

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

Facultad de Estudios Superiores Aragón

**POTENCIALIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO
MEXICANO COMO FORMA DE ATRACCIÓN
DEL MERCADO ASIÁTICO: CASO CHINA.**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN RELACIONES INTERNACIONALES

P R E S E N T A:

HECTOR AXL HERNANDEZ LARRAZOLO

ASESOR: PERLA ALELI ALEJANDRA TAJONAR BARAJAS

2016

Nezahualcóyotl, Estado de México





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A mis padres:

Debo agradecer por el cariño, el amor, la confianza y el apoyo que me brindaron en cada momento, por su preocupación y enorme comprensión que siempre me demostraron, pero sobre todo, por enseñarme a valorar cada uno de sus sacrificios que ahora serán el fruto de un camino prometedor.

Gracias por todo.

A mi familia y amigos:

A mi abuela a quien admiro demasiado por su sacrificio y su espíritu dándome la fuerza de seguir siempre adelante y afrontar cualquier problema, a mi hermana por estar siempre a mi lado y no dejarme solo, a Karen y a Cristian y a todos mis amigos por las enormes sonrisas, por aquellos días divertidos y por sus buenos deseos que siempre estuvieron presentes hacia mí.

Agradezco enormemente a todos que me dejen formar parte de sus vidas y por permitirme vivir gratos momentos a su lado.

A la UNAM:

Agradezco el honor por permitirme ser parte de esta prestigiosa universidad, y en especial de la Facultad de Estudios Superiores Aragón, por brindarme esta oportunidad de realizarme como internacionalista y sobre todo como un mejor ser humano, gracias a los excelentes profesores a los cuales pude conocer, como mi asesora la Lic. Perla Aleli Tajonar Barajas la cual gracias a sus consejos y su ayuda invaluable pude culminar este trabajo satisfactoriamente.

Índice General

Introducción.....	5
Capítulo 1. La importancia del turismo en las Relaciones Internacionales ..	12
1.1.- Aproximaciones al estudio del turismo	12
1.1.1.- Referencia al origen del turismo	14
1.1.2.- Conceptos de turismo	29
1.1.3.- Tipologías del turismo	31
1.2.- El Turismo Internacional desde una perspectiva neorrealista	34
1.3.- Un acercamiento al turismo internacional del siglo XXI	39
Capítulo 2. Turismo en México.....	42
2.1.- Turismo en México desde los años 50.....	46
2.1.1.- 1945-1958: Promoción turística	46
2.1.2.- 1959-1979: Planificación de proyectos.....	48
2.1.3.- 1980-2000: Promoción y Puerta en Marcha	50
2.2.- Oferta turística mexicana: Recursos turísticos y Patrimonio Nacional	53
2.3.- Siglo XXI y la necesidad de la diversificación de mercados	61
Capítulo 3. China. Un nuevo mercado turístico.....	66
3.1.- La importancia del turismo chino a nivel global.....	68
3.2.- China aprende a hacer turismo	72
3.2.1.- Antecedentes breves del turismo en China.....	73
3.2.2.- México como destino aprobado para turismo chino	83

3.3.- Acercamientos de México con turistas chinos.....	88
3.4.- Competidores turísticos para México ante el turismo chino	98
Capítulo 4. Aprovechamiento de las grandes corrientes turísticas chinas hacia México.....	106
4.1.- El papel de las instituciones encargados del turismo en México.....	108
4.2.- Acciones del gobierno mexicano enfocado al turismo chino:	
Sexenio EPN.....	116
4.3.- 2015: Año del turismo entre México y China.....	123
4.4.- Prospectiva del turismo receptivo en México 2016	124
Conclusiones.....	137
Fuentes de consulta.....	143
Bibilografía	143
Hemerografía	144

Introducción

Una de las fuentes económicas más importantes para varios países de todo el mundo es el turismo. Con tan solo el buen aprovechamiento de cada uno de los destinos atractivos con los que cuente un país, aunado a una buena promoción de estos a nivel mundial, es suficiente para que se cumpla con el propósito de generar las ganancias necesarias que un país requiere, más si su economía depende bastante de este sector. No obstante, como punto de partida de este trabajo, se debe comprender que el turismo es aquella actividad que tiene que ver con conocer o disfrutar de regiones o espacios en los que uno no vive de manera permanente y que deben desarrollarse por más de un día y menos de un año, es el arte del ocio.

Existen países en todo el mundo que dependen en gran parte de los ingresos que el turismo deja en sus destinos, en este caso a estudiar, México, siendo uno de los países más beneficiados por el turismo y a la vez dependientes de este, ya que gracias a su posición geográfica, su historia y a toda su cultura que lo rodea e identifica, se ha colocado como un destino favorito de muchos turistas extranjeros.

México ofrece gran variedad de turismo entre los más importantes: turismo cultural, turismo de aventura, turismo de negocios y turismo de sol y playa, siendo este último el que ha captado grandes entradas de divisas al país, tanto así que esta actividad es considerada en gran parte como sustento de la economía mexicana, colocándose en tercer lugar, solo detrás de los ingresos de petróleo y las remesas¹.

Actualmente el turismo ha ganado mayor importancia en asuntos internacionales; cada vez crecen más las posibilidades y el interés de cierto sector de la población mundial en esta materia. México siempre ha estado muy consciente de que el turismo es su carta de presentación, pero hoy en día el atraer a turistas extranjeros que no sean solamente estadounidenses o europeos es uno de los mayores retos que el país tiene, y si se toman las acciones adecuadas, será muy benéfico para el crecimiento económico que tanto se ha buscado y tristemente no se ha logrado.

¹ Véase más información en: <http://www.explorandomexico.com.mx/about-mexico/6/>

La diversificación de turistas extranjeros, es un tema en el cual se ha estado trabajando en los últimos años, pues, como se sabe, México ha enfocado su turismo solamente hacia países occidentales, llegando a un punto de conformismo, en el que no se muestra el interés de atraer otros mercados, como los asiáticos, los cuales podrían ayudar para que México pueda tener mejores ingresos económicos a futuro.

Si bien, México es un país lleno de historia y cultura, el cual ha sido destino turístico de muchos extranjeros, ¿Por qué no se ha interesado en atraer turistas asiáticos? ¿Por qué debería de existir el interés hacía este mercado?, y siendo ya específicos ¿Podrían ser los chinos el mercado ideal para esta diversificación?, este es problema principal el cual el presente trabajo abordara, y tendrá la tarea de explicar la necesidad de captación de un nuevo mercado para el sector turístico mexicano.

China a inicios del siglo XXI demostró a los demás países que era un país sumamente capaz de tener el mejor desarrollo económico del mundo, y que en los últimos años había trabajado arduamente para que finalmente se tuviera un nivel de vida digno por las décadas de esfuerzo y dedicación hacia la nación. China es un país el cual ha vivido un crecimiento económico demasiado acelerado, se llegó a niveles de industrialización elevados los cuales se pueden ver reflejados en muchas áreas por ejemplo, tiene ocho de los puertos más grandes e importantes del mundo, tiene una infraestructura muy innovadora, el segundo aeropuerto más extenso del mundo, y sobre todo su turismo se ha visto bastante beneficiado; en 2014 China era considerado el tercer país más visitado del mundo, y se prevé que para el 2020 este se posicione en el primer lugar dejando atrás a EE.UU y Francia.²

Con base en datos de la Organización Mundial del Turismo, el país emisor más grande de turistas para los próximos años será también China, con más de 100 millones de chinos que estarán viajando por diferentes ciudades del mundo. Con esto, muchos países se han visto obligados en trabajar en una buena promoción para captar este mercado potencial, algunos de ellos han estado invirtiendo grandes cantidades de dinero en publicidad en ferias de turismo para adentrarse en la mente

² BBC News "What is the world's favourite holiday destination" <http://www.bbc.com/news/magazine-23433149> (Consultado el día 9 de diciembre del 2015)

de la población china, y entre estos países México ha estado muy interesado. Siendo China totalmente industrializada y tomando el papel de la segunda potencia económica mundial, sus ciudadanos han mostrado mayor poder adquisitivo, a lo que es importante resaltar que los chinos están cada vez más interesados en viajar al extranjero, ya que esto se ha convertido en parte de la población china en el buen vivir, status y lujo, y es aquí donde México debe hacer presencia y no ver a China como una competencia, sino como una gran oportunidad de crecimiento.³

Lamentablemente son pocos los chinos que han viajado a tierra azteca a comparación de otros países. Se considera a México un país lejano pero muy rico en cultura, colocándolo como un lugar interesante para el turista chino que está dispuesto a gastar en él como símbolo de estatus. Pero para que México se coloque como un destino favorito para estos turistas, se deben mejorar varios aspectos, algunos como la infraestructura turística, (tal como China lo hace para su población) que muestre a los chinos que México es la mejor opción como un destino turístico. Otro problema que México enfrenta es la falta de proyectos en ámbitos sociales, si se ha visto bastante activo en relaciones comerciales, políticas⁴, pero en materia turística o académica sigue estando muy baja la actividad entre ambos países.⁵

Muchas cuestiones son en las que el sector turístico mexicano debe trabajar, y más ahora que ha comenzado el deshielo diplomático entre La Habana y Washington que por ende traerá efectos secundarios a México, pues las nuevas corrientes de turistas estadounidenses podrán ahora si acceder a Cuba sin ningún problema, y sumándole la nueva ola de inversiones que se generara en Cuba, provocaran una mayor competencia entre ambos países, por lo que una diversificación urgente de mercados es más que necesaria para México. Ahora demostrando que el turismo chino es la mejor opción para esta diversificación, no queda más que trabajar y enfocarse en alcanzar esta meta de atraer más turistas chinos al país.

³ El Financiero. México vive segunda oleada de inmigrantes de origen chino. <http://www.elfinanciero.com.mx/economia/mexico-vive-segunda-oleada-de-inmigrantes-provenientes-de-china.html> (Consultada el día 13 de enero del 2016)

⁴ Dussel Peters Enrique. Hacia un diálogo entre México y China. Senado de la República. Año 2010.

⁵ Afortunadamente varias instituciones como la UNAM han buscado varios programas de intercambio entre ambos países en los últimos meses, por ejemplo, en turismo idiomático.

Con todo esto se puede observar que los próximos años estarán muy activos para el sector turístico mexicano y a pesar de los cientos de problemas que se presentan dentro de México, este ha tenido registros elevados de turistas extranjeros en los últimos años (especialmente en el 2014)⁶. Además es muy importante señalar que a principios del 2015, se denominó a éste como el “Año del Turismo México-China”, gracias a que representantes del sector turístico de China y México se reunieron en el estado mexicano para presentar los planes, programas y acciones a realizar durante este año, el cual tiene como propósito de incentivar los flujos de visitantes entre ambas naciones, aunque este no haya tenido grandes resultados.⁷

Por lo tanto, este trabajo tendrá como objetivo general, el identificar las características y la potencialidad de la cual México es capaz de diversificar su mercado en materia turística para atraer a turistas asiáticos, en este caso turismo chino y como objetivos específicos y no menos importantes se encuentran:

- Analizar las relaciones en el sector turístico entre China y México en la actualidad.
- Elaborar un marco referencial que desde la perspectiva de las Relaciones Internacionales permita visualizar el tema del turismo en México.
- Detallar las fortalezas y debilidades de México para captar el turismo de China en la actual administración del gobierno.
- Comprender la gran importancia que representa el turismo en la economía mexicana.
- Ubicar estrategias y oportunidades de crecimiento ante la cada vez mayor competencia.

Teniendo la premisa de que China es un mercado turístico potencialmente atractivo para cualquier país, debido a que los chinos cuentan con un poder adquisitivo elevado el cual les da mayores posibilidades para generar grandes derroches económicos en cualquier destino, se plantea una hipótesis la cual consiste en que

⁶ Turismo México. <http://www.cronica.com.mx/notas/2015/886926.html> (Consultada el día 9 marzo del 2015)

⁷ Véase más información en: <http://www.sectur.gob.mx/2014/12/21/boletin-278-reunion-de-alto-nivel-mexico-china-para-fortalinversio-inversion-y-promocion-del-sector-turistico/>

China le podrá brindar a México una enorme oportunidad de crecimiento y mejores estrategias para hacer turismo; China es el país ideal para disminuir la enorme dependencia turística norteamericana y en menor medida la europea. México no debe ver a China como una amenaza, al contrario debe verla como un aliado, debe buscar la manera en que esta se interese aún más en visitarlo e invertir en él. Será muy interesante este planteamiento, teniendo en cuenta de que México no está del todo preparado para recibir turistas de países que no sean occidentales, pues hay muchas barreras como el idioma, la ideología, la cultura etc., con las que muchas veces los prestadores de servicios turísticos no cuentan para brindar un buen servicio y fungir como buenos anfitriones, pero en este mundo sumamente globalizado, no se puede seguir viviendo tan aislado en estos aspectos.

Este trabajo se dividirá en cuatro grandes capítulos empezando el primero con un recorrido histórico breve sobre el surgimiento de esta actividad hasta su importancia en el mundo actual, estableciendo a su vez varios conceptos y clasificando los tipos de turismo que existen hoy en día. Asimismo se explicaran todos los factores que engloban al turismo y que por ende se le debe dar la importancia de ser estudiado en el campo de las Relaciones Internacionales, teniendo como eje, un marco teórico neorrealista, el cual queda perfectamente para estudiar una relación tan hostil como la es la sino-mexicana, aunque aclarándose desde un principio que no existen teorías de las RR.II para estudiar únicamente al turismo internacional como tal.

Se enfatiza además la importancia sobre que el turismo internacional se vuelva un objeto de estudio fundamental para todo internacionalista, teniendo en cuenta que la industria del turismo es una de las industrias que más aportan a la economía mexicana y es generadora de miles de empleos, siendo también una de las industrias que obtiene mayores entradas de divisas al país, por lo que el turismo en México debe tener una proyección mundial cada vez más fuerte, y un egresado de RR.II puede aportar bastante de sus conocimientos integrándose al sector público o privado para mantener en constante crecimiento a este sector, y más ahora que el turismo tiene ese potencial para afrontar la caída del precio del petróleo a nivel mundial, el cual ha venido afectando a la economía mexicana en los últimos meses.

El capítulo dos es dedicado al sector turístico mexicano, se habla de su larga trayectoria desde mediados del siglo XX, a la creación de los Centros Integralmente Planeados y hasta convertirse parte de los diez países más visitados del mundo y a su tan inclinada preferencia a turistas norteamericanos y europeos, explicándose al igual la tan necesitada diversificación. Además se da a conocer la enorme variedad de recursos naturales con los que cuenta México, considerando desde los más de 30 Patrimonios de la Humanidad que la UNESCO le otorgo hasta la decena de Pueblos Mágicos y playas que se encuentran en toda la República Mexicana, que serán más que suficientes para ser grandes atractivos para los turistas chinos.

Siguiendo con la importancia de la diversificación de mercados turísticos para México y explicando del porque enfocarse hacia el turista chino, el tercer capítulo se aborda totalmente sobre China y su crecimiento económico y por lo consecuente sus beneficios a nivel global, reflejados totalmente en el turismo. Se identifican en este capítulo los puntos por los cuales China llego a ser una potencia económica mundial desde el surgimiento de esta como la República Popular de China en 1949 y como fue abriéndose camino hacia el turismo, pues de pasar de ser una simple herramienta política se convirtió en parte del buen vivir y hasta una necesidad del ciudadano chino moderno. Es muy importante este capítulo pues se dan a conocer los parámetros por los cuales el gobierno chino decide crear el Estatus de Destino Aprobado, el cual indica cuales son los países a los que se pueden dirigir las corrientes turísticas chinas en grupos, siendo México parte de este a partir desde el 2004, demostrando que desde esa fecha la relación turística bilateral entre estos países ha sido deficiente con una baja enorme de turistas chinos a México. Finalmente se crea un marco comparativo entre México y sus competidores turísticos ante el turismo chino, demostrando que la falta de capacitación hacia este mercado y falta de interés han sido causantes de la baja afluencia de chinos al país.

Finalmente el capítulo cuatro describe la labor de las instituciones encargadas del turismo en México sobre la atracción de turistas procedentes de china durante el actual sexenio del presidente Enrique Peña Nieto, como la Secretaria de Relaciones Exteriores, la Secretaria de Turismo, el FONATUR y el CPTM. Asimismo se da un

diagnóstico alentador a corto y mediano plazo, recalándose que México tiene todo para generar más turistas chinos año con año. Y gracias a toda la investigación recabada a lo largo de los cuatro capítulos, es que se dan cinco grandes propuestas las cuales plantean un panorama positivo ante estas corrientes turísticas chinas, siempre y cuando exista mayor voluntad por parte del sector público y privado.

La tendencia neorrealista por la que se verá marcada este trabajo, consistirá en comprender profundamente una relación entre dos países los cuales han tenido una historia medianamente similar llena de adversidades e indiferencias en su mayoría banales, las cuales los orillo a actuar de manera hostil en muchas situaciones, creando un ambiente de cooperación tenso y poco confiable, el cual afecto en gran medida su relación turística, pero con una gran labor en materia diplomática entre ambos países, estos podrán ser de gran ayuda uno al otro en los próximos años.

El método científico abordado en este trabajo es el método deductivo, ya que se parte de un marco histórico bastante amplio, el cual inicia con el turismo como un simple desplazamiento en la época prehistórica hasta su importancia en el siglo XXI, analizando después el sector turístico de ambos países y probando que China tiene la suficiente capacidad para ser el nuevo mercado turístico ideal para México.

Por último, hay que hacer referencia al taller “La relación México-China: desempeño y propuestas para 2016-2018” por parte del Centro de Estudios China-México (Cechimex) impartido en la Facultad de Economía de la UNAM el 15 de febrero del 2016, el cual ayudo bastante para llevar a cabo este trabajo, gracias a que todos los ponentes expertos de este tema, desde empresarios hasta académicos y personas que vivieron en China compartieron sus experiencias en dicho taller, remarcando cada uno la importancia y la necesidad que México tiene para establecer relaciones más sólidas con su segundo gran socio comercial, China. Por lo tanto este trabajo tiene la visión de colocar a México como un actor importante en las relaciones internacionales de China, y más que este país asiático se ha convertido en jugador clave en la económica mundial desde hace 15 años aunque actualmente sufra una desaceleración económica. México deberá afrontar inteligentemente los desafíos que le se presenten ante esta situación económica china y a otros pocos certeros.

Capítulo 1

La importancia del turismo en las Relaciones Internacionales

1.1.- Aproximaciones al estudio del turismo

Al hablar de turismo se pretende caracterizarlo en este trabajo como un fenómeno sociocultural que ha existido a lo largo de los años, aunque con diferentes conceptos, pero siempre siendo una actividad la cual reúne a todo un conjunto de factores sin los cuales el turismo como lo conocemos actualmente no existirá.

El turismo depende en primera instancia de un factor clave, sin el cual no podría entenderse, las personas. Por una parte, están las personas que demandan un producto o servicio y por otro lado están las personas que los proporcionan, pero todo esto incluye otra serie de factores que hacen al turismo toda una actividad en masa, como factores intangibles, tales como el descanso, el ocio, la motivación, la diversión, el placer, la comodidad y la hospitalidad, y factores tangibles como las agencias de viajes, las cadenas hoteleras, restaurantes, patrimonios culturales, entrada de divisas las cuales ayudan a mejorar y equilibrar la balanza de pagos de cada país, los medios de transporte (avión, ferrocarril, barco, autobús, entre otros).

El sector turístico es de los pocos sectores que han podido presumir y exhibir un crecimiento acelerado y sostenible en los últimos 50 años, todo esto gracias a que ha podido superar grandes crisis a nivel mundial. La industria del turismo se vio poco afectada por la Guerra Fría y la caída del comunismo, por la crisis del petróleo en los años 70's con el aumento del precio del crudo, ni siquiera por problemas como los ataques terroristas del 2001 a las Torres Gemelas en Estados Unidos, los cuales pusieron en duda a varias agencias de viajes las cuales podrían perder miles de dólares por cancelaciones de vuelos y reservaciones a hoteles, lo cual afortunadamente no sucedió, o por crisis financieras como la del 2008 con la quiebra de varios bancos a nivel mundial, al contrario, el turismo se reforzó como una actividad económica generadora de riquezas en la cual muchas veces poco se invierte y se generan grandes ganancias, claro, depende igual mucho de cada país.

Lo importante de todo esto, es reconocer que el turismo es una actividad demasiado compleja ya que conlleva un gran significado económico, cultural y hasta ambiental, y que gracias a esto se ha podido crear vínculos de comunicación entre estados, regiones y pueblos haciéndolo merecedor de una debida atención a nivel mundial.

Se menciona que el turismo es una actividad muy compleja, pero para muchas personas el mencionar la palabra turismo significa solamente un sector el cual es dependiente de la oferta y la demanda; para otras, significa vacaciones, viajes y escaparse de su realidad aunque sea un par de días, pero todo esto no ayudaría mucho al estudio del turismo si solo nos basáramos en simples ideas. El turismo va más allá de una industria, es también un movimiento migratorio el cual da pie para estudiar estos desplazamientos de seres humanos en el planeta tierra, son muchos factores los que involucran el estudiar al turismo y toda esta complejidad sobre este fenómeno es lo que ha hecho que se reduzca su importancia y quede como una actividad simple en la cual solo es viajar, gastar y regresar a tu entorno habitual.

Ahora bien, si nos remontamos a la consideración de que el turismo es una movilidad geográfica podemos estimar entonces que existe un sujeto hombre y un sujeto tierra, más que todos los factores mencionados anteriormente que involucran al turismo, son el hombre y la tierra los elementos necesarios para la existencia del turismo, en pocas palabras el desplazamiento del primero sobre la segunda.

Es aquí donde se planea dar un breve recorrido a los antecedentes del turismo, ya que en las últimas décadas el poder del turismo ha sido un tema de mayor importancia en la agenda internacional, dado que la Organización Mundial del Turismo (OMT) un organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo global, advirtió a los países sobre los grandes efectos económicos que a futuro esta industria producirá, y que gracias al mundo ya globalizado en el que se estaba viviendo y al poder adquisitivo de muchas más personas, el turismo se volvió eje de crecimiento en todo el mundo, aquí la necesidad de estudiar esta actividad, obligándonos a examinar el surgimiento de ésta para poder comprender y analizar más adelante las repercusiones e importancia del estudio del turismo.

1.1.1 Referencia al origen del turismo

El origen del turismo ha sido tema de discusión por muchísimos años, confrontándose su surgimiento desde perspectivas totalmente diferentes. Esta actividad de viajar es tan antigua como la creación del ser humano, pues desde hace millones de años nuestros ancestros realizaban viajes por cualquier causa, menos por motivos turísticos, consolidando así un camino a la industria turística.

Por una parte, varios autores afirman que ésta actividad viene desde la actuación del hombre sobre la tierra y la afición de viajar y recorrer territorios por supervivencia o por el placer de hacerlo, es antigua (ya que tiene más de mil años antes de Cristo), otros autores afirman que esta surge hasta después de la Revolución Industrial con la creación de nuevos medios de transporte provocando un cambio radical a esta actividad, y algunos otros comentan que el turismo es de origen más contemporáneo, dado que fue después de la Segunda Guerra Mundial cuando el turismo se manifestó como un actividad en masa teniendo su mayor auge en esa época y que desde ese entonces el turismo ha crecido de una manera acelerada.

El hombre del siglo XXI lleva un instinto muy arraigado al igual que lo tenía el hombre primitivo, todos estos instintos de sobrevivencia, de poder, de cambios, de trasladarse y de descubrir lo nuevo, también se vivieron hace cientos de miles de años antes de la escritura y la creación de utensilios líticos⁸. El hombre paleolítico fue un hombre nómada, a causa de un nivel ideológico de desplazamiento recurrente o periódico. Este hombre tuvo que experimentar el desplazamiento por necesidad más que por placer, todo debido a los cambios climáticos los cuales le exigían la búsqueda de zonas seguras para vivir y buscar animales para alimentarse, al igual que los descubrimientos como el fuego y la vestimenta, los cuales le ayudaron a tener una nueva forma de vida y lograron así transportarse con más fuerza y seguridad para la caza y la recolección.⁹

⁸ Herramientas y armas elaboradas a base de piedra de corte o percusión hasta el descubrimiento y uso de metales.

⁹ Gurría Di-Bella Manuel. 2009. Introducción al turismo. Editorial Trillas. Págs. 33-36.

Se considera a la prehistoria y al hombre nómada como el primer gran origen del turismo, ya que hablamos de los primeros turistas y de los primeros desplazamientos en grupo, claro, dejando atrás aquellos términos de ocio y placer.

Para poder comprender mejor el nacimiento de esta actividad y dejar a un lado todo este cuestionamiento sobre su origen, se clasificara la historia en cuatro periodos por las cuales el turismo ha existido a partir de la época Paleolítica y se definirán algunos factores económicos, tecnológicos, sociales, políticos, científicos, culturales y ambientales los cuales fueron los indicadores del surgimiento, la evolución y el crecimiento del turismo como una actividad socioeconómica y cultural.

Los cuatro periodos son los siguientes: La Edad Antigua, Edad Media, Edad Moderna y la Edad Contemporánea.

1.- Edad Antigua: La edad antigua es una época histórica en la cual se da el origen de las grandes civilizaciones y culturas antiguas como los pueblos de Mesopotamia, la civilización Persa, India y Hebrea, el antiguo Egipto, la antigua Grecia y el Imperio Romano. Esta época comienza aproximadamente en el año 3000 a.C con la invención de la escritura y culmina en el año 476 d.C. con la caída del Imperio Romano, el cual fue un imperio pionero y cimiento las bases de la actividad turística.

Esta época es considerada el pilar del turismo ya que los primeros desplazamientos que existieron en el planeta tierra fueron gracias al instinto de supervivencia del ser humano por ciertas razones, algunas de ellas como alimentos escasos, el escapar de los depredadores y los cambios climáticos, y gracias a estos desplazamientos fue que los hombres primitivos pudieron encontrarse unos a los otros logrando la creación de grupos que con el paso del tiempo se convirtieron en grandes civilizaciones.¹⁰ Más adelante se desarrolló y fortaleció el comercio con lo cual se daban los primeros viajes a otras tierras con la intención del intercambio, así se creó el trueque y cambios de alimentos, antes de la aparición de la moneda.¹¹

¹⁰ *Ibíd.*, p. 34

¹¹ Helguera y García, A. de la, (2006), Manual práctico de la historia del comercio, Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2006a/

Los viajes que antes se hacían duraban meses y hasta años, lo cual al dejar a los pueblos indefensos comenzó el militarismo y las continuas guerras por las conquistas de tierras. La creación de religiones organizadas (en su mayoría politeístas) marco esta época, dado que se creía que los fieles debían visitar los lugares sagrados.

Hay que aclarar, que fueron los imperios de Grecia y Roma los dos grandes predecesores del turismo, marcando un gran camino a lo que sería el turismo, y que con los años posteriores se seguirían respetando. Por una parte está la antigua Grecia, caracterizada principalmente por los deportes y las fiestas religiosas hechas en los destinos favoritos de Olimpia y Atenas, las cuales no solo tenían un valor deportivo sino religioso gracias a la existencia del gran dios Zeus.

