



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DEL ESTADO DE MÉXICO

ENSAYO

**“LA EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE MÉXICO Y JAPÓN:
UN ANÁLISIS COMPARATIVO”**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN TURISMO

PRESENTA:

MARIANA BARRANCO CALDERÓN

DIRECTOR DE ENSAYO:

M. EN G.A.P. M. ALBERTO GUEVARA BALTAZAR

REVISORES:

M. EN A.T. MARÍA ELENA UMBRAL MARTÍNEZ

M. EN A. BLANCA ESTELA CHAVARO DE LA TORRE

TEXCOCO, MÉXICO. MARZO 2012

Texcoco, México a 2 de Febrero de 2012

M. EN C. JUAN MANUEL NUÑOZ ARAUJO
SUBDIRECTOR ACADEMICO DEL
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM
TEXCOCO
PRESENTE:

AT'M M. EN F. GUADALUPE LIZETH ARCE CHÁVEZ
RESPONSIBLE DEL DEPARTAMENTO DE TITULACIÓN

Con base en las revisiones efectuadas al trabajo escrito titulado **“La evolución de turismo de México y Japón: Un análisis comparativo”** que para obtener el título de Licenciada en Turismo presenta la sustentante **Mariana Barranco Calderón**, con número de cuenta **0322636** respectivamente, se concluye que cumple con los requisitos teórico-metodológicos necesarios para su aprobación, pudiendo continuar con la etapa de impresión del trabajo escrito.

ATENTAMENTE



Revisor(a)

M. en A. Blanca Estela Chavaro de la Torre



Revisor(a)

M. en A. T. María Elena Umbral Martínez



Director

M. en G. y A.P. Alberto Guevara Baltazar

Sustentante.- **Mariana Barranco Calderón**

Director.- **M en G. y A. P. Alberto Guevara Baltazar**

Titulación.- **A'TN M. en F. Guadalupe Lizeth Arce Chávez**



COPIA

Agradecimiento

Agradezco infinitamente a mis profesores, a el Maestro **Alberto Guevara** Baltazar, a la Maestra **María Elena** Umbral Martínez y a la Maestra **Blanca Estela** Chavaro de la Torre; por su continuo apoyo, esfuerzo, motivación y dedicación puesta en este trabajo, despertando en mi la curiosidad y la pasión por hacer de este ensayo algo mejor. Sin ustedes, este trabajo simplemente no hubiera sido posible. ¡Muchas gracias!

Agradezco a todos mis profesores japonés quienes plantaron en mí una semilla de conocimiento y anécdotas, hecho que me fue de mucha ayuda al realizar este trabajo; así como todos los momentos inolvidables y las satisfacciones en cada uno de los cursos que marcaron mi vida. **A todos mis Sensei: Jige, Kato, Sekine, Esmeralda, Cynthia, Tokiyo y Seiji.** ¡Arigatou Gozaimashita!

Gracias también a la **sección publica de la universidad de Osaka** por responder a mis dudas amable y sinceramente; siendo así el confirmar que Japón como nación y su gente son amables, creativas, inteligentes y atentas.

Es como si para chupar un dulce, a cambio recibirá 100 latigazos, aunque me he dado cuenta de que sin esos latigazos el dulce no sabría tan rico...

Yoshiyuki Sadamoto

Quiero agradecer especialmente a quien no abandono lo que se propuso, por soportar y luchar contra los obstáculos, por seguir el largo camino y crearse nuevos pese a todos los pronósticos. **Gracias Mariana, gracias a Mí.**

La sola diferencia entre yo y un loco, es que no soy loco.

Salvador Dalí

Dedicatoria

El esfuerzo, los desvelos, las preocupaciones y presiones, los altibajos, el mal humor, los conflictos emocionales y las enfermedades.... todo esto se lo dedico a la persona que jamás duda de mi, a la persona que pase lo que pase me apoya incondicionalmente y aunque falle, sigue a mi lado creyendo en mi. La única persona que ha hecho que yo me detenga a pensar prudente y conscientemente, que me da los mas atinados consejos, y que ha sacrificado tanto que no podría jamás pagarle lo que ha hecho por mí. Por apoyar mis ideales, deseos y mis locos sueños. **Gracias madre**, gracias a ti he logrado todo esto.

A todos **mis amigos**, todos y cada uno de ellos. Los amigos de verdad que por el tiempo transcurrido y las acciones, han entrado o siguen en mi vida. Los que simplemente escucharon mis preocupaciones, los que me alentaban y apoyaban, los que no me juzgan y los que no importa que pase, de una u otra forma están conmigo.

Un amigo es el aquel que te da la libertad de ser tu mismo.

Jim Morrison

A **Hachi**, que sin importar cómo, siempre estuvo cuando más lo necesité. Todo evoluciona, pero la esencia nunca cambia y 7 siempre será 7, 8 siempre será 8.

A **Emmanuel Vélez**, mi maestro y gran amigo, quien estuviera presente cuando las situaciones se tornaron sumamente difíciles. Quien apoya y respeta cada una de mis “historias visuales” y porque su enseñanza cubre no solo el dibujo y la pintura, si no la vida misma como un reto constante.

*Prefiero hablar cosas imposibles, por que
de lo posible ya se sabe demasiado.*

Silvio Rodríguez

INDICE GENERAL

	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I. Turismo, evolución y actualidad- Caso México	
1.1 Turismo, evolución y actualidad -Caso México Antecedentes	5
1.1 Turismo actual en México	15
1.2 Instituciones nacionales	17
1.3 Infraestructura	18
1.4 Servicios turísticos en México	18
1.5 Comunicaciones y transportes	21
Capítulo II. Turismo, evolución y actualidad -Caso Japón Antecedentes	25
2.1 El turismo actual en Japón	29
2.2 Instituciones nacionales de Japón	32
2.3 Infraestructura de Japón	33
2.4 Servicios turísticos en Japón	34
2.5 Comunicaciones y transporte	37
2.6 División territorial	40
Capítulo III. Análisis comparativo México-Japón	42
4. Conclusiones	55

Fuentes consultadas	59
Anexos	66
Anexo 1.	67
Anexo 2.	68

Introducción

Cada vez que analizamos el turismo o requerimos efectuar algún diagnóstico sectorial, recurrimos a cuantificar la totalidad de turistas que nos visitan. Pareciera que entendemos que nuestro país es competitivo internacionalmente por poseer un lugar importante en un número de llegadas internacionales; sin embargo, el volumen puede ser un indicador falaz de crecimiento. El verdadero indicador es el beneficio generado. Perseguir cantidades no constituye un pecado, pero el volumen no es la clave de las utilidades. No debe entenderse que los conceptos de cantidad y utilidad son antagónicos, lo que resulta contraproducente es trastocar el sentido del negocio. La finalidad de los negocios turísticos es tener utilidades, el volumen es su multiplicador. Sentado este principio, permítase un pequeño análisis al respecto, considerando una perspectiva de turismo mundial.

México ha conservado su octavo lugar en el ranking mundial, y pasar los 17.1 millones de turistas internacionales en 2005, a poco más de 20.6 millones en el 2010. Ello le ha representado crecer a una tasa anual promedio de 1.6%, una de las tasas de crecimiento más bajas de este grupo de países. Lo dramático del caso es que su participación en el mercado ha disminuido considerablemente, pues de tener un 3.7% del mercado mundial en 2005, en el 2010 sólo posee 3.0%. Si tan sólo para el 2005 hubiera mantenido su cuota de mercado al 3.76% hubiera recibido cerca de 26.3 millones de turistas, es decir, más de seis millones de turistas.

También, se observa un caso que es de destacar, el de China, que en ese período pasó del lugar 12 al 5°. Se dice fácil, pero este movimiento representó más de 20.7 millones de turistas internacionales para ese país. ¡Casi 2.1 millones más de turistas internacionales cada año!

Otro caso es el de Polonia, que avanzó del lugar 27 en 2005 con una afluencia de 3.4 millones, al lugar 12 en el 2010, con 17.4 millones. 14.0 millones de visitantes más en sólo 10 años. Alrededor de 1.4 millones más cada año. En

comparación al crecimiento de México, estos dos países han avanzado significativamente. China ha rebasado a México por concepto de llegadas.

Los datos anteriores nos obligan a cuestionar la posición de México y a pensar si somos realmente competitivos a pesar de estar en la elite de los 15 países más importantes en el ranking mundial. Una visión extremadamente optimista nos haría pensar que sí lo somos, que hemos crecido y nos hemos ubicado en la tabla de los privilegiados. Si la competitividad turística se midiera en forma exclusiva por la cantidad de llegadas internacionales, sí podríamos pensar en que somos competitivos. Sin embargo debemos considerar que nuestro país, a pesar de avanzar en términos cuantitativos, ha perdido posición competitiva. Esto es posible comprobarlo en el decremento de sus cuotas de mercado.

Lo anterior nos obliga a reflexionar sobre las razones de esta pérdida de ritmo de crecimiento en los beneficios derivados del turismo internacional. Un análisis de turismo doméstico nos conduciría a similares conclusiones. ¿Por qué algunos países tienen éxito y otros fracasan en la competencia internacional por el turismo? Esta pregunta bien pudiera ser la más frecuente que se formula actualmente en el sector. Las respuestas son cruciales para las empresas y los destinos que deben competir en mercados crecientemente internacionales.

Reconocida la importancia de la competitividad como acelerador del bienestar y desarrollo de los pueblos, ha despertado una gran cantidad de debates sobre el tema. Se le ha visto como un fenómeno de orden macroeconómico engendrado por variables tales como la depreciación del tipo de cambio, la disminución del interés bancario y déficits públicos. Pero estos supuestos causales no son determinantes, pues países como Japón, Italia o Corea, han disfrutado niveles de vida rápidamente crecientes a pesar de sus déficits presupuestarios; lo mismo sucede con países como Alemania y Suiza a pesar de la apreciación de su moneda y de los altos tipos de interés, como en Italia y Corea.

Algunos sostienen que la competitividad está en función de la abundancia de la mano de obra y de su bajo costo. Pero Alemania, Suiza, Suecia y Japón han prosperado a pesar de sus altísimos niveles salariales y de los largos periodos de escasez de oferta de mano de obra.

Otros argumentan que la competitividad se debe a la cantidad de recursos naturales disponibles. Sin embargo, Alemania, Suiza, Italia, Japón y Corea, han sido países que han tenido que importar la mayoría de materias primas que emplean en su proceso productivo, por tanto, el argumento no es totalmente válido. Se discute también que es la intervención gubernamental la que ejerce la mayor influencia en el logro de la competitividad. Así mismo, las teorías contemporáneas centran su explicación en las prácticas de gestión de las empresas. Ambos argumentos no son tampoco del todo acertados. Diferentes sectores requieren políticas gubernamentales y estilos de gestión muy especiales. El enfoque exitoso en un sector pudiera ser desastroso en otro.

Aunque en los sectores público y privado todos estos enfoques gozan de una aceptación casi unánime, son insuficientes por sí solos para explicar la razón por la que en algunos sectores económicos de ciertas naciones con condiciones desfavorables, han logrado desarrollar ventajas superando a sus competidores.

En ese contexto, el presente ensayo describe el desarrollo evolutivo del turismo en México, a fin de analizar su origen y los cambios más significativos que han marcado su progreso. De dicho marco analítico se desprende un estudio comparativo con Japón, a fin de contrastar sus alcances y limitaciones, resaltando las acciones que se han llevado a cabo correcta o incorrectamente, entre estas dos naciones.

Esta investigación es del tipo teórico-empírico¹ por que en los dos casos se observan los hechos del qué, porqué y dónde del supuesto, tomando como referencia el método histórico y descriptivo. El método histórico es aquel que se vincula al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en sucesión cronológica, para conocer la evaluación y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su

¹ La investigación empírica está basada en la observación de los fenómenos de manera directa por el investigador. Dentro de los niveles de este, se encuentra la investigación descriptiva para explicar el que, por que, de que donde y cuanto. *Mayol, Metodología de la investigación empírica*. Slideshare disponible en: <http://www.slideshare.net/rnma/introduccion-a-la-investigacion-empirica>.

desenvolvimiento y las concesiones históricas fundamentales.² Para este trabajo será necesario descubrir las distintas etapas del turismo en México y Japón a través de su historia y evolución a través de las épocas conforme este haya ido desarrollando y vinculando los hechos del pasado con lo que sucede actualmente y así obtener mejores conclusiones.

Por su parte con el método descriptivo daremos a conocer los aspectos a comparar y analizar³ en este caso del desarrollo y características del turismo en ambos países como será el describir sus políticas turísticas, las empresas involucradas en el turismo de cada país, los servicios con los que cuentan, la infraestructura y la manera en la que cada nación está llevando a cabo el desarrollo del turismo conforme a su cultura, necesidades y competencias.

El uso del método histórico y el descriptivo nos ayudo al análisis del caso, en donde el supuesto, es una solución tentativa al problema de investigación y su validez se comprueba mediante información empírica⁴ se refiere a diferenciar, se logra con la búsqueda de datos y la descripción. Dentro de la investigación empírica se encuentra el nivel explicativo, tal nivel nos ayudara a explicar el por qué del rezago y escaso progreso de turismo en nuestro país. Sera un estudio de caso.⁵

Las técnicas de investigación que se utilizaron son la documental expuesta en forma de libros, revistas especializadas y otro tipo de fuentes (Avilés, 1997). Complementadas con fuentes fueron secundarias, es decir documentos turísticos, publicaciones académicas, así como varias instituciones por Internet.

² “Métodos y técnicas de investigación”, Gestipolis.com disponible en: <http://www.gestipolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>. Consultado el 20 de Abril 2011.

³ Análisis consiste en separar un todo en sus partes componentes para conocer su estructura y funcionamiento. (García, Avilés. 1997)

⁴ Los supuestos son conjeturas acerca de características, causas de una situación específica. Los supuestos no se redactan en términos estadísticos, aunque la información estadística del pasado puede usarse para respaldar o rechazar los supuestos. Puede ser solamente cualitativa y no cuantitativa. (Shmelkes, 1998)

⁵ Los estudios de caso son un examen en amplitud y profundidad de un caso (individuo, acontecimiento, cultura o fenómeno) Mayol. “Metodología de la investigación empírica”. Slideshare disponible en: <http://www.slideshare.net/rnma/introduccion-a-la-investigacion-empirica>. Consultado el 15 de Agosto de 2011.

Capítulo I. Turismo, evolución y actualidad -Caso México

Antecedentes

Después de la colonización y durante la época de la Nueva España, no se concibe en México una actividad turística como tal. Un primer antecedente como base del desarrollo turístico en nuestro país, se dio en 1850 cuando se inaugura la primera línea ferroviaria, la cual iba de Veracruz a El Molino; con 136 kilómetros de longitud. (Jiménez, 1999).

Más tarde, el 16 de septiembre de 1864 se inaugura la línea de servicio entre México y Puebla. Posteriormente en 1873 entre México y Veracruz. Por otra parte, los servicios de hospedaje y alimentación ya habían hecho su aparición. A finales del siglo XVIII el virrey Revillagigedo concedió a don Manuel Antonio Valdez el establecimiento de una casa de alquiler de coches, y para 1805 se establece la Casa de la Diligencia.⁶ Al mismo tiempo se construyen los primeros caminos que comunicaran las minas de oro y plata con centros urbanos o puertos.

Se tiene registro de licencias de mesones en Veracruz tan pronto como finaliza la conquista y comienza la colonia. En México-Tenochtitlán se funda el primer mesón en 1525 (4 años después de la caída de Tenochtitlán) y ese sitio aún opera como el Hostal de Cortés (frente a la Alameda, casi esquina con Reforma).⁷

Anselmo Zurutuza (empresario vasco también introductor de las diligencias) adquiere en 1850 la casa del Marqués del Jaral, adaptándola para que esta

⁶ Esta primera diligencia que corría entre México y Puebla, fue ampliada en 1830 para llegar hasta Veracruz (rodeando por Xalapa). Se construye también una Casa de la Diligencia, sitio en donde los pasajeros podían pernoctar antes de iniciar el recorrido en donde la mayoría de los visitantes eran mexicanos y pasaban a este sitio por su viaje de negocios. Incluso el Palacio de Iturbide en la misma capital mexicana es convertido en casa de diligencias.

⁷ El primer hotel aún en funciones en el plano mundial es el ryokan Hoshi en Komatsu (Japón) con casi 1,300 años de antigüedad. Los *ryokan* son posadas que aún existen en ciudades pequeñas y áreas rurales. Véase: Andrómaco Papúa, Breve historia del turismo en México, (2011) en <http://knol.google.com/k/breve-historia-del-turismo-en-m%C3%A9xico>. Consultado el 4 de Febrero de 2011.

fuera un hotel. Así, antes en el siglo XIX ya habían aparecido los primeros hoteles, que de acuerdo al padre de la hotelería en México, don Lucas Palacio, es la época de los hoteles como Bazar, Gran Sociedad, etc. Para el año de 1874, existen alrededor de 50 mesones en todo México.

Al inicio del siglo XX, para ser exactos en 1903, llegan los primeros automóviles a nuestro país. La infraestructura ferroviaria es la que está en auge con 15,135 kilómetros de vías. Por lo cual, la primera década del siglo XX se caracteriza por el inicio de la construcción de carreteras, aunque estas no son apropiadas.

Los primeros diez años del siglo XX también se marcan por la importancia que se le da a la aviación. El gobierno manda al extranjero a varios pilotos para que estudien y se capaciten en materia de aviación, a la par de que se compran 20 aviones por órdenes de Victoriano Huerta.

