarrollo de los standards de calidad y tecnología en las empresas del sector. La capacidad de producción de una empresa rentable está condicionada a la fuerza de trabajo y su nivel de especialización tecnológico.

Sin embargo, dadas las características y el tamaño de las empresas turísticas (PYMES), puede producirse grandes diferencias en la relación entre la productividad y la rentabilidad de las empresas y mucho más si se considera la bipolarización empresarial- PYMES y/o grandes compañías hoteleras- (Sancho y Maset, 2001) y/o la dinámica de los otros sectores industrial y de servicios (Walder et al 2006). Del mismo modo, la falta de formación de los trabajadores en el sector puede reducir la difusión de la tecnología (Baumol 2002) y a causa de ello las adaptaciones tecnológicas no son capaces de ser implementadas de forma eficiente.

La estructura del presente trabajo parte de una revisión de las relaciones teóricas entre productividad y rentabilidad para posteriormente analizar los resultados obtenidos en la evolución de la productividad y la rentabilidad medias de las empresas hoteleras en Europa en el periodo 1996-2005 (base de datos AMADEUS). El texto se cierra con unas breves conclusiones donde se subrayan los resultados más destacables del análisis realizado.

2. el crecimiento de la productividad y la rentabilidad

La mejora del capital humano impulsa la actividad innovadora en las empresas, lo que se traduce en aumentos de la productividad y rentabilidad y en la mayor competitividad de las mismas. El círculo se cierra con la influencia -también positiva- de la competitividad sobre la mejora de la formación del capital humano. La formación en el seno de la empresa ha adquirido importancia y cada vez más, las empresas turísticas se encuentran inmersas en procesos de formación más serios y rigurosos, lo cual es una de las posibles explicaciones de los mejores resultados económicos que se han alcanzado en el sector turístico durante los últimos años e igualmente en los logros obtenidos en productividad y rentabilidad de las empresas turísticas, en general, y de las hoteleras, en particular.

Sin embargo, a pesar de las ventajas inherentes a los procesos de formación, tradicionalmente se observa que la óptica empresarial turística ha sido adversa a la inversión en formación por toda una serie de razones que se pueden resumir en las siguientes:

- Gran parte de las empresas turísticas consideran la inversión en formación realmente como un gasto, por lo tanto no la han incorporado a sus procesos de producción.
- La escasa cualificación de los trabajadores, así como la gran cantidad de trabajadores a tiempo parcial, implica que la inversión en formación potencial realizada no sea considerada como una necesidad en las empresas.
- Muchos empresarios argumentan que la experiencia es más importante que la formación.
- Numerosas empresas aducen problemas de acceso a la formación, bien por situación geográfica (empresa alejada de centros formadores), o bien por la dificultad que entraña conseguir formadores que acudan a la propia empresa.
- La mayor presión por adecuarse a las innovaciones tecnológicas hace que se dé más importancia a las inversiones en capital físico que a las inversiones en capital humano.

Todos estas razones han condicionado varios aspectos de la productividad de los factores productivos en el sector turístico ya que la interacción entre los factores empleo, capital

físico e innovación tecnológica inciden en el crecimiento sostenido del sector a largo plazo (Aguilar et al. 2007). Sin duda, la función de producción del sector tiene que estar condicionada por los inputs establecidos como son el trabajo, el capital aportado y la productividad total de los factores (PTF) o productividad multifactor, que puede interpretarse como un valor residual que recoge el cambio técnico (desincorporado) del sector junto con otro conjunto de factores. En algunos estudios se ha demostrado la relación existente entre este factor y los capitales tecnológicos e innovación realizada en el sector (Sanau et al 2006).

La relación teórica entre productividad y rentabilidad en el largo plazo es compleja (Mattson 2006). Esta relación puede explicarse con un ejemplo hipotético. En una situación donde dos empresas compiten en el mismo mercado con acceso a los mismos factores productivos, las dos tienen similares niveles de productividad y rentabilidad.

Si una empresa consigue aumentar su productividad, ésta será, por definición, capaz de producir los mismos servicios con el mismo nivel de calidad empleando menos factores productivos y, por lo tanto, disfrutando de una ventaja en costes (Blake et al). La empresa puede entonces utilizar este ahorro en costes para realizar nuevas inversiones, o puede distribuir el beneficio a los accionistas en forma de dividendos. O igualmente, puede elegir entre ofrecer precios más bajos- y así ganar cuota de mercado- o pagar mayores salarios con el propósito de atraer mano de obra cualificada. Sin embargo, un incremento momentáneo en la productividad no implica normalmente una ventaja en rentabilidad sostenible. Una vez los dos competidores alcanzan el mismo nivel de productividad, éstos empezarán a competir en precios hasta que el margen de rentabilidad original desaparezca.

En el escenario competitivo descrito, la fuente de rentabilidad más sostenible es la constante mejora de la productividad. En otras palabras, la rentabilidad es la recompensa a la mejora en términos de productividad. Esta dinámica también es cierta en situaciones de mercado más complejas.

En un entorno competitivo -como el que define en estos momentos el sector turístico-, un incremento en productividad por parte de una empresa obliga a realizar mejoras en su productividad al resto de empresas competidoras (Jacob et al 2005). Sin embargo, y dado que el sector hotelero es un sector intensivo en mano de obra, y como tal, registra tasas de empleo relativamente más elevadas, las tasas de crecimiento de su productividad por empleado no son tan altas como en otro tipo de servicios.

