

Una aproximación al Patrimonio Cultural en relación con la competitividad de los destinos turísticos. Especial atención al contexto español*

María Villalba Salvador**

Universidad Autónoma de Madrid

Resumen

Este artículo plantea un acercamiento a la relación existente entre el patrimonio cultural y el turismo, dada la importancia que han adquirido los bienes culturales como elemento diferencial competitivo. La búsqueda de modelos de medición de la competitividad de los destinos turísticos ha ido en paralelo a la evolución del individuo en estas primeras décadas del siglo XXI y se hacen necesarios los estudios e investigaciones basadas en la observación del visitante, de los entornos y de los propios objetos que forman nuestra riqueza cultural. Aparte de los modelos de medición con indicadores objetivos, nos encontramos con una serie de intangibles como la identidad, la autenticidad e, incluso, el desarrollo humano, entre otros, que describen a un tipo de turista que busca vivencias emocionales al tiempo que es proclive a la recepción de contenidos en mayor o menor grado. Las Nuevas Tecnologías de la Información, los Observatorios Turísticos o los Planes Nacionales sobre los distintos patrimonios de nuestro país son herramientas e instrumentos que aumentan la posibilidad de la medición de la competitividad de los destinos turísticos patrimoniales.

Palabras clave: Patrimonio Cultural, Destinos turísticos, Competitividad, España, Turismo cultural.

Códigos JEL: Z32.

* El presente artículo tiene su base en el capítulo dedicado al Patrimonio cultural y competitividad de los destinos turísticos, perteneciente al Proyecto de Investigación competitivo titulado “Análisis de la competitividad de España como destino turístico. Propuesta de un modelo de medición de intangibles turísticos”, que ha sido financiado por la Universidad Autónoma de Madrid (Ref. CEMU 2013-15) y que fue desarrollando por un Equipo de Investigación del que forma parte la autora del mismo.

** Autor de correspondencia. Email: maria.villalba@uam.es

Introducción

Hoy en día asistimos a un nuevo modelo de sociedad debido a una serie de factores como la globalización, la movilidad social o las nuevas tecnologías de la información que se dejan sentir prácticamente en todos los campos de actuación del ser humano y que afectan, indudablemente, al ámbito del acceso a la cultura y, en concreto, a los bienes culturales. El turismo nos acerca a ellos y se generan nuevas dinámicas de conocimiento basadas en la aproximación y el diálogo entre culturas, en la restitución de la historia, de las tradiciones y las creencias, entre otras muchas cosas. Asimismo potencia el interés por el conocimiento y la aprehensión de ese tipo de bienes, por su comprensión y accesibilidad para facilitar la emoción y el disfrute de los mismos. En España el detonante de los cambios en favor de la cultura en las ofertas turísticas es fruto de los abusos producidos durante años a causa del turismo de sol y playa. Esto ha producido que se introdujeran en los paquetes turísticos los atractivos del patrimonio cultural, es decir, “el conjunto de bienes muebles, inmuebles e inmateriales que hemos heredado del pasado y que hemos decidido que merece la pena proteger como parte de nuestras señas de identidad social e histórica” (Querol, 2010). Y que se extendiese como actividad el turismo cultural, definido por el ICOMOS en la *Carta de Turismo Cultural* (1976) como “aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre estos en tanto en cuanto contribuye –para satisfacer sus propios fines– a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada”. De todos modos, por precisar algo más, y siguiendo a Querol, este trabajo atiende al llamado turismo cultural patrimonial cuyo objeto son los bienes heredados de nuestros antepasados y que constituyen testimonio de civilización. El patrimonio cultural se presenta como una fuente de ingresos que se debe tener en cuenta y, posiblemente, la manifestación más clara de su contribución al desarrollo económico se encuentre en el turismo cultural.

Antecedentes relativos a competitividad y la sostenibilidad

Todo esto se afianzaba en las últimas décadas del siglo XX cuando las más importantes instituciones culturales centraron el interés en la relación entre la economía y la cultura. Así lo corroboraron la celebración de la *Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales* (Estocolmo 1998) y la *Conferencia sobre Financiación, Recursos y Economía de la Cultura en el Desarrollo Sostenible* (1999), y la relevante y determinante publicación *Economía y Cultura* (Thorsby, 2001), debido al interés creciente sobre este tema a nivel mundial. Thorsby advertía en su estudio sobre las investigaciones que se venían realizando en los años noventa en estas materias y en una nueva línea de investigación sobre el patrimonio cultural como

recurso económico o como producto de consumo. Por otra parte, instituciones como el Banco Mundial, el Banco Iberoamericano de Desarrollo y el Fondo Monetario Internacional avalaban la idea de la cultura como valor en alza (Bayardo, 2004). La UNESCO lo hacía con su informe del año 2000 *Culture counts* (República Italiana-UNESCO, 2000), en el que se hablaba ya de indicadores culturales y se citaba algún ejemplo, constatando que son realidades medibles.

Actualmente se puede constatar que el turismo ha adquirido en los últimos años un potencial económico de primer orden y que uno de los objetivos prioritarios de la política actual es la mejora de la competitividad de los destinos, debido a su importancia y a la globalidad de los mercados turísticos (Mariño, 2013; Ibáñez Pérez, 2011), que obliga a los responsables de dicha política a elaborar estrategias competitivas para ir por delante del mercado (Treserras, 2004; García Sánchez y Siles López, 2015).

En España, la consideración del patrimonio como recurso económico deviene de la Ley 16/1985, del Patrimonio Histórico Español, tema en el que incide el estudio de Campillo (1998), que considera que la bondad económica de un país depende de su capacidad de competencia internacional. Y esto, si hablamos de nuestro país, y en materia de patrimonio, puede ser objeto de desigualdad debido a la diversificación del producto y de las ofertas. Los bienes culturales son señas de identidad para los pueblos por derecho propio que impulsan la economía y generan empleo y beneficios. Y al tratarse de bienes públicos, lógicamente es el Estado quien se ocupa de ellos y los potencia como recursos económicos, capaces de generar una oferta cultural amplia que produce competencia entre el conjunto de los bienes patrimoniales en contextos ricos culturalmente hablando (Herrero Prieto, 1997, 1998, 2000).

El Plan Marco de Competitividad del Turismo (1992) define la competitividad como la “capacidad de obtener beneficios y de mantenerlos en circunstancias cambiantes”¹. Si esto se aplica a los destinos turísticos, requiere el planteamiento de la sustentabilidad referido a los recursos propios de la oferta turística, entre los que se encuentra el patrimonio cultural, además del natural y el social, a tres niveles de competitividad: macroeconómico, sectorial, empresarial (Díaz Pérez, 2006). Para la medición existen distintos modelos (Medeiros Barbosa, 2008), como el de Porter (1990), Crouch y Richtie (1999), Kozak y Rimmintong (1999), Enrich y Newton (2004), Gooroochurn y Sugiyarto (2004), y el estudio del Foro Económico Mundial: “Informe sobre competitividad en Viajes y Turismo” (2007). Ahora bien, desde el punto de vista del patrimonio cultural, los estudios de Crouch y Richtie diseñan modelos de competitividad más acordes con las características del turismo (Díaz Pérez, 2006:142). El método de Crouch y Richtie presenta variables de dos tipos: a) la información interna del destino, y b) la investigación del mercado acerca de

(1) SECRETARÍA GENERAL DE TURISMO, 1992, *Plan Marco de Competitividad del Turismo Español: 1992-1996*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (Citado en DÍAZ PÉREZ, F.M.^a (Coord.), 2006, *Política turística: La competitividad y sostenibilidad de los destinos*. Tirant lo Blanch, p. 124).

las preferencias de los consumidores. A este modelo aplica, por ejemplo, la función atractivo o relación entre las variables que lo atraen y las que lo disuaden. Y menciona como atractivos las tradiciones, gastronomía, lengua, arquitectura, religión, educación, actividades de ocio, trabajo, historia, arte, escultura y música. Esto es, elementos que conforman el patrimonio cultural, pues la cultura como reclamo turístico puede ser un elemento muy poderoso cuando se trata de cuidar el pasado cultural, histórico, religioso e industrial de una zona. Compartir estos recursos entre los que gestionan su conservación y los que dirigen el desarrollo turístico ayuda a crear vínculos que revierten en beneficios (Harrison, 1997; Frew y Shaw, 1995; Simons, 1996).