Con el inicio de la Revolución en 1910, el conflicto político provocó que el desarrollo turístico estuviera estático. Al terminar esta etapa de conflicto, se inicia una nueva era en nuestro país en varios aspectos, y por consiguiente, el turismo también seguiría su camino.

Al terminar la revolución, México necesita sobre todo, el desarrollo de infraestructura; en donde más énfasis se puso fue en el desarrollo de caminos y el automotriz. Antes de los años veinte México no contaba con un número significativo de visitas de extranjeros y la infraestructura seguía siendo deficiente. Es a partir de 1920 cuando se inicia la construcción de un gran número de carreteras, contando con 28 000 kilómetros; sin embargo estas no son aptas para el turismo. En el año de 1925 se instala en México la compañía automotriz Ford Motor CO., y más adelante llegan la Chrysler Co y General Motors. (Jiménez, 1999) Con la llegada de la Ford, arriba a nuestro país una empresa estadounidense contratada por el gobierno mexicano para la construcción de más carreteras.

En el ámbito de la aviación, a principios de la década de los años veinte, se da un desarrollo importante. En 1921 se otorga la primera concesión aérea a Mexicana de Transportación Aérea S.A dando un servicio regular.

En 1928 se dieron varios sucesos importantes y significativos para el turismo en México. Este año se abren varias rutas aéreas a lo largo de todo el país, y existen ya nuevas empresas entre las cuales destaca Mexicana de Aviación y en el mismo año se funda la primera escuela de aviación civil. Años más tarde, en la década de los años treinta, México comienza a emplear pilotos nacionales, iniciando por parte de las empresas la contratación de pilotos egresados de la Escuela Militar de Aviación.

El desarrollo turístico en nuestro país, aun con ciertas deficiencias sigue creciendo, y en la misma década de los años veinte, el ámbito hotelero crea la Asociación de Propietarios y Administradores de Hoteles y Moteles de México, gracias a don Lucas Palacio, considerado el padre de la hotelería, quien en ese entonces era el administrador del Hotel Imperial. Los hoteles más importantes de la época eran el Geneve, el Mancera, el Regis y el Ritz.

En el mandato de Emilio Portes Gil se crea la Comisión Mixta Pro Turismo, la primera organización oficial de turismo en nuestro país. Ese mismo año, la Asociación Mexicana de Restaurantes se inaugura. Esta asociación ha sido considerada por las autoridades gubernamentales, los organismos del sector empresarial, los laborales, la industria y el comercio como genuino portavoz de la restaurantería del país por el monto de las operaciones de sus socios, además de la calidad e integridad profesional de los mismos.⁸

⁸ La asociación Mexicana de Restaurantes es una Organización Civil de afiliación voluntaria regida por estatutos democráticos, su máxima autoridad es el Consejo Directivo Nacional, quien determina sus fines, políticas, formas de administración, aprueba cuotas y presupuestos, eligen a los consejeros que deben ser socios. Y éstos a su vez, eligen de entre estos a su presidente y a los demás cargos institucionales. Todos ejercen su gestión en forma honorífica sin percibir retribución alguna. AMR, Asociación Mexicana de Restaurantes A.C. desde 1948, ¿Quiénes somos? disponible en: http://www.amr.org.mx/quienes_somos.html. Consultado el 23 de Agosto de 2011.

Un año más tarde se celebra el primer viaje por un grupo de ferrocarrileros. El número de visitantes en este año asciende a 102 820 turistas de los cuales 33,329 son extranjeros.

Con el inicio de la década de los años treinta, la red de carreteras es más grande y en 1931 se crea la Asociación Mexicana Automovilística. Para este entonces, las personas comienzan a viajar buscando centros turísticos. El turismo es principalmente por carretera, gracias a que las motivaciones turísticas de las personas incrementaron y es así que Secretaria de Comunicaciones y Obras Publicas (SCOP), construye la importante carretera entre México y Guadalajara, la cual a su vez conecta con otras comunidades importantes. Este hecho marca el inicio de la búsqueda por el verdadero interés y la planeación de la infraestructura para el turismo.

En 1933 se inician también, el apoyo a la construcción de infraestructura aeroportuaria declarándose la Ley de Subsidios de Aviación. Cinco años antes Mexicana de Aviación adquiere el avión que arribó de Brownsville a México por el famoso piloto Charles Lindbergh (Jiménez, 1999). En el mismo año el vuelo por Express Aéreo hacia la ciudad de Los Ángeles es inaugurado. Años después, en 1934, gracias a capital privado se funda Aeronaves de México.

Cuando se da la expropiación petrolera, tintes políticos y económicos provocan que Estados Unidos comience una campaña de desprestigio contra México, hecho que obviamente, afecto al turismo. En este contexto se crea Club de Viajes Pemex para promover el turismo y el uso del automóvil originario de Estados Unidos ya que son turistas de este país quienes más visitaban México. Pese a los esfuerzos, el turismo extranjero disminuyo. Sería cuestión de tiempo pues pasada la segunda Guerra Mundial, bajo la presión de no poder viajar a otros países extranjeros, los norteamericanos ven en México un destino más seguro y fácil de visitar.

A la mitad de los años cuarenta inicia la era del turismo moderno, que significó no solo la revolución en la forma de viajar sino que también del turista y de cómo este concebía ahora la práctica turística en el siglo XX. Varios ámbitos a nivel mundial se muestran en pro del desarrollo de esta actividad con los grandes avances tecnológicos en la aviación como la aparición del Jet y otros modelos aeronáuticos. El ámbito hotelero a nivel mundial sufrió cambios positivos con nuevas propuestas de administración y la oferta de otra clase de servicios como los paquetes para el turista. En esta misma década ya circulaban un número importante de autos, camiones y autobuses, además de que el gobierno mexicano compra el ferrocarril Kansas City-México y Oriente.

Tras los grandes cambios y avances que se dieron a nivel mundial, México clasificó varios aeropuertos internacionales los del Distrito Federal, Mérida, Tapachula, Nuevo Laredo, Tampico y Hermosillo en 1943 (Jiménez, 1999). Por su parte, en el área del hospedaje se crea la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de México así como la Asociación de Agencias de Viajes en 1942.

Es a partir de 1945 que México entra en esta etapa de turismo moderno, después de plantearse que este es un fenómeno económico que puede estabilizar al país y darle muchos beneficios. Es Miguel Alemán Valdés, presidente de la república mexicana de 1946 a 1952, quien ve en el turismo una gran oportunidad de crecimiento económico para el país, en donde se consideraron ciertas aéreas a fomentar como caminos y transportes, el alojamiento, los atractivos turísticos y la capacitación técnica de personal.

Con el siguiente presidente, Adolfo Ruiz Cortines cuyo mandato fue de 1952 a 1958, se reconoce al turismo como factor económico, por lo que se decide que esta actividad sea mayormente impulsada en nuestro país, pues aun se deslumbra la falta de conocimiento estratégico y de planeación en México a comparación de otras naciones. Cortines declara durante su campaña que si bien el turismo es benéfico para el desarrollo económico, no se debería permitir que se dañaran las costumbres y cultura. Tanto Miguel Alemán como Ruiz Cortines, identifican al turismo como una actividad económica importante, sin embargo faltaría mucho camino que recorrer.

En 1949 es terminada la carretera de gran importancia para el turismo internacional; la de México-Laredo (Jiménez, 1999). Cuatro años más tarde, se efectúa el primer Congreso de Turismo Interior para el impulso del turismo internacional y mejorar el interior.

En conclusión, para el año de 1955 ya se habían terminado varias carreteras, existía una flotilla de 13, 300 autobuses, se había construido la primera terminal de autobuses en Guadalajara y se inicia una importante acción para la comunicación directa con Europa en el ámbito turístico. Entre 1950 y 1955 se acordó la autorización con Francia y Holanda el establecer servicios aéreos. Es así que nace el primer vuelo Paris-México que realiza Air France.⁹

A finales de la década de los años 50, México es altamente competitivo con sus atractivos naturales y culturales, además de la ventaja por su localización geográfica. Tiene varios aspectos a favor, y hacía falta que todo se uniera en una fuerza con el fin de promocionar debidamente el turismo.

Mundialmente el turismo obtiene un gran auge, gracias a hechos ocurridos en pro a esta actividad y sobre todo por la llegada del *jet* en los años sesenta. Por su parte en México, la presión de Estados Unidos lo perjudica ya que el país del norte inicia una especie de campaña de desacreditación después de que México se declarara de política independiente. El turismo de México disminuye. Para esas fechas se había entendido por el gobierno mexicano, que el turismo es más que una industria, ya lo concebía más bien como un medio de paz y entendimiento entre las culturas y es así que se decreta el 1° de Enero de 1999 el Departamento de Turismo como autónomo, dependiente del poder ejecutivo y federal (Jiménez, 1999).

Esta concepción sobre el turismo continuó durante la década de los años sesenta con los mandatos de Adolfo López Mateos y Gustavo Díaz Ordaz. Ambos presidentes entendieron que el turismo era de suma importancia para el

⁹ En 1954 se vuelve a celebrar un convenio entre México y Francia para volar la ruta Paris-Nueva York-México y viceversa. En ese mismo año se firman acuerdos con los gobiernos de Cuba y Costa Rica. En 1956 en México operan ya más de 20 empresas. (Turismo, estructura y desarrollo, Alfonso de Jesús Jiménez Martínez, 1999.)

desarrollo económico del país y que esta actividad debía ser tomada en serio por los beneficios que esta traía consigo, como el hecho de compartir culturas y folclor.

Durante los años sesenta se dio un acontecimiento de gran importancia para el país; los juegos olímpicos que se celebraron en la ciudad de México de 12 al 27 de Octubre de 1968. Este hecho debería haber sido de gran expectativa y esperanza pues las celebraciones internacionales, son siempre beneficiosos para el país anfitrión, sin embargo, y como es un bien sabido, México se encontraba en un terrible conflicto social y político; un hecho que en la historia de nuestro país marco a su población y culmino en tragedia. Aunado a eso, varios deportistas habían venido antes de las olimpiadas llevando información a Europa en donde se escuchaban comentarios del país referentes a la altitud y lo difícil que las competencias podían tornarse para los competidores que no estaban acostumbrados a ella. Se decía también por los extranjeros que nuestro país no era apto para llevar a cabo un evento deportivo tan importante debido al espacio y organización. Pese a los problemas precedentes a la celebración de los juegos olímpicos, estos se llevaron a cabo y se recibieron a más de un millón de turistas de todas partes del mundo.

Durante los años sesenta los presidentes se dedicaron a impulsar lugares con potencial turístico como lo fueron Acapulco, Tijuana, Mérida, Cozumel, entre otros sitios con características naturales y geográficas propicias para el turismo.

Sería poco tiempo después que se mostraría un desequilibrio. El turismo debía ser tomado más en serio, a través de su organización y conciencia de todos los participantes en esta actividad. Se había perdido de vista el no dañar a las comunidades receptoras los centros turísticos como tales, esto tarde o temprano atraería consecuencias.

Fue así que el gobierno se preocupó por la construcción de infraestructura iniciando con la aérea, ello impulsó a la promoción de los centros turísticos y un hecho de suma importancia. Aunado a esto, museos en el Distrito Federal,

el regional de Querétaro, del Fuerte Bacalar en Quintana Roo y los de la Casa de Morelos en Ecatepec, Estado de México, fueron puestos en servicio.

A finales de la década de los sesenta, los turistas extranjeros que mas visitaban nuestro país eran estadounidenses y el transporte más importante en aquel entonces era el terrestre, por lo que bajo esta necesidad, el Departamento de Turismo pone en servicio a “los Ángeles verdes”.¹⁰

La promoción del turismo en nuestro país continua, por diversos medios impresos, hacia otros países, y de igual manera se continúa con la mejora de la oferta al turismo por nuestros recursos. Se iniciaron remodelaciones y trabajos a favor de importantes centros turísticos como Teotihuacán, palenque entre muchos otros.

Para 1970 se cuestiona el fin real del turismo y se plantean verdaderas necesidades, así como el replantearse cuáles son las verdaderas metas de este y como deben llevarse a cabo. También, en esta década sucede la gran crisis internacional por el petróleo, lo que detuvo en cierta forma el desarrollo de la actividad turística que se había tenido los últimos años.

Durante la década de los setenta internacionalmente los gobiernos e instituciones se dedicaron a establecer las verdaderas metas del turismo y de su estudio de manera formal y seria. En cuento a México se inicia una replantación en el desarrollo nacional y un cambio de concepción. Como resultado a todo el replanteamiento, en el turismo se vio un punto fuerte y a favor en la promoción del turismo de sol y playa lo que provocaría el aumento de divisas.

¹⁰ Unidades que radio patrullan y brindan apoyo a los viajeros que recorren las carreteras del país durante todo el año. Su número de auxilio de marcación rápida es el 078.

La crisis sigue afectando y en el ámbito aéreo son los vuelos *chárter*¹¹ que decaen. Surgen nuevos vuelos y tarifas y para finales de los años setenta, la política turística se replantea. Los presidentes en esta década, Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), y José López Portillo (1976-1982), se dan cuenta de que el turismo mexicano no marcha del todo bien, que los centros turísticos más importantes tienen problemas y un caso especial es el de Acapulco que es por sí solo un contraste entre lo bello y cautivador, y por otro lado, sucio y descuidado. Bajo este hecho surge el Fideicomiso de turismo obrero en 1978 (Jiménez, 1999); para orientar esta vez, el turismo mexicano al mercado nacional.

Al inicio de 1980, la tarea era difícil; los vuelos y participación anual habían decrecido considerablemente comparados con el inicio de 1970, que pese a que en esta se promulga la Ley Federal de Fomento al Turismo y que por ende se crearían la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo y se constituyeron empresas ejidales y comunales en las zonas de desarrollo turístico; así como la fusión de INFRATUR y FOGATUR para convertirse en FONATUR; estos esfuerzos al final de la década, desecharon cifras bajas a comparación de otros años en la industria turística. Iniciaba un reto para el país, y la creación de la Secretaría de Turismo¹² debería tomar grandes acciones para cambiar estos hechos.

¹¹Es aquél que no se comercializa por los canales habituales de venta. Algunos tipos de vuelos chárteres son aquellos en los que se alquila un avión a una aerolínea con el fin de no ceñirse a los horarios de las rutas comerciales, o el alquiler de un avión con el fin de llevar un grupo de personas en exclusiva. Véase: Transporte por avión-chárter- disponible en:

<http://es.wikipedia.org/wiki/Ch%C3%A1rter>, consultado el 2 de febrero de 2011.

¹² 1974, 28 de enero se publicó la Ley Federal de Fomento al Turismo y congruentemente con dicho ordenamiento, el 27 de diciembre se publicó el decreto que elevó a rango de Secretaría de Estado al Departamento de Turismo, otorgándole una mayor estructura capaz de atender sus nuevas atribuciones, así como mayores recursos presupuestales, destinados a la planeación y desarrollo de la actividad turística. Véase: SECTUR (Secretaría de Turismo)- Antecedentes históricos disponible en:

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Antecedentes_Historicos_de_la_Secretaria_de_T consultado el 24 de enero de 2011.

Con respecto a las redes aeroportuarias en 1981 son un total de 49 (Jiménez, 1999) por toda la republica mexicana. Un año antes se había publicado otra Ley Federal de Turismo, pero en 1982 se someten algunos cambios en ella en cuanto a inversión, promoción y otros aspectos. Esto duraría poco, pues más tarde, en 1984 se publica una nueva ya en el periodo avanzado del turismo moderno en México.

La crisis sigue afectando por lo que el desarrollo en general no es fluido. De 1970 a 1980 el número de cuartos en el servicio hotelero se había duplicado, se abrieron varias escuelas para la capacitación en el ámbito turístico; entre ellas la del Estado de México y el IPN (Instituto Politécnico Nacional), etc. Sin embargo a mitad de los años ochenta México sigue sufriendo por problemas económicos mientras que otras naciones ya habían superado el gran golpe por la crisis de los años 70. Así, mientras otros países veían la crisis como algo pasado, nuestro país apenas continuaría con este hecho deplorable.

Al final del gobierno de López Portillo (1976-1982), quien en su campaña adopto el lema de “Quiero administrar la abundancia”¹³, anuncio en su último informe de gobierno que México estaba atravesando por una fuerte crisis. Una crisis que afecta todos y cada uno de los sectores económicos de una nación, el peso se devalúa por lo que se detiene el progreso y lo estanca tristemente después de que al inicio en el sector turismo se establecieron un ingreso mayor al de las importaciones.

El mercado descenso en las cifras del sector turístico empieza a mejor pasando 1983 y comienza una nueva concepción en el turismo. Se hablaba de un “Nuevo orden mundial”¹⁴. Un gran número de organizaciones bancarias e

¹³ Club Planeta, Economía-José López Portillo disponible en: http://www.economia.com.mx/jose_lopez_portillo.htm consultado el 26 de enero de 2011.

¹⁴ La expresión “nuevo orden mundial” se ha usado para referirse a un nuevo período de la historia pretendiendo de este modo que hay pruebas de cambios dramáticos en las ideologías políticas y en el equilibrio de poderes. El primer uso de esta expresión aparece en el documento de los catorce puntos del Presidente Wilson haciendo un llamado después de la primera guerra mundial para la creación de la Liga de Naciones, antecesora de las Naciones Unidas. Véase: Artículo “nuevo orden mundial” disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Nuevo_orden_mundial, consultado el 10 de enero de 2011.

instituciones se esforzaban por dar apoyo y financiar proyectos turísticos en los ochenta.

