

LAS VARIABLES CULTURALES, COMO FORTALEZAS Y DEBILIDADES, EN EL DIAGNÓSTICO COMPETITIVO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS. EL CASO DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE TENERIFE

*Isabel Montero-Muradas**
*Juan Ramón Oreja-Rodríguez**
*Eduardo Parra-López***
Universidad de La Laguna

RESUMEN

La medición del constructo «Competitividad de las zonas turísticas de Tenerife» mediante la Teoría de la Medición de Rasch permite determinar tanto la posición competitiva de las zonas turísticas como la disponibilidad relativa de los factores de competitividad del constructo. A partir de esta información se ha determinado las fortalezas y debilidades de cada zona turística, lo que nos ha permitido plantear un Benchmarking de Diagnóstico, en donde se ha considerado específicamente la importancia relativa de los Recursos Culturales de las distintas zonas en sus planteamientos competitivos.

Palabras clave: Benchmarking de Diagnóstico, Teoría de la Medición de Rasch, Competitividad zonas turísticas, Factores Culturales de Competitividad Turística.

Cultural variables, as strengths and weaknesses, in the competitiveness diagnosis of tourism destinations: the case of Tenerife's tourism zones

ABSTRACT

The measurement of the construct «Competitiveness of the Tourist Areas of Tenerife» by Rasch Measurement Theory permit determine both the competitive position of the

Recibido: 25 de junio de 2013

Devuelto para su revisión: 3 de septiembre de 2013

Aceptado: 15 de octubre de 2013

* Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica. Instituto Universitario de la Empresa. Universidad de La Laguna. Campus de Guajara. 38071 La Laguna. Tenerife (España). E-mail: immurada@ull.es, joreja@ull.es

** Instituto Universitario de Ciencias Políticas y Sociales. Universidad de La Laguna. Campus de Guajara. 38071 La Laguna. Tenerife (España). E-mail: eparra@ull.es

tourist areas and the relative availability of factors of competitiveness of the construct. From this information has been assessed the strengths and weaknesses of each tourist area, which has allowed us to propose a Benchmarking of Diagnostic, where specifically considered the relative importance of Cultural Resources in their approaches different competitive areas.

Key words: Benchmarking of Diagnostic, Rasch Measurement Theory, Competitiveness Tourist Areas, Cultural Factors of Tourist Competitiveness.

1. INTRODUCCIÓN

En la acción estratégica derivada de la Gestión de los Destinos Turísticos se ha de considerar la base competitiva con la que se cuenta, especialmente de los recursos y capacidades disponibles sobre los que se pueda sustentar un núcleo competitivo susceptible de conformar una oferta turística que permita el mejor posicionamiento competitivo de los destinos turísticos.

El análisis de los factores de competitividad se suele llevar a cabo a partir de la percepción de los visitantes en función de sus expectativas y satisfacción. No obstante, no siempre se dispone de la información necesaria para valorar de forma fiable y válida el papel que juegan los distintos factores de competitividad en el posicionamiento de los distintos destinos. A tal efecto, la utilización de expertos se está consolidando como una opción válida en los modelos de gestión de destinos turísticos.

En este trabajo se ha utilizado un constructo de destino turístico que viene a recoger el objeto material de la investigación de Competitividad de Destinos Turísticos, a partir de la consideración de las distintas aproximaciones formales que se han efectuado al mismo (Parra-López y Oreja-Rodríguez, 2008a). A partir de la información aportadas por las distintas aproximaciones al objeto material de análisis, se ha procedido a integrar todas las posibles variables aportadas conformando una amplia población de ítems, a partir del cual se ha diseñado un instrumento de medida que ha sido cumplimentado por expertos.

La utilización de la Teoría de la Medición de Rasch (Rasch Measurement Theory: en adelante RMT) nos permite obtener medidas de los posicionamientos competitivos de las zonas turísticas y de los factores de competitividad que son válidas y fiables. Este tipo de resultado ya ha sido obtenido en anteriores aplicaciones de RMT (Oreja-Rodríguez y Armas-Cruz, 2012), no obstante, en este trabajo se ha logrado un avance en su utilización como herramienta de análisis mediante la obtención de Informes de Diagnóstico Competitivo de cada zona turística.

Los resultados obtenidos nos han permitido determinar la influencia de los distintos factores competitivos en el posicionamiento de cada zona turística y, en particular, discutir la posible presencia de fortalezas y debilidades en los factores culturales de cada destino en el posicionamiento competitivo con respecto a los demás.

2. EL ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA. MODELO UTILIZADO

A partir de los trabajos seminales de Crouch y Ritchie (1999), Kim y otros (2003) y Dwyer y Kim (2003), así como las aproximaciones de Sánchez y Fajardo (2004) y Sánchez (2006), Parra-López y Oreja-Rodríguez (2008a; 2008b) han delimitado un constructo de «Competitividad de zonas Turísticas de Tenerife» que incluía tanto los recursos y capacidades del destino (originarios y creados), así como otros complementarios de los anteriores que representan la actividad turística. El propósito de esta construcción teórica era evidenciar su potencial operacional, al integrar factores de competitividad de tan diverso origen en un constructo que pudiera ser psicométricamente unidimensional (Eckes, 2011). Eso significaba que las mediciones obtenidas de forma conjunta podrían localizarse en un continuo lineal y ser susceptible de análisis estadísticos posteriores.