Los antiguos griegos siempre le dieron una gran importancia al ocio, de hecho el trabajo era solo un deber de la clase baja y esclavos. También para ellos era considerable el tiempo libre, ya que este lo dedicaban a las cosas que más les gustaban, la cultura, la diversión, la religión, la cual tenían muy arraigada y el tema principal, el deporte. Uno de los motivos por los cuales fueron hechos los primeros viajes griegos y de los más destacados eran los que se realizaban para asistir a los juegos olímpicos, que tenían lugar en la ciudad de Olimpia celebrados cada cuatro años, a los que acudían miles de personas, donde había acercamientos deportivos con lo religioso, ya que esto era también un motivo de peregrinación a sus templos.

Un hombre muy recordado en esta época como uno de los primeros grandes viajeros, fue Heródoto (484-426 a.C)¹², el cual en sus múltiples viajes reunió una serie de información importante sobre todas las ciudades que había conocido, todas sus notas y relatos ayudaron bastante para las futuras expediciones, además que aprendió sobre costumbres y cultura de los pueblos que visitaba. Heródoto fue considerado un gran historiador por todo lo que logro recorrer y todos los países y territorios exóticos que visito, fue así que en años más adelante se volvió un pilar muy importante e influyente para muchos romanos gracias a sus historias.

¹² De la Torre Padilla, Oscar. 1994. El turismo, fenómeno social. Fondo de Cultura Económica. p. 12.

Por otro lado, los que realmente fueron los predecesores del turismo en la Edad Antigua fueron los romanos. Los romanos a diferencia de los griegos, fue que ellos si crearon un gran imperio, puesto que vivieron en una época de prosperidad y de mucho aprendizaje, que abarco del año 27 a.C al 476 d.C, siendo ellos los grandes pioneros de lo que hoy en día se conoce como turismo, porque fueron los primeros en pernoctar por lo mínimo una noche y tiempo menor a un año, en lo cual sus viajes fueron principalmente por placer, dando pie a lo que se conoce como turismo.¹³

Los antiguos romanos eran personas a las que también les gustaba salir mucho de sus ciudades, aunque solamente eran las personas nobles las que podían salir fuera de sus territorios, nunca esclavos ni personas de condición media. Algunas de las cosas que disfrutaban era visitar el Golfo de Nápoles el cual fue una colonia griega años atrás, las termas de Caracalla creadas para los emperadores y sus allegados, ya que los romanos habían comenzado a darle más prioridad a la salud y al descanso, buscando así lugares donde existieran las aguas medicinales y baños de vapor, no solamente tenían sus saunas sino que también tenían restaurantes, bibliotecas, jardines, gimnasios y sus zonas de ocio, que con el tiempo se volvieron baños públicos¹⁴, algo parecido a lo que hoy se conoce como un Resort.

¿Pero por qué se les considera los grandes predecesores del turismo? Pues realmente los antiguos romanos fueron los primeros en crear infraestructuras necesarias para el desarrollo del turismo, la creación de circos y teatros, con el propósito de entretener a los nobles y al pueblo en general. Aquí se puede comprender el término que actualmente se usa, el famoso “pan y circo” siendo este muy usado para describir como los emperadores romanos mantenían a sus súbditos interesados en tonterías y pequeñez para que estos ignoraran asuntos importantes de estado; fue así que llego a salirse un poco de las manos este asunto, llegando a crearse alrededor de 200 días festivos al año, claro aunque la mayoría siempre eran para los nobles. Fueron ellos también los primeros en dar nombre a sus calzadas, tenían unas vías de aproximadamente 160 000km en todo el imperio, esto era

¹³ Turismo. <https://es.scribd.com/doc/301968590/Libro-Turismo-1#scribd> (Consultada el día 15 de marzo del 2016 a las 12:56pm)

¹⁴ Gurría Di-Bella Manuel. 2009. Op. cit. Editorial Trillas. Pág. 34

mucho terreno para los medios que ellos tenían, incluso les dieron nombre a sus calles, marcaban quien había hecho esas calzadas y hasta los punto kilométricos, era una manera muy clara de cómo ellos se adelantaron un poco al tiempo que vivimos ahora, volviendo todo esto su época de mayor esplendor.

Lamentablemente a lo largo de sus siglos de poderío y éxito, la corrupción, la mala administración de sus territorios y las interminables guerras por la hegemonía de Roma, se creó la caída de este imperio, pero a pesar de todo dejaron un gran legado como el desarrollo de importantes vías de comunicación para hacer más accesible la movilización, y toda su gran cultura, lo que ayudo a los siguientes reinos en cómo manejar esta actividad llamada turismo y a comprender la importancia del ocio.

2.- Edad Media: Gracias al Imperio Romano y a todos sus aportes en el ámbito turístico, esta época medieval (año 476 al 1492d.C) se vio caracterizada por viajes más recurrentes, pero ya no tanto por el afán de diversión, sino que cada vez más se realizan viajes con motivos religiosos cuyo propósito era evangelizar y más viajes con motivos de descubrimiento de nuevas tierras lejanas y viajes de comercio.

En esta época hay un momento de estancamiento sobre las condiciones para viajar, ya que se enfocan principalmente en estos años a un solo tipo de viaje, las peregrinaciones religiosas, debido a que se empezó a expandir la idea de visitar los grandes templos por muy lejanos que fueran, fue así que Roma como sede de la iglesia católica gano mucha popularidad y bastantes visitantes. Por otro lado en la religión musulmana, todos los fieles al dios Alá debían visitar la Meca, algunos otros viajes religiosos se encuentran las famosas expediciones al famosísimo camino de Santiago de Compostela en España¹⁵. En los viajes religiosos de esta época se dan las llamadas Guerras Santas y las cruzadas, las cuales crearon una vertiente más de “turistas”, los famosos misioneros, los cuales fomentaban el cristianismo.

Gracias a los antiguos griegos y romanos con la creación del mapa, fue más accesible el movimiento de personas en toda Europa y no solo en este continente,

¹⁵ Origen e historia del camino de Santiago. <http://www.arteguias.com/camino-santiago-historia.htm>
(Consultada el día 15 de marzo del 2016 a las 8:27pm)

sino que muchos se dieron a la tarea de visitar lugares más lejanos como Tierra Santa¹⁶, Egipto, la India y hasta China, pero siempre siendo viajeros religiosos.

Se mencionaba anteriormente que en esta época hay carencia sobre la importancia al turismo como tal, ya que había muy poca relación amistosa entre los señores feudales y los vasallos, por lo tanto todo el vasallaje tenía su libertad limitada y no se les daba esa oportunidad de viajar, raramente hacían un tipo de viaje de peregrinación, teniendo la oportunidad solo los nobles de visitar otras tierras.

Como se puede percatar, la Edad Media estuvo fuertemente marcada por la iglesia, siendo esta un factor también muy importante para el retroceso del turismo, ya que proponía humildad y la eliminación de bienes terrenales con lo cual proponiendo la humildad, cualquier viaje de ocio y placer eran casi inexistentes, solo los religiosos.

Al ser una época enfocada a la promoción de la religión y evangelización de los pueblos, todos estos años fue de continuas peregrinaciones de grandes grupos hindúes, budistas, musulmanes y especialmente cristianos en toda Europa, creando así los desplazamientos en masa y logrando una gran contingencia que ayudo a cultivarle a las personas un instinto viajero, creando así las primeras guías de viaje.

Muchos fueron los viajeros que lograron contar sus experiencias en tierras lejanas, pero posiblemente el viajero más importante en esta época fue Marco Polo, el hombre que sin pensarlo hizo promoción de la actividad turística gracias a sus relatos que vivió especialmente en el lejano Oriente y gracias a todo lo que logro contar a detalle fue que comenzaron los primeros acercamientos comerciales con países de Oriente próximo y China, lo curioso es que muchos desconocían estos lugares pero eran civilizaciones que habían vivido al igual o por muchos más años.¹⁷

Finalmente se encuentran los viajes con motivo de descubrimiento de tierras, creando así una serie de viajes por todo el mundo con el fin de terminar en ese entonces, con el misterio de que habría más allá del mar. Esta época es finalizada

¹⁶ Véase más en: http://ec.aciprensa.com/wiki/Tierra_Santa

¹⁷ Véase más en

<http://www.librosmaravillosos.com/ellibrodelasmaravillas/pdf/El%20libro%20de%20las%20maravillas%20-%20Marco%20Polo.pdf>

para muchos con el descubrimiento de América en 1492 por parte de Cristóbal Colón, el cual teorías afirman que simplemente fue un golpe de suerte del italiano.

3.- Edad Moderna: La Edad Moderna abarca desde 1453 hasta 1789, año en que se da la Revolución Francesa. Es una época demasiado importante para el turismo, ya que se da el surgimiento del Estado Nación con el Tratado de Westfalia, al igual que se da la transición del feudalismo a un nuevo modo de producción, el capitalismo. Es aquí donde para muchos autores se da el inicio del sector turístico.

Esta época se ve fuertemente marcada por dos tipos de viajes, los religiosos, los cuales aún eran muy importantes pero se habían vuelto un pretexto para viajar y no tanto para evangelizar, y el de la creación de viajes con motivos de conquista, gracias a toda la información recaudada en las antiguas expediciones marítimas, se empezaba a comentar que quienes encontraran tierras lejanas podrían ejercer su poder en ellas y apoderarse de las riquezas existentes.¹⁸ Fue así que se da una nueva vertiente de turistas, los viajeros descubridores, creando así toda una migración en masa, ya que no solamente estos viajaban solos, sino que muchas veces llevaban a toda su familia para habitar en las nuevas tierras, especialmente viajeros españoles, portugueses y británicos, recorriendo todo el planeta tierra.

En el siglo XVII los motivos de viajar fueron el de negociar, conquistar y explotar pueblos, con esto los viajes se hicieron muy pesados por falta de comida y meses de navegación a causa de las distancias, fue así que la actividad turística comenzó a ser más completa, puesto que se dan los primeros alojamientos con el nombre de “hotel”, el cual viene de origen francés, siendo antes llamados “residencias urbanas”¹⁹. Al igual que la creación de hoteles, hubo más elementos que hicieron posible a esta actividad como barcos de pasajeros, las guías turísticas y la mejora de los transportes, aunque muchos de estos elementos seguían siendo exclusivamente para la clase burguesa y los alojamientos que eran para cualquier viajero seguían estando en condiciones precarias, con poco espacio e inseguras.

¹⁸ Gurría Di-Bella Manuel. 2009. Introducción al turismo. Editorial Trillas. Pág. 35

¹⁹ ¿Cómo Nace La Hostelería? <https://palanteflash.wordpress.com/2007/09/21/como-nace-la-hosteleria/>
(Consultada el día 16 de marzo del 2016 a la 1:23pm)

Con el paso de los años, el mejor conocimiento de los mares y tierras, la modernización de los barcos y carrozas y el descubrimiento de nuevas formas de vida, alimentos y animales, motivaron a un nuevo sector de la población para viajar, esta vez eran viajes en términos educativos, siendo los hijos de los nobles, herederos burgueses y jóvenes aristócratas a los que ahora les nace la curiosidad y el interés por viajar, creando así el famoso “*Grand Tour*” por toda Europa durante meses o un par de años, con el motivo de mejorar su nivel académico y adquirir conocimientos y costumbres de nuevas culturas, que más adelante estos mismos jóvenes serían los encargados de llevar las labores diplomáticas de sus respectivos países. Es aquí donde los ingleses dan el origen a la palabra “turista”, con el cual se referían a aquella persona que viajaba por curiosidad placer y motivos culturales, y que más adelante demás países tomarían este término en su propio idioma.²⁰

Para el siglo XVIII o mejor llamado el Siglo de la luzes, todos los acontecimientos políticos, sociales, científicos, económicos, culturales influyeron totalmente en la manera de hacer turismo. Es en esta época donde surge el fin de la Edad Moderna, con el inicio de la Revolución de las trece colonias y la Revolución Francesa, terminando con la monarquía absolutista, y finalmente con la Revolución Industrial, cambiando el rumbo de lo que se había creado en el ámbito turístico. Hay nuevos estilos de vida, se termina la represión a los pueblos, se da el florecimiento de las artes y las letras en Europa Occidental y la creación de la máquina de vapor.²¹

4.- Edad Contemporánea: Finalmente llegamos a la última época, la más importante para el turismo, puesto que es aquí donde la actividad turística ya es vista como un fenómeno social, derivada de todos los cambios políticos y sociales a finales del siglo XVIII hasta mediados del siglo XX . Es vista como un fenómeno social debido a todo el movimiento de masas que se estaba viviendo mundialmente, aunque en un principio aún predominaban las grandes elites como los principales turistas, ya que la mayoría de los viajes tenían un costo elevado que no cualquiera podía pagar.

²⁰ De la Torre Padilla, Oscar. 1994. El turismo, fenómeno social. Fondo de Cultura Económica. Pág. 13.

²¹La Revolución Francesa (Consultado el día 13 de marzo del 2016 a las 2:13pm)
<http://portalacademico.cch.unam.mx/alumno/historiauniversal1/unidad3/revolucionFrancesa>

Es muy importante destacar esta época como el gran surgimiento del turismo a nivel mundial, puesto que el autor Mauro Beltrami afirma lo siguiente “El origen de los cambios sociales que se produjeron en ciertas sociedades de Europa occidental a principios del siglo XIX, se debieron fundamentalmente a dos procesos históricos: la Revolución Industrial y la Revolución Francesa. Por ende, puede decirse que el turismo es hijo de esta doble revolución burguesa”²².

Uno de los primeros viajeros que pudo apreciar al mundo gracias a los permisos otorgados por los gobiernos europeos, fue el explorador y geógrafo alemán Alexander Humboldt, el cual en 1799 dio por iniciado su primer viaje de muchos rumbo a las en aquel entonces colonias españolas del continente americano.²³

Humboldt estuvo muchos años fuera de Alemania a lo cual se pondría en duda si realmente debe considerarse tal cual como un turista, pero aun así es muy importante no solamente por todos los aportes a las ciencias naturales, la geografía, la geología y la física, sino que el motivó a todos los gobiernos europeos y al entonces presidente de Estados Unidos Thomas Jefferson, que viajaran y se percataran con sus propios ojos de las maravillas que él había descubierto en toda América Latina y el Caribe, especialmente en Cuba, Perú y México, donde quedo sorprendido de la riqueza cultural y la fuerte identidad nacional que cada país poseía, al igual de lo sorprendente que fue viajar por el Atlántico, dejando copias de los mapas hechos por el mismo, siento esto un factor de despunte para el turismo.²⁴

Durante todo el siglo XIX, los avances tecnológicos permitieron un mejor desarrollo de las comunicaciones, fue más fácil visitar otros países de Europa gracias a la aparición del ferrocarril, instaurando así una reducción de tiempo, brindando una mayor seguridad a los viajeros y creando a su vez un elevado número de turistas de manera acelerada. Gracias a los nuevos barcos con mayor capacidad de personas y más modernos, el transporte marítimo llegó a su punto cúlmine, logrando que Inglaterra ganara la hegemonía marítima, a lo cual se da el mayor movimiento

²² Beltrami Mauri. 2011. Ocio y Viajes en la Historia: Antigüedad y Medioevo. Pág. 24.

²³ Alexander Von Humboldt. <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/h/humboldt.htm> (Consultado el día 16 de marzo del 2016 a las 3:303pm)

²⁴ Humboldt Alexander. Edición 2004. Ensayo político sobre el reino de la Nueva España. Editorial Porrúa.

de corrientes migratorias europeas a América, debido a que los turistas empiezan a disponer de mayores recursos económicos y tiempo libre para viajar, aunado a la motivación de negociar al otro lado del mar, ya que podían desplazarse no solamente con su familia sino que hasta con grandes volúmenes de mercancía. En 1830 se abre en Inglaterra la primera línea oficial entre Manchester y Liverpool naciendo así el ferrocarril de la asociación de la máquina de vapor con los raíles.²⁵

Gracias al progreso económico que se estaba viviendo a consecuencia de la Revolución Industrial y toda esta serie de inventos que trajeron prosperidad al ser humano, se crearon también nuevas necesidades debido a que las personas, principalmente europeas tenían ahora una nueva necesidad, la de viajar, pero ya no por meses ni por motivos comerciales ni nada por el estilo, sino ahora con el propósito de aprovechar su tiempo libre y con el propósito de mejorar su estatus.

En 1841 ya con toda la modernización de la construcción y la mejora de carreteras y muchos canales, un inglés de nombre Thomas Cook organiza el primer viaje colectivo en Inglaterra, recibiendo un pequeño sueldo de los 570 turistas que logro reunir, siendo este pago por ser el creador del servicio de viaje y fungir como un guía de turistas.²⁶ Es muy importante este hombre, debido a que el hizo una transición del turismo que se tenía acostumbrado, a un turismo totalmente planeado con fines lucrativos, fue así que se dio cuenta de la gran oportunidad de seguir creando paquetes turísticos, y percatándose de los grandes ingresos monetarios que ganaría. Gracias a la experiencia en los paquetes turísticos y a todo el dinero obtenido en estos años, Thomas Cook logra crear la primera agencia de viajes del mundo junto con el apoyo de su hijo el cual siguió su legado turístico.²⁷

Thomas Cook es considerado el pionero del turismo moderno por toda la gran revolución que logro crear en tan poco tiempo, pronto sus ideas comenzaron a ser plagiadas en todo el continente europeo y demás países, creándose más adelante todo un modelo y normas de cómo se tendría que llevar a cabo el desarrollo del

²⁵ Véase más en: <http://cebsociales.blogspot.mx/p/temas-para-presentaciones.html>

²⁶ Gurría Di-Bella Manuel. 2009. Introducción al turismo. Editorial Trillas. Pág. 38

²⁷ Véase más en: <https://www.thomascook.com/thomas-cook-history/>

turismo mezclado también al área financiera basándose en Cook. La gran demanda de viajes y hospedaje gracias a la oferta que comenzaba a surgir en estos años, hace que los alojamientos sean más económicos y que los hoteles sean ahora móviles, creando dormitorios dentro de los ferrocarriles, al igual que los guías de turistas se volvieran un servicio necesario y remunerado como apoyo al viajero.

A finales de este siglo surge otro hombre que aprovecha todos los enormes movimientos turísticos y el cual busca maneras de expansión en la industria, a lo que le agrega algo más a esta actividad, el surgimiento del sector hotelero y gastronómico, estaba claro que la industria hotelera llevaba años atrás funcionando pero nunca se logró llevar en cadena hasta la aparición de César Ritz.

César Ritz fue un hombre con una trayectoria laboral muy importante, ya que desde muy joven en Suiza su país natal, Ritz había trabajado de ayudante de cocina, camarero, luego de anfitrión, luego a ser encargado de un restaurante hasta finalmente por toda su gran experiencia logro ser director de un hotel de lujo. Siendo director del hotel Gran Hotel Nacional de Lucerna, Ritz conoció a un chef francés llamado Auguste Escoffier, siendo el mejor chef de cocina que él hubiera conocido en su vida, y que gracias a todo la imaginación y creación de platillos para gente muy importante de aquellos años, Ritz junto a él logro crear un gran equipo de trabajo, que con el tiempo les traería grandes frutos millonarios²⁸. Gracias a estos dos señores, la industria hotelera comenzaría el siglo XX totalmente renovada, ya que ellos no solamente mejoraron el servicio de alojamiento, sino que crearon todo un paquete de servicios el cual incluía también los alimentos, bebidas y un baño personal. Finalmente en 1898 ambos fundan el primer Hotel Ritz en la ciudad Paris, contando con todos los servicios mencionados, añadiéndole servicio de telefonía, por cierto muy adelantado para su época, siendo no solamente muy atractivo para los príncipes y reyes, sino que fue popularizado también entre todo tipo de turistas.

El sector turístico empezó con el pie derecho el siglo XX, se tenían muchas expectativas de este sector ya que se estaban generando muchas ganancias en todo el mundo gracias a la transformación que este había tenido este en los últimos

²⁸ Véase más en: <http://www.grandhotel-national.com/media/39211/A-Slice-of-History.pdf>

años. La creación del automóvil y del avión contribuyeron totalmente en el desarrollo del turismo, logrando el deseo de los viajeros de visitar países sumamente lejanos, por lo tanto los servicios turísticos debían acoplarse a un nuevo cambio.²⁹

Para hablar del desarrollo del turismo en el siglo XX, es necesario abarcarlo desde cuatro etapas, ya que más adelante esto facilitará a identificar factores y oportunidades de crecimiento para mejorar el sector turístico a nivel internacional.

I.- 1914 a 1950: El turismo para el año 1914 vive un elevado crecimiento gracias a que se estaba iniciando la fabricación en masa de automóviles³⁰, por lo tanto fue más accesible para que cualquier persona pudiera adquirir uno y crear sus propios caminos y viajes, es aquí donde el turismo nacional toma relevancia, orillando a la gente a ver que en sus propias fronteras también había mucho que conocer sin la necesidad de trasladarse tan lejos. Por otro lado, el avión va tomando poder poco a poco, para estas fechas ya era considerado una amenaza para las compañías navieras, a pesar de ser viajes de pocas personas, ya empezaba a generar más ingresos y eran más solicitados que un barco, logrando el declive de estos.

Con el estallido de la Primera Guerra Mundial a mitad de 1914 el turismo enfrenta su primera gran recesión a nivel mundial, la mayoría de medios de transporte de esa fecha eran utilizados con fines bélicos, los aviones comenzaron a transportar un número importante de tropas a toda Europa, siendo el turismo pausado por un largo rato. La década de los 20's se vio caracterizada por el auge del turismo nacional y por las catástrofes y pobreza en Europa, generando el interés de muchos turistas de viajar a ellos debido a que se encontraban con la devaluación de la moneda de varios países europeos; y gracias a la creación de la Sociedad de Naciones después de la IGM, fue que en 1924 se funda el primer gran organismo

²⁹ El automóvil revoluciona totalmente la manera de hacer turismo, creando nuevas necesidades, una de ellas siendo el desplazamiento en ellos en búsqueda de distracción, obligando a los Estados a crear mejores carreteras, la creación de moteles, y el surgimiento de pequeños restaurantes de comida rápida.

³⁰ Este sistema fue mejor conocido como "Fordismo" el cual era la fabricación de un gran número de automóviles de bajo costo mediante la producción en línea. Este sistema constaba de la utilización de maquinaria especializada y un número elevado de trabajadores en plantilla con salarios elevados. Para más información en http://www.ingenieria.unam.mx/industriales/historia/carrera_historia_ford.html

especializado en esta actividad, siendo hasta el año 1934 que la Unión Internacional de Organizaciones Oficiales de Turismo (UIOOT) se vuelve una organización oficial.

La segunda gran recesión de esta actividad se da en 1929 con la caída de la bolsa de valores en New York, creando una gran depresión económica no solamente en EE.UU, sino también en Europa, limitando los viajes turísticos un par de años.

Para 1939 con el inicio de la Segunda Guerra Mundial se da la tercera y más fuerte recesión para la industria turística, ya que esta guerra había sido de mayor intensidad, más de 10 millones de personas en todo el mundo habían muerto y muchos países quedaron totalmente devastados. Con el afán de restablecer el orden mundial, Estados Unidos se declara el salvador de la paz y la economía mundial, creando para 1944 los Acuerdos de Bretton Woods³¹, en los cuales, de las muchas reglas que se logran establecer, fue colocar al dólar, como moneda internacional, facilitando los gastos turísticos, aunado a la difusión masiva de las tarjetas de crédito generando más oportunidades de viaje a todos los sectores.

Previo al fin de la IIGM se vive una reactivación del turismo, gracias a todos los cambios efectuados por EE.UU, fue así que comenzó a hacerse más fácil la relación financiera entre los países receptores y emisores de turistas. Al finalizar esta catástrofe en 1949, la IIGM logro crear una nueva transición para el turismo, debido a los grandes adelantos tecnológicos enfocados al combate de enemigos, se crearon aviones y transportes terrestres más eficientes y modernos para el desplazamiento, haciendo vuelos lejanos más cómodos y en menor tiempo.³²

II.- 1950 a 1978: Basto un par de años después del fin de la IIGM para la pronta recuperación de las economías europeas gracias al Plan Marshall por parte de Estados Unidos, todos los países lograron superar la crisis de la posguerra especialmente Alemania con su rápida reconstrucción, volviendo a tener una nueva esperanza de desarrollo.³³ Por otro lado estaba renaciendo también Japón, gracias

³¹ "Bretton Woods, El FMI y el BM <https://www.imf.org/external/np/exr/facts/spa/imfwbs.htm> (Consultada el día 17 de marzo del 2016 a las 7:22)

³² Gurría Di-Bella Manuel. 2009. Introducción al turismo. Editorial Trillas. Pág. 42

³³Véase más en: <http://www.economia.unam.mx/profesores/eliezer/perez.pdf>

a la ocupación estadounidense en su territorio, creando así que en todo el mundo se viviera una nueva época de paz, avances tecnológicos y bienestar económico.

En estos años se da el “boom turístico” debido a que en el mundo la población con mayor poder adquisitivo creció considerablemente, y gracias a que en 1945 con la creación de las Naciones Unidas y en 1948 con la Declaración Universal de los Derechos Humanos en la cual se establecen derechos elementales para el ser humano como el derecho a la vida y la libertad, derecho al desplazamiento fuera y dentro de su país, hasta derechos laborales como derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a horas de trabajo razonables y a vacaciones periódicas pagadas³⁴, se ve el turismo beneficiado gracias a los nuevos viajes con motivos vacacionales.

En este momento hay una avalancha de paquetes turísticos en el mundo occidental, la mayoría contemplaba recorridos a los países más afectados por la guerra³⁵, con motivos culturales y de conocer las tierras de las antiguas civilizaciones, al igual de la creación de un nuevo tipo de viaje, el viaje por compras, que gracias a las nuevas clases bien acomodadas, fueron las mujeres las encargadas de viajar a los lugares más modernos del mundo, principalmente Londres, New York y Paris, siendo esto motivo de prestigio ante familiares y su grupo de amigos. Debido a todos los enormes desplazamientos turísticos a nivel mundial, en 1970 la Asamblea General de las Naciones Unidas decide que la UIOOT necesita ser renovada, creando cinco años después la Organización Mundial del Turismo con sede en Madrid, España, al mismo tiempo proclamando al 27 de septiembre como el día mundial del turismo.³⁶

Finalmente en 1973 se da la crisis del petróleo, provocada por la Organización de Países Árabes Exportadores de Petróleo (OPEP) por diferencias políticas entre los países miembros de esta organización frente a EE.UU, Europa Occidental e Israel, causando así un enorme efecto inflacionista, que repercutió en el sector turístico, ya que no eran rentables los vuelos ni los paquetes turísticos a otros países debido al incremento del precio del combustible, a causa de esto, en 1978 con la crisis más

³⁴ The Universal Declaration of Human Rights. <http://www.un.org/en/universal-declaration-human-rights/index.html> (Consultada el día 17 de marzo del 2016 a las 6:59pm).

³⁵ Estos viajes fueron un motor de ayuda económica a los Estados europeos, gracias a la captación de divisas.

³⁶ Véase más en: <http://www2.unwto.org/es/content/historia>

controlada, se vuelve a elevar el número de personas interesadas en viajar por placer, creando así los vuelos chárter para poder satisfacer la gran demanda de turistas en el mundo, ocasionando el abaratamiento de costos y la reducción de la calidad, ya que existía una enorme oferta de paquetes turísticos en el mundo.³⁷

III.- 1978 a 1989: Para los grandiosos años 80's llenos de prosperidad, el turismo se enfrenta a un nuevo tipo de confrontación mundial, la Guerra Fría, la cual no interfiere al crecimiento acelerado de esta actividad, sino al contrario, se crean en la industria turística una serie de políticas más estrictas, la mayoría por motivos ideológicos, como el aumento de la contención del comunismo por parte de Estados Unidos, trayendo en estos años el comienzo de los oligopolios en esta industria.