Esta década se marco un cambio notable en la sociedad. La manera de pensar y el comportamiento sufrían de cambios, liberación y expresión sonaban en las voces de las personas. Estos cambios se vieron también en el turismo, pues con una nueva ideología, la gente comenzaba a percibir al turismo de manera diferente, practicando nuevas formas de viajes. Sin embargo, debería ahora empezar a preocuparse de nuevo, por el cuidado de la cultura y los centros turísticos para que esto no se viera afectado ni deteriorado.

Con el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) se inicia un fuerte impulso al turismo mexicano promocionándolo al mercado estadounidense y europeo, empezando megaproyectos que tenían también el fin de crear nuevos empleos capacitando al personal.

Durante este sexenio se construyeron varias carreteras, lo cual fue una muestra de la gran importancia que se le dio al incremento de infraestructura en nuestro país en esos años. También, fue en el gobierno de Salinas que se firma el Tratado de Libre Comercio (TLC) en 1992 con Estados Unidos y Canadá con los presidentes George Bush y el primer ministro Brian Mulroney respectivamente¹⁵. Esto podría haber sido una excelente jugada por parte de México con el pasar de los años pues el comercio de nuestro país en estos dos países había sido abierto, sin embargo, se cometerían varios errores y se tendrían más deficiencias en el ámbito turístico para que éste Tratado le hubiese sido benéfico, aun en la actualidad.

Precedió el sexenio de Ernesto Zedillo Ponce de León hasta el año 2000. Durante su gobierno, el Programa de Desarrollo del Sector Turismo (1995-200) se oriento a fortalecer la competitividad y sustentabilidad de los productos turísticos mexicanos, lo que coadyuvarían a la creación de empleos, la

¹⁵ “Carlos Salinas de Gortari” *Wikimedia Project (2011)*, disponible en: http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/publicaciones/publi_quepaso/salinas_de_gortari.htm, consultado el 15 de Febrero de 2011.

captación de divisas y el fomento de desarrollo regional.¹⁶ Así se dieron nuevas estrategias para investigar el mercado manera de satisfacerlo y estar en un nivel competitivo aceptable.

1.1 Turismo actual en México

Del 2000 al 2006 gobernó Vicente Fox Quezada con quien se replantea, nuevamente, que el turismo es una actividad económica que puede levantar al país y que es de suma importancia prestarle atención inmediata, por ello se declaró que esta actividad sería una prioridad en México, sin embargo el punto que más sobresalió y que se trató durante este tiempo, fue la concepción del turismo como “sustentable”.¹⁷ Por primera vez el Plan Nacional de Turismo presenta la planeación estratégica del turismo de México con una visión a 25 años:

En el año 2025 México será un país líder en la actividad turística, ya que habrá diversificado sus mercados, productos y sus destinos y sus empresas serán más competitivas en los ámbitos nacional e internacional. El turismo será reconocido como pieza clave en el desarrollo económico y su crecimiento se habrá dado con respeto a los entornos naturales, culturales y sociales, contribuyendo al fortalecimiento de la identidad nacional (p.4).¹⁸

¹⁶ Magaña Carrillo Irma, “La política turística en México desde el modelo de calidad total: un reto de competitividad. *Economía, Sociedad y Territorio, Vol., Núm.30*, mayo-agosto, 2009, pp.515-544, El colegio Mexiquense, A.C. México. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/inicio/ArtPdRed.jsp?;Cve=11111267008>; consultado el 4 de febrero de 2011.

¹⁷ Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa en su experiencia de viaje.

¹⁸ Magaña Carrillo Irma, “La política turística en México desde el modelo de calidad total: un reto de competitividad. *Economía, Sociedad y Territorio, Vol., Núm.30*, mayo-agosto, 2009, pp.515-544, El colegio Mexiquense, A.C. México. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/inicio/ArtPdRed.jsp?;Cve=11111267008>; consultado el 4 de febrero de 2011.

Bien lo dice Irma Magaña en su documento La política turística en México desde el modelo de calidad total: un reto de competitividad del 2009: *“Pareciera que el gobierno mexicano solo ha concebido al turismo como una actividad económica y no los ha estudiado como un fenómeno social...”*

1.2 Instituciones Nacionales

La institución que coordina el sector turístico en México es la Secretaría de Turismo (SECTUR) que contempla como tarea principal impulsar el desarrollo apoyando la promoción y el desarrollo de los servicios. SECTUR cuenta con subsecretarías que apoyan la labor de esta, entre las cuales están la Subsecretaría de Operación Turística, Subsecretaría de Planeación Turística y Subsecretaría de Innovación y Calidad.

Otra institución encargada de planear y desarrollar centros turísticos competentes y a nivel internacional es el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), que nace en 1974 para otorgar créditos para estimular la inversión turística y su infraestructura.

Por su parte, el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), diseña y opera todas las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, proporcionando información especializada a nacionales y extranjeros.

En México también opera la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles cuyos objetivos principales como institución se encuentran el fomentar el incremento de los establecimientos dentro de la organización, lo que permitirá el aumento de nuestra representatividad, participar en la formación y preparación técnica de personal que preste sus servicios en los establecimientos de hospedaje, organizar reuniones, congresos y exposiciones en beneficio de la hotelería organizada, participar activamente en el proceso de desarrollo de la actividad turística del país, en beneficio de sus asociados y de la economía nacional,

entre otros.¹⁹ Como ya se mencionó en este escrito, la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles tiene su historia desde 1941, fecha desde la cual trabaja con este nombre y cuyo primer representante fuera Don Lucas Palacio.

1.3 Infraestructura

Actualmente hay conexiones terrestres por autobús gracias a las carreteras que cubren el espacio terrestre de nuestro país. Existen autopistas privadas que, si bien son menos económicas que las estatales, sí son mejores, más seguras y rápidas. Así mismo contamos con puertos de cruceros de los cuales lo más importantes en nuestro país están en Cozumel, Acapulco, Tápico, Zihuatanejo/Ixtapa, Manzanillo, Puerto Vallarta y Mazatlán. Hay barcos con servicios regulares de pasajeros que llegan a México desde Estados Unidos, Suramérica y Australia.

En cuanto a los aeropuertos, el principal es el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México Benito Juárez, a 13 km de la capital. Otros aeropuertos importantes son principalmente, el aeropuerto internacional de Toluca Licenciado Adolfo López Mateos, el de Guadalajara (GDL) (Miguel Hidalgo) que está a 20 km. al sureste de la ciudad; el de Acapulco (ACA) (General Juan N. Álvarez), a 26 km. al sureste de la ciudad; y el de Monterrey (MTY) (General Mariano Escobedo), a 24 km. al noreste de la ciudad.

1.4 Servicios turísticos en México

Primero debemos entender como servicios (también conocido como sector terciario) como el sector económico que engloba todas aquellas actividades

¹⁹ "Historia", *Sitio Oficial de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles* disponible en: <http://www.hotelesmexicanos.org/Historia>, consultado el 27 de Marzo de 2011.

que no producen bienes materiales de forma directa, sino servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades de la población.²⁰

Esto incluye subsectores como lo son el comercio, los transportes, las comunicaciones, finanzas, el turismo, espectáculos, la administración pública y los denominados servicios públicos, así sea que los preste el Estado o la iniciativa privada (sanidad, educación, atención a la dependencia), etc.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) los nueve sectores que constituyen en México la actividad Servicios Privados no Financieros²¹ son:

1. Transportes, correos y almacenamiento.
2. Información en medios masivos.
3. Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles.
4. Servicios profesionales, científicos y técnicos.
5. Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación.
6. Servicios educativos.
7. Servicios de salud y de asistencia social.
8. Servicios de esparcimiento, culturales, deportivos y otros servicios recreativos.
9. Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas.

El sector de servicios se compone por aéreas “suaves”²² de la economía a saber:

²⁰ Ensayo “Sector servicios en México” disponible en: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Sector-Servicios-En-M%C3%A9xico/96780.html>, consultado el 29 de marzo 2011.

²¹ Ibídem

²² Ibídem

- Seguros.
- Turismo.
- Actividades financieras.
- Comercio: al por mayor y al por menor.
- Educación.
- Restaurantes.
- Franquicias.
- Industria del ocio incluyendo la industria de grabación, música, radio, televisión y cine.
- Informática y tecnología.
- Transporte.
- Cuidados personales y de salud.
- Servicios a empresas como consultoría, inversión y asesoramiento jurídico.
- Comunicaciones (prensa, televisión, radio e internet)

En México existe una diversa oferta del servicio hotelero, la cual varía desde modestas posadas, hostales, cuartos en renta, albergues, bungalós, hoteles sin clasificación, hasta hoteles 5 estrellas y de cadenas internacionales. Por supuesto el uso de estos servicios varía de acuerdo a lo que se pueda invertir y a la preferencia del turista. En nuestro país la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles es quien regula este sector, quien determina que clasificación obtiene cada uno de estos establecimientos. Por otra parte si el hotel cuenta con el ISO 9000²³, su valor en calidad como prestador de servicio aumenta.

Así mismo, se ha adoptado un definitivo estilo occidental al estilo de las grandes franquicias hoteleras. La mentalidad del turista mexicano indica que entre más lujoso sea el hotel, es mejor y la existencia de piscina en estos es de gran importancia pues recordemos, el turista mexicano se caracteriza por preferir el turismo de sol y playa, por lo que el plus de la piscina en las

²³ **ISO 9000** es una familia de normas relacionadas con los sistemas de gestión de la calidad, elaboradas por el Organismo Internacional de Organización, más conocido como ISO.

instalaciones del hotel aumentan el valor para hospedarse en ciertos hoteles. Es en esta parte donde también entra el Distintivo H²⁴ pues cada hotel o servicio de hospedaje cuenta con servicios de alimentos y bebidas.

A continuación se muestra una lista en orden alfabético con las cadenas hoteleras²⁵ mexicanas más conocidas.

<ul style="list-style-type: none"> • <u>Avalon</u> • <u>Barceló</u> • <u>Best Western</u> • <u>Brisas Hotels & Resorts</u> • <u>Camino Real</u> • <u>City Express</u> • <u>Crowne Plaza</u> • <u>Dreams</u> • <u>El Cid</u> • <u>Emporio</u> • <u>Fairmont</u> • <u>Fiesta Americana</u> • <u>Fiesta Inn</u> • <u>Four Seasons</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Hilton</u> • <u>Holiday Inn</u> • <u>Howard Johnson</u> • <u>Hyatt</u> • <u>Iberostar</u> • <u>Ibis</u> • <u>Marriott</u> • <u>Mayan Resorts</u> • <u>Mision</u> • <u>NH Hotels</u> • <u>Occidental</u> • <u>Omni</u> • <u>One Hotels</u> • <u>Palace Resorts</u> • <u>Palladium</u> 	<ul style="list-style-type: none"> • <u>Park Royal</u> • <u>Presidente InterContinental</u> • <u>Pueblo Bonito</u> • <u>Quality Inn</u> • <u>Quinta Real</u> • <u>Radisson</u> • <u>Real Resorts</u> • <u>Riu</u> • <u>Secrets</u> • <u>Sheraton</u> • <u>Solaris</u> • <u>Tesoro Resorts</u> • <u>Villa Group</u> •
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Hoteles de cadena –Bestday-²⁶

1.5 Comunicaciones y transportes

En este rubro principalmente se encuentra la Secretaría de Comunicaciones y transportes, cuyas funciones son las de realizar programas en el desarrollo del transporte y las comunicaciones de acuerdo a las necesidades del país.

Entre otras actividades también regula, inspecciona y vigila los servicios públicos como lo son correos y telégrafos de México, así como los servicios

²⁴ Distintivo que la secretaria de Turismo otorga a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas que manejan sus insumos con altos índices de higiene y que de manera voluntaria, lo solicitan y cumplen con los requisitos establecidos en la **MNX.F-605-NORMEX-2004** Alimentos- y Manejo higiénico en el servicio de alimentos preparados para la obtención del distintivo H. Distintivo H disponible en: http://www.imnc.org.mx/distintivoh_c_240.html. Consultado el 23 de Septiembre de 2010.

²⁵ Hoteles de cadena disponible en: <http://www.bestday.com.mx/HotelesCadena/>, consultado el 26 de marzo de 2011.

²⁶ Ibídem

privados de telefonía fija e inalámbrica. También se encarga de la regulación y administración de los aeropuertos nacionales, concediendo los permisos para la construcción de aeropuertos particulares y vigilar su operación. Y en cuanto a las vías férreas le incumbe su construcción, con sus patios y terminales, la vigilancia técnica, funcionamiento y operación.²⁷

En México existen varios tipos de servicios de redes de autobuses como los autobuses urbanos y los autobuses de larga distancia, de los cuales deben ser cómodos y modernos, sin embargo, los autobuses rurales suelen estar en muy mal estado. Las líneas de autobuses más famosas en nuestro país son: Omnibus, ETN, PrimeraPlus, ADO, Flecha Amarilla, ABC Baja California, Estrella de Oro, Transportes Chihuahuenses, Estrella Blanca, Futura, Futura Plus, TNS Norte de Sonora, Grayhound y Autobuses Americanos.²⁸

La red del metro en México cubre solamente Distrito Federal y Área Metropolitana así como la Ciudad de Guadalajara, Jalisco. El servicio en el Distrito Federal es barato y da un servicio de las 5 de la mañana de lunes a sábado, y a las 7 de la mañana los domingos, cerrando todos los días a la medianoche. Hay mucha frecuencia de trenes, pero estos suelen estar abarrotados en las horas pico. No es un transporte muy seguro y la limpieza no es característica de este servicio.

Por su parte, el servicio en Guadalajara está compuesto por dos líneas y 28 estaciones. A su vez como complemento dispone de un pre-tren que se inicia en la estación Juárez del metro (Línea 2) y llega hasta la terminal de autobuses de Zopopan. Su fecha de apertura fue el 1 de Septiembre de 1989, con la línea

²⁷ Comunicaciones y transportes"-Articulo- Disponible en: [http://es.wikipedia.org/wiki/Secretar%C3%ADa_de_Comunicaciones_y_Transportes_\(M%C3%A9xico\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Secretar%C3%ADa_de_Comunicaciones_y_Transportes_(M%C3%A9xico)) consultado el 13 de marzo de 2011.

²⁸Autobuses-Líneas de Autobuses y camiones de pasajeros en México. Disponible en: http://www.superpaginas.com.mx/Turismo_Tourism/Transporte_Transportation/autobuses_lineas_de_autobuses_y_camiones_de_pasajeros_en_mexico.html. Consultado el 11 de Marzo de 2011.

y el tramo Periférico Norte A Periférico Su horario de funcionamiento es el mismo con el que opera el Metro de la Ciudad de México.²⁹

Por otra parte el servicio náutico se desarrollo a través de barcos; todos los días hay transbordadores de vapor que unen Mazatlán y La Paz (Baja California) y Guaymas y Santa Rosalia. Otros unen varias veces por semana La Paz y Topolobampo, y Puerto Vallarta y Cabo San Lucas. Algunos cruceros por la costa occidental paran en puertos del Pacífico como Mazatlán, Puerto Vallarta y Acapulco.

MSC es, por citar un ejemplo, una compañía de cruceros de lujo en nuestro país, que si bien no somos una sociedad acostumbrada al viaje por barco, gusta mucho de las personas con los recursos para pagar por este servicio y por los turistas que vienen a nuestro país para practicar turismo de sol y playa.

En nuestro país las principales compañías aéreas son Aerocalifornia, Aerolitoral, Aeromar, Aeromexico, Alma de México, Aviacsa, Avolar. Volaris, Vivaaerobus, Líneas Aéreas Azteca, Interjet, Magnicharters y Mexicana de Aviación. Cada una de estas empresas ofrecen una gran variedad de servicios y tarifas, de acuerdo a sus equipos aéreos, a las escalas en los vuelos y el tipo de servicio que ofrecen en cada vuelo.

Otro servicio de transporte es el taxi. Estos se encuentran organizados en sitios disponibles en aéreas estratégicas como terminales, aeropuertos y calles o avenidas importantes. Los taxis oficiales de cada terminal y aeropuerto so más caros que los que se puedan tomar cuando pasan en cualquier calle. Los taxis de tipo Turismo, que se paran en la puerta de los grandes hoteles y no disponen de taxímetro. Un servicio de taxis mejor y seguro esta en paradas de compañías identificadas, o frente a hoteles. En general, el precio se negocia con el conductor, salvo cuando hay un taxímetro o bien, la tarifa está determinada desde que se compra el ticket en la taquilla de la terminal o central del aeropuerto.

²⁹ Metros del mundo. Disponible en: <http://www.metrosdelmundo.com.ar/americaldelnorte/mexico/metro-guadalajara.php>. consultado el 25 de septiembre de 2011. Consultado el 12 de Septiembre de 2011.

Aunado a ello, cuenta con un gran espacio y la nobleza de todo tipo de zonas naturales, desde playas y selvas, hasta pueblos y ciudades de distintos estilos arquitectónicos y distintos atractivos; clima variado por todo el territorio nacional. Esto propicia el desarrollo y construcción de la infraestructura del transporte y otros servicios para la actividad turística.

Como hemos podido apreciar México posee recursos naturales, infraestructura y servicios para el desarrollo de la actividad turística, tiene historia, cultura diversa y tradiciones tan ricas que son de gran atractivo para las personas extranjeras, además de que cuenta con mano de obra calificada. Entonces, ¿Por qué no hemos podido dar un paso significativo en el sector turístico? ¿Por qué seguimos sin estar a la altura de países que tienen igual o menos recursos naturales que el nuestro?

Este ensayo busca dar respuesta a estas y otras preguntas, por lo que describe la evaluación del caso japonés, a fin de medir hacia dónde vamos y por qué no se ha hecho adecuadamente.

