

El patrimonio histórico - cultural en el contexto de los índices de competitividad turística del World Economic Forum (informe del año 2009).

ISABEL MONTERO – MURADAS
JUAN RAMÓN OREJA-RODRÍGUEZ

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE LA EMPRESA
DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA
LA LAGUNA- TENERIFE - ESPAÑA

RESUMEN

En la toma de decisiones de los órganos de administración turística sirve de apoyo los índices de competitividad turística que diversos modelos teóricos, tanto generales como específicos, proporcionan sobre el posicionamiento de los países y sus factores condicionantes.

Este trabajo tiene como objetivo determinar la influencia que la disponibilidad de lugares certificados como Patrimonio Históricos – Culturales tienen en el posicionamiento de los diez países mejor situados dentro del pilar 14 Recursos Culturales del informe de World Economic Forum publicado en el año 2009.

ABSTRACT

In the decision making of destination management organization (DMO) serves as back-up the different indexes of tourist competitiveness that several theoretical models, both general and specific, give on the position of countries and its determining factors.

This work has such as an objective to determine the role that the availability of certified places as a Historic Heritage has in the position of the ten best countries situated within the pillar 14 Cultural Resources of the report of World Economic Forum published in 2009

1. - INTRODUCCIÓN

El posicionamiento competitivo en el sector turístico ha generado una amplia variedad de modelos explicativos. Uno de ellos, el modelo de *World Economic Forum* (WEF), está siendo utilizado por las distintas administraciones turísticas como elemento en la toma de decisiones y planteamientos de acciones estratégicas, tanto a nivel global de mejora de la posición competitiva como específica referente a alguno de sus componentes o pilares de competitividad.

Este trabajo tiene como objetivo especificar qué países disponen de la mejor posición competitiva en sitios del Patrimonio Histórico – Cultural (*World Heritage Cultural sites*).

El logro de este objetivo se realizará mediante la delimitación del constructo competitividad turística y sus componentes. En particular se considerará la posible importancia relativa del Patrimonio Histórico – Cultural en el posicionamiento competitivo en el sector turístico de los destinos turísticos y, en su caso, de los países. El estudio empírico se realizará mediante la aplicación del modelo de Rasch, con el que analizaremos la validez y fiabilidad de las medidas relacionadas con el modelo WEF, tanto de los distintos países como sus índices *Travel and Tourism Competitiveness Index* (TTCI) que están siendo utilizados como criterio de decisión en múltiples instancias relacionadas con el sector turístico. Tras este primer estadio de investigación nos centramos en la determinación de una jerarquización de los distintos pilares de la competitividad turística, en particular, del pilar 14. Recursos Culturales.

Finalmente, analizaremos, mediante un escalograma de Guttman el papel de las distintas variables que componen dicho pilar y la disponibilidad de esas variables en el conjunto de 10 países mejor posicionados en la variable 14.1 Número de lugares Patrimonio Histórico - Cultural del informe de competitividad turística WEF (2009).

2.- MODELOS GLOBALES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA. EL MODELO WEF

El análisis del posicionamiento turístico de los distintos destinos turísticos y, en particular, de los países que los engloban, ha generado un amplio desarrollo conceptual en dos líneas de investigación relacionadas: La investigación conceptual y su metodología de medición

Por una parte, en la investigación conceptual vinculada a la delimitación global del constructo “competitividad turística”, autores como Crouch y Ritchie [Crouch y Ritchie (1999); Ritchie y Crouch (2000)] desarrollan un planteamiento teórico basado en la integración de las teorías de las ventajas comparativas y las ventajas competitivas. En este desarrollo conceptual el constructo competitividad turística está centrado en la consideración de los recursos disponibles en el destino junto a la capacidad de hacerlos valer en el mercado.

En la medición de los distintos niveles de competitividad hay que destacar los avances llevados a cabo por Enright y Newton (2004) y fundamentalmente por Crouch (2010) que se enfrenta a la discusión de la equivalencia de las variables dentro del constructo de competitividad y su papel determinante (Myers y Alpert, 1968) mediante un Proceso Jerárquico Analítico (AHP), que le lleva a establecer dos jerarquías: una de la importancia de variables y la otra de su papel determinante, a partir de opiniones de expertos.