En la valoración de un destino turístico es importante tener en cuenta qué opina el turista sobre la sostenibilidad del mismo, tanto en el aspecto medioambiental como en lo relativo a la protección del patrimonio cultural. Díaz Pérez habla de la necesidad de utilizar indicadores que orienten sobre la satisfacción del turista, pues conocer las expectativas sobre lo que es un destino sustentable es una forma de diseñar la oferta y orientarla de modo acorde con los requerimientos del mercado. En este sentido, tanto la OMT como numerosos autores entienden el patrimonio como el principal factor de diferenciación de un destino turístico, lo que avalan las siguientes consideraciones: es un valor seguro al tiempo que económico, apenas explotado, soportado fundamentalmente por el sector público, y del que son posibles beneficiarios tanto los turistas como los habitantes de las ciudades históricas, el sector privado y las administraciones. Incluso el tipo de visitante merece mención aparte y responde a distintas tipologías, según su implicación y motivación respecto a los valores de la cultura (Ashworth y Turnbridge, 1990; MacKercher y Du Cros, 2002; Caro, Luque y Zayas, 2015). Generalmente se trata de viajeros de nivel económico y cultural medio o alto. Esto, unido a la apuesta en cuanto a inversiones, inicialmente del sector público, ante la necesidad de rehabilitación de los conjuntos históricos o de los monumentos, a la que se han ido sumando entidades privadas que lo consideran un deber y un orgullo, hacen de estos destinos un atractivo diferenciado (Díaz Pérez, 2006: 268-272).

La UNESCO ha trabajado con el objetivo de alentar a los gobiernos en la investigación sobre la cultura y su capacidad en favor de un desarrollo sostenible. Así en el año 2011 publicó una *Batería de Indicadores UNESCO en Cultura para el Desarrollo* (Alonso, Caucino-Medici y Novacka, 2011), en el que se daba forma a veinte indicadores de siete dimensiones diferentes que permitían dilucidar sobre las relaciones entre cultura y desarrollo a nivel nacional². Los conceptos que subyacen tienen mucho que ver con el tema del patrimonio y el turismo, como generadores de

(2) Los Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo (IUCD) es un proyecto de investigación aplicada cuyo objetivo es identificar una serie de indicadores que expliquen cómo la cultura contribuye al desarrollo a nivel nacional. Se trata de un proyecto llevado a cabo entre 2009 y 2013, <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/programmes/culture-for-development-indicators/> (última consulta 28/01/2016)

recursos, y con la sostenibilidad; si bien centraba su objetivo en la creación de un debate sobre el valor de la cultura en los procesos de desarrollo.

También conviene dejar constancia del *Programa WH+ST Action Plan 2013-2015 UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*, de carácter teórico, cuyo objetivo es un nuevo acercamiento al turismo y a las propiedades del Patrimonio Mundial. Una vez finalizada la primera fase en 2015, se prevé otra etapa que se extenderá de 2016 a 2018³. Este programa ha dado como resultado el *Sustainable Tourism. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*, cuyo propósito es desarrollar un convenio a nivel de Patrimonio Mundial para aplicar un enfoque nuevo respecto al turismo y los bienes culturales, desde una planificación estratégica que plantea la colaboración con las administraciones en orden a salvaguardar el patrimonio, lograr la sostenibilidad del turismo y el desarrollo económico. Pretende que confluyan distintos actores procedentes también del sector privado y el voluntariado, y plantea la necesidad de informes periódicos sobre estado de conservación de los bienes, análisis estratégicos, identificación de oportunidades en relación con productos turísticos de calidad y servicios siempre buscando la comprensión y la apreciación del valor universal excepcional que distinguen a los bienes del Patrimonio Mundial⁴.

Sostenibilidad y destinos turísticos. Lo cultural como diferencial competitivo

Actualmente existe un consenso o una aceptación tácita en cuanto a que una buena planificación, desarrollo y gestión del sector turístico genera beneficios y riqueza, de manera que revierte en la calidad y nivel de vida de los ciudadanos, pero su potencial es limitado. Ello requiere considerar unos indicadores de turismo sostenible (Sancho Pérez, 2001), que contribuyan a buscar un equilibrio entre la demanda de los visitantes y la capacidad de absorción del lugar o del recurso. Doxey habla de la medición de la sostenibilidad económica, de una sustentabilidad medioambiental, y de una tercera, que denomina sociocultural. En esta establece tres campos de observación: calidad de vida, patrimonio cultural, y sociedad y población (Doxey, 1976). Respecto al patrimonio cultural, son necesarias una serie de estrategias de utilización responsable del mismo, que tengan en cuenta las limitaciones respecto a la capacidad de acogida y el continuo cambio a que están sometidos lugares y recursos patrimoniales (García Hernández, 2003; García y Calle, 2005). Constituye un reto que se debe asumir poniendo límites, mediante los planes de gestión de los sitios, como por ejemplo el Plan Director de la Alhambra y el Generalife (Troitiño Vinuesa, 2000a; Villafranca Jiménez, 2007;

(3) UNESCO, *WH+ST Action Plan 2013-2015 UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*, <http://whc.unesco.org/en/tourism/> (última consulta 2/03/ 2016).

(4) Vid. UNESCO, *Sustainable Tourism. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*, en <http://whc.unesco.org/en/tourism/>, (última consulta 12/03/2016).

Villafranca, Chamorro y Lamolda, 2013). Troitiño propone una serie de puntos que se deben contemplar en lo que llama lugares de memoria y vida, que unen patrimonio y turismo. Para ello concreta cuáles deben ser los vínculos: “a) Definir un Plan Estratégico de Destino..., b) Abordar políticas activas de recuperación del patrimonio cultural; c) Preparar bien los destinos patrimoniales para los ciudadanos más allá de las específicas necesidades del turismo; d) Dotarse de adecuadas infraestructuras y equipamientos; e) Propiciar la conexión entre los diversos recursos patrimoniales; f) Tender puentes de comunicación entre las políticas urbanísticas, las territoriales, las turísticas y las de patrimonio cultural” (Troitiño, 2007).

Todo ello pasaría por una política de estrategias integradas que, en el caso de los destinos patrimoniales, se basasen en las recomendaciones de los principales organismos internacionales sobre turismo y desarrollo sostenible, por una planificación urbana y una ordenación del territorio que entienda el turismo como una actividad central e integrada, con planteamientos e intervenciones acordes con el destino. Son las instituciones locales las que deben liderar estos procesos, junto con empresarios y agentes privados, para que sean asumidas por los agentes sociales (Troitiño Vinuesa, 2005; Ballester, 2008). Y todo ello en orden a lograr una mayor competitividad en los destinos y en las ciudades donde la cultura y el patrimonio cultural se convierten en elementos diferenciales generadores de dinámicas de ocio necesarias para el desarrollo del turismo (Treserras, 2004).

Un punto de partida respecto al tema de la sostenibilidad en relación con la competitividad de los destinos es la publicación por la OMT de la *Guía práctica sobre Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos* (OMT, 2005), puesto que la gestión del turismo revierte en materia de medioambiente, en ambientes culturales y socioeconómicos. De ella devienen las investigaciones sobre la creación de indicadores de sostenibilidad, al entender que se trata de un asunto sensible, puesto que la conservación adecuada de un sitio turístico contribuye a su competitividad.

El contexto en el que se trabajaba era el de la consideración del turismo como una fuente de recursos fundamental para la economía mundial y para ayudar a los encargados de la administración del turismo en la mejor gestión a favor de la sostenibilidad del turismo, teniendo en cuenta también que en los últimos años asistimos a una diversificación de los destinos turísticos. Esta publicación contaba como precedentes con la Conferencia de Naciones Unidas sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Río de Janeiro, 1992), que acordó la creación de la *Agenda 21*, que se ocuparía fundamentalmente del tema de la sostenibilidad. La OMT, con carácter previo a esto, en 2004 había redefinido el turismo sostenible: “las directrices de desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos (...). Los principios de la sostenibilidad se refieren a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo del turismo, debiéndose establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo” (OMT, 2005a: 9). La segunda de ellas se refiere al tema que nos ocupa: “Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural arquitectónico y vivo y

sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia interculturales” (OMT, 2005a: 9).