Capítulo II. Turismo, evaluación y actualidad- Caso Japón

Antecedentes

Fue al comenzar el Era Edo³⁰ que se empezaron a construir barcos trasatlánticos de tipo occidental en Japón, para transportar a la embajada japonesa a los continentes americano y europeo. También fue durante este periodo que se comisionaron 350 barcos para el comercio en Asia.³¹ Posteriormente en 1616 empezaron las restricciones de comercio al extranjero en Nagasaki y Hirado expulsando a miles de españoles, ejecutando a miles de cristianos. En 1635 se prohibió que cualquier japonés viajara al extranjero de lo contrario jamás podrían volver. Es con esto que se da una gran interrupción en el turismo en Japón.

La era Edo trajo consigo grandes dificultades al país, su cierre al extranjero por ejemplo; esto le permitió refinar sus conocimientos científicos, su industrialización, avance tecnológico y el aumento de armamento. El cierre al mundo les permitió un avance como nación sin embargo, la sociedad se encontraba en una especie de tensión por lo que no existía una actividad recreativa y organizada tal cual como para que se nombrara “turismo”.

Podría decirse entonces, que de 1603 a 1868 que duro la era Edo con el *shogunato* de *Tokugawa*, la única actividad parecida al turismo fue únicamente interna. Para 1859, años finales de la era *Tokugawa*, se incrementaron los contactos con al extranjero gracias a los intercambios comerciales con los Estados Unidos.

En ese escenario eran los extranjeros con fines políticos y de comercio que hacían uso de ciertas instalaciones, como restaurantes para su alimentación y el consumo de bebidas alcohólicas; así como de las casas de Geishas, lugar donde se encontraban las mujeres perfectamente entrenadas para el entretenimiento, con amplia cultura y arreglo característico, que se ocupaban

³⁰ Período de la historia japonesa que comprende de 1603 a 1868, cuyo gobierno fue por el Shogun Tokugawa (emperador y poder máximo del país en ese entonces)

³¹ “Periodo Edo”, *MediaWiki*, s/f Disponible en : http://es.wikipedia.org/wiki/Per%C3%ADodo_Edo. Consultado el 10 Septiembre de 2010.

de amenizar las comidas y cenas de los huéspedes con números musicales, diversas pláticas, e incluso, sexualmente. Por otro lado, existen antecedentes de lo que fue propiamente dicho, el primer viaje turístico de Japón.

En 1689 Matsuo Basho viajó al norte de Japón, para este recorrido se sabe que la gente tenía que mostrar documentación apropiada; con lo que, pese a las restricciones, existían ya rutas bien establecidas de sitios apropiados para el turismo, como estaciones, establos de caballos y sitios de comida

Con la caída del imperio *Tokugawa* en 1868 se firmaron tratados con Estados Unidos y 5 naciones más, terminando con el aislamiento de más de 200 años, a partir de entonces comenzó su imparable avance y progreso en varios sectores. El gobierno oficial reconoce en 1887 la necesidad de un sistema organizado para atraer turistas extranjeros, bajo esa idea nace la organización *Kihinkai* que fue establecida ese mismo año con el primer ministro *Ito Horonobumi*.

En los años posteriores, se dieron viajes de extranjeros a este país por motivos comerciales y de negocios. En este entonces los servicios turísticos se centraban en los hoteles tradicionales "*Ryokan*", de los cuales en la actualidad hay alrededor de 60.000 a lo largo de todo el país. Estos hoteles tradicionales son toda una experiencia cultural pues se componen por habitaciones de *tatami*, un *futon*, y en su mayoría, cuentan con *onzen* (aguas termales) en las instalaciones.

En el año de 1951 se funda la que sería una de las dos más grandes aerolíneas de Japón, *Japan Airlines Corporation* o **JAL**.³² Tiempo después, en el mes de febrero de 1953 ANA (*All Nippon Airways*), la segunda más grande aerolínea tanto en Japón como a nivel mundial, empezó servicios de transporte con helicópteros. El 15 de diciembre del mismo año se dio el primer vuelo programado y volado por un piloto japonés después de la guerra mundial. Tras fusiones con otras empresas y la adquisición de transporte aéreo mejorado, en

³² Aerolíneas de Japón disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Aerol%C3%ADneas_de_Jap%C3%B3n
consultado el 10 de septiembre de 2010.

la década de los ochenta queda establecida como aerolínea de vuelos internacionales tipo chárter, pues JAL había monopolizado todo lo demás.

En los años 70, en las empresas japonesas ya estaban establecidos principios como: "La Calidad es responsabilidad de todos" y "Hay que hacer las cosas bien a la primera" y era frecuente hablar de "cliente interno". Todos estos conceptos fueron adaptándose a lo largo de la década de los 80 en el resto de mundo, al observarse el excelente resultado que habían dado en Japón.

A mitad de la década de los 80 Japón se convirtió en el mayor acreedor, incluso más que Estados Unidos que por su parte se convirtió en deudor. Así la capital, Tokio, se volvió un centro financiero internacional de suma importancia. A nivel mundial, cuatro de los bancos más importantes eran japoneses; las mas empresas de seguros, publicidad y de bolsa eran también propiedad de Japón.³³ El país nipón empezaba a ser conocido y recocado por ser una nación en gran crecimiento.

En la mitad década de los 90, por consecuencia de la crisis económica a nivel mundial que se atravesó, los inversores japoneses comenzaron a retirarse de muchas de las inversiones que se realizaron en la década anterior. Es entonces que surge la necesidad de iniciar la liberalización de los mercados, las nuevas tecnologías, el incremento de la competencia y la necesidad de realizar drásticas reducciones de costes, han hecho surgir en muchas empresas programas de implantación de Sistemas de Gestión de Calidad Total, con el objetivo fundamental de aumentar la competitividad y de satisfacer las expectativas de los clientes.

Esta visión cambia al considerar la calidad como un factor estratégico. Ya no se trata de una actividad inspectora sino preventiva: planificar, diseñar, fijar objetivos, educar e implementar un proceso de mejora continua, la gestión

³³ Documento "estructura económica y comercio internacional", disponible en http://www.mexicodiplomatico.org/art_diplomatico_especial/japon_economia.pdf, consultado el 23 de Enero de 2010.

estratégica de la calidad hace de ésta una fuente de ventajas competitivas que requiere del esfuerzo colectivo de todas las áreas y miembros de la organización. (Romero, 2003).

Sin embargo, después de cuarenta años de crecimiento continuo en la economía de Japón, durante esta misma década de los noventa no se continuo co el mismo desarrollo, situación que mejoró desde el 2003, año en el cual, si bien hubo avances en el país, fue aquí cuando creció de manera sorprendente, incluso siendo la economía japonesa calificada como el “fenómeno económico de la segunda mitad del siglo XX.”³⁴ Este gran logro es resultado de las constantes importaciones, la gran inversión y su política de exportación dirigida por el Ministerio de Comercio Internacional e Industria.³⁵

Los socios comerciales más importantes para Japón son Estados Unidos, China, Malasia, Tailandia, Corea del Sur, Alemania y varios estados pertenecientes a la Unión Europea. Este factor aunado a otros convierte al país nipón en el segundo país con mayor equidad de ingresos per cápita.³⁶

Los japoneses dieron a conocer el término *Kaizen*. De acuerdo a su creador *Masaaki Imai*, proviene de dos ideogramas japoneses “kai” que significa cambio y “Zen” que quiere decir para mejorar. Así, podemos decir que *Kaizen* es una filosofía de vida es “cambio para mejorar” o “mejoramiento continuo”, como comúnmente se le conoce. Las industrias japonesas diferencian entre innovación una forma radical del cambio y *Kaizen* una forma continua del cambio.

³⁴ Economía de Japón, disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Jap%C3%B3n consultado el 12 de octubre de 2010.

³⁵ El Ministerio de Comercio e industria esta subdividido en ocho departamentos: Ministerio de Secretaria, departamento de comercio, departamento de comercio de promoción, departamento de comercio empresarial, departamento de comercio textil, departamento general de comercio mercantil, departamento de comercio de maquinaria, departamento de comercio químico, departamento de comercio de hierro y acero.

Además, cuatro agencias: Agencia de recursos, agencia de pequeñas y medianas empresas, agencia de industria tecnológica y oficina de patente. Traducido de: *METI (Ministry of economy, Trade and Industry)* disponible en
<http://www.meti.go.jp/english/index.html>, consultado el 28 de Febrero de 2011.

³⁶ Economía de Japón, disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Jap%C3%B3n consultado el 12 de octubre de 2010.

A través de la historia, después de que Japón se abriera al mundo terminada la era *Meiji*³⁷, pese al gran recelo con el que mantienen su cultura, tradiciones y costumbres, se ha ido adaptando y mejorando con el mundo moderno. En cuanto al turismo ha tenido que implementar y hacer uso de ciertas políticas para que estas, apoyen un crecimiento en esta industria, lo mantengan económicamente estable y como la tercera potencia del mundo.

2.1 El turismo actual en Japón

La capital de Japón es Tokio; cuenta con una superficie de 377.835 km²; su población, con datos del 2009, es de 127.55 millones y la moneda en uso es el Yen (¥).³⁸ El PIB contante (2009) es de 525.170 miles de millones de dólares; El PIB per cápita PPP es de 32.607.86, y el crecimiento PIB real (2008-2009) fue de 3.248.98 millones.³⁹

Las exportaciones de Japón ascienden a un total de 579, 056 millones de dólares, de lo cual, su principal producto de exportación son los vehículos con un 14.8%, circuitos electrónicos integrados con el 4.2%, partes de vehículos con el 3.8% y barcos con el 2.5%; y de los principales destinos de exportación podemos encontrar a Estados Unidos, China, Corea, Taiwán, Hong Kong.⁴⁰ El crecimiento de este país lo atañen al aumento del consumo familiar y la inversión empresarial. El PIB Total de Japón alcanzo aproximadamente 5, 08

³⁷ Período situado entre los años de 1868 a 1912. Es inmediatamente posterior a la época Edo (1615 - 1868), hacia cuyo final fue cuando sucedió el "Ishin" (La restauración). La ciudad de Edo es la misma en la cual estuvo la sede del Shogunato Tokugawa desde 1603 hasta 1867, y que, más tarde (alrededor del año 1700), se convirtió en la más poblada de Japón. Luego de la restauración Meiji en esta ciudad se instaló el emperador Mutsuhito y pasó a llamarse Tokio, que significa "Capital del Este". La Restauración surgió a partir del quiebre cultural y político que sucedió cuando Japón se abrió a los demás países occidentales, y que dio paso a la modernidad y a la destitución del régimen feudal impuesto hasta ese momento. *Era meiji*, artículo de la *enciclopedia-categoría "Enciclopedia de Japón"* disponible en: http://enciclopedia.us.es/index.php/Era_Meiji

³⁸ Documento de *Republica de Colombia, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-Oficina Estudio Económicos*. 9 de Julio de 2010.

³⁹ *Ibidem*

⁴⁰ *Ibidem*

billones de dólares⁴¹. Japón es uno de los países en el mundo que más dinero invierte en el sector turismo. Hasta el 2009, ocupa el séptimo lugar en el ranking mundial.⁴²

La economía de Japón es la tercera mayor a nivel mundial, tras los Estados Unidos y China. La cooperación entre el gobierno y las industrias, la costumbre japonesa del trabajo duro y el dominio de la tecnología han llevado a Japón al éxito económico del que disfruta hoy en menos de medio siglo.

Los sectores estratégicos de la economía japonesa, como es ampliamente conocido, son los productos manufacturados y tecnología, sobre todo los vehículos, artículos electrónicos e industria del acero. El sector de las finanzas está desarrollándose mucho en la actualidad debido en gran parte a su moneda, el yen que es la tercera más transada tras el dólar estadounidense y el euro. Esto ha permitido una mayor inversión turística lo cual provoco que ocupe el primer lugar en el sector hotelero

En Japón, lo más común son los viajes de estudiantes, de negocios y familiares. Estos representan el turismo doméstico de Japón, en donde el gasto por el *Omiyage* (obsequio que se trae de cualquier viaje, souvenir); para lo cual existen una regla. El *Omiyage* tiene un alto valor cultural y de tradición en el país nipón por lo que este debe costar la mitad o un tercio del costo del viaje si se ofrece a alguien que no sea un familiar y en un estudio hecho hace mas de 20 años representaba el 21% total del gasto de los turistas que viajan en paquete, y el 12% en turistas individuales.⁴³

El turismo que más recibe Japón es el asiático. Este deja en el grades divisas pues la mayoría de los visitantes no solo van por el hecho de visitar el país del sol naciente por sus atractivos culturales y turísticos. Este país a través de los años, se ha convertido para Asia, lo que Estados unidos para América.

⁴¹ ⁴¹. Documento de Republica de Colombia, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo- Oficina Estudio Económicos. 9 de Julio de 2010.

⁴² *Ibidem*

⁴³ Félix A. Zurita Ochoa, Aspectos Antropológicos del Turismo Japonés, s/f, en <http://www.eumed.net/rev/japon/00/fzo-o.htm>. Consultado el 10 de Febrero 2011.

Tokio, capital de Japón, es nombrado el New York de Asia, dado que aquí se encuentran las grandes tiendas nacionales e internacionales; las grandes marcas de renombre y las tiendas especializadas. Aunado a esto, es en Tokio Japón, donde se encuentra el *Akihabara*, centro de la última y más innovadora tecnología creada, así como Disneyland *Tokio*, unos de los lugares más visitados del mundo.

Los sitios, más visitados en Japón aparte de Tokio son el Castillo de *Himeji* y los monumentos históricos en *Kyoto*, ciudad que recibe más de 30 millones de turistas anualmente. Los extranjeros visitan también Nara, el monte *Fuji*, *Hokkaido* y *Okinawa*. Una de las características por la cual la gente es atraída por el país nipón, es el “contraste”. Es un país en donde se puede tener toda una experiencia tradicional, con cultura que data desde hace cientos de años, así mismo, recrearse y conocer lo más moderno y actual.

Un lugar importante por su trascendencia a nivel internacional es el barrio de *Akihabara* en Tokyo, es el barrio en el que se vende absolutamente todo lo relacionado con la tecnología⁴⁴. Este sitio ha sido llevado al extranjero en forma de convenciones, en donde principalmente de la mano con la industria del *manga* (comic japonés) y el *anime* (animación japonesa), han vendido los productos y lo último en tecnología pues este sitio en Japón es de los más visitados por los extranjeros interesados en la tecnología. Algunas convenciones en Estados Unidos son la de San Diego y aquí en México donde se comercializa el turismo y algunos de los productos de esta atracción nipona es la TNT⁴⁵.

Cabe destacar que entre México y Japón existe un convenio de Cooperación Turística de ambos gobiernos, denominado D.O.F. 24-V-1979 y que dentro de

⁴⁴ *Akihabara* es un barrio espectacular, lleno de luces por todas partes, carteles luminosos, pantallas digitales enormes en todos los edificios, donde se encuentra lo último en artefactos tecnológicos y accesorios. (Reyes Pilar (2006) “ Recorriendo la capital japonesa” en *Revista Otaku*, año 1, No. 12, México, p. 40)

⁴⁵ Convención especializada de Anime y Manga que se lleva a cabo tres veces al año en el centro de convenciones de Tlatelolco, con su versión especial TNT gt en Febrero y dos normales en primavera y otra en otoño, donde se llevan espectáculos, artículos, paquetes turísticos, ponencias, grupos musicales y comida del país del sol naciente.

las culturas hermanas de nuestra nación, se encuentra Japón.⁴⁶ Se hace mención a este dato pues con dicho convenio por que el gobierno mexicano no ha volteado a ver lo que otros gobiernos hacen para llevar a cabo un progreso turístico exitoso.

Actualmente el turismo en Japón ha atraído gente por distintas razones entre ellas la innovación, cosa que nos ha faltado en México; y un ejemplo de ellas es la moda musical y la industria del vestido. En Japón existe una zona llamada *Akihabara* en donde aparte de encontrar las tiendas de mayor renombre y diseñadores, se encuentran las tiendas de diseño nacional que se ha distinguido por su vanguardia y son parte aguas del turismo de compras. Este estilo de la moda japonesa es llamado *Harujuku* y se ha expandido por varias partes del mundo, exportando ropa y abriendo tiendas del estilo en distintos países. Esta tendencia nació en parte, gracias a las bandas de música del país nipón, posteriormente creándose una gran industria del vestido que atrajo a tantos extranjeros, se han expandido por los países más industrializados.

2.2 Instituciones Nacionales de Japón

La institución nacional de Turismo de Japón es la JNTO (*Japan International Tourism Organization*) oficina que fue creada en 1964 para el intercambio internacional por medio del turismo. Esta organización ha participado activamente desde ese año para promover el turismo en este país, así como en países extranjeros.