Estados Unidos al ser el país más próspero económicamente del mundo, se da a la tarea de mundializar varios de sus hoteles, creando las grandes cadenas hoteleras especialmente en Europa y América Latina, volviéndose esta última, la zona favorita de los turistas norteamericanos, debido a los costos sumamente baratos y a la gran oferta que encontraban, siendo las empresas estadounidenses las que financiaban proyectos en zonas turísticas de esta región, mejorando la calidad y creando conceptos hoteleros enfocados al nivel de vida de los estadounidenses.³⁸

IV.- 1989 al 2000: Finalmente en la última década del siglo XX la industria turística llega a un punto de madurez donde los viajes son cotidianos pero ahora bajo un sistema de control del flujo de turistas, debido a esto las empresas dedicadas a este sector implementan estrategias de marketing y la presentación de mejores servicios debido a la creciente competencia existente, la mayoría enfocada al turismo playero.

En estos años el turismo se enfrenta a grandes acontecimientos como la Guerra del Golfo, la caída del comunismo, el ascenso de ideas neoliberales, la disolución de la URSS y Yugoslavia y la reunificación alemana, siendo esta un pilar muy importante para el turismo, ya que posteriormente los países europeos firman el Tratado de

³⁷ Un vuelo chárter es aquél en los que se alquila un avión a una aerolínea con el fin de llevar un grupo de personas exclusivas, sin tener que acoplarse a los horarios de los vuelos comerciales. En el siguiente link aparece dicha información <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>.

³⁸ Cada zona turística de la mayoría de los países del mundo cuenta con al menos una cadena hotelera estadounidense, siendo entre las más famosas, los hoteles Sheraton, Marriott, Holiday Inn y los Hilton.

Maastricht y más adelante el Acuerdo de Schengen, concibiendo el concepto de ciudadanía europea, la eliminación de fronteras interiores de los países firmantes y la libre circulación de personas y capitales siendo esto un punto a favor al turismo, aumentando el flujo de viajeros gracias a que hay menos complicaciones de viaje. Por último para el nuevo siglo se promueve la realización de viajes espaciales.

1.1.2 Conceptos de turismo

Como pudimos percatarnos en el subtema anterior, el turismo ha estado presente durante toda la existencia del ser humano, pero el turismo como objeto de estudio comenzó a estudiarse de manera científica a partir de las primeras décadas del siglo XX debido a todos los académicos preocupados por el gran movimiento de masas y dinero que se estaba generando a nivel mundial durante los años 1919 y 1945, siendo así que desde estos años se pretendió dar un concepto de turismo más acertado y concreto involucrando todos los factores que lo rodean.

El concepto de turismo ha tenido muchísimas definiciones a lo largo de los años, todas planeando expresar lo mismo pero cada definición obviamente enfocada a la época en la que se vivía, no es el mismo concepto que se tenía en 1911: el cual decía que “El Turismo comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en, y fuera, de un determinado municipio, estado o país” definido por el autor austriaco Hermann von Schullern³⁹, al concepto de turismo dado en 1942 por los profesores economistas suizos Walter Hunziker y Kart Krapf “Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa” siendo este de suma importancia en los estudios contemporáneos del turismo ya que este concepto modificó el entendimiento de esta actividad volviéndolo un concepto universal.⁴⁰

³⁹ De Escalona y Lafuente Francisco Muñoz. 2003. El turismo explicado con claridad. LibrosEnRed.

⁴⁰ Turismo. http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm
(Consultado el día 22 de marzo del 2016 a las 2:36pm)

En 1980 el mexicano Oscar de la Torre Padilla define al turismo como “un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas principalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia económica y cultural”⁴¹ aclarando de nuevo que esta actividad es una motivación propia sin volverse una actividad lucrativa ni remunerada.

Las definiciones de turismo han marcado a esta actividad como un fenómeno o sistema sumamente complejo el cual debe ser estudiado desde varias perspectivas, es por eso que el turismo se convierte en una actividad multidisciplinaria la cual conlleva al estudio de otros campos como la antropología, psicología, sociología, geografía y economía principalmente, siendo Andrés Pedreño Muñoz y Vicente Monforte Mir, algunos de los muchos autores que la definen como multidisciplinaria.

Aunque la mayoría de las definiciones del turismo son muy específicas, es necesario aclarar la definición por la cual el presente trabajo adoptara para su investigación, siendo esta una definición breve pero muy sencilla de comprender. La definición en la cual se basara este trabajo será la definición otorgada por la Organización Mundial del Turismo, la cual durante 2005-2007 fue modificada por última vez, creando todo un marco conceptual para comprender esta actividad.

“es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”⁴²

La definición anterior nos indica básicamente que es una actividad de recreación y ocio, donde es primordial el desplazamiento, el cual no podría llamarse turismo al camino a casa o al trabajo, es necesariamente un desplazamiento fuera de lo

⁴¹ Oscar de la Torre Padilla Oscar, Turismo.... Op. Cit., p.19

⁴² Entender el turismo. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (Consultada el día 18 de marzo del 2016 a las 3:16pm)

común. Aunque esta definición no incluye el tiempo necesario el cual el turista debe pasar fuera para ser considerado turista como tal, ni aclara sobre ser una actividad lucrativa, creemos que al ser la definición otorgada por la máxima organización encargada de promover el turismo global, es que se adoptó esta como la principal.

1.1.3 Tipologías de turismo

Desde que el turismo se volvió totalmente un sector dirigido a todo tipo de personas a partir de los años 80's, esta actividad incremento una gran demanda de desplazamientos masivos a nivel mundial los cuales comenzaron a exigir nuevos tipos de viajes, fue aquí que los gobiernos respectivos de cada país y las empresas enfocadas en este sector vieron la necesidad de la diversificación de la oferta turística, ya no solo eran los viajes que se ofrecían a países poco conocidos solo para visitar sus playas, sino ahora con la creciente globalización y por ende el interés de conocer más a fondo la cultura de otros países y sus costumbres, la industria turística se percató de la complejidad y de las distintas maneras que el turismo se estaba llevando, teniendo que agrandar la producción de bienes y servicios, creando nuevas clasificaciones de turismo más allá del común sol y playa.

Oscar de la Torre en su libro "El turismo: Fenómeno social" explica que se debe considerar la tipificación de los viajes a partir de los motivos de los turistas y tomar en cuenta varios cuestionamientos, para este trabajo se tomaran solo dos grandes preguntas para la clasificación de esta: ¿Quiénes son los que viajan? y ¿Por qué lo hacen?, siendo estos el origen de los turistas y sus motivaciones/deseos de viajar⁴³

Ahora bien, basándonos desde estas dos preguntas las cuales nos indican que el turismo es solo un practica hecha por el hombre, se puede hacer una pequeña clasificación, el hombre que viaja de manera individual que no necesita de acompañantes, pudiendo ser un viaje reflexivo o religioso en búsqueda de su yo interior y la tranquilidad, y el hombre que viaja en grupo o en forma masiva, en este caso, con la familia, siendo la mayoría de las veces viajes de vacaciones los cuales

⁴³ De la Torre Padilla, Oscar. 1994. El turismo, fenómeno social. Fondo de Cultura Económica. p. 27

prácticamente son en fechas marcadas como semana santa, verano, navidad y fin de año, o los que viajan en un paquete contratado por una agencia de viaje.

Teniendo esa mini clasificación, es conveniente aclarar que estas clasificaciones son de suma importancia ya que de ellas dependen las mediciones de la actividad turística en el país de origen y a nivel global y las repercusiones económicas y sociales que generan, pero estos desplazamientos no son solo a nivel internacional sino que también a nivel nacional y regional, recordando que se les considerara como turistas a aquellos que sus viajes sean con una duración máxima de doce meses y el propósito de este no sea desarrollar una actividad remunerada, por lo tanto encontramos tres clasificaciones de turismo otorgadas por la OMT⁴⁴:

1.- Emisor: Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera de las fronteras de su país, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno. Los países de Europa Occidental y EE.UU y China son los principales en crear el turismo emisor, gracias al poder adquisitivo de sus ciudadanos.

2.-Receptor: Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor, siendo nuevamente Europa y EE.UU⁴⁵ los países en acoger el turismo receptor, sin olvidar que América Latina y países de la cuenca del pacífico forman gran también parte de este.

3.-Interno: También conocido como turismo doméstico, se refiere a los residentes visitando su propio país respetando los límites de sus propias fronteras.

Desde estas tres vertientes señaladas por la OMT y gracias al gran auge de desplazamientos de turistas a nivel mundial, es que los turistas han creado nuevas motivaciones las cuales han mejorado o reemplazado como tal al turismo tradicional. El autor Miguel Ángel Acerenza en su libro “Administración del turismo”⁴⁶ clasifica al turismo desde la distinción de la sociedad en cuatro rubros: los que

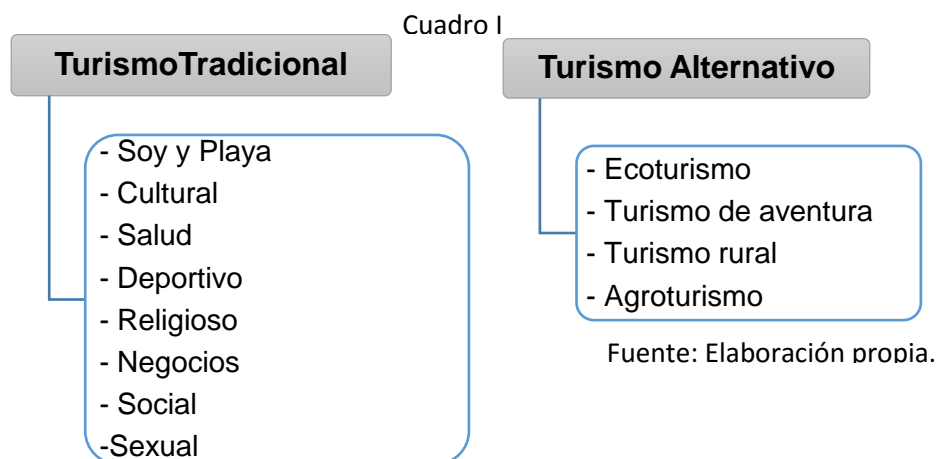
⁴⁴ Entender al turismo: Glosario Básico <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (Consultado el día 24 de marzo del 2016 a las 3:37pm)

⁴⁵ Llegadas de Turistas Internacionales 2014 http://www.siimt.com/en/siimt/ranking_mundial_omt (Consultada el día 24 de marzo del 2016 a las 3.24pm)

⁴⁶ Acerenza Miguel Ángel administración del turismo. Administración del turismo. 2000. Editorial Trillas.

practican un turismo selectivo (gente de clase muy alta), turismo de masas (caracterizado por el gran número de personas que lo realizan, y que da lugar a grandes concentraciones de turistas en los centros receptores) turismo popular (no importan las clases sociales, cualquiera puede practicarlo) y el turismo social (practicado principalmente por sectores económicamente menos favorecidos), siendo así que cada uno por ende cuenta con motivaciones sumamente diferentes.

También es muy importante la clasificación de los tipos de turismo (véase cuadro 1), puesto que es aquí donde las empresas e instituciones enfocadas a la industria turística intervienen y concretan su información al respaldarse de estas clasificaciones, ayudando a segmentar el mercado y brindar mejores servicios a sus clientes. Hay muchos tipos de turismo que la mayoría de los países ofrece, por un lado encontramos el turismo convencional o tradicional, el cual es practicado desde décadas atrás, se caracteriza por ser un turismo de masas que demanda grandes instalaciones y servicios regularmente en periodo vacacional, y por otro lado el turismo alternativo, el cual se enfoca a aquellos turistas que buscan profundizar en sus viajes, logrando crear una serie de actividades en las que mantienen contacto con la naturaleza, principalmente son turistas enfocados a aprender sobre culturas de comunidades indígenas, su idioma y sus expresiones, les interesa la historia sobre los patrimonios culturales de cada región, creando así un conexión entre ellos y los pobladores de los lugares que visitan.⁴⁷



⁴⁷ Tipos de turismo. <http://www.blogitravel.com/2009/11/tipos-de-turismo-%C2%BFque-clases-de-turismo-existen/> (Consultado el día 24 de marzo del 2016 a las 9:43pm)

1.2.- El turismo internacional desde una perspectiva neorrealista

A partir de los años 50's el turismo fue un sector que generó una creciente consideración en la agenda internacional por sus repercusiones políticas y económicas gracias a la prosperidad de la paz de la posguerra. Años más adelante debido al mundo globalizado que comenzaba a desarrollarse, se da el aumento de flujos de capitales y por ende la creciente y muy notable clase media a nivel global, la cual es cada vez más cultivada y se interesa en otras culturas, comenzando a demandar grandes servicios turísticos los cuales aún no se tenían muy bien planificados a grandes escalas, gracias a estos factores el turismo comenzó a tener un papel muy destacado en la economía de la mayoría de los países, por lo tanto se crea la necesidad de estudiar dicha actividad que con el paso del tiempo académicos y autores notan que el turismo con sus grandes volúmenes migratorios se vuelve también un gran mecanismo de poder en las Relaciones Internacionales (RR.II) y por lo tanto es necesario volverlo un objeto de estudio en este campo.

Pero ¿Por qué el turismo es de suma importancia dentro del campo de las RR.II? Es importante estudiar al turismo como fenómeno sociocultural desde la perspectiva de las RR.II, ya que el desplazamiento de personas de diferentes nacionalidades no solamente generan relaciones amistosas u hostiles, sino que se crean toda una serie de factores los cuales influyen globalmente, poniendo a los gobiernos de sus respectivos países en comunicación y estos a su vez crean estadísticas de las tendencias y corrientes turísticas, siendo aquí donde el internacionalista pone en práctica sus conocimientos y se percata del porqué de los desplazamientos a los respectivos países abordado desde sus conocimientos multidisciplinarios, teniendo una visión más amplia a lo que tendrían otras disciplinas. Por ejemplo desde la economía se puede ver al turismo como el flujo de grandes cantidades de divisas o como una herramienta estabilizadora de la balanza de pagos, desde la arquitectura y la ingeniería civil se ve al turismo como un generador de empleos gracias a la creación de infraestructura, de la mejora de paisajes en los lugares turísticos y de las grandes ciudades y la conservación de los patrimonios naturales, y así cada profesión se podría vincular al turismo y a los efectos de este.

El turismo para las Relaciones Internacionales es otro campo de estudio el cual aún tiene bastante que explorarse, se debe entender que estos desplazamientos son generados principalmente por los países desarrollados, los cuales siempre han formado parte de la historia importante del turismo, siendo solo un reflejo de los grandiosos efectos económicos que han logrado con los años, siendo importante para las RR.II estudiar los desplazamientos masivos y sus repercusiones a nivel global, pero principalmente entender que los servicios que se ofrecen en esta industria son una gran fuente de dinero para cada país, así que, el internacionalista debe aprovechar cualquier acuerdo, convenio, tratado, el cual su país haya firmado con otro y así trabajar en proyectos, ferias internacionales, eventos culturales etc., para proyectar a su nación como un destino atractivo el cual es necesario visitar.

Además de generar riquezas y empleos, el turismo en las Relaciones Internacionales es una muestra clara de poder y prestigio, parte de una propaganda ideológica y de un imperialismo cultural principalmente realizado por Estados Unidos, el cual este trabajo lo abordara desde una perspectiva neorrealista.⁴⁸

Las teorías de las RR.II se fueron adaptando a la época en las que fueron creadas, algunas con los años se volvieron totalmente arcaicas y otras fueron reemplazadas, eso sí, estas nunca se basaron en el turismo como objeto de estudio, ni siquiera era tomado en cuenta, pero actualmente con la necesidad de comprender al complejo siglo XXI, se han podido renovar para explicar específicamente un asunto mundial.

Para comprender mejor esta actividad un poco compleja, muchos autores en los noventa, comenzaron a mencionar al turismo como un factor influyente en un mundo globalizado en el cual comenzaba a desarrollarse una gran red de comunicación, desde ahí se comenzó a estudiar al turismo desde una perspectiva sistemática (la cual sigue predominando hasta la fecha) autores españoles como Kepa Sodupe mencionan lo siguiente: *“La revolución en los medios de comunicación y transportes ha provocado un fabuloso incremento de los contactos personales a través del turismo, la correspondencia, las conferencias internacionales, etc.”*⁴⁹

⁴⁸Moreno Toscano, Octavio. El Turismo como factor político en las RR.II. [PDF]. Pág. 87.

⁴⁹ Sodupe, Kepa. (1992) “El estado actual de las Relaciones Internacionales como ciencia social

Es interesante saber que el turismo no fue objeto de estudio principal en los análisis sobre la globalización pero poco a poco se le fue dando mayor relevancia, y varios académicos empezaron a destacar, que gracias al turismo, los países se encontraban cada vez más conectados, se hacía promoción de la cultura, y al haber mejoras y nuevas tecnologías, la sociedad podía viajar con mayor rapidez y seguridad de un extremo del mundo a otro, fue tan significativo todo este análisis sobre el turismo, que se comenzó a tener altas expectativas sobre el sector, pero como se mencionó anteriormente, la Teoría General de Sistemas ha sido la principal encargada de estudiar al turismo, aunque actualmente esta teoría quedó a nuestro parecer ambigua en aportaciones, a lo cual se vio en la necesidad de buscar una teoría la cual pudiera explicar al turismo como lo que es en verdad.

Se suponía que el turismo también debería ser estudiado desde una perspectiva idealista⁵⁰, pero con el paso de los años, la Guerra Fría y el nuevo panorama internacional, lo único que se tiene es un enfoque realista. Al volverse un factor político, las naciones emplearon al turismo como una herramienta de poder o el medio para llegar a él. Si nos basamos en postulados del anticuado Realismo Político el cuál dice que las relaciones exteriores de un país no existen a menos que haya un interés de por medio, podemos ver que realmente el turismo es una herramienta propagandística para hacer crecer la hegemonía y superioridad, siendo así que el turismo puede ser estudiado desde la perspectiva realista, desde su nueva vertiente, el Realismo Estructural o también conocido como Neorrealismo.

El neorrealismo como se mencionó, tiene como base el Realismo Político, pero este al tener sus raíces científicas para comprender al mundo bélico del siglo pasado, queda un poco limitado para este siglo, teniendo reestructuraciones enfocadas a analizar y estudiar el actual sistema dentro de las RR.II. En el libro de la catedrática Esther Barbé, Relaciones Internacionales, la autora indica que la realpolitik siempre será el paradigma que mejor explique y analice al sistema internacional.⁵¹ Ahora

¿Crisis o pluralismo paradigmático?" [PDF]. Pág. 197.

⁵⁰ Pensamientos idealistas caracterizan al turismo como un mecanismo de "ayuda" entre los países desarrollados y los que están en vías de desarrollo y un eje de paz entre aquellos hombres que llegan a comunicarse para compartir el gusto del conocimiento de culturas.

⁵¹ Barbe Esther. Relaciones Internacionales (3ª ED.) 2007. Editorial Tecnos.

bien si nos basamos en varios legados neorrealistas, uno de ellos nos indica que la cooperación internacional es mucho más difícil de conseguir y de mantener actualmente, y que depende más del poder del Estado llevarla a cabo que de otros actores internacionales, pero mientras que se garantice la seguridad interna y los intereses de los países no habrá impedimento para llevar a cabo esta relación.⁵²

Queda claro que el turismo internacional deja a veces a un lado sus efectos positivos los cuales ya sabemos, causando efectos negativos, relaciones incomprensivas, hostilidades reciprocas cuando países no tienen un bien común y llegan a tener indiferencias, ejemplo la relación Estados Unidos-Cuba, hasta hace poco. Otro legado que ayuda a comprender al turismo internacional, habla sobre aquellas restricciones que principalmente el Estado mantiene sobre sus ciudadanos. La percepción amenazante de otros países, ciudadanos, empresas e ideologías se materializó en el campo del turismo principalmente en acciones de gobierno respecto del control sobre la recepción de extranjeros y el egreso de ciudadanos.⁵³

Corea del Norte es un claro ejemplo de limitaciones al turismo internacional, el cual, tanto las salidas como entradas de turistas están muy restringidas. Las actividades turísticas son programadas por el Estado el cual tiene un control de los lugares para visitar, con el fin para mantener a los turistas extranjeros lejos de alterar el orden público que tanto se ha mantenido en el país y que esto en cierta forma ha impedido un desarrollo económico pleno al país ya que el turismo internacional ha demostrado que es una actividad la cual genera miles de millones de divisas al año.

Otro caso más extremista fue por parte del turismo emisor de EE.UU, que limito por varios años a sus ciudadanos al momento de querer visitar países que son o fueron opositores políticos como el caso de Irán, Nicaragua, Cuba, entre otros, aunque con este último, logro totalmente desviar todas las corrientes turísticas por más de 50 años, creando instalaciones en países vecinos para generar toda una ola de crisis a la isla, la cual depende bastante del turismo al igual como otras islas Caribeñas,

⁵² Navarro Drazich Diego. (2014), "El turismo internacional desde la perspectiva de las teorías de las Relaciones Internacionales. [PDF]. págs. 144-145.

⁵³ *Ibidem.*, p. 144

dejando una escases de ingresos de dólares causando problemas internos. Actualmente Cuba enfrentara un cambio radical con el turismo internacional, gracias al restablecimiento de relaciones diplomáticas entre La Habana y Washington.

También se habla de un imperialismo y la expansión de territorios, teniendo así al turismo internacional como un intento para muchas empresas extranjeras, la adquisición de soberanía territorial de otros países, ya sea mediante ocupación efectiva de tierra o a través del aporte económico generado. Se observa esta situación en muchos países la mayoría muy alejados, ejemplo islas del Pacífico y del Caribe (Islas Bahamas y Jamaica principalmente) se ven favorecidas por incentivos e inversiones norteamericanas, sobre todo en aquellas zonas de dominio estratégico, creando a la vez un aumento de la competencia de países por recibir corrientes de viajeros y beneficiarse de una sólida industria turística, buscando así crear todo un estilo de vida y hasta poblarlas de ciudadanos norteamericanos, hasta llegar al punto de buscar un anexión por parte de los EE.UU.⁵⁴

El imperialismo en la industria turística se ve fuertemente marcado por empresas estadounidenses debido a que han sabido aprovechar cada una de las “bondades” de la globalización. Estas empresas multinacionales las cuales la mayoría de las veces han entrado a los países pobres, especialmente en Asia Pacífico y América Latina, entran vendiendo la imagen de que la creación de hoteles, restaurantes y grandes emporios traerán consigo enormes volúmenes de empleo para los habitantes de la región donde operaran y ayudaran a industrializar estas zonas para tener una mejor oportunidad de atracción de turistas, siendo que estas ayudas solo serán a corto plazo, las cuales con el tiempo compran empresas nacionales o terminan fusionando debido a la feroz competencia de estas grandes corporaciones.

Así que el imperialismo tiene dos instrumentos de lucha, uno es la propaganda para aumentar el prestigio de un país y disminuir el del contrario, y la otra es la ayuda exterior con el fin de impresionar a los demás con sus avances tecnológicos.

⁵⁴ *Ibíd.* p. 146

Con estas concepciones neorrealistas, se deduce que el turismo internacional no es más que el movimiento de personas de un país a otro, y con ellas el intercambio de ideologías y divisas, y que el Estado tendrá la capacidad para evitar la fuga de capitales motivando a los ciudadanos a viajar dentro de sus fronteras para que así también se eviten aquellas ideologías y costumbres totalmente diferentes las cuales puedan afectar el sistema político de un país. El imperialismo dependerá del poder económico, militar y tecnológico, que una nación muestre ante las demás, siendo así el motor de las RR.II, más aparte elementos como recursos naturales, nivel de formación de sus ciudadanos, situación geográfica, su ideología y su nivel de liderazgo. Por último y no menos importante, el turismo es y será una herramienta para alcanzar el poder de manera indirecta, como gran muestra los EE.UU, los cuales no solamente son un país emisor sino receptor de turismo, utilizando doblemente al turismo como medio de acrecentar su gran poder económico.

1.3.- Un acercamiento al turismo internacional del siglo XXI.

El turismo internacional en los últimos diez años ha tenido grandes modificaciones gracias a la gran creciente globalización, por lo tanto cada vez más los turistas tienen mayores opciones de destinos vacacionales a nivel mundial y por ende se incrementó una mayor competitividad entre los países. La industria turística ha aprovechado todas las alianzas y relaciones muy estrechas entre países que cada vez más se dan, dándole mayor importancia a la cooperación internacional. Las tecnologías han tenido una enorme evolución que en cuestión de segundos, gracias al internet, se puede comprar un boleto de avión y viajar al país más lejano; el sistema internacional pasa por constantes reestructuraciones, desde la Guerra Fría a un mundo unipolar, hasta los actuales ataques terroristas en Medio Oriente y Europa, y las economías fuertes se interesan en buscar países en donde invertir y en cuales se podrá explotar más, creándose una mayor conexión en todo el mundo. Es aquí donde el turismo ha ido ganando un papel importante en la agenda de los países gracias al desplazamiento de personas y capitales en todo el mundo.⁵⁵

⁵⁵ Panosso Netto Alexandre. Teoría del turismo. 2012. Editorial Trillas. Pág. 90

Algo muy sorprendente del siglo XXI es que el turismo es de las pocas industrias que no se ha visto afectada por sucesos internacionales, como en el caso de los años de las guerras mundiales y grandes crisis, ahora en cambio, el turismo se ha visto “inmune” a grandes problemas, percatándose los países que el hacer turismo se ha vuelto una enorme necesidad de todo tipo de sociedades, especialmente las de países desarrollados. La necesidad de olvidarse del estrés y el ambiente laboral ha hecho del turismo toda una prioridad, y a pesar de los conflictos a nivel mundial la gente cada vez viaja más; pueden ser mucho más factores los que influyen a esta actividad, pues gracias a los nuevos medios de comunicación se promocionan más los lugares por medio de las películas hollywoodenses, especialmente destinos exóticos, o simplemente viajar como mejora de estatus, al mostrar fotografías en las redes sociales de sus múltiples viajes por el mundo, debido a estos y más factores es que el turismo se volvió una forma de vida del hombre postmoderno.

A pesar de todo lo que podría involucrar el alza del turismo, las estadísticas que cada año reúne la Organización Mundial de Turismo, nos indican que el número de viajeros a nivel global han crecido anualmente. En 2013 el número de turistas viajando en el mundo fue de 1.088 millones de personas, para el 2014 se vio una alza con 1.138 millones, lo que supone un incremento del 4,7 % con respecto al año anterior y para el 2015 encontramos que el crecimiento de turistas internacionales sube un 4% hasta el récord de 1.200 millones.⁵⁶ Las cifras anteriores nos indican un crecimiento muy marcado, pero ¿A dónde van esos más de mil millones de turistas?