Si a estos factores se añade el hecho de que los puestos de trabajo que ofrece el sector hotelero suelen percibirse como de baja cualificación, todo ello implica más posibilidades por parte de las empresas de establecer contratos temporales y de dedicación parcial sobre la base de retribuciones comparativamente bajas, con escaso interés por parte de los contratantes por mejorar la formación y especialización.

Todos estos factores provocan que el ratio capital físico por persona ocupada que presenta este sector sea bastante más bajo que la media de la economía, lo que repercute sobre la productividad e indirectamente sobre la rentabilidad de las empresas hoteleras. (Productividad y Competitividad de la Economía Española, Marzo-Abril 2006).

La competitividad de una empresa puede medirse a través de los costes laborales unitarios. El coste laboral unitario (CLU) es la parte del valor de una unidad de producto que se destina a remunerar el factor trabajo utilizado para producirla, y se obtiene como el cociente entre el coste laboral nominal por trabajador y la productividad del trabajo valorada también en términos corrientes (Picazo, A.J. 2003).

El coste laboral nominal por trabajador se calcula como el cociente entre la remuneración de asalariados a precios corrientes (incluyendo no sólo el salario percibido por el trabajador, sino también las cuotas sociales que se han de abonar a la Seguridad Social) y el número de trabajadores asalariados. La productividad nominal del trabajo es el cociente entre el Valor Añadido Bruto del sector (VAB) corriente y el total de ocupados. Así,

La evolución del CLU depende de cómo varíen los salarios con relación a la productividad, de manera que cuando los salarios crecen por encima de la productividad el coste laboral por unidad de producto aumenta. Por esto las ganancias de productividad son una variable clave en la determinación de los salarios. Cualquier incremento de los salarios que no vaya acompañado de un crecimiento de la productividad del trabajo elevará el CLU, lo que acabará manifestándose necesariamente en un aumento de los precios o en una caída de la rentabilidad empresarial.

3. análisis comparativo de la relación entre productividad y rentabilidad en las empresas hoteleras europeas

Para establecer la relación entre la productividad y la rentabilidad de las empresas se ha utilizado la base de datos AMADEUS y, dentro de la misma, el criterio NACE 1.1 referente a las actividades económicas de la Comunidad Europea. Los países europeos analizados son seis: España, Francia, Italia, Grecia, Rumania y Reino Unido durante el periodo comprendido entre los años 1996 y 2005.

Tabla 1
Tamaño muestral del estudio.

Países	Pequeñas empresas	Mediana empresas	Grandes empresas
España	1117	85	316
Francia	2542	34	122
Italia	268	29	91
Grecia	449	35	64
Rumania	239	21	978
Gran Bretaña	73	72	489

Fuente: elaboración propia a partir de AMADEUS

Las variables de rentabilidad y productividad que se han utilizado en el estudio y dentro de la información proporcionada por AMADEUS han sido: la rentabilidad del capital en tantos por cien “Return on Capital Employee”(ROCE) y para la productividad aparente del trabajo se ha utilizado la relación entre el ingreso de explotación por empleado en miles de euros del año 2005, “Operating Revenue per Employee”.

Por lo tanto la variable ROCE mide la eficiencia y rentabilidad de la inversión en capital que realiza una empresa. Se calcula a partir de la siguiente expresión:

ROCE (%) = [(BAI + INTE) / (FONDOS PROPIOS + DEUDA NO EXIGIBLE ACP)] * 100

La población objeto de estudio está formada por empresas hoteleras europeas clasificadas según tamaño de acuerdo con el número de empleados: empresas hoteleras con un rango entre diez y veinte trabajadores (asociándose así este tamaño a empresas pequeñas o familiares), empresas con un rango entre sesenta y cien trabajadores (mediana empresa), y empresas con más de cien trabajadores (grandes empresas) 1.

Los tamaños de la muestra se exponen en la tabla 1.

- Siendo:
- BAI = beneficio antes de impuestos
 - INTE = intereses pagados
 - FONDOS PROPIOS = capital más otros fondos de accionistas
 - DEUDA NO EXIGIBLE A CP = deuda a largo plazo y otras deudas no actuales incluyéndose las provisiones.

La medida de la productividad mide el ingreso de explotación en miles de euros del año 2005 por empleado. Más concretamente, se considera el ingreso de explotación como las ventas más las

1. Se han homogenizado las muestras iniciales considerando únicamente las empresas hoteleras con disponibilidad de datos en cuanto a productividad y rentabilidad para todo el periodo considerado.

CLU = $\frac{CLT}{PdtvL} = \frac{\frac{\text{remuneración asalariados}}{\text{asalariados}}}{\frac{\text{producción}}{\text{asalariados}}} = \frac{\text{remuneración asalariados}}{\text{producción}}$

variaciones de stock y otros ingresos, excluyéndose de su cálculo el IVA.

Es bien sabido que la estimación de la productividad en los servicios plantea numerosas dudas desde el punto de vista teórico y dificultades en cuanto a la estimación de los posibles indicadores. Sin embargo, dado que la hostelería es una actividad comparativamente intensiva en factor trabajo respecto de otros servicios, el valor añadido producido equivale prácticamente al uso y costes del factor trabajo (Gadrey et al., 1992; Martínez Serrano y Picazo, 1999; Cuadrado, 2006). Aun así, el indicador convencional de la productividad por persona ocupada no refleja las mejoras en términos de calidad del servicio, al tiempo que pueden aumentar claramente el número de servicios prestados y la calidad, efectividad y rapidez en las operaciones (Productividad y Competitividad de la Economía Española, Marzo-Abril 2006).