En el trabajo de Parra-López y Oreja-Rodríguez (2008a) se delimitó el constructo «Competitividad de las zonas turísticas de Tenerife», que se hace operativo mediante un cuestionario a partir de la consideración de los siguientes factores de competitividad:

- FC1: Disponer de una temperatura media agradable
- FC2: No tener un nivel de lluvia que impedir disfrutar del destino
- FC3: Disponer de mayor número de horas de sol
- FC4: Disponer de costas y playas de calidad
- FC5: La complementariedad de la zona con el Parque Nacional
- FC6: La disponibilidad de espacios de reconocido valor histórico/cultural en las zonas
- FC7: La disponibilidad de Fiestas de Interés Turístico
- FC8: Disponibilidad de un número adecuado de instalaciones alojativas
- FC9: Disponibilidad de un número de Bares y Restaurantes de calidad
- FC10: Disponibilidad de Infraestructuras para la práctica de actividades deportivas (Centros de Alto Rendimiento, campos de golf,...)
- FC11: Disponibilidad de Infraestructuras de Recreación como parques temáticos y de ocio
- FC12: Disponibilidad de Infraestructuras Histórico-Culturales (museos, Centros de Arte, Galerías,...)
- FC13: Disponibilidad de infraestructura para el turismo activo (submarinismo, treeking, escalada....)
- FC14: Disponibilidad de una Infraestructuras viarias adecuada
- FC15: Disponibilidad de medios de transporte terrestre (trenes, guaguas, tranvías...)
- FC16: Cercanía a un Aeropuerto
- FC17: Cercanía a un puerto
- FC18: Niveles de precios medios adecuados
- FC19: Mayor número de turistas españoles en la zona en relación al número de visitantes entrantes en la isla
- FC20: Mayor número de turismo extranjeros en la zona en relación al número de visitantes entrantes en la isla
- FC21: La presencia de los turistas durante un mayor número de días en la zona
- FC22: Disponibilidad de un mayor nivel de ocupación de las instalaciones alojativas

3. LAS VARIABLES CULTURALES COMO FACTORES DE COMPETITIVIDAD

El creciente interés de los gestores públicos por el turismo cultural, va unido al convencimiento de que se trata de un segmento con potencial desarrollo y un efecto económico positivo.

En el contexto actual de crisis económica, la capacidad de los destinos turísticos en competir en los mercados, de acuerdo a sus recursos y capacidades culturales, les permiten sobrevivir siempre que mantengan sus ventajas competitivas respecto a los competidores. Por ello, los destinos turísticos tratarán de determinar, dinamizar, aprovechar y potenciar los recursos y capacidades culturales valiosos de que dispongan.

Desde la perspectiva de la oferta disponible de recursos culturales, se ha de partir de la necesidad de que el Patrimonio Histórico-Cultural hay que conservarlo y mantenerlo (Larkham, 1997), independientemente de su utilidad práctica (Harrison, 1994; Prats, 1998; Ballart y Tresserras, 2001; Hernández, 2002). Este mantenimiento tiene que estar asegurado por los poderes públicos (Hernández, 2002), que tratan de sustentar la base de sus estrategias competitivas en el segmento de turismo cultural.

De esta manera el turismo cultural podría ser un generador de ingresos, producido por esta forma de turismo, planteándose como un objetivo tanto para las instituciones patrimoniales como para los operadores turísticos

Dentro de los destinos turísticos de Tenerife, las variables culturales cada vez van cobrando más interés, debido a la necesidad que tienen éstos destinos turísticos en completar su oferta de sol y playa con productos que incrementen su valor competitivo en el mercado turístico (Montero-Muradas et al., 2001 y Montero-Muradas y Oreja-Rodríguez, 2005 a y b, 2008, 2010). Esta ofertas histórico-culturales de los destinos turísticos, se han ido consolidando debido al aumento de un turismo sensible a los aspectos culturales (Croize, 1990). Ante esta situación, gran parte de los responsables de la gestión de los destinos turísticos están considerando la necesidad de buscar mayor información sobre este tipo de actividad turística (Herbert, 1997), con objeto de su dinamización competitiva.

El turismo cultural, se presenta así, como una alternativa de negocio para los destinos turísticos de Tenerife, que pueden crear riqueza para las economías locales, siendo el Patrimonio Histórico-Cultural uno de los componentes más importantes dentro de la gestión del destino (Gutiérrez y Oreja, 1998 a y b).

La disponibilidad de factores de competitividad, relativos a los recursos culturales tangibles e intangibles, integrados en el constructo «Competitividad de las zonas turísticas de Tenerife» delimitado en el epígrafe anterior (6.— Espacios de reconocido valor Histórico— Cultural en la zona; 7.— Fiestas de interés turístico y 12.— Infraestructuras Histórico— Culturales, tales como Museos, Centros de Arte, Galerías, ...) es una información necesaria para determinar la importancia relativa de los recursos y capacidades culturales en el posicionamiento competitivo del destino (Montero-Muradas y Oreja-Rodríguez, 2008), que permite considerar la posibilidad de desarrollar estrategias competitivas referidas al turismo cultural en las zonas turísticas de la isla de Tenerife (Montero-Muradas y Oreja-Rodríguez, 2010).

Ante esta información, una vez sean determinadas las fortalezas y debilidades de la oferta cultural de cada una de las zonas turística de Tenerife, será posible que los gestores de los destinos turísticos decidan sobre cuál va ser la estrategia competitiva a desarrollar basada en sus recursos y capacidades (Oreja-Rodríguez et al., 2008) o, en su lugar, qué planteamiento previo podría desarrollarse específicamente para revitalizar el producto cultural como un elemento sostenible en la configuración de sus estrategias competitivas. Todo ello, sin olvidar que el segmento de turismo cultural es el de mayor movilidad, ya que el objetivo es conocer lugares y costumbres distintos.

4. LA OPINIÓN DE LOS EXPERTOS

La adopción de decisiones estratégicas por parte de los órganos gestores de los destinos turísticos se basa en el uso de la información disponible. Información que, en gran parte de los casos, ha de ser generada.

Ha sido tradicional en los estudios turísticos la utilización de expertos como generadores de estas informaciones, sobre las que se basan las decisiones estratégicas que se han indicado. Distintos autores (véase revisión de Eysteinnsson y Gudlaugsson, 2011) han utilizado las opiniones de expertos como generadores de datos, susceptibles de posterior tratamiento estadístico. También se han empleado datos secundarios y derivados de encuestas de opinión como bases de las tomas de decisiones. Tanto de forma individual o combinados. Crouch (2011) discute las ventajas y desventajas en cada caso, utilizando en su estudio datos derivadas de evaluaciones de expertos.

En este trabajo, dentro de la línea delimitada por Crouch (2011), se utilizarán evaluaciones de expertos, si bien considerando los posibles sesgos que se puedan derivar de ellos, fundamentalmente por su consideración más severa o indulgente (Eckes, 2011) de la disponibilidad de los factores de competitividad por las distintas zonas turísticas de Tenerife.