La OMT indica que de los diez países más visitados en el mundo, cinco de ellos son europeos (cuadro 2), siendo la Eurasia o el *heartland* como lo indicaba Mackinder es y será la zona con mayor afluencia de corrientes turísticas del mundo. Es muy importante conocer los países más visitados, pues así sabemos quiénes son las economías más beneficiadas por esta actividad. Se sabe que el turismo es una gran fuente de divisas, en este caso para España el cual se encuentra en el tercer lugar del ranking, cualquier crisis parecida a la del 2008 u alguna otra que pudiera poner

⁵⁶ UNWTO World Tourism Barometer. 2015. [PDF]

en peligro la estabilidad turística española, podría colapsar su economía, al igual que México, siendo que estos dos grandes países son en gran parte dependientes del turismo, aunque en este caso México en el primer trimestre del 2016 logro pasar de la posición diez a la nueve, indicando que el turismo mexicano se ha vuelto bastante competitivo a nivel mundial. Por otro lado Francia, EE.UU y China pueden ver al turismo como otro gran fuerte de riqueza gracias a que ellos si tienen sus economía totalmente diversificada sin depender de un solo sector.

Barómetro del Turismo Mundial 2015

1.- Francia	84.5 millones de turistas
2.- EE.UU	75 millones de turistas
3.- España	68.2 millones de turistas
4.- China	56.9 millones de turistas
5.- Italia	50.7 millones de turistas
6.- Turquía	39.8 millones de turistas
7.- Alemania	35 millones de turistas
8.- Reino Unido	32.6 millones de turistas
9.- México	32.1 millones de turistas
10.- Rusia	31.3 millones de turistas

Cuadro 2. Fuente: Elaboración propia con datos de la OMT

Es muy interesante como el turismo ha mostrado grandes resultados en los últimos años, ya no son solo turistas europeos y estadounidenses los que viajan por el mundo, ahora es el turno de turistas de América Latina y de países asiáticos de viajar y conocer, siendo estos últimos los que más derroche económico dejan en el exterior, principalmente los chinos, siendo el mayor mercado emisor del mundo con un gasto mayor al de 129.000 millones de dólares, superando a los turistas de EE.UU y Alemania⁵⁷. Con estos datos, se indica que el turismo internacional será una industria económicamente atractiva para más países en los próximos años.

⁵⁷ Véase más en: http://www.siiimt.com/en/siiimt/ranking_mundial_omt

Capítulo 2

Turismo en México

Desde la concepción de turismo como un gran fenómeno sociocultural de masas, éste se ha convertido en todo un sistema complejo el cual no ha sido tan fácil de comprender, que va desde las grandes corrientes turísticas hasta todos los efectos positivos y negativos que se generaran en un país. Es aquí donde se ve la necesidad de estudiar y enfocarse al turismo como un mecanismo de desarrollo para cualquier Estado. Por lo tanto el turismo nacional como internacional se ha vuelto una actividad de suma importancia en cualquier región del mundo, propiciando el estudio en este caso, sobre la gran importancia de este sector para la economía mexicana.

Para México, como ya se mencionó, la actividad turística se volvió un fenómeno de suma importancia en los últimos cincuenta años, generando numerosas contribuciones a su economía. A pesar de que aún no se ha alcanzado el desarrollo máximo de este sector, la actividad turística constituye hoy en día uno de los mayores generadores de riqueza para el país, aunque muchas veces, riqueza para grandes corporaciones y empresas multinacionales que no se ve reflejada tanto en el país como en las poblaciones cercanas a esta actividad y que solamente a satisfecho las exigencias de la globalización. Claro, hay también otros beneficios, como los grandes aportes tecnológicos, como la mejora de la infraestructura en las zonas con muy poca actividad económica y muy dependientes al Estado, y sobre todo, la llegada de más inversión extranjera para la modernización del sector, esto ayudando a posicionar a México como el noveno país a nivel mundial para hacer turismo⁵⁸. Pese a no tener el nivel que se tiene en países industrializados, México ha buscado mejorar este sector debido a que el valor del turismo trasciende en otros sectores inmediatamente conectados con el mismo, al convertirse en un fenómeno de interés nacional por estar sumamente relacionado con la economía y la sociedad.

⁵⁸ México, noveno lugar mundial en turismo: OMT <http://www.cronica.com.mx/notas/2016/958744.html> .
(Consultado el día 5 de mayo del 2016 a las 2:08pm)

Es muy importante tener claro que México ha tenido un enorme crecimiento gracias a la actividad turística, ya que muchas zonas geográficas del país están dedicadas especialmente al turismo. Hay muchos proyectos privados que se desarrollan alrededor de esta, generando al igual una gran dependencia ante esta actividad.

México al ser un país pluricultural, que cuenta con lugares sin igual que asombran tanto a nacionales como a extranjeros, con el colorido y famoso color de sus pueblos, ciudades coloniales, reservas ecológicas, playas con infraestructura muy moderna, más la calidez de su gente y su ilimitada gastronomía, sumándole una buena posición geográfica la cual vuelve a México un puente entre las Américas, y la variedad de climas desde el norte al sur, vienen a complementar esta grandeza de país y de su cultura que lo ha hecho muy atractivo a nivel internacional. Gracias a todo lo que ofrece este país, es que se ha visto el aumento de turistas extranjeros año con año, por ejemplo en 2011 México logró una cifra récord de 22.6 millones de turistas internacionales, hecho que motivo a todas las empresas e instituciones encargadas del turismo en México en seguir trabajando en ferias internacionales y en los famosos Tianguis Turísticos para así seguir con este crecimiento tan notable de turistas. En 2014 la cifra aumento a 29.1 millones de personas, un aumento muy notable. Finalmente el año pasado el flujo de turistas fue de 32.1 millones, obligando al 2015 a implementar las medidas necesarias para seguir manteniendo una tendencia de crecimiento⁵⁹, siendo todo un reto a futuro debido al nuevo panorama que se presenta, con el resurgimiento de Cuba como destino turístico.

Ante las enormes corrientes turísticas en México, se ha aumentado por ende la cantidad de divisas. Según datos de la Secretaria de Turismo (SECTUR) y el Banco de México (Banxico) estas han tenido un aumento de más de 17 mil millones de dólares al año⁶⁰, aparte de que han tenido un papel muy relevante en la sociedad mexicana, han generado un crecimiento económico en las familias dependientes de esta actividad, creando así más de 2.5 millones de empleos directos e indirectos,

⁵⁹ Turismo en México 2015. <https://www.quadratin.com.mx/economia/Arribaron-2015-Mexico-32-1-millones-turistas-internacionales> (Consultado el día 4 de abril del 2016 a las 4:53pm)

⁶⁰ Anuario 2015: Turismo en México <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/12/26/anuario-2015-turismo-mexico-seguira-rompiendo-records> (Consultado el día 4 de abril del 2016 a las 5:04pm)

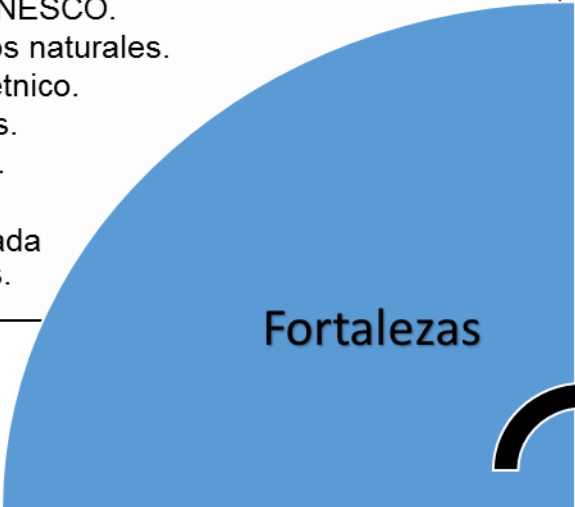
elevando la calidad y el nivel de vida de los mexicanos. Al igual se ha promovido el uso del espacio geográfico de manera eficiente y el gobierno ha tenido la necesidad de invertir para mejorar el espacio y la imagen de las mayores zonas turísticas.

Afortunadamente la mayoría de los estados de la República Mexicana tienen una gran variedad que ofrecer, estos han invertido bastante en infraestructura como en carreteras, aeropuertos, puertos, medios de comunicación, etc., a lo que ha permitido mejorar la afluencia turística y la vida de sus mismos habitantes, pero los destinos de sol y playa son los que principalmente han representado a México internacionalmente, y gracias a ellos el país ha podido posicionarse como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo. Estados como Veracruz y Guerrero formaron parte de este gran crecimiento turístico por varios años, posicionando a México como un destino turístico muy económico y único, pero con la globalización y la nuevas necesidades del mundo postmoderno, estados como Quintana Roo y Baja California Sur surgieron para revolucionar la manera de hacer el turismo tradicional que tanto se tenía acostumbrado, contando estos dos con variados centros ecoturísticos los cuales han hecho a México un país con un turismo de elite atrayendo principalmente a países desarrollados.⁶¹ Por esto, es que se estudiara en los siguientes apartados la relevancia de los principales estados exponentes del turismo en México, la evolución y la importancia que ha tenido el sector turístico dentro de la economía mexicana y se explicara de manera breve el transcurso de la industria turística mexicana desde los años 20's hasta la fecha.

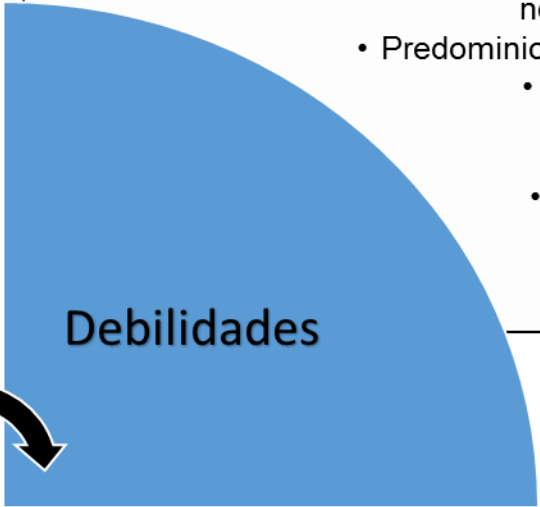
Ahora bien, el siguiente análisis FODA fue elaborado con el motivo de dejar claro todo lo que México ofrece ante esta actividad y la gran importancia de la industria turística para el país, ya que esto nos mostrara el desarrollo, los logros y deficiencias de este sector, que más adelante nos ayudara para comprender fácilmente el sistema actual ante el cual México llego a crear una gran dependencia hacia sus vecinos del norte y el poco interés de atraer nuevos turistas extranjeros.

⁶¹ Página oficial de la SECTUR. *México destino de lujo*. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-primer-lugar-del-top-10-de-sitios-para-turismo-de-lujo> (Consultado el día 4 de abril del 2016 a ñas 5:39pm)

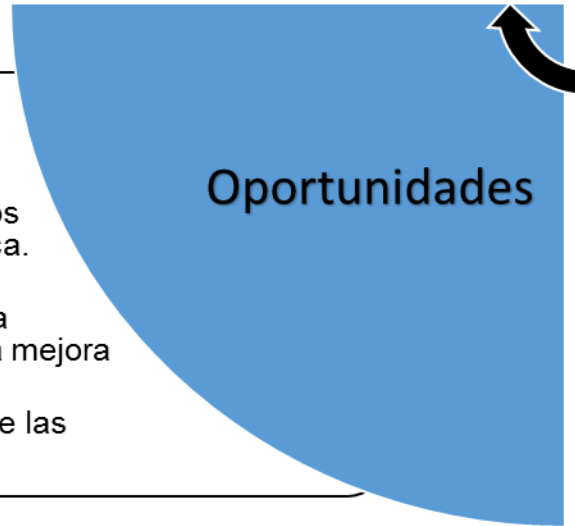
- Precio del peso mexicano económico.
- 33 sitios declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO.
- Numerosos atractivos naturales.
- Multicultural y multiétnico.
- Diversidad de climas.
- Variedad de turismo.
- País bioceánico.
- Precios de vuelos cada vez menos costosos.



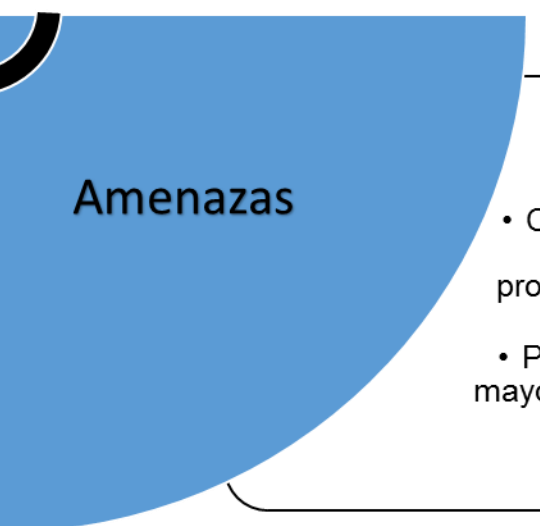
- Falta de diversificación en los servicios turísticos (enfocados a turismo norteamericano y europeo)
- Predominio de empresas extranjeras
 - Idioma y choque cultural, principales barreras.
 - Inseguridad
- Falta de vuelos directos.



- Aumento de acuerdos de promoción turística.
- Mayor contribución y responsabilidad de la sociedad civil para la mejora de la economía.
- Nueva tecnología de las telecomunicaciones.



- Competitividad de países mejor desarrollados, provocando disminución de precios.
- Pérdida de segmentos de mayor gasto por incapacidad ante las exigencias de calidad y seguridad.



Fuente: Elaboración propia.

2.1.- Turismo en México desde los años 50

Actualmente México es totalmente reconocido como un gran destino turístico a nivel mundial, gracias a las cientos de maravillas que este país posee en sus cercanos 2 millones de km², pero fue precisamente a mitad del siglo XX cuando los diversos grupos empresariales advirtieron sobre el gran potencial del turismo como actividad económica y que se convertiría a futuro en la nueva fuente generadora de riquezas.

México ha logrado posicionarse dentro del Top 10 de los países más visitados del mundo, pero este trabajo no ha sido nada fácil, tanto el gobierno mexicano como el sector privado han trabajado arduamente por muchos años para aprovechar de manera óptima los grandes beneficios natos con los que el país cuenta. El gran surgimiento de la industria turística mexicana se remonta a partir del fin de la Segunda Guerra Mundial. Siendo así que la historia de esta industria se estudiara en tres etapas, siendo la primera la etapa el nacimiento de la promoción a nivel mundial del turismo mexicano, como instrumento económico para el desarrollo.

2.1.1 1945-1958: Promoción turística

Se considera como el surgimiento del turismo mexicano a partir del año 1945, puesto que es una época en la cual los servicios turísticos que habían nacido años atrás, tenían realmente por primera vez repercusión internacional, como la hotelería y las agencias de viajes, las cuales comenzaban a obtener una gran serie de demanda por turistas en su totalidad extranjeros. Esta etapa es considerada como la primera promoción turística debido al auge de Acapulco y Veracruz como sitios los cuales el gobierno mexicano promovía para todos aquellos veteranos de guerra, y los cuales empezaban a tener un aumento de visitantes a causa de los conflictos que se tenían entre Cuba y Estados Unidos a finales de los 50s, provocando a las corrientes turísticas de la isla caribeña un interés hacía el territorio mexicano.⁶² Es aquí donde se da un desarrollo espontáneo medianamente planificado y sin una regulación turística en el país a causa de estos acontecimientos nunca imaginados.

⁶² Molina Sergio. Promoción Turística en México. 2007. Editorial Trillas. Pág. 24

Esta promoción turística enfocada en Acapulco y Veracruz se dio debido a que este último estado era la gran forma de comunicación entre México y Europa, siendo el puerto de Veracruz el más importante para esas épocas, con un número importante de entradas de pasajeros y mercancías, aparte de contar con grandes playas. Pero el primer presidente mexicano en buscar el desarrollo y la industrialización del país a base de los enormes efectos económicos que comenzaban a surgir gracias al turismo, fue Miguel Alemán, el cual vio la necesidad de la captación de divisas.⁶³

Miguel Alemán es considerado el gran impulsor de la industria turística mexicana, gracias a sus observaciones sobre esta actividad, fue que se logró proyectar internacionalmente a México como un destino turístico. En su gobierno, Alemán se encontró con una serie de problemas los cuales impedían seguir la promoción turística del país, problemas como falta de comunicación entre la Ciudad de México y algunos estados de la República Mexicana importantes, al igual que las carreteras y la falta de aeropuertos hacían para el turismo tanto nacional como internacional un inconveniente, es aquí donde surgió la necesidad de crear nuevos polos turísticos entre ellos Mazatlán y Puerto Vallarta, en los cuales se empezó a ver una fuerte inversión estadounidense, creando todo un estilo hotelero norteamericano. Gracias a la influencia de estas empresas, los turistas estadounidenses fueron los pioneros del crecimiento del sector en el país, el 88% de la ocupación en hoteles era de ellos, así fue como el sector hotelero mexicano comenzó a acrecentarse.

Finalmente gracias a toda la gran labor que Alemán hizo por el país, con la llegada de Adolfo Ruíz Cortines, Acapulco ya era el centro de atracción principal del país, gracias a todo el estilo americano marcado y gracias a la proyección internacional que se le dio por celebridades nacionales e internacionales que visitaban las playas guerrerenses. También se dio el mejoramiento de puertos turísticos y de cabotaje, la ampliación de carreteras siendo la más famosa de esta época la Panamericana y la creación de la Ley Federal de Turismo y de algunas instituciones en materia de turismo, entre ellas el Fondo de Garantía y Fomento al Turismo (FOGATUR).⁶⁴

⁶³ Meixueiro Gustavo. Turismo en México [PDF] Centro de Estudios y de Opinión, Cámara de Diputados.

⁶⁴ Véase más en: http://www.fonatur.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?modsec=01-DECRC&sec=5

2.1.2 1959-1979: Planificación de proyectos

Esta segunda etapa del turismo en México comienza con la presencia del presidente Adolfo López Mateos, considerada la etapa de la tecnificación, puesto que en esta época se inician acciones relevantes para el turismo, promoviendo los atractivos dentro y fuera del país, realizándose proyectos como el Centro Vacacional Oaxtepec en Morelos, eventos importantes como la celebración de los juegos Olímpicos en la ciudad de México en 1968 y la gran creación de los primeros Centros Integralmente Planificados (CIP) dando impulso al turismo de masas a nivel mundial.

Por una parte López Mateos siguió con el camino de proyectar a México a nivel mundial, se aumentó la inversión extranjera directa y se promovió al país como un destino turístico, siendo su sexenio donde se hicieron las mayores visitas de Estado en varios países con la intención de fomentar al turismo y posicionar a México como país en camino a la industrialización. Con Gustavo Díaz Ordaz en el poder, el turismo se vio como una herramienta de fortalecimiento a la identidad nacional y de mejoramiento para la balanza de pagos, gracias a todos los ingresos de divisas por extranjeros especialmente norteamericanos. Al igual, México estaba atravesando una época de crecimiento gracias al modelo del *Desarrollo Estabilizador*⁶⁵, fue así que se invirtió en infraestructura, especialmente en la creación de más aeropuertos, la extensión de rutas nacionales y la remodelación de zonas arqueológicas, las cuales en ese entonces eran los principales destinos del país además de Acapulco.

Finalmente el sexenio de Díaz Ordaz se vio marcado por un suceso muy trascendental, que fue, la primera gran proyección de México a nivel mundial gracias a los Juegos Olímpicos de 1968, los cuales ayudaron a posicionar al país como un destino totalmente transformado gracias a los resultados de la buena coordinación entre el Estado y la Inversión extranjera directa (IED). Fue así que a principios de la década de los 70, se da el inicio de proyectos que darían un nuevo impulso al turismo en México, la creación de Cancún, Los Cabos, Ixtapa y Huatulco.

⁶⁵ Tello Carlos. *Notas sobre el Desarrollo Estabilizador*. [PDF]

Para los años 70's, el gobierno mexicano creyó que los destinos de sol y playa darían ese fuerte impulso al turismo debido a que el país lo necesitaba ante la nueva ola de crisis originada por el derrumbe del desarrollo estabilizador, por lo que se buscaron regiones con rezagos económicos y sociales en todo el país en las que se pudiera crear toda una zona turística atractiva y generar una creciente actividad económica de largo plazo para así aumentar la captación de turistas externos y al mismo tiempo de inversión extranjera.⁶⁶ No obstante, la planificación de estos proyectos trajo efectos de todo tipo, sociales, económicos y ambientales, los cuales recurrían al desplazamiento de sectores rurales a grandes ciudades y la pérdida de grandes ecosistemas, pero fue hasta la administración de Luis Echeverría, exactamente en 1975 que se da la creación de la Secretaría de Turismo (SECTUR) debido a la importancia que el turismo estaba generando en el estado, necesitando ser analizado desde una institución especializada, otorgándoles mayores recursos a cuando era un simple Departamento de Turismo. Se establece al igual el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) trabajando en conjunto con la Sectur.

A finales del sexenio de Luis Echeverría y principios del de José López Portillo fue cuando se presenta ante los mexicanos y tiempo después ante el mundo, un nuevo destino, Cancún, promoviendo un turismo sofisticado, el cual en Acapulco ya no se podía establecer debido a la saturación de servicios y limitaciones para construcción de infraestructura más contemporánea. Era difícil la conexión de la Cd. de México con Cancún que la manera más eficiente de llegar era por avión, convirtiendo así a Cancún un destino más orientado para turistas europeos y norteamericanos.

Al igual que Cancún, Los Cabos en Baja California Sur lograron atraer turistas norteamericanos. Con la ventaja de la cercanía entre los destinos, fue que se transportaban por medio terrestre, ambos destinos creados para luchar con la competitividad en el mercado turístico internacional que se estaba viviendo. Por otro Ixtapa también logró posicionarse pero con un desempeño menor comparado al de Cancún y comenzaron los trabajos para el nuevo complejo, las Bahías de Huatulco.

⁶⁶ Molina Sergio. Op.Cit Pág. 34

Con las presiones que se estaban generando a nivel global entre la desenfrenada oferta y la demanda y por ende la fuerte competencia entre países, se establece formalmente en 1975 la Organización Mundial del Turismo, encargada de fomentar el turismo a nivel mundial, de formular las políticas turísticas y corregir aquellos desequilibrios económicos generados por la mala praxis de esta actividad. México logra de manera rápida formar parte de los Estados Miembros de esta organización.

2.1.3 1980-2000: Promoción y Puerta en Marcha.

Al finalizar López Portillo su mandato, ya había creado bastantes logros en el sector turístico como la consolidación de Cancún como el nuevo destino turístico casi exclusivo para extranjeros, la modernización de Puerto Vallarta y la remodelación del tan desgastado Acapulco, todo esto a pesar de la crisis energética a nivel mundial y del periodo de crisis en el país. Pero la industria turística se enfrentaría a un nuevo cambio, la llegada de políticas neoliberales las cuales generarían efectos políticos y socioeconómicos repercutiendo de manera indirecta al turismo global.

En esta época, el Estado deja a un lado sus políticas restrictivas y tiene una menor participación en financiamiento al turismo para permitirle al sector privado la puesta en marcha de productos y servicios, por lo que la llegada de empresas multinacionales y grandes cadenas hoteleras convierten totalmente a México en un destino de moda internacional, favoreciendo principalmente a los turistas por la falta de servicios debido a la alta demanda de estos.⁶⁷ Con la fusión de empresas nacionales e internacionales, Acapulco y Cancún lograron fortalecer sus ingresos y al turismo receptor, a lo que más adelante este fenómeno se extendería a gran parte de otros estados de la República Mexicana. Al igual para enfrentar los estragos de la crisis mexicana, se crearon programas sociales donde se promovía el turismo nacional, para así mantener activa la economía del país. A pesar de que se tenía la demanda suficiente para lograr la captación de divisas y así poder aprovechar la gran oportunidad del desarrollo en el país, se hizo un gasto enfocado a la expansión hotelera, dejando a un lado otros puntos importantes de atracción en el país.

⁶⁷ El Estado nunca pierde su rectoría en el sector, simplemente comparte responsabilidades a otros actores.

Para 1982 México empieza a ver un declive en el registro de llegadas de turistas extranjeros⁶⁸, y se percata que este declive es ocasionado a consecuencia que el Caribe comenzaba a ganar terreno en servicios turísticos. Pero las agencias de viajes si estaban viviendo una época de prosperidad gracias a un producto turístico muy rentable, los cruceros por el Caribe, los cuales eran orientados a turistas estadounidenses y europeos en su mayoría, visitando varias islas caribeñas provocando que el sector turístico mexicano tuviera menor competitividad, aun así México logro posicionarse nuevamente ante la llegada de Miguel de la Madrid.

Con el nuevo panorama que se vivía gracias a la globalización, México ya tenía bien desarrollada su infraestructura hotelera y bien cimentados sus nuevos centros turísticos los cuales no volverían a verse afectados por la alta demanda. Sergio Molina indica que fue en esta época cuando el turismo de sol y playa deja de ser predominante para dar paso a nuevas prácticas: “se empieza a hablar del turismo alternativo y se crean actividades hoy ampliamente conocidas como: ecoturismo, turismo de aventura y turismo ético” adaptándose México a las nuevas tendencias del turismo internacional, dándosele prioridad al medio ambiente y a la cultura.

De la Madrid junto a FONATUR llegaron al punto cúspide de Cancún, volviéndose el mejor negocio turístico para México, abandonado en gran medida otros destinos como Loreto al norte del país el cual estaba muy alejado de la capital y hacían falta vuelos, que en aquel entonces las aerolíneas más importantes eran Mexicana y Aeroméxico. A pesar de que el servicio aéreo estaba siendo muy requerido en Cancún, el turismo mexicano aún era dependiente del turismo fronterizo. Igual en estos años se vio el crecimiento de las Bahías de Huatulco como ayuda urgente para el estado de Oaxaca; *“este proyecto turístico traerá prosperidad y constituirá un importante polo de desarrollo regional en este estado que tanto lo necesita”* indicándolo así De la Madrid en su tercer informe de gobierno.⁶⁹ Para 1986 México se ve beneficiado económicamente gracias a todo el gasto ocasionado por parte de extranjeros y nacionales debido a la XIII Copa Mundial de Fútbol.

⁶⁸ INEGI. Estadísticas históricas de México 1980- 2009. [PDF]

⁶⁹ Informes Presidenciales. Miguel De La Madrid Hurtado [PDF]

Con la llegada de Carlos Salinas de Gortari y las políticas de corte neoliberal cada vez más adentradas en México, la zona turística de Cancún ya contaba con la numerosa presencia de cadenas hoteleras extranjeras teniendo un total de 110 hoteles y 17,470 cuartos para recibir más de un millón y medio de turistas y arribando 18,445 vuelos de los cuales 3,993 eran charters,⁷⁰ es por esto que el turismo adquiere una nueva dimensión dentro de la economía nacional y Cancún específicamente se vuelve un atractivo turístico totalmente reconocido a nivel mundial.

Con los casi 17.5 millones de turistas extranjeros en 1994 y su derroche de 4 854 millones de dólares en México, es el turismo norteamericano el que mantiene las cifras más altas en ambas partes, al igual se comenzaba la negociación sobre el Tratado de Libre Comercio con EE.UU y Canadá (TLCAN) en el cuál México se mostraba como un país donde había oportunidades de inversión y por lo tanto se generaría más empleo. Es aquí donde la IED enfocada al sector turismo se muestra de manera rápida pero no de manera equitativa en todas las regiones de la República Mexicana, solamente en la Ciudad de México, Cancún, Riviera Maya, Monterrey y Guadalajara olvidando zonas sumamente marginadas especialmente en la zona suroeste del país, marcando más las diferencias económicas en México.