4. resultados de la investigación

La productividad media de las empresas hoteleras ha aumentado ligeramente en España desde 1996 hasta 2005, siendo las de menor tamaño (de 10 a 20 empleados) las que experimentan mayor crecimiento (4 %), seguidas muy de cerca por las empresas hoteleras de tamaño mediano (3,65 %). Las de mayor tamaño, sin embargo, mantienen su productividad prácticamente inalterada, experimentando un débil crecimiento del 0,87 %. La rentabilidad, sin embargo, ha disminuido más rápidamente en todos los casos. Concretamente, ha disminuido más rápidamente en las empresas medianas para el periodo considerado, con un crecimiento negativo del 31,44 %. Asimismo, los hoteles españoles pequeños y grandes experimentan un decrecimiento alrededor del 9 % durante el periodo considerado. (Ver tablas 2 y 3).

Para el caso de Francia que presenta unas tasas de crecimiento de las pernoctaciones entre 2002 y 2005 muy reducidas (1,7 %), se ha visto sometido también en este periodo a una escasa productividad, en general de todas las empresas aunque a nivel de grandes empresas esta tendencia ha sido diferente con un impulso relativo (3,5 %).

Sin embargo no ha ocurrido lo mismo con la rentabilidad de las empresas ya que han sido las PYMES francesas las que han llegado a objetivos más satisfactorios, con un crecimiento alrededor del 7 %. Este aumento de rentabilidad puede deberse al aumento de las pernoctaciones extran-

jeras que se han producido en este periodos (fundamentalmente de países asiáticos y con gran potencial de turismo cultural), sobre todo en los últimos años (7 %). Sin duda estos factores suponen un efecto mayor sobre el gasto medio y por lo tanto, se relacionan directamente con la rentabilidad. (Ver tabla 2).

En el caso de Grecia (ver tabla 3), que se vio muy afectada por los atentados del 11 S del 2001 y por la cercanía con Irak en el periodo de guerra, ha centrado su oferta en empresas pequeñas que han tenido crecimientos en productividad importantes (7,5 %) al igual que en rentabilidad (24 %). Sin embargo, la rentabilidad del resto de empresas no ha sido importante, quizás por el hecho de que una parte importante de la demanda de los hoteles de grandes dimensiones se ha trasladado hacia los cruceros, demanda que ha aumentado a unos niveles importantes (22 % en un año).

Italia, que aunque en la segunda parte del periodo ha tenido una pequeña recuperación en las pernoctaciones, sin embargo lleva detrás la influencia de un inicio del periodo 2000-2003 con un decrecimiento importante en las mismas y de los ingresos por turismo en el periodo (OMT 2007). El turismo norte-americano que es la base de su demanda experimenta un decrecimiento en la primera parte del año aunque se recupera posteriormente. Estas razones son las que pueden llevar a que las empresas italianas no logren rentabilidades positivas a lo largo de todo el periodo e incluso decrezcan a lo largo del mismo. Sin embargo la productividad media se ha mantenido con crecimiento positivo, destacando las empresas de menor tamaño (superior al 10 %). No ha sido así para las empresas de tamaño medio que mantuvieron prácticamente inalterada su productividad durante el periodo considerado. (Ver tablas 2 y 3).

Rumania, como país emergente dentro de los mercados turísticos europeos y con crecimientos en sus pernoctaciones de turistas internacionales de 5`2 % (OMT 2006) experimenta, sin embargo, un importante decrecimiento en términos de rentabilidad y de productividad durante el periodo considerado. La razón aparente es la escasa experiencia de estas empresas en formación y la ausencia de infraestructuras turísticas, así como el deterioro de sus áreas turísticas y de calidad. Así, la productividad de las empresas hoteleras de menor tamaño decreció un 30 %, seguida muy de cerca por las grandes, con un decrecimiento aproximado del 25 %.. (Ver tablas 2 y 3).

En el caso de Reino Unido, que es un mercado turístico consolidado y muy característico del turismo de *city break*, cultural y negocios, y con un

Tabla 2
Productividad media. Tasas de crecimiento

Paises Empleados	España	Francia	Grecia	Italia	Rumania	Reino Unido
10-20	3,92 %	2,17 %	7,49 %	10,41 %	-31,21 %	0,58 %
60-70	3,65 %	2,06 %	2,72 %	0,08 %	-25,79 %	5,47 %
100 o más	0,87 %	3,50 %	3,04 %	3,10 %	-24,92 %	3,16 %
Fuente: Elaboración propia a partir de AMADEUS						

Tabla 3
Rentabilidad media. Tasas de crecimiento

Paises Empleados	España	Francia	Grecia	Italia	Rumania	Reino Unido
10-20	-9,00 %	5,44 %	24,41 %	-13,32 %	-1,89 %	-2,44 %
60-70	-31,44 %	-3,47 %	-19,16 %	-5,22 %	-13,10 %	-18,16 %
100 o más	-9,55 %	6,91 %	-3,25 %	-9,75 %	-6,53 %	-9,15 %
Fuente: Elaboración propia a partir de AMADEUS						

ritmo de crecimiento en los ingresos por turismo y en las llegadas internacionales importante y mantenido a lo largo del periodo, la productividad de las empresas hoteleras tiene un umbral positivo en todo el periodo considerado, y lo hacen más intensamente las empresas de tamaño medio (5,5 %). Sin embargo, la rentabilidad de estas empresas no llega a alcanzar los rendimientos esperados, y experimentan un decrecimiento para todos los tamaños, siendo más destacable en el caso de los hoteles de 60 a 70 empleados, con una tasa de decrecimiento del 18%.. (Ver tablas 2 y 3).