Este tipo de desviación en las evaluaciones de los expertos no ha sido considerada por la literatura sobre gestión competitiva de los destinos turísticos y podría suponer que, en determinados casos, los niveles de competitividad turísticas que luzcan los destinos analizados no se correspondan con lo que efectivamente deberían haber alcanzado. La razón de tal desviación podría estar en el comportamiento severo o indulgente de un evaluador con algún destino, con algún factor del destino o con ambos aspectos a la vez.

La corrección de las posibles desviaciones generadas por comportamientos evaluadores inadecuados por parte de los expertos se lleva a cabo mediante el modelo de Rasch de Facetas Múltiples (MFRM, en sus siglas en inglés) de Linacre (1989). El modelo MFRM viene a corregir esas desviaciones mediante la determinación de una valoración justa (FAIR AVERAGE) del nivel de competitividad del destino analizado.

Un segundo aspecto derivado de la utilización del MFRM, es el principio de la invarianza sobre el cual se construye el modelo. En el caso de que los datos se ajusten al modelo, las medidas de competitividad de las zonas turísticas de Tenerife obtenidas son invariantes, tanto en relación a los factores utilizados en la delimitación del constructo, como a los evaluadores partícipes en el proceso de evaluación.

5. METODOLOGÍA APLICADA EN EL ANÁLISIS COMPETITIVO DE DESTINOS TURÍSTICOS

Metodología de Rasch. La interacción del Modelo de Rasch de Facetas Múltiples y el Modelo de Rasch de Categorías Ordenadas

Los modelos de Rasch (Wright y Mok, 2004), desarrollados a partir del trabajo seminal de Rasch (1960), presentan soluciones a los problemas tradicionales de la medición en Administración de Empresas.

En el caso de que los datos se ajuste al modelo de Rasch, se dispondrá de: 1) medidas lineales (asunción de la unidimensionalidad psicométrica del modelo) de los parámetros de los objetos a medir; 2) medidas que no están afectadas por datos ausentes; 3) medidas invariantes; 4) estimaciones de la precisión de las medidas; 5) instrumentos para detectar los desajustes al modelo de los datos.

Los modelos de Rasch utilizados, en este trabajo, son:

A) El Modelo de Rasch de Facetas Múltiples [Many Facet Rasch Model, en adelante: MFRM] (Linacre, 1989; Eckes, 2011), cuya expresión del logaritmo neperiano de su ratio odd, es:

$$\ln \left[\frac{p_{nijk}}{p_{nijk-1}} \right] = \beta_n - \delta_i - \theta_j - \tau_k$$

En donde p_{nijk} es la probabilidad de que el experto j sitúe la competitividad del destino turístico n en la categoría k de la escala de medida del factor de competitividad i y p_{nijk-1} es la probabilidad de que el experto j sitúe la competitividad del destino turístico n en la categoría $k-1$ (la anterior) de la escala de medida de la disponibilidad del factor de competitividad i .

Las facetas de este modelo son tres: destinos turísticos, factores de competitividad y expertos, cuyos parámetros son β , δ y θ , respectivamente. Mientras que τ_k es el umbral de Rasch-Andrich e indica la dificultad de recibir una puntuación k en relación a $k-1$.

B) El Modelo de Rasch de Categorías Ordenadas [Rating Scale Rasch Model, en adelante: RSRM] (Andrich, 1978; 1988), siendo la expresión del logaritmo neperiano su ratio odd:

$$\ln \left[\frac{p_{nik}}{p_{nik-1}} \right] = \beta_n - \delta_i - \tau_k$$

En donde p_{nik} es la probabilidad de que la competitividad del destino turístico n se sitúe en la categoría k de la escala de medida del factor de competitividad i y p_{nik-1} es la probabilidad de que la competitividad del destino turístico n se sitúe en la categoría $k-1$ (la anterior) de la escala de medida de la disponibilidad del factor de competitividad i .

Las facetas de este modelo son dos: destinos turísticos y factores de competitividad, cuyos parámetros son β y δ , respectivamente. Mientras que τ_k es el umbral de Rasch-

Andrich (Andrich, 1998 y 2005; Bond y Fox, 2009; Linacre 2006 y 2010) y expresa el punto de transición entre dos categorías, siendo un 50% la probabilidad de estar en una de dos adyacentes.

Aplicación de los modelos de Rasch

La aplicación del MFRM, mediante el programa de computación FACETS (Linacre 2012a) permite lograr el mapa de posicionamiento competitivo de los destinos analizados; de la disponibilidad de los factores de competitividad y de la opinión de los expertos.

Una vez aplicado MFRM, se utilizan los resultados de posicionamiento de las zonas turísticas de Tenerife, para desarrollar un RSRM, mediante la ejecución del programa de computación WINSTEPS (Linacre, 2012b) a las medianas de los datos de las zonas turísticas de Tenerife para obtener los correspondientes Informes de Diagnóstico Competitivo (denominado internamente en el programa de computación WINSTEPS como PKMAPS) de las distintas zonas, previo anclaje¹ de los niveles de disponibilidad de los factores de competitividad obtenidos en la aplicación del programa de computación FACETS.

El análisis de los PKMAPS (Oreja y Montero, 2011) de las zonas turísticas de Tenerife nos lleva a destacar las fortalezas y debilidades de cada zona turística de Tenerife y configurar un Benchmarking de Diagnóstico de las mismas. En este instrumento de análisis competitivo, se destaca el papel que juegan los factores vinculados a la cultura, tanto tangible como intangible (Museos, Centros de Arte, Galerías e infraestructura de Patrimonio Histórico-Cultural, así como Fiestas de interés turístico).

Trabajo de campo. Datos utilizados

A lo largo del primer cuatrimestre de 2012 se procedió a consultar con un total de 23 expertos, vinculados al sector turístico de Tenerife e integrados por profesionales del sector y profesores de turismo, su opinión sobre el estado actual de la disponibilidad de determinados factores de competitividad turística (que integran el constructo diseñado) de las cuatro zonas turísticas de la isla de Tenerife. El cuestionario está disponible en el anexo 1 y es una adaptación para 2012 del presentado en Oreja-Rodríguez (2008) y Parra-López y Oreja-Rodríguez (2008a).

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Como elemento inicial del análisis de resultados destacamos que no hay desorden en las categorías utilizadas en la escala de medida del cuestionario y, de acuerdo a Linacre (2012b), la escala de 5 puntos utilizada era la apropiada. Los umbrales de Rasch-Andrich (τ_k) están correctamente ordenados: -1.00; -0.50; 0.23; 1.28.

