



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio  
Cultural  
ISSN: 1695-7121  
info@pasosonline.org  
Universidad de La Laguna  
España

Montero Muradas, Isabel; Oreja Rodríguez, Juan Ramón  
Diseño de un instrumento de medida para el análisis comparativo de los recursos culturales tangibles  
PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 3, núm. 2, diciembre, 2005, pp. 245-255  
Universidad de La Laguna  
El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130203>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

## Diseño de un instrumento de medida para el análisis comparativo de los recursos culturales tangibles

**Isabel Montero Muradas <sup>†</sup>**  
**Juan Ramón Oreja Rodríguez <sup>‡</sup>**  
Universidad de La Laguna (Tenerife, España)

---

**Resumen:** La formulación de estrategias de marketing de turismo cultural necesita una correcta evaluación de los recursos culturales tangibles disponibles para el soporte de las mismas. En esta investigación se desarrolla una metodología, basada en el Modelo de Rasch, para el diseño un instrumento de medida que nos permita jerarquizar, a partir de su nivel de disponibilidad, tanto los recursos culturales, como los municipios en que están ubicados. Los datos utilizados corresponden a los municipios de la Comunidad canaria registrados en la Guía de Recursos y Espacios Culturales de las Islas Canarias.

**Palabras clave:** Turismo cultural; Marketing; Recursos culturales tangibles; Modelo de Rasch

---

**Abstract:** The formulation of marketing strategies of cultural tourism needs a correct evaluation of tangible cultural resources available to support them. In this research, we carry on a methodology, on the basis of Rasch Model, for the design of an instrument of measurement, that permits to establish a hierarchy, depending on its availability level, not only for cultural resources but the for towns in which they are located. The data used are of towns of Canary Community register in the Guide of Resources and Cultural Places of the Canary Islands.

**Keywords:** Cultural tourism; Marketing; Tangible cultural resources; Rasch Model

---

<sup>†</sup> • Isabel Montero Muradas es Catedrática de Escuela Universitaria de Comercialización e Investigación de Mercado de la Universidad de La Laguna. Doctora en Contabilidad y Administración de Empresas ULL. Doctora en Historia del Arte ULL . E-mail: immurada@ull.es

<sup>‡</sup> • Juan Ramón Oreja Rodríguez es Catedrático de Organización de Empresas de la Universidad de La Laguna Doctor en Ciencias Empresariales Universidad Autónoma de Madrid. E-mail: joreja@ull.es

## Introducción

Desde hace algunos años, la madurez del tradicional producto turístico de “sol y playa” ha llevado a los organismos públicos a un análisis de reordenación de la oferta vacacional.

La incorporación de nuevos elementos de oferta que configuren productos complementarios al actual ha llevado a considerar el papel que podría desempeñar en este contexto el patrimonio cultural.

Trabajar con el patrimonio, tanto en su conservación, en su uso político, o bien en su puesta como atractivo turístico, supone siempre un proceso en el complejo mundo de las identidades culturales (Martín de la Rosa, 2003)

La disponibilidad de recursos culturales es muy amplia, pero difícilmente comparable, lo que genera una clara disfunción a la hora de establecer los objetivos de actuación a nivel de los organismos públicos y, en su caso, de la asignación de los medios económicos necesarios para la promoción del patrimonio cultural como elemento integrante de la oferta turística de una zona geográfica

El desarrollo del turismo cultural exige el establecimiento de sistemas de medición objetiva que permita jerarquizar la importancia de los distintos municipios sobre la base de los recursos culturales disponibles en su patrimonio cultural y, a su vez, la importancia relativa de los elementos culturales, de acuerdo a su relevancia conjunta.

Este trabajo pretende llenar esta laguna, diseñando un instrumento de medida para el análisis comparativo de los recursos culturales tangibles. A su vez, este objetivo inmediato forma parte de un proyecto más ambicioso de análisis del Patrimonio Cultural canario, desde la perspectiva de las estrategias de marketing del turismo cultural canario.

## Turismo cultural

El auge del interés de la demanda, y la madurez de la oferta en otros casos, han hecho que muchos destinos tradicionalmente centrados en otro tipo de turismo intenten revalorizar sus propios recursos y dise-

ñar modelos que potencien sus puntos fuertes. En este contexto el turismo urbano tiene posibilidades sobre todo en ciudades patrimonio de la humanidad, o con importantes cascos histórico (Troitiño, 1997; García, 2004; Vidal y Aulet, 2004; Calabuig y García, 2004). En España, existe un potencial de crecimiento en turismo cultural, pudiendo considerar que es un producto emergente (Grande, 2001)

La definición de turismo cultural es una cuestión que está en debate, sin embargo se pueden señalar distintas aproximaciones al concepto de turismo cultural para centrar el estudio. En 1976, en el Seminario Internacional de Turismo Contemporáneo y Humanismo organizado por (ICOMOS) Consejo Internacional de Monumentos y Sitios Histórico-Artísticos, se redactó la “Carta de Turismo Cultural” en el que se le define como aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos y que ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines- a su mantenimiento y protección. Sin embargo el turismo cultural tiene muchos problemas que hay que afrontar, como el uso incontrolado de los monumentos y los sitios.

