



Junio 2019 - ISSN: 2254-7630

FACTORES DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL DESTINO COLONIAL SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS.

FACTORS OF TOURISM COMPETITIVENESS OF THE COLONIAL DESTINATION SAN CRISTÓBAL DE LAS CASAS.

Julio Cesar Torres Valdez¹

Profesor investigador
Instituto Tecnológico de Oaxaca
jcesartv@gmail.com

Reyna Tello Pérez²

Doctorante en Ciencias en Desarrollo Regional y Tecnológico
Instituto Tecnológico de Oaxaca
reyna_tellop@hotmail.com

Marcos Pedro Ramírez López³

Profesor investigador
Instituto Tecnológico de Oaxaca
mar25251@hotmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Julio Cesar Torres Valdez, Reyna Tello Pérez y Marcos Pedro Ramírez López (2019): "Factores de competitividad turística del destino colonial San Cristóbal de las casas", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (junio 2019). En línea

<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/06/competitividad-turistica.html>

Resumen

Este artículo presenta los resultados de los principales indicadores de competitividad turística del destino colonial de San Cristóbal de las Casas, ubicado en la región sur de México. Los resultados se derivan de un trabajo en campo mediante la aplicación de cuestionarios dirigidos a los Prestadores de Servicios Turísticos con base al modelo de competitividad turística propuesto por los autores Dwyer y Kim. El objetivo de esta investigación es determinar con base a la percepción de los prestadores de servicios turísticos -Cuáles son los factores que limitan y fortalecen la competitividad turística del destino colonial de San Cristóbal de las Casas-. La investigación

¹ Doctor en Planificación Regional y Urbanismo de la Universidad de Soborna Paris. Profesor Investigador de tiempo completo en la División de Estudios de Posgrado e Investigación del Instituto Tecnológico de Oaxaca.

² Maestra en Administración por el Instituto Tecnológico de Oaxaca.

³ Maestro en Ciencias en Planificación de empresas y Desarrollo Regional. Profesor Investigador de tiempo completo del Área de Ciencias Económico-Administrativo.

identifica que algunos de los factores que debilitan la competitividad del destino son las condiciones situacionales que comprenden el macro y micro entorno del destino.

Palabras Clave: Factores de competitividad – competitividad turística - turismo - destino colonial - San Cristóbal de las Casas.

Abstrac

This article presents the results of the main tourism competitiveness indicators of the colonial destination of San Cristóbal de las Casas. The results are derived from fieldwork through the application of questionnaires addressed to Tourist Service Providers based on the tourism competitiveness model proposed by authors Dwyer and Kim. The objective of this research is to determine, based on the perception of tourism service providers -which are the factors that limit and strengthen the tourism competitiveness of the colonial destination of San Cristóbal de las Casas-. The research identifies that some of the factors that weaken the competitiveness of the destination are the situational conditions that comprise the macro and micro environment of the destination.

Keywords: Competitive factors - tourism competitiveness - tourism - colonial destination - San Cristóbal de las Casas.

1. Introducción

Hoy en día, el ser un destino competitivo juega un papel muy importante porque se crean oportunidades de empleo, se frena el éxodo rural, se generan ingresos para invertir en conservación y cultivar un sentimiento de orgullo y autoestima entre las comunidades receptoras (OMT, 2015). Por consiguiente, un destino colonial debe ser capaz de identificar cuáles son los determinantes o factores que debilitan su posición competitiva en los mercados turísticos nacionales e internacionales.

Cabe mencionar que los factores o determinantes de competitividad turística cambian de acuerdo al contexto en el que se sitúen así mismo el concepto de competitividad ha evolucionado de tal manera que en la actualidad este término es relativo (es decir, ¿En comparación con qué? o ¿Con quién me estoy comparando?) y multidimensional (es decir, ¿Cuáles son los principales factores o atributos de competitividad?) por lo que resulta complejo precisar el concepto de competitividad (Crouch, 2007; Dwyer y Kim, 2003; Pulido y Sánchez, 2010; Assaker *et.al.*, 2013).

El autor Ejarque (2016) indica que la suma total de los factores construye la posición estratégica y operativa frente a los destinos competidores, es decir, que la competitividad de un destino va a estar en función de los factores o determinantes que intervienen en el destino por ejemplo: Recursos naturales (clima, paisa natural, biodiversidad en flora y fauna, reservas ecológicas, etc.), recursos culturales (recursos patrimoniales), infraestructura (hoteles, restaurantes, transporte aéreo, transporte terrestre, accesibilidad, etc.), servicios generales (servicios básicos urbanos, seguridad, etc.), gestión (gobernanza, coordinación entre actores turísticos, administración del destino, etc.), demanda, precio, etc., (Dwyer y Kim, 2003; Dwyer *et. al.* 2004).

Las problemáticas que enfrentan los principales destinos en México es la dificultad para acceder a ellos, debido a que por la localización, las condiciones de conectividad terrestre como aérea son pocas y algunos destinos carecen de conectividad aérea o infraestructura básica, etc., (Propin y Sánchez, 1998). Así mismo el Instituto Mexicano para la Competitividad A.C [IMCO] (2013) menciona que entre las principales causas de pérdida de competitividad de los destinos mexicanos se encuentra una política turística desgastada y una mayor competencia entre destinos, lo cual ha originado el estancamiento del sector turístico por consiguiente, la política turística se ha rezagado al mantener el mismo enfoque con el que fue creado hace tres décadas.