1 Una vez determinada la jerarquización de los factores de competitividad en el análisis MFRM se procede a realizar un análisis RSRM partiendo de que esa información no varía.

En el cuadro 1 se aprecia el ajuste global (la validez global) de los datos, medida por medio del estadístico MNSQ (INFIT / OUTFIT), al modelo es aceptable, estando próxima a la unidad.

La fiabilidad de la separación son también aceptables para el análisis, en todos los casos supera el 80% (Destinos turísticos: 85%; Factores: 83% y Expertos: 85%).

El análisis de la información correspondiente a las distintas facetas, permite destacar el posicionamiento de factores de competitividad turística y de los expertos a partir del origen establecido en 0.00. Sobre este origen la media de la medida de la competitividad de los destinos turísticos de Tenerife 0.43 logits está situada por encima de la desviación estándar de la media de las otras dos facetas (Factores de competitividad: 0,27 logits / Expertos: 0,32 logits). Ello implica que los destinos turísticos de Tenerife disponen en gran medida de los factores que determinan su competitividad turística. Esto se debe al fuerte tirón de la competitividad de la zona 2 (Puerto de La Cruz-La Orotava).

Cuadro 1
RESUMEN DE ESTADÍSTICOS DE COMPETITIVIDAD DE LAS ZONAS
TURÍSTICAS DE TENERIFE Y DE LOS FACTORES DE COMPETITIVIDAD

	COMPETITIVIDAD DESTINOS TURÍSTICOS	FACTORES DE COMPETITIVIDAD	EXPERTOS
Medidas			
Media	0.43	0.00	0.00
Desv. Estándar	0.11	0.27	0.32
INFIT MNSQ			
Media	1.01	1.00	0.95
Desv. Estándar	0.13	0.22	0.41
OUTFIT MNSQ			
Media	1.00	1.00	0.95
Desv. Estándar	0.14	0.21	0.41
Separación (Model)			
Índice	2.41	2.21	2.42
Fiabilidad	0.85	0.83	0.85

Fuente: Elaboración propia.

En el análisis del cuadro nº 2 se puede destacar que la zona turística de Tenerife mejor posicionada es la zona 2 (Puerto de la Cruz / La Orotava), con una medida de 0.62 logits, le siguen las zonas 1 (Isla Baja) y la zona 4 (Sur), ambas con 0.38 logits y finalmente la peor posicionada es la zona 3 (Santa Cruz de Tenerife / La Laguna), con 35 logits. Como se puede constatar las tres últimas zonas están por debajo de la media de competitividad de las zonas de Tenerife que está situada en 0.43 logits.

Cuadro 3
BENCHMARKING DE DIAGNÓSTICO DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE
TENERIFE 2012

zonas	FACTORES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA																			zonas			
	1	3	2	9	8	18	16	14	21	22	6	15	11	12	7	10	13	4	17		5	20	19
zona 2	E	E	E	4	4	4	4	4	4	4	C	4	4	C	C	4	4	4	C	C	4	C	zona 2
zona 1	4	4	4	4	4	C	C	C	D	D	D	3	D	3	3	D	3	3	B	D	3	3	zona 1
zona 4	4	4	4	4	4	4	4	4	C	C	C	C	C	C	C	4	4	D	3	D	D	3	zona 4
zona 3	3	3	3	D	3	D	D	D	3	3	D	D	3	D	D	3	B	B	D	B	3	3	zona 3
	1	3	2	9	8	18	16	14	21	22	6	15	11	12	7	10	13	4	17	5	20	19	

La competitividad de las distintas zonas de Tenerife, a su vez, utilizan de forma diferencial los factores de competitividad ligados al Patrimonio Histórico-Cultural.

Las zonas 2 (Puerto de la Cruz / La Orotava) y 4 (Sur) disponen de los factores de competitividad 6, 7 y 12 a un nivel intermedio (C), que en relación con el resto los factores de competitividad analizados suponen una debilidad de las respectivas zonas (véase PKMAPS en los anexos correspondientes), ya que se encuentran a un nivel inferior de disponibilidad al que se esperaba, dada la situación competitiva global de las zonas 2 y 4.

En zona 2, La Orotava / Puerto de la Cruz, los espacios de reconocido valor histórico, valorados por expertos, se consideran como debilidades en su oferta turística. No están al nivel del resto de los factores competitivos que sustentan la competitividad de esa zona. Se cuenta con la disponibilidad en La Orotava de un centro histórico con innumerables espacios de interés cultural: conventos como el de San Agustín (s. XVII) numerosa iglesias (Concepción, Santo Domingo, San Juan), museos de Artesanía (Insular e Iberoamericana) y diversos centros culturales. Puerto de la Cruz carece de este nivel de Patrimonio Histórico ya que es un núcleo de población que se ha ido desarrollado como centro turístico aunque sin perder su idiosincrasia. Dispone de numerosas plazas emblemáticas (plaza de la Iglesia s.XVI), la iglesia de San Antonio, así como otras que jalonan el casco histórico (N^a Señora de la Peña de Francia, San Francisco, Candelaria, Santa Rita, etc.). Estos recursos habrían que ponerse en valor, superando la situación de debilidad detectada, con objeto de que pudiesen sustentar acciones estratégicas susceptibles de mejorar la competitividad de esa zona.

En el sur de la isla de Tenerife, la Zona 4, con una valoración como debilidades de sus espacios históricos culturales, se agrupan un conglomerado de poblaciones que tienen unos cascos históricos pequeños con iglesias de los siglos XVI-XVII (Iglesia del Cristo de la Salud-Arona; Iglesia parroquial de San Juan Bautista— Arico; Parroquia de N^a Señora de la Luz-Guía de Isora; etc.). Entre estas poblaciones se puede destacar la villa de Candelaria donde está la Basílica de Candelaria patrona de Canarias (s. XX). Al destacar la importancia de la Basílica de Candelaria y las implicaciones culturales y religiosas de la misma, queda en evidencia la necesidad de mejorar la utilización de estos recursos como sustentadores de la competitividad de la zona turística. La necesi-

dad de completar el producto de sol y playa, está limitada con el uso efectivo de estos recursos en la zona indicada.