Si se realiza una comparativa entre los países del estudio en términos de productividad media (ver tabla 2), Rumania es la que más decrece, mientras que Italia, seguida de cerca por Grecia, son los países que más crecen en el caso de empresas hoteleras de más reducido tamaño (entre 10 y 20 empleados). En el caso de las empresas hoteleras de 60 a 70 empleados, Rumania continua siendo el país que mayor decrecimiento experimenta en términos de productividad media, mientras que es el Reino Unido el país en el que más crece esta variable. Si consideramos las empresas hoteleras de mayor tamaño, Rumania continua ocupando la peor posición, mientras que las empresas hoteleras francesas son las que más rápidamente crecen.

Sin embargo, obtenemos resultados distintos si realizamos una comparativa entre países en términos de rentabilidad (ver tabla 3). Más con-

cretamente, Italia y España son los países que más decrecen en aquellas empresas hoteleras de menor tamaño, mientras que Grecia es el país que más crece en este segmento de empresas. Asimismo, las empresas hoteleras de los países considerados experimentan un decrecimiento en su rentabilidad media, siendo las españolas las que experimentan el decrecimiento más notable. Por último, las empresas hoteleras francesas con un número de empleados igual o superior a 100 son las que experimentan un crecimiento positivo en términos de rentabilidad media, mientras que todas las demás decrecen, especialmente las italianas y las españolas.

Con el objetivo de determinar con mayor facilidad la posición competitiva de los países en términos de productividad y rentabilidad medias se ha representado gráficamente el promedio de rentabilidades y productividades de los países considerados (ver gráficas 1.1,1.2,1.3). Allí se aprecia la posición competitiva de cada país a lo largo de los años considerados.

Tal y como se aprecia, los países se distribuyen en cuatro cuadrantes en función de las productividades y rentabilidades medias de todos los países (media ponderada, considerando las diferencias de tamaño muestral. Así, el cuadrante inferior izquierdo (cuadrante I) indica países con escasa productividad y rentabilidad. El cuadrante superior izquierdo (cuadrante II), indi-

ca países con mayor rentabilidad pero con escasa productividad. El cuadrante inferior derecho (cuadrante III) representa países con alto nivel de productividad y baja rentabilidad, mientras que el cuadrante superior derecho (cuadrante IV) representa países con alto nivel de productividad y rentabilidad. Cada gráfica representa un año determinado y con ello se puede apreciar las diferencias competitivas de los países a lo largo del periodo.

Hay que resaltar en estos gráficos la escasa participación de países en el cuadrante IV a lo largo del tiempo, a excepción de Francia que a lo largo de los diferentes periodos temporales ha ido tomando posiciones hacia ese cuadrante en los cohortes de empresas de tamaño medio y grande.

España se mueve con dificultad hacia el cuadrante III lo que pone de manifiesto la escasa competitividad de las empresas españolas y la lucha continuada que las mismas tienen que realizar para buscar mayores productividades y rentabilidades, cosa que hacen normalmente en otros mercados turísticos.

Se observa que Rumania presenta una productividad media muy inferior a la media del conjunto de países durante el periodo considerado y una rentabilidad relativamente elevada, salvo en el año 2005. Las empresas hoteleras griegas y españolas continúan siendo las menos competitivas en términos de productividad y rentabilidad medias. El Reino Unido, por su parte, se sitúa siempre por debajo de la rentabilidad media del conjunto de países.

La rentabilidad del conjunto de las empresas hoteleras de los seis países considerados nunca es superior al 25%, oscilando en la mayoría de los años entre un 10 y un 20%. Asimismo, la productividad del conjunto de las empresas hoteleras se sitúa alrededor de los 80000 euros constantes de 2005 por empleado. Francia es el país con la mejor posición competitiva durante el periodo considerado. Aunque parte inicialmente con una posición competitiva débil en términos de rentabilidad, a partir del año 1997 presenta una productividad y rentabilidad superiores a la media del conjunto de países considerados (a excepción del año 2001, en el que su rentabilidad es ligeramente inferior a la media). Grecia, España y Reino Unido continúan siendo los países peor posicionados competitivamente. Por otra parte, Italia presenta rentabilidades y productividades próximas a la media durante el periodo considerado. Sin embargo, Rumania se caracteriza por su baja productividad a partir del año 2000, a pesar de que su rentabilidad es superior a la media (a excepción del año

2005). Asimismo, es interesante resaltar el hecho de que esta ventaja en rentabilidad se reduce paulatinamente a partir del año 2001.