El objetivo de esta guía era paliar los problemas que pudieran surgir en cualquier destino mediante la propuesta de creación de una serie de indicadores, que en lo relativo al patrimonio cultural se centra en los aspectos de conservación de *sitios culturales, monumentos, daños, mantenimiento, designación y conservación*. Un monumento histórico artístico no es algo aislado, sino que forma parte de un entorno urbano o paisajístico, constituyendo un ejemplo de huella de un pasado cultural. El turismo, entendido como factor de cambio es el “principal generador de ingresos y creador de imagen que con frecuencia depende de los bienes culturales de las zonas urbanas para atraer visitantes” (OMT, 2005a: 87). En el ámbito del turismo la declaración de un bien como sitio de interés, o sujeto a protección, lo enriquece. Y su designación como bien Patrimonio de la Humanidad supone un atractivo añadido muy a tener en cuenta desde los sectores económicos y de *marketing* o promoción turística. Para ello proponen una serie de indicadores en relación con cuestión de la conservación, que resumimos:

- *“Indicador de la base jurídica de protección:*
 - *Número y tipo de nuevas leyes o enmiendas introducidas para conservar estructuras a escala municipal, provincial, estatal, cantonal o nacional.*
- *Indicadores de designación:*
 - *Número y tipo de designación con que se reconocen las estructuras, monumentos y conjuntos históricos;*
 - *Porcentaje de sitios o estructuras que reúnen las condiciones para percibir la designación y son efectivamente designados.*
- *Indicadores de nivel de apoyo financiero destinado a la protección:*
 - *Cuantía de fondos asignados...;*
 - *Aportaciones voluntarias...;*
 - *Contribución del turismo a la conservación...*
- *Indicador del perfil de la cuestión de la conservación del patrimonio:*
 - *Número de artículos electrónicos e impresos....sobre estructuras, monumentos y conjuntos históricos;*
- *Indicadores del estado del sitio:*
 - *Porcentaje de cambio en el desarrollo del área adyacente al bien cultural y realización o no de labores de mantenimiento o rehabilitación;*
 - *Estado del edificio o el sitio....*
- *Indicador de nivel de amenaza sobre los recursos culturales de un sitio:*
 - *Aumento/disminución de las amenazas que ponen en peligro la finalidad y el uso primigenios de un sitio”(OMT, 2005a: 87-92).*

Cada uno de ellos va acompañado de las razones para su utilización, las fuentes posibles de datos, forma de utilización y análisis comparativo con la idea de que, ciertamente, la conservación adecuada del patrimonio contribuye a la comprensión del segmento cultural como diferencial competitivo.

Iberoamérica generó también actuaciones en relación con las pautas de la OMT, como fue la organización de un taller regional para los países andinos, con la idea de que la mejor toma de decisiones es la que cuenta con mejor información (OMT, 2005b, 25-40). En otros casos se evaluaron los efectos económicos, socioculturales y medioambientales que podía ocasionar el turismo, lo que redundó en la valoración de la sostenibilidad dependiendo del tipo de destinos clasificados en tres tipologías: desarrollados, en desarrollo, o poblaciones indígenas, negras y raciales. Esto llevó a la propuesta de una serie de indicadores socioculturales de sostenibilidad, en los que en la dimensión sociocultural trabajaba con los criterios de conservación arquitectónica, artesanías, fiestas y tradiciones, con unos indicadores de aplicación (Sancho, García y Rozo, 2007:150-177).

Del mismo modo los países iberoamericanos exploran el terreno de la competitividad de los destinos turísticos en su relación con el patrimonio cultural. Los trabajos de Medeiros Barbosa (2008) y Lima de Morais (2014) sobre Brasil, así lo acreditan. El primero de ellos desgrana el tema de la competitividad para llegar a comprender a fondo el concepto y explicar el proceso seguido para realizar una medición rigurosa. Todo ello bajo el convencimiento de que esto es relevante para la administración pública, pues sólo se puede administrar eficazmente aquello que se puede medir. Define cinco macro dimensiones: infraestructuras, turismo, políticas públicas, economía y sostenibilidad, subdivididas a su vez en trece dimensiones para lograr y hacer efectiva la competitividad. La decimotercera dimensión es “aspectos culturales” y se incluye en la dimensión de sostenibilidad. En este apartado se tienen en cuenta tres variables: a) la producción cultural asociada al turismo, b) el patrimonio histórico y cultural, y c) los aspectos gubernamentales. Considera que medir los aspectos culturales de una región es muy complicado, pues compilar un inventario y cuantificar los mecanismos culturales no necesariamente refleja la situación cultural del destino. Fue aplicado inicialmente a seis destinos, para ampliar después del período exploratorio a otros cincuenta y nueve. Explica pormenorizadamente el procedimiento de la medición de la competitividad de los destinos turísticos en Brasil, con fórmulas de cálculo para la medición de cada una de las dimensiones y subdimensiones (Medeiros Barbosa, 2008:16-21).

Por otra parte, el estudio de Lima de Morais (2014) relativo a la ventaja competitiva a través del turismo cultural, realizado también en Brasil sobre una localidad: Ceará-Mirim, en Natal, del Estado de Río Grande do Norte, se basa en el concepto del patrimonio cultural como potencial turístico y económico, y analiza desde el punto de vista teórico el tema de los impactos negativos debidos a un defectuoso tratamiento de la cultura, pero también los impactos positivos en la búsqueda de soluciones (Lima de Morais, 2014: 138-153).

Otro punto de vista es el que se plantea desde Colombia, que respecto a la competitividad de los destinos turísticos y la creación de indicadores observa que no existen países competitivos, sino regiones con determinados productos turísticos competitivos. Y, sobre todo, considera que es necesario arbitrar sistemas de evaluación y gestión en favor de la efectividad en la utilización de los recursos. Para ello se

creó un sistema de indicadores en el marco del Plan Sectorial del Turismo 2003-2006 “Turismo para un nuevo país”, con criterios de sostenibilidad. El programa planteaba en primer lugar unas plataformas o temas evaluables, unas variables y unos indicadores e índices. Acerca de las primeras, se especificaban las siguientes: plataformas de sustentabilidad turística, de gestión turística (productividad, calidad); de soporte turístico (atractivos, infraestructuras, tecnología...); de sustentabilidad sociocultural, y de sustentabilidad ambiental. Estos temas se dividen en una serie de variables que facilitan el camino para la definición de mecanismos de evaluación de la competitividad. A partir de ahí los indicadores definen qué es lo que se va a medir y los índices establecen la fórmula de medición. En la tercera plataforma: de soporte turístico, en el caso de la variable “atractivos” (se entiende el grupo constituido por los bienes tangibles e intangibles de una comunidad), le corresponden dos indicadores: *Recursos culturales valorados*, y *Festividades y eventos valorados*, con sus correspondientes índices o fórmulas. Y en la cuarta, o de sustentabilidad cultural, aparecen dos variables: “conservación” y “uso patrimonio”, a los que corresponden, respectivamente, los indicadores de *Conservación patrimonio cultural* y *Puesta en valor patrimonio intangible*, del mismo modo con los planteamientos de índices correspondientes (VVAA, 2008:15-29). También aporta este estudio la metodología de recogida de información, evaluación, etc., así como una sistemática para la realización de Inventarios Turísticos establecida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Buchelli, Arbey Castillo y Villarreal, 2009).

Algunos intangibles en materia de turismo y patrimonio: identidad y autenticidad

Con todo, desde la primera década del siglo XXI se puede observar que ha habido un cambio de sensibilidades e intereses en cuanto a los destinos turísticos en favor de reforzar la identidad del territorio turístico, basada en el patrimonio cultural y natural frente a los productos seriados. Se producía un cambio de ciclo histórico en el turismo europeo en el que la competitividad descansa cada vez más en la diferencia de los destinos y de los productos, en el que juega un papel importante la decisión del turista que se implica según sus preferencias y emociones. Y esto supone un intangible que no debemos olvidar (Requejo, 2007). Tal como señala Rico Cánovas (2014) el concepto de autenticidad, en el ámbito del patrimonio cultural y el turismo, es clave para la comprensión de la atracción del visitante por los distintos vestigios de la cultura (Kolar y Zabkar, 2007), puesto que representan valores universales y son una de las principales motivaciones para viajar (Belhassen y Caton, 2006; Martin, 2010). Igualmente detecta que la autenticidad se manifiesta en el grado de profundidad con que el turista se relaciona con el elemento cultural y distingue dos tipos de autenticidad. Por una parte, la vivencia propia de experiencias legítimas, basada en la certeza de la originalidad de los lugares y objetos patrimoniales y, por otra, la autenticidad existencial, ligada a las motivaciones, que explica la relación entre el

turismo y el patrimonio cultural. El individuo se relaciona con su pasado, tiene una vivencia personal. Esta tipología es la que pretende generar experimentación de evidencias en turismo, sobre todo en la relación del individuo con el turismo cultural. El motivo es que el turista necesita reafirmar su identidad y pertenencia a un grupo en un mundo globalizado como el nuestro (Rico Cánovas, 2014). Se convierte así en uno de los elementos susceptibles de generar una ventaja competitiva al incidir en el bienestar y la satisfacción del turista o visitante.

