

Medición de la competitividad turística en la Subregión Cafetalera ubicada en las Altas Montañas en el estado de Veracruz

Alejandra Aguilera y Ángel Calvario

A.Aguilera y A. Calvario

Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz en el Programa Educativo de Turismo.
ale_aguilera_ros@outlook.com

M. Ramos.,V.Aguilera.,(eds.). Ciencias Administrativas y Sociales, Handbook -©ECORFAN- Valle de Santiago, Guanajuato, 2014.

Abstract

The coffee subregion located in the region of the High Mountains in the state of Veracruz shows diversity of attractions and tourist resources ideal for practicing activities of nature tourism and cultural tourism, however due to the limited information that exists, it is difficult to obtain an overview about the chances of success of tourism development in the subregion, therefore, in this research to measure the competitiveness of tourism in the region is proposed implementing a Likert scale with 10 variables reported by the competitiveness Index analyzes tourist of the Mexican States; in the case of the Coffee Subregion the results of the Likert scale was validated with the information obtained during the field work.

5 Introducción

La medición de la competitividad turística es prioritaria para los países, pues permite diseñar proyectos dirigidos a potenciar las ventajas de los destinos turísticos. Al interior de los estados, y en un marco de desarrollo local, la obtención del Índice de Competitividad Turística a nivel municipal, permitiría promover los destinos turísticos además de intentar incidir en aquellos aspectos que requieran mejorar para incrementar la competitividad de los destinos. [1]

La presente investigación se fundamenta en un análisis de la Región de las Altas Montañas en el Estado de Veracruz, la cual está integrada por 57 municipios, muchos de los cuales presentan recursos y atractivos naturales y culturales susceptibles de aprovechamiento turístico. Sin embargo, no existen investigaciones precedentes, que revelen la capacidad de la Región para el desarrollo de la industria turística, es por ello que el presente equipo de investigadores tomó como referencia la medición de la competitividad turística en una escala municipal.

En México sí existen estudios de Competitividad Turística realizados por el Instituto Tecnológico de Monterrey, quien de manera bianual publica el Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos (ICTEM); sin embargo, no existen cálculos para los municipios, salvo el estudio que se realizó en la Sierra Tarahumara por el mismo Instituto. Es por ello, que en el presente estudio, se busca replicar el modelo de investigación desarrollado en Chihuahua con variantes tropicalizadas al contexto de la Región. En esta primera parte del estudio, sólo se analizan 6 de los 57 municipios, los cuales que estuvieron se encuentran localizados en la Subregión cafetalera: Córdoba, Fortín de las Flores, Amatlán de los Reyes, Naranja, Cuichapa y Coetzala.

El estudio se encuentra dividido en tres etapas de investigación, la primera enmarca las condiciones generales de la Región, brindando un diagnóstico del funcionamiento actual del sistema turístico; la segunda etapa es la propuesta de una subregionalización de donde se derivan la creación de 5 subregiones: 1. Subregión Bosque de Niebla, 2. Subregión Cafetalera, 3. Subregión Pico de Orizaba, 4. Subregión Citrícola y Subregión Náhuatl.

La subregión cafetalera será referida en la tercera parte del estudio ya que a partir de ahí se inició la investigación de campo para validar la información obtenida en la Escala Likert, donde 7 expertos evaluaron las condiciones actuales de la Subregión a fin de obtener una perspectiva general con respecto a las posibilidades de éxito de los 6 municipios al insertarse en la industria turística.

5.1 Metodología

El estudio para la medición de la competitividad turística se dividió en 3 etapas: 1. Un diagnóstico de la región de las Altas Montañas; 2. La propuesta de subregionalización. 3. La medición de la competitividad turística.