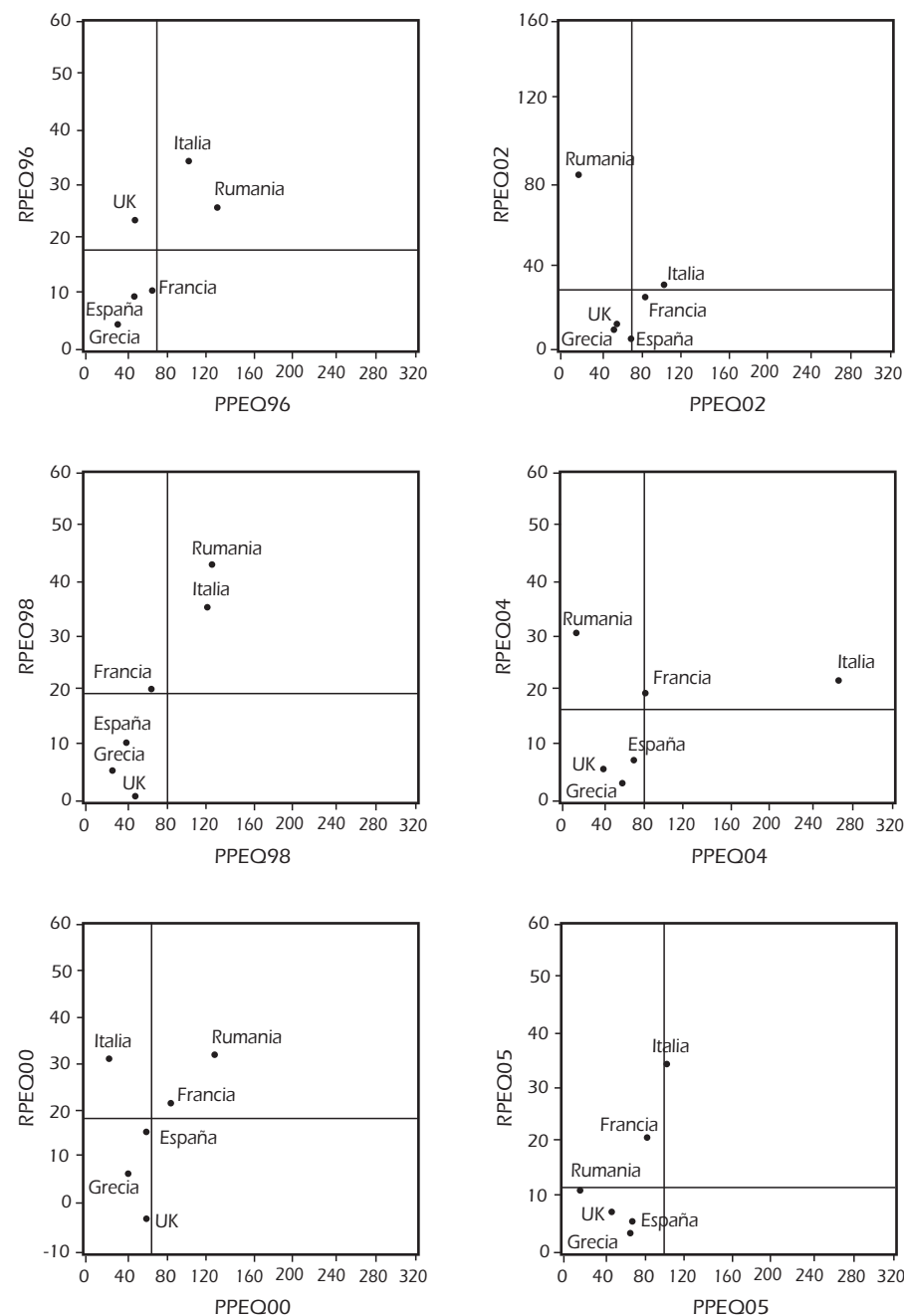
4.1. trayectoria temporal y Benchmarking

La productividad de las empresas hoteleras italianas es generalmente más elevada que en el resto de países durante el periodo considerado, salvo en el caso de las empresas hoteleras de mayor tamaño, donde Francia es el que ocupa el número uno en el ranking. Asimismo, Italia experimenta un notable crecimiento en el caso de las empresas de más reducida dimensión a partir del año 2003. Los demás países siguen una tendencia ligeramente creciente en el tiempo, a excepción de Rumania, la cual decae bruscamente en los años 1999 y 2000, y a partir de este último, su valor se estabiliza, siendo la que menor productividad media presenta. España, por su parte, se sitúa por encima de Rumania y Grecia en términos de productividad, pero por debajo del resto de países. Francia, sin embargo, presenta una productividad elevada durante el periodo considerado (ver gráficas 2.1,2.2,2.3).