Antes de la llegada del nuevo milenio, el gobierno de Ernesto Zedillo junto con la SECTUR, se encargaron de buscar nuevas medidas para generar cambios realmente cualitativos en el sector turístico mexicano ante la nueva ola de competencia mundial y específicamente regional; es así que en el Programa de Desarrollo del Sector Turístico 1995-2000 se dan a conocer los nuevos retos que el país afrontaba: *“Mayor número de empleos, de captación de divisas y de fomento al desarrollo[...] los destinos de sol y playa van perdiendo competitividad, por ende se busca el aumento de esta en los productos turísticos mexicanos y el desarrollo de un turismo sustentable”*⁷¹. Siendo aquí donde se ve por primera vez el término de sustentabilidad en el sector turístico mexicano y con estos retos se esperaban nuevos resultados en el sector para el año 2000 tras la llegada del TLCAN.

⁷⁰ Arnaíz Burne Stella. Geopolítica, recursos naturales y turismo Una historia del Caribe mexicano. [PDF]

⁷¹ Molina Sergio. Op. Cit. Editorial Trillas. Pág. 44

2.2.- Oferta turística mexicana: Recursos turísticos y Patrimonio Nacional.

En sus casi dos millones de kilómetros cuadrados de territorio, enmarcados por más de 11 mil kilómetros de costas tanto en el Atlántico como en el Pacífico. México es una muestra clara a nivel mundial de un país con enormes privilegios otorgados por la geografía en cuanto a riqueza natural, cultura, tradiciones e historia.

El país cuenta con tantos ecosistemas y especies de flora y fauna diferentes y únicos en su especie, que hacen a México parte de la lista de los doce países mega diversos del mundo⁷². Cuenta con más de 65 lenguas nativas con infinidad de dialectos, siendo uno de los tres países con mayor diversidad de idiomas, cuenta además con una enorme mezcla de razas y culturas desde tiempos antiguos, volviendo a México un territorio donde personas de todos los continentes se integraban con civilizaciones nativas, como los mayas. La República Mexicana no solo cuenta con un enorme historial cultural, podemos encontrar también arrecifes, desiertos, selvas, bosques, manglares, montañas, volcanes, nevados, cuevas, islas, costas en dos océanos, un golfo y dos mares (uno de ellos, el Mar de Cortés, considerado el acuario del mundo) y sobre todo una serie de climas tan diversos durante todo el año que hacen a México tan atractivo como destino turístico.

Con lo anterior queda más que claro del por qué México se encuentra en la lista de los diez países más visitados, eso sin mencionar nada de sus artesanías, los platos típicos, los trajes regionales, los museos, la música, los bailes, el arte, la arquitectura, la historia, las fiestas y tradiciones, la gente hospitalaria y cálida.

Gracias a las infinidades de sitios y regiones que México cuenta, los pobladores de las regiones turísticas han aprovechado cada una de las oportunidades que estas les ofrecen, para generar ganancias de manera óptima y segura, siendo la venta de artesanías mexicanas la actividad más remunerada por extranjeros, al igual de todo lo relacionado con la cultura, museos, ferias, teatros, parques temáticos, etcétera.

⁷² ¿Qué es un país mega diverso? <http://www.biodiversidad.gob.mx/pais/quees.html> (Consultado el día 15 de abril del 2016 a las 4.34pm)

Ahora bien, a mayor tamaño, mayor diversidad de regiones y de especies, a lo que esto hizo a México ocupar el lugar número 14 del mundo de acuerdo a su tamaño⁷³; los estados de la República Mexicana son sumamente diferentes, desde norte a sur, pues cada estado presenta recursos naturales, infraestructura, historia y recursos turísticos totalmente diferentes a otros, provocando que el crecimiento económico y social de cada estado sea totalmente desigual, teniendo así en México una industria turística para todo tipo de personas, tanto un turismo de elite como de masas.

Recursos turísticos

El desarrollo económico de cada estado de la República Mexicana se ha visto beneficiado gracias a la actividad y de los recursos turísticos que cada uno ofrece de manera única. Por una parte tenemos a los estados dependientes de los propios nacionales, los cuales son regiones más accesibles para el turismo interno, como por ejemplo Veracruz con sus centros ecoturísticos y su historia, Oaxaca con sus grandes tradiciones y variedad artesanal, especialmente sus alebrijes, Hidalgo y Morelos reconocidos por sus famosos parques acuáticos y aguas termales; por otro lado están aquellos estados con proyección mundial como Jalisco, con su turismo playero especialmente en Puerto Vallarta, Yucatán con la enorme historia maya que contiene, Quintana Roo con sus hermosas playas privadas de arena blanca en las que se puede practicar todo tipo de actividades y deportes acuáticos, sus enormes zonas hoteleras muy modernas, centros comerciales, y un clima semitropical, haciendo de él un destino turístico más importante de México (dejando atrás a Los Cabos y Acapulco como las playas más importantes y famosos del país).

El estado de Quintana Roo ha tenido este crecimiento gracias a todo lo que ofrece a los turistas, especialmente infraestructura enfocada a los turistas europeos y estadounidenses, aparte de que es una región muy importante del país ya que se encuentra cercana al Caribe, además es un estado con arquitectura ancestral y a la vez muy moderna, colocándose entre los grandes centros competitivos del mundo.

⁷³ Extensión de México. <http://cuentame.inegi.org.mx/territorio/extension/default.aspx?tema=T>
(Consultada el día 15 de abril del 2016 a las 7:06pm)

La interminable belleza mexicana convertida en recursos turísticos para el país, como lo expresa la página VisitMexico⁷⁴, la encontramos dividida en tres rubros: naturales, culturales y artificiales, los cuales son enfocados a todo tipo de turistas.

Cuadro 3



Fuente: Elaboración propia con datos de VistiMexico

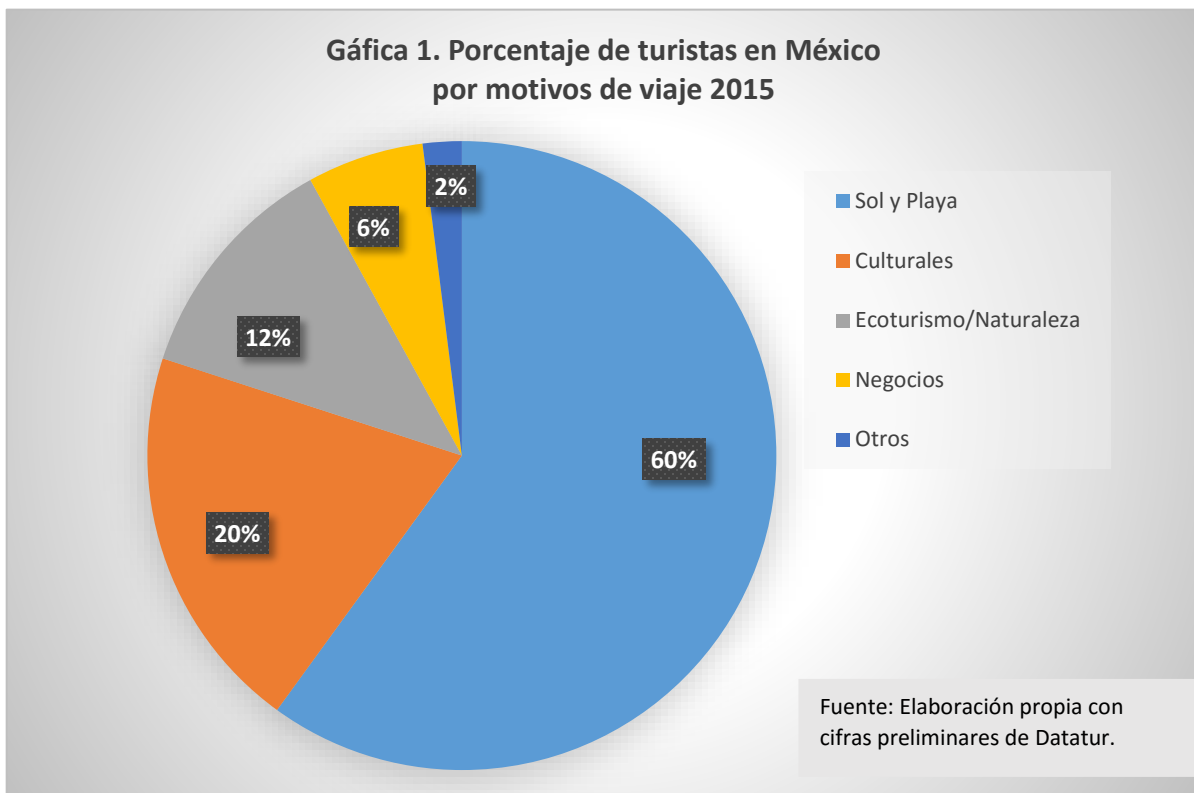
Todo lugar tiene recursos turísticos, algunos naturales, otros culturales, otros artificiales y varios más una combinación de dos de ellos, o incluso de los tres.

Por una parte, los recursos naturales son aquellos que el país tiene de manera nata, y gracias a que muchos de estos son maravillas únicas que a la vez ofrecen oportunidades para la recreación y el descanso, es que se les da una gran importancia en el sector turístico. México es un país que se ve claramente beneficiado por estos recursos, principalmente por los de sol y playa. Las entidades federativas que forman parte directamente de los principales destinos de sol y playa son: Baja California Sur (Los Cabos, Loreto), Colima (Manzanillo), Guerrero (Acapulco), Jalisco (Puerto Vallarta), Nayarit (Riviera Nayarit), Oaxaca (Huatulco, Puerto Escondido), Veracruz, Yucatán, Quintana Roo (Riviera Maya, Cancún, Cozumel, Tulum). El turismo de sol y playa es el atractivo principal de México, por lo que los CIP han llegado a una etapa de madurez en la cual hoy en día el país ha buscado la manera de seguir apostando por estos recursos naturales, con la promoción necesaria a nivel global, siendo Quintana Roo su carta de presentación.

⁷⁴ Estados. <http://www.visitmexico.com/es/estados> (Consultada el día 15 de abril del 2016 a las 7:08pm)

La SECTUR a través de la decena de programas con los que cuenta sobre el desarrollo y fomento al turismo, tiene uno en especial, el de *Programas Regionales*, en el cual nos indica que la administración territorial de México se concentra en seis Programas Regionales (*Programa México Norte, Mundo Maya, Ruta de los Dioses, Tesoros Coloniales, En el Corazón de México y Centros de Playa*), además del Programa *Pueblos Mágicos* que se opera en las 32 entidades federativas del país con características específicas.⁷⁵, promoviendo siempre a los lugares más exitosos.

Lo que se puede percatar del programa mencionado y en especial de todos los que se han implementado dentro de las instituciones encargadas del turismo en México, es que se ha buscado consolidar a los recursos turísticos de sol y playa como el producto más importante, debido a sus resultados inmediatos de ganancias, como generador de empleos y del fuerte crecimiento de la demanda tanto a nivel nacional como internacional. Ahora bien, en la gráfica número 1 podemos observar en cifras los motivos por los cuales los turistas visitan México.



⁷⁵SECTUR. Programas Regionales. <http://www.sectur.gob.mx/programas/programas-regionales/> (Consultada el día 19 de abril del 2016 a las 4:40pm)

La gráfica nos indica que los principales destinos nacionales por los cuales los turistas viajan a México son por mucho las playas (60%), aquí es importante aclarar cuáles son las cinco playas que generan más entrada de turistas y por ende gran cantidad de divisas: 1.- Cancún, 2.- Riviera Maya, 3.- Acapulco, 4.- Puerto Vallarta, 5.- Los Cabos⁷⁶, ya que en estas se ha manifestado de manera especial el interés del gobierno mexicano en promover e invertir en ellas modernas instalaciones turísticas que van perfectamente mezcladas con la cultura del país, a comparación de otros destinos que a pesar de contar con recursos naturales, no se vuelven tan fácilmente productos turísticos que puedan comercializarse al igual que los otros ya mencionados. No solo es contar con un lugar que se pueda explotar, sino que son más factores por los cuales muchas zonas no tienen la misma “suerte” que otras, factores que rodean al turismo, como la facilidad para construcciones de soporte (carreteras, aeropuertos, puertos), equipamiento turístico (hoteles, restaurantes, plazas comerciales), actividades (visitas guiadas, espectáculos) y acciones de administración llevadas por el Estado, instituciones u Organismos Internacionales.

No obstante los recursos turísticos culturales y artificiales en lo últimos años han tenido un crecimiento de manera lenta pero muy notable en la economía del país, ya que por medio de estos recursos se pueden obtener experiencias diferentes.

Por una parte, los recursos artificiales, aquellos hechos por el Estado, han sido creados con un objetivo específico, poder colocar a la Ciudad de México en el grupo de metrópolis alrededor del mundo. Empresas privadas han sido las que se han visto más interesadas en la mejora de la modernización del país, a lo que se ha buscado IED enfocada principalmente en hotelería e infraestructura de más parques temáticos, como por ejemplo, la renovación constante de *Six Flags México* y la creación de espacios masivos como el *Acuario Inbursa* y la futura Rueda de Chapultepec que buscara atraer a más de 500 mil turistas al año,⁷⁷ lo cual influirá bastante en el turismo cultural, gracias a los museos que rodean Chapultepec.

⁷⁶ SIIMT. Inteligencia de mercados. http://www.siiimt.com/en/siiimt/siim_ocupacion_hotelera. (Consultada el día 20 de abril del 2015 a las 2:15pm)

⁷⁷ UNOTV. Rueda de Chapultepec. <http://www.unotv.com/noticias/portal/turismo/detalle/rueda-chapultepec-500mil-turistas-124236/> (Consultada el día 20 de abril del 2016 a las 3:43pm)

Gracias a que México es heredero de una diversa cultura y tradiciones, los espacios culturales también se han visto beneficiados por las corrientes turísticas que llegan al país en búsqueda de conocer más sobre su identidad nacional, esto se ha aprovechado de manera óptima. Los espacios culturales son en su mayoría puntos cercanos a la Ciudad de México, las zonas arqueológicas, los museos, las ciudades coloniales, etcétera; casi todos estos espacios están dentro de la lista de los 84 Pueblos Mágicos debido a que contienen una enorme riqueza de historia, lenguas, música, leyendas, ceremonias, artesanías, festivales, gastronomía.⁷⁸ El Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA) han trabajado en conjunto para promover el patrimonio cultural y consolidar nuevos mercados de turismo cultural, al igual de impulsar nuevas rutas turísticas en México y fortalecer y llevar un relación más consiente entre el turismo y la cultura, buscando cada vez más el desarrollo sustentable, para evitar así daños al patrimonio nacional y conflictos entre las comunidades cercanas a estos espacios y las autoridades locales o empresas dedicadas a este sector.⁷⁹

El turismo cultural se ha venido presentando con un éxito moderado pero siempre buscando esa alternativa que México tenga para ofrecer a nivel mundial aparte de los destinos de sol y playa, representando un valor agregado al país, ayudando así a fortalecer su nivel de competitividad frente a otros destinos turísticos similares, ya que México ofrece dentro de estos recursos culturales, una amplia gama de turismos, tales como el gastronómico, idiomático, religioso y comunitario o rural.⁸⁰

Según la SECTUR las zonas culturales más visitadas por extranjeros y nacionales están en el centro, sur y sureste del país, siendo principalmente las ruinas arqueológicas de Teotihuacán, Chichén Itzá, Tulum y Palenque, y los museos como el Museo Nacional de Antropología, el Castillo de Chapultepec y el Templo Mayor de la Cd. de México, generando en 2015 alrededor de 15 millones de turistas en estos destinos, encontrando así a este turismo en una etapa de formación.

⁷⁸ Véase más en: <http://www.visitmexico.com/es/pueblosmagicos>

⁷⁹ Ávila Aldapa Rosa Maya. Turismo Cultural en México. 2ª edición (2011). Editorial Trillas. Págs. 22 a 27.

⁸⁰ Ibidem págs. 83 a 90

Patrimonio Nacional

El patrimonio de una nación, según la RAE es el conjunto de bienes acumulados a lo largo de los siglos, que, por su significado artístico, arqueológico, etc., son objeto de protección especial por la legislación. Esta definición nos explica que son bienes tangibles (arquitectura civil, jardines, bosques, lagos, obras arqueológicas) e intangibles (carnavales, costumbres, tradicionales, expresiones artísticas) que necesitan de su conservación y preservación para las siguientes generaciones por su valor tan importante. Pero de acuerdo a la UNESCO, podemos encontrar dos sub clasificaciones de patrimonio, con el fin de facilitar el estudio y cuidado de estos, que son el Patrimonio Cultural y el Patrimonio Natural, dándoles el mismo valor.

La Organización especializada de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), en 1972 decide implementar a través de un tratado internacional, la promoción, protección y preservación del patrimonio cultural y natural en todo el mundo de acuerdo a la importancia que cada uno tuviera en sus respectivos lugares de origen ante los continuos escenarios de guerra poniendo en peligro muchos de estos espacios, que con los años se volverían algunos patrimonios de la humanidad debido a la interacción que el hombre tiene con estos.

México ha formado parte y tenido un papel muy activo en la UNESCO desde su creación en 1945, pero fue hasta 1972 cuando esta organización decide establecer el Comité de Patrimonio Mundial con la premisa de que algunos lugares del planeta tienen un valor universal excepcional y como tales forman parte del patrimonio común de la humanidad.⁸¹ Gracias a estos sitios declarados patrimonio de la humanidad, la actividad turística en las comunidades mexicanas cercanas a estos se han visto beneficiadas, pero es necesario tomar en cuenta que el turismo masivo, sin una planificación adecuada, puede tener efectos negativos y convertirse en un riesgo grave para las expresiones culturales y tradicionales y, en todos los casos la destrucción total de estos sitios y problemas a la población cercana a estos destinos.

⁸¹ Fundación ILAM. Los diversos patrimonios. <http://www.ilam.org/index.php/es/programas/ilam-patrimonio/los-diversos-patrimonios> (Consultado el día 21 de abril a las 12:19pm)

México cuenta con 27 lugares establecidos como Patrimonio Cultural de la Humanidad, cinco de Patrimonio Natural y uno mixto por parte de la UNESCO, colocándolo como el país con más bienes inscritos de toda América Latina y el sexto a nivel mundial, solo detrás de Italia, China, España, Francia y Alemania.

La lista de los 33 Patrimonios de la Humanidad de México se encuentra en el cuadro 4, los marcados por azul son culturales y de amarillo son los naturales:

Patrimonio de la Humanidad de México	
1.- Paisaje de agaves y antiguas instalaciones industriales de Tequila (Jalisco)	2. Acueducto del Padre Tembleque (Límites entre Edo. de México e Hidalgo)
3.- Zona monumental arqueológica de Xochicalco (Morelos)	4.- Zona Arqueológica de Paquimé, Casas Grandes (Chihuahua)
5.- Camino Real de Tierra Adentro (CDMX)	6.- El Tajín, Cd. Prehispánica (Veracruz)
7.- Misiones franciscanas de la Sierra Gorda (Querétaro)	8.- Monasterios en las faldas del Popocatepetl (Morelos)
9.- Ciudad Universitaria, UNAM (CDMX)	10.- Centro histórico de Puebla
11.- Centro histórico de Morelia (Michoacán)	12.- Centro histórico de Zacatecas
13.- Centro Histórico de la Ciudad de México y Xochimilco (CDMX)	14.- Centro histórico de Oaxaca y sitio arqueológico de Monte Albán (Oaxaca)
15.- Villa de San Miguel y Santuario de Jesús Nazareno de Atotonilco (Guanajuato)	16.- Zona de monumentos históricos de Querétaro
17.- Zona de monumentos históricos de Tlacotalpán (Veracruz)	18.- Ciudad histórica de Guanajuato y minas adyacentes. (Guanajuato)
19.- Hospicio Cabañas, Guadalajara (Jalisco)	20.- Casa de Luis Barragán (CDMX)
21.- Ciudad prehispánica y Parque Nacional de Palenque (Chiapas)	22.- Cuevas prehistóricas de Yagul y Mitla en los Valles Centrales de Oaxaca
23.- Chichen-Itza (Yucatán)	24.- Teotihuacan (Edo. de México)
25.- Ciudad prehispánica de Uxmal (Yucatán)	26.- Ciudad fortificada de Campeche
27.- Pinturas rupestres de la Sierra de San Francisco (Baja California Sur)	28.- Reserva de la biosfera El Pinacate y Gran Desierto de Altar (Sonora)
29.- Islas y áreas protegidas del Golfo de California (BCS, BC, Sonora, Nayarit)	30.- Reserva de la Biosfera Mariposa Monarca (Michoacán)
31.- Reserva de Sian Ka'an (Quintana Roo)	32.- El Vizcaíno (Baja California Sur)
33.- Antigua ciudad maya y bosques tropicales protegidos de Calakmul, (Campeche)	

Fuente: Elaboración propia con datos de <http://whc.unesco.org/en/statesparties/mx> Cuadro 4

2.3.- Siglo XXI y la necesidad de la diversificación de mercados.

El turismo a inicios del siglo XXI, se convirtió en uno de los sectores que comenzó a tener mayor crecimiento a nivel mundial, convirtiéndose en un factor básico para el desarrollo de diversas economías. Los Estados dejaron de ser los únicos encargados de tener activo este sector, empresas multinacionales y Organismos Internacionales comenzaron a intervenir e implementar nuevas estrategias para generar mejores resultados económicos y sociales en el sector, pero hoy en día el atraer turistas extranjeros no ha sido una tarea tan fácil para muchos países debido a la enorme competencia que se ha suscitado gracias a la voraz globalización, a lo que muchos de ellos se han visto en la necesidad de diversificar sus mercados.

Los países tercermundistas, como antes se les acostumbraba llamarles, han tenido en gran medida, una participación turística relevante a nivel global. Con un gran esfuerzo, estos han logrado insertarse en la industria turística y ser parte de la economía internacional, generando una gran demanda de turistas tanto receptores como emisores. Pero debido a los grandes resultados económicos que ha traído el turismo a estos países, es que estos se han vuelto con el tiempo totalmente dependientes de esta industria, sin la cual, muchos de ellos podrían entrar en grandes crisis, teniendo como gran ejemplo, la gran mayoría de países caribeños.

El Caribe es la región que más turistas recibe en todo el mundo dado a que la zona donde se ubica, ha sido durante muchos años considerada muy afrodisiaca y sumamente accesible para una infraestructura estilo occidental. EL FMI ha indicado que las islas más pequeñas como Antigua y Barbuda, Bahamas, Dominica, Granada, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía y especialmente el caso de Jamaica y Barbados donde el turismo brinda más divisas que cualquier otro sector, se perfilan para seguir aumentando su dependencia al turismo.⁸² Ahora bien, el caso de México no queda exento de esta gran dependencia, aunque si en menor medida.

⁸² El Universal. Preocupa al FMI países que dependen del turismo.
<http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/679910.html> (Consultada el día 23 de abril del 2016 a las 6:15pm)

Con lo mencionado anteriormente, México es uno de los pocos países que goza de los grandes ingresos por parte del turismo, gracias a su posición geográfica y todos los factores que ya sabemos, pero hoy en día, al igual que los países caribeños, México se ve en la necesidad de la innovación y la capacidad para responder y adaptarse a los nuevos cambios que ocurren en el mercado turístico mundial.⁸³

Actualmente con los 156 países miembros de la OMT, la competencia ha crecido a un ritmo que muchos países se han quedado atrás (Egipto por ejemplo), por lo que México debe trabajar bastante en ello y pensar en una diversificación de mercados más allá de los norteamericanos, porque en el peor de los escenarios, ¿Qué pasara en los próximos meses cuando llegue totalmente la modernización en Cuba que tanto han anunciado Barack Obama? Esto ha sido un tema de interés internacional pero a la vez de preocupación para los vecinos de esta isla, principalmente para Puerto Rico y República Dominicana, que le deben su crecimiento y desarrollo al turismo gracias al bloqueo de más de 50 años hacia Cuba, pues la economía cubana también es una de las más beneficiadas por el turismo. Es todo un reto para México, ya que deberá replantear sus estrategias de marketing ante este caso.

Pero cuando se habla de una diversificación, es porque el nicho de mercado de cierto producto o servicio no ha estado funcionando o ha ido en declive, en este caso, México no ha tenido ninguna complicación ni mayor percance con sus mayores corrientes turísticas, que son procedentes de Estados Unidos y Canadá, al contrario, como lo indica el actual Secretario de Turismo, Enrique de la Madrid, por tercer año consecutivo, México impone un récord en materia de captación de turistas extranjeros⁸⁴, a lo que a primera vista cualquiera pensaría que no existe la necesidad de una diversificación de mercados, puesto que el turismo mexicano con los años recibe un crecimiento muy significativo, lo que este trabajo busca, es una diversificación ante una posible migración de turistas ante nuevos competidores.

⁸³ El Turismo. <http://blogs.elnuevodia.com/el-internacionalista/2014/12/26/el-turismo/> (Consultado el día 23 de abril del 2016 a las 4:42pm)

⁸⁴ El economista. Anuario 2015, turismo. <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/12/26/anuario-2015-turismo-mexico-seguira-rompiendo-records> (Consultado el día 23 de abril a las 7:19pm)

Los logros del sector turístico mexicano han sido muy relevantes, pero también se han presentado ciertos problemas los cuales se han ido arrastrando con los años, problemas tanto de orientación estratégica, de logística, falta de personal capacitado, una mala imagen por la inseguridad del país (¿Es necesaria la presencia de elementos del Ejército y la Marina en las costas de Acapulco a plena luz del día?) una enorme falta de aprovechamiento de todas las bondades turísticas que ofrece el propio país, y posiblemente, un estancamiento en la búsqueda de nuevos mercados turísticos, son otro tipo de retos que enfrenta México.

Se ha mencionado que los norteamericanos y europeos son los turistas que más recibe México, ahora bien, la siguiente tabla nos indica en cifras la llegada de estos turistas por país de origen de los últimos tres años:

Cuadro 5

Ranking 2015	2013 Anual	2014 Anual	2015 Anual	Var. 15/13	Var. 15/14
Total General	11,774,184	12,919,217	14,648,060	24.4%	13.4%
1 Estados Unidos	6,479,040	7,164,374	8,391,636	29.5%	17.1%
2 Canadá	1,599,425	1,676,681	1,748,530	9.3%	4.3%
3 Reino Unido	414,039	458,932	505,954	22.2%	10.2%
4 Colombia	262,653	328,213	407,395	55.1%	24.1%
5 Argentina	257,820	246,404	341,106	32.3%	38.4%
6 España	282,255	310,123	333,306	18.1%	7.5%
7 Brasil	267,507	309,696	304,230	13.7%	-1.8%
8 Francia	199,866	213,863	221,957	11.1%	3.8%
9 Alemania	187,141	207,031	221,526	18.4%	7.0%
10 Italia	154,325	170,990	174,126	12.8%	1.8%
11 Perú	126,327	136,361	159,705	26.4%	17.1%
12 Chile	94,647	107,455	129,679	37.0%	20.7%
13 Venezuela	164,968	176,535	127,568	-22.7%	-27.7%
14 Japón	97,226	107,366	118,739	22.1%	10.6%
15 China	60,538	75,665	97,889	61.7%	29.4%
16 Corea del Sur	59,249	75,090	95,454	61.1%	27.1%
17 Guatemala	66,894	67,136	95,139	42.2%	41.7%
18 Costa Rica	62,507	66,356	86,280	38.0%	30.0%
19 Australia	63,398	67,918	76,746	21.1%	13.0%
20 Cuba	48,887	56,253	63,270	29.4%	12.5%
21 Ecuador	36,641	52,586	61,681	68.3%	17.3%
22 Holanda	57,700	58,499	60,611	5.0%	3.6%
23 India	33,860	42,683	52,339	54.6%	22.6%
24 Panamá	34,835	38,129	48,126	38.2%	26.2%
25 Suecia	43,156	44,568	45,627	5.7%	2.4%
Otros	619,280	660,310	679,441	9.7%	2.9%

Fuente: Secretaría de Gobernación, Unidad de Política Migratoria

Debido a la caída del precio del petróleo y un dólar más fuerte, es que los estadounidenses han salido de una recesión económica la cual se ha visto sumamente reflejada en el sector turístico, especialmente en el mexicano, gracias a que los estadounidenses son los que más visitan México, como lo indica el cuadro cinco. Por una parte, viajan a México por la cercanía, pues les es más accesible y económico, y por otra, por los lazos culturales que mantienen a ambos países, además de que prefieren destinos seguros, como lo son Cancún y Puerto Vallarta, lo que les trae mayor tranquilidad el saber que estarán seguros fuera de su territorio.