Por su parte la Organización de Comercio Externo de Japón (JETRO, por sus siglas en ingles) es una organización gubernamental que trabaja para promover la mutua inversión entre Japón y el resto del mundo. Originalmente se estableció en 1958 para promover exportaciones al extranjero.⁴⁷

⁴⁶ Convenios internacionales de México, disponible en: http://www.sectur.gob.mx/PDF/MO_General_SECTUR.pdf. Consultado el 12 de Diciembre de 2011

⁴⁷ “El enfoque central de JETRO en el siglo 21 ha cambiado a través de promover el comercio de dirección extranjera hacia Japón y ayudar a las pequeñas y medianas firmas japonesas

Otra institución de suma importancia en Japón es el Banco de Japón. De acuerdo con sus estatutos son:

- Expedición y mantenimiento de los Billetes nacionales y aplicación de la Política monetaria
- Proveer efectivo y asegurar la estabilidad del sistema financiero nacional
- Tesoro Público y la seguridad financiera del gobierno en sus operaciones relacionadas con este y actividades internacionales.
- Recopilar datos, Análisis económicos y actividades de investigación.⁴⁸

2.3 Infraestructura de Japón

Además de contar con una red de transportes mundialmente conocida, Japón ha mantenido el desarrollo en la infraestructura con estándares altos de calidad, propicios para la tecnología de información y las comunicaciones (TIC), entre otros propósitos que permiten el desarrollo de sus empresas en base a estas infraestructuras. En cuanto a la infraestructura de transporte, el país nipón fue la primera nación de construir vías férreas especiales para la alta velocidad. Esto hace que actualmente la infraestructura masiva de este país sea el Shinkansen⁴⁹. Actualmente existen más de 23, 557 km de línea de ferrocarriles.⁵⁰

maximizando su potencial de exportación global” Traducido del artículo *JETRO* disponible en: <http://www.jetro.go.jp/en/jetro/>, consultado el 14 de marzo de 2011.

⁴⁸ Artículo “Banco de Japón”, *Creative commons, Wikimedia*, disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Banco_de_Jap%C3%B3n, consultado el 15 de marzo de 2011.

⁴⁹ Del japonés que significa literalmente “nueva línea troncal”, es la red ferroviaria de alta velocidad de Japón, operada por la compañía *Japan Railways*. Desde que en 1964 se abrió la línea **Tōkaidō Shinkansen**, la red se ha ido expandiendo para conectar la mayor parte de las ciudades de las islas de *Honshū* y *Kyūshū*, con velocidades de hasta 300 km/h.

⁵⁰ “Japón- Transporte masivo e infraestructura”-Articulo- Julio 2007 disponible en: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=52003063>

2.4 Servicios turísticos en Japón

En Japón los servicios son alrededor del 75%⁵¹ de su producción económica. La banca, los seguros, las bienes raíces, la venta al por menor, el transporte y las telecomunicaciones son las principales industrias. Existen grandes empresas como *Mitsubishi UFJ*, *Mizuho*, *NTT*, *TEPCO*, *Nomura*, *Mitsubishi Estate*, *Tokio Marine*, *JR East*, *Seven & I*, algunas de ellas son grandes empresas multinacionales. Japón es el hogar de 326 empresas de la lista Forbes Global⁵² 2000 el 16,3% del total (en 2006).

En el anexo se muestra la tabla 1.1. Esta lista nos muestra algunas de las compañías más importantes de Japón, por su rango nacional, su rango en Forbes y por sus ventas y capitalización; indicando también a qué tipo de industria pertenece cada una de estas.

Dentro de los servicios del país nipón, hay uno más en el que destaca notoriamente y al cual daremos espacio para analizar detalladamente debido a su importancia en el turismo, nos referimos a la industria hotelera. El país nipón cuenta con los tradicionales *Ryokkan*, hoteles cuyo suelo está cubierto por tatamis, por lo que usar zapatillas de descanso es obligatorio. Las habitaciones son decoradas de manera tradicional, con techo, paredes y suelo de madera; con una *zotaku* (la mesita baja en el centro), los ventanales (*shoji*) están hechos de madera y de papel arroz. Toda una experiencia de tradición. En los últimos 50 años, los inversionistas empezaron a creer en que las propiedades y su valor siempre estarían en aumento. Esto incluía a los hoteles, que desde su punto de vista, era la manera más segura de invertir.

⁵¹“Economía de Japón” Artículo-, disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_del_Jap%C3%B3n. Consultado el 27 de febrero 2011

⁵² La lista Forbes Global 2000 es un ranking anual de 2000 empresas públicas en el mundo por la revista Forbes. La clasificación se basa en una combinación de cuatro indicadores: ventas, utilidades, activos y valor de mercado.

Con datos del Ministerio de Salud⁵³, en 1998 el número de hoteles y *Ryokan* en Japón había crecido 76.751 propiedades.⁵⁴ Esto gracias a su continuo desarrollo y a sus “estándares de calidad”. Si bien un gran número de hoteles se dirigen a los huéspedes japoneses muchos se han creado y modernizado para satisfacer al mercado occidental. Pese a ello, y sin mayor problema, en Japón no existen normas oficiales de la clasificación de los hoteles como en nuestro país. Simplemente se toma como ejemplo, Príncipe Hotel, es una de las cadenas que ofrece servicios de primera clase. Cabe destacar que el turista de negocios es el que suele usar los hoteles de cadena, mientras que los visitantes que asisten a Japón por recreación, prefieren los tradicionales Ryokkan, ya que representan una imagen clara y viva y de la cultura japonesa.

La siguiente lista nos muestra la presencia de hoteles de franquicias internacionales. Como se puede observar, en Japón hallaremos las marcas hoteleras más reconocidas como los son Holiday Inn, Hilton, Ritz, Hyat, Sheraton, Inter-Continental, entre otros.

La presencia de cadenas hoteleras internacionales en Japón		
	Hoteles	Habitaciones
Holiday Inn (Bass Hotels & Resorts)	17	3,730
Hilton International	4	2,523
Inter-Continental Hotels & Resorts (Bass Hotels & Resorts)	3	2,414
Hyatt Hotels & Resorts	6	2,177
Forte Hotels & Resorts Meridiano	2	1,838
Sheraton (Starwood Hotels & Resorts Worldwide)	3	1,456
Renaissance Hotels & Resorts (Marriott International)	6	1,703
Westin Hotels & Resorts (Starwood Hotels & Resorts)	4	1,190
El Ritz Carlton Hotel Company (Marriott International)	1	292
Cuatro Regent Hotels & Resorts Temporada	1	283

⁵³ En Japón, cualquier establecimiento de hospedaje está controlado por el Ministerio de Salud (MINSAL), y las instalaciones están sujetos a la ley de alojamientos de establecimiento comercial. Disponible en: [http:// es.wikipedia.org/wiki/Ryokan](http://es.wikipedia.org/wiki/Ryokan). Consultado el 22 de Agosto de 2011.

Choice Hotels International	1	82
Radisson Hotels International	1	496
Pan-Pacific Hotels & Resorts	1	485
Total	50	18,699

Fuente: Almanaque Hotel 1999, Publicaciones Ohta, en Tokio. Noviembre 2010

1/Numero de Franquicias hoteleras existentes

2/ Número de habitaciones de cada hotel

Los 10 mejores hoteles de marca local		
	Hoteles	Habitaciones
Príncipe Cadenas Hoteleras	75	23,443
Hotel Washington Plaza y la cadena	67	16,924
Ruta Sut Cadena hotelera	86	10,564
Tokio Hotel de la cadena	43	9,487
ANA Hoteles	28	8,500
Nikko Hoteles	26	7,776
Daiwa Royal Hotel	27	7,680
Daiichi Cadenas Hoteleras	41	6,610
Cadenas de Tokio Hotel	20	6,259
Chisan Cadena hotelera	34	5,830
Total	447	103,073

Fuente: “Almanaque Hotel 1999”, *Publicaciones Ohta, en Tokio*. Noviembre 2010

1/Numero de Franquicias hoteleras nacionales existentes

2/ Número de habitaciones en cada hotel

La tabla anterior muestra el top 10 de hoteles de marca local, marcando el número de hoteles y el número de habitaciones de cada establecimiento.

Podemos ver como los segmentos han evolucionado en Japón. Existen desde los “Hoteles de Ciudad”, de uso común por los mismos habitantes, para reuniones, banquetes, etc. Los hoteles de Negocios, los de alta calidad de servicio limitado, cuya calidad sobrepasa la de todos los demás. Los hoteles *Resort*, dirigidos al turista de ocio y recreación en vacaciones. Y finalmente, La “posada tradicional japonesa”, es decir, los *Ryokan* de los que se hablo

anteriormente. Para el 2008, Japón atrajo 8.3 millones de visitantes extranjeros, sobre todo de Singapur e Irlanda.⁵⁵

2.5 Comunicaciones y Transporte

El Transporte dentro de Japón es sumamente efectivo. Mucho se habla de la problemática de este sector en nuestro país, que pese al subsidio, deja mucho que desear. En el caso de Japón, comparando, el costo es mayor, pero su rapidez, comodidad y planeación de líneas de acceso lo valen.

El medio más utilizado dentro del país nipón es el tren por la línea *Yamanote* que inicio corridas en 1885 y actualmente cuenta con 29 estaciones y circulan cada dos o tres minutos. Ya sea el *shinkansen* (tren bala) que viaja a 270km/h o el *tokkyu*, un expreso regular que se utiliza más para las distancias largas. Su red cubre todo el país, destacado por su rapidez y puntualidad, así como por su seguridad y confort; aun más los servicios ofrecidos por la iniciativa privada. En cada estación hay una máquina expendedora de tickets los cuales por un recorrido de 60 minutos de trayecto para dar la vuelta a la ciudad cuesta alrededor de 2 euros. El segundo transporte más utilizado en Japón es el metro. La red de este es una de las más importantes del mundo junto a las de Nueva York y Londres.

El metro en Tokio comenzó en 1925 abriendo su primera línea en 1927. Actualmente cuenta con trece líneas. En cuanto a los tickets, se pueden comprar diversos boletos para un día de duración que sirven tanto para el metro como para otro medio de transporte como el tren y el autobús. Aun así la mejor opción es comprar las tarjetas recargables que van desde los 1.000 hasta los 5.000 yenes (9,40 euros). Se puede viajar por cualquier línea y pasar la tarjeta por la maquina que calcula la distancia y descontara el precio por la distancia. Un ejemplo es que si el recorrido oscila entre los 1 y 6 kilómetros el

⁵⁵ "Hotel de la Industria de Japón" por Ryu Iwaya y Katsuhiko Goto, *Tokio Hostelería y Ocio Informe Ejecutivo Invierno 1999/2000 Almanaque Hotel '99*, Publicaciones Ohta, en Tokio.

precio es de 160 yenes, de 7 a 11 km, costara 190 yenes y de 12 a 19 km se pagaran 230 yenes, así sucesivamente.⁵⁶

Por otro lado, cuando se viaja por autobús, estos son de gran confort, generalmente sus corridas son de noche y estos cuentan con televisores, asientos individuales y aislados, así como cabina telefónica. Este medio de transporte es el más importante después del tren y el metro subterráneo pues al arribar al aeropuerto de Tokio, el autobús es la mejor elección para trasladarse hasta el centro de la ciudad. El precio del boleto por este recorrido es de 3.500 yenes (32 euros); el precio promedio de cualquier ruta ideal para los turistas por la vista panorámica de los autobuses, es de 1,8 euros y los autobuses circulan desde primera hora en la mañana hasta las diez de la noche.⁵⁷

Si se desea viajar independientemente dentro Japón y se cuenta con una licencia de conducir internacional, existe la alternativa de alquilar un coche. Este servicio se puede hacer desde internet mediante una alquiladora en nuestro propio país o al llegar al país nipón. Si se elige la primera, lo único que se debe hacer al arribar a Japón, es recoger las llaves y el modelo del coche elegido. El costo por alquilar un coche por un día oscila entre los 54 euros con un seguro básico. Alguna de las empresas de alquiler de autos más importantes de Japón esta Toyota Rentacar, Rentacar Mazda, Rentacar Nissan, etc.

Otro medio de transporte es el Taxi, que si bien hay muchos en Japón este servicio es muy caro. La mayoría de los taxistas no hablan inglés, pero basta con llevar la dirección escrita para indicársela al conductor. Las tarifas pueden ser establecidas por cada compañía pero los precios estándar son de 6,40

⁵⁶ "Organiza tu viaje", *Japan National Tourist Organization* (2010). Disponible en: <http://www.turismo-japon.es/Organiza-tu-viaje/Transporte> Consultado el 22 de septiembre de 2010.

⁵⁷ "Viaje Jet DCIP Consulting S.L" s/f en: <http://www.viajejet.com/transporte-terrestre-japon/> Consultado el 3 de noviembre de 2010

euros los primeros dos kilómetros, 0,82 euros por cada 288 metros adicionales y 0,95 euros por 105 segundos en espera.⁵⁸

Los taxis en Japón lleva el logo de su compañía en el techo y los letreros luminoso que indican, si es rojo, que está libre, amarillo es ocupado y verde significa tarifa nocturna (en la noche el costo por el servicio aumenta). En última o mejor instancia, se puede alquilar una limusina. El precio por ocho horas es aproximadamente de 280 euros.⁵⁹

En Japón existe el llamado “*Japan Rail Pass*”; estos son pases creados exclusivamente para los visitantes turísticos, los cuales se consiguen fuera del país, cuando se decide viajar a Japón. Este incluye también el famoso tren bala, otro de los famosos y efectivos transporte de este país. En Tokio, la capital, existe la mayor conexión de viajes nacionales e internacionales, ya que ahí se encuentran estaciones de trenes; transporte terrestre y aéreo.

En cuanto al servicio de aerolíneas en Japón, son dos las compañías que operan bajo la marca: *Japan Airlines International* y *Japan Airlines Domestic*. Japan Airlines Domestic, se encarga de la más grande red de vuelos cuyo origen y destino es Japón mientras que *Japan Airlines International*, se encarga tanto de vuelos internacionales como de vuelos interiores. Ambas compañías se fusionaron en una sola marca el 1 de octubre de 2006. Su flota es la más grande del mundo y oscila en 241 aviones volando a 125 destinos en 34 países, además de ser la única aerolínea con vuelos a Latinoamérica. Por su parte ANA opera a 49 destinos en Japón y 22 a nivel mundial. Cuenta con 22.170 empleados de acuerdo a datos. Por su parte del 2007.⁶⁰

⁵⁸ “Viaje Jet DCIP Consulting S.L” s/f en: <http://www.viajejet.com/transporte-terrestre-japon/> consultado el 3 de noviembre de 2010

⁵⁹ *Ibidem*

⁶⁰ *Wikimedia commons* (2010) s/f en: http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Aerol%C3%ADneas_de_Jap%C3%B1 consultado el 2 de noviembre de 2010.

2.6 División territorial

Se conocen como prefecturas las 47 jurisdicciones territoriales en las que está dividido Japón: un distrito metropolitano, Tokio; una provincia, Hokkaidō; dos prefecturas urbanas, Osaka y Kioto; y 43 prefecturas rurales. En japonés, esta división territorial se llama de forma habitual *Todōfuken*.⁶¹

Cada prefectura se subdivide en ciudades (*shi*), villas (*chō*), y distritos rurales (*gun*). Algunas prefecturas tienen más delegaciones (*shichō*) que llevan a cabo funciones administrativas de la prefectura fuera de la capital. En Hokkaidō, estas delegaciones se llaman subprefecturas.⁶² El siguiente mapa nos ayuda a observar cómo están divididas específicamente cada una de las regiones y prefecturas de Japón.

Japón es un país con una extensión territorial pequeña en comparación incluso, con varios países, sin embargo, como bien lo dijera alguna vez el presidente de la compañía Sony, los japoneses tratan siempre de innovar, creando nuevas cosas y aunado a esto, observan las ideas que hay alrededor del mundo, las mejoran y las hacen propias. Esto explica lo que sucede en todos los aspectos y desde luego, en el caso del turismo. Hay miles de hoteles alrededor del mundo, pero Japón, observando su carencia de espacio, además de sus ya tradicionales *Ryokan* y de estar a la par de la modernidad con las cadenas hoteleras más importantes de mundo, innovaron de manera tal que son ellos los creadores de los Hoteles “capsula”, nacidos de la necesidad de ahorrar espacio.

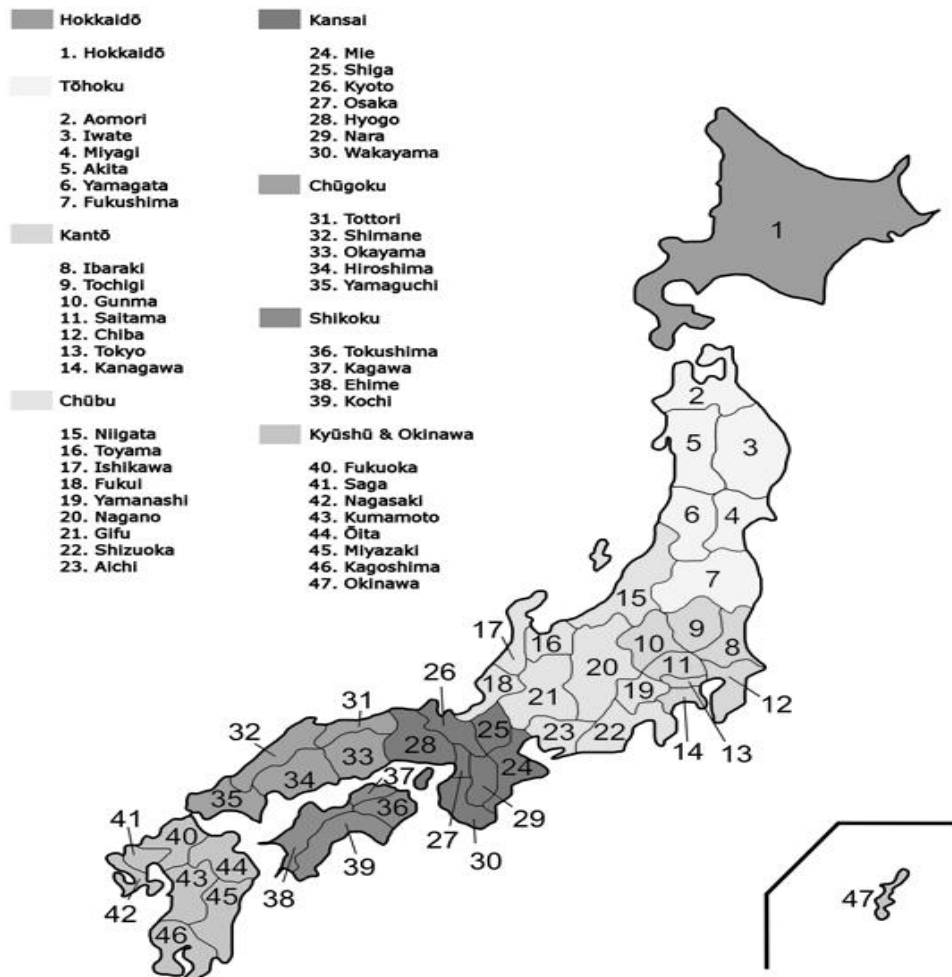
Con todo esto no se pretende más que mostrar un ejemplo de cómo ante un problema, la cultura nipona encuentra una positiva solución a todo. Japón es una nación con una sociedad extremadamente educada, con el valor de la responsabilidad, altamente respetuosa a sus raíces y tradiciones. Japón, es un país que ha entendido la definición de la calidad ejecutando siempre las cosas y los procedimientos adecuadamente. Afortunadamente para ellos y al contrario

⁶¹ “Prefecturas de Japón”-Artículo- *Wikimedia projects* 2011, disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Prefecturas_de_Jap%C3%B3n consultado el 14 de marzo de 2011.