1. Diagnóstico de la región de las Altas Montañas.

Como punto de inicio, se realizó una investigación exploratoria a fin de obtener una referencia del funcionamiento turístico de la región, teniendo como base la información generada a través de las escuelas prácticas, proyectos de estadía y actividades escolares que han realizado alumnos del Programa Educativo de Turismo de la Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz, bajo la supervisión de profesores que conforman el Cuerpo Académico “Planificación y Desarrollo del Turismo”. Gracias al trabajo de campo, se obtuvo un diagnóstico de la situación turística actual de la región de las Altas Montañas, de donde se precisa lo siguiente:

- La Región cuenta con atractivos y recursos turísticos tanto naturales como culturales susceptibles de aprovechamiento turístico.
- La presencia de importantes áreas naturales permite a la Región ofrecer actividades ecoturísticas y de turismo alternativo.
- Algunos municipios han sido testigos del desarrollo de hechos históricos trascendentales en la vida del País, sin que eso haya sido aprovechado hasta el momento.
- La existencia de grupos indígenas permite el desarrollo de proyectos de turismo rural. Actualmente el Colegio de Postgraduados Campus Córdoba es la Institución que más ha avanzado en dicho tema y para el logro de sus objetivos, hoy por hoy trabaja de manera conjunta con las comunidades, en la articulación de proyectos de turismo rural.
- No se cuenta con productos turísticos que garanticen la satisfacción de las necesidades del turismo; incluso, se desconoce el perfil del turista.
- La planificación turística es escasa o nula en casi todos los municipios que conforman la Región Altas Montañas.
- Dentro de los municipios no existen estudios turísticos que revelen la composición de su oferta de atractivos y servicios.
- Algunos atractivos naturales como cascadas, grutas y ríos, así como atractivos culturales dentro de los que se encuentran zonas arqueológica, ex – haciendas y construcciones históricas son desconocidos incluso por habitantes de la Región debido a la inaccesibilidad para llegar a ellos así como a la falta de señalamientos.

- La inseguridad presente en la zona es otro factor de riesgo para el desarrollo del turismo, aunado a los difíciles accesos y la falta de vigilancia y control de las autoridades.
- A excepción del municipio de Orizaba, que realiza promoción turística dentro y fuera del Estado, los otros municipios no realizan ninguna estrategia de mercadotecnia fuera de la Región.
- En los últimos años han surgido algunas empresas de turismo de naturaleza así como operadores turísticos dentro de la Región, sin embargo, ante la falta de difusión turística, algunas corren el riesgo de desaparecer.
- Sólo los municipios con mayor actividad comercial como Córdoba, Orizaba, Fortín y Huatusco presentan una planta turística integrada por hoteles, restaurantes, agencias de viajes y operadores turísticos.

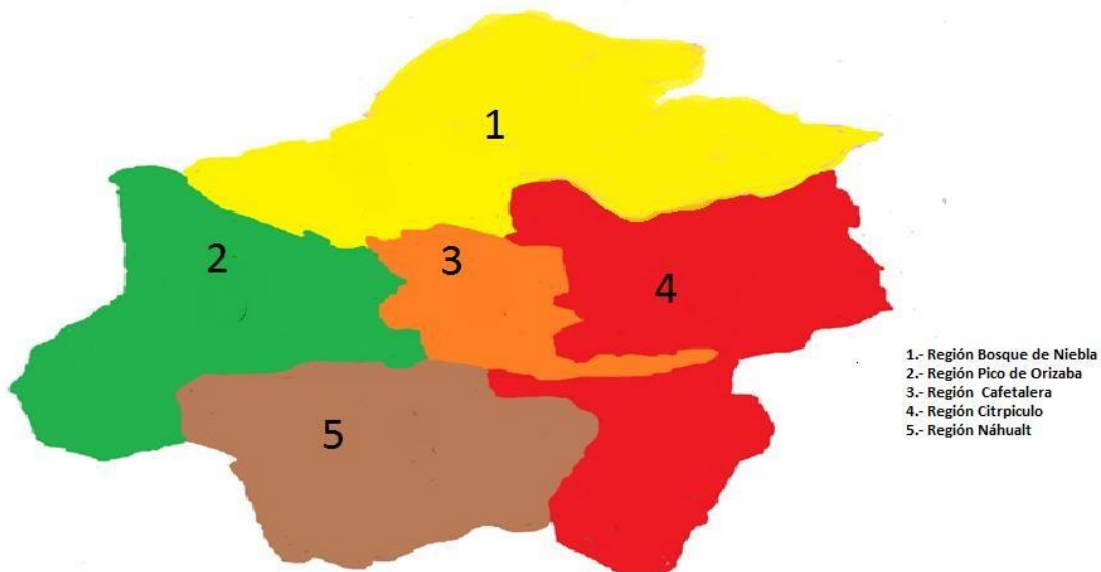
2. Propuesta de Subregionalización.