En la zona 1 (Isla Baja), la valoración de los expertos destacan una fortaleza en la disponibilidad del factor 6 (espacio de reconocido valor histórico / cultural), mientras que la disponibilidad de los factores 12 (Infraestructura Histórico-Cultural) y 7 (Fiesta de interés turístico) está al nivel que se esperaba.

En la Isla Baja, las poblaciones de Garachico, Los Silos, Buenavista y El Tanque forman un núcleo definido, son núcleos de población de similares características. Garachico es la de mayor población y cuenta con abundantes recursos culturales como diversas iglesias (San Miguel, Santa Ana, Santo Domingo) un museo de Arte Contemporáneo con fondos de escultores y pintores canarios. Buenavista cuenta con la iglesia de N^a Señora de Los Remedios, como iglesia emblemática, y un museo en la zona de Masca. El Tanque es una población pequeña con la iglesia de San Antonio y alguna casona que favorece el patrimonio cultural de esa población. Los Silos completa la zona de Isla Baja con diversos espacios de interés histórico —cultural como el Convento de San Sebastián (s. XVII), Parroquia de N^a Señora de la Luz, y otros edificios como el Auditorium y Centros Culturales. Dada las características competitivas de esta zona, la fortaleza que se aprecia en el factor competitivo 6, da pie en considerar la posibilidad de potenciar su uso para sustentar la competitividad de la zona turística. A la vez, que de forma complementaria, sería conveniente poner en valor el resto del Patrimonio Histórico-Cultural de que dispone.

Finalmente, en la zona 3 (Santa Cruz de Tenerife / La Laguna) los factores de competitividad estudiados 6, 7 y 12 están a un alto nivel (D) de tal manera que se aprecia la existencia de fortalezas en esa zona, a pesar de ser la zona peor posicionada globalmente.

Santa Cruz de Tenerife es la capital de la Isla y el mayor núcleo poblacional. Tiene un casco histórico con numerosas iglesias (La Concepción, San Francisco, San Sebastián, El Pilar), que disponen de numerosos retablos que van desde el s. VIII al s. XVIII. El Organismo Insular de Museos tiene la sede de importantes instalaciones en ella, desde el Museo de la Naturaleza y el Hombre hasta el Tenerife Espacio de las Artes, que incluye el Centro de Fotografía Isla de Tenerife. En la ciudad también tienen su sede otros museos de propiedad estatal o municipal, tales como el Museo Militar, el de Bellas Artes y el Museo de Arte Contemporáneo al Aire Libre que se expone por toda la ciudad. Desde la perspectiva de las Fiestas de Interés Cultural se puede señalar el Carnaval de Tenerife, que si bien se celebra en prácticamente en todas las localidades de la Isla, tiene su expresión más destacada en Santa Cruz de Tenerife.

San Cristóbal de La Laguna es el segundo núcleo poblacional más importante de la Isla. Ha sido la antigua capital de la Isla y (de hecho, dado que fue la sede de los Capitanes Generales) de la Provincia de Canarias y actualmente es la sede de la Universidad de La Laguna, de la Diócesis de Tenerife y del Consejo Consultivo de Canarias. Cuenta con el centro histórico más importante a nivel de Comunidad Autónoma, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1999 y con numerosos espacios de interés Histórico-Cultural, como iglesias (Santísimo Cristo de La Laguna, Santo Domingo, Iglesia de la Concepción, Catedral de La Laguna, etc.); infinidad de casonas, muchas de ellas sedes de instituciones museísticas, que jalonan el centro histórico, de los siglos XVII-XVIII (Casa de los Capitanes Generales —sede del Centro Internacional para la Conservación

del Patrimonio—, Casabuena, Suárez, Van de Heede, Montañez —sede del Consejo Consultivo de Canarias—, Lezcaro —sede del Museo de la Historia—, Salazar —sede de la Diócesis de Tenerife—, Osuna —sede del Instituto de Estudios Canarios—, etc.), del Museo de la Ciencia y el Cosmos, cerca del Instituto de Astrofísica de Canarias, del Museo de Antropología de Tenerife, en la Casa de Carta en Valle de Guerra; centros culturales como el Teatro Leal, últimamente restaurado, el Ateneo de La Laguna, el Orfeón La Paz, el Casino de La Laguna, la Tertulia de Nava, la Fundación Cristino de Vera —Espacio Cultural Fundación CajaCanarias—, etc. y numerosas plazas importantes remodeladas a lo largo del s. XX (Adelantado, Cristo, Constitución, etc.).

La conurbación Santa Cruz-La Laguna acumula gran parte del Patrimonio Histórico-Cultural de la Isla de Tenerife. Este aspecto ha sido destacado por la acción competitiva de la zona, disponiendo de rutas turísticas complementarias al producto tradicional, sustentadas fundamentalmente en las visitas guiadas del casco histórico de La Laguna y de sus museos, dada la amplia acción estratégica desarrollada alrededor del Patrimonio Histórico-Cultural.

7. CONCLUSIONES

En este trabajo se destaca la importancia del soporte teórico del diseño de una variable latente como construcción susceptible de operativizar, mediante el correspondiente instrumento de medida. Las medidas a obtener deben ser fiables y válidas, para ello se propone la utilización de juicios de expertos, de acuerdo a los planteamientos asumidos en la revisión teórica realizada sobre competitividad de los destinos turísticos. No obstante, se ha destacado las desviaciones que pueden generar la severidad de los juicios, junto a otras desviaciones en la utilización de las opiniones de los expertos. La propuesta de la metodología de la medición pasaría por utilizar un modelo de medición objetiva, como el modelo de Rasch, considerando las distintas facetas intervinientes: competitividad de las zonas turísticas, disponibilidad de los factores de competitividad turística y severidad de los evaluadores, que ajuste con medidas justas «FAIR AVERAGE» los sesgos que generan los evaluadores.

El modelo inicialmente utilizado es el MFRM (aplicado mediante el programa de computación FACETS), que como modelo de Rasch asume la invarianza de las medidas y la unidimensionalidad psicométrica en el caso de que los datos se ajusten al modelo, como ha sido en este caso. Ello implica:

1.— Las medidas obtenidas de la competitividad de las zonas turísticas de Tenerife, y por ende su posicionamiento, no depende de la muestra de evaluadores que han participado en el análisis, ni de los ítems del instrumento de medida utilizado.