⁶² *Ibidem*

de nosotros; los conceptos de errores y la corrupción, no se escuchan con la frecuencia con la que aquí lo hacemos.

Regions and Prefectures of Japan



*Regiones y prefecturas de Japón⁶³

⁶³ "Regions and Prefectures of Japan"-World geographic.com. Disponible en: <http://www.world-geographics.com/maps/asia/map-of-japan-regions-and-prefectures/>. Consultado el 20 de Noviembre de 2010.

Capítulo III. Análisis comparativo caso México – Japón

El propósito de este apartado es especificar las acciones, características, estrategias y logros turísticos entre México y Japón. Si bien son naciones tan diferentes y lejanas entre sí, veremos cuáles son las diferencias entre ellas; aquellas diferencias que nos han rezagado como país con potencial turístico y las acciones que se han estado haciendo correcta e incorrectamente. Así mismo se analizan los aspectos del caso japonés tomando los puntos que los hacen diferentes, encontrar porqué un país tan pequeño con aparente menos potencial que México, ha logrado más ganancias, crecimiento, estabilidad e innovación en el turismo.

México es un país con una locación a favor, conexión por tierra situado en Centroamérica y mar entre dos océanos. Esto hace de nuestro país un lugar propicio para el turismo, de sol y playa, aventura, ecoturismo y turismo rural por las aéreas naturales con las que cuenta y sus principales mercados receptores son los países de Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá.⁶⁴

Por su parte el turismo que más recibe Japón es el de países asiáticos (China, Corea). Estos dejan grandes divisas pues la mayoría de los visitantes no solo van por el hecho de visitarlo por sus atractivos culturales y turísticos. Japón a través de los años, se ha convertido para Asia, lo que Estados Unidos para América.⁶⁵

Ambas naciones se encuentran en la misma latitud por lo que poseen climas variados y parecidos; sin embargo, aunque México cuente con una extensión territorial mucho más extensa, Japón ha sabido sobrellevar su problema de escaso terreno ganándole terreno al mar.

La capital de Japón es Tokio; cuenta con una superficie de 377.835 km²; su población, según datos del 2009, era de 127.55 millones y la moneda en uso es

⁶⁴ Traducción del documento de la UNWTO "World Tourism Barometer" Enero de 2009. *Quick over view of key trends* página 3. Disponible en http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_1_en_excerpt.pdf

⁶⁵ "Tokyo la capital del país del sol naciente" *Revista Conexión Manga*. Año 3. No. 67 pág. 43

el Yen (¥) (Ministerio de comercio, industria y comercio, 2009). El Producto Interno Bruto (PIB) contante fue de 525.170 miles de millones de dólares; El PIB per cápita es de 32.607.86, y el crecimiento PIB real (2008-2009) fue de 3.248.98 millones (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009).

Tokio, capital de Japón, es nombrado el New York de Asia, debido a que aquí se encuentran grandes locales y centros comerciales nacionales e internacionales; las grandes marcas de renombre y las tiendas especializadas. Aunado a esto, es en Tokio Japón donde se encuentra el *Akihabara*, barrio del centro de la capital donde la última y más innovadora tecnología puede ser encontrada, lleno de luces por todas partes, carteles luminosos y pantallas gigantes⁶⁶. Otro lugar de gran importancia es *Disneyland* Tokio, el parque recreativo y de diversiones de la compañía estadounidense de películas animadas, cuyos parques son llevados a las capitales o centros de las ciudades más importantes y con capacidad económica del mundo. Es Disneyland Tokyo unos de los lugares más visitados del mundo.

México ocupaba en el 2009 el octavo lugar⁶⁷ a nivel mundial por visitas de extranjeros, mucho más arriba que Japón, sin embargo, con el sólo atractivo de Disneyland Tokio, Japón ocupa el octavo lugar en los atractivos del mundo más visitados⁶⁸. Aunado a esto, Japón ocupa el primer lugar en el sector hotelero y el doceavo en inversión turística. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2009)

⁶⁶ "Recorriendo la capital Japonesa" *Revista Otaku*, #12, Julio 2006, p.12

⁶⁷ México recibe 21, 4 millones de turistas, siendo el turista norteamericano, proveniente sobre todo de Estados Unidos, y es el destino principal para América Latina. *Mexican bussiness Web*. "El turismo, clave potencial para el país", disponible en: <http://www.mexicanbusinessweb.com/noticias/perfiles/turismo/perfil.phtml>. Consultado el 24 de Agosto de 2011.

⁶⁸ "Turismo" disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>, consultado el 4 de marzo de 2011.

En el 2010 los países de América sufrieron un -7% de visitas de extranjeros, mientras que Asia obtuvo un -5%.⁶⁹ Esto nos muestra como Japón, se mantiene firme y estable en el sector económico, lo que hace que todos los demás sectores tengan un crecimiento, sin descuidar otros. Esto es uno de los cánones a analizar en este trabajo pues notaremos como la ideología, forma de trabajo y cultura de Japón, hacen que se mantenga a flote y en un continuo crecimiento a comparación de México, que constantemente vive en altibajos microeconómicos.

¿Por qué, si México tiene un mejor lugar en el ranking mundial de turismo receptivo, Japón obtiene mayores ganancias y ha mantenido un crecimiento e innovación constante en este sector? Lo que debemos entender con esto es que mientras nuestra idea del turismo sea tan limitada, jamás podremos entender las verdaderas necesidades e integrar un verdadero plan y desarrollo de los atractivos de todo tipo a manera de equilibrar los beneficios económicos y a su vez, los sociales.

México ha perdido de vista un fin objetivo para el desarrollo y la planeación de turismo en nuestro país desde que ve a éste, como un generador de empleos. Si bien el turismo puede traer consigo beneficios, se dejan de lado el cuidado del medio ambiente y se crea una sobre explotación de nuestros recursos, tanto naturales como culturales. Debemos repuntarnos ¿a quienes realmente, beneficia el turismo? “El turista es altamente sensible a lo que acontece a su alrededor y, como principal actor de este fenómeno social, el turismo en su conjunto es igualmente sensible al contexto global”. (Hernández, Trujillo, 2008)

Esta declaración afirma que cualquier situación, por lejana o insignificante que parezca, afecta al turismo, porque éste por es por definición un “fenómeno social”⁷⁰, y cualquier acontecimiento, lo afectará. Un ejemplo de ello, es el

⁶⁹ Organización Mundial de Turismo, 2010. “Estadísticas del turismo a nivel mundial” Grupo Visiting, disponible en:<http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organización-mundial-del-turismo/> Consultado el 5 de Marzo de 2011.

⁷⁰ El turismo descrito como un fenómeno social consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro,

trafico de drogas de México hacia los Estados Unidos; un hecho que ha provocado roces tanto políticos como sociales entre las dos naciones. Todo el resto del mundo sabe sobre esta situación, por ende, es conocido que en México se produce, distribuye o vende droga, lo que nos lleva al tema de la inseguridad y de lucha de poderes entre cárteles y el gobierno.

La sociedad no sólo de México, sabe que ya es peligroso transitar y visitar donde se rumora o sabe que hay un cartel operando o extorsionando, como ha sucedido en la parte del Bajío ,Michoacán sobretudo, en donde tanto residentes como visitantes temen de la inseguridad que se vive desde que el cartel de La Familia comenzó a pedir cuotas de cooperación a negocios exitosos por concepto de “seguridad”; además de estar en constante pelea contra las autoridades, masacrando personas provocando que visitantes y turistas opten por no pasar por este Estado debido al temor de toparse con alguna situación peligrosa.

“Desde la detención de Benjamín Arellano Félix, líder del cártel de Tijuana, en 2002, el gobierno mexicano ha mermado severamente a esa organización, pero no ha logrado desintegrarla.”⁷¹ Tijuana que es la frontera entre México y Estados Unidos se encuentra en una constante inseguridad que ha dañado el paso por esta ciudad y provocando el recelo de las personas por transitar esa zona. Para que el turismo obtenga más entrada de divisas, es necesario ofrecer seguridad al visitante. En esta primera década del milenio no hemos podido combatir tan fuerte amenaza para la actividad turística.

En un reporte del Banco del Bajío se indica que en Zacatecas son comunes los retenes criminales, mientras las rutas de San Luis Potosí a NL, Querétaro y Guanajuato son seguras en “términos generales” Mientras que en ese entonces, Aguascalientes era la tercera entidad con tramos de riesgo, sobre todo en las carreteras colindantes con Zacatecas. “Pasando el filtro de control se han presentado retenes falsos principalmente de noche, así como reportes

en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (Padilla, Oscar. 1980)

⁷¹ “Narco tráfico. Tijuana, todavía plaza de los Arellano”. Por Patricia Dávila. *Revista proceso*, paginas 6-7 8 de enero de 2012.

de la autoridad que refiere algunos robos”.⁷² Actualmente el número de carreteras y tramos con riesgo a este tipo de retenes e inseguridad ha aumentado considerablemente.

Otro ejemplo es lo que sucede en Cancún, un destino con gran demanda turística, un gran atractivo tanto para nacionales como extranjeros. Aquí el peso del turismo resultaba significativo no solamente en la economía si no para la vida comunitaria (Osorio, Castillo, 2008). Los residentes comenzaron a crear negocios a fin de aprovechar las bondades del turismo como el atraer divisas a su comunidad, sin embargo la sobre explotación de sus recursos naturales, comenzó a sufrir grandes deterioros. No es raro escuchar actualmente como en cierto programa de televisión de paga, inducen al mercado estadounidense a visitar Hawái por encima de Cancún.⁷³ Un caso parecido sucedió en la película “*Sex & the City*” en donde el guion citado por una de las protagonistas dice que no comerá nada en un restaurante aunque este sea 5 estrellas, asegurando que pese a eso “es México”, haciendo alusión a que si es de este país es “sucio o nada fiable” como para comer.⁷⁴

Lamentable pero cierto, México ya se ha ganado en ciertas partes del mundo una fama de desprestigio por la falta de seguridad y de limpieza; cabe destacar que la culpa no podría ser dirigida hacia el turista precisamente; la culpa debe ser de quien planea el turismo en este destino, de quien cuida y verifica en qué condiciones están los sitios relevantes visitados para el residente y turista no afecte los recursos naturales ni culturales por sólo verlos como una actividad que aporta divisas. Este beneficio a la larga ha traído pobreza y desigualdad a Cancún. Aunado a la falta de promoción que es también un factor de desarrollo y progreso del turismo no solo en este destino, si no en cualquiera de nuestro país.

⁷² “Revelan peligros carreteros” *Diario Milenio*. Policía- 25 de Julio de 2011

⁷³ Reality Show “*Paris Hilton-My BFF*”, transmitido en MTV Junio del 2009

⁷⁴ Script *Sex and the City-La película*, 2008

En Japón el turismo realizado actualmente es concebido como seguro, una nación que ha vivido a la par de la modernización⁷⁵. Esto quiere decir que toma medidas importantes y una de ellas es que el turista que entra al país, no podría encontrarse en una situación de asalto, secuestro o que su vida peligre como ha ocurrido en México.

Esmeralda Nagano, profesora del idioma japonés en el CELEX UPIICSA del Politécnico, relató su viaje y estadía a este país a principios del año 2011 y confirmó que la idiosincrasia del japonés no es comparable con la del mexicano. Cabe destacar que Nagano *Sensei* tiene descendencia japonesa, sin embargo nació y creció en México. Confesó que perdió su cámara fotográfica dos ocasiones mientras realizaban los recorridos por distintas ciudades del país nipón; mismas ocasiones que su cámara le fue regresada. Citado de la plática con la profesora: “en todos los centros recreativos, de servicio y de compras de Japón existe una pequeña sección llamada “*wasure-mono*” (objetos perdidos) en donde las personas que encuentran cosas, van y las depositan ahí, para que las personas que han perdido algo puedan ir y seguramente encontrarlo”. -La profesora narra como en el cajón de objetos perdidos había desde celulares, hasta carteras y muchos objetos de valor-. “Al contrario de mi país, México, nunca fui asaltada ni me sentí en peligro, al contrario, segura de caminar por donde fuera aunque no conociera el lugar. El Japonés es educado, respetuoso, amable y muy honesto”. ¿Cuándo en México sucederá, que recuperemos todo aquello que olvidamos o perdemos en algún sitio?

El turismo actual en México se está desgastando. Necesitamos de fuertes cambios, tanto en planeación como en pensamiento, nos estamos estancando en un círculo vicioso en donde sólo se desean conseguir grandes ganancias, pero si a la vez no existe seguridad, se trata mal al turista y no damos servicios de calidad, ¿cómo lograremos tal proeza? Para los estudiosos del turismo precisar la situación equivale a plantearse de nuevo la cuestión de la finalidad

⁷⁵ Los procesos de modernización tienen que ver con la reorganización del capital del cual se gestan transformaciones en lo económico-sobre la base del cambio de las estrategias de acumulación-pero también en lo social y político. (Osorio y Novo, 2007:2).

del turismo y de los medios que han de emplearse para garantizarla (Haulot, 1997).

Las instituciones encargadas de dirigir el turismo en México son la Secretaría de Turismo (SECTUR), el Fondo Nacional de Turismo (FONATUR) y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), además también interfiere la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles así como La Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR). Estas instituciones juntas son las responsables de la planeación, innovación, regulación, el establecimiento de reglas y normas para operar el turismo como actividad. Cada una tiene bien definida su labor y asuntos a tratar, sin embargo, pareciera ser que cada institución no ha logrado satisfactoriamente su tarea.

(Véase en Anexo Cuadro 1.2) mostraremos a las organizaciones públicas del turismo entre México y Japón, a fin de hacer una comparación. Este cuadro nos muestra que instituciones intervienen en la actividad turística de cada país, indicando además las funciones que estas realizan de acuerdo a su página oficial. (SECTUR, FONATUR, JNTO y *Ministry of health of Japan*).

En Japón es sólo una institución nacional de Turismo, la *Japan International Tourism Organization* (JNTO) dicho organismo que data desde los años 60 para el intercambio internacional por medio del turismo. Esta organización se encarga de promover la actividad tanto en Japón como en países extranjeros. Con apoyo del Ministerio de Salud quien da luz verde a toda empresa que ofrezca algún servicio pues recordemos que para los japoneses la limpieza y la higiene son de suma importancia. Este ministerio se encarga de revisar y aprobar todo tipo de establecimiento. Consideraremos a la JNTO como el equivalente mexicano a tres secretarías y un organismo descentralizado: Trabajador y Previsión Social, Economía, Salud y la Procuraduría Federal del consumidor (PROFECO).

Por su parte la Organización de Comercio Externo de Japón (JETRO, por sus siglas en inglés) es la organización gubernamental que trabaja para promover

la mutua inversión entre Japón y el resto del mundo. Originalmente se estableció en 1958 para promover exportaciones al extranjero.⁷⁶

Una parte de suma importancia para el turismo es la infraestructura. Comparando a México y Japón, resultan sorprendentes a los estándares. México cuenta desde luego con puertos, aeropuertos y se podría decir que la construcciones necesarias y/o básicas para la actividad turística sin embargo no podríamos decir que nuestro país sobresalga. Al contrario de Japón, este es un país que cuenta con una red de transporte mundialmente famosa por su efectividad y modernidad en la construcción y diseño. En la infraestructura de transporte, Japón fue el primero en construir vías férreas especiales para el tren de alta velocidad, el *Shinkansen*⁷⁷

La limpieza, la puntualidad, efectividad, seguridad, y formalidad del transporte en Japón lo hace una medida más de competitividad para el turismo pues un turista sabe que en Japón jamás será asaltado en un taxi o bus, o que el chofer ira a una velocidad más alta de la establecida y mucho menos que este sea cualquier persona pues cada uno de los choferes de cualquier medio de transporte son personas seleccionadas y capacitadas para este puesto. Además de la innovación a la vanguardia de los pases que en Japón ofrecen para poder viajar todo el día por distintos medios de transporte, algo que es cómodo y útil para el turista que desea trasladarse por varios sitios.