Vázquez Casielles (2004) recoge una definición de la Secretaría General de Turismo que lo delimita como el “organizar y realizar un viaje con una propuesta de contenido territorial o temático para llevara a cabo actividades que permiten experimentar la cultura y las diferentes formas de vida de otras gentes y, como consecuencia, conocer y comprender sus costumbres, tradiciones, entorno físico, ideas intelectuales y lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural”.

Pero también podemos considerar al turismo cultural como un viaje, a lugares diferentes de la residencia habitual, de un público interesado por conocer otras culturas contemplando recursos culturales, principalmente los relacionados con la historia y el arte (Chías, 2002) . Las dimensiones del turismo cultural, son para Hughes (2002): alcance o amplitud, tipo, tiempo y viaje. Esta multi-dimensión se refleja en los numerosos estudios realizados sobre turismo cultural, en donde cada estudio es una

aproximación a objetos e interpretaciones, de aspectos históricos o contemporáneas y a elementos tanto móviles como inmóviles, desde la perspectiva del objetivo de los trabajos realizados.

En este contexto, la evaluación del potencial de las Islas Canarias como destino de turismo cultural, exige aproximaciones desde más de una de estas dimensiones, partiendo de la base que es difícil variar la imagen de un destino por la reticencia de los promotores turísticos y, sin embargo, el turismo cultural es una alternativa de negocio para los destinos turísticos que crea trabajo y riqueza para las economías locales.

Por lo tanto, sería necesario conformar una imagen global para fortalecer los objetivos y estrategias de gestión, ayudado por las administraciones públicas responsables y las partes afectadas (Montero y Oreja, 1996). Hay que tener también en cuenta las motivaciones vacacionales de los turistas que exige que los destinos maduros planteen estrategias de fidelización a partir del reposicionamiento de sus productos, dado que se ha verificado el creciente segmento de turistas que consideran los valores culturales de los destinos como parte esencial de sus expectativas vacacionales (Montero y Gutiérrez, 1999).

El desarrollo de este tipo de turismo genera ingresos, tanto a los agentes turísticos como a los municipios detentadores del patrimonio cultural y es reconocido como un objetivo tanto por instituciones de gestoras de patrimonio cultural (Oreja y Montero, 1992; Montero, 1992) como por los propios operadores turísticos.

Los estudios de expectativas y satisfacción de visitantes nos han evidenciados que tener más tiempo de ocio, tiempo libre, hace que se demanden más lugares para visitar. Por lo tanto el patrimonio cultural está considerándose como un componente importante dentro de los destinos (Gutiérrez y Oreja, 1998 a y b), configurándose como un claro componente de la oferta complementaria del tradicional producto turístico "sol y playa".

### **Patrimonio cultural**

La cultura es un elemento cada vez más valorado por el turista en las distintas ofer-

tas turísticas y juega como elemento diferenciador a la hora de elegir un destino turístico. Se necesita una adecuada planificación y desarrollo del turismo cultural, ya que los productos turísticos básicos requieren un esfuerzo de planificación que incluye promoción, comercialización e interpretación (Russo y van der Borg, 2002)

La oferta del turismo cultural se plantea sobre la base de la disponibilidad de unos determinados recursos culturales básicos. Estos recursos culturales básicos son múltiples: (Vázquez, 2004)

1. Recursos culturales de carácter religioso: Catedrales, iglesias, conventos, sinagogas, templos, ermitas, monasterios y capillas.

2. Recursos culturales de carácter monumental: Castillos, palacios, casas singulares, edificios emblemáticos, acueductos, plazas mayores, puentes, conjuntos histórico-artísticos, construcciones militares, recintos amurallados.

3. Otros recursos materiales ligados con la historia: Arquitectura doméstica, calles con historia, molinos, temas romanas, baños árabes, rutas artísticas, pintura rupestre, instrumentos musicales.

Existen diversas taxonomías para clasificar los recursos culturales. En particular atendiendo al enfoque basado en separar lo temporal de lo permanente Vera y Dávila (1995) distinguen dos categorías. Una es la oferta permanente asociada a los equipamientos culturales (museos, monumentos) y por otro lado la oferta relacionada con eventos y manifestaciones; espectáculos, exposiciones, encuentros, que generalmente está integrada en la primera.

Estas clasificaciones vienen a destacar la presencia, además de estas manifestaciones de carácter tangible, vinculadas al patrimonio monumental, las manifestaciones de carácter intangible que se preocupan por las huellas del pasado (patrimonio etnográfico y etnológico, costumbres, ferias, espectáculos, gastronomía).