Durante el periodo 1989 a 1991 el Programa Nacional de Modernización del Turismo mexicano estableció como propósito fortalecer la actividad turística y ofrecer nuevas opciones de recreación y de descanso, implementando acciones que dieron origen a Fondos Mixtos de Promoción

Internacional, promoviendo nuevos productos y destino turísticos como las “Ciudades coloniales” que están orientadas hacia los mercados de Estados Unidos, Europa y Canadá (SECTUR, 1992).

Con referencia a las ciudades coloniales en México éstas surgieron como centros de poder militar, político y eclesiástico que ocupaba un lugar preeminente en la política española de conquista y colonización, el objetivo principal de los españoles al fundar estas ciudades era “Gobernar, evangelizar y reordenar los territorios conquistados” (Gormsen, 1992: 148; citado en Heineberg, 1996) eliminando toda forma cultural indígena para construir sobre éstas, las edificaciones requeridas por el Virrey nato. Sin embargo, las edificaciones aunque aparentan ser el producto exclusivo de la influencia ejercida por la cultura arquitectónica de los españoles, es el resultado de la combinación de dos culturas debido a que durante el proceso de construcción se tomaron de las regiones mano de obra autóctona como materiales y sistemas constructivos que hacen que contengan alto valor histórico y patrimonial (Peraza, 2000).

El autor Salad Hassan (2004) menciona que los destinos turísticos a menudo dependen de los recursos naturales y culturales para formar sus bases de atracciones, que están vinculadas a la economía vital de las comunidades locales. En este sentido, el destino de la ciudad colonial de San Cristóbal de las Casas no es la excepción ya que tiene mucho que ofrecer, debido a que posee una diversidad propia y diferente de las demás ciudades coloniales en la que convergen su riqueza patrimonial tangible e intangible resaltando su cultura, tradición, gastronomía, festivales, atractivos naturales, atractivos patrimoniales, etc. A pesar de que este destino posee una gran riqueza de recursos naturales y recursos patrimoniales (tangibles e intangibles) su competitividad se ve limitada por una serie de factores que son importantes de identificar con base a la percepción de los prestadores de servicios turísticos del destino.

2. Panorama general del destino colonial San Cristóbal de las Casas.

El 5 de marzo de 1528 los españoles fundaron la Villa Real o Chiapa de los indios (situada en Chiapa de Corzo), posteriormente, en ese mismo año el Capitán Diego de Mazariegos fundó la Villa Real o Chiapa de los Españoles (actualmente San Cristóbal de las Casas) convirtiéndola en la capital de la provincia de Chiapas que más tarde fue nombrada Villa de San Cristóbal fungiendo como centro administrativo de los españoles. En 1543 el Fraile Dominico, Bartolomé de las Casas se convierte en el primer Obispo de la Ciudad Real de Chiapa, a quien se debe el nombre completo de San Cristóbal de las Casas, por defender a los indígenas de la dominación española (Toscano, 1942; Caceres, 1958). El destino colonial de San Cristóbal posee una arquitectura colonial creada por los frailes dominicos en los Conventos, Catedrales, templos y edificaciones de estilo Barroco del siglo XVII; además de que fungió como un punto importante durante la colonización de los pueblos de Centroamérica (Gálvez, 2009; Toscano, 1942; Caceres, 1958).

San Cristóbal de las Casas cuenta con un conjunto arquitectónico urbano homogéneo además de que concentra 520 monumentos históricos en un área de 2.88 km², distribuidos en 246 manzanas. (Gálvez, 2009). El desarrollo arquitectónico que se observa en Chiapas se centra fundamentalmente en la arquitectura religiosa. La división del espacio urbano de la ciudad se proyectó como un modelo en el que prevaleciera la segregación habitacional, por un lado, los conquistadores ubicaron sus viviendas muy cerca de la plaza central y, por el otro, los representantes de la institución eclesiástica establecieron una catedral y los edificios representativos de ésta templos y parroquias (Molina, 2013).

La antigua capital de Chiapas es un histórico enclave situado en una región indígena tsotsil, los Altos de Chiapas, en 1970 San Cristóbal era visitado por los turistas extranjeros que iban en busca de una aventura en su camino a Centro América en busca de paisajes montañosos y un clima fresco, acudían principalmente investigadores como lingüistas, historiadores, antropólogos, arqueólogos, etc. interesados en la región, a quienes les atraía conocer la etnografía del destino (Van den Berghe, 1995). La ciudad se ha convertido durante los últimos años en una poderosa oferta para el turismo cultural que ha atraído a visitantes mexicanos foráneos pero también de otros países, especialmente europeos y norteamericanos, la creciente oferta cultural de la ciudad de San Cristóbal de las Casas se ha basado en varios procesos de activación patrimonial, los cuales se han llevado a cabo en las áreas del patrimonio arquitectónico prehispánico y colonial, el patrimonio natural y el patrimonio étnico (Ruiz *et. al*, 2011:294).

En los últimos años, la actividad turística en Chiapas ha observado avances y beneficios importantes; sin embargo, en algunos aspectos el desarrollo ha sido poco dinámico, debido a la falta de estrategias e intereses por aprovechar el potencial de sus diversas regiones y de los principales destinos con vocación turística como Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, etc. El destino de San Cristóbal se encuentra incluido en dos circuitos turísticos de acuerdo a la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas (2015): circuito verde (que comprende los sitios naturales ubicados alrededor del destino) y el circuito colonial Arqueológico.