2.— Las medidas de la competitividad de las zonas de Tenerife pueden ser comparadas, junto a la disponibilidad de los factores de competitividad de las zonas de Tenerife y la severidad de los evaluadores en el mismo continuo lineal. Las medidas son aditivas y de intervalo.

3.— Las medidas obtenidas no están afectadas por cualquier sesgo derivado de comportamientos severos o indulgentes que los evaluadores hayan podido manifestar hacia algún factor de competitividad o zona turística al llevar a cabo la administración del cuestionario.

El análisis competitivo ha permitido destacar la ordenación de la competitividad de las zonas. Estando situada la zona 3 en la más baja posición, la zona 2 en la más alta y las zonas 1 y 4 en la parte intermedia.

Como complemento de la aplicación de del FACETS se ha analizado la relación entre los factores de competitividad y la competitividad de las zonas turísticas mediante informes de diagnóstico competitivo (PKMAP), obtenidos por la aplicación del modelo RSRM (con el programa de computación WINSTEPS). Todo ello una vez anclados los niveles de disponibilidad de los factores de competitividad obtenidos en la aplicación del FACETS.

El análisis de Benchmarking Competitivo llevados a cabo se refiere a los factores de competitividad 6, 7 y 12, vinculados al Patrimonio Histórico-Cultural de la zona 3 (Santa Cruz de Tenerife / La Laguna), que es la peor posicionada globalmente, luce unos niveles de disponibilidad superiores a sus zonas competidoras en Tenerife.

El diagnóstico competitivo llevado a cabo permite determinar que esta zona, los recursos culturales analizados, sustenta parte de la competitividad de la misma. Configurándose productos turísticos relativo a la puesta en uso del Patrimonio Histórico-Cultural, sean vinculados a los sitios históricos, como sus museos e instalaciones culturales, así como a las fiestas de índole cultural, como los carnavales, que sustentan y dinamizan las visitas a esa zona. En el resto de las zonas, la disponibilidad de notables recursos históricos y culturales no llega al mismo nivel de sustentar la competitividad turística de la zona, siendo otros factores los que destacan. La posible puesta en uso de los recursos culturales disponibles implicaría acciones estratégicas específicas para las distintas zonas. En particular, habría que aprovechar la fortaleza en la disponibilidad del factor 6 (espacio de reconocido valor histórico / cultural), evidenciada en la zona 1.

8. BIBLIOGRAFÍA

- ANDRICH, D. (1978): «A rating scale formulation for ordered response categories». *Psychometrika* Vol. 43, pp. 561-573.
- ANDRICH, D. (1988): *Rasch Models for Measurement*. Sage: Newbury Park, Ca. USA.
- ANDRICH, D. (2005): «Rasch models for ordered response categories», en Everitt, B. S. y D. Howell (Eds.): *Encyclopedia of Statistics in Behavioral Science*, Vol. 3, pp. 1698-1707. Wiley: New York.
- BALLART, J. y TRESSERRAS, J. (2001): *Gestión del patrimonio cultural*. Ariel.
- BOND, T.G., y FOX, C.H.M. (2009): *Applying the Rasch Model. Fundamental Measurement in the Human Sciences*. Erlbaum: Mahwah, NJ. USA.
- CROIZE, J.C. (1990): «International Hotel and Resort Industry European Perspective», en Hawkins, D.E. et all: *Global Assessment of Tourism Policy*. The George Washington University Tourism Policy Forum. Washington, pp. 101-102.
- CROUCH, G.I. (2011): «Destination Competitiveness: An Analysis of Determinant Attributes» *Journal of Travel Research*, vol. 50 (1); pp. 27-45.
- CROUCH, G.I., y RITCHIE, J.R.B. (1999). Tourism, competitiveness and societal prosperity. *Journal of Business Research*, Vol. 44, pp. 137-152.

- DYWER, L., y KIM, C. (2003). Destination competitiveness: A model and determinants. *Current Issues in Tourism*, Vol. 6 (5), pp. 369-414.
- ECKES, T. (2011): *Introduction to Many-Facet Rasch Measurement*. Peter Lang: Frankfurt am Main.
- EYSTEINSSON, F. y GUDLAUGSSON, T. (2011): «The Competitiveness of a Tourist Destination: One Answer or Two? *Recent Advances in Retailing and Services Science. The European Institute of Retailing and Services Studies*. July 15-18.
- GOBIERNO DE CANARIAS (1995): *Guía de Recursos y Espacios Culturales*. Gobierno de Canarias, Viceconsejería de Cultura y Deportes, Cabildo Insular de Tenerife.
- GUTIÉRREZ, D. y OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. (1998a): «Bases para el diseño de estrategias de fidelización en destinos turísticos maduros» *Empresa y Economía Institucional, VII Congreso Nacional de ACEDE*, Las Palmas.
- GUTIÉRREZ, D. y OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. (1998b): «La calidad de servicios como bases para la formulación estratégica de nuevos modelos turísticos en destinos maduros» *I Seminario de Marketing Turístico, 85º Seminario AEDEMO*, Alicante 1998.
- HARRISON, R. (1994): *Manual of Heritage Management*. Oxford: Butterworth & Heineemann.
- HERBERT, J.D. [eds.] (1998): *Heritage, Tourism and Society*. Pinter, Tourism, Leisure and Recreation Series, London.
- HERNÁNDEZ, F. (2002): *El Patrimonio Cultural: la memoria recuperada*. Madrid, Ediciones Trea.
- KIM, C.W.; CHOI, K.T.; MOORE, S.; DWYER, L.; FAULKNER, B.; MELLOR, R. y LIVAIC, Z. (2001): *Destination Competitiveness: Development of a Model with Application to Australia and the Republic of Korea*. Unpublished report for the Department of Industry, Science and Resources, Australia; the Ministry of Culture and Tourism, Korea; the Korean Tourism Research Institute; the CRC for Sustainable Tourism, Australia; and the Australia-Korea Foundation.
- LARKHAM, P.J. (1997): «Heritage as Planned and conserved», en Herbert D. Ed. (1997), *Heritage, Tourism and Society*, London: Mansell, pp. 84-116.
- LINACRE, J.M. (1989): *Many-facet Rasch Measurement*. Chicago: MESA Press.
- LINACRE, J.M. (2006): «Demarcating category intervals». *Rasch Measurement Transactions*, Vol. 19, pp. 1041-1043.
- LINACRE, J.M. (2010): «Transitional categories and usefully disordered thresholds». *Online Educational Research Journal*, Vol. I (3).
- LINACRE, J. M., (2012a): *A user's guide to Facets. Rasch Measurement Computer Program*. Winsteps.com: Chicago, USA.
- LINACRE, J.M., (2012b): *A user's guide to Winsteps. Rasch Measurement Computer Program*. Winsteps.com: Chicago, USA.
- MONTERO-MURADAS, I., GUTIÉRREZ, D. y DÍAZ, R. (2001): «La cultura como componente de la oferta de los destinos turísticos maduros» *Revista de Estudios Turísticos*, Vol. 150, pp. 41-55.
- MONTERO-MURADAS, I. y OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. (2005 a): «Diseño de un instrumento de medida para el análisis comparativo de los recursos culturales tangibles» *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 3 (2), pp. 245-255.