Nobou Ito (2003) divide los recursos culturales intangibles en dos categorías. La primera categoría estaría integrada por los Bienes Culturales Intangibles que están compuestos, a su vez, de dos subcategorías:

1.- Las artes como la música, la danza, el drama, etc.

2.- Las técnicas artesanales, tales como

la cerámica, textil, metal, etc.

La segunda categoría, establecida por Nobou Ito (2003), estaría integrada por los Bienes Culturales Populares. En este cluster se considerarían las costumbres y maneras de contar los alimentos, ocupación, eventos, etc. y las realización de artes populares.

Estos recursos tanto tangibles como intangibles, tienen que ser complementados con una infraestructura de apoyo para la acogida de turistas, que garanticen la satisfacción de los mismos. Entre esta infraestructura se ha de tener en cuenta, de acuerdo con Vázquez (2004):

- a) Los alojamientos;
- b) Las comunicación y el transporte;
- c) La restauración;
- d) Los servicios de recepción;
- e) Otros servicios complementarios, como los médicos, comercios, financieros, etc.
- f) Los recursos de la ciudad: diseño urbano, espacios verdes, calles peatonales, etc.

Para crear un producto cultural en un destino hace falta que los recursos culturales tengan un valor para el visitante. El patrimonio cultural como componente de un producto turístico satisface una forma de turismo, dado que hay factores que contribuyen a la sensación de identidad. Patrimonio, identidad cultural del lugar y turismo son los vértices de una estrecha relación (Ashworth, 1997).

El patrimonio cultural puede ser un complemento para revitalizar el turismo, pero habría que gestionarlo de forma adecuada como producto turístico sostenible, ya que es un recurso muy sensible, por cuanto hay multitud de factores, físicos y sociales que le pueden afectar negativamente.

Por lo tanto, la relación entre turismo cultural y el desarrollo sostenible debe convertirse en un elemento estratégico, ya que la cultura será el barómetro de la calidad del desarrollo turístico (...), siempre que exista una economía sólida y próspera (Ascanio, 2003)

### **Diseño de un instrumento de medida de los recursos culturales tangibles: el caso de la comunidad canaria**

En este trabajo nos centramos en el análisis de los recursos culturales tangibles en el marco institucional de la Comunidad canaria, por lo que partimos de la consideración de un constructo que se denominará: "Recursos culturales tangibles de la Comunidad canaria".

Los datos disponibles para la realización de esta investigación proceden de la "Guía de Recursos y Espacios Culturales de las Islas Canarias" (SOCAEN, 2000).

En la revisión teórica previa se ha destacado el alcance de este concepto teórico, en donde hemos podido distinguir los siguientes elementos integrantes:

- 1.- Edificios Religiosos: Iglesias, catedrales, ermitas
- 2.- Edificios públicos: Ayuntamientos, lonjas
- 3.- Casas históricas: Palacios, casas de ilustres de las islas, palacios, sede de gobierno
- 4.- Centros culturales: Teatros, de la música, centros de cultura popular
- 5.- Museos
- 6.- Parques naturales
- 7.- Calles y plazas
- 8.- Cascos históricos

Serán estos elementos los que constituirán inicialmente el instrumento de medida que permita determinar jerarquizar tanto a los municipios de acuerdo a la disponibilidad de recursos culturales, como a los propios recursos culturales, en función de su mayor o menor presencia en los diferentes municipios.

El instrumento de medida, se configura como una única cuestión referida a la presencia en el municipio del recurso cultural tangible, con un escalamiento de 1 a 4, en donde 1 significa que la disponibilidad es nula o escasa, 2 disponibilidad baja, 3 disponibilidad media y 4 disponibilidad alta.

Los ítems del instrumento de medida corresponden a los elementos que integran el constructo, codificados de la siguiente forma:

- RC1.- Edificios Religiosos
- RC2.- Edificios públicos
- RC3.- Casas históricas
- RC4.- Centros culturales

## RC5.- Museos

## RC6.- Parques naturales

## RC7.- Calles y plazas

## RC8.- Cascos históricos

La cumplimentación de la encuesta, con asignación de los valores escalares ordinarios indicados se realizó por parte de los investigadores, a partir de la apreciación puntual de cada uno de los recursos culturales tangibles de los municipios canarios, disponibles en la base de datos: Guía de Recursos y Espacios Culturales de las Islas Canarias" (SOCAEN, 2000).

El tratamiento de la información disponible se realizó mediante el Modelo de Rasch (Rasch, 1980; Oreja, 2005), existiendo antecedentes metodológico de la aplicación del Modelo de Rasch en Arqueología (por ej. Stahl, 1989), Antropología (por ej. Hanton, 2002), entre otros campos de las ciencias sociales y humanas.

El Modelo de Rasch permite ubicar de forma jerárquica, en el continuo de medición conformado por el constructo, tanto a los sujetos o entes encuestados como a los ítems del cuestionario, mediante una medición conjunta.