Cuadro 2.1 Problemas de pérdida de competitividad de San Cristóbal de las Casas

Problemáticas de turismo que enfrenta el destino
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deterioro en la infraestructura terrestre ▪ Falta de conectividad aérea ▪ Escasa señalización turística y deterioro de la señalización existente ▪ Percepción de incremento de la inseguridad en el destino. ▪ No se cuenta con un inventario de atractivos turísticos del destino. ▪ Las zonas arqueológicas se encuentran sin acceso y no están abiertas al público. ▪ No existen planes de manejo para Áreas Naturales Protegidas en el destino. ▪ La ciudad de San Cristóbal de las casas es considera por el IMCO 2010 como una de las ciudades más afectadas por rezago social.

Fuente: Sector (2015). Sistema de destinos y jerarquización urbana de los Pueblos Mágicos de Chiapas.

Por consiguiente, imprescindible determinar cuáles son los factores que debilitan y fortalecen la competitividad de un destino sobre todo si se requiere reorientar las políticas públicas hacia el posicionamiento del destino colonial en las preferencias de los turistas que buscan conocer la historia, tradiciones, costumbres, folclore, etc.

Para determinar los factores que inciden en la competitividad de los destinos turísticos se realizó una revisión de la literatura sobre los modelos de competitividad entre ellos el Modelo Dwyer y Kim (2003) y el Modelo de Ritchie y Crouch (2000a) estos modelos identifican de manera generalizada los factores que influyen en la competitividad de un destino turístico, siendo necesario como establecen algunos autores (Dwyer y Kim ,2003; Pulido y Sánchez, 2010) probar los modelos de competitividad turística en destinos específicos, debido a que la mayor parte de los modelos se ha probado en grandes destinos de países desarrollados. Por lo tanto, se hace apremiante realizar más investigaciones que determinen los factores o determinantes específicos que explican la competitividad de un destino en particular. Por consiguiente, el objetivo de esta investigación determinar con base a la percepción de los prestadores de servicios turísticos cuáles son los factores que limitan y fortalecen la competitividad turística del destino colonial de San Cristóbal de las Casas

3. Competitividad Turística

La competitividad turística es un concepto que ha cobrado relevancia en los últimos años y cuya definición más formal es la proporcionada por el Comité de Turismo y Competitividad [CTC] órgano que pertenece a la Organización Mundial de Turismo [OMT] y que se ha concentrado en desarrollar conceptos básicos de competitividad turística definiéndola como:

“La capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a contribuir a un crecimiento sostenible dentro de su proyecto global y sus objetivos estratégicos, incrementar el valor añadido del sector turístico, mejorar y diversificar sus componentes comerciales y optimizar su atractivo y los beneficios que reporta a los visitantes y a la comunidad local con una perspectiva de sostenibilidad“. (2018:9)

Está es una de las definiciones más integrales de competitividad turística encontradas en la literatura que considera todos los recursos que posee un destino (naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros) así como el proyecto global y los objetivos estratégicos del destino para obtener beneficios sostenibles. Otras definiciones de competitividad turística aportadas por estudiosos en este ámbito, son las que se proporcionan en el siguiente cuadro.

Cuadro 1.1 Conceptualización de Competitividad Turística

Año	Autor	Concepto
1994	Fayos-Sola Eduardo	La capacidad de mantener beneficios totales (privados-sociales) iguales o superiores a la medida de la industria de forma sostenible.
2000	Ritchie y Crouch	Es la capacidad de un país para crear valor añadido e incrementar, de esta forma, el bienestar nacional mediante la gestión de ventajas y procesos, atractivos, agresividad y proximidad, integrando las relaciones entre ellos en un modelo económico y social.
2000	D' Hauteserre	Es la capacidad de un destino para mantener su posición en el mercado y competir mejorando a través del tiempo.
2003	Dwyer y kim	La competitividad está ligada a la capacidad de un destino a entregar bienes y servicios que funcionan mejor que otros destinos, en aquellos aspectos de la experiencia turística considerados importantes por los turistas.
2004	Hassan Salad	Es la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores.
2005	Enright and Newton	Un destino es competitivo si puede atraer y satisfacer a turistas potenciales, y esta competitividad está determinada tanto por factores específicos del turismo como por una gama mucho más amplia de factores que influyen en los proveedores de servicios turísticos.
2009	Vignati Scarpati	Es la capacidad que tiene un destino turístico para competir con otros destinos del mundo, generando un nivel de ingresos superior a la media y manteniendo esta situación a largo plazo, con el mínimo costo social y ambiental posible.
2011	Crouch I. Geoffrey	la capacidad de un destino para alcanzar un conjunto de objetivos, algunos de los cuales pueden estar relacionados con medidas de demanda, pero que a menudo se extienden mucho más para abordar resultados económicos, sociales y ambientales más amplios.
2012	Mika Mirostaw	Es la capacidad para atraer turistas y mantener la función turística a largo plazo en un entorno competitivo.