Pero en los últimos años desafortunadamente se ha llegado a un estancamiento del sector turístico mexicano, ya que este se ha visto poco o más bien nada interesado en la búsqueda de nuevos mercados, una clara carencia de diversificación que aún no ha afectado drásticamente al país, pero en unos años será necesaria. Para poder identificar nuevos mercados y más espacios de oportunidad para el desarrollo turístico mexicano, hay que tomar en cuenta que las recientes crisis económicas obligaron a los turistas a replantear su forma de viajar. Ahora buscan: Lugares más cercanos para viajar, estancias más cortas y más valor por su dinero.

Según perspectivas de la OMT, los destinos emergentes tienden a ganar mercados:

- La región de América registró el mayor incremento en la llegada de turistas internacionales en 2014 (+7%), seguido de la región Asia-Pacífico (+5%)
- Se estima que el número de turistas que recibe la región Asia-Pacífico pasará de 205 millones en 2015 a 355 millones en 2020
- Medio Oriente y África han tenido un crecimiento más moderado (+2%)

Asimismo, se ha diversificado la oferta de destinos. En el pasado, cinco países recibían más de 70% de los turistas internacionales, mientras que, en 2015, los cinco destinos con mayor afluencia de turistas captaron poco menos de 30% de los arribos, por ende es que México tiene que trabajar ante la creciente competencia.⁸⁵

⁸⁵ UNWTO. Panorama del turismo internacional 2015. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875> (Consultado el día 24 de abril del 2016 a las 4:45pm)

Vemos ahora que la diversificación de mercados es muy importante y más cuando actualmente se tienen motivos para trabajar en esta. La industria turística en México se ha especializado en ciertos grupos de turistas extranjeros, exigiendo así una capacitación del personal, promoviendo el uso de idiomas como inglés y francés, creando infraestructura que sea más accesible entre los viajes para los norteamericanos y una accesibilidad financiera tanto en productos y servicios para satisfacer la gran demanda que estos presentan, con esto se puede apreciar una enorme relación de dependencia, que no solo se nota en este sector, sino que todo el país está sumergido en una dependencia hacia la economía estadounidense.

Es aquí donde este trabajo muestra el interés de que México necesita una urgente diversificación de turistas extranjeros. El nuevo contexto internacional indica que en unos años no tan lejanos se puede lograr un nuevo orden mundial en el cual las actuales potencias perderán ese lugar para dejárselo a los países que actualmente son denominados “economías emergentes”, teniendo como el mayor ejemplo los BRICS; con un caso en particular, el caso de China, que según la OMT, en los últimos años se ha posicionado como el principal mercado emisor de turismo, siendo el más rápido del mundo, con un gasto de más 100 000 millones de dólares.⁸⁶ Ahora bien tomando en cuenta que este gasto es mayor al que generan los europeos o estadounidenses en sus salidas, ¿Por qué México no ha considerado al mercado asiático, como un nuevo mercado meta?, esa cantidad que gastan los chinos serviría de mucha ayuda para la economía mexicana y así poder acrecentar las contribuciones que el turismo general a su PIB, que podrían pasar más allá del 8% que se tiene acostumbrado al igual de generar una enorme cantidad de divisas.

La relación turística entre México y China ha sido mediana, pero al contar con datos de la población china, que para este año son 1,393,783,836 de habitantes, no hay otra opción más viable para el sector turístico mexicano que trabajar y enfocarse a partir de ahora en atraer la mayor cantidad de turistas chinos al país. En el siguiente capítulo se abordara la importancia de China en el mercado turístico mundial.

⁸⁶ *Ibíd.*

Capítulo 3

China. Un nuevo mercado turístico

A lo largo de la historia se ha mostrado el crecimiento de grandes imperios y civilizaciones en occidente, desde el Imperio Romano, Otomano, el Británico y hasta el de la Unión Soviética a finales de los años noventa, todos estos tuvieron su gran auge en su época, algunos por siglos y otros por décadas, pero como todo imperio, tuvieron su caída. No obstante, a comienzos del siglo XXI, se vivió un mundo unipolar, siendo Estados Unidos el único estado que tenía el liderazgo de cómo manejar las cosas a nivel mundial, mientras que todos los demás países estaban en camino de su búsqueda de la industrialización y algunos otros perdiendo peso. Pero por primera vez EE.UU se encuentra con una potencia fuera de la periferia occidental: China buscando una preeminencia en la escena internacional.

Desde la participación del único estado asiático en la Segunda Guerra Mundial, el Imperio japonés, no se había visto otro estado de esta región capaz de llevar las riendas del mundo a lado de las grandes potencias occidentales, como EE.UU y parte de la Unión Europea, pero desde la caída del imperio japonés y su resurgimiento años después, el continente asiático tuvo un crecimiento de manera constante en otros países, como el caso de la India, y los famosos Tigres Asiáticos (Corea del Sur, Taiwán, Singapur), pero todos ellos a pesar de los grandes esfuerzos para lograr ser grandes actores en el escenario mundial, como lo predecía el geopolítico y politólogo estadounidense Zbigniew Brzezinski en los años 90's, no han llegado a posicionarse como lo ha hecho su gran vecino. El caso de China ha sido único a nivel global, por ende se ha buscado y se han escrito cientos de libros para comprender el acelerado crecimiento económico del gran dragón asiático.

Hay que aclarar que no se puede hacer un marco comparativo justo del porque China ha crecido a ese ritmo y otros países asiáticos no, la respuesta puede ser muy obvia, ya que, geográficamente por su extensión territorial, China es el tercer país más grande del mundo, además de ser también el país más habitado, esto le ha hecho tomar ventaja en muchos aspectos, otorgándole así su posición actual.

El número de chinos en el mundo es aproximadamente de 1.374.620.000⁸⁷, constituyendo el 20% de la población mundial, a lo que da por resultado un enorme demanda de productos y servicios de manera exorbitante, y gracias a esta demanda es que la situación económica dentro de China ha estado sumamente activa por muchos años generando el crecimiento del poder adquisitivo de sus habitantes y así logrando tener toda una red de dinero en movimiento, tanto dentro de sus fronteras como fuera de ellas, pero ¿Qué es lo que necesitamos realmente saber de China?, además de saber que es la segunda potencia mundial detrás de EE.UU.

Hoy en día casi todos los productos que usamos a diario, son hechos en China, zapatos, ropa, utensilios, aparatos electrónicos, piezas automotrices, etc., debido a la gran fuerza laboral que se encuentra en el país, abasteciendo a casi todo el mundo con sus productos con precios sumamente abaratados. China está involucrada en cualquier sector del mundo, en el energético, siendo el segundo país que más invierte en energía detrás de EE.UU, en transporte, cooperando empresas chinas con países, la mayoría en vías de desarrollado, y en bienes raíces en todo el mundo, asegurando fuentes de abastecimiento con sus inversiones.

China empezó el mismo camino de la búsqueda del desarrollo al igual que la India y Brasil, pero debido a sus enormes cambios internos desde las reformas económicas de 1978, con su política de exportadores neto generando crecimiento anual del más 9% de su PIB (Banco Mundial, 2015), dejando atrás a muchos países en el camino. Ha sido tanto el poder que los chinos lograron de manera veloz que se les ha inculcado salir al exterior en viajes académicos principalmente, para estudiar en universidades occidentales, para así tener una población mejor preparada a futuro, a lo que ha dado una enorme corriente de viajeros chinos en el mundo para aprender de otras culturas y demostrar al mundo quienes son los nuevos *líderes*. Es así que el turismo también ha sido uno de los sectores que ha tenido predicciones muy favorables a futuro, gracias a que los chinos han sido denominados los nuevos turistas más importantes del mundo.

⁸⁷ China registra un incremento de su población. <http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion/china> (Consultado el día 30 de abril del 2016 a las 10:38pm)

3.1.- La importancia del turismo chino a nivel global.

A inicios del año 2000, la Organización Mundial del Turismo vio un elevado número de corrientes turísticas por todo el mundo, gracias a todo el revuelo que causaba la llegada del nuevo milenio, además de que se vivía en una época con una gran fortaleza económica. Europa como siempre liderando las listas de los países más visitados, los países americanos vivían en una época de un crecimiento lento pero muy importante en sus economías, pero la región que tuvo un impacto muy notable fue la región de Asia Pacífico. Japón había perdido terreno en la industria turística, mientras países como China, con todo y sus Regiones Administrativas Especiales (Hong Kong y Macao), Malasia y Tailandia experimentaban un aumento de turistas.

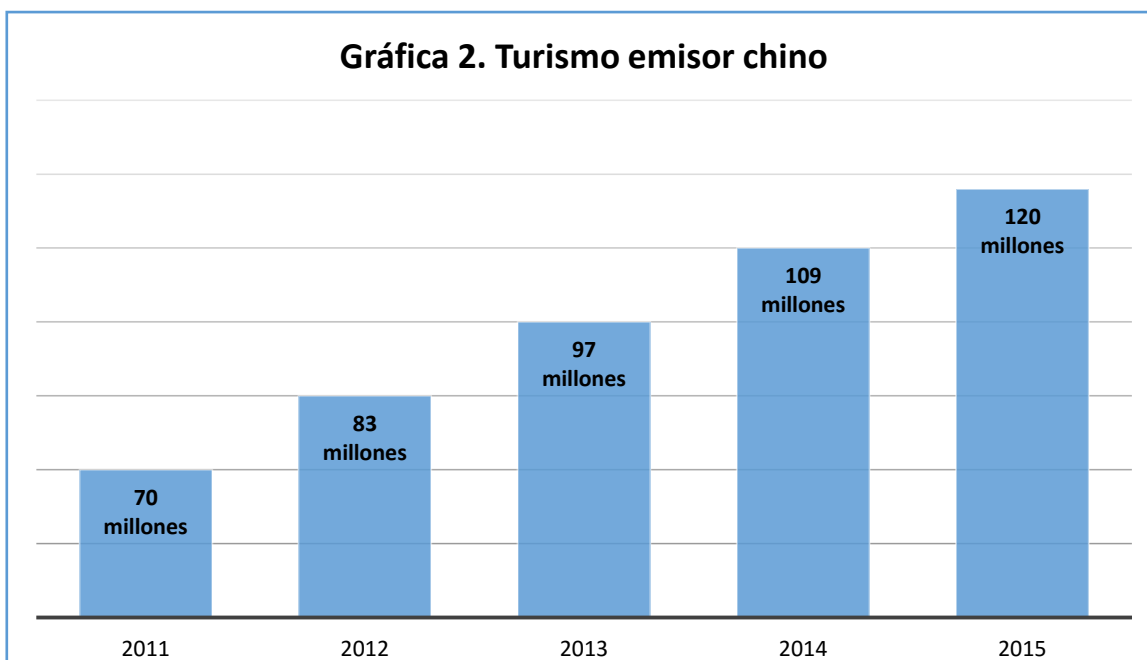
La OMT al ver que los países asiáticos tenían un fuerte ingreso de turistas al año, se percataron también que estos turistas, predominando los chinos, comenzaban a interesarse más en salir de sus fronteras y buscar zonas de ocio y descanso en otros países; fue así que con el paso de los años y el crecimiento acelerado que China estaba atravesando, es que el turismo chino se volvió una de las corrientes turísticas más importantes en el mundo, dejando atrás a turistas estadounidenses, alemanes y franceses, como los más demandantes de servicios turísticos a nivel mundial, China había despertado de una manera impresionante.

En los siguientes años, los países principalmente occidentales, se dedicaron a buscar la manera de atraer a turistas chinos, siendo estos los turistas que generaban más ingresos por gastos en el sector. Fue hasta el año 2011, con el fortalecimiento de la moneda china, el yuan, que los turistas chinos sumaron un total de 73,000 millones de dólares de gastos a nivel mundial, mientras que para el siguiente año, lograron incrementar esta cifra, rompiendo un record de 102,000 millones de dólares reflejados puramente en el turismo mundial ⁸⁸. Actualmente, a finales del 2015 se cerró con la cifra de 104.500 millones de dólares, la cual nos indica que el crecimiento del gasto chino extranjero seguirá manteniéndose en alza.

⁸⁸Véase más en: <http://en.cnta.gov.cn/Statistics/TourismStatistics/>

China ha superado a Estados Unidos y Alemania refiriéndonos al gasto generado en cada viaje por país, siendo estos gastos principalmente en un turismo de compras, lo cual es a lo que los turistas chinos se han enfocado en sus salidas al extranjero, debido al poco consumismo que ellos generan en su propio país.⁸⁹

Por otro lado, una de las muchas previsiones sobre el turismo internacional que la OMT dio, fue que China se convertiría en el primer mercado del mundo en turismo tanto emisor como de gasto, debido a que se comenzaba a observar grandes flujos de turistas chinos año tras año, señalando que más de 100 000 millones de chinos estarían viajando en todo el planeta para 2020, siendo así, que dicha cifra sería superada para el 2013. La siguiente gráfica muestra el crecimiento de estos turistas:



Fuente: Cifras otorgadas por la Administración Nacional de Turismo de China www.cnta.com

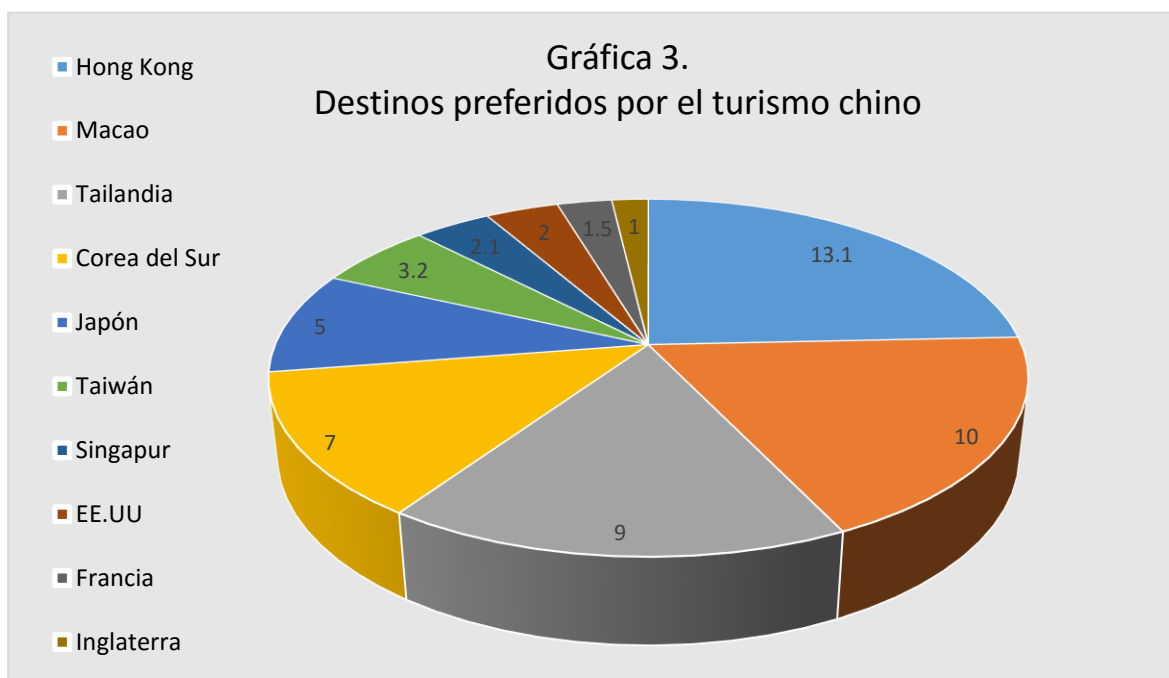
En tan sólo 15 años los turistas chinos que han viajado al extranjero han experimentado un crecimiento súbito, en el año 2000 eran solamente 10 millones de turistas, ahora en 2015 son más de 120 millones los chinos que salen de su país.

⁸⁹ ¿Qué turistas gastan más en el mundo? <http://expansion.mx/salud/2013/04/07/que-turistas-gastan-mas-en-el-mundo-la-respuesta-esta-en-chino> (Consultado el día 3 de mayo del 2016 a las 12:31pm)

El crecimiento de estas salidas, como se ha mencionado, se basa principalmente a la rápida urbanización, al aumento del poder adquisitivo de la población, la mayor facilidad de visas por parte de instituciones chinas y la relajación de sus restricciones en viajes al extranjero, debido al miedo de que los ciudadanos chinos adopten ideas y costumbres no aptas para el sistema “comunista” de este país.⁹⁰

La gran mayoría o mejor dicho casi la totalidad de los viajes chinos al extranjero, son a países vecinos debido a factores como: la cercanía, el idioma y las costumbres parecidas que hacen sentir a los chinos protegidos y más cómodos fuera de su territorio, aunque cada vez más el número de turistas chinos que buscan viajes a países lejanos ha aumentado, como por ejemplo a América del norte y Europa occidental, según información de la Administración Nacional de Turismo de China.

La siguiente gráfica muestra los destinos más beneficiados por el turismo chino, que según la OMT, son ahora los chinos los turistas más importantes a nivel mundial, tanto por la derrama económica que dejan como el número de viajeros.



Fuente: Elaboración propia con datos de China.org

⁹⁰ Turismo chino alcanza los 100 millones. http://www.hosteltur.com/186520_turistas-chinos-viajan-al-extranjero-alcanzan-100-millones.html (Consultado el día 5 de mayo del 2016 a las 8:14pm)

Esta gráfica indica que son los países asiáticos los más beneficiados por el turismo chino, tan solo países como Tailandia y Corea del Sur reciben más de cinco millones de turistas chinos al año nada comparado con los ciento de miles de chinos que visitan países occidentales, es aquí donde se ve la necesidad de la captación de esta corriente de turistas y su importancia en la economía de cada región, como por ejemplo, el sector turístico de Hong Kong y especialmente de Macao son totalmente dependientes de la China Continental, cualquier contratiempo en la economía china, tendría directamente un impacto negativo en la economía de ambos destinos⁹¹.

Sin embargo varios artículos mencionan que el sueño de la mayoría de los chinos es poder viajar a más países europeos, como Alemania, Italia, Inglaterra, y especialmente Francia, donde se puede apreciar el interés de adquirir productos de alto nivel y generar el llamado turismo de lujo, en el cual los chinos no tienen ninguna complicación en gastar su efectivo en estos países, al contrario esto es motivo para mejorar su estatus a nivel mundial. Paris, Londres y Milán son destinos los cuales ofrecen al turismo chino la posibilidad de adquirir productos de lujo casi exclusivos, a diferencia de los que adquieren en Hong Kong, siendo las compras una actividad primordial para el turista chino en promedio, siendo en su mayoría jóvenes.⁹²

Ahora bien, también mencionamos que no solamente China es el país que más exporta turistas en el mundo, sino que actualmente también está dentro del Top Ten de los países más visitados. El barómetro de la OMT del año pasado, colocó a China en la posición número cuatro con 56.8 millones de visitantes generados en 2015, solo detrás de Francia, EE.UU y España. Es muy importante comprender lo que los turistas chinos están ocasionando a nivel mundial, que estos viajes pueden ser también considerados como un “poder blando” que el mismo gobierno chino ha creado y permitido para demostrar al mundo en lo que se han convertido los chinos.

⁹¹ El camino de Macao a la diversificación económica. <http://www.china-briefing.com/news/2012/11/14/camino-macao-diversificacion-economica.html> (Consultada el día 6 de mayo del 2016 a las 8:15pm)

⁹² Los 10 países más visitados por los turistas chinos en 2015. <http://www.njoypainconsulting.com/los-10-paises-mas-visitados-por-los-turistas-chinos-en-2015/> (Consultada el día 6 de mayo del 2016 a las 8:31pm)

3.2.- China aprende a hacer turismo.

La trayectoria del turismo internacional en China, es contemporánea, debido a que esta tiene sus comienzos a partir de las reformas creadas por el Partido Comunista Chino (PCCh) al mando del presidente Deng Xiaoping en el año 1978, las cuales hicieron que China lograra tener grandes cambios cualitativos en casi todos sus sectores, siendo así, que este país paso de ser una economía totalmente planificada del socialismo de Estado a ser una economía de mercado⁹³, y uno de los muchos sectores beneficiados por estas reformas fue el sector turístico.

Gracias a las reformas implementadas por Deng Xiaoping, China logro dar esta transición económica en tan solo 20 años, los cuales, se vieron sumamente reflejados en esfuerzo, trabajo y perseverancia de toda la población y del gobierno chino para lograr aquella modernización de la que tanto se hablaba en aquel entonces, y que hoy en día se puede apreciar en toda China, o más bien en la zona noreste del país, donde abundan los enormes edificios, tiendas de lujo, grandes centros comerciales, zonas financieras, y toda esta población mayoritariamente de clase media alta. Debido a la demanda que surgió en los años noventa, tanto de la población local como de extranjeros, gracias a la apertura al exterior que China había permitido de manera controlada, fue que se logró que turistas tanto de Hong Kong, Macao, Taiwán y otros países, pudieran contribuir a este rápido crecimiento económico, contribuyendo de manera directa en la industria del turismo. Muchas ciudades (especialmente del oeste) que aun sus ingresos dependían del sector agrícola u otra actividad primaria, pudieron comenzar a generar ganancias extras gracias a las visitas de la cada vez más llegada de turistas extranjeros a su ciudad.

Varios países en todo el planeta, han tenido un largo camino para poder establecer una industria turística sólida, como es el caso de muchos países europeos los cuales han invertido fuertes cantidades de dinero para la reconstrucción y modernización de su infraestructura debido a las épocas de guerra constante en sus territorios, o países de Latinoamérica los cuales les ha costado atraer extranjeros

⁹³ Cheek Timothy. Vivir con la reforma: China desde 1989. Editorial Intermón Oxfam. 2006. Pág. 46

de todas partes del mundo y no solo de Norteamérica, pero el caso chino es muy particular, solamente bastaron 20 años, para que China se colocara como el cuarto país que más recibe turistas en el mundo y el primero en emitirlos, además que las perspectivas mundiales desde el año 2000 indicaron que esta corriente de turistas chinos seguirá en constante crecimiento por unos años más. Pero para conocer mejor sobre este boom turístico chino hay que remontarnos a unas décadas atrás, donde China aún era un país pobre sumergido en la ignorancia de sus gobernantes.

3.2.1 Antecedentes breves del turismo en China.

Los orígenes de la industria turística de China se toman desde la creación de esta como Republica Popular en la década de los 50s, por eso, para lograr un mejor entendimiento de su sector, se dividirán sus antecedentes en tres periodos, empezando desde el año 1949 con el inicio de un estado socialista, después en 1978 con las reformas al socialismo y hasta el año 2000 con el gran despertar chino.

1949 - 1978: Desde que Mao Zedong se convirtió en el líder máximo del Partido Comunista Chino en 1949 y logro proclamar la nueva República Popular China ante una guerra civil en el país, China asumió un sistema comunista, donde Mao dirigió al país con base en pensamientos marxistas-leninistas enfocados a la mejora del país. Debido a que la gran mayoría de la población china vivía en zonas rurales con un enorme retraso tecnológico e intelectual es que se comienza el proceso de institucionalización del nuevo Estado y los primeros experimentos económicos.⁹⁴

Al vivir en una época donde China estaba totalmente encerrada y su participación en el escenario internacional era casi nula, fue que las primeras salidas formales al exterior para el año 1958 eran exclusivamente para gente del gobierno, diplomáticos, comerciantes y algunos estudiantes, viendo solamente al turismo como un componente más de la política de las relaciones exteriores de China.⁹⁵

⁹⁴ Anguiano Eugenio. China Contemporánea desde 1949. Editorial COLMEX. 2001. Pág. 15

⁹⁵ Turismo en China. [PDF] http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/linares_c_c/capitulo3.pdf

Gracias a la influencia de los intelectuales que habían estudiado en occidente y que tenían una visión totalmente diferente, fue que Mao decidió crear un par de campañas las cuales según su ideología lograrían que China pudiera alcanzar el máximo desarrollo. La primera fue el “Gran Salto Adelante”, en la cual el pueblo chino, especialmente los millones de campesinos que abundaban en el país y algunas pequeñas ciudades, debían dedicarse (casi obligatoriamente) a la producción de acero, que significaba el camino a la industrialización como lo había tenido Reino Unido un siglo atrás, por lo que el PCCh para 1959 promovió el trabajo en masas y creo más de 25 000 comunas para la producción colectiva de acero.

Muchos factores fueron lo que nos llevan a comprender por qué el gobierno chino tomo medidas tan drásticas, pero uno de ellos, fue que al percatarse, sobre la pérdida de campesinos por la emigración a las ciudades, se vio en la necesidad de crear el famoso sistema *Hukou*, el cual el movimiento de chinos de una provincia a otra estaba bajo control y no tenían acceso a muchos derechos en las ciudades donde no eran originarios, fue así que China se vio totalmente envuelta en una década de trabajo rutinario y pocas oportunidades de salir a conocer el país, volviéndose una enorme presión a las zonas rurales. Por lo tanto la actividad turística no figuraba en la población china, ni siquiera en las grandes ciudades ⁹⁶

A pesar de que al principio se habían logrado grandes excedentes de acero y hierro, y un crecimiento económico medianamente aceptable, el gobierno chino sabía que este crecimiento no sería sostenible, por lo que promovió totalmente el trabajo en comunas a todo ciudadano chino de manera desesperada, poco planificada y sin ningún tipo de capacitación sobre esta producción, olvidándose de otros sectores.

Finalmente en 1961 esta primera campaña de industrialización se vio reflejada en grandes pérdidas económicas y en una gran hambruna en casi todo el territorio, debido a la baja producción de alimento y a la mala distribución del poco que había, generando millones de muertes. Las cifras de muertos por escases de alimentos

⁹⁶ Migración y exclusión en China: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/pde/article/view/34559/31494>
(Consultada el día 14 de mayo del 2016 a las 7:48pm)

van desde los 15 a 35 millones de chinos entre esos tres años⁹⁷. No obstante, Mao fue duramente criticado por sus ambiciones poco realistas a futuro, que provocaron solamente pérdidas humanas y de recursos, por lo que decidió alejarse del PCCh por unos meses. Fue así que políticos chinos con tendencias más “liberales” tomaron el mando del país. Gracias a los nuevos líderes que estuvieron en la ausencia de Mao, es que el turismo doméstico comenzó a tener sus primeras proyecciones, siendo las ciudades de Guangzhou, Shangai y Beijing las más populares en la población. En 1964 se logra establecer formalmente la Administración Nacional de Turismo de China la cual fue la primera institución china especializada en turismo (por sus siglas en inglés, CNTA).⁹⁸

Para 1966 Mao reaparece con una nueva campaña, la llamada Revolución Cultural, la cual consistió en depurar a todos aquellos altos cargos del PCCh que estaban generando una creciente corrupción y elitismo dirigiéndose a un camino contrario al sistema comunista que Mao había implementado años atrás; no solamente fueron dirigentes del partido los que fueron asesinados, encarcelados y enviados de exiliados a la isla de Taiwán, también los llamados “intelectuales burgueses” fueron acusados de traicionar los ideales de la nación. Durante el transcurso de la revolución hasta 1976, el desarrollo del turismo chino se vio retrasado, al pausarse las visitas de los chinos en su propio territorio, y por ende las salidas al exterior.