Por este motivo se detectaba la necesidad de introducir en el panorama turístico la oferta de productos irrepetibles para la experiencia personal, que favoreciesen la configuración de espacios turísticos ordenados y diferenciados. Es evidente que en España lo diferencial está en el paisaje, el patrimonio cultural y los recursos naturales. Se hacía especialmente necesario diferenciar en las zonas costeras, por más pobladas y solicitadas a causa de la política de sol y playa. Era necesario cambiar y se hizo, buscando dar mayor importancia a la identidad del territorio, la transformación del espacio turístico y los recursos patrimoniales propios. Requejo (2007) habla de atender a zonas y espacios más descuidados hasta el momento, buscando poder ofrecer la singularidad del lugar, al tiempo que la sostenibilidad. Entiende que esto supondría vincular la ordenación del territorio con los objetivos propios de un destino competitivo basado en los principios de identidad inherentes tanto a la naturaleza y el paisaje, como al patrimonio cultural.

Por otro lado, en el año 2011, en las *IV Jornadas de Investigación en Turismo* se presentó un estudio sobre *Paisajes urbanos y autenticidad percibida*, que reivindicaba la importancia de la búsqueda de fórmulas que contribuyan a generar ventajas competitivas. Así, en los destinos patrimoniales, donde es tan necesario luchar por la sostenibilidad, tanto desde el ámbito académico como desde el sector de la gestión pública, de tal manera que se ponga en valor el patrimonio histórico artístico de la ciudad teniendo en cuenta las tendencias actuales respecto a la activación de los centros urbanos como lugares de interés para el turismo, el ocio y el comercio. El concepto de autenticidad percibida por el visitante es susceptible de convertirse en un indicador del impacto que produzca en el turista la conservación y el mantenimiento del paisaje urbano y en las actividades realizadas una vez en el destino (Medina Molina, Rey Moreno y López Fernández, 2011). La evaluación de la autenticidad requiere tener en cuenta varios factores: el número de turistas; nivel de independencia, la conformidad con los estereotipos del país y la cultura, tal como explicitan los anteriores autores⁵.

Otro de los intangibles con los que se trabaja en la actualidad es el tema del desarrollo humano desde la óptica de las oportunidades que ofrece el turismo en cuanto al bienestar de las personas (Huaita Alfaro, 2014), pero en este caso, en el ámbito de la potenciación de las capacidades personales añadiendo así el matiz de la inclusión social a la sostenibilidad del turismo. Va más allá de lo puramente económico, que es inherente a este campo de las actividades turísticas, ya que contiene un enorme

(5) Vid. *Ibidem*, p. 411.

potencial para desarrollar diferentes dimensiones. En el terreno de la cultura, contribuir a la solidaridad, el respeto a las creencias y tradiciones, al cuidado y protección de estas y del patrimonio cultural compartido entre los habitantes de un lugar y los visitantes. Con estas premisas se trabaja actualmente en Perú para mejorar esas capacidades de las personas, incidiendo en las oportunidades que nos ofrece la cultura para su desarrollo (Huaita Alfaro, 2014:63-75).

La medición de la cultura en España

Este tema adquiere relevancia en los foros y la investigación en la primera década del siglo XXI; si bien su origen data de los años ochenta del siglo XX, cuando la UNESCO crea el Marco de Estadísticas Culturales (UNESCO, 1986), aunque de nuevo nos tenemos que situar en el inicio de este siglo para ver cómo y cuándo se reivindica en España la importancia de la repercusión de la cultura en otros ámbitos de la economía, como el turismo (Carrasco 1999). De todos modos la medición de la cultura se considera una tarea inacabada (Carrasco 2005; Villalba Salvador, 2015:93-96). Las tablas estadísticas no dejan de ser instrumentos o herramientas, pero no conllevan debate o discusión, algo que sí es propio de los indicadores.

El Ministerio de Educación, Cultura y Deporte español (antes Ministerio de Cultura) publica desde el año 2005 los *Anuarios de Estadísticas Culturales*, elaborados por la Subdirección General de Estadística y Estudios de la Secretaría General de Estadística del MECD, a partir de las múltiples fuentes de conjuntos de datos interpretados disponibles. El anuario presenta cuadros sobre el turismo cultural, hábitos y prácticas culturales, patrimonio, museos y colecciones museográficas, entre otros. La pretensión es ofrecer datos indicativos de la relevancia del sector cultural en tanto que impulsor de la economía, por ejemplo del sector turístico, y supone una herramienta de utilidad para la creación de indicadores y la medición de la competitividad (MECD, *Anuarios...*).

El último anuario publicado es el correspondiente a 2015. Desde el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte se procura que esto no quede en lo que es una mera compilación de datos y de indicadores estadísticos de la cultura con el objetivo de incorporar tanto los resultados más significativos como indicadores que permitan valorar el fenómeno en un entorno global. El anuario se estructura en tres bloques: el primero incluye las estimaciones que afectan a diferentes sectores culturales, entre ellos turismo y hábitos culturales; el tercero se refiere los principales resultados de la Cuenta Satélite de la Cultura, con el fin de valorar su impacto global en el sector económico español y el segundo bloque es el que ofrece la información más específica referida a aquellos contenidos que son realmente de interés para este trabajo: patrimonio, museos, archivos, bibliotecas, libro, artes escénicas, música, cine y vídeo y asuntos taurinos (MECD, 2015).

Medición de la competitividad en España y patrimonio cultural

En relación con este epígrafe, merecen destacarse los trabajos de Sánchez Rivero (2004, 2006 y 2009), cuya propuesta se basa en un sistema de medición denominado *Teoría de Respuesta al Ítem* o “modelo logístico de dos parámetros” basado en la diferente discriminación de los indicadores, distinguiendo entre recursos heredados y recursos creados, cada uno con sus indicadores, con la pretensión de demostrar la capacidad de análisis de este sistema. Todo lleva a la conclusión verbalizada por Sancho Pérez y García Mesanat (2006a y 2006b), de que no existe una postura única aceptada sobre cuáles deben ser los indicadores que contribuyen a la sostenibilidad a través de la mejor gestión de los destinos turísticos. Otro debate se plantea a causa del estudio de los recursos patrimoniales y socioculturales: el de los indicadores objetivos y subjetivos, vinculados estos últimos a la percepción del turista y, por tanto, más difíciles de evaluar (Villalba Salvador, 2015: 99-101).

Merece destacar el interés que suscitan en esta cuestión los observatorios turísticos que tienen su origen en los sistemas de información turística y que introducen modificaciones en la investigación y la gestión turística. La OMT abordó la elaboración de un Sistema de Información Turística basado en estadísticas que aportan datos sobre el sector para satisfacer sus propias necesidades de información. No es que no hubiera métodos de trabajo en este sentido, pero se consideró que era necesaria la unificación, que vendría a ser el llamado SIT o Sistema de Información Turística. Este tendría unos objetivos a corto plazo, entre los que se encontraba el desarrollo de un Sistema de Indicadores de Competitividad de la oferta turística. Asimismo, se seguirían las indicaciones de Naciones Unidas (1993) en cuanto que los países desarrollasen cuentas satélites de carácter funcional centradas en un aspecto concreto de la realidad económica (por ejemplo, el turismo) y que complementasen las estimaciones de las Cuentas Nacionales estándar de los países. Por tanto una CST o *Cuenta Satélite de Turismo* “constituye un sistema de información económica relacionado con el turismo, en forma de cuenta de turismo, satélite del sistema principal de cuentas nacionales estrechamente relacionada con él en cuanto a clasificaciones, definiciones, principios de registros y métodos de compilación. La clave es poder separar adecuadamente del dato agregado contenido en la contabilidad nacional aquella parte que se refiere al sector turístico. Para ello es necesario contar con información adicional que proporcionarán las estadísticas turísticas” (Sancho Pérez, 2001:291-302).