Dwyer y sus colaboradores (Dwyer y Kim (2003) y Dwyer et al (2004) han presentado un modelo de competitividad turística en donde se consideran por una parte, los recursos disponibles en los destinos, englobándolos en las categorías de naturales y culturales. Incluyen también los recursos creados en el destino, refiriéndose en este caso, entre otros, a las infraestructuras turísticas, de eventos especiales. Junto a estos recursos específicos se añaden las disponibilidades de infraestructura general que facilitan la disponibilidad de los demás recursos. Por otra parte, estos autores también incluyen la gestión del destino.

El desarrollo que nos servirá de base a este trabajo es el realizado por el World Economic Forum (WEF) que ha planteado los índices Competitividad del Turismo y Viajes (TTCI) de acuerdo a 14 pilares de la competitividad (WEF, 2009), conformado por los recursos y capacidades disponibles en los países analizados.

El sistema de medición, se conforma mediante un sistema de medida que coincide con las diferentes medias aritméticas obtenidas en un proceso de piramidal que empieza en los datos categóricos de una serie de variables que se configuran como parte del denominado *World Economic Forum's Executive Opinión Survey*, con una escala de rango 1 a 7 y la categorización con la misma escala y rango de datos objetivos obtenido de una gran variedad de fuentes secundarias.

Se obtienen medias de las variables, se integran en medias en los pilares, éstas en medias de los subíndices y finalmente se determina la media global o TTCI de cada país.

Como se indica en WEF (2009, Pág. 27) en cada uno de los pilares se calcula una media no ponderada de las variables que lo integran. Los subíndices se calculan, a su vez, como una media no ponderada de las medias de los pilares. El índice de competitividad de Viajes y Turismo (TTCI) se determina como una media no ponderada de los tres subíndices.

En el apéndice A de epígrafe 1.1 (WEF 2009; Págs. 27 - 28) referido a dichos índices se establecen tres subíndices:

Subíndice A: Marco regulatorio, que incluye los pilares:

Pilar 1.- Regulaciones y reglas políticas

Pilar 2.- Sostenibilidad medioambiental

Pilar 3.- Seguridad

Pilar 4.- Salud e higiene

Pilar 5.- Priorización de Viaje y Turismo

Subíndice B: Entorno empresarial e infraestructura, que incluye los pilares:

Pilar 6.- Infraestructura de transporte aéreo

Pilar 7.- Infraestructura de transporte en tierra

Pilar 8.- Infraestructura turística

Pilar 9.- Infraestructura de tecnología de la información y de las comunicaciones

Pilar 10.- Competitividad de los precios en el sector de Viajes y Turismo.

Subíndice C: Recursos humanos, culturales y naturales disponibles para Viaje y Turismo, que incluye los pilares:

Pilar 11.- Recursos humanos

Pilar 12.- Actitud de los residentes hacia Viaje y Turismo

Pilar 13.- Recursos naturales

Pilar 14.- Recursos culturales

El objetivo de esta investigación es determinar la importancia relativa de los Recursos Culturales en la competitividad turística de los distintos países. Se ha asumido el modelo WEF, dada su amplia difusión. No obstante, se considera necesario destacar la reciente aportación de Crouch (2010) en el sentido de discutir la validez metodológica de las medidas obtenidas a partir de la no diferenciación entre la importancia de las diferentes variables integrantes de la competitividad, así como la capacidad determinante de la competitividad turística que algunas variables poseen en detrimento de otras.

Obtenido dicho objetivo, se procederá a analizar, de forma comparativa, los principales países que disponen de recursos culturales como factores de competitividad turística.

3.- LOS RECURSOS CULTURALES COMO FACTOR DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

El estudio del turismo cultural y de ocio nos lleva a destacar la importancia que desempeñan los recursos culturales para el desarrollo de la planificación y toma de decisiones por parte de los organismos públicos gestores involucrados en el desarrollo de ese turismo cultural. Estas decisiones se han de considerar dentro de la compleja relación entre turismo y patrimonio, entre tradición y modernidad (Nuryanti, 1996).

El turismo cultural aparece como un componente a considerar en los procesos de rediseño de los productos turísticos que ofertan los distintos destinos turísticos como componente de su oferta, generadora de negocio (Silberberg, 1995; Johnson y Thomas, 1997). El turismo cultural puede crear trabajo y riqueza en las economías locales. Genera ingresos y es reconocido como un objetivo tanto por instituciones de gestoras de patrimonio cultural, como por operadores turísticos (Oreja y Montero, 1992; Montero, 1992)

El logro de este objetivo dinamizador exige una interconexión entre turismo cultural y comunidades locales. La iniciativa tiene que venir de las entidades y gestores de la cultura en un proceso de vinculación con el turismo, para la difusión y rentabilidad sostenible de los recursos culturales tanto tangibles como intangibles.