A la vez el cálculo de estadísticos de fiabilidad, por parte del Modelo de Rasch, permite determinar que se repetirá la ubicación de los entes en el continuo del constructo si se utilizan otros ítems diferentes que midan este mismo constructo (Wright y Masters, 1982). La medición del nivel de fiabilidad varía entre 0 y 1, dándose en este extremo el mayor nivel de fiabilidad de la medición.

En el caso de la validez (ajuste) lo que se mide es si los resultados observados se ajusta al modelo probabilístico generado. En el caso que se ajuste no se está destacando observaciones inesperadas, si no se ajusta es que hay observaciones que se desvían de lo esperado. Los estadísticos de ajuste se denominan Infit y Outfit. La diferencia entre ambos se encuentra en que el Infit ha sido ponderado para dar más valor a las observaciones objetivas, siendo más sensible a las pautas de respuestas irregulares a ítems implícitas en los sujetos o entes. Ambos estadísticos se expresan mediante una media y una varianza normalizada. Los valores que se consideran admisibles son para las medias (MNSQ) entre 0,5 y 1,50 y para las varianzas normaliza-

das (ZSTD) entre +,- 2. (Linacre, 2002).

Los datos obtenidos por la aplicación del cuestionario a los recursos culturales tangibles de los municipios canarios han sido tratados mediante el programa de computación del Modelo de Rasch Ministep/Winsteps (Linacre, 2005).

La aplicación del Modelo de Rasch, en particular los análisis de fiabilidad y validez, nos permitirá depurar (calibrar) el instrumento de medida utilizado para el constructo: "Recursos culturales tangibles de la Comunidad canaria".

Una primera aplicación, considerando todos (8) ítems del cuestionario se presenta en el anexo nº 1: Diseño inicial del instrumento de medida. En la figura nº 1 se puede apreciar la medición conjunta que ha permitido jerarquizar los ítems "Recursos culturales" como a los municipios que disponen de dichos recursos.

La jerarquización de los ítems se realiza desde los niveles inferiores, cuyo significado es una mayor disponibilidad hasta los niveles superiores en los que los bienes indicados no están tan disponibles en los municipios.

La jerarquización de los municipios se establece desde los niveles inferiores que tienen un inventario escaso de bienes a los superiores cuyo inventario es más amplio.

En el cuadro nº 1 se destacan los niveles de fiabilidad, alto en el caso de los municipios (0,71) y bastante altos para el instrumento de medida (0,97).

Del análisis de los ajustes, se percibe niveles no aceptables en los ítems RC6 y RC3, a partir de la consideración de los estadísticos MNSQ y ZSTD, tanto del Infit como del Outfit. Ello nos lleva a depurar estos ítems del instrumento de medida y proceder a una nueva ejecución del programa Ministep/Winsteps con seis ítems. Los resultados los tenemos recogidos en el anexo nº 2: Diseño final del instrumento de medida.

En la figura nº 2 se recoge nuevamente la jerarquía de los municipios e ítems del instrumento de medida del constructo: "Recursos culturales tangibles de la Comunidad canaria".

En el cuadro nº 3 se aprecia una mejora de los niveles de fiabilidad, tanto de los municipios (0,80) como de los ítems (0,99). El análisis del cuadro nº 4 confirma el ajust-

te losgrado (validez del instrumento de medida) toda vez que los ítemes que permanecen en el mismo mantienen estadísticos admisibles a nivel de medias (MNSQ) y prácticamente admisibles en varianza estandarizada (ZSTD), como es el caso de RC1 que se encuentra situado en el límite superior de la admisibilidad.

De esta forma podemos establecer que se ha llegado, mediante el Modelo de Rasch, al establecimiento de un sistema de medición objetivo del constructo: Recursos culturales tangibles de la Comunidad canaria", una vez depurados los ítemes que presentan pautas de comportamiento irregulares no ajustables al modelo probabilístico determinado. A ello hay que añadir los altos niveles de fiabilidad alcanzado, tanto en el caso de los municipios, como en el de los ítemes.

### Resumen y conclusiones

A partir de un estudio previo de la literatura existente sobre Recursos culturales tangibles se ha establecido un constructo referido a la Comunidad canaria. Se trataba de establecer un instrumento de medida objetiva utilizable tanto para jerarquizar los ítemes correspondientes a los elementos del constructo como para establecer una jerarquía de los municipios a partir de la mayor o menor disponibilidad de dichos recursos culturales tangibles. Dichas jerarquías tiene una clara función de política económica en el contextote la formulación de las estrategias de marketing del turismo cultural de la Comunidad canaria.

La aplicación del Modelo de Rasch ha permitido depurar los ítemes utilizados, a la vez que las jerarquizaciones de municipios e ítemes.

Los ítemes depurados han sido RC6: Parques Naturales y RC3: Casas históricas. En el primer de los casos: Parques Naturales, se podría discutir su inclusión dentro del constructo e instrumento de medida diseñado debido a la característica común del resto de los ítemes de ser recursos culturales tangibles construidos y éste no.