Como ha sido referido anteriormente dentro del presente estudio, la Región de las Altas Montañas está integrada por 57 municipios, presentando cada uno características complejas de analizar al estudiarse de manera aislada, sin embargo, como propuesta del Cuerpo Académico “Planificación y Desarrollo del Turismo” se llevó a cabo una subregionalización, la cual consistió en agrupar a los municipios dentro de una subregión de acuerdo a variables específicas. Durante esta etapa del proyecto se tomó como referencia la información de campo así como la cartografía disponible de la subregión, se llegó a la conclusión de que al momento de subregionalizar se tomaría en cuenta las siguientes variables:

1. La cercanía geográfica y las vías de comunicación entre los municipios, debido principalmente a que al momento de diseñar un producto turístico, un elemento que resulta indispensable es el tiempo de traslado entre los atractivos, servicios y accesibilidad del destino.
2. Se tomó en cuenta que dentro de la subregión al menos un municipio contara con una planta turística integrada por hoteles y restaurantes, es decir, que pudiese fungir como un centro de distribución turística o de traslado.
3. Se consideraron las similitudes en cuanto a los ecosistemas presentes en las subregiones a fin de homologarlos en un nombre que reflejara la marca turística de las diversas zonas para crear posicionamiento en el turista.
4. Finalmente, se consideró la afinidad para la práctica de actividades turísticas como un elemento indispensable al momento del diseño y comercialización de productos turísticos

Derivado de las variables detalladas, se propone dividir a la Región de las Altas Montañas en 5 subregiones: 1. Región Bosque de Niebla, 2. Región Pico de Orizaba, 3. Región

Figura 5 Cafetalera, 4. Región Náhuatl y 5. Región Citrícola, quedando integradas de la siguiente manera:



Región Bosque de Niebla. Recibe su nombre del Ecosistema Bosque de Niebla presente en algunos de los municipios que la conforman. Está integrada por los municipios de Chocamán, Calchualco, Alpatláhuac, Tomatlán, Coscomatepec de Bravo, Ixhuatlán del Café, Huatusco de Chicuellar, Zentla, Comapa, Tlacotepec de Mejía, Totutla, Tenampa, Tlaltetela y Sochiapa.

Región Pico de Orizaba. Como su nombre lo indica, el Volcán Pico de Orizaba es la marca turística de la subregión que está integrada por los municipios de Orizaba, Ciudad Mendoza, Ixtaczoquitlán, Nogales, Río Blanco, Aculzingo, Aquila, Maltrata, Huiloapan, La Perla, Mariano Escobedo, Ixhuatlancillo, Atzacan, Tlilapan y Rafael Delgado.

Región Cafetalera. Destaca por el cultivo del café, cuyas características son reconocidas a nivel nacional, está integrada por los municipios de: Córdoba, Fortín de las Flores, Amatlán de los Reyes, Cuichapa, Coetzala y Naranjal.

Región Náhuatl. Dentro de los municipios que integran esta Subregión existen comunidades de origen náhuatl que despiertan el interés del turista por sus usos y costumbres. El municipio está conformado por: Zongolica, Xoxocotla, Tequila, Soledad Atzompa, San Andrés Tenejapan, Mixtla de Altamirano, Astacinga, Tehuipango, Texhuacán, Tlaquilpan, Los Reyes, Atlahuilco y Magdalena.

Región Citrícola. Llamada así principalmente por el cultivo del limón persa que es reconocido a nivel internacional. Esta Subregión está conformada por los siguientes municipios: Cuitláhuac, Atoyac, Camarón de Tejeda, Omealca, Paso del Macho, Tepatlaxco, Tezonapa, Yanga y Carrillo Puerto.

La integración de las 5 subregiones permitirá por un lado, agrupar a los municipios que presenten características semejantes y que por lo tanto, compartan atractivos turísticos similares para la integración de clústers y el diseño de productos turísticos, así mismo, este ejercicio abrirá la posibilidad de identificar centros turísticos de traslado que funjan como apoyo en la prestación de los servicios de hospedaje y alimentación que en la actualidad no pueden ofrecerse en lugares que aunque cuenten con los recursos turísticos, no poseen el equipamiento ni la infraestructura necesaria para llevarlo a cabo, por lo que esto es un impedimento que ha frenado el desarrollo del turismo en la región.