Las calles, avenidas, carretas, puentes y autopistas están hechas de manera estratégica y fuertemente construidas para que estas sean seguras, con materiales de buena calidad; algo que en México no es constante pues sabemos, hay carreteras en pésimo estado, con contaminación tano ambiental como visual.

⁷⁶ *Japan External Trade Organization* (JETRO) disponible en: <http://www.jetro.go.jp/> Consultado el 13 de Diciembre de 2010.

⁷⁷ Del japonés que significa literalmente “nueva línea troncal”, es la red ferroviaria de alta velocidad de Japón, operada por la compañía *Japan Railways*. Desde que en 1964 se abrió la línea Tōkaidō Shinkansen, la red se ha ido expandiendo para conectar la mayor parte de las ciudades de las islas de Honshū y Kyūshū, con velocidades de hasta 300 km/h. Véase: Japón: transporte, disponible en <http://home.galileo.edu/~ritanaely/Proyecto%20Final/japon.html>

En Japón esto es algo que simplemente no se ve pues la higiene para el japonés es de suma importancia y a cualquier defecto que pudiera aparecer en sus vías de transporte o en el mismo medio de transporte, este sería arreglado de inmediato.

La mentalidad y la cultura son el parte aguas para el efecto del servicio en un país. El transporte de Japón es de los más efectivos del mundo. Cuenta con la mejor infraestructura para los diversos medios de transporte y la calidad del servicio sobrepasa por mucho la de México y es por ello que se ven tan diferenciados en la eficiencia de sus servicios turísticos, mientras que en México difícilmente se construyen redes que cubran las necesidades del transporte, en Japón existen una serie de conexiones, carreteras, autopistas, puentes y terminales lujosas, innovadoras y modernas.⁷⁸ Las personas que han viajado al país nipón confirman que el hecho de viajar en metro es totalmente diferente al hacerlo aquí en México, donde la inseguridad es un factor constante así como la mala higiene.

Tanto México como Japón cuentan con servicios variados, desde transporte, salud, educación, industria de ciencia y tecnología, esparcimiento y lo relacionado al sector turismo, sin embargo, es aquí donde debemos analizar qué tipo de servicio es el que se ofrece en cada nación. No podemos desde luego comparar el servicio de educación japonesa con la mexicana. Esto nos conlleva a un caso profundo en donde sabemos que el sistema educativo de México está lleno de grandes deficiencias y que las reformas apenas comienzan a llevarse a cabo.

La educación básica en el país nipón puede ser muy similar a la que existe en muchos países del mundo y el nuestro, sin embargo, la educación superior comienza tras doce años de formación académica: seis años de educación elemental, tres años de educación secundaria inferior y tres años de educación secundaria superior. La educación es obligatoria únicamente durante los nueve años que duran la primaria y secundaria, pero el 97% de los alumnos continúa

⁷⁸ "Japón- Transporte masivo e infraestructura", Disponible en: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=52003063> Consultado en 13 de Julio de 2001

sus estudios secundarios superiores⁷⁹. Una cifra impresionante si la comparamos con nuestro país donde en el 37% de los adolescentes abandonan la escuela antes de completar la secundaria, es decir, un poco más de una tercera parte, y la mitad de ese 37% abandona la escuela, sin terminar siquiera la educación primaria.⁸⁰ en el bachillerato sólo seis de cada diez alumnos que ingresan terminan sus estudios, siendo este nivel el que registra la mayor deserción.⁸¹

La razón principal es que la sociedad japonesa está basada en la "titulocracia", es decir, que la posesión de una determinada titulación es fundamental para ocupar cierta posición social. Por lo general, los alumnos tienen que someterse a varios exámenes para acceder a los institutos y a las universidades.⁸²

Los alumnos que completan la educación secundaria superior pueden acceder a cinco tipos de instituciones de educación superior: Universidad, *Junior College* (Colegio menor), *Special Training Colleges* (Colegios de entrenamiento especial), *Japanese Language Institutions* (Instituciones de Lengua Japonesa) y *Technical College* (Colegio Técnico) y que pueden ser divididos, de acuerdo con su administración, en: nacionales, públicas locales y privadas.⁸³

De acuerdo con los comentarios citados de una profesora japonesa que vino a México a trabajar en el 2008 al Instituto Cultural Mexicano Japonés (ICMJ); si alguien ingresa a una universidad de paga no es tan bien visto como en nuestro país, es decir, en el país nipón el éxito del ingreso a una escuela nacional por mérito propio y convencional como lo es un examen, da el estatus

⁷⁹ Universa. "Estudios internacionales- Estudios en Asia-Pacífico. Disponible en: <http://internacional.universia.net/asia-pacifico/japon/sistema-educativo/index.htm>. Consultado el 6 de septiembre del 2011.

⁸⁰ "La deserción escolar" Reportaje por Jorge Luis Zarate Sánchez, *Taller de Periodismo y medios impresos* disponible en: <http://zaratejls.blogspot.es/1207839180/> Consultado el 14 de noviembre de 2011.

⁸¹ "La educación en números, Tercer informe de gobierno de Felipe Calderón, segunda parte" disponible en "*Aula Virtual de Claudia Morales*" <http://e-consulta.com/blogs/educacion/?tag=inegi>. Consultado el 11 de diciembre de 2011.

⁸² "Estudios internacionales- Estudios en Asia-Pacífico". disponible en: <http://internacional.universia.net/asia-pacifico/japon/sistema-educativo/index.htm>. Consultado el 6 de septiembre del 2011.

⁸³ *Ibidem*

de competente y con un futuro alentador, porque a través del paso del tiempo que estudia una persona se forma como alguien responsable y capaz de enfrentarse a la vida.

En este país los padres japoneses realizan grandes sacrificios para educar a sus hijos, sabedores de que el nivel social que alcancen estos en sus vidas dependerá, más que nada, de su preparación. Además, el gobierno y las empresas importantes tienen sus propios cursos de estudios y entrenamiento para preparara a sus empleados.⁸⁴

En México existen más de 370 Universidades que imparten las carreras de turismo como Licenciaturas y Técnicos de las cuales 86 son oficiales y 284 particulares.⁸⁵ Otras tantas instituciones de educación son de preparación técnica o bachillerato (nivel medio superior entre otras) por parte de escuelas como CONALEP, DEGETI, CEBETIS. Así mismo, instituciones como el Instituto Politécnico Nacional (IPN) y varias universidades privadas, ofrecen la Maestría en Turismo.

En cuanto a Japón, dentro de las universidades consideradas como las mejores en este país, están la Universidad de Tokio, la Universidad de *Kyoto*, la Universidad de *Tohoku*, la Universidad de *Kyushu*, la Universidad de *Hokkaido*, la Universidad de *Osaka* y la Universidad de Nagoya. Se consideran igual de sobresalientes al Instituto Tecnológico de Tokio, la Universidad de *Waseda* y la Universidad de *Keio* (privadas las dos últimas). De todas estas solamente la universidad de *Hokkaido* imparte la carrera de “Estudios de turismo.”⁸⁶ Y aparte de las mencionadas, esta la universidad “*Tokyo Bussiness School*”, que ofrece la licenciatura y la maestría en Administración en

⁸⁴ Son numerosas las compañías que consideran que el mejor diploma de técnico o ingeniero existente es el que ellas mismas otorgan. En la mayoría de las fábricas existen organizaciones de enseñanza, de capacitación y de perfeccionamiento que se esfuerzan en proporcionar a los ingenieros y estudiantes una especialización muy intensa, ejercitándoles de modo practico en las técnicas de las que pronto habrán de encargarse. (Mejía, 1988: 90)

⁸⁵ Guía de escuelas de turismo en México, Secretaria de Turismo SECTUR disponible en: http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Guia_de_Escuelas_de_Turismo

⁸⁶ Innoversia-blog estudiar fuera. Disponible en: <http://movilidad.universiablogs.net/2008/01/16/oportunidades-de-estudio-en-japon/>. Consultado el 12 de Diciembre de 2011.

Hostelería y restauración,⁸⁷ y la *Wakayama University* que posee la facultad de turismo. Por su parte la Universidad de Osaka ofrece la carrera de centro de innovación ambiental y diseño de la sustentabilidad; una carrera que ha servido de apoyo al desarrollo del turismo moderno.

Cómo es que existiendo tantas universidades en México que preparan a licenciados en turismo, por qué nos falta tanta gente con esa iniciativa, buena preparación y sentido común para el desarrollo de la actividad turística. En contraste Japón, con poca oferta en estudios de turismo, posee una capacidad de trabajo, personas que buscan la innovación día a día, nuevas ideas y propuestas, así como la promoción y mejora en los servicios turísticos.

En México es común oír de la venta de plazas para ejercer en una escuela o las conocidas recomendaciones para entrar a cualquier tipo de trabajo; en Japón esto simplemente no existe. En nuestro país, y el ejemplo más cercano es la Universidad Autónoma de Chapingo, donde los padres “heredan” sus plazas en el mejor de los casos a sus hijos, o peor aún, las venden para que otra persona ocupe un sitio de trabajo que realmente no se sabe si es apto para éste o se lo ganó por merito propio.

Todos los profesores japoneses del ICMJ y de la Academia Mexicana Japonesa, Tokiyo Tanaka, relatan la forma de vida en Japón a sus alumnos. Describen como en Japón una persona logra su estatus y lugar en una empresa por esfuerzo propio, a través de los años en un sistema de escalera donde de acuerdo a los años de trabajo y eficacia en este, los empleados son promovidos a una mejor plaza y pago.

En México, esto sólo sucede y no siempre, en el sector privado –si no hay resultados, la persona está fuera. Aquí la burocracia está lejos de manejar el sistema interno de la compañía por lo que el sueldo, las prestaciones y demás derechos son de acuerdo al puesto obtenido y se mantienen solo que la persona muestre aptitudes y todas las responsabilidades y beneficios que esto implica.

⁸⁷ Tokyo bussines School-Disponible en su página oficial:
<http://www.tokyo.uibs.asia/?referrer=spainexchange.com>. Consultado el 29 de Noviembre de 2011.

Otro aspecto que debemos comparar para entender la diferencia entre las dos culturas es la ciencia y la tecnología, algo que ha formado parte importante de la globalización y la competitividad a nivel mundial de suma importancia para el desarrollo del país. México no ha progresado lo suficiente en este rubro al no ejercer los recursos económicos necesarios ni de educación para lograr intentos y avances científicos relevantes. Actualmente escasas universidades nacionales como la UNAN o el IPN son los que se encargan de la investigación, sin embargo no es posible definir al país de manera sobresaliente en la investigación e invención de nuevas tecnologías. Por el contrario, Japón es un país que día a día comanda el mundo de las marcas electrónicas y la innovación robótica, reconocido mundialmente por estar entre los más avanzados tecnológicamente, con registro incluso en la revista Forbes⁸⁸.

En el caso de México, es bien sabido que somos nosotros quienes usamos estas mismas marcas que por citar algunas como Sony, Samsung, Mitsubishi, Macintosh, y un sinnúmero de marcas más son las que consumimos; todo, producido por otros países pues nosotros no contamos con la producción de estos y que en ciertos casos solo llegamos a ensamblar, por ejemplo, en el área automotriz con empresas como Toyota, Nissan, Dodge, Chrysler, etc. México está sumamente rezagado en la creación de tecnología. Este año Mazda Corporación está construyendo una armadora en la ciudad de Salamanca, Gto. Casual o irónicamente empresa japonesa que ha decidido invertir en nuestro país.⁸⁹ Lo que reafirma que en México solo se ensambla o se cuenta con la tecnología que otros países nos ofrecen.

⁸⁸ La lista Forbes Global 2000 es un ranking anual de 2000 empresas públicas en el mundo por la revista Forbes. La clasificación se basa en una combinación de cuatro indicadores: ventas, utilidades, activos y valor de mercado.

⁸⁹ Excelsior-Salamanca, "Guanajuato sede de la planta Mazda" disponible en: http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&id_nota=745538 Consultado el 17 de Junio, 2011.

Conclusiones

A la luz de la presente investigación, en torno a las principales líneas sobre el turismo entre México y Japón, es posible delinear una serie de consideraciones sobre las perspectivas económicas y sociales de estos países. A continuación, un seguimiento de ello.

1. El turismo es una actividad que ha ayudado a México y Japón a la recuperación y mejora económica, acrecentando la calidad de vida de sus habitantes y ofreciendo sus bondades como atractivo a todo aquel que desee visitar dichas naciones.

2. México y Japón son países que durante décadas han buscado por ofrecer un servicio turístico competente y de calidad, ambos poseen atractivos culturales y naturales, sin embargo hay aspectos institucionales, sociales y económicos que marcan grandes diferencias entre ambos países.

3. México tiene problemas para conseguir una estabilidad institucional, tanto económica como de seguridad, lo cual impide mejorar de su oferta turística. La inseguridad y desigualdad social trae conflictos que obstaculizan su crecimiento productivo y competitivo, por ende también en el turismo. Por el contrario, Japón paso a paso ha logrado innovar y obtener mejores lugares dentro del mercado.

4. México está basado en un turismo de sol y playa, mientras Japón busca diversificar y apalancar las prácticas turísticas ¿Qué hace que México se estanque? La falta de reformas estructurales (creación de leyes y políticas públicas en materia: Laboral, Energética, Educativa, Fiscal y Política), por un lado, y la idiosincrasia de estas dos naciones, que es la base de todo para entender el por qué consiguen o no las metas que se proponen, los niveles de exigencia en cada país son diferentes. Los japoneses tienen el sentido del orgullo y la superación muy en alto. En México continuamos arrastrando la premisa de “no pasa nada”; desde atender los conflictos sociales hasta la

inseguridad, la cual genera impunidad, corrupción y complicidad. En la mentalidad del mexicano no existe responsabilidad ni compromiso porque no hay suficiente Estado de derecho, cultura de la legalidad y competitividad. Por el contrario, el japonés no acepta adjetivos peyorativos a los servicios que ellos ofrecen porque sus instituciones son fuertes, su sistema de administración y procuración de justicia es alto y sus estándares de calidad, fuerza de trabajo y conciencia laboral no les permite más que hacer las cosas bien.

5. En México la planeación, legislación y política turística siguen consideradas de poca importancia, incluso intrascendente para muchos sectores de nuestra sociedad. En cambio Japón la ha convertido en “un derecho del hombre moderno,” bajo esta premisa ha entendido y practicado lo que esta declaración significa, al planear, legislar, crear e innovar nuevos espacios para la práctica turística. Para muestra dos ejemplos: los hoteles capsula, nacidos por la necesidad de ahorrar espacio y a la vez por ofrecer algo nuevo, y las playas artificiales que en apariencia no lucen como artificiales ya que cuentan con alta tecnología armonizados con espacios naturales, servicios vanguardistas y arquitecturas modernas, pensada para satisfacer la necesidades más exigentes del visitante extranjero o nacional.

6. La conciencia ecológica es muy diferente entre ambas naciones. Las ciudades de México, si bien cuentan con un gran número de atractivos arquitectónicos y culturales, padecen una gran contaminación tanto ecológica como visual. Los continuos plantones y el ambulante robando espacio al tránsito y peatón provocando así un gran desorden y tráfico pesado. La basura es un defecto constante en nuestras ciudades. En cambio Japón tiene una amplia educación ecológica, además conservar sus atractivos arquitectónicos y culturales en buen estado, ha utilizado la más alta tecnología para procesar la basura, sacándole el mejor provecho en la composta, abono y reciclaje.

7. La educación en México comparada con la de Japón, es deficiente. México está en busca de una identidad del cómo mejorar la enseñanza de maestros y planes de estudio. En Japón por otra parte, la educación de un niño, empezando por el aprendizaje de su mismo idioma lo hace trabajar el cerebro

mucho más que cualquier infante occidental. Debido a que la escritura japonesa está basada en caracteres de varios trazos (mucho más que el alfabeto romano), que por sí solos significan algo y que al realizarlos importa incluso el orden en que se realiza cada línea y curvatura, utilizando su memoria para aprender tantos caracteres y *kanji*, memorizar su significado y trazarlos. Esto responde del por qué el japonés está creando constantemente en todos los aspectos, además de nuevos servicios en el turismo.

8. Cada vez que comparamos el número de visitantes entre México y Japón, recurrimos a cuantificar la totalidad de turistas que visitan ambas naciones. Pareciera que entendemos que México es competitivo internacionalmente por poseer un lugar importante en un número de llegadas internacionales; sin embargo, el volumen puede ser un indicador falaz de crecimiento. El verdadero indicador es el beneficio generado. Perseguir cantidades no constituye un pecado, pero el volumen no es la clave de las utilidades, es la productividad y la competitividad.

9. Si bien México no ha hecho las reformas estructurales que necesita, su productividad y competitividad turística dependerá de la capacidad de sus agencias gubernamentales y de la implementación de sus políticas para innovar y mejorar permanentemente la calidad de sus productos. Por ende las empresas turísticas mexicanas logran ventajas frente a los competidores del mundo, debido a la presión y al reto que se originan de la rivalidad, la agresividad de los proveedores y de la sofisticación de la demanda.

10. De ahí que la mejora de la competitividad del turismo en México debe considerarse desde un punto de vista local, antes de desarrollar políticas nacionales. No hay una nación que sea competitiva en todos los sectores económicos, por la sencilla razón de que el conjunto de recursos humanos y materiales necesariamente es limitado. Obviamente que lo ideal es que muchos recursos escasos se apliquen a los usos más convenientes.