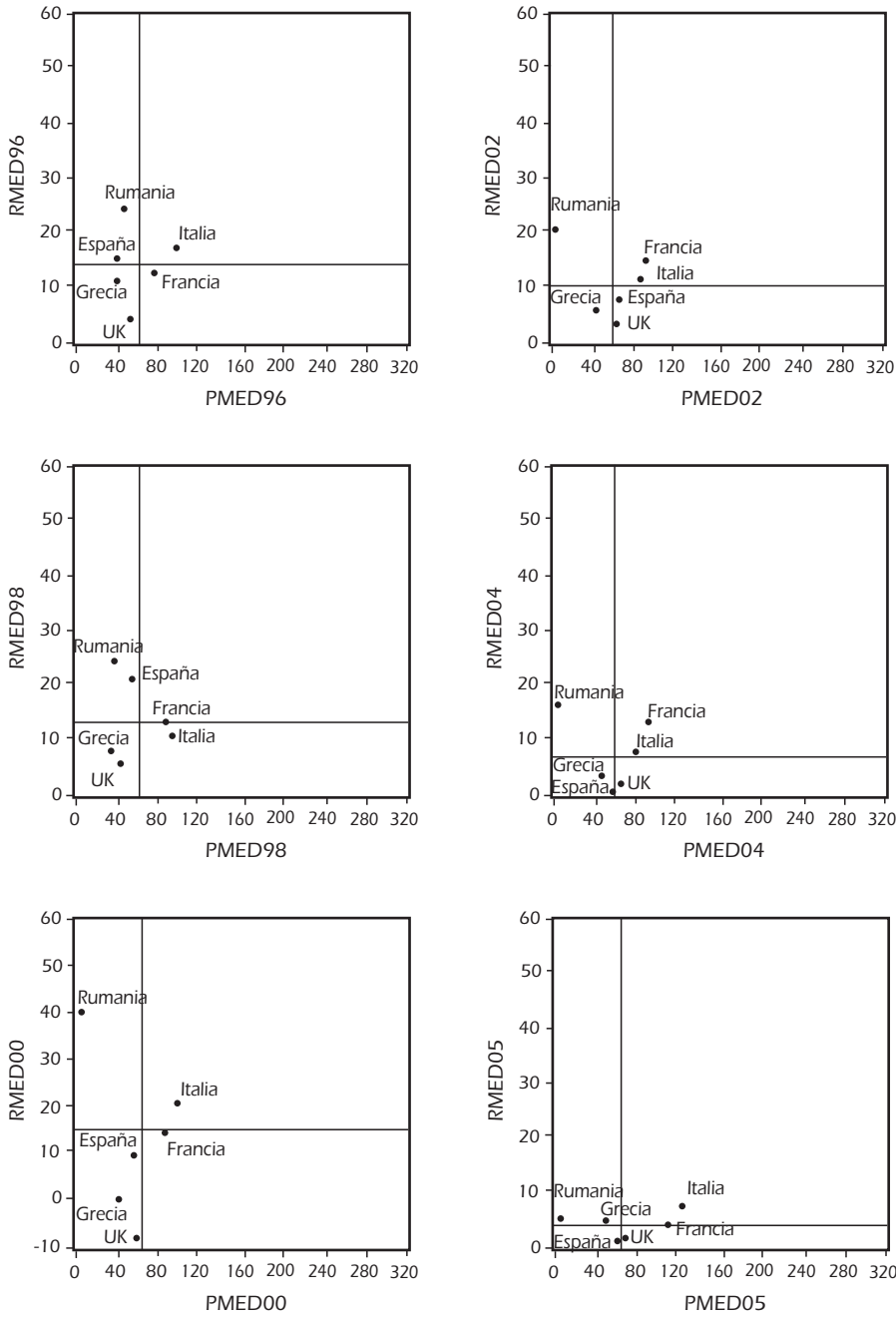
La rentabilidad en Rumania es, generalmente y en contraposición a su productividad, más elevada que en el resto de países considerados, presentando además más oscilaciones. Más concretamente, alcanza su valor mínimo en el año 2005 para las empresas de tamaño mediano, con una rentabilidad del 5% sobre el capital empleado. Sin embargo, alcanza su valor máximo en el año 2001 (aproximadamente 151%) para las empresas de menor tamaño. Por otra parte, Grecia, seguida muy de cerca por España y el Reino Unido, son los países con menor rentabilidad durante todo el periodo considerado, y siguen una tendencia ligeramente decreciente. En la mayoría de los casos, la rentabilidad sobre el capital empleado es inferior al 50 % en todos los países. Por otra parte, a partir del año 1998 Francia presenta una rentabilidad superior a la del Reino Unido. Asimismo, las empresas hoteleras francesas de menor y mayor tamaño presentan una evolución ligeramente creciente durante el periodo considerado. (Ver gráfica 2.1).

Gráfica 1. Posición competitiva de las empresas hoteleras europeas en los años 1996, 1998, 2000, 2002, 2004 y 2005.