Pero esa cuenta satélite a veces no cumple con las expectativas y necesidades de todo el arco de actuación del turismo. Por ello los Sistemas de Información Turística ofrecen un planteamiento más integral, del mismo modo que los Observatorios de información y seguimiento de la Información Turística; si bien los primeros se utilizan más en estudios de mercadotecnia y gestión de los destinos, y los segundos en recopilación de datos sobre los visitantes y posterior análisis y publicación de resultados para profundizar en el fenómeno turístico.

En España debemos subrayar por una parte, por su interés, el *Observatorio Turístico del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España*, dirigido

por el profesor Troitiño, cuyas reflexiones sobre las transformaciones en los modos de gestión en los últimos años podrían incidir favorablemente en la competitividad de estos destinos (Villalba Salvador, 2015: 01-104). Por otra parte, también hay que tener en cuenta que actualmente los sistemas de información turística, también conocidos como observatorios turísticos, son innovadores desde el punto de vista de la investigación y de la gestión turística. En el año 2005 la UNESCO publicaba el trabajo sobre *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial* (Pedersen, 2005) y nacía el *Observatorio Turístico de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España* con dos objetivos: obtener información precisa, continua y ordenada sobre la actividad del turismo en las ciudades integradas en el Club de producto CPH (Ciudades Patrimonio de la Humanidad) y dotar a los operadores y agentes públicos y privados de las distintas ciudades miembro del Grupo de un instrumento informativo y de seguimiento del mercado turístico a nivel general (y en perspectiva comparada) que pueda contribuir a la definición de estrategias a medio y largo plazo. Por tanto, se trata de un instrumento de gran utilidad para profundizar en el fenómeno turístico a diferentes escalas (local, provincial, regional o nacional).

Este trabajo queda enmarcado en las investigaciones que dieron como resultado en 2008 la publicación del *Observatorio Turístico del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España* (Troitiño Vinuesa et al., 2008), documento de referencia ineludible para la definición de indicadores. Con anterioridad a esta publicación existen una serie de trabajos basados en el interés por la vinculación entre el turismo y las ciudades históricas (Calle Vaquero, 2002 y 2004; García Hernández, 2003; García Hernández y Calle Vaquero, 2005; Laguna García, 2005; Lobo Montero, 2001; Troitiño Vinuesa, 2003 y 2000b; Troitiño Vinuesa y Troitiño Torralba, 2009); si bien merece especial atención el artículo publicado por García Hernández (2007) sobre planificación y gestión turística en relación con las ciudades incluidas por la UNESCO en la Lista de Patrimonio Mundial. El punto de partida es la transformación producida y con resultados perceptibles, desde el cambio de siglo, en cuanto a incremento del turismo, nuevas demandas y aumento numérico de los destinos. El incremento del turismo incide en la política local y propicia la creación de nuevas líneas de actuación, como son el turismo de reuniones o eventos, el turismo de compras, el turismo idiomático (Taboada de Zúñiga Romero, 2010), deportivo o cinematográfico (Rodríguez Campo, Fraiz Brea y Alen González, 2014), por ejemplo. El trabajo analiza el cambio en las estructuras de gestión turística de estas ciudades, atendiendo específicamente a las concejalías de turismo, los organismos autónomos de gestión turística (consorcios, fundaciones, empresas públicas de turismo, patronatos municipales...), estructuras organizativas como *Gestión Bureau*, cuya función es la integración de la oferta pública y privada en relación con el turismo de negocios, organismos públicos que potencian los trabajos en orden a la conservación y restauración del patrimonio, o también la creación de estructuras organizativas en las que participen distintas ciudades, como son las redes de ciudades: *Red de Ciudades Ave* y *Red de Juderías-Caminos de Sefarad*, entre otras (García Hernández, 2007:92). Todo ello ha supuesto un reto y un cambio de dirección desde la inercia

de etapas anteriores a una serie de actuaciones que redundan en la competitividad de estos destinos turísticos. En palabras de García Hernández “a nivel general la creación de un organismo encargado de forma específica de la gestión turística local supone la cristalización de la sofisticación de los procesos de desarrollo de cualquier destino y se convierte en uno de los instrumentos de gestión eficiente y por lo tanto de competitividad” (García Hernández, 2007:92).

Recientemente se ha publicado un estudio basado en la elaboración de una guía para estudiar los observatorios turísticos, la herramienta más utilizada en los destinos patrimoniales (Pérez Guilarte, 2015). Se trata de un SIAT o Sistema Integral de Análisis de Turismo que plantea dos caminos: 1) Recopilación y análisis de datos para mejorar la competitividad del destino, y 2) un sistema de investigación para desarrollar proyectos relacionados con la sostenibilidad. Se trata de que lo que se ofrezca trascienda las tradicionales visitas a monumentos, edificios y lugares históricos. Para ello es necesario obtener modos de análisis integral del desarrollo de la actividad turística en el destino. En cualquier caso, ambos sistemas se basan en el análisis del fenómeno del turismo. Los observatorios tienen especial importancia en relación con las ciudades patrimonio de la humanidad, especialmente en España, donde el Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España (GCPHE) tiene un observatorio conjunto que trabaja sobre las ciudades en su conjunto e individualmente, tal como se percibe en el Informe del año 2008 (Troitiño et al., 2008) y numerosas ciudades de esta categoría cuentan con observatorio. Iberoamérica, sin embargo, no posee un número considerable, a pesar de algunos casos notables. El hecho de no implementar este tipo de herramientas puede repercutir en desventajas competitivas.

Pérez Guilarte (2015) ha generado una propuesta basada en el SIAT para las ciudades patrimoniales con una metodología para el estudio de Santiago de Compostela, Córdoba y Salamanca, como ciudades consolidadas, y Ávila y Segovia, como ciudades emergentes. Tomando como objeto de la investigación y estudio los observatorios mencionados, analiza basándose en dos sistemas: uno de recopilación y análisis de datos, y otro de investigación destinado al desarrollo de proyectos que garanticen la protección del patrimonio material e inmaterial, vital para la sostenibilidad a largo plazo. Plantea el hecho de que los observatorios son las herramientas más utilizadas en este tipo de estudios destinados a las Ciudades Patrimonio de la Humanidad pues detectan, por ejemplo, qué se podría mejorar, de cara a reforzar la competitividad y la sostenibilidad, aumentando la indagación sobre la oferta, el impacto económico y la población local. Es imprescindible desarrollar más los flujos de visitantes y la capacidad de acogida de destino en su conjunto, pero también de los productos patrimoniales (Pérez Guilarte, 2015, 55-75).

De otra parte, debemos tener en cuenta también los trabajos que vienen realizándose desde la Administración del Estado, en concreto desde la Secretaría de Estado de Cultura, en relación con la profundización en el conocimiento del patrimonio cultural de nuestro país mediante los Planes Nacionales, que son instrumentos de gestión que parten del estudio de los bienes que lo integran con objeto de racionalizar y optimizar los recursos destinados a su conservación y difusión, asegurando

en todo momento la coordinación de las actuaciones de los organismos de la Administración estatal, autonómica y local (IPCE, MECD, *Planes Nacionales*). Cada una de estas actuaciones evidencia la puesta en marcha de nuevos sistemas de actuación y gestión, nuevos recursos, nuevos contenidos y planes operativos que, analizados pormenorizadamente, pueden convertirse en una fuente de definición de indicadores de un posible modelo de competitividad en materia de Patrimonio Cultural.

Importancia de las nuevas tecnologías en el panorama actual

No podemos olvidar en esta aproximación el cambio que han generado las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (NTIC) también en este terreno del conocimiento y la promoción del patrimonio cultural en el ámbito del turismo. Se han convertido en herramientas absolutamente necesarias o claves en relación con los destinos turísticos (Poon, 1993). La actualización y la puesta al día de los instrumentos necesarios para la promoción de los destinos pasan por la actualización constante del objeto de la oferta para los visitantes. El turista interesado en la cultura es un usuario 2.0 que recaba y genera información y opina en las redes sociales, lo que le convierte en un sujeto protagonista de esta área de conocimiento aun cuando, de suyo, no sea más que un cliente potencial. Pero siempre ávido de información en todas las fases del proceso desde el momento en que se sitúa como sujeto protagonista (Mallor, González Gallarza y Fayos, 2013). De hecho se convierte en un turista 2.0 (Caro, Luque y Zayas, 2015; Suau, 2012), un usuario preferente pues alcanza un 42% del conjunto de los turistas, cuyas herramientas de información son las redes sociales (13%), revistas *on line* (12%), blogs (18%), portales en internet (18%), sistemas de recomendación, etc., que utiliza en las fases habituales de preparación, realización y recreación posterior, sin olvidar que este tipo de turista interesado en los bienes culturales que hoy ya tiene a su alcance tecnologías como sistemas de geolocalización, aplicaciones de realidad virtual (VR), realidad aumentada (AR), o códigos QR, susceptibles de utilización en el mundo de los museos, lo que realmente busca es la experiencia del viaje y la contemplación *in situ* (Caro, Luque y Zayas, 2015: 934-942). Todo ello está contribuyendo a configurar lo que se ha denominado *Smart Tourist Destination* o “destinos turísticos innovadores, consolidados sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantizan el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilitan la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementan la calidad de su experiencia en el destino” (Segittur, 2013).