La competitividad de los productos culturales, el éxito de ellos dependen de su originalidad, de ser distintos, creatividad e imaginación (Carmichael, 2002). En las ciudades se plantea que para lograr la competitividad del turismo urbano tienen que participar los residentes locales, los turistas del país y los turistas internacionales.

Scott (1999) destaca que las ciudades que tienen una mayor concentración de centros de producción de productos culturales, y que su producción se ha incrementado según la importancia de la economía de la ciudad. La cultura urbana ofrece oportunidades de tiempo libre para el esparcimiento de los residentes locales, el turismo doméstico y el turismo internacional.

En el análisis del sector de la cultura y el ocio, García (2003) ha desarrollado una clasificación de distintas actividades relacionadas. Por un lado las artes escénicas, musicales audiovisuales y televisión, las bellas artes (pintura, escultura, fotografía), por otro la industria editorial incluyendo prensa, publicidad, museos y bibliotecas, patrimonio, políticas lingüísticas y de juventud y las actividades de ocio como deportes, espectáculos taurinos, parques de atracciones, ferias, eventos y exposiciones, el juego y loterías y la industria del juguete. Como se puede observar, los recursos culturales son extremadamente heterogéneos en su esencia, aparición y origen sectorial.

Junto a la delimitación del alcance de los posibles recursos culturales disponibles para su oferta turística, a parece como cuestión importante la gestión de estos recursos culturales por parte de las Administraciones públicas. Éstas han tenido un problema añadido en cuanto a costes de conservación y junto a la incidencia de la crisis económica. La posibilidad de plantear un turismo sostenible (Camarero y Garrido, 2004) para la mejora de la calidad de los espacios degradados y la valoración del patrimonio, surge como un objetivo a alcanzar por los correspondientes órganos gestores de la Administración Turística, ya que todos estos recursos pueden cumplir un papel estimulador para revalorizar, afirmar y recuperar los elementos culturales que identifican a cada comunidad ante un mundo globalizado (Toselli, 2006), reforzar la identidad cultural a través del turismo, a la vez que apoyar la toma de conciencia para preservar el patrimonio, tanto tangible como intangible.

La principal dificultad en la toma de decisiones se centra en conocer qué recursos culturales, de los que conforman la oferta de turismo cultural, son los que están apoyando el posicionamiento turístico del destino, ciudad o país. Para ello es necesario disponer de una metodología que permita determinar índices comparativos entre recursos culturales. El beneficio de tal desarrollo se centraría en la disponibilidad de

criterios decisorios en estos procesos de planificación y toma de decisiones por parte de esos organismos públicos. (Montero y Oreja, 2005).

La utilización de la información contenida en WEF (2009) está siendo utilizada por distintos decisores institucionales en sus procesos de toma de decisiones, teniendo en cuenta el papel de los TPCI en la jerarquización de la competitividad turística de los países. Ello exige que la metodología de medición utilizada nos informe objetivamente de qué recursos culturales determinan el posicionamiento competitivo, en ese sector, de los distintos países.

4.- TRABAJO EMPÍRICO

4.1.- METODOLOGÍA DE MEDICIÓN. EL MODELO DE RASCH DE ESCALAS ORDENADAS.

Se presenta en este trabajo dos problemas metodológicos a resolver. Por una parte, la determinación de la validez de los constructos utilizados como modelos generales y, en particular, la validez del contenido de cada uno de ellos. De tal manera, que el concepto de competitividad turística que se ha delimitado realmente genere mediciones que refleje la competitividad turística.

Junto a este aspecto de validez de los constructos, se destaca la necesidad de determinar la fiabilidad de las mediciones, su exactitud. Ambos casos son de especial importancia en el caso del modelo WEF por cuanto se utiliza como medio de impulsar la implantación de determinadas medidas estratégicas en aras al logro de mejores niveles de competitividad turística.

El principal problema vinculado a la metodología de medición afín con los constructos de competitividad turística de países o destinos turísticos está relacionado con la obtención de medidas que informen de forma comparativa de la importancia relativa de las distintas variables que conforma el constructo, así como de la capacidad que tiene cada una de ellas en determinar el nivel de competitividad.