- MONTERO-MURADAS, I. y OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. (2005 b): «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* Vol. 16, pp. 135-151.
- MONTERO-MURADAS, I. y OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. (2008): «Posicionamiento de los municipios canarios de acuerdo a su disponibilidad de recursos culturales tangibles» en E. Aznar (Dir): *Estudios Canarios. Anuario del Instituto de Estudios Canarios en la Universidad de La Laguna*. Instituto de Estudios Canarios. La Laguna, pp. 309-327.
- MONTERO-MURADAS, I. y OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. (2010): «Acciones de mejora del posicionamiento en recursos culturales tangibles de los municipios canarios» *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 8, nº 1, pp. 1-12.
- OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. (2008): «La evaluación de expertos en la medición de constructos en administración de empresas. Aplicación del modelo de múltiples facetas de Rasch», en Montero, I.; J. Febles; J.R. Oreja-Rodríguez; Z. González y V. Yanes (2008): *Modelos de Rasch en Administración de Empresas: Nuevas perspectivas*. FYDE-CajaCanarias: Santa Cruz de Tenerife. Colección e-Book nº 2, pp. 167-187.
- OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. y ARMAS-CRUZ, Y. (2012): «Environmental performance in the hotel sector: the case of the Western Canary Islands» *Journal of Cleaner Production* Vol. 29-30, pp. 64-72.
- OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. y MONTERO-MURADAS, I. (2011): «El uso del KID-MAP como soporte del Benchmarking de diagnóstico en el Análisis Competitivo de Empresas. Estudio de casos de empresas participantes en una cadena de suministros agroalimentaria», *VI. Workshop de Modelos de Rasch en Administración de Empresas.*»*Técnicas de Diagnósticos y Posicionamiento*». Instituto Universitario de la Empresa: La Laguna.
- OREJA-RODRÍGUEZ, J.R.; PARRA-LÓPEZ, E. y YANES-ESTÉVEZ, V. (2008): «The sustainability of island destinations. Tourism area life cycle and teleological perspectives. The case of Tenerife. *Tourism Management*, Vol. 29, pp. 53-65.
- PARRA-LÓPEZ, E. y OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. (2008a): «Evaluación de la competitividad de las zonas turísticas de Tenerife: Una aplicación de un modelo de múltiples facetas de Rasch a partir de opiniones de expertos», en Montero, I; J. Febles; J. R. Oreja-Rodríguez; Z. González y V. Yanes (2008): *Modelos de Rasch en administración de empresas: Nuevas perspectivas*. FYDE-CajaCanarias: Santa Cruz de Tenerife. Colección e-Book nº 2, pp. 189-200.
- PARRA-LÓPEZ, E. y OREJA-RODRÍGUEZ, J.R. (2008b): Evaluación de la competitividad de las zonas turísticas de un destino insular: una aplicación de un modelo de múltiples facetas de Rasch (MFRM) en López, D. y Pulido, J.I. [Ed.] (2008): *La Actividad Turística Española en 2007*. AECIT y Editorial Universitaria Ramón Areces, pp. 63-80.
- PRATS, LL. (1998): «El concepto de patrimonio cultural». *Política y Sociedad*, Vol. 27, pp. 63-76.
- RASCH, G. (1960): *Probabilistic Models for Some Intelligence and Attainment Tests*. Danish Institute for Educational Research: Copenhagen.

- SÁNCHEZ, M. (2006). Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: Una análisis provincial mediante modelos de estructura latente. *Revista de Análisis Turístico*. AECIT. Primer semestre Vol. 1, pp. 4-22.
- SÁNCHEZ, M. y FAJARDO, M. (2004). La competitividad de los destinos turísticos: Un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños. *I Jornadas de Economía del Turismo*. Departamento de Economía Aplicada. Universidad de las Islas Baleares. Palma, 28-29 mayo.
- WRIGHT, B., y MOK. M.M.C. (2004): «An overview of the family of Rasch Measurement Models». In: Smith Jr., E.V., Smith, R.M. (Eds.), *Introduction to Rasch Measurement, Theory and Applications*. JAM Press: Maple Grove, MN, USA, pp. 1-24.