Conclusiones

Este trabajo se acerca a la problemática relativa a la competitividad de los destinos patrimoniales, aquellos en los que la cultura y, en concreto, los bienes culturales,

se convierten en un destino especial y atractivo para el turista del siglo XXI. Tras una revisión somera de los antecedentes se observa que las últimas décadas del siglo anterior pusieron la cultura en el mapa de la economía. Fueron instituciones como la UNESCO, el Banco Iberoamericano de Desarrollo, el Banco Mundial o el Fondo Monetario Internacional las que contribuyeron, sin duda, a ello. En España es a partir de la promulgación de la ley de Patrimonio Histórico Español 16/1985 cuando el patrimonio cultural se aprecia como potencial económico, sin olvidar su papel esencial como huella de nuestra historia y seña de identidad de los pueblos. En materia de turismo y en el mundo globalizado en que vivimos, uno de los objetivos fundamentales es la mejora de la competitividad de los destinos, por lo que los responsables de la política actual se ven obligados a ir por delante del mercado.

La publicación de la *Batería de Indicadores UNESCO en Cultura para el Desarrollo* (2011) fue el detonante en cuanto al inicio del debate de la cultura en los procesos de desarrollo, en el que desempeña un papel relevante el turismo y el patrimonio. Asimismo, el *Programa Sustainable Tourism UNESCO World Heritage*, que ha finalizado la fase inicial (2013-2015), se extiende actualmente en su segunda fase hasta 2018 para desarrollar un convenio a nivel de Patrimonio Mundial en el que participen muy diversos actores de la sociedad, incluido el voluntariado.

El problema en la actualidad ya no es la conjunción de la cultura y la economía, sino generar estrategias responsables que tengan en cuenta el cambio y evolución constante de los sitios patrimoniales mediante los planes de gestión, como el Plan Director de la Alhambra y el Generalife, y las estrategias integradoras del turismo, la planificación urbana y la ordenación del territorio.

A esto está indisolublemente unido el problema de la sostenibilidad, que tiene un punto de partida en el trabajo de la OMT: *Indicadores para el Desarrollo Sostenible para los destinos turísticos* (2005), pues ha sido el inicio, tanto en España como en Iberoamérica, de una serie de actuaciones como el *Taller Regional para los Países Andinos sobre Indicadores de Sostenibilidad*, o la toma de conciencia de países como Brasil y Colombia en cuanto a medición de la competitividad.

Por otra parte, han surgido en los últimos años algunos intangibles difícilmente mensurables que podemos interpretar como reto para los países y sus políticas de actuación, para la investigación y el estudio de los temas aquí tratados. Me refiero a la identidad como valor central —basada en el paisaje y el patrimonio cultural— o la autenticidad, que afectan a lo emocional en individuos que necesitan reafirmar su pertenencia a un grupo en un mundo globalizado como es el nuestro. La autenticidad se convierte así en un baremo o indicador que puede generar una ventaja competitiva que incide en el bienestar del visitante. Otro de estos intangibles es el desarrollo humano, susceptible de producirse gracias al turismo por ser este generador de un mundo de oportunidades. Se trata de algo que trasciende al ámbito de lo económico y reivindica potenciar las capacidades personales en pro de la inclusión social, teniendo como base los principios de la solidaridad, del respeto a las creencias y tradiciones y al patrimonio cultural, compartido entre la población receptora y el turista.

Respecto a España, el tema de la medición de la cultura es algo en proceso. Respecto al patrimonio cultural, los *Anuarios de Estadísticas Culturales* pueden considerarse un instrumento de ayuda para la creación de indicadores. Otro elemento de importancia son los *Observatorios Turísticos*, que tienen su origen en los Sistemas de Información Turística y para los que se ha elaborado una guía para su estudio: un SIAT o Sistema Integral de Análisis de Turismo, para las ciudades de Santiago de Compostela, Córdoba y Salamanca, como destinos consolidados, y Ávila y Segovia, como destinos emergentes. Esta herramienta estudia el fenómeno del turismo a nivel de recopilación y análisis de datos, y a nivel de investigación en orden a la sostenibilidad a largo plazo. A esto contribuyen, y lo harán en mayor manera, los Planes Nacionales sobre el Patrimonio Cultural (Paisaje Cultural, Arquitectura Tradicional, Patrimonio Industrial, Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, Protección del Patrimonio Arqueológico Subacuático, Patrimonio y Educación...), que suponen la puesta en marcha de nuevos sistemas de gestión y actuación, nuevos recursos y contenidos susceptibles de convertirse en fuentes de definición de indicadores de un posible modelo de competitividad del patrimonio.

Y por último, remarcar en estas conclusiones la importancia adquirida por las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y su papel en la promoción y gestión del turismo cultural y el patrimonio. El turista de hoy en día es un usuario 2.0, que utiliza las redes sociales, los portales en Internet, los *blogs*, las revistas *on line* e instrumentos tecnológicos como aplicaciones de realidad virtual (VR), realidad aumentada (AR) o códigos QR aplicables en museos e instituciones que le incitan a la experiencia más actual y auténtica del viaje y contribuyen a la consecución de un turismo inteligente, sostenible y responsable.

Bibliografía

- Alonso, G., Caucino-Medici, M., Novacka, K., 2011, *Batería de indicadores UNESCO en Cultura para el Desarrollo, Manual Preliminar de Metodología. Primera fase de prueba (febrero junio 2011)*. UNESCO, Sector Cultura, <http://redbgc.files.wordpress.com/2013/05/143987550-cultura-y-desarrollo-indicadores-1.pdf> (última consulta 28/01/2016).
- Asworth, G., Turnbridge, J., 1990, *The tourist –historic city*. Belhaven.
- Ballester, J.M., 2008, “Introducción”, *Turismo Cultural: Innovación y desarrollo. Resumen de las sesiones y conclusiones, 6º Foro Cultura y Naturaleza*. Asociación Cultural Plaza Porticada, pp. 9-11.
- Banco Mundial, 1998, *Culture and Sustainable Development: A Framework for Action*.
- Bayardo, R., 2004, “La economía cultural, las políticas culturales y el financiamiento de la cultura”, *Turismo y Patrimonio*, nº 4, Perú, Universidad San Martín de Porres.
- Belhassen, Y. y Caton, K., 2006, “Authenticity Matters”. *Annals of Tourist Research*, Vol. 33, Núm. 3, pp. 853-856.