En el segundo de los casos RC3: Casa históricas, coincide con el resto de los ítemes en ser recurso cultural tangible construido, pero es posible que las valoraciones escalares de otros ítemes, por ejemplo RC8:

Casos histórico, recoja de forma implícita el mismo concepto.

En conclusión podemos establecer que se ha logrado el objetivo establecido en esta investigación.

### Bibliografía

André, M.  
2004 "Políticas locales de dinamización turística y grandes atractivos culturales. El caso de Figueres" Joseph Font Sentias (cood.) *Casos de turismo cultural*, Barcelona: Ariel Turismo. Pp. 157-181

Ascanio, A.  
2003 "Turismo: la reestructuración cultural". *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*. Vol.1(1): 33-37. Disponible en [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org) (Acceso el 16/06/2004)

Shworth, G.J.  
1997 *Heritage, Tourism and Europe: a European Future for a European Past?* En Herbert, J.D (ed.): *Heritage, Tourism and Society, Pinter, Tourism, Leisure and Recreation Series*, London, pp. 68-84.

Bigné, E; Font, X. y Andreu, L.  
2000 *Marketing de destinos turísticos*. Madrid: ESIC.

Calabuig, J. y García Xavier  
2004 "Turismo en la ciudad de Tarragona: Entre la complementariedad para el sol y playa y la consolidación del turismo cultural" Joseph Font Sentias (cood.) *Casos de turismo cultural*, Barcelona: Ariel Turismo, pp. 339-360

Chías, J.  
2000 "Del recurso a la oferta turístico cultural: Catálogo de problemas" I *Congreso Internacional de Turismo Cultural*.

García, M.  
2004 "Avila: planificación y gestión turística local en una ciudad patrimonio de la humanidad". Joseph Font Sentias (cood.) *Casos de turismo cultural*, Barcelona: Ariel Turismo, pp. 413-440

Grande, J. (2001): "Análisis de la oferta de turismo cultural en España". *Estudios Turísticos*, 150: 15-40

Gutiérrez, D y Oreja, J.  
1998a Bases para el diseño de estrategias de fidelización en destinos turísticos maduros. En *Empresa y Economía Institucional*. VII Congreso Nacional de

ACEDE. CD ULPGCG ACEDE; Las Palmas

1998b *La calidad de servicios como bases para la formulación estratégica de nuevos modelos turísticos en destinos maduros*. 1er Seminario de Marketing Turístico. 85º Seminario de AEDEMO. Alicante, 1998

Hanton, D.

2002 "From Words to Numbers: A Basis for translating Ethnographic Description" Disponible en [www.swan.ac.uk/cds/pdffiles/HANTON.pdf](http://www.swan.ac.uk/cds/pdffiles/HANTON.pdf) (acceso 4/05/05)

Linacre, J. M.

2002 What do Infit and Outfit, Mean-Square and Standardized mean? *Rasch Measurement Transactions*, vol.12 (2), p.878. Disponible en [www.rasch.org/rmt/rmt162f.htm](http://www.rasch.org/rmt/rmt162f.htm) (Acceso el 28/03/05)

Linacre, J. M.

2005 *Winsteps. Rasch measurement computer program*. Chicago: Winsteps.com. Disponible en <http://www.winsteps.com/winman/index.htm> (Acceso el 28/02/05).

Martín de la Rosa, B.

2003 "Turismo y gestión cultural en las Islas Canarias: apuntes para una reflexión" *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural* .vol.1(1): 105-110. Disponible en [www.pasosonline.org](http://www.pasosonline.org) (Acceso el 16/06/2004)

Montero, I.

1992 Análisis Estratégico del Museo Municipal de Bellas Artes de Santa Cruz de Tenerife. En *Revista de Economía y Economistas de Canarias*, 6: 25-31

Montero, I. y J. R. Oreja

1996 "La excelencia turística y calidad hotelera como objetivo de un destino turístico maduro: El caso del Puerto de la Cruz (Tenerife)" *Anales de Economía y Administración de Empresas*. 4: 71-84

Montero, I. y D. Gutiérrez

1999 "La cultura en el reposicionamiento de destinos turísticos maduros: El caso del Puerto de la Cruz" *II Seminario de Economía Canaria*. ULPGC, pp. 324-334

Montero, I.; Gutiérrez, D y Díaz, R.

2001 "La cultura como componente de la oferta de los destinos turísticos maduros" *Estudios Turísticos*, 150: 41-55.

Nobou Ito

2003 "Intangible cultural heritage envolved in tangible cultural heritage" *Conferencia Internacional. ICOMOS*

Oreja, J. R.

2005 "Introducción a la medición objetiva en Economía, Administración y Dirección de Empresas: El Modelo de Rasch". *IUDE Serie Estudios 2005 / 47*. La Laguna: Instituto Universitario de la Empresa de la Universidad de La Laguna.

Oreja, J. R. y Montero, I.

1992 Administración de Organismos Gestores del Patrimonio Cultural (OGPC). En: *Revista de Economía y Economistas de Canarias*, 5: 43-52

Rasch, G.