Fuente: Elaboración propia

Las principales aportaciones sobre competitividad turística fueron realizadas por los autores Crouch y Ritchie (1995, 1999) y Ritchie y Crouch (1993, 2000), estos autores desarrollaron un modelo de competitividad turística mejor conocido como “Modelo Calgary” basado en el modelo del Diamante de Competitividad Nacional de Michael Porter (1990), el cual, está conformado por cuatro atributos que se aplican a industrias particulares o aún segmento de industrias, los cuales son: a) Factores condicionantes, b) Condiciones de demanda, c) Industrias afines y de apoyo y por último, d) Estrategia, estructura y rivalidad de la empresa. Con relación a los determinantes del modelo de Porter los autores definen su propio modelo de competitividad para los destinos turísticos, considerando los siguientes factores: el Micro y Macro Entorno competitivo (se refiere a las influencias y fuerzas que afectan al destino), los Recursos básicos y atractores (que incluye las categorías de fisiografía, cultura e historia, mercados, actividades, eventos y la superestructura turística), Factores de apoyo y recursos (comprende la infraestructura, accesibilidad, facilitación de recursos y empresas), Gestión del destino (administración de los recursos, marketing, organización, información y servicio) y por último los Determinantes de Calificación (Localización, Dependencias, Seguridad y Costos).

Las principales limitaciones del modelo son en referencia a que en primer lugar no todos los destinos cuentan con bases de datos con las mismas variables; 2) el orden relativo de importancia de los principales factores y categorías de variables no puede modelarse con precisión; 3) los factores principales se examinan en términos cualitativos y no cuantitativos, por lo tanto, existen

varias dimensiones que mejorar o enriquecer en situaciones específicas (Crouch y Ritchie; Hong, 2008).

El segundo Modelo de competitividad turística revisado en la literatura es el desarrollado por los autores Dwyer y Kim (2003) quienes realizan un estudio más detallado de la competitividad turística que comprende: 1) la dotación de recursos; 2) recursos de apoyo; 3) la gestión del destino; 4) las condiciones situacionales de la demanda y por último; 5) los indicadores de prosperidad económica, estas dimensiones pueden ser aplicadas a los destinos turísticos para medir la competitividad. El modelo reúne variables y categorías identificadas por Crouch y Ritchie en su marco global de competitividad del destino pero difiere en el sentido en que se incluye la dimensión de Condiciones situacionales de la demanda además de que el modelo de Dwyer y Kim (2003) reconoce que la competitividad de los destinos no es un fin último de la elaboración de políticas, sino un objetivo intermedio hacia el objetivo de la prosperidad económica regional o nacional.

Estos autores agrupan en un recuadro los recursos creados (infraestructura turística, variedad de actividades, compras y entretenimiento) y a los recursos de apoyo (infraestructura general, calidad, hospitalidad) los cuales se relacionan directamente con la dotación de recursos (recursos naturales y patrimoniales) de manera bidireccional con la caja de gestión del destino que comprende (gestión del destino, política del destino, gestión de marketing del destino, recursos humanos del destino, gestión ambiental e industria del destino) estos factores pueden mejorar el atractivo básico de los recursos, fortalecer la calidad y efectividad de los factores de apoyo, y adaptarse a las condiciones situacionales (Crouch y Ritchie, 1999). Las condiciones situacionales son fuerzas en el ambiente que influyen en el potencial de competitividad del destino, estas fuerzas pueden moderar, modificar o mitigar la competitividad del destino de manera positiva o negativa, por lo que incluye el macro y micro entorno del destino (Dwyer y Kim, 2003). Así mismo las condiciones situacionales se relacionan de manera bidireccional con las condiciones de la demanda (debido a que una ejerce influencia sobre la otra) de tal manera que está última comprende tres elementos principales: conciencia, percepción y preferencias. La concientización puede ser generada por varios medios, incluyendo actividades de mercadeo en el destino. La imagen proyectada puede influir en las percepciones y, por lo tanto, afectar a las visitas. Las visitas reales dependerán de la coincidencia entre las preferencias del turista y las ofertas de productos de destino percibidos (Dwyer y kim, 2003; Dwyer et al. 2004). La competitividad de precios juega un papel importante al momento de determinar la competitividad de un destino, aunque los autores de Dwyer y Kim (2003; 2004) lo consideran como parte de las condiciones situacionales, en este estudio se tomó la decisión de separarlo, debido a que como mencionan los autores es imprescindible determinar cómo influyen los precios del destino que se derivan de los bienes y servicios que satisfacen las necesidades de los turistas.

Por tanto, la interacción de todos los elementos del modelo influyen en que un destino sea competitivo, y que esto se refleje mediante una serie de indicadores de competitividad del destino; así mismo estos autores (Dwyer y kim, 2003; Dwyer et al. 2004) indican que la competitividad del destino es en sí misma es un objetivo intermedio hacia un objetivo fundamental que es “la prosperidad económica” para elevar los niveles de bienestar de los residentes del destino.

Finalmente, el modelo establece un conjunto de indicadores que pueden utilizarse para medir la competitividad de cualquier destino. Por consiguiente los resultados derivados de la aplicación del modelo de competitividad de estos autores van a permitir que los actores del turismo, tanto en el sector privado como en el público, identifiquen las fortalezas y debilidades clave de su destino y desarrollar estrategias para contrarrestar las posibles amenazas a futuras visitas (Dwyer et.al., 2004)

Con relación al objetivo principal de este estudio se determinó utilizar el Modelo de Dwyer y Kim (2003,2004) por ser un modelo integral y flexible que reúne todos los elementos de competitividad de un destino; así mismo este modelo se adaptó mediante la inclusión de variables para la dimensión de recursos dotados principalmente clasificando los recursos patrimoniales en tangibles e intangibles de tal manera que se ajustara a las características de un destino colonial como es el

caso de San Cristóbal de las Casas. Con respecto a los indicadores de prosperidad socioeconómica y competitividad nacional / regional se decidió eliminarlos del modelo original debido a que el objetivo de este estudio no es medir la prosperidad a largo plazo sino identificar los factores que debilitan y fortalecen la competitividad de un destino colonial de tal manera que los resultados obtenidos sirvan de herramienta para la toma de decisiones de los actores turísticos implicados.