Así mismo, gracias a esta subregionalización se facilita el estudio y comprensión de los 57 municipios que integran las Altas Montañas ya que la medición de la competitividad turística se iniciará en la subregión cafetalera, pero este modelo de medición pretende replicarse en las 4 subregiones restantes.

Etapa 3. Medición de la Competitividad Turística.

5.2 Discusión

En la actualidad el término Competitividad es utilizado para referirse a la capacidad tanto productiva como comercial de empresas y organizaciones que pretenden lograr ventajas estratégicas sostenidas dentro de su giro e industria; para lo cual, desarrollan estrategias de diferenciación que les permitan penetrar o permanecer en el mercado de manera ventajosa frente a los competidores.

La competitividad se define como “La capacidad para desarrollar una ventaja competitiva sostenible en el tiempo que permita alcanzar una posición competitiva favorable, al tiempo que se logran resultados financieros superiores y un crecimiento de la rentabilidad sin recurrir a la remuneración baja de los factores de la producción” [2].

Sin embargo, la competitividad también aplica a países, regiones, estados y municipios, que destacan por su capacidad para producir un producto o servicio superando los niveles de calidad frente a otros productos o servicios semejantes. En lo que se refiere a la industria sin chimeneas, son recientes los intentos por medir la competitividad turística; aplicándose principalmente a Estados, pero se ha dejado de lado la medición de la competitividad turística a nivel municipal. Para el caso de México, la referencia más concreta es la medición de la competitividad turística de los Estados, realizada por el Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos del Tecnológico de a través de su publicación bianual “Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos” (ICTEM).

La Competitividad turística se define como “La capacidad de la industria turística de un país para alcanzar sus objetivos (rentabilidad de sus inversiones) por encima del promedio de referencia del sector, de manera sostenida y alcanzar beneficios sociales, económicos y medio ambientales sostenibles.” [2].

Metodología para la medición de la competitividad.

Para el desarrollo del presente estudio, se tomó como referencia un estudio realizado en la Sierra Tarahumara de Chihuahua, por considerarse un antecedente en la medición de la competitividad turística a nivel municipal. [3]

En el estudios de la Sierra Tarahumara, se analizan diez variables sugeridas por el ICTEM y se aplica una “Escala Likert” a ocho expertos en turismos quienes a evalúan las varibles y se obtiene un índice de competitividad a nivel municipal.

En el Caso de las Altas Montañas, el presente grupo de investigadores consideró las diez variables del estudio de la Sierra Tarahumara ya que existe una concordancia entre las características de recursos y atractivos naturales y culturales presentes en ambas regiones, así mismo, se aplicó la “Escala Likert” a siete expertos en turismo, pero además se realizó una investigación de campo para validar la información, la cual estuvo encabezada por estudiantes del Programa Educativo de Turismo. La primera etapa del estudio comprendió la medición de la competitividad en la Subregión cafetalera, pero dicho estudio pretende replicarse en las subregiones restantes.

Las variables definidas para la medición de la competitividad son: 1) Recursos y actividad cultural, 2) Recursos naturales y protección al medio ambiente, 3) Recursos humanos e indicadores educativos, 4) Infraestructura y profesionalización del sector hotelero, 5) Flujo de personas y medios de transporte, 6) Servicios complementarios al turismo, 7) Seguridad pública y protección al ciudadano, 8) Rentabilidad y aspectos económicos, 9) Promoción turística y 10) Índice de Desarrollo Humano.

5.3 Resultados

Para la validación de expertos se aplicaron cuatro instrumentos para la obtención de la información, la técnica fue la escala Likert mediante la cual las personas que participaron en el análisis ponderaron las 10 variables; para la primera parte del estudio se solicitó al experto que evaluara las variables más importantes para el desarrollo de la competitividad turística de la subregión cafetalera, obteniendo que los recursos y la actividad cultural resultaron mejor evaluados.