Pero un paso muy importante para China fue el ingreso a la Organización de las Naciones Unidas en 1971, debido a las crecientes peticiones de varios países sobre el regreso de esta a la ONU. Fue así que 64 países mantuvieron relaciones diplomáticas con China, motivando al PCCh a tener una mayor apertura al exterior. Ya con el fin de la Revolución Cultural, la muerte de Mao, y el golpe de estado por parte de Deng Xiaoping ante la dura represión, China se vio involucrada en un nuevo camino, la transición de un estado socialista a un socialismo de mercado con tendencias capitalistas, implementándose así reformas económicas urgentes.

⁹⁷ Anguiano Eugenio. Op. Cit. Págs. 38 a 56.

⁹⁸ Guangrui Zhang. *Green Book of China's Tourism*. 2011. Editorial: COTRI

1978 - 1985: Con la llegada de Deng Xiaoping al poder, China buscaba desesperada un nuevo respiro antes todas las atrocidades y catástrofes cometidas años atrás, que de alguna manera fueron intentos fallidos de un líder ambicioso. Xiaoping comenzó su mandato con cuatro reformas necesarias para generar un fuerte crecimiento económico y mejorar el nivel de vida de los ciudadanos que estaba totalmente devastado. Las reformas estuvieron principalmente enfocadas a estos sectores: sector agrícola, sector industrial, sector tecnológico y sector militar.

En 1979 el gobierno del presidente estadounidense Jimmy Carter decidió establecer formalmente su relación con China, por lo que se le invita a Xiaoping a visitar EE.UU. Esta visita fue tan impresionante para el gobierno chino, pues al quedar asombrados del gran avance tecnológico estadounidense, provoco que el régimen chino acelerara las reformas en su país para alcanzar el desarrollo económico y tecnológico que tanto se deseaba. Al siguiente año, comienzan las negociaciones con Reino Unido y Portugal para la devolución de Hong Kong y Macao, por lo que se llega satisfactoriamente a un acuerdo entre estos países. La devolución de estos territorios es aprobada, pero serían otorgados hasta 1999 para formar parte nuevamente de China, bajo un acuerdo, respetar el sistema económico y las libertades de los ciudadanos de sus excolonias. Con estas mejoras en las relaciones internacionales chinas, la población china comenzó a generar viajes a Hong Kong y Macao cada vez más frecuentes, unos por placer, otros por visitar a familiares y otros simplemente por salir del país, estos eran programados bajo agencias de viaje chinas oficiales. Es aquí donde surge la famosa frase “Un país, dos sistemas”.⁹⁹

En 1983 China ingresa a la Organización Mundial de Turismo. Con su incursión a la OMT a consecuencia de la creciente demanda de turistas tanto emisores como receptores, y debido a que las reformas estuvieron enfocadas en sectores económicos, sociales y a la apertura al extranjero, fue que el turismo, logra un crecimiento totalmente acelerado, dinámico y potencialmente fuerte a diferencia de otros países vecinos. Si bien, Xiaoping había creado estas reformas para la

⁹⁹Leonard Mark. ¿Qué piensa China?. Editorial Icaria. 2008. Págs. 33 a 62

liberación económica china, nunca se imaginó que para 1985 el turismo se convertiría en una industria muy importante para el país, generadora de empleos.¹⁰⁰

Parte de los resultados de esta transformación económica china, fue la apertura y relación con otros países, que permitió el comienzo del comercio exterior, por lo que se decidió crear las Zonas Económicas Especiales (ZEE)¹⁰¹, las cuales atraerían la mayor IED posible al país, convirtiéndose estas también en una zona industrial, prioritariamente en los sectores electrodoméstico y textil, donde los chinos pudieron experimentar trabajos mejor pagados, permitiéndoles así tener mejores ingresos y una mejor calidad de vida, por lo que el turismo se volvió una nueva actividad prioritaria para la población china, generando inquietud de viajar fuera de su país.

1986 - 2000: Este periodo es sumamente importante para la industria turística en china, puesto que es aquí donde inicia realmente el boom turístico chino como lo conocemos hoy en día, siendo en el año 1986 cuando el gobierno chino comprendió totalmente que el turismo internacional, se estaba volviendo una actividad económicamente viable, por lo que dejaron atrás varias limitaciones a los turistas que quisieran entrar al país.¹⁰² Observando que el ingreso de monedas extranjeras podría ayudar a la mejora de la modernización del país, Deng Xiaoping promovió en todo el país la actividad turística con el fin de la captación de divisas. Los hoteles, y casas de huéspedes tuvieron un crecimiento impresionante, los lugares históricos convertidos en patrimonio de la humanidad, considerando que podrían generar más ingresos al país, como la Gran Muralla China en Beijing o los Guerreros de Terracota en Xian, fueron totalmente renovados y abiertos a todo público, buscando así la implementación de guías de turistas oficiales y personal de servicio especializado. Es así como China se convierte en el segundo país de mundo con más patrimonios de la humanidad, con 48, solo detrás de Italia, con 51 (UNESCO, 2015).

¹⁰⁰ El turismo en China. http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/linares_c_c/capitulo3.pdf

¹⁰¹ Ante la creación de estas zonas económicas, China se convirtió rápidamente en la más grande potencia manufacturera del mundo, gracias a la mano de obra barata que los chinos ofrecían a empresas extranjeras.

¹⁰² Los turistas solamente necesitaban visados o permisos de residencia para entrar al país. Pero para visitar zonas restringidas como por ejemplo el Tíbet, se requerían permisos de viaje otorgado por el Departamento de Seguridad Pública.

El PCCh junto con la CNTA llegaron a la conclusión que el turismo se convertiría en una de las principales fuentes de empleo a futuro, por lo que le dieron su importancia merecida a este sector, además de percatarse que no se necesitaba demasiada inversión como se pensaba en un inicio, sino que con la adecuada promoción de sus destinos turísticos y de su cultura a nivel mundial, sería suficiente para producir ganancias más rápido, al contrario de otros sectores primarios. Fue así que el turismo doméstico se vio un poco olvidado debido a que se procuró mejorar el transporte interno, la infraestructura hotelera, carreteras, y el patrimonio nacional, pensando más en atraer turistas extranjeros, que a los mismos turistas chinos.¹⁰³

Igualmente en 1986, gracias a la relajación de limitaciones al turismo, se facilitó más la entrega de visados a turistas extranjeros y la IED poco a poco empezó a permear en el sector turístico, que en ese entonces estaba totalmente controlado por el Estado. Ante este nuevo panorama en la industria turística china, el número de visitantes extranjeros aumentó de 1.5 millones en 1986 a 40.684.456 en 1995. El 87% del turismo extranjero en China venía de sus vecinos del sureste, Hong Kong representando el 67.48%, Macao el 17.2% y Taiwán con el 3.18%, volviéndose los países emisores de mayor volumen a China. Los turistas de otros países representaban solamente el 13% restante, japoneses con el 2.61%, europeos 3.38%, norteamericanos con el 1.34%, el otro 4.81% provenía de demás países del mundo.¹⁰⁴ Ya en la década de los 90s, el turismo nacional como internacional chino tuvo un crecimiento totalmente acelerado gracias al aumento del PIB en China, con un crecimiento de más del 10% anual, elevando los ingresos de la población china.

Gracias al incremento constante del PIB chino desde 1991, es que surge en el país una nueva clase media, representada en las grandes ciudades del país: Pekín, Shangai, Tianjin, y Shenzhen. Con el incremento de esta nueva clase medianamente rica, fue que el turismo doméstico comenzó a despegar, después de tantos años ser de menor interés para el Estado, contribuyendo los chinos de zonas

¹⁰³ Chong King. Tourism in China: Policy and Development Since 1949. Editorial Routledge. Pág. 225

¹⁰⁴ Tourism Law in China. https://www.hotel-online.com/Trends/AsiaPacificJournal/July98_ChinaLaw.html
(Consultado el día 23 de mayo del 2016 a la 7:40pm)

urbanas en la economía de su propio país, ya que la demanda de servicios turísticos estaba teniendo un crecimiento muy notable. Los chinos exigían conocer los nuevos cambios que estaban sucediendo en su país. La modernización trajo todo un fenómeno al país, la arquitectura hotelera, los edificios más occidentalizados, la creación de grandes centros comerciales, y la apertura de más patrimonios de la humanidad se habían vuelto grandes atractivos tanto para los mismos chinos como para los extranjeros, el nuevo milenio estaba a punto de llegar y eso especulaba más emoción a los turistas por conocer a la China antigua y a la nueva China moderna. Debido a esta grande demanda de servicios turísticos, es que surgen las agencias de viajes privadas, las cuales de las 461 que había en el país en 1986, para 1992 ya habían 1400 agencias privadas, teniendo un aumento total del 80%.¹⁰⁵

Ante este nuevo fenómeno turístico chino iniciado a finales de los 80s, fue que el transporte aéreo tuvo un gran auge, aumentaron los vuelos internos y externos, y el transporte terrestre tuvo que adaptarse a las crecientes corrientes turísticas. Con la expansión de más vuelos comerciales, el PCCh y la CNTA, adaptaron un nuevo tipo de viaje, los “viajes fronterizos” los cuales permitían visitar países vecinos como Rusia, Mongolia, Vietnam, Kazajistán, Kirguistán y hasta Corea del Norte. Pero fue hasta que se autorizaron formalmente los viajes a Tailandia en 1988, que las salidas a destinos fronterizos ya habían dejado de funcionar como tal.¹⁰⁶ Teniendo como antecedentes los viajes en ese entonces considerados extranjeros a Hong Kong y Macao, fue que más países pudieron sumarse a recibir turismo emisor chino, países no fronterizos como Singapur y Malasia se convertían para 1990 nuevos destinos turísticos para los chinos, y para 1991 se anexaba Filipinas a estos destinos.¹⁰⁷

La evolución de la economía china en la última década del siglo pasado, permitió a los ciudadanos chinos especialmente de las zona este (la más urbanizada), considerar el turismo internacional como parte de su vida y la mejora del estatus.

¹⁰⁵ El turismo en China. *Ibíd.*

¹⁰⁶ *Ídem.*

¹⁰⁷ Estas facilidades para viajar estaban casi siempre condicionadas, por una parte los familiares a los que visitarían los chinos, debían ayudarles a costear su viaje y la estancia de este no debía ser mayor a 8 días.

Finalmente tanto el turismo doméstico como el turismo internacional se volvieron una actividad popular en la nueva población china, ya no solamente eran viajes académicos, diplomáticos o grupales para poder visitar un país, cualquier ciudadano chino podía viajar de forma individual sin ningún problema, siempre y cuando demostrara que regresaría al país. Fue así, que ante el mayor número de destinos turísticos que los chinos cada vez más frecuentaban, es que la CNTA y el PCCh decidieron crear en 1997 el “Estatus de Destino Aprobado” (*Approved Destination Status, ADS*),¹⁰⁸ siendo este un mecanismo para escoger los destinos turísticos para los chinos, que en el siguiente punto se hablara de manera más detallada.

Ante este nuevo boom turístico que comenzaba a notarse en los viajes al exterior, aún era muy poca la población china que podía realizar estos viajes fuera, fue así que los chinos decidieron enfocarse mejor a conocer su propio país y adentrarse más a su cultura. Ante el agotado ritmo de vida que los chinos contemporáneos tenían, estos requerían también de tiempo libre para llevar acabo otro tipo de actividades. Es aquí donde el gobierno chino decide implementar una serie de proyectos los cuales servirían para mantener activa la economía del país. Aprovechando este tiempo libre y los ingresos económicos de los chinos, se enfocaron estos en la industria turística principalmente. Para 1998 se lanzan en todo el país las tres festividades chinas que se verían reflejadas en sus vacaciones.

Las 3 festividades chinas que el PCCh implemento para incrementar el turismo nacional y mejorar los ingresos de zonas turísticas poco concurridas, fueron denominadas las “*Golden Weeks*”, dando estas una semana total de vacaciones:

1.- El Año Nuevo Chino: Es también conocido como el Festival de la Primavera, que comprende a finales de enero o principios de febrero, ya sea el caso.

2.- El Día Nacional: El 1 de octubre es el aniversario de la fundación de la República Popular de China en 1949, y se celebra como fiesta nacional en toda China.

¹⁰⁸ El auge del turismo emisor chino: ¿Qué buscan y cómo se comportarán 100 millones de nuevos turistas? http://www.anuarioasiapacifico.es/pdf/2010/29_w_arlt_berenice_aceves.pdf [PDF]

3.- El Día del Trabajo: Celebrada los primeros cinco días de mayo. Esta semana de vacaciones fue eliminada en 2007, debido a una serie de problemas, por lo tanto se dio como un solo día, distribuyendo los demás días en otras festividades del país.

Desde 1999 este programa de las *Golden Week* resulto un éxito en el país, ya que de pasar de 28 millones de chinos viajando durante el primer festival de la Semana Nacional de Oro en 1999, para 2007, este número había aumentado a más de 120 millones de turistas, una cifra totalmente sorprendente¹⁰⁹. Pero a pesar de todo el éxito y las enormes ganancias millonarias que se han traído año con año, han aumentado a la vez más problemas en el país. Por un parte, solo son trabajadores de empresas privadas o estatales los que gozan de estas vacaciones pagadas, por lo tanto hay mucha inconformidad, ya que gente de otras zonas, deben trabajar hasta horas extras en estas fechas para satisfacer la enorme demanda. Otros de los enormes problemas que se han suscitado en estas fechas son las quejas de saturación en hoteles, restaurantes, patrimonios, carreteras, trenes, camiones, aviones, por lo que la enorme masa de chinos en las ciudades preferentemente turísticas, han provocado niveles de contaminación altísimos, sin olvidar que los precios de los servicios y productos se elevan hasta el 50%. Por estos problemas principales fue que el PCCh decidió dejar solamente dos semanas de oro en el país.

Las semanas de oro en China marcaron un antes y un después en el turismo global, pues fue gracias a estas, que el mundo pudo percatarse que los chinos eran turistas potencialmente atractivos para obtener grandes ingresos, viendo en ellos que su tiempo libre y sus excedentes económicos podrían ser una ayuda para la economía de sus países, principalmente los países asiáticos los más beneficiados. Fue así que los ADS lograron pasar de seis en 1998 a 132 en 2005 y a más de 145 actualmente, demostrando el enorme interés por atraer este turismo.¹¹⁰

¹⁰⁹ 120 million Chinese celebrate Golden Week.

<http://www.canada.com/topics/news/world/story.html?id=99936605-ef45-4f62-9f73-44b466697bd3&k=80756> (Consultado el día 24 de mayo del 2016 a la 1:49pm)

¹¹⁰ Véase más en:

<http://www.upsin.edu.mx/assets/archivos/internacionalizacion/EstudiosMexicoChinaTomo3-Turismo.pdf>

La época de los noventa se vio marcada por un enorme deseo por el futuro, los chinos empezaban a ser los nuevos ricos del planeta, dejando a un lado a su gran rival regional de años, Japón. Igual esta época fue muy dura para el turismo asiático, ya que a finales de 1997 se dio la famosa *Crisis del Dragón*¹¹¹, en la cual no repercutió de manera financiera en China, pero si en su sector turístico, ya que los turistas más importantes para China eran los provenientes de Hong Kong, el cual si tuvo consecuencias económicas en su territorio, teniendo un par de meses de austeridad económica en sus ciudadanos. A pesar de este acontecimiento, China subió de la lista de los 10 países más visitados del mundo de la OMT, de la posición nueve a la seis entre 1992 y 1998, con más de 15 millones de visitantes extranjeros.

Durante la época del 2000 al 2008 se tuvo un ambiente prospero para el turismo en China, se vivieron los más grandes beneficios económicos gracias a la globalización o mejor dicho a la apertura de esta al país. En 2003 se presentó un inconveniente que afecto nuevamente al turismo chino, la epidemia de neumonía o mejor conocida como la SARS, la cual causo más de 800 muertes en el país, provocando pánico a nivel nacional e intencional, aun así China logro nuevamente recuperarse.

Finalmente el año 2008 fue decisivo para el país, puesto que se celebrarían los XXIX Juegos Olímpicos en Pekín y esta sería la mayor oportunidad para China para así poder proyectarse a nivel mundial como un país totalmente modernizado y dejar atrás esa imagen de estado rural, ante esto, el gobierno chino se encargó de mejorar la infraestructura en las principales ciudades cercanas a los juegos y sobre todo en Beijing donde se celebrarían los juegos. El nivel de seguridad en la zona aumento, la infraestructura hotelera y de transportes fueron totalmente renovadas para así dar abasto al enorme flujo de turistas que atraerían estos juegos. Fue así que para ese año, el Aeropuerto Internacional de Pekín se convertía en el aeropuerto más grande del mundo con capacidad de más de 7 000 pasajeros por hora. El metro de Pekín también se vio beneficiado con seis nuevas líneas, alcanzado un total de 82 nuevas estaciones, y una de ellas teniendo acceso directo al “Nido de Pájaro”, siendo este

¹¹¹ Véase más en: <http://www.economist.com/node/9432495>

el estadio más significativo de las olimpiadas y que hoy en día atrae a millones de turistas de todo el mundo. A partir de esta fecha la OMT calculo que China tendría niveles impresionantes tanto de turismo emisor como receptor, volviéndose todo un destino exótico y nuevo a nivel mundial, la Olimpiadas y el mecanismo de los *ADS* habían convertido a China en un mercado turístico potencialmente imparable.

3.2.2 México como destino aprobado para turismo chino.

Con la llegada del nuevo milenio, muchos países lograron un crecimiento económico y a la vez este se vio reflejado al elevar el poder adquisitivo de su población. La mayoría de estos países fueron países asiáticos y algunos de América Latina, por lo que se hicieron destinos atractivos para todo tipo de turistas del mundo, y que a su vez también creció el interés de atraer más turistas de diferentes partes. México fue uno de los más interesados en la diversificación de turistas a inicio del milenio.

En el año 2001 con la incursión de China a la Organización Mundial del Comercio, se ampliaron los campos de oportunidades para cualquier país, China se había vuelto formalmente para muchos, un nuevo mercado de negocios, fue así que los servicios turísticos chinos pudieron internacionalizarse de manera controlada, tratando de competir con los servicios turísticos europeos o norteamericanos. No obstante, el turismo internacional estaba pasando por una época dura, los ataques terroristas y la desaceleración económica, hicieron que el crecimiento de los *ADS* en China, fueran sumamente controlados y el gobierno chino no firmaría convenios con cualquier país que pudiera poner en peligro la seguridad de sus ciudadanos fuera del país. Por lo tanto, el PCCh decidió ampliar sus destinos turísticos a lugares del mundo donde se viviera una estabilidad tanto económica, social y de seguridad.

Sin duda la seguridad es un elemento que preocupa mucho al gobierno chino, es por eso que los convenios de *ADS* que firma China con un país receptor, hace que este se comprometa tanto al cuidado como al regreso a su país de los turistas chinos. No es lo mismo que los chinos viajen a EE.UU o a Japón por motivos de ocio a que tengan unas vacaciones en Afganistán o Irak. Fue por eso que México tampoco tuvo inconveniente al ser aceptada su solicitud como destino aprobado.

Como se mencionó anteriormente, los *ADS*, se basan en acuerdos turísticos multilaterales dirigidos a los turistas procedentes de la República Popular de China permitiéndoles viajar en grupos de viaje organizados y no de forma individual, a los destinos seleccionados con visas de turista. Estos funcionan con una petición del país solicitante al gobierno chino, en el cual demuestran su interés del porque quieren atraer turismo chino, y después el PCCh decide si se aprobara la solicitud del país o no, así el control de turistas chinos fuera de la China continental será más fácil de medir.¹¹² Si recordamos postulados del neorrealismo que se explica en el Cap. 1, es muy sencillo entender el porqué de estas medidas de control tan drásticas que toma el PCCh; simplemente es, porque no quieren que los chinos absorban otros ideales de países que pudieran ser rivales ideológicos de China, o que puedan empaparse de conocimientos que tal vez en China estén prohibidos, es por eso que los turistas chinos que salen del país deben formar grupos mínimo de cinco viajeros y con un guía de turistas que de preferencia hable mandarín, el cual se haga responsable de la seguridad de los chinos como del regreso al país de estos. Por ejemplo, antes para los viajes a países de la UE, las agencias de viajes chinas, exigían depósitos para garantizar a sus clientes su regreso, actualmente ya no.

Con la creación de los *ADS* en 1997, países como Tailandia, Malasia, Singapur, Filipinas y Corea de Sur, fueron los primeros en ser agregados a esta lista, ya que se tenían como antecedentes de destinos aptos para el turismo chino desde 1988. Para 1999, Australia y Nueva Zelanda se volvieron los primeros países no asiáticos en formar parte de los *ADS*, debido al enorme volumen de chinos que visitaban a estos países, principalmente a Australia, a lo que el gobierno australiano busco la autorización inmediata para anexarse a la lista. Ya con el inicio del nuevo milenio, más países pasaron a formar parte también de la lista, Camboya, Japón, Myanmar y Vietnam, hicieron que países más lejanos se vieran interesados en formar parte de los *ADS* con el transcurso del tiempo. Algo muy curioso fue que en los acuerdos

¹¹² El auge del mercado turístico chino. Rodrigo Torres Federico. [PDF]. http://www.icit.sectur.gob.mx/es_es/ICIT/Repositorio_de_documentos/rid/12/mto/3/mod/getFile?fileid=41

iniciales con Australia, Nueva Zelanda y Japón, sólo se les permitía a los residentes de Shanghái, Beijing y Guangzhou viajar a estos países.¹¹³

El siguiente cuadro contiene las fechas en los que los países se han vuelto *ADS* desde 188 hasta 2012, aclarando que muchos de ellos no son países como tal.

Año	Países reconocidos con el Estatus de Destino Aprobado
1988 - 1998	Tailandia, Malasia, Singapur, Filipinas y Corea de Sur
1999	Australia, Nueva Zelanda
2000	Brunei, Camboya, Japón, Myanmar, Vietnam
2002	Egipto, Indonesia, Malta, Nepal, Turquía
2003	Croacia, Cuba, Alemania, Hungría, India, Maldivas, Pakistán, Sudáfrica, Sri Lanka
2004	Austria, Bélgica, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Etiopía, Finlandia, Francia, Grecia, Islandia, Irlanda, Italia, Jordania, Kenia, Letonia, Luxemburgo, Lituania, Luxemburgo, Mauritania, Países Bajos, Noruega, Polonia, Portugal, Rumania, Seychelles, Eslovenia, Eslovaquia, España, Suecia, Suiza, Tanzania, Tunicina, Zambia, Zimbabue.
2005	Antigua y Barbuda, Barbados, Brasil, Chile, Fiyi, Jamaica, México, Islas Marianas del Norte, Perú, Rusia, Reino Unido, Vanuatu
2006	Bahamas, Granada, Mongolia, Tonga
2007	Andorra, Argentina, Bangladesh, Bulgaria, Uganda, Marruecos, Mónaco, Namibia, Venezuela, Omán, Siria
2008	Polinesia Francesa, Israel, Taiwán, Estados Unidos
2009	Cabo Verde, República Dominicana, Ecuador, Ghana, Guyana, Mali, Montenegro, Papúa Nueva Guinea, Emiratos Árabes Unidos
2010	Canadá, Libano, Corea del Norte, Estados Federados de Micronesia, Uzbekistán, Serbia
2011	Irán
2012	Madagascar, Columbia

Cuadro 6

Fuente: Elaboración propia con datos de UHERO: http://www.uhero.hawaii.edu/assets/WP_2012-3.pdf

¹¹³ *Ibídem*.

Se aclara que muchos de estos beneficiarios no son países. Por ejemplo, Hong Kong y Macao recibieron el *ADS* cuando eran colonias del Reino Unido y Portugal, respectivamente, y sus acuerdos se mantuvieron en vigor después de que las dos colonias fueran devueltas a China. Las Islas Marianas del Norte, un estado libre asociado a EE.UU., recibió el estado de *ADS* en 2005, mucho antes de que los Estados Unidos recibieran el *ADS* en 2007, o el caso de la Polinesia Francesa, una colectividad de ultramar francesa, que recibió el estatus de *ADS* en 2008.¹¹⁴

Además de que este cuadro contiene información hasta el 2012, nos hace apreciar que la mayoría de los países designados como *Approved Destination Status* son de la Unión Europea y Asia Pacífico; pero siguiendo con la tendencias neorrealistas que nos han ayudado a comprender los mecanismos de seguridad en el sector turístico chino, son los países de la UE los que más tienen este perfil, debido a que el gobierno chino se ha percatado que sus ciudadanos están interesados en estos países por el simple hecho de mejorar su estatus ante su círculo social y ante el mundo, demostrando su capacidad de adquirir servicios sumamente caros sin importar si afectan su economía, además de que estos países también pidieron ser anexados a esta lista, siendo Alemania el primer país de la UE en pedir su estatus sin haberlo antes consultado a los demás países de este ente supranacional.¹¹⁵

Pero ¿Qué sucede con aquellos países que no tienen el acuerdo de *ADS*? ¿Es necesario tener esta designación para que los chinos visiten un destino en especial? Según The Economic Research Organization at The University Of Hawaii (UHERO) todos los países que han reconocido diplomáticamente el gobierno de Taiwán, se han mantenido sin los acuerdos *ADS* (el caso de Republica Dominicana es especial, ya que esta sí reconoce a Taiwán pero a la vez forma parte de la lista), pero el viajar a estos países no está permitido en grupos. UHERO comenta que los países no pertenecientes a los *ADS* han sido permitidos para promocionar sus destinos turísticos en las ferias de turismo chinas, para que los ciudadanos de China puedan

¹¹⁴ Shawn Arita, Sumner La Croix and James Mak. How Big? The Impact of Approved Destination Status on Mainland Chinese Travel Abroad by. [PDF]. http://www.uhero.hawaii.edu/assets/WP_2012-3.pdf

¹¹⁵ Historia del turismo chino. *Ibíd.*

conocer sobre estos y entonces viajar individualmente, a expensas de la aprobación de visado tanto del gobierno chino como del gobierno del respectivo destino.

Desde que en 2002 los *ADS* fueron solicitados por varios países de la UE y de la ex Unión Soviética, fue especialmente hasta el año 2004 cuando se dio el boom de la autorización de estos acuerdos. Actualmente la mayoría de los destinos turísticos más populares del mundo forman parte de esta lista. Fue en el 2004 precisamente cuando México en su búsqueda de la diversificación de mercados y la modernización de su sector turístico, busco ser parte de la lista de los *ADS*.