4. Metodología y casos de estudio

El presente estudio es de tipo descriptivo con enfoque cuantitativo al utilizar un instrumento de recolección de datos (cuestionario) enfocado a medir la competitividad turística de los destinos coloniales integrando las dimensiones establecidas en el modelo de investigación de los autores Dwyer y Kim (2003). El cuestionario fue aplicado en una muestra estratificada del sector turístico (Asociaciones, cámaras de comercio, gobierno estatal y municipal, hoteles, restaurantes, agencias de viaje, arrendadoras de autos y operadoras turísticas) y se utilizó la escala de Likert con cinco valoraciones de respuesta: pésima o muy mala (1), mala (2), regular (3), buena (4), excelente (5) y consta de 107 ítems que se encuentran agrupados con base a los elementos principales del modelo de Dwyer y Kim véase cuadro 4.1.

Cuadro 4.1 Dimensiones y factores de competitividad turística

Dimensión	Factor
I. Recursos dotados	Recursos naturales Recursos patrimoniales tangibles Recursos patrimoniales intangibles
II. Recursos creados	Infraestructura turística Variedad de actividades Compras Entretenimiento
III. Recursos de apoyo	Infraestructura general Calidad Hospitalidad
IV. Administración y gestión del destino	Gestión del destino Política del destino Gestión de marketing del destino Recursos humanos del destino Gestión ambiental Industria del destino
V. Condiciones situacionales	Micro entorno Macro entorno
VI. Competitividad en Precios	Precio
VI. Demanda	Demanda

Fuente: Elaboración propia con adaptación del Modelo de Dwyer y Kim (2003)

Para validar el modelo y sus componentes se consideró el análisis factorial el cual es una de las herramientas más apropiadas para este fin. El análisis general de las variables de estudio se sometió a la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach, test KMO (Kaiser, Meyer y Olkin), este estadístico varía entre 0 y 1, los valores menores a 0.5 indican que no debe utilizarse el análisis factorial con los datos que se están utilizando, la prueba de esfericidad de Bartlett contrasta la hipótesis nula de que la matriz de correlaciones es una matriz de identidad por lo que el modelo factorial es pertinente. Toda vez que las variables analizadas pasaron las pruebas KMO y de esfericidad Bartlett se procedió a extraer los factores obteniendo un total de 19 factores de competitividad turística. Los resultados de las pruebas se pueden observar en el cuadro 4.2.

Una vez procesada la información primaria con el software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versión 24 se determinó la prueba de fiabilidad Alfa de Cronbach, obteniendo un resultado de 0.985 el cual nos indica que existe una buena consistencia interna entre los ítems y la escala utilizada. Posteriormente, se llevó a cabo el análisis factorial mediante una reducción de las variables capaces de explicar el máximo de la información contenida en los datos, con los cuales se elaboraron 19 índices de competitividad que permiten explicar los factores de competitividad turística del destino colonial de San Cristóbal de las Casas.

Cuadro 4.2 Factores de competitividad, Prueba KMO y Bartlett

FACTORES DE COMPETITIVIDAD	Prueba KMO	Prueba de esfericidad de Bartlett		
	Medida KMO de adecuación de muestreo	Aprox. Chi-cuadrado	gl	Sig.
Marketing del Destino	0.882	372.71	28	0.000
Política del Destino	0.830	259.42	10	0.000
Precio	0.827	181.73	10	0.000
Infraestructura Gral.	0.817	175.17	21	0.000
R. Patrimoniales Tangibles	0.800	251.46	15	0.000
Gestión	0.790	174.45	10	0.000
Infraestructura Turística	0.776	604.09	136	0.000
Gestión Ambiental	0.751	137.84	3	0.000
R. Patrimoniales Intangibles	0.711	129.23	10	0.000
Condiciones Situacionales	0.711	69.68	10	0.000
Hospitalidad	0.704	58.03	3	0.000
Recursos Humanos	0.698	61.83	3	0.000
Industria del Destino	0.660	71.96	6	0.000
Recursos Naturales	0.648	54.11	6	0.000
Compras	0.621	77.85	6	0.000
Entretenimiento	0.607	24.98	3	0.000
Variedad de Actividades	0.589	54.55	3	0.000
Calidad	0.500	25.09	1	0.000
Demanda	0.500	46.39	1	0.000

Fuente: Elaboración propia mediante análisis factorial en SPSS

5.1 Resultados principales

Con base a los factores analizados se determinó un índice general para cada factor, el cual es muy útil para identificar el comportamiento del mismo y a su vez, que sirva como medida estadística para comparar y explicar los factores de competitividad turística. Los resultados de los índices se pueden observar en la tabla 5.1.

Cuadro 5.1 Índices de competitividad del destino de San Cristóbal de las Casas.