Las variables que presentan la mejor situación actual son los Recursos y Actividad Cultural, Recursos Naturales, Sector Hotelero y Protección al Medio Ambiente en el mismo orden de importancia, lo cual coincide con la tabla anterior y ha venido respaldándose en la investigación de campo; sin embargo, las variables con la peor situación actual son el Índice de Desarrollo Humano, los servicios complementarios y la seguridad pública, esta última derivada de los fenómenos de delincuencia organizada que ha surgido en los últimos años dentro de la Región.

Al realizar un cruce entre la jerarquización y la evaluación actual de las variables se obtienen los siguiente resultados: Cruce de jerarquización y evaluación por expertos para mapeo.

| Pilar | | Jerarquización | Evaluación actual |
|-------|------|----------------|-------------------|
| 1 | RNAM | 3.4 | 4 |
| 2 | SH | 3.8 | 3.4 |
| 3 | MT | 6.1 | 5.5 |
| 4 | SP | 4.7 | 7 |
| 5 | SC | 6.8 | 7 |
| 6 | PT | 4.5 | 5.8 |
| 7 | RH | 6.4 | 5.1 |
| 8 | RAE | 6.7 | 6.4 |
| 9 | RAC | 4 | 3.1 |
| 10 | IDH | 8.2 | 7.2 |

Fuente: Elaboración propia con los resultados de la opinión de 7 expertos en turismo

La mayoría de las variables presenta una correspondencia entre su importancia para el desarrollo de la competitividad turística y su puntaje de evaluación, salvo la seguridad pública cuya evaluación menor en comparación de la importancia que tiene para la competitividad turística.

5.4 Conclusiones

Los resultados obtenidos de la validación de siete expertos con respecto a las 10 variables que se incluyeron en el presente estudio, revelan que la subregión cafetalera cuenta con atractivos y recursos turísticos suficientes para generar el desplazamiento, dichos resultados coinciden con la investigación de campo realizada; sin embargo, existen factores que frenan el desarrollo turístico de la subregión, dentro de los cuales destacan la falta de servicios complementarios al turismo, la inseguridad que prevalece en la zona y que es un factor de riesgo no sólo para la región sino para una gran parte de destinos turísticos en México, así como los índices de desarrollo humano de la región, como un factor que merma el interés de las personas para desarrollar proyectos turísticos, puesto que en la región se ha observado que se inician pymes turísticas con apoyos gubernamentales y recursos propios, pero ante la falta de capacitación y promoción turística de las microempresas, éstas tienden a desaparecer o ser únicamente funcionales durante periodos vacacionales, sin que se mantenga constante la actividad al menos durante los fines de semana.

Aunado a lo anterior, dentro de la subregión cafetalera es relevante contar con información actualizada tanto de la oferta turística (inventarios de atractivos y servicios) así como evaluar el comportamiento del turismo, considerando el perfil del turista, gasto promedio, lugar de origen o procedencia, gustos e intereses, así como la derrama económica generada, el número de visitas y los niveles de ocupación.

Se requiere la participación activa del gobierno y la sociedad, para mejorar las condiciones actuales de “abandono” en las que se encuentran algunos atractivos, es relevante proteger los ríos y arroyos que aún existen ya que la contaminación es un factor que merma no sólo al turismo sino la calidad de vida de los habitantes de estos municipios.

La planificación turística debe ser un requisito indispensable para todos los municipios ya que en la actualidad sólo aquellos municipios con mayor presupuesto gubernamental realizan planes de desarrollo turístico.

Los municipios que no cuentan con infraestructura ni planta turística, deben iniciar por difundir el turismo regional, como una forma de rescatar su cultura y tradiciones, abriendo la posibilidad de espacios culturales para la población que no cuenta con recursos económicos para realizar viajes turísticos fuera de la región.

5.5 Referencias

Velasco, A. E. M., Jiménez, N. S., & Valdez, J. C. T. (2014). El impacto territorial del turismo en el desarrollo sostenible: el caso de las regiones de México 2000-2010. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 12(2), 357-368.

www.dt.gob.cl/1601/articles-100032_recurso_1.pdf

gtci.com.br/congressos/congresso/2012/pdf/eixo2/Desplas_Solis.pdf

5.6 Agradecimientos

El trabajo fue apoyado por el Programa para el Mejoramiento del Profesorado (PROMEP) a través del proyecto “Cálculo del Índice de Competitividad Turística de los municipios de la Región de las Altas Montañas del Estado de Veracruz”.