1980 *Probabilistic models for some intelligence and attainment tests* (Expanded ed.) Chicago: University of Chicago Press.

Russo, A. y J. van der Borg

2002 "Planning considerations for cultural tourism: a case study European cities" *Tourism Management*, 23(6): 631-637

SOCIAEN

2000 Guía de Recursos y Espacios Culturales de las Islas Canarias. SOCIAEN- Dirección General de Cultura - Viceconsejería de Cultura y Deportes - Gobierno de Canarias. Tomos 1 y 2. Tenerife.

Stahl, J.A.

1989 "Archaeology and objective measurement". *Rasch Measurement Transactions*, 3:3, p.70. Disponible en <http://www.rasch.org/rmt/rmt33c.htm> (Acceso el 24/01/05).

Troitiño Vinuesa, M.A.

1997 "Salamanca: un centro histórico multifuncional y un destino cultural en expansión". En AA.VV. *La Actividad Turística Española en 1997*. Madrid: AECIT, pp. 539-545

Vázquez Casielles, R.

2004 "Comercialización del turismo cultural". *6º Congreso de Turismo Universidad Empresa*. Valencia: Tirant lo blanch.

Vera, F. y Dávila, M.

1995 "Turismo y patrimonio histórico-cultural" *Estudios Turísticos*, 126: 161-178

Vidal, D. y Aulet, S.

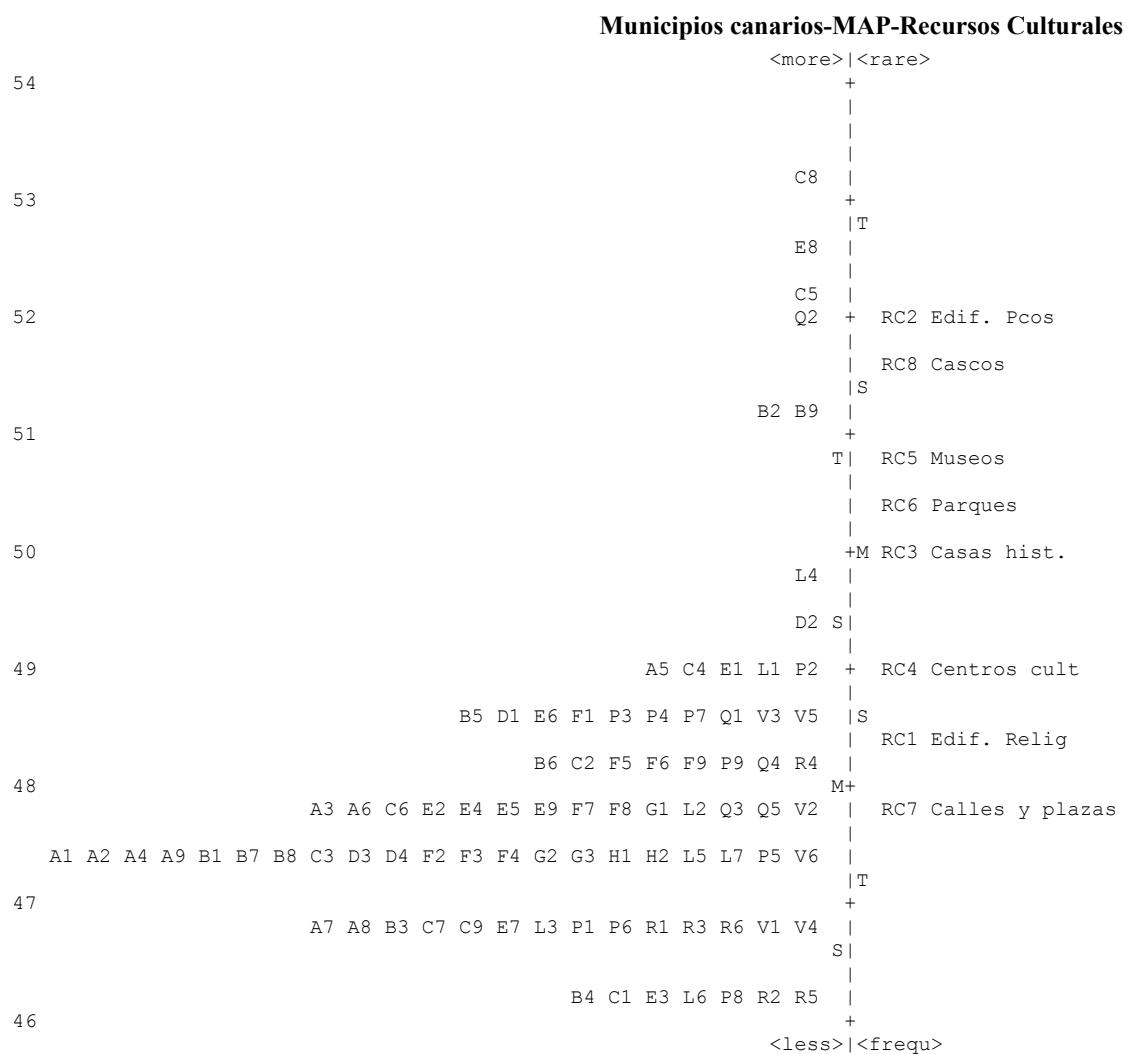
2004 "Girona y el turismo cultural", Joseph Font Sentias (cood.) *Casos de turismo cultural*, Barcelona: Ariel Turismo,

Wrihgt, B.D. y G.N.Masters

1982 *Rating Scale Analysis*, Chicago: MESA Press.