Factores	Índice
Recursos Naturales	3.6
Recursos Patrimoniales Tangibles	3.3
Recursos Patrimoniales Intangibles	3.7
Infraestructura Turística	3.5
Variedad de Actividades	3.5
Compras	3.9
Entretenimiento	3.4
Infraestructura General	3.1
Calidad	3.3
Hospitalidad	3.6
Gestión	2.9
Política del Destino	2.8
Marketing del Destino	3.5
Recursos Humanos	3.1
Gestión Ambiental	2.6
Industria del Destino	3.5
Condiciones Situacionales	2.4
Demanda	3.9
Precio	3.7

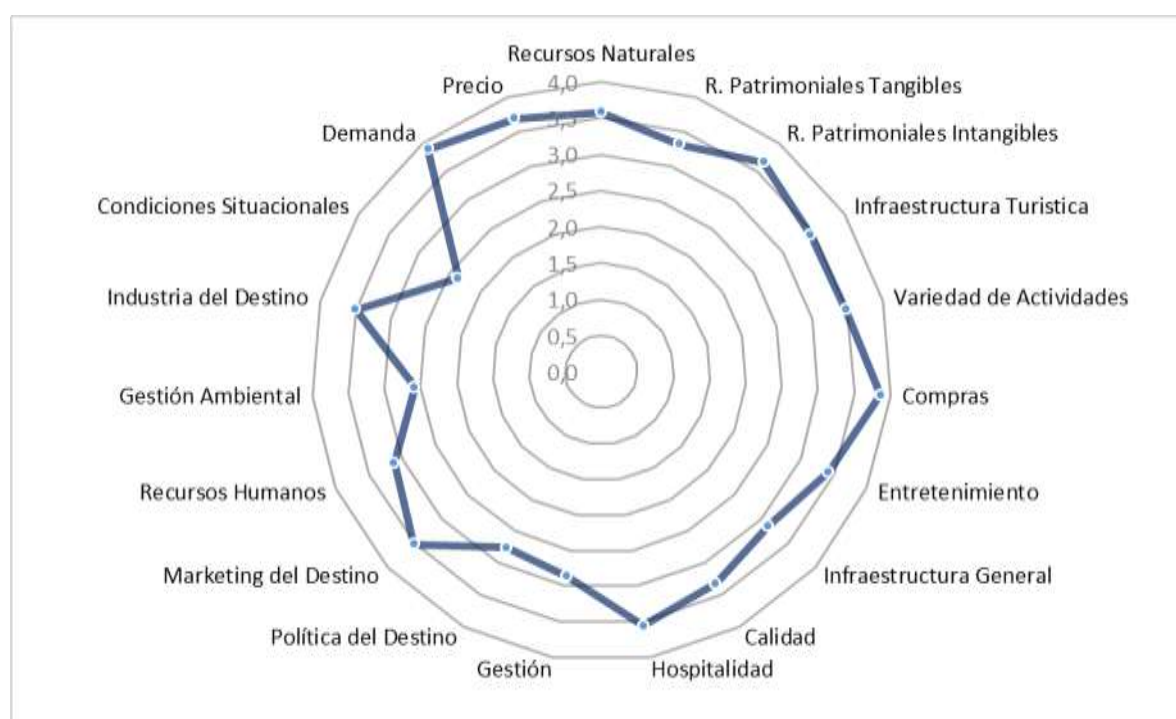
Fuente: Elaboración propia mediante resultados en SPSS

Los factores menos ponderados que conforman el índice de competitividad, véase gráfico 5.2, son las *Condiciones situacionales* con un valor total de 2.4 que considera el Micro entorno que comprende las valoraciones de la estabilidad política y social del destino, el manejo de conflictos sociales, manifestaciones, marchas y plantones así como la integración de clústeres turísticos y el Macro entorno que valora la estabilidad política y social, el manejo de conflictos sociales y el desarrollo económico del país. Otro de los indicadores menos ponderados es la *Gestión ambiental* con una valoración de 2.6 del total del índice que comprende el cumplimiento de leyes y reglamentos aplicados a la conservación y protección del patrimonio material e inmaterial, las políticas medio ambientales que existen en el destino y la aplicación de programas de sensibilización ambiental y buenas practicas turísticas. La *Política del destino* (2.8) que está integrada por la planeación, supervisión y evaluación de las políticas públicas del destino en este índice se evalúan la congruencia entre los planes turísticos y las políticas públicas del destino, la ejecución de planes de gran visión de turismo, el seguimiento y control de los planes, programas y políticas a largo plazo y la evaluación de las políticas públicas y por último la *Gestión del destino* (2.9) este incluye las valoraciones de gobernanza, la coordinación entre el sector público y privado así como el manejo de sistemas de información estadística para la toma de decisiones turísticas. Como se puede observar en el grafico 5.2 los índices antes mencionados son los que debilitan la posición competitiva del destino colonial de San Cristóbal de las Casas, por consiguiente, los

actores políticos pueden establecer las estrategias más adecuadas a corto y largo plazo para mejorar los niveles de competitividad turística.

Los factores que fortalecen la competitividad del destino con base a los resultados obtenidos son la *demanda* con una valoración total de 3.9 del índice que considera la valoración de la experiencia turística y la disposición de los turistas para visitar de nueva cuenta al destino; Otro de los factores altamente ponderado es *compras* (3.8) que considera la calidad y variedad de los artículos de compra que se ofrecen a los turistas así mismo evalúa la relación precio calidad; por su parte el índice de *precio* obtuvo una puntuación de 3.7 del valor total del índice, en este índice se evalúan los precios de los principales servicios turísticos como son hoteles, restaurantes, transporte público, etc.; los recursos *patrimoniales intangibles* (3.7) juegan un papel importante en la competitividad de un destino, estos comprenden la valoración de las tradiciones, costumbres, gastronomía, folclore, etc.; por su parte los *recursos naturales* (3.6) que considera la valoración del estado de conservación del paisaje natural, parques naturales, reservas naturales así como la biodiversidad en flora y fauna.