ANEXOS 1 - 4

**INFORMES COMPETITIVOS DE LAS ZONAS TURÍSTICAS DE TENERIFE
2012**

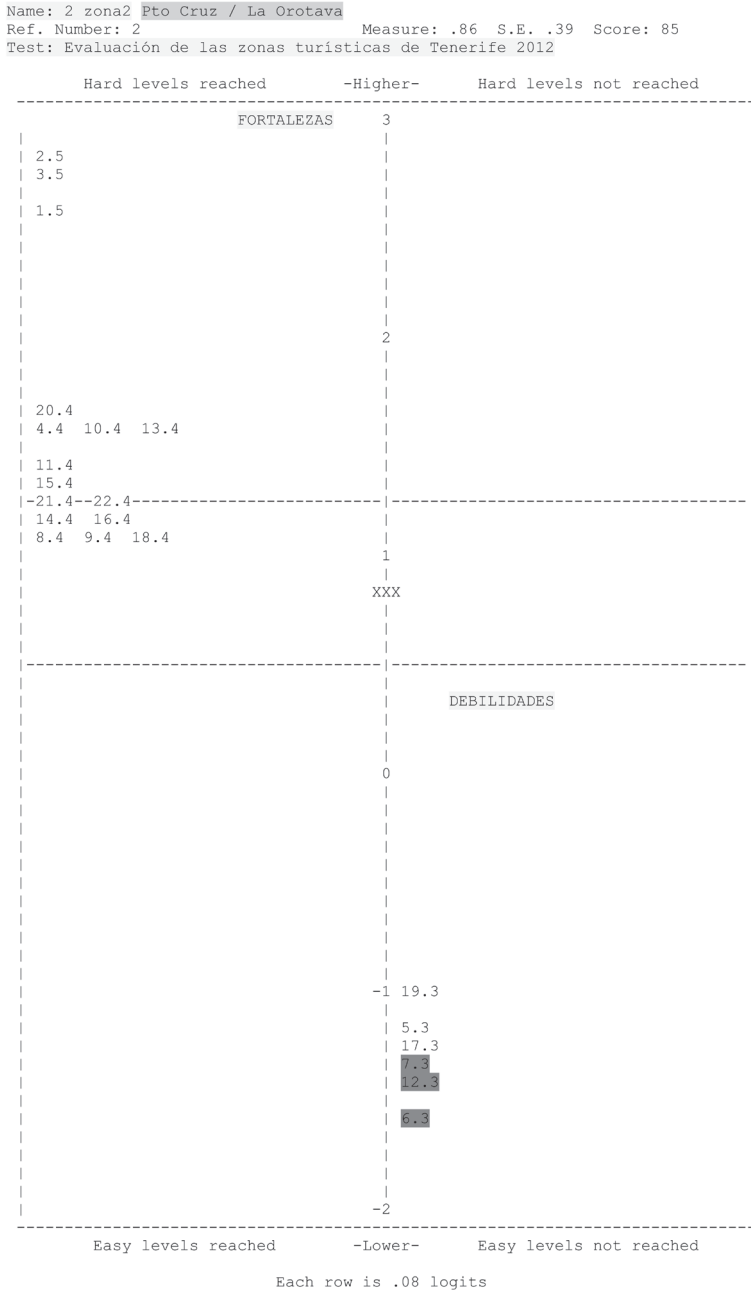
Anexo 1

Name: 1 zonal Isla Baja
 Ref. Number: 1 Measure: -.37 S.E. .35 Score: 76
 Test: Evaluación de las zonas turísticas de Tenerife 2012

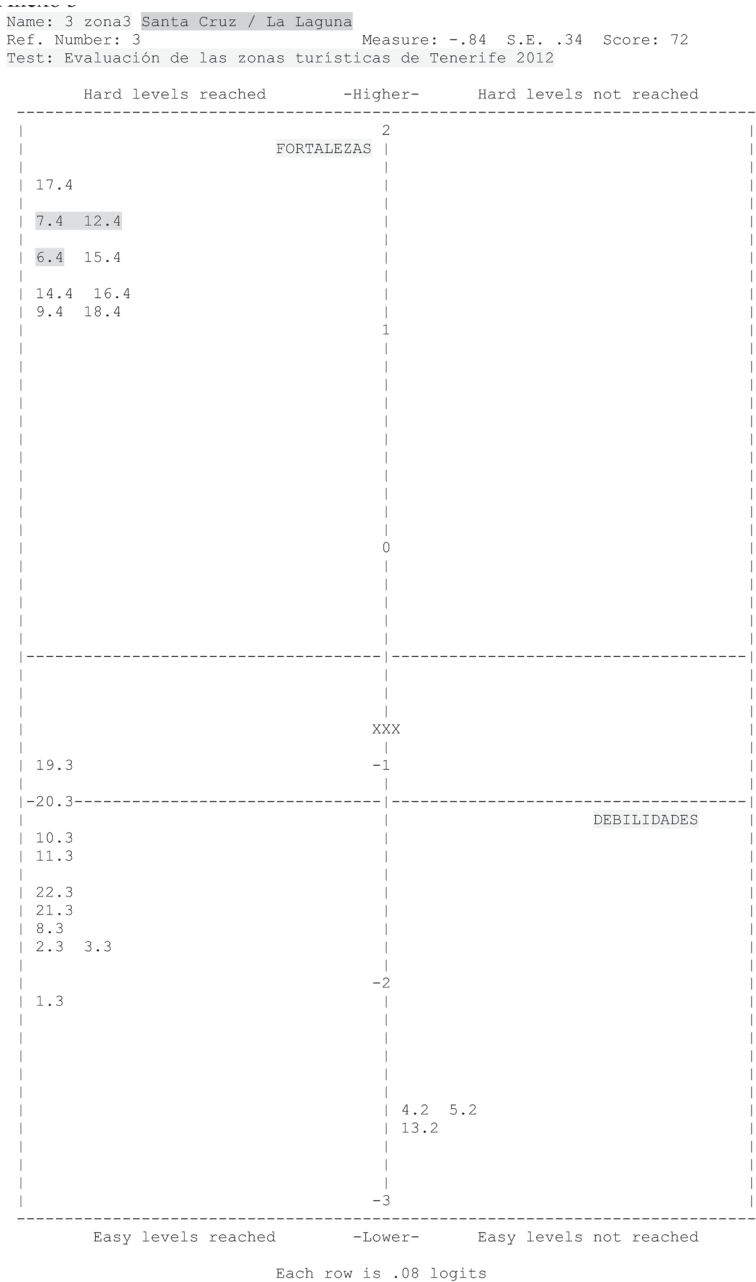


Each row is .08 logits

Anexo 2



Anexo 3



Anexo 4

Name: 4 zona4 Sur
 Ref. Number: 4 Measure: .01 S.E. .36 Score: 79
 Test: Evaluación de las zonas turísticas de Tenerife 2012

Hard levels reached	-Higher-	Hard levels not reached
	2	
FORTALEZAS		
5.4 20.4		
4.4		
10.4 13.4		
8.4 14.4 16.4 18.4		
2.4 9.4		
3.4	1	
1.4		
XXX		
DEBILIDADES		
19.3	-1	
17.3		
		7.3 12.3
		11.3
		6.3 15.3
		22.3
		21.3
	-2	
Easy levels reached	-Lower-	Easy levels not reached

Each row is .07 logits