## ANEXO 1. Diseño inicial del instrumento de medida: figuras y cuadros

**Figura 1.** Representación conjunta de 87 municipios canarios y 8 recursos culturales (inicial)



**Cuadro 1.** Fiabilidad de la separación de los municipios y los recursos culturales (inicial)

**Cuadro 2.** Jerarquización y ajustes de los recursos culturales (inicial)

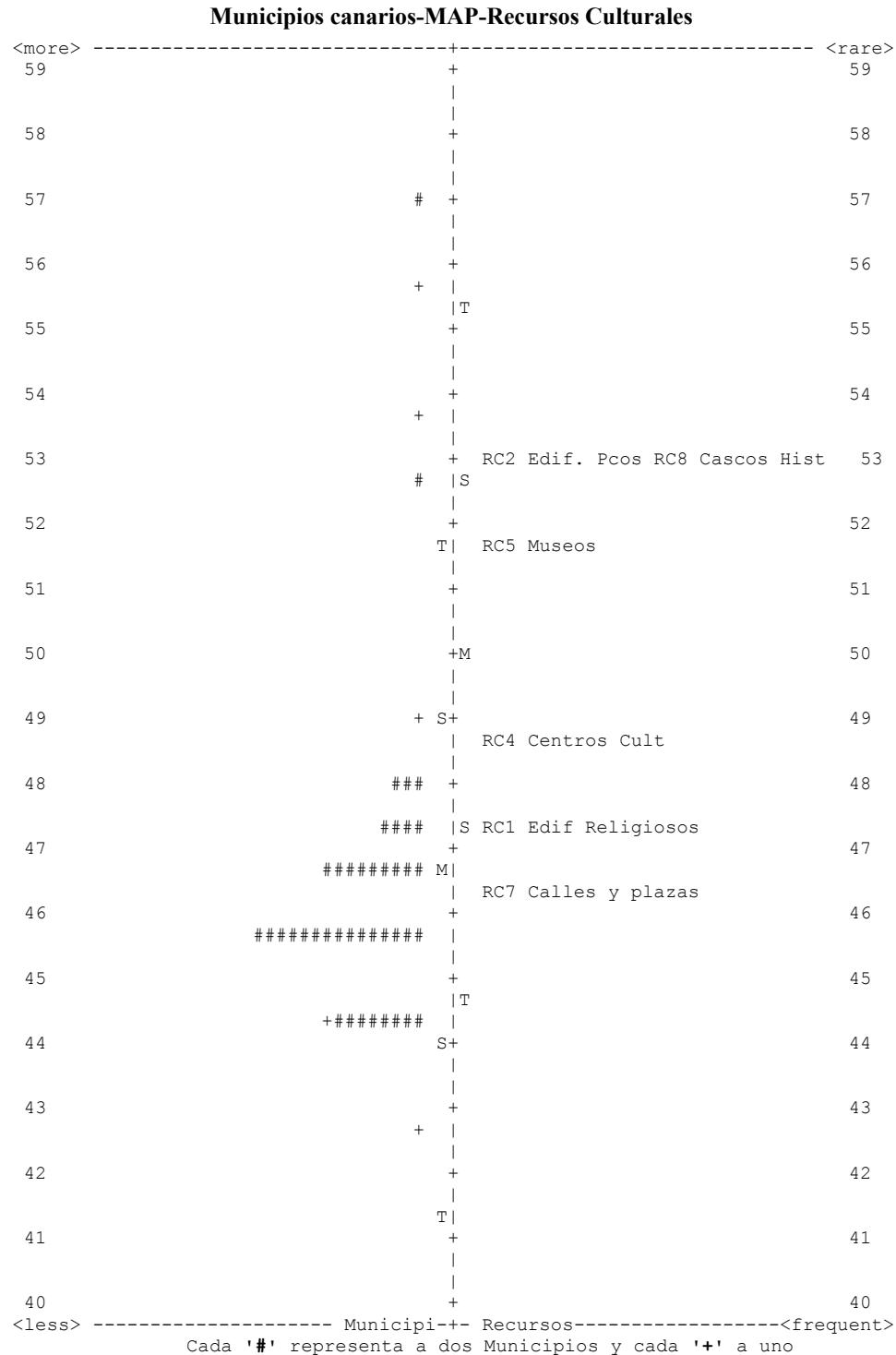
Municipios canarios: REAL SEPARACIÓN: 1.55 RELIABILITY (FIABILIDAD): .71  
Recursos culturales: REAL SEPARACIÓN: 5.91 RELIABILITY (FIABILIDAD): .97