Grafica 5.2 Índices de competitividad del destino de San Cristóbal de las Casas.



Fuente: Elaboración propia mediante resultados de índices en SPSS

La *hospitalidad* es otro índice bien valorado por los prestadores de servicios turísticos (3.6) en este índice se evalúan los programas de hospitalidad existentes y la facilidad de comunicación entre residentes y turistas; por su parte el *marketing del destino* (3.5) incluye la valoración del posicionamiento e imagen del destino y de los sitios naturales y patrimoniales asimismo considera la identificación de los mercados turísticos; la *industria del destino* (3.5) considera el desempeño de la industria turística; otro índice bien valorado es *variedad de actividades* (3.5) que está integrado por las actividades basadas en la naturaleza, de aventura y deportivas; la *infraestructura turística* (3.5) contempla los alimentos en restaurantes valorando la calidad, la limpieza y la higiene en la preparación de los alimentos, el alojamiento en hoteles que valora si la oferta es suficiente para

demanda turística así como la calidad del servicio de alojamiento también se considera en este apartado la accesibilidad al destino que valora la infraestructura de acceso como es el estado de los caminos y carreteras, la frecuencia y capacidad de acceso de transporte así como la accesibilidad a los recursos turísticos; el *entretenimiento* (3.4) que está integrado por las atracciones y parques temáticos en este apartado se valora el desempeño de los jardines botánicos, así como el desempeño de los planetarios u observatorios de la actividad turística y la vida nocturna del destino; los *recursos patrimoniales tangibles* (3.3) incluyen la valoración de los sitios arquitectónicos, religiosos, históricos, monumentales y museos; la *calidad* (3.3) valora los programas de aseguramiento y capacitación de la calidad de los servicios turísticos; la *infraestructura general* (3.1) considera la infraestructura cultural, servicios médicos, seguridad, servicios básicos para los turistas así como los sistemas de telecomunicaciones e información; y por último otro índice bien valorado son los *recursos humanos* (3.1) que valora la profesionalización del personal turístico.

6. Discusión y Conclusiones

La identificación de los factores de la competitividad de un destino, permite a los actores del turismo identificar cuáles son sus fortalezas y debilidades, así mismo permite diseñar políticas públicas y estrategias más adecuadas a las necesidades del destino. Los responsables del desarrollo de turismo de San Cristóbal de las Casas perciben que el destino ha perdido competitividad. A través de la aplicación de este modelo de investigación se valida esta percepción, siendo el índice de condiciones situacionales el menos valorado por los prestadores de servicios turísticos con un valor de 2.4 lo que significa que el debilitamiento competitivo del destino corresponde a las fuerzas del micro y macro entorno, es decir, que la estabilidad política y social del destino, el manejo de conflictos sociales, manifestaciones, marchas y plantones y el desarrollo económico del país influyen en la competitividad aunado a una frágil planeación, supervisión y evaluación de las políticas públicas del destino. A esto se puede agregar, que se debe mejorar la coordinación entre el sector público y privado debido a que cada sector se limita a su ámbito de competencia; por consiguiente, es necesario crear un mecanismo para que se dé una mejor comunicación vertical y horizontal entre los prestadores de servicios turísticos y el gobierno de tal manera que se puedan alcanzar los objetivos establecidos en el diseño de las estrategias y las políticas públicas. Los factores descritos con anterioridad, constituyen áreas de oportunidad para los actores turísticos, ya que, con base a los resultados obtenidos se pueden diseñar estrategias a corto, mediano y largo plazo que permitan convertir los problemas competitivos en fortalezas para mejorar la actividad turística del destino colonial de San Cristóbal de las Casas. La fortaleza del destino de San Cristóbal de las Casas está en los factores de demanda, compras, precio y los recursos patrimoniales intangibles que lo han posicionado como uno de los destinos predilectos a visitar dentro del conjunto de ciudades coloniales.

Bibliografía

1. Assaker, G.; Hallak, R.; Esposito, V.V y O'Connor, P. (2013). An empirical operationalization of countries' destination competitiveness using partial least squares modeling. *Journal of travel research*. 53(1):26-43
2. Caceres López, C. (1958). *Historia General del Estado de Chiapas*. México: Imprenta Mexicana S. RL y C V.
3. Crouch, Geoffrey I., and J. R. Brent Ritchie (1995). "Destination Competitiveness and the Role of the Tourism Enterprise." *Proceedings of the Fourth Annual World Business Congress*, July 13-16, Istanbul, Turkey: 43-48.
4. Crouch I. Geoffrey & Ritchie J.R. Brent (1999). *Tourism, Competitiveness, and Societal Prosperity*. *Journal of Business Research* (44): 137-152.