11. La intención de este ensayo no es la de dar recetas mágicas que de súbito coloquen a México y a sus destinos en una posición competitiva. Pero lo que es

evidente es la necesidad de desarrollar algunas acciones inmediatas, a fin de iniciar el proceso. Algunas de estas acciones inmediatas son: a) Pensar en el desarrollo turístico con un enfoque orientado al logro de la Competitividad; b) Planificar estratégicamente los destinos turísticos nacionales; c) Analizar la interactividad de los mercados; d) entender la competitividad en un nuevo paradigma; e) Crear y mantener ventajas competitivas; f) Otorgar prioridad a la investigación y aplicación tecnológica para el desarrollo de productos turísticos competitivos y Ejecutar un programa de marketing efectivo e innovador.

12. Es indudable que el turismo en México es un sector con potencial elevado para generar riqueza y para incrementar beneficios como el combate a la pobreza, desarrollo regional, captación de divisas y dinamización del empleo. Pero también es cierto que es un sector que requiere aprender a ser competitivo y para ello es indispensable rediseñar sus prácticas. La oportunidad y reto que el turismo representa para generar riqueza de manera sostenida y sostenible así lo demandan. México es un país que reúne los factores para fortalecer la competitividad de su sector turístico, pero requiere adoptar un nuevo paradigma que le permita aprovechar los beneficios del turismo, actividad económica que se perfila como la más dinámica en los inicios de esta centuria.

FUENTES CONSULTADAS

BIBLIOGRAFÍA

Alejandro Palafox Muñoz, Oscar Fausto Martínez (coordinadores) (2008). "Turismo. Desastres naturales, sociedad y medio ambiente" México.

Jiménez Martínez, Alfonso de Jesús. "Turismo, estructura y desarrollo", 1999.

Asensio Hita, María de los Ángeles. "Análisis del turismo en México y España". Universidad de Almería.

García Avilés, Alfredo (1997). "Introducción a la metodología de la investigación científica". Plaza y Valdés Editores

Hernández Luna Manuel, Trujillo Rincón Jorge Humberto (coordinadores)(2008). Un acercamiento a la política turística en México. Universidad Autónoma del Estado de México.

Houlot Arthur (1997) "Turismo Social". Edit. Trillas

Jiménez Martínez, Alfonso de Jesús.(1999) "Turismo, estructura y desarrollo-La estructura funcional del turismo internacional y la política turística de México. Desarrollo histórico. 1945-1990". McGraw-Hill

Jorge Mejía Prieto (1988). "Japón vs. Occidente. La guerra empresarial" Edit. Universo.

Kenichi Ohmae, "La mente del estratega. El triunfo de los japoneses en el mundo de los negocios" McGraw-Hill.

Machado Chaviano, Esther Lidia; Hernández Aro, Yanet. Del turismo contemplativo activo. El periplo Sustentable, núm. 15, julio-diciembre, 2008, pp.111-122. Universidad Autónoma del Estado de México. [www. redalyc.org](http://www.redalyc.org)

Osorio García Maribel, Castillo Nechar Marcelino (coordinadores) (2006). "Ensayos teórico-metodológicos del turismo: cuatro enfoques". Universidad Autónoma del Estado de México. 1ª Edición

Osorio García Maribel, Novo Espinosa de los Monteros Gerardo (compiladores)."Entorno del turismo. Perspectivas volumen 2" Universidad Autónoma del Estado de México. 1ª Edición 2007.

Osorio García Maribel, Castillo Nechar Marcelino (coordinadores). "Entorno del turismo. Perspectivas volumen 3" Universidad Autónoma del Estado de México. 1ª edición 2008.

Romero A. Claudia, 2003. "El Cambio educativo y la mejora escolar como proceso educativo". No. 1 Vol. 1

REDES. Investigaciones para el Desarrollo. Elementos que componen el índice de competitividad de turismo y viajes.

Schmelkes Corina (1998). "Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (Tesis)", México, Oxford University Press.

Oscar, Padilla (1980) Turismo Fenómeno Social. Fondo de Cultura Económica, México.

Osorio, Maribel y Novo (2007) Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/postmoderna. *Convergencia*.

HEMEROGRAFÍA

"Narcotráfico. Tijuana, todavía plaza de los Arellano". Por Patricia Dávila. *Revista proceso*, paginas 6-7 8 de enero de 2012.

"Recorriendo la capital japonesa." *Revista Otaku*, No. 12 Julio 2006. No. p. 40

"Tokyo la capital del país del sol naciente" *Revista Conexión Manga*. Año 3. No. 67 pág. 43

"Revelan peligros carreteros" *Diario Milenio*. Policía- 25 de Julio de 2011.

DOCUMENTOS OFICIALES

Almanaque Hotel 1999", *Publicaciones Ohta*, en Tokio. Noviembre 2010

Documento de Republica de Colombia, *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo-Oficina Estudio Económicos*. 9 de Julio de 2010.

"Hotel de la Industria de Japón" por Ryu Iwaya y Katsuhiko Goto, *Tokio Hostelería y Ocio Informe Ejecutivo Invierno 1999/2000 Almanaque Hotel '99*, Publicaciones Ohta, en Tokio

Turismo y sustentabilidad en Asia-Pacífico. Ponencia por: Dra. Antonia Ivanova en IX Congreso Nacional y III Internacional de Investigación turística Colima-México 2007. *SECTUR, CESTUR y Universidad de Colima. Cd Interactivo*

WEBGRAFÍA

Aerolíneas de Japón. Disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Aerol%C3%ADneas_de_Jap%C3%B3n

AMR. Asociación Mexicana de Restaurantes. “¿Quiénes somos?” Disponible en: http://www.amr.org.mx/quienes_somos.html. Consultado el

Andersen, Arthur, IDEAS & TRENDS- HOTEL ONLINE, Hotel de la industria de Japón se prepara para un cambio-Mira a los inversores del futuro de la industria. Disponible en:

http://translate.googleusercontent.com/translate_c?hl=es&lagpair=en%Ces&u=
(Octubre 2010)

Andrómaco Papúa, “Breve historia del turismo en México”, (2011). Disponible en: <http://knol.google.com/k/breve-historia-del-turismo-en-m%C3%A9xico>

Autobuses-Líneas de Autobuses y camiones de pasajeros en México.

Disponible en:

http://www.superpaginas.com.mx/Turismo_Tourism/Transporte_Transportation/autobuses_lineas_de_autobuses_y_camiones_de_pasajeros_en_mexico.html

BILATERALS.ORG. Disponible en:

http://www.bilaterals.org/article.php3?id_article=1642

Carlos Salinas de Gortari- *Wikimedia Project (2011)*. Disponible en:

http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/publicaciones/publi_quepaso/salinas_de_gortari.htm

Club Planeta, Economía-José López Portillo. Disponible en:

http://www.economia.com.mx/jose_lopez_portillo.htm

Compañías de Japón” *de wikipedia, la enciclopedia libre* disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Compa%C3%B1as_de_Jap%C3%B3n

“Comunicaciones y transportes” disponible en:

[http://es.wikipedia.org/wiki/Secretar%C3%ADa_de_Comunicaciones_y_Transportes_\(M%C3%A9xico\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Secretar%C3%ADa_de_Comunicaciones_y_Transportes_(M%C3%A9xico))

Convenios internacionales de México, disponible en:

http://www.sectur.gob.mx/PDF/MO_General_SECTUR.pdf

Distintivo H. Disponible en: http://www.imnc.org.mx/distintivoh_c_240.html

Economía de Japón, disponible en:

http://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Jap%C3%B3n

Embajada del Japón en México. Disponible en: <http://www.mx.emb-japan.gob.jp/>

Embassy of Georgia to Japan. Disponible en:
http://japan.mfa.gov.ge/index.php%3Flang_id%3DENG%26sec_id%3D343%26info_id%3D5401

Era Meiji, artículo de la *enciclopedia-categoría “Enciclopedia de Japón”*. Disponible en: http://enciclopedia.us.es/index.php/Era_Meiji

Excelsior-Salamanca, “Guanajuato sede de la planta Mazda” disponible en:
http://www.excelsior.com.mx/index.php?m=nota&id_nota=745538

Félix A. Zurita Ochoa, Aspectos Antropológicos del Turismo Japonés, s/f, en
<http://www.eumed.net/rev/japon/00/fzo-o.htm>

Finanzzas.com. Disponible en: <http://www.finanzzas.com/pib-japon-2009>

Gestiopolis.com. Disponible en:
<http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>

Hoteles de cadena. Best Day. Disponible en:
<http://www.bestday.com.mx/HotelesCadena/>

Hoteles de Japón. “Tradición Ryokan” Disponible en:
<http://www.viajeajapon.com/ryokan.htm> (Agosto 2010) Hoteles Japón. Tradición Ryokan

Innoversia-blog estudiar fuera. Disponible en:
<http://movilidad.universiablogs.net/2008/01/16/oportunidades-de-estudio-en-japon/>

Investigaciones-Jiangsu Turismo. Disponible en:
<http://tastejiangsu.com/espanol/about/research.html> (Octubre 2010)

Japan External Trade Organization (JETRO) Disponible en:
<http://www.jetro.go.jp/>

Japón- Transporte masivo e infraestructura, Julio 2007. Disponible en:
<http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=52003063>

Japón: transporte. Disponible en
<http://home.galileo.edu/~ritanaely/Proyecto%20Final/japon.html>

JETRO. Disponible en: <http://www.jetro.go.jp/en/jetro/>

“La educación en números” Tercer informe de gobierno de Felipe Calderón, segunda parte” disponible en “*Aula Virtual de Claludia Morales*”
<http://e-consulta.com/blogs/educacion/?tag=inegi>

“La deserción escolar” Reportaje por Jorge Luis Zarate Sánchez, *Taller de Periodismo y medios impresos*. Disponible en:
<http://zaratejls.blogspot.es/1207839180/>

Magaña-Carillo, Irma. “La política turística en México desde el modelo de calidad total: un reto de competitividad”. *Economía, Sociedad y Territorio*. Vol. IX, Núm. 30, mayo-agosto, 2009, pp.515-544. El Colegio Mexiquense, A.C. México. Disponible en:
<http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11111267008>

Mayol. “Metodología de la investigación empírica”. Slideshare. Disponible en:
<http://www.slideshare.net/rnma/introduccion-a-la-investigacion-empirica>.

METI (Ministry of economy, Trade and Industry). Disponible en
<http://www.meti.go.jp/english/index.html>

Metros del mundo. Disponible en:
<http://www.metrodelmundo.com.ar/americaelnorte/mexico/metro-guadalajara.php>

Mexican bussiness Web. “El turismo, clave potencial para el país”. Disponible en: <http://www.mexicanbusinessweb.com/noticias/perfiles/turismo/perfil.phtml>

“Nuevo orden mundial” Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Nuevo_orden_mundial

“Organiza tu viaje”, *Japan National Tourist Organization (2010)*. Disponible en:
<http://www.turismo-japon.es/Organiza-tu-viaje/Transporte>

Organización Mundial de Turismo, 2010. “Estadísticas del turismo a nivel mundial” Grupo Visiting, disponible en:
<http://www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo>

Perfiles- Japón. Disponible en:
<http://www.mincomercio.gov.co/econtent/documentos/estudioeconomicos/perfilespaíses/Japon.pdf>.

“Periodo Edo”, *MediaWiki*, s/f Disponible en :
http://es.wikipedia.org/wiki/Per%C3%ADodo_Edo

“Prefecturas de Japón”-Articulo- *Wikimedia projects* 2011. Disponible en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Prefecturas_de_Jap%C3%B3n

“Regions and Prefectures of Japan”-*World geographics.com*. Disponible en:
<http://www.world-geographics.com/maps/asia/map-of-japan-regions-and-prefectures/>.

“Regiones de hoy” Disponible en: <http://www.today.az/news/regions/72828.html>

Sector servicios en México”-Ensayo- Disponible en:
<http://www.buenastareas.com/ensayos/Sector-Servicios-En-M%C3%A9xico/96780.html>

SECTUR (Secretaria de Turismo)- Antecedes históricos disponible en:
http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Antecedentes_Historicos_de_la_Secretaria_de_T

SICE. Sistema de información sobre el comercio exterior.
http://www.sice.oas.org/TPD/CHL_JPN/CHL_JPN_s.ASP

Trasporte por avión-charrter- disponible en:
<http://es.wikipedia.org/wiki/Ch%C3%A1rter>,

Tokyo bussines School-Disponible en su página oficial:
<http://www.tokyo.uibs.asia/?referrer=spainexchange.com>

Turismo. Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

Universa.“Estudios internacionales- Estudios en Asia-Pacífico. Disponible en:
<http://internacional.universia.net/asia-pacifico/japon/sistema-educativo/index.htm>

Tourism in Japan. Disponible en: http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Japan
(Octubre 2010)
UNWTO “World Tourism Barometer” Enero de 2009. *Quick over view of key trends* página 3. Disponible en
http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_1_en_excerpt.pdf

Viaje Jet DCIP Consulting S.L” s/f .Disponible en:
<http://www.viajejet.com/transporte-terrestre-japon/>

Wikimedia commons. (2010) s/f en:
http://es.wikipedia.org/wiki/Categor%C3%ADa:Aerol%C3%ADneas_de_Jap%C3%B3n

OTROS

Reality Show “*Paris Hilton-My BFF*” Transmitido por MTV Junio del 2009

Script-Guión de *Sex and the City-La película*, 2008. The Montecito Picture Company & Home Box Office

ANEXOS

Anexo 1
Cuadro 1.1 Lista de las compañías más importantes de Japón

Rango	Rango en Forbes 2000	Nombre	Ventas(Mmd. \$)	Capitalización bursátil (Mmd. \$)	Industria
1.	8.	<u>Toyota Motor</u>	203,80	175,08	Industria automotriz
2.	35.	Mitsubishi	49,49	98,14	Banca
3.	66.	<u>Nippon Telegraph and Telephone</u>	91,57	60,27	Telecomunicaciones
4.	68.	<u>Honda Motor</u>	94,35	56,82	Industria automotriz
7.	96.	<u>Nissan Motor</u>	89,09	37,90	Industria automotriz
9.	138.	<u>Canon</u>	40,06	61,75	Electrónica
10.	143.	<u>Tokyo Electric Power Company</u>	44,96	34,93	Servicios públicos
11.	146.	<u>Mitsui Bussan</u>	41,54	40,61	Mayorista

12.	150.	<u>Matsushita</u>	77,51	45,31	Tecnológica
13.	182.	<u>Sony</u>	70,60	48,03	Conglomerado
14.	185.	<u>Nippon Steel</u>	36,61	33,85	Acero
15.	210.	<u>Nomura Holdings</u>	16,55	30,91	Servicios financieros
16.	227.	<u>East Japan Railway</u>	22,61	32,21	ferroviaria
17.	236.	<u>Millea Holdings</u>	35,35	30,70	Aseguradora
19.	238.	<u>Toshiba</u>	60,56	24,77	Tecnológica

Nota: Las cifras son en miles de millones de dólares de EE.UU

Fuente: Lsitado obtenido del Anexo de artículo “Compañías de Japón”⁹⁰

⁹⁰ “Compañías de Japón” de *wikipedia, la enciclopedia libre* disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Compa%C3%B1as_de_Jap%C3%B3n. Consultado el 20 de Septiembre de 2010.

Anexo 2 Cuadro 1.2 Instituciones de Turismo

INSTITUCIONES DE MÉXICO	INSTITUCIONES DE JAPÓN
<p>SECTUR (Secretaria de Turismo)</p> <p>*Secretaria principal encargada de evaluar, permitir y desarrollar las actividades turísticas en México.</p> <p><u>Funciones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Diversificar los productos turísticos y desarrollar nuevos mercados. • Impulsar a las empresas turísticas a ser competitivas a nivel nacional e internacional. • Desarrollar el turismo respetando los entornos naturales, culturales y sociales. <p>Oficinas en el extranjero: 0</p>	<p>JNTO (Japan national Tourism Organization)</p> <p>*Organización encargada de planear y desarrollar la actividad turística en Japón.</p> <p><u>Funciones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Poner en práctica los intercambios internacionales a través del turismo participando en varios proyectos para la promoción del turismo dentro y fuera de Japón ayudando a la industria del turismo a "vender" Japón como un destino turístico para sus clientes. • La ejecución de las actividades destinadas a los turistas que viajan a Japón y a la industria del turismo regional, incluida la asistencia a los medios de comunicación y la participación en ferias de turismo y exposiciones. <p>Oficinas en el extranjero: 13</p>
<p>FONATUR (Fondo Nacional de Turismo)</p> <p>* Institución responsable de la planeación y desarrollo de proyectos turísticos sustentables de impacto nacional</p> <p><u>Funciones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la inversión turística sustentable en México, contribuyendo a la mejora e igualdad social y a la competitividad de Sector Turístico • Concretar proyectos de inversiones sustentables en el Sector Turístico, orientados a mejorar la calidad de vida de la población, a la generación de empleos y al pleno desarrollo de su personal en un ambiente libre de discriminación e igualdad entre hombres y mujeres. 	<p>Japan Ministry of health (Ministerio de salud de Japón)</p> <p>*Ministerio encargado entre otros asuntos de evaluar las condiciones y permitir la actividad turística cual quiera que esta sea, en el país nipón.</p> <p><u>Funciones:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> -Oficina de desarrollo de recursos humanos • División general de negocios, recursos humanos, capacitación de la promoción vacacional, evaluación de habilidad vacacional, cooperación del exterior. -Oficina de seguridad de alimentos: •Planeación política y comunicación, estándares de evaluación y inspección y seguridad.

Fuentes:

Secretaria de Turismo. SECTUR
 Fondo Nacional para el Turismo. FONATUR
 Japan Natioal Tourism Organization. JNTO
Ministry of health of Japan