Se ha criticado el uso de puntuaciones no ponderadas en la determinación de medias de las variables y, así sucesivamente, en la obtención del TPCI en el WEF 2009, modelo utilizado como referencia de análisis. Por otra parte, al operar con puntuaciones derivadas de la aplicación de rangos de escala a variables categóricas, como no categóricas, que posteriormente se categorizar, se corre el peligro de perder información pues se están considerando como variables intervalo, lo que realmente son ordinales.

Se utiliza para este fin, en el marco metodológico de medición de la moderna teoría del test, un modelo de respuesta al ítem, específicamente un modelo politómico de la familia de modelos de Rasch (Wright y Mok, 2004) denominado Modelo de Rasch de Escalas Ordenadas o *Rasch Rating Scale Model* (RRSM) formulado por Andrich (1978, 1988) y Wright y Masters (1982), a partir de las aportaciones seminales de Rasch (1960). En este modelo se parte de dos premisas básicas para la resolución de nuestro problema metodológico (Fischer et al, 2006): 1.- No se considera que todos los ítems del instrumento de medida del constructo tengan la misma importancia en la comprensión del constructo, así como en la determinación de su posición competitiva (en nuestro caso) y 2.- Las distancias entre las categorías adyacentes asignadas a la escala no son iguales entre sí. Los modelos de Rasch se consideran modelos de medición conjunta probabilística (Perline et al., 1979), permitiendo la construcción de medidas lineales (Bond y Fox, 2009) a partir de observaciones categóricas (Fischer, 1995; Linacre, 2004).

El uso de esos modelos (Lunz y Linacre, 1998; Schmit McCollam, 1998) están considerados como métodos modernos para la investigación en las Ciencias Empresariales (Marculides, 1998), así como, específicamente, para la medición en investigación en Marketing (Salzberger, 2009). Se disponen de múltiples aplicaciones en las áreas científicas de la economía y la empresa, así como en turismo (véase por ejemplo: Oreja-Rodríguez y Yanes-Estévez, 2008 y Oreja-Rodríguez y Parra-López, 2009; Yanes-Estévez y Oreja-Rodríguez, 2007) y específicamente al análisis de la disponibilidad de Recursos Culturales en Municipios en el contexto de su competitividad turística (véase por ejemplo: Montero-Muradas y Oreja-Rodríguez, 2005a; 2005b; 2010).

4.2.- RESULTADOS OBTENIDOS

La aplicación previa del modelo RRSM, mediante el programa de computación Winsteps (Linacre, 2009), a la base de datos de WEF (2009) correspondiente a las medias de los pilares y sus correspondientes subíndices (conformando una delimitación del constructo de competitividad turística de los países integrado por un instrumento de medida de 17 ítems: 14 pilares y tres subíndices, ha permitido determinar la presencia de importantes desajustes centrados en el pilar 10: Competitividad de precios en el sector de Viajes y Turismo. En la calibración de las medidas de los ítems la correlación

del punto a la medida¹ (punto-biserial) de este ítem es negativa lo que, de acuerdo con Linacre (2009), implica que este ítem puede estar siendo puntuado en sentido contrario a la de las variable latente (competitividad turística)².

4.2.1.- FIABILIDAD Y VALIDEZ GLOBAL DEL MODELO WEF (2009).

Una vez realizadas las correcciones previas indicadas, y vuelto a aplicar el RRSM, los estadísticos de las medidas proporcionan información sobre la fiabilidad y validez global del análisis realizado al instrumento de medida del modelo WEF (2009).

CUADRO N° 2 RESUMEN DE ESTADÍSTICOS DE PAÍSES E ÍNDICES DE COMPETITIVIDAD

	PAÍSES	ÍNDICES DE COMPETITIVIDAD
Medidas³		
Media	-0.02	0.00
Desv. Estándar	0.15	0.15
INFIT MNSQ		
Media	1.09	1.05
Desv. Estándar	0.55	0.84
OUTFIT MNSQ		
Media	1.09	1.09
Desv. Estándar	0.55	0.84
Separación (Model)		
Índice	4.23	12.06
Fiabilidad	0.95	0.99

Fuente: Elaboración propia

Las medias de las medidas de los países están ligeramente por debajo de la media de los índices de competitividad de los diferentes pilares y los subíndices que engloban los mismos. Esta situación puede apreciarse en el gráfico n° 1 (Mapa de medición conjunta) y el significado que puede destacarse en esta media de las medidas que el conjunto de países los recursos y capacidades turísticas que les permiten posicionarse de acuerdo a los mismos son realmente escasas, estando disponible en unos pocos países.