- Benhamou, F., 2000, *La economía de la cultura*, Ediciones Trilce.
- Bernier, I., “Los países en desarrollo y el proyecto de convención internacional sobre la diversidad cultural”, *Cronique 4*, <http://www.diversite-culturelle.qc.ca/fileadmin/documents/pdf/cronica03-06.pdf> (última consulta 10/03/2016).
- Bravo Cabria, S., “La competitividad del sector turístico”, *Boletín económico Banco de España*, Núm. 9, Madrid, 2004, 89-106.
- Bucheli, M.S., Arbey Castillo, C. y Villarreal, J.L., 2009, “Medir el patrimonio cultural: un desafío para la Contabilidad”, *Cuadernos de Contabilidad*, Núm. 10, pp. 51-65.
- Calle Vaquero, M. de la, 2002, *La ciudad histórica como destino turístico*, Ariel.
- “Ciudad histórica y turismo: nuevas estrategias para un destino turístico antiguo”, Blanquer, D. (Coord.) *Turismo Cultural y urbano. VI Congreso de Turismo, Universidad y Empresa*, Castellón, Ed. Tirant Lo Blanch, 83-102.
- Campillo Garrigos, R., 1998, *La gestión y el gestor del patrimonio Cultural*. KR.
- Caro, J.L., Luque, A., Zayas, B., 2015, “Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales”. *Pasos*, Vol. 13, nº 4 Special Issue, pp. 931-945.
- Carrasco Arroyo, S., 1999, “Indicadores culturales: Una reflexión”. Valencia, Universidad de Valencia, <http://www.uv.es/~carrascs/PDF/indicadoresCult.pdf>, pp. 4-21.
- “Medir la cultura: Una tarea inacabada”. *Periférica* núm. 7, Universidad de Cádiz. www.uv.es/carrascs/PDF/medir%20la%20cultura.pdf, pp. 15-26.
- Crouch, G.I. y Richtie, J.R., 1999, “Tourism, competitiveness and societal prosperity”. *Journal of Business Research*, Vol. 44, pp. 137-152.
- Díaz Pérez, F.M^a (coord.), 2006, *Política turística: La competitividad y sostenibilidad de los destinos*. Tirant Lo Blanch.
- Doxey, G.V., 1976, “When enough is enough: the natives are restless in Old Niagara”. *Heritage Canada*, Vol. 2, Núm. 2.
- Enright, M. y Newton, J., 2004, “Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach”, *Tourism Management*, Vol. 25, 777-788.
- Frew, E.A. y Shaw, R.N., 1995, “Industrial Tourism, the experience and the motivation to visit”, en Shaw (ed.) *Refered proceedings of the national tourism and hospitality conference*. CAUTHE/VUT, pp. 88-105.
- García Hernández, M., 2003, *Turismo y conjuntos monumentales: Capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes*. Tirant lo Blanch.
- 2007, “Entidades de planificación y gestión turística a escala local. El caso de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España”, *Cuadernos de Turismo*, Núm. 20, Murcia, Universidad de Murcia, pp. 79-92.
- García Hernández, M. y Calle Vaquero, M. de la, 2005, “Nuevas estrategias para la renovación del producto turístico urbano: el caso de las ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad”. En Ortega, E., González L. y Pérez Campo, E. (Eds.) *VIII Forum Internacional sobre las Ciencias, las Técnicas y RTES Aplicadas al Marketing, Academia y Profesión. Ponencias académicas*. UCM (Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados), pp. 387-414.

- García Sánchez, A., Siles López, D., 2015, "Como mejorar la competitividad turística de un destino. Análisis del Mediterráneo español y recomendaciones a los gestores de destinos". *Revista de análisis turístico*, Núm. 19, pp. 1-11.
- Gooroochurn, N. y Sugiyarto, G., 2004, *Measuring Competitiveness in the Travel and Tourism Industry*. Discussion Paper-TTRI. Nottingham University Business School. Nottingham. University of Nottingham.
- Harrison, J., 1997, "Museums and Touristic expectations", *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, Núm. 23-40.
- Herrero Prieto, L.C., 1997, "Economía de la cultura y el ocio. Nuevas posibilidades para la Política Económica Regional". *Mercurio, Revista de Economía y Empresa*, Núm. 1, pp. 101-108.
- 1998, "El patrimonio histórico como factor de desarrollo económico", *La conservación como factor de desarrollo en el siglo XXI*. Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, pp. 239-266.
 - (Coord.), 2000, *Turismo cultural. El patrimonio histórico como fuente de riqueza*. Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León.
 - 2004, "Economía de la cultura: componentes analíticos y estado del arte" en *Turismo y Patrimonio*, nº 4. Universidad San Martín de Porres.
- Huaita Alfaro, A.M., 2014, "Desarrollo humano en espacios turísticos", *Turismo y Patrimonio*, Núm. 8. Universidad de San Martín de Porres, pp. 63-75.
- Ibáñez Pérez, R.M., 2011, "Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico en México", *Cuadernos de Turismo*, Núm. 28, Murcia, Universidad de Murcia, pp. 121-143.
- IPCE, MECD, *Planes Nacionales* <http://ipce.mcu.es/conservacion/planesnacionales.html>, (última consulta 13/03/2016).
- Kolar, V. y Zabkar V., 2007, "The meaning of tourists' authentic experiences for the marketing of cultural heritage sites". *Economic and business review*, Vol. 9, Núm. 3, pp. 235-256.
- Kozak, M. y Rimmington, M., 1999, "Measuring tourist destination competitiveness: conceptual considerations and empirical findings". *International Journal of Hospitality Management*, 18, 273-283.
- Laguna García, M., 2005, "La celebración de eventos culturales como atractivo turístico en las ciudades históricas: Análisis de impacto económico y turístico", *Estudios turísticos*, nº 166. Instituto de Estudios Turísticos, Secretaría General de Turismo, pp. 65-95.
- Lima de Moraes, L. et al., 2014, "La ventaja competitiva a través del turismo cultural. Un análisis según la percepción de los gestores del municipio de Ceará-Mirim, Natal - Brasil", *Estudios y perspectivas en Turismo*, Vol. 23, Núm. 1, <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v23n1/v23n1a08.pdf>, pp. 138-153 (última consulta 30/01/2016).
- Lobo Montero, P., 2001, "Promoción y comercialización turística de las ciudades históricas españolas". *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, Núm. 36. Junta de Andalucía, pp. 150-169.

- MacKercher, B., Du Cros, H., 2002, "Cultural Tourism. The Partnership between tourism and cultural heritage management National Heritage Act". *Annals of Tourism Research*, Vol. 30, Núm. 2, pp. 508-509.
- Mallor, E., González Gallarza, M. y Fayos, T., 2013, "Qué es y cómo se mide el turismo cultural? Un estudio longitudinal con series temporales para el caso español". *Pasos*, Vol. 11, Núm. 2, pp. 269-284.
- Mariño, J.A. (et al.), 2013, "Calidad en el sector turístico: Análisis del Estado del Arte, *Turismo e innovación: VI Jornadas de Investigación en Turismo*, Sevilla, 3 y 4 de julio de 2013, pp. 291-312.
- Martin, K., 2010, "Living pasts. Contested Tourism Authenticities". *Annals of Tourism Research*, Vol 37, Núm. 2, pp. 537-554.
- Medeiros Barbosa, L.G., 2008, "Midiendo la competitividad en los destinos: el modelo brasileño", en la Conferencia Internacional de Turismo *El conocimiento como valor diferencial de los destinos turísticos*, http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/barbosa_sp.pdf, (última consulta 11/02/2016).
- Medina Molina, C., Rey Moreno, M. y López Fernández, A., 2011, "Paisajes urbanos y autenticidad percibida", en Jiménez Caballero, J.L., de Fuentes Ruiz, P. (coord.), *Turismo y Desarrollo Económico: IV Jornadas de Investigación en Turismo*. Edición Digital @tres, pp. 407-431.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD), 2015, *Nota sobre el Anuario de Estadísticas Culturales 2015*, <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/Anuario de Estadísticas Culturales 2015 Nota resumen.pdf>, última consulta 6/02/2016.
- *Anuarios de Estadísticas Culturales*. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/portada.html> (última consulta 10/03/2016).
- OMT, 1998, *Introducción al turismo*, Madrid, Organización Mundial del Turismo, 1998.
- 2005a, *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos – Guía práctica*.
 - 2005b, *Taller regional para Países Andinos sobre Indicadores de Sostenibilidad en Destinos Turísticos. Informe final*. Bolivia, Viceministerio de Turismo, pp. 25-40.
- Pedersen, A., 2005, *Gestión del turismo en sitios del Patrimonio Mundial: Manual práctico para administradores de sitios del Patrimonio Mundial*. UNESCO, <http://unesdoc.unesco.org/> (última consulta 30/01/2016).
- Pérez Guilarte, Y., 2015, "Diseño de un Sistema Integral de Análisis del Turismo (SIAT) en destinos patrimoniales". *Investigaciones Turísticas*, n° 10, julio-diciembre pp. 57-75.
- Poon, A., 1993, *Tourism, technology and competitive strategies*. CAB International.
- Porter, M., 1990, *The Competitive Advantage of Nations*, Londres, MacMillan Press.