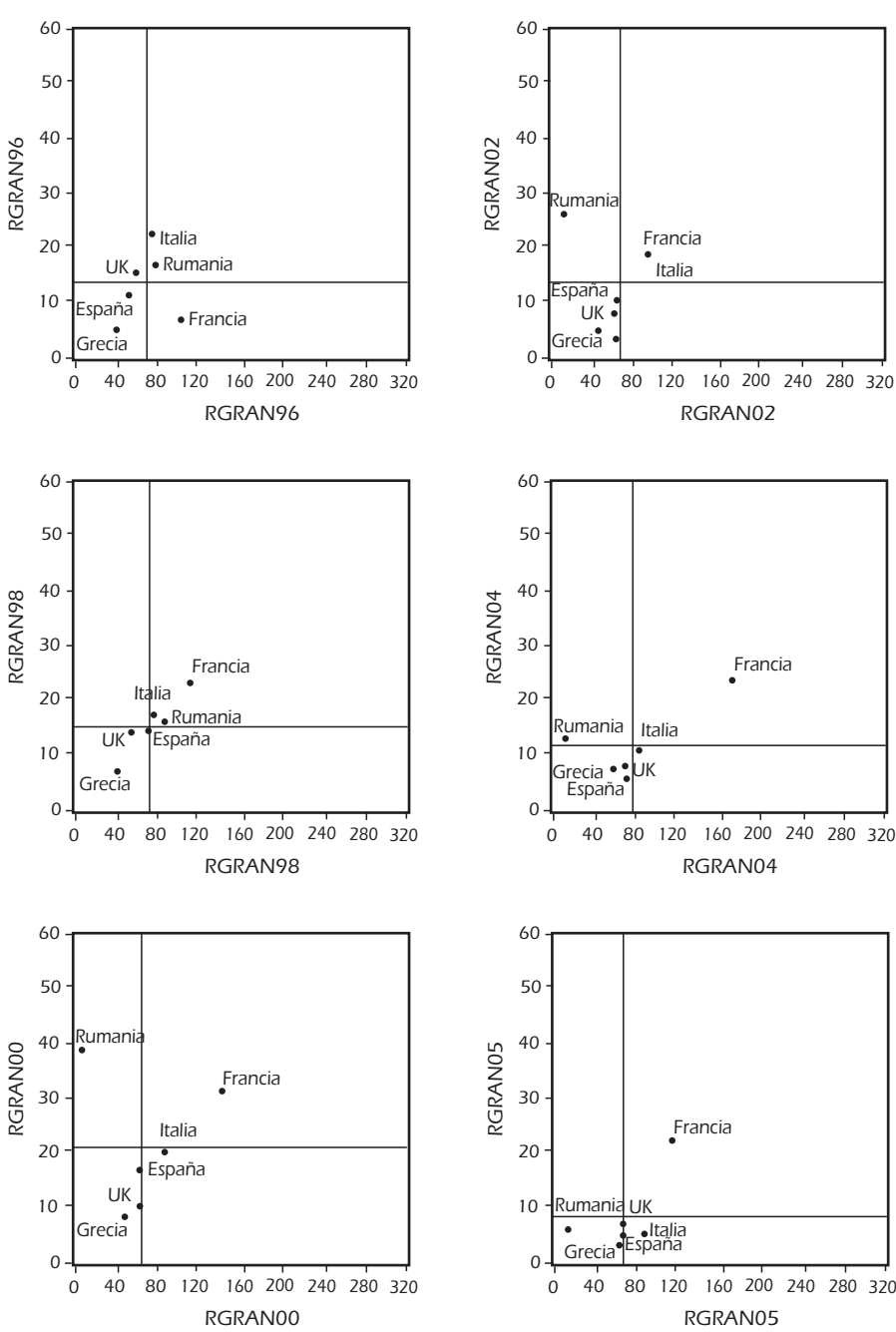
Gráfica 1.1 Hoteles de 10 a 20 empleados.



Gráfica 1.2. Hoteles de 60 a 70 empleados.



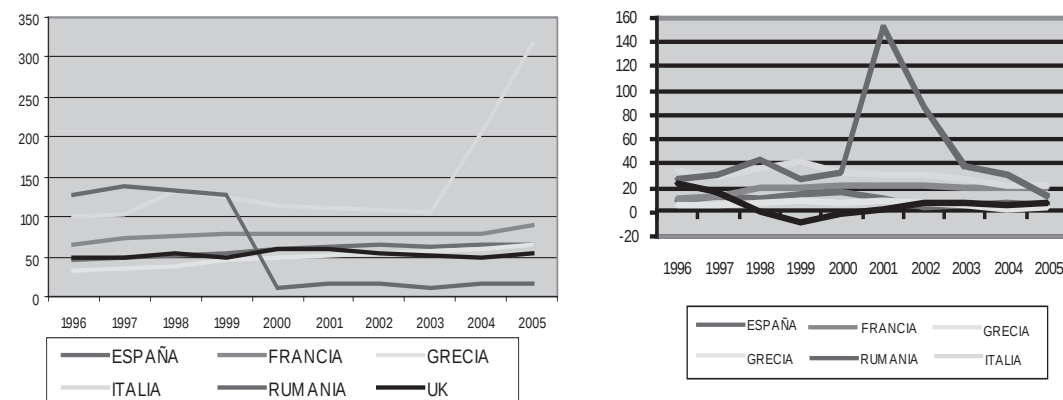
Gráfica 1.3 Hoteles de 100 empleados o más.



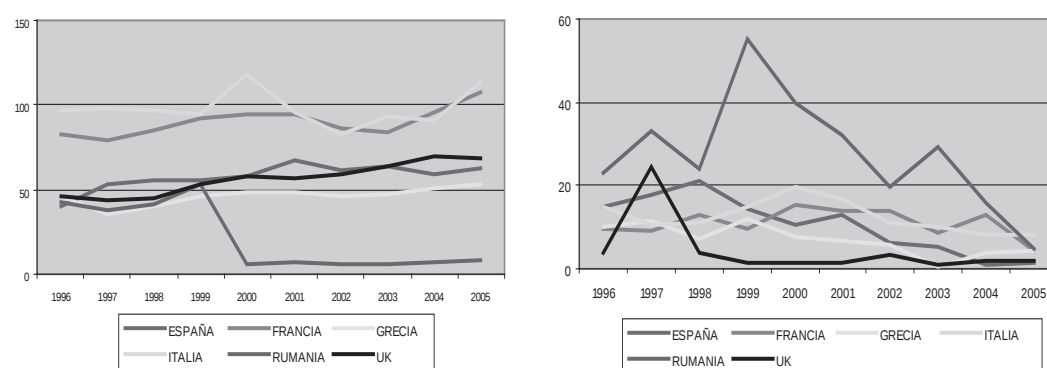
Fuente: Elaboración propia a partir de AMADEUS

Gráfica 2. Trayectoria temporal de la productividad y rentabilidad de las empresas hoteleras europeas.