¹ La correlación punto biserial (Herysson, 1963) entre las respuestas a un ítem de cada sujeto y la puntuación marginal total de cada sujeto (sin tener en cuenta la respuesta a ese ítem) Linacre (2009).

² Con objeto de proceder a su corrección provisional, hasta una posterior investigación sobre el comportamiento de este pilar, que en este caso no es el objetivo de este trabajo, se ha recodificado las puntuaciones de este pilar cambiando la polaridad. Con ello se logra mejorar el ajuste y, con ello, la validez del constructo.

³ La unidad de medida en los modelos de Rasch es el logit. El logit (unidad log-odds) es una unidad de medida aditiva definida dentro del contexto de una sola prueba homogénea.

4.2.2.- LA SITUACIÓN DEL PILAR 14. RECURSOS CULTURALES

Del análisis del mapa de medición conjunta y de la calibración de los ítems (cuadro nº 3), se destaca la importancia relativa⁷ de los distintos pilares y subíndices.

CUADRO Nº 3 CALIBRACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ÍTEMS EN EL CONSTRUCTO DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Nº Orden	Índices de competitividad (pilares y subíndices)	Puntuación total	Medida (logits)
10	<i>BEI Price competitiveness in the T&T industry_ RCD</i>	3169	.31
14	<i>HCNR CR</i>	3749	.21
9	<i>BEI ICT infraestructure</i>	4219	.15
6	<i>BEI Air transport infraestructure</i>	4461	.11
8	<i>BEI Tourism Infraestructure</i>	4502	.11
13	<i>HCNR NR</i>	4573	.10
B	<i>T & T Business Environment and Infraestructure</i>	4852	.06
7	<i>BEI Ground transport infraestructure</i>	4969	.04
C	<i>T & T Human, cultural and natural resources</i>	5344	-.01
5	<i>RF Priorization of Travel & Tourism</i>	5814	-.07
1	<i>RF Policy rules and regulations</i>	5823	-.08
4	<i>RF Health and hygiene</i>	5983	-.10
2	<i>RF Environmental sustainability</i>	6044	-.11
A	<i>T & T Regulatory Framework</i>	6097	-.12
12	<i>HCNR Affinity for T & T</i>	6447	-.17
11	<i>HCNR HR</i>	6619	-.20
3	<i>RF Safety and security</i>	6782	-.23
Media		5261.6	.00
D.E.		1020.8	.15

Fuente: Elaboración propia

El pilar de mayor importancia en la competitividad turística es el nº 3: Seguridad (6782 / -0.23 logits). El de menor importancia es 10.- Competitividad en precios en el sector de Viajes y Turismo (recodificado)⁸ (3169 / 0.31 logits). Junto a éste, le antecede en falta de importancia, el pilar 14.- Recursos culturales (3749 / 0.21 logits).

Desde la perspectiva de los subíndices TTCI el que obtiene una mejor medida (y mayor puntuación) es A.- Marco regulatorio (6097 / -0.12 logits), en segundo lugar C.- Recursos Humanos, culturales y naturales (5344 / -0.01 logits) y finalmente el subíndice de menor importancia relativa es B. Infraestructura y entorno empresarial (4502 / 0.11 logits).

⁷ Se hace notar que la polaridad de la medida está invertida, como se puede constatar al comparar puntuaciones y medidas en el cuadro nº 3.

⁸ El ítem que representa a este pilar fue recodificado, cambiándole la polaridad, por presentar una correlación punto biserial negativa, en estudios previos.

4.2.3.- LA SITUACIÓN DEL PATRIMONIO HISTÓRICO – CULTURAL ENTRE LAS VARIABLES INTEGRANTES DEL PILAR 14 DEL INFORME WEF (2009).

La importancia relativa del pilar 14.- Recursos culturales nos indican la escasa disponibilidad de los mismos y el exiguo peso que tiene (de forma global) en la determinación del posicionamiento de los distintos países en el contexto la competitividad turística, según los datos del WEF (2009).

Ahora bien, no en todos los países este pilar tiene esta importancia relativa, destacada para el constructo definido “competitividad turística”. Hay países en los que este pilar es determinante de su posicionamiento turístico, mientras que en otros no tiene ningún impacto⁹.

Con objeto de profundizar en la escasa importancia global del pilar 14, se ha efectuado una nueva aplicación de RRSM a un constructo configurado por el pilar 14. Recursos culturales, conformado por cuatro variables (WEF 2009):

14.1.- Número de sitios de patrimonio cultural mundial (datos secundarios disponibles en agosto 2008. Fuente citada por WEF (2009): UNESCO, *World Heritage Centre*; UNESCO, *Intangible Cultural Heritage*).