5. Crouch, G.I. y Ritchie, J.R.B. (2000). The competitiveness destination: A sustainability perspective, *Tourism Management*, (21): 1-7.
6. Crouch, G. I. (2007). *Modelling destination competitiveness: a survey and analysis of the impact of competitiveness attributes Australia: CRC for Sustainable Tourism*.
7. D'Hautesserre, A.-M. (2000). "Lessons in Managed Destination Competitiveness: The Case of Foxwoods Casino Resort." *Tourism Management*, 21 (1): 23-32.
8. Dwyer, Larry y Kim Chulwon (2003). Destination Competitiveness: Determinants and indicators. *Current issues in tourism*, 6(5): 369–414.
9. Dwyer, L.; Mellor, R.; Livaic, Z.; Edwards, D y Kim C. (2004). Atributes of destination Competitiveness: A factor analysis. *Tourism Analysis*. 9:91-101.
10. Ejarque, J. (2016). *Marketing y gestión de destinos turísticos: nuevos modelos y estrategias 2.0*. España: Piramide.
11. Enrigh M. J y Newtom J. (2005). Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacif: Comprehensiveness and universality. *Journal of travel research* 43. P339-350
12. Fayos- Solá Eduardo (1994). Competitividad y Calidad en la Nueva era de Turismo. *Estudios Turísticos* (123): 5-10.
13. Gálvez González, L. A. (2009). *El patrimonio cultural, "las zonas de monumentos históricos"*, México: INAH
14. Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38 (3): 239-245.
15. Heineberg, H. (1996). *Desarrollo y estructura de antiguas ciudades coloniales españolas en América del sur según los planos de Lima (1872), Bogotá (1852) y Montevideo (1865)*. Bogotá: Banco de la República.
16. Hong Wei-Chiang (2008) Competitiveness in the tourism sector. A comprehensive approach from economic and management. Doi: 10.1007/978-3-7908-2042-3_1
17. Mika Mirostaw (2012). Competitiveness of tourist destinations as a research problem in the geography of tourism – analytical assumptions behind the research model. *Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ*. 91 – 105
18. Molina Aguilar, J.C. (2013). Tesis "Urbanización, cultura y poder en San Cristóbal de las Casas. El caso de Barrio de Fátima". Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas: Centro de Estudios Superiores de México y Centroamérica.
19. Organización Mundial de Turismo (2015). La conferencia Mundial sobre el Turismo y Cultura de la OMT y la UNESCO. PR No: 15012. Disponible en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune->. Consultado en 08/05/2017 a 12:10.
20. Organización Mundial de Turismo [OMT] (2018). Definiciones: Comité de Turismo y Competitividad (CTC). España: UNWTO, 1-25. Disponible en: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/ctc_definiciones_es_web.pdf Consultado en 12/06/2018 a 13:25.
21. Peraza Guzmán, M. T. (2000). *Arquitectura y Urbanismo Virreinal*. Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología, Merida, Yucatan: Universidad Autónoma de Yucatán.
22. Ruiz Torres, Á.; López Moya, M.C.; Ascencio Cedillo, E. (2011). Consumidores alternativos: turismo étnico y espiritualidad new age en los procesos de reinención del imaginario urbano

- en San Cristóbal de las casas, México.2011 Revista Pasos: Turismo y Patrimonio, entramados narrativos (5):289 -303
23. SECTUR [Secretaría de Turismo] (1992). Informe de labores 1991-1992. México: Sectur
 24. SECTUR [Secretaría de Turismo] (2015).Sistema de destinos y jerarquización urbana de los Pueblos Mágicos de Chiapas.
 25. Porter, Michael E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press.
 26. Propin Frejomil E. & Sánchez Crispín A. (2002) .Estructura regional de turismo en México. Instituto de geografía universitaria UNAM. (59):386-394
 27. Pulido Fernández J. I. y Sánchez Rivero M. (2010). Competitividad versus crecimiento en destinos turísticos. Un análisis mediante técnicas multivariantes. Cuadernos de Economía 33 (91):159-182.
 28. Ritchie, J. R. Brent, and Geoffrey I. Crouch (1993). "Competitiveness in International Tourism: A Framework for Understanding and Analysis." Proceedings of the 43rd Congress of the Association Internationale d'Experts Scientifique du Tourisme, October 17-23, San Carlos de Bariloche, Argentina: 23-71.
 29. Ritchie, J. R. Brent, and Geoffrey I. Crouch (2000a). "The Competitive Destination: A Sustainability Perspective." Tourism Management, 21 (1): 1-7.
 30. Ritchie, J. R. Brent, and Geoffrey. I. Crouch (2000b). "Are Destination Stars Born or Made: Must a Competitive Destination Have Star Genes?" In Proceedings of the 31st Annual Travel and Tourism Research Association Conference, edited by Norma P. Nickerson, R. Neil Moisey, and Kathleen L. Andereck, June 11-14, Burbank, CA: 306-315.
 31. Secretaría de Gobernación (2013).Programa Sectorial de Turismo 2013-2018. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5326572&fecha=13/12/2013
 32. Sectur [Secretaría de Turismo] (2013), Boletín 22.- El turismo es un sector prioritario para el gobierno de la Republica: EPN. Recuperado el 23/06/2015 de http://189.204.93.66/es/sectur/Boletin_022
 33. Sectur [Secretaría de Turismo] (2013), Boletín 23.- La política nacional turística impulsará el desarrollo de México: Ruiz Massieu. Recuperado el 23/06/2015 de http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_023
 34. Toscano, S (1942). Chiapas: Su arte y su historia coloniales. AnalesIIE08, UNAM p.27-43
 35. Van den Berghe, P. L. (1995). Marketing Maya: Ethnic Tourism Promotion in Mexico. Annals of Tourism Research 22 (3): 586-588
 36. Vignati Scarpati, F. (2009). Gestión de destinos turísticos: como atraer personas a polos, ciudades y países. México: Trillas