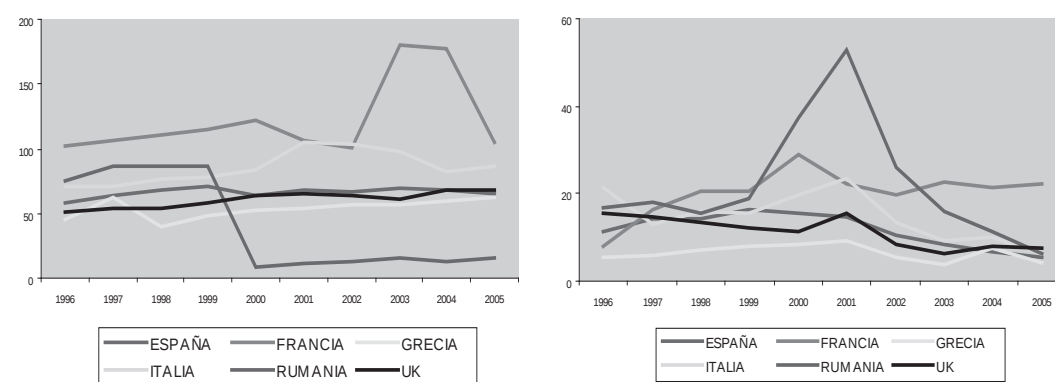
Gráfica 2.1 Hoteles de 10 a 20 empleados.



Gráfica 2.2 Hoteles de 60 a 70 empleados.



Gráfica 2.3 Hoteles de 100 empleados o más.



Fuente: Elaboración propia a partir de AMADEUS

5. conclusiones

Pese a la importancia que el sector turístico en general, y el sector hotelero en particular, tienen sobre la economía mundial, se ha podido observar durante el periodo 1996-2005 que los países europeos analizados presentan un crecimiento de la productividad bastante reducido, tal vez ligado al hecho de que se trata de un sector intensivo en factor trabajo que no facilita la incorporación de innovaciones y formación del personal en el corto plazo. Las deficiencias pueden deberse al elevado porcentaje de trabajadores para cubrir puestos de baja cualificación y de inferior estabilidad, siendo los contratos temporales y a tiempo parcial los más predominantes, con su consiguiente repercusión sobre la productividad y rentabilidad de las empresas hoteleras en el medio y largo plazo. Dinamizar el sector promoviendo políticas de inversión e I + D es, con seguridad, uno de los retos más importantes con que se enfrentan los destinos turísticos, y en especial el español a medio y largo plazo. Por tanto, es necesario que la política económica nacional conceda al sector turístico y hotelero la atención requerida por su importancia en el conjunto de la economía.

8. bibliografía

- AGUILAR J.A., CRESPO J.L., RUBIO M. (2007): "Análisis de la productividad y la eficiencia". Junta de Andalucía. Málaga. *Jornadas sobre proyectos de investigación en turismo AECIT. Granada*.
- BAUMOL, W.J. (2002): "The free-Market Innovation Machine". *Princeton University Press*.
- BLAKE A. SINCLAIR M. T., CAMPOS J.A. (2006): "Tourism productivity: Evidence from UK". *Annals of Tourism Research. Vol 33, pp. 1099-1120*.
- CUADRADO, J.R. y MAROTO, A.: "La Productividad y los Servicios. La necesaria revisión de la imagen tradicional". *Productividad y Competitividad de la Economía Española N° 829*.
- JACOB, M. TINTORÉ J., SIMONET R., AGUILO E. (2005): "Pautas de innovación en el sector turístico Balear". *N° 25 de COTEC. Madrid*.
- MARTINEZ SERRANO J.A., PICAZO A.J., SANCHIS A. (1999): "La desregulación de los servicios en la Comunidad Valenciana"
- MATTSON J., JENSEN C.F., SUNDBO J. (2006): "Innovation system in tourism: the role of the attractors and scene takers". *Industry and innovation , n° 12, pp. 357-381*.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (2006 y 2007): Tendencias de los mercados Turísticos. OMT. Madrid
- PICAZO, A.J. (2003): "Prácticas de Economía Española". Capítulo 8.
- SANAU. J, BARCENILLA S. LOPEZ-PUELLO C. (2006): "Productividad total de los factores". *ICE Abril 2006. N° 629*.
- SANCHO A. CABRER B., RICO P. (2006): "Technology externalities in the tourism industry". *Innovation and product development in Tourism. Walder B., Weiermaier K. Sancho A. Erich Schmidt Verlag. Alemania*.
- SCHUMPETER J.A. (1961): "The theory of economic development". *Oxford University Press. NY. USA*.
- SUNDBO J, ORFILA-SINTES, SORENSEN, F. (2007): "The innovative behaviour of tourism firms-Comparative studies of Denmark and Spain". *Research Policy. N° 88, pp. 88-106*.
- VIARDOT, E. (2004): "Innovación y calidad en turismo". *Jornadas de calidad e innovación Turística. Sevilla. Noviembre 2004*.
- WALDER B., WEIERMAIER K. SANCHO A. (2006): "Innovation and product development in Tourism". *Erich Schmidt Verlag. Alemania*.
- WALDER B. (2006): "Sources and determinants of innovations: the role of market forces". *Walder B., Weiermaier K. Sancho A. Innovation and product development in Tourism. Erich Schmidt Verlag. Alemania*.