14.2.- Estadios de fútbol (capacidad de los estadios de fútbol por millón de habitantes, 2008. Fuente citada por WEF (2009) : *Booz & Company*).

14.3.- Número de ferias y exhibiciones internacionales (número de ferias y exhibiciones internacionales que tienen lugar anualmente en el país, media 2005 – 2007. Fuente citada por WEF (2009): *Internacional Congreso and Convention Association*).

14.4.- Exportaciones de la industria creativa (Las exportaciones de productos creativos como parte del total mundial en tales exportaciones. Año 2006 o el más reciente disponible. Fuente citada por WEF (2009): UNCTAD, *Creative Economy and Industries Programme*).

Se ha obtenido un Escalograma de Guttman¹⁰ de todos los países, que para los diez primeros países mejor posicionados en recursos culturales se recoge en el cuadro nº 4.

⁹ El RRSM permite determinar la probabilidad de que un ítem sea más determinante que otro de la posición competitiva que ocupa al constructo “competitividad turística”. Este análisis no se realiza en este trabajo.

¹⁰ Permite un posicionamiento conjunto de países e ítems de acuerdo a su importancia relativa en cada caso.

**CUADRO N° 4 ESCALOGRAMA DE GUTTMAN DEL PILAR 14.
LOS 10 PRIMEROS PAÍSES MEJOR POSICIONADOS**

País	Nº de orden general del país	Nº en el escalograma				
			14.2	14.1	14.3	14.4
Alemania	44	1	68571,4	32	395,7	8,2
Italia	57	2	54653,3	44	262,0	11,8
China	26	3	1955,5	34	195,7	18,2
España	111	4	119116,5	39	306,3	3,1
Estados Unidos	128	5	82937,4	8	519,3	11,2
Reino Unido	127	6	87083,5	23	315,0	8,2
Francia	41	7	45102,6	32	299,7	7,8
Australia	5	8	151121,3	6	192,7	0,3
Irlanda	55	9	255601,2	2	74,7	0,7
Portugal	99	10	125822,9	12	138,7	0,4
Suiza	115	11	118351,0	6	177,0	3,4

Fuente: Elaboración propia

En el Escalograma de Guttman se destaca la mayor importancia en el posicionamiento de la variable 14.2, siguiéndole en importancia 14.1, 14.3 y 14.4. Desde la perspectiva de los países es Alemania quien ocupa el primer lugar y Suiza el último de estos diez países mejor posicionados, de acuerdo a la consideración global de todas las variables de este pilar. En color rojo se han situado los países que tienen unos recursos culturales inferior de lo que se esperaba de ellos, de acuerdo al modelo utilizado. Mientras que el color azul marca los valores de los países que tienen un nivel superior al esperado por el modelo utilizado.

La variable 14.1 (el segundo más frecuente): Número de sitios de patrimonio cultural mundial, se ha recogido en el cuadro n° 5. La ordenación de países destaca la importancia del patrimonio cultural de Italia, España, China, Alemania y Francia reconocido por los organismos internacionales, con un total de más de 30 centros. Estados Unidos surge como una desviación, por cuanto por su posicionamiento hubiera exigido un mayor reconocimiento. En cualquier caso la estrategia de reconocimiento permitiría a los distintos países que dispongan de patrimonio cultural, aún no reconocido internacionalmente, recibir la calificación correspondiente, mediante las gestiones necesarias para poder ponerlo en valor desde la perspectiva de su uso en el contexto de los Recursos Culturales disponibles.

**CUADRO Nº 5 LOS 10 PRIMEROS PAÍSES MEJOR POSICIONADOS
EN LA VARIABLE 14.1 DEL PILAR 14 DEL INFORME WEF 2009.**

	Nº de orden general del país	Nº en el escalograma	14.1
Italia	57	2	44
España	111	4	39
China	26	3	34
Alemania	44	1	32
Francia	41	7	32
Reino Unido	127	6	23
Portugal	99	10	12
Estados Unidos	128	5	8
Australia	5	8	6
Suiza	115	11	6
Ireland	55	9	2

Fuente: Elaboración propia

5. – CONCLUSIONES

Se ha determinado la posición competitiva de los diez países mejor posicionados en el pilar 14 Recursos Culturales del informe WEF (2009) respecto a la variable Patrimonio Histórico - Cultural (variable 14.1). Para ello se ha determinado la fiabilidad y validez del constructo utilizado "competitividad turística" del modelo WEF (2009) por medio del RRSM. Los estadísticos obtenidos son adecuados a nivel global del modelo, aunque inicialmente el pilar 10 del WEF: *Price competitiveness in the T&T industry* fue necesario cambiarle la polaridad de sus índices dado que disponía de una correlación negativa punto – medida (biserial).