- Querol, M.A. 2010, *Manual de Gestión del Patrimonio Cultural*. Akal, p. 11.
- República Italiana –UNESCO, 2000, *Culture counts. Towards new Strategies for Culture in Sustainable Development*, Roma, Stampa SPED, 2000.
- Requejo Liberal, J., 2007, “La diferenciación y el reforzamiento de la identidad basados en la naturaleza, la cultura y el paisaje como factores de competitividad turística”. *Estudios Turísticos*, Núm. 172-173, pp. 115-120.
- Rico Cánovas, E., 2014, *El patrimonio cultural como argumento para la renovación de destinos consolidados del litoral de la provincia de Alicante*. Universidad de Alicante, pp. 563-567.
- Rodríguez Campo, L., Fraiz Brea, J.A. y Alen González, M.E., 2014, “El turismo cinematográfico como tipología emergente del turismo cultural”. *Pasos: Revista de turismo y patrimonio cultural*, Vol. 12, Núm. 1, pp. 159-171. <http://www.pasosonline.org/> (última consulta 3/2/2016).
- Sánchez Rivero, M., 2004, “La competitividad de los destinos turísticos: Un análisis cuantitativo mediante modelos logísticos. Aplicación a los municipios extremeños”, *I Jornadas Economía del turismo, Libro de Actas*, pp. 53-78, disponible en <https://es.scribd.com/doc/157765037/Competitividad-de-Los-Destinos-Turisticos> (última consulta 20/02/2016).
- 2006, “Elaboración de un ranking de competitividad de los destinos turísticos españoles: Un análisis provincial mediante modelos de estructura latente”. *Revista de análisis turístico*, Núm. 1, 1º semestre, pp. 4-22.
- Sánchez Rivero, M., Pulido Fernández, J.I., Fajardo Calderón, M.A., 2009, “Análisis de la imagen de un destino turístico mediante un modelo de estructura latente simultáneo. Aplicación a ciudades medias de Andalucía”, en J. Pérez Manso y J. Donoso Mosteiro (Dirs.). *Anales de Economía Aplicada*, núm. XXIII, Asepelt – Delta Publicaciones, pp. 627-648.
- Sancho Pérez, A. (Dir.), 2001, *Apuntes de Metodología de la Investigación del Turismo*. OMT, 257-259.
- Sancho Pérez, A. y García Mesanat, E., 2006b, “El papel de los indicadores en la planificación turística” en Aguayo Maldonado et al.(Coord.) *Turitec VI: Congreso nacional turismo y tecnologías de la información y las comunicaciones*, pp. 1-13.
- Sancho Pérez, A. y García Mesanat, G., 2006a, “¿Qué indica un indicador? Análisis comparativo en los destinos turísticos”. *Revista de análisis turístico*, Núm. 2, 2º semestre, 2006, 69-85.
- Sancho, A., García G. y Roza, E., 2007, “Comparativa de indicadores de sustentabilidad para destinos desarrollados, en desarrollo y con poblaciones vulnerables”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 9, Núm. 1, pp. 150-177. <http://www.uv.es/sancho/sostenibilidad%20destinospoblaciones%20vulnerables.pdf> (última consulta 26/01/2016).
- SEGITTUR 2013, *Destinos inteligentes*, disponible en <http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Presentacin-Destinos-Tursticos-Inteligentes.pdf>, última consulta 1/03/2106

- Simons, M. S., 1996, "Protection of heritage sites-Simons actions, en Prosse, R. G. (Ed), *Tourism and hospitality research: Australian and international perspectives*, Canberra, Bureau of Tourism Research, pp. 519-534.
- Suau, F., 2012, "El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas y e importancia de su estudio". *Pasos*, Vol. 10, Núm. 4, pp. 143-153.
- Taboada de Zúñiga Romero, P., 2010, "Una aproximación al turismo idiomático en España. El caso particular de las ciudades históricas", en Jiménez Caballero, J.L. y Fuentes Ruiz, P. de (Coord.), *Nuevas perspectivas del turismo para la próxima década: II Jornadas de Investigación de Turismo*. Edición Digital @tres, pp. 757-782.
- Thorsby, D., *Economía y cultura*. Cambridge University Press, 2001.
- Towse, R. (Ed.), 1997, *Cultural Economics: The Arts, the Heritage and the Media Industries*, 2 vols., Edward Elgar.
- Treserras, J.J., 2004, "La tematización de las ciudades: el uso de la cultura en las estrategias de desarrollo local y promoción del turismo urbano". *Anuario Turismo y Sociedad*, nº 3, pp. 71-85.
- Troitiño Vinuesa, M. A., 2000a, "Turismo y sostenibilidad. La Alhambra y Granada". *Anales de geografía de la Universidad Complutense*, Núm. 20, pp. 377-396.
- 2000b, "El turismo cultural en las ciudades españolas Patrimonio de la Humanidad". *Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza*. Fundación de Patrimonio Histórico de Castilla y León, pp. 11-138.
 - 2003, "Turismo y conjuntos monumentales: desafíos de interpretación y de gestión", VVAA., *Desarrollo Turístico Integral de Ciudades Monumentales*. Patronato Provincial de Turismo de Granada, pp. 273-290.
 - 2005, "Potencialidades y límites en el uso turístico del patrimonio cultural", *Diálogo sobre Turismo, Diversidad Cultural y Desarrollo sostenible, Forum Barcelona 2004*. Instituto Turismo Responsable, pp. 83-88.
 - 2007, "Estrategias sostenibles en destinos patrimoniales: De la promoción a la gestión integrada e innovadora". *Estudios turísticos*, Núm. 172-173, pp. 225-232.
- Troitiño Vinuesa, M.A. et al., 2008, *Observatorio Turístico del Grupo Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España. Informe 2008*. http://www.ciudades-patrimonio.org/publicaciones/1293707576_Informe2008.pdf (última consulta 3/3/2106).
- Troitiño Vinuesa, M.A. y Troitiño Torralba, L., 2009, "Las ciudades Patrimonio de la Humanidad (Ávila, Salamanca y Segovia) como destinos turísticos de referencia". *Polígonos. Revista de Geografía*, Núm. 19. Universidad de León, pp. 145-178, <http://revpubli.unileon.es/>
- UNESCO, 1986, *The UNESCO Framework por cultural statistics*, www.uis.unesco.org/culture/Documents/unesco-fcs-1986.en.pdf, en <http://www.uis.unesco.org/Culture/Pages/framework-cultural-statistics.aspx> (última consulta 3/03/2016).
- 2000, *Rapport mondial sur la culture. Diversité culturelle, conflit et pluralisme*. Editions UNESCO.

- WH+ST Action Plan 2013-2015 UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme, UNESCO, World Heritage Center, <http://whc.unesco.org/en/tourism/> (última consulta 2/03/2016).
- Sustainable Tourism. UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme, en <http://whc.unesco.org/en/tourism/>, (última consulta 12/03/2016).
- Villafranca Jiménez, M.M., 2007, “El Plan Director de la Alhambra (2007-2015)”. *E-rph Revista electrónica de Patrimonio Histórico*, Núm. 1.
- Villafranca, M.M., Chamorro, V. y Lamolda, F., 2013, “El paisaje cultural de la Alhambra: valores riesgos de la interacción entre el hombre y el patrimonio”. *E-rph Revista electrónica de Patrimonio Histórico*, Núm. 12, pp. 76-101.
- Villalba Salvador, M., 2015, “Patrimonio Cultural y competitividad de los destinos turísticos. Estado de la cuestión”, en Rodríguez Antón, J.M. (dir.), *Análisis de la competitividad de España como destino turístico*. ACCI, pp. 74-109.
- VV.AA. Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo. Informe final. (Estocolmo, Suecia, 30 de marzo – 2 de abril, 1988), <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001139/113935so.pdf> última consulta 3/02/2016.
- 1998, Conferencia Intergubernamental sobre Políticas Culturales para el Desarrollo. Informe final. (Estocolmo, Suecia, 30 de marzo – 2 de abril, 1988, <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001139/113935so.pdf>. (última consulta 12/02/2016).
- 2005, Taller regional para Países Andinos sobre Indicadores de Sostenibilidad en Destinos Turísticos. Informe final. OMT, Viceministerio de Turismo.
- 2008, Sistema de indicadores de competitividad para el turismo colombiano. Versión preliminar. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Bogotá, pp. 15-29. www.mincit.gov.co/descargar.php?id=56953 (última consulta 3/02/2106).
- Zoauin, G., 2006, *El patrimonio cultural en la construcción de indicadores de desarrollo*. http://www.fundacionabertis.org/rcs_jor/zouain_1.pdf; <http://www.fundacionabertis.org/es/actividades/jornada.php?id=84>

Datos de los autores

Nombre: María Villalba Salvador

Cargo: Profesor Ayudante Doctor

Escuela/Facultad:

Universidad: Universidad Autónoma de Madrid

Dirección: c/ Buganvilla, nº 2, 28036 Madrid

Teléfono: 636 750 026 / 91 4975167

Correo Electrónico: maria.villalba@uam.es