#### Estadísticos de ajustes de los Recursos culturales (ORDENACIÓN POR SU MEDIDA)

NUMBER	ENTRY	RAW SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL		INFIT		OUTFIT		PTMEA	
					S.E.	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	Recursos culturales	
2	115	87	51.9		.3	1.02	.2	.81	-.8	.76	RC2	Edif. Publicos
8	119	87	51.7		.2	1.12	.8	1.02	.2	.68	RC8	Cascos Historicos
5	138	87	50.8		.2	.91	-.6	.87	-1.0	.78	RC5	Museos
6	146	87	50.4		.2	2.27	7.2	2.02	6.1	.18	RC6	Parque Naturales
3	155	87	50.0		.2	1.62	3.8	1.57	3.6	.75	RC3	Casas Historicas
4	181	87	49.0		.2	.47	-4.1	.47	-4.1	.59	RC4	Centros Culturales
1	199	87	48.4		.2	.40	-4.7	.38	-4.8	.78	RC1	Edif. Religiosos
7	215	87	47.8		.2	.60	-2.9	.60	-2.7	.70	RC7	Calles y Plazas
MEAN	158.5	87.0	50.0		.2	1.05	.0	.97	-.4			
S.D.	34.2	.0	1.4		.0	.59	3.8	.53	3.5			

## Anexo 2. Diseño definitivo del instrumento de medida: figuras y cuadros

**Figura 2.** Representación conjunta de 87 municipios canarios y 6 recursos culturales (final)



**Cuadro 3.** Fiabilidad de la separación de los municipios y los recursos culturales (final)

	RAW	COUNT	MEASURE	MODEL	INFIT	OUTFIT		
	SCORE			ERROR	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
<hr/>								
MEAN	11.1	6.0	46.55	1.04	.93	-.1	.92	-.1
S.D.	2.7	.0	2.61	.15	.85	1.1	1.01	1.0
MAX.	22.0	6.0	57.15	1.29	4.67	4.8	4.69	4.6
MIN.	8.0	6.0	42.60	.87	.15	-1.2	.10	-.9
<hr/>								
REAL RMSE	1.17	ADJ.SD	2.33	SEPARATION	1.99	Municici	RELIABILITY	.80
MODEL RMSE	1.05	ADJ.SD	2.39	SEPARATION	2.27	Municici	RELIABILITY	.84
S.E. OF Municipios c MEAN =	.28							
<hr/>								
Municipios c RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = 1.00								
CRONBACH ALPHA (KR-20) Municipios c RAW SCORE RELIABILITY = .84								
<hr/>								
SUMMARY OF 6 MEASURED Recursos culs								
	RAW	COUNT	MEASURE	MODEL	INFIT	OUTFIT		
	SCORE			ERROR	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
<hr/>								
MEAN	161.2	87.0	50.00	.27	.99	.0	.92	-.2
S.D.	39.1	.0	2.70	.02	.22	1.4	.21	.9
MAX.	215.0	87.0	53.16	.29	1.25	1.5	1.14	.6
MIN.	115.0	87.0	46.25	.24	.59	-2.6	.50	-2.1
<hr/>								
REAL RMSE	.28	ADJ.SD	2.68	SEPARATION	9.62	Recurs	RELIABILITY	.99
MODEL RMSE	.27	ADJ.SD	2.69	SEPARATION	10.02	Recurs	RELIABILITY	.99
S.E. OF Recursos cul MEAN =	1.21							
<hr/>								
UMEAN=50.000 USCALE=1.000								
Recursos cul RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = -1.00								

**Cuadro 4.** Jerarquización y ajustes de los recursos culturales (final)

Estadísticos de ajustes de los Recursos culturales (ORDENACIÓN POR SU MEDIDA)									
ENTRY	RAW	MODEL	INFIT	OUTFIT	PTMEA				
NUMBER	SCORE	COUNT	MEASURE	S.E.	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.
<hr/>									
2	115	87	53.2	.3	1.25	1.5	.97	.0	.77
6	119	87	52.9	.3	1.17	1.2	1.02	.2	.77
4	138	87	51.7	.2	1.05	.5	1.03	.2	.81
3	181	87	48.8	.3	.87	-.6	1.14	.6	.63
1	199	87	47.3	.3	.59	-2.6	.50	-2.1	.83
5	215	87	46.2	.2	.98	-.1	.88	-.2	.72
<hr/>									
MEAN	161.2	87.0	50.0	.3	.99	.0	.92	-.2	
S.D.	39.1	.0	2.7	.0	.22	1.4	.21	.9	
<hr/>									

Recibido: 05 de mayo de 2005  
 Aceptado: 30 de mayo de 2005