Una vez determinada la calibración de los pilares y de los subíndices de competitividad turística del WEF (2009) se aprecia el escaso nivel de importancia de los Recursos Culturales (pilar 14) en el contexto del informe WEF (2009). Esta conclusión debe interpretarse a dos niveles, por una parte no todos los países pueden lucir recursos culturales como factor de competitividad por lo que en términos globales es un factor más bien escaso. Ahora bien, sí hay países que disponen de ellos, siendo determinantes tanto para lograr una buena posición competitiva dentro del sector turístico, como para poder ser la base de sus acciones estratégicas para lograr esa posición competitiva. En

este sentido se ha logrado destacar la importancia que un determinado factor de competitividad turística como es la disponibilidad de sitios calificados como Patrimonio Histórico - Cultural tiene en el posicionamiento de determinados países.

Este estudio realizado sobre datos contenidos en el informe 2009 del WEF sería conveniente completar con un estudio longitudinal, en donde se incluya las distintas variaciones del Patrimonio Histórico – Cultura a lo largo del periodo temporal disponible en los informes WEF, con objeto de interpretar si las acciones estratégicas llevadas a cabo en este sector por los distintos órganos gestores de la Administración Turística han permitido una mejora del posicionamiento en competitividad turística de los países analizados.

También sería conveniente llevar a cabo un análisis metodológico de un hipotético constructo “Recursos Culturales” pilar 14 del WEF para determinar la fiabilidad y validez de sus medidas.

BIBLIOGRAFÍA

- Andrich, D. (1978): "A rating scale formulation for ordered response categories". *Psychometrika*, vol.43, págs.561-573
- Andrich, D. (1988): *Rasch Models for Measurement*. Ed.Sage. Newbury Park, California.
- Bond, T.G. y Fox, CH.M. (2009): *Applying the Rasch model. Fundamental measurement in the human sciences*. Erlbaum, Mahwah, NJ.
- Carmichael, B. (2002): "Global competitiveness and especial event in cultural tourism: the example of the Barnes exhibit at the Art gallery of Ontario, Toronto" *The Canadian geographer* 46, nº 4, pp. 10-324
- Crouch, G. I. y J. R. B. Ritchie (1999); "Tourism Competitiveness and Societal Prosperity" *Journal of Business Research*, 44 (3): 137-52
- Crouch, G. I. (2010): "Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes", *Journal of Travel Research* Online First published on March 19, 2010 as doi: 10.1177/0047287510362776
- Dwyer, L. y C. Kim (2003): "Destination Competitiveness: Determinants and Indicators" *Current Issues in Tourism*, 6 (5): 369/414
- Dwyer, L.; R. Mellor, ; Z. Livaic, ; D. Edwards y Ch, Kim (2004) : "Attributes of Destination Competitiveness : A Factor Analysis" *Tourism Analysis*, 9 (1-2) :91-101
- Enright, M. J. y J. Newton (2004): "Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach." *Tourism Management*, 25 (6), pp. 778/88
- Fischer, A.R.H.; Frewer, L.F. y Nauta, M.J. (2006): "Toward improving food safety in the domestic environment: a multi-item Rasch scale for the measurement of the safety efficacy of domestic food-handling practices". *Risk Analysis*, vol.26 nº5, págs.1323-1338.
- Fischer, G.H. (1995): "Derivations of the Rasch model", en Fischer, G. H. y Molenaar, I.W. (dir): *Rasch models. Foundations, recent development, and applications* (págs.14-38). Ed.Springer-Verlag, Nueva York.
- García, M.; Fernández, Y. y Zofío, J. (2003): "The Economic Dimensión of the Cultural and Leisure Industry in Spain" *Journal of Cultural Economics*, 27, pp: 9-30
- Herysson, S. (1963): "Correction on Item-Total Correlations in Item Analysis. *Psychometrika*, vol. 28, nº 2, pp. 211-218
- Linacre, J.M. (2002): "What do infit and outfit, mean-square and standardized mean?. *Rasch Measurement Transactions*, vol.16, nº2, págs.878.

- Linacre, J.M. (2004): "Estimation methods for Rasch measures", en Smith Jr E. V. y Smith, R.M. (dtor): *Introduction to Rasch measurement. Theory, models and applications* (págs.25-47). JAM Press, Maple Grove, MN.
- Linacre, J.M. (2009): *Winsteps. Rasch measurement computer program*. Winsteps.com. Chicago.
- Lunz, M. E. y J.M. Linacre (2008): "Measurement Designs Using Multifacet Rasch Modelling" en Marculides, G. A- [ED.] (1998): *Modern Methods for Business Research*. Psychology Press. Taylor & Francis Group. Nueva York, pp. 47/77.
- Marculides, G. A- [ED.] (1998): *Modern Methods for Business Research*. Psychology Press. Taylor & Francis Group. Nueva York.
- Montero-Muradas, I y J. R. Oreja-Rodríguez (2005): "La disponibilidad de los recursos tangible de la oferta de productos de turismo cultural de las Islas Canarias. Aplicación del modelo probabilístico de Rasch". *Cuadernos de Turismo* nº 16, pp. 135-151.
- Montero-Muradas, I. y J. R. Oreja-Rodríguez (2005): "Diseño de un instrumento de medida para el análisis comparativo de los recursos culturales tangibles" *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 3 (2), pp. 245 / 255.
- Montero-Muradas, Isabel y Juan Ramón Oreja-Rodríguez (2010): "Acciones de mejora del posicionamiento en recursos culturales tangibles de los municipios canarios" *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8 (1), pp. 1-12
- Myers, J. H. y M. I. Alpert (1968): "Determinant Buying Attitudes: Meaning and Measurement" *Journal of Marketing*, 32 (4), pp. 13/20.
- Nuryanti, W. (1996): "Heritage and Postmodern Tourism", *Annals of Tourism Research* 23, nº 2, pp. 249-260
- Oreja-Rodríguez, J. R. y V. Yanes-Estévez (2008): " Perceived Environmental Uncertainty in Tourism: A New Approach Using the Rasch Model". *Tourism Management* 28, pp.1450/1463
- Oreja-Rodríguez, J. R. y Parra-López, E. (2009): "Tourism Area Competitiveness on an Island Destination: An Evaluation by Experts". *3er Advances in Tourism Marketing Conference 2009. Marketing Innovations for Sustainable Destinations: Operations, Interactions, Experiences*. Bournemouth University, UK. 6-9 September
- Perline, R.; Wright, B.D. y Wainer, H. (1979); "The Rasch model as additive conjoint measurement" *Applied Psychological Measurement*, 3 (2), págs.237-255.

- Rasch, G. (1980): *Probabilistic models for some intelligence and attainment tests*. University of Chicago Press Chicago, Chicago (en origen publicado en 1960, Copenhagen: Danish. Institute for Educational Research).
- Ritchie, J. R. B. y G. I. Crouch (2000): “The Competitive Destination: A Sustainability Perspective” *Tourism Management*, 21 (1), pp. 1/7
- Salzberger, T. (2009): *Measurement in Marketing Research - an Alternative Framework*. Cheltenham, UK & Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing
- Schmidt McCollam, K. M. (1988): “Latent Trait and Latent Class Models”, en Marculides, G. A- [ED.] (1998): *Modern Methods for Business Research*. Psychology Press. Taylor & Francis Group. Nueva York, pp. 23/46.
- Scott, A. (1997): “The Cultural Economy of Cities” *International Journal of Urban and Regional Research*, 21, pp. 323-339
- Toselli, C. L. (2006): “ Algunas reflexiones sobre el turismo cultural” *PASOS (Revista de turismo y patrimonio cultural)*, vol.4,nº 2, pp. 175-182
- WEF (2009): *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009* © 2009 World Economic Forum
- Wright, B. y G. N. Masters (1981): *Rating Scale Analysis*. Chicago: MESA Press
- Wright, B. y Mok, M.M.C. (2004): “An overview of the family of Rasch measurement models”, en Smith, E.V. Jr.y Smith, R.M. (eds): *Introduction to Rasch measurement, theory and applications* (págs.1-24). JAM Press, Maple Grove, Minnesota.
- Yanes-Estévez, V. y Oreja-Rodríguez, J. R. (2007): “Factores determinantes de la complejidad del entorno de la empresa turística. Análisis de las percepciones durante el período 2001-2003 en Canarias”. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 5 (2), pp. 149/162