Hay varias razones por las que el gobierno chino decidió aceptar de golpe los acuerdos *ADS* de varios países de la misma región. En el caso de México, se aprobó esta negociación debido a la demanda creciente que se tenía para los viajes a Latinoamérica, aunque era mínima comparada a los viajes hacia Europa o Asia, pero el permiso de viajar para un grupo a un país alejado de China, hace que los chinos deseen conocer más de un país en su viaje, aprovechando ya los elevados costos y el tiempo que se requiere. Por ende, si los países de una región son destinos deseados por los turistas chinos, el gobierno chino podría decidir a conclusión el otorgar de manera secuencial los *ADS* a países vecinos de una región, para dirigir esta corriente turística a los países favorecidos, en este caso, México tuvo una alta posibilidad de ser *ADS* debido a que en 2003 Cuba lo había obtenido. Los chinos con un viaje a México pueden de paso también visitar la isla caribeña.¹¹⁶

De esta manera China logro ocupar para el 2010 el tercer lugar en los gastos por turismo internacional después de Alemania y los Estados Unidos, y para el 2015 ser el primero, mientras que en la escala de los países emisores de turistas es el más importante del mundo, pasando de 28.5 millones en 2004 a 70 millones en 2007 a más de 120 millones actualmente, por lo que México ha estado trabajando en atraer este gran nicho de mercado, el cual podría generar un cambio radical en el sector turístico mexicano, siempre y cuando se sepa aprovechar, puesto que desde que fue nombrado *ADS* se ha visto un turismo emisor chino en México no muy alto.

¹¹⁶ Shawn Arita, Sumner La Croix and James Mak. *Ibíd.*

3.3.- Acercamientos de México con turistas chinos.

Desde que China otorgo formalmente en septiembre del 2005 el *ADS* a México, las corrientes turísticas chinas a este país empezaron a fluir de manera más organizada y controlada como así lo han indicado las estadísticas tanto de la SECTUR como de la CNTA. Cabe aclarar, que esto no significa que fue a partir de este año cuando los chinos viajaron por primera vez a México, el acercamiento de ambos países se remonta a la época colonial, con la antigua China imperial y la Nueva España.

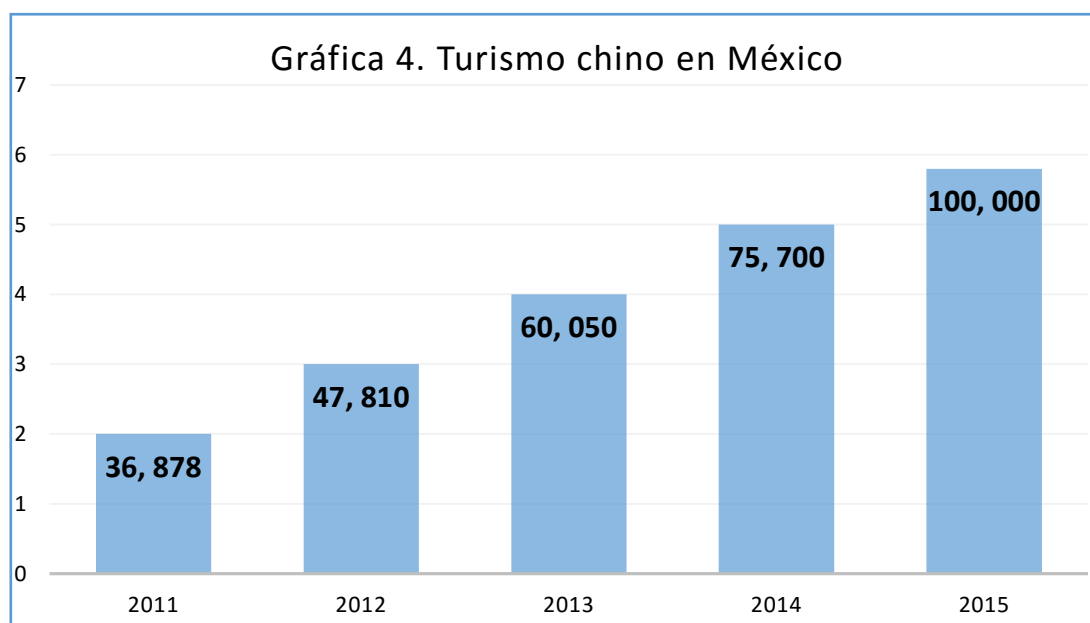
Tanto Manila como Acapulco figuran como los primeros acercamientos comerciales y culturales entre ambos países, volviendo a la plata mexicana la moneda de curso corriente en China, y está a la vez se volvió la divisa preferente para las transacciones más importantes que se realizaban en el país oriental.¹¹⁷ Fue hasta inicios de siglo XX con la caída del precio de la plata a nivel mundial, cuando la plata mexicana dejó de ser importante para China, perdiéndose parte de las relaciones entre ambos países, aparte de que en China como en México se estaba viviendo un ambiente revolucionario, en China con el fin de la dinastía Qing y México viviendo en un ambiente de adversidades a consecuencia de la Revolución Mexicana, estos hechos hicieron que las relaciones México-China tuvieran un camino distante durante todo el siglo XX, siendo que a finales de ese siglo se volverían a retomar.

Como podemos observar la relación entre estos países se ha manifestado históricamente de más a menos, pero fue el hasta el siglo XXI cuando se empezaron a renovar sus relaciones. Actualmente la percepción que se tiene en México hacia los ciudadanos chinos no es muy agradable, son muchos los factores por los cuales el mexicano ha tenido un distanciamiento con estos, tanto factores culturales como económicos, observando a China como un país amenazador, el cual ha devorado mercados de todo tipo, de calzado, de juguetes, textiles, y esto ha perjudicado la imagen de los chinos en México, teniendo como gran ejemplo, el centro de la Ciudad de México, repleta de chinos, y no precisamente por actividades turísticas.

¹¹⁷ Véase más en: <https://alfredoavilahistoriador.com/2012/07/14/china-y-la-plata-mexicana/>

Ahora bien, estos primeros acercamientos chinos a México se han visto marcados históricamente, pero ¿Qué ha sucedido en este siglo XXI en el ámbito turístico?, bien sabemos que China se volvió el primer país emisor de turistas con más de 120 millones de viajeros, pero ¿Qué tanto a aprovechado México esta oportunidad?

Según el Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México (DATATUR) por parte de la SECTUR, indicó que los primeros años desde el otorgamiento a México como ADS, el turismo chino en México simplemente no tuvo la presencia que se esperaba, puesto que fue hasta el 2008 cuando se dio una cifra medianamente aceptable con 20,000 turistas chinos en territorio azteca, un pequeño avance. Al igual el internacionalista mexicano Carlos Lozano Martínez comenta que fue hasta el 2006 cuando se dio el primer grupo de turistas chinos viajando a México bajo este mecanismo. Algo muy curioso, es que existieron más chinos viajando por su cuenta a México que grupos bajo el mecanismo del ADS. Los viajes individuales o fuera de este mecanismo siempre se permitieron, a lo que lo primero que se resalta con estas cifras tan bajas, es que el mecanismo ADS fue totalmente ignorado o un fracaso para México a comparación de otros países.



Fuente: Elaboración propia con datos de DATATUR: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>
La gráfica 4 muestra que el crecimiento de los turistas chinos a México se ha visto con una alza alrededor del 25% anual, la cual a pesar de recibir cada vez mas de

estos viajeros al país, México aún no ha logrado figurar dentro de los destinos favoritos para los ciudadanos chinos, ni siquiera logra ocupar el 1% de los viajes al exterior. Si bien, los más de 120 millones de chinos que viajan por el mundo, solo el 0.7% va a los países de Latinoamérica, dejando los chinos totalmente sus ganancias en países vecinos y en menor cantidad en países de la Unión Europea, Estados Unidos y Australia, es por eso que México ha tenido una participación mínima.

El año 2015 fue muy especial para el turismo mexicano, tanto por sus ingresos económicos como por el número de viajeros que aumentó considerablemente, y bueno a principios de este año 2016, México logro pasar de la posición 10 a la 9 del ranking de la OMT de los países más visitados, demostrando que el gobierno mexicano ha estado trabajando de manera óptima para mejorar la industria del turismo en el país, sin embargo, al saber que las corrientes turísticas que más generan ingresos alrededor del mundo son las chinas, ha puesto a México en una serie de reflexiones y dudas sobre si en verdad el crecimiento que se está teniendo en el país será sostenible para futuro o solo es un destino “momentáneo”, ya que con los doce años que han pasado desde el otorgamiento del *ADS* por parte de las autoridades chinas a México y de las visitas de estado que se han hecho ambos en los últimos años, el turismo entre ambos países no ha funcionado, y si ha funcionado en algo, es para China, ya que a pesar de que el número de turistas chinos crece anualmente desde el 2008, es desde ese año que México ha arrastrado una balanza deficitaria con China, tan sólo durante el año 2012, 47,810 turistas chinos viajaron a México, lo que representó un crecimiento de 29.6%, respecto del 2011; sin embargo, cerca de 90,000 mexicanos visitaron el país asiático (CPTM, 2013)

Como se ha mencionado anteriormente, muchos son los países que se han visto beneficiados por el turismo chino, pero aun así hay países que a pesar de contar con el otorgamiento de destino aprobado, no han podido resaltar en el turismo exterior chino. México aunque tiene pocas visitas, se ha mantenido en constante crecimiento a diferencia de estos países que han perdido peso.

Según la UHERO, es de destacar que tres países que cuentan con el *ADS* no tuvieron una tasa de crecimiento positiva después de su otorgamiento, a lo que vale la pena aclarar, para poder comparar si México ha tenido los mismo problemas que estos países, y entender un poco más de esto, siendo las Maldivas, Nepal y Turquía.

Estos tres países recibieron el *ADS* en 2002, a lo cual en los primeros meses tuvieron un crecimiento sólido de turistas chinos, pero la caída de este flujo se deriva de tres factores: En el caso de las Maldivas, la pérdida de turistas en general y no solamente chinos, se deriva de los efectos catastróficos del 26 de diciembre del 2004 por el tsunami en el Océano Indico, afectando casi todo el 2005 la economía de este país insular. Nepal por su lado registro la caída de turismo chino después del inicio de movimientos violentos ante la guerra civil que se vivió durante el periodo 2002-2004, afectando ciudades y destinos turísticos importantes del país. Finalmente en Turquía, se redujeron las llegadas de turistas chinos de 2002 a 2004 ante las tensiones militares en Medio Oriente aunándole los estragos de la guerra de Irak del 2003¹¹⁸. Por lo tanto, podemos observar que si bien, el flujo de turistas chinos se vio pausado en estos países por desastres naturales y tensiones políticas de cada país, México por su lado, no ha tenido ni siquiera nada de estos problemas desde el otorgamiento del *ADS*, al contrario, a pesar de tener una mala imagen por la violencia en el país a causa del narcotráfico, México ha seguido teniendo grandes entradas de visitantes externos, es por eso que llama la atención este limitado flujo de turistas chinos al país, ¿Qué es lo que falta en la relación México-China?

Ante las mencionadas cifras meramente bajas, se es importante estudiar del porqué de este poco interés o mejor dicho de la poca conectividad entre ambos países en materia turística, por lo que se encontraron tres grandes factores que han ayudado a entender esto, ya que desde el sexenio del presidente Vicente Fox, México se ha mostrado interesado en convertirse en un importante destino turístico para la población china, sin embargo, estas ideas e intenciones de los respectivos gobiernos siguientes de Felipe Calderón y actualmente de Enrique Peña Nieto han

¹¹⁸ Shawn Arita, Sumner La Croix and James Mak. *Ibíd.*

estado encaminadas en el mismo plano, de lograr convertirse en un mercado turístico principal o más bien importante para este país, pero simplemente no se ha podido captar una cantidad importante de turistas chinos, es aquí donde surge otra pregunta ¿En que ha fracasado México?. Estos tres factores son los causantes del porque México no ha sido un destino turístico atractivo para los turistas chinos, los cuales son: Poca atracción, la no suficiente promoción y diferencias culturales.

1.- Poco nivel de atracción: Este primer factor problema, es el más importante, si bien México es sumamente atractivo para Estados Unidos, Canadá y algunos países europeos principalmente, ¿Por qué para China no? Esta es la pregunta del millón, donde si bien o mal podría responder todo el trabajo. La industria turística mexicana por obvias razones se ha visto beneficiada por los turistas que llegan de Norteamérica, es por eso que el turismo mexicano se ha visto totalmente adaptado a las exigencias de la primera economía más importante del mundo, siendo esto esencialmente un factor muy importante para entender al turismo mexicano, es aquí donde lo único que ha importado en la infraestructura hotelera mexicana ha sido seguir con la tradición de atraer el turismo occidental, al fin los resultados económicos ahí están reflejados, año tras año más ingresos de divisas. Siendo este el problema principal de México, de por qué interesarse en nuevos mercados si los que se tienen son más que suficientes, y es lo mismo que sucede con China, ¿Para qué gastar en conocer un país tan lejano que no tiene como prioridad el mercado asiático?, la infraestructura turística mexicana está lejos de atraer mercado asiático.

Como se ha hecho mención a lo largo de este trabajo, los turistas chinos desean que sus viajes al exterior estén repletos de modernidad y lujos, a lo mejor no cosas excéntricas pero si únicas. A pesar de contar con cientos de lugares turísticos, ciudades coloniales y reservas naturales únicas en todo el país, México no tiene lo que los chinos buscan en verdad: una infraestructura urbana llamativa. Los turistas chinos, al igual que todos los turistas, son más propensos a preferir los países con una mejor infraestructura, con acceso a los servicios médicos de emergencia y servicios para turistas. México no cuenta con rascacielos como en otras grandes ciudades, no hay conexiones rápidas entre la Ciudad de México y otros destinos

importantes en el país, tomando días enteros de viaje en autobús o precios demasiado elevados en aviones (en China se cuenta con un sistema de transporte muy eficiente que conecta a todo el país y con trenes de alta velocidad que conectan a grandes ciudades en tan solo un par de horas, como Beijing con Shanghái). La infraestructura hotelera está lejos de ser cómoda para el turista chino, hasta el punto de llegar a ser ineficiente para ellos. Con hoteles donde en sus menús no se incluyen platillos chinos, no fácilmente se encuentra agua caliente o té, no hay una buena señal de internet en la mayoría de los hoteles mexicanos y los señalamientos no son aptos, encontramos que están en inglés y español pero jamás en mandarín¹¹⁹.

En cuanto al transporte aéreo, la falta de vuelos constantes entre ambos países, lo hace otro factor de desventaja. Solamente una aerolínea mexicana (Aeroméxico) hace vuelos directos de Tijuana a Shanghái y tres aerolíneas chinas a México (Air China, China Eastern y China Southern). Además de que la situación geográfica tan alejada entre ambos no ayuda mucho, pues los costos del vuelo son lo que hacen aún menos atractivo viajar de China a México, ya que van desde los 16 a los 22 mil pesos mexicanos, siendo todo un sacrificio para toda una familia china este viaje.¹²⁰

2.- Austeridad de promoción turística: Si la industria turística mexicana desde sus inicios de su proyección internacional ha estado tan cerca y cómoda con los viajeros estadounidenses, entonces ¿Para que el turismo mexicano necesita buscar viajeros tan distantes? Es lo mismo que ha sucedido con los encargados de la promoción turística mexicana en China y del sector turístico privado en México. Se sabe que en todos los eventos turísticos internacionales en China, principalmente en Beijing, hay presencia de mexicanos promoviendo sus destinos turísticos, y por otra parte la Secretaria de Relaciones Exteriores cuenta con una oficina de promoción turística en Beijing, la cual junto a la Embajada y el Consulado de mexicano en aquel país han trabajado en conjunto para mejorar las relaciones turísticas entre ambos países,

¹¹⁹ A pesar de que se cree que el inglés es el idioma más hablado en todo el mundo, en China, es muy poca la población que maneja el idioma inglés, siendo esta una dificultad de estos viajeros a la hora de hacer turismo en países occidentales, debido al poco entendimiento con los prestadores de servicios turísticos.

¹²⁰ Ante la demanda constante de vuelos China-México, a principios de este año 2016, se vio la posibilidad de que ahora no solamente Tijuana, sino Los Cabos también tenga vuelo directo a China.

aunque muchas veces no trascienden estas relaciones, quedan en simples convenios o palabras más del montón. Los empresarios mexicanos encargados de la hotelería en el país, no han buscado promocionar sus grandes hoteles en China, debido a que no han tenido la necesidad de esto. Al tener poca demanda de chinos en sus instalaciones, estos no se han preocupado por capacitar a su personal para brindar un mejor servicio al turista chino, ni siquiera se han interesado en promover un ambiente más al estilo asiático, por esto es que el desarrollo del turismo chino en México se ha visto demasiado atrasado debido a que tanto el gobierno como los empresarios del sector privado no han trabajado en conjunto en esta tarea.¹²¹

Se ha visto difícil promocionar a México en China como destino favorito para vacacionar, cuando se tiene una enorme competencia con países asiáticos o europeos, siendo Europa el destino lejano favorito para los turistas chinos, por el simple hecho que se pueden conocer más países en poco tiempo, que en este caso en México no. Pero en México lo popular y más atrayente son sus playas, y no es que a los chinos no les guste el turismo de sol y playa, puesto que Cancún, Los Cabos y Puerto Vallarta son los destinos más visitados por ellos¹²² (ver gráfica 5), sino que el estar en una playa implica tener contacto directo con el sol, el cual para los chinos el broncearse no es algo muy bien aceptado en su país, ya que la piel totalmente blanca significa pureza y por ende belleza, así que un cuerpo bronceado para ellos refleja inferioridad, por eso los destinos de playa en México se han visto últimamente enfocados a promover otras actividades como el ecoturismo o el turismo cultural, el cual afortunadamente la mayoría de las playas mexicanas cuentan alrededor con zonas arqueológicas y actividades ecoturísticas que se han vuelto de mucho mayor interés para el turista chino, como la antigua ciudad maya.

México se puede promocionar como una gran metrópoli, pues realmente lo es, pero si no hay infraestructura moderna en todo el país que mejore la apariencia de las ciudades, donde haya mejores carreteras y menos tráfico, y mientras los niveles de

¹²¹ Estudios México – China Vol. 3 (Consultada el día 31 de mayo del 2016 a las 10:18pm)

<http://www.upsin.edu.mx/assets/archivos/internacionalizacion/EstudiosMexicoChinaTomo3-Turismo.pdf>

¹²² México Recibe 35.1% Más Turistas Chinos. <http://expansion.mx/economia/2013/06/04/mexico-recibe-351-mas-turistas-chinos> (Consultada el día 1 de junio del 2016 a las 12:04am)

seguridad no sean los más adecuados para viajar, será difícil atraer a un mercado que es sumamente especial, ya que el turismo norteamericano se ha adaptado con los años a lo que México ofrece y sabe a dónde llegar porque se siente acogido, pero turistas del otro lado del mundo los cuales son totalmente diferentes, han hecho al sector turístico mexicano replantear sus tácticas de atracción hacia esta corriente.

Es un poco comprensible este punto, ya que desde la óptica de los negocios, no se puede apostar a venderse un producto o servicio a otro país mientras no se esté totalmente seguro que estos demandaran tus servicios de manera óptima, es así que los inversionistas mexicanos no han tenido como prioridad al mercado chino.

3.- Falta de interés cultural: El desconocimiento cultural que se siente entre ambos países es mutuo, así que no es problema solamente por parte de México, sino de los mismos chinos. En China no se conoce sobre México más allá del fútbol, el tequila y el mariachi, la cultura maya es más apreciada por los intelectuales chinos y los destinos como Cancún y la Cd. de México son reconocidos en su mayoría por gente de negocios, teniendo así a menos del 5% de la población conocedora totalmente de la cultura mexicana, tanto así, que para muchos aún se desconoce la ubicación geográfica de México. En el caso de los mexicanos se tiene un poco más de información debido a que se ha tenido un acceso más amplio de la información en el país, aun así el mexicano promedio conoce solamente las cosas básicas de China: La Gran Muralla, su gran contaminación, el feng shui y la gastronomía china, aunque esta sea totalmente diferente a lo que es la cocina china tradicional.¹²³

La famosa “hostilidad cultural” puede representarse claramente entre estos países, ya que prácticamente los chinos han impuesto un estilo de vida con tintes occidentales, teniendo muchas cosas las cuales aún no son bien vistas en occidente, lo que ha generado malestar y una negación a aceptar para muchos países la forma de vida de los chinos. En el caso de México, el tema sobre los chinos es muy polémico, ya que al hablar de chinos, se le asocian a estos comportamientos

¹²³ Destinos turísticos del viajero chino, aprendizaje para su atracción en el mercado de México. [PDF] http://www.uv.mx/chinaveracruz/files/2015/04/03_Destinos-turisticos.pdf

negativos, debido a que en su mayoría el chino tiene actitudes socialmente no bien vistas en el país, como por ejemplo: alzar la voz constantemente hasta el grado de gritar en una conversación, empujar en la calle, en el metro o en cualquier lugar sin pedir permiso, la costumbre de escupir saliva en algún sitio público, entre otros.¹²⁴ Además de que el chino es considerado sucio e interesado, debido a las contantes prácticas desleales en el comercio, pues su avaricia por tener dinero a costa de lo que sea, por ejemplo, los restaurantes de comida china han llegado al punto de engañar a sus clientes, vendiéndoles carne de perro en lugar de carne de res.¹²⁵

Debido a este peculiar estilo de vida del ciudadano chino, es que se ha visto en todo el mundo al chino como un turista difícil de complacer, ya que cada vez es más exigente y está más informado gracias al mayor acceso a internet en su país, teniendo así a un turista sumamente agresivo, el cual quiere demostrar que los sectores turísticos de los países occidentales deben acostumbrarse a ellos, no ellos a estos, por lo que se ha creado un ambiente de rechazo al turista chino en muchas partes del mundo, aunque las circunstancias económicas exijan lo contrario, debido a las grandes derramas de dinero que estos generan, pero en este caso, los empresarios mexicanos no han tenido el gran interés de atraer este mercado.

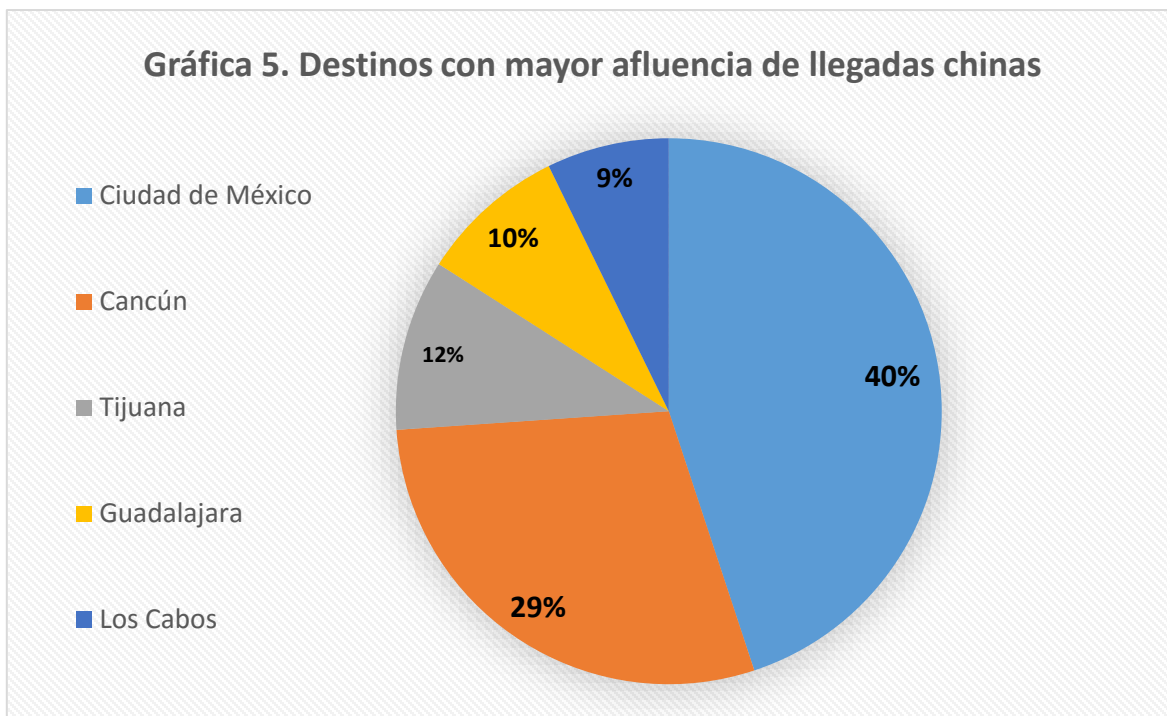
Con estos tres enormes factores indicando el gran problema que México enfrenta para atraer al turismo chino, ayudan a entender el porqué de la poca importancia o mejor dicho del poco espacio de oportunidad de México ante este mercado. Los datos duros ya se tienen, y que a pesar de que muestran un crecimiento de turistas chinos año con año en el país, aun las cifras no son dignas de sentirse satisfechos, puesto que no representan una cantidad meramente significativa, reflejando a la vez la poca capacidad de las autoridades mexicanas para otorgar de manera más rápida las visas a los viajeros chinos, causando toda una red de más y más problemas que lo único que logran es alejar a México como un nuevo destino para el turista chino.

¹²⁴ En China es considerado muy normal el escupir grandes cantidades de saliva en cualquier lugar público, aunque en los últimos años el gobierno chino se ha encargado de eliminar esta "costumbre".

¹²⁵ Véase más en: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2015/09/12/1045404>

Ahora bien para que México sea una buena opción de destino para el turista chino, hay que tener claro el perfil de estos y las actividades que más les agradan. Según información de la CPTM y la SECTUR: son alrededor de 8 días los cuales los chinos permanecen en México, ya que estos les dan la oportunidad visitar muchos lugares, tomar muchos fotos y comprar todo tipo de artesanías, a diferencia de los estadounidenses que prefieren pasar todas sus vacaciones recostados en un camastro frente a la playa. Las principales ciudades que emiten turistas a México son: Beijing, Shanghái y Hong Kong. Las visitas siempre son por medio de agencias de viajes, con paquetes donde todo viene incluido, a los chinos no les gusta saber que deben pagar cosas extras sin haberseles mencionado, por lo tanto prefieren un hotel de cuatro a cinco estrellas pero que contengan los servicios básicos. El promedio de viajeros chinos hombres y mujeres es realmente el mismo, y ambos generan gastos de alrededor de \$3,000 USD por persona, finalmente los chinos que visitan México están entre el rango de edad de 19 y 29 años, ya que son los más interesados en buscar nuevos destinos y más adentros en la cultura occidental.¹²⁶

Gráfica 5. Destinos con mayor afluencia de llegadas chinas



Fuente: Elaboración propia con datos de la SECTUR y el CPTM.

¹²⁶ Destinos turísticos del viajero chino, aprendizaje para su atracción en el mercado de México. Ibíd.

3.4.- Competidores turísticos para México ante el turismo chino.

Podríamos pensar que cualquier país tiene una serie de servicios y productos que podrían competir con los de otro. Sin embargo, el CPTM señala que un país sólo compite con otro que:

- 1.se ubica a una distancia similar del mercado emisor
- 2.tiene una oferta turística de tipo y calidad similar
- 3.cuenta con atractivos y actividades turísticas semejantes, en cantidad y calidad, para cubrir un número equiparable de días
- 4.requiere pasajes de costo semejante

Para decidir entre qué países visitar, el turista chino considera muchos factores y los valora de manera particular. Unos son más importantes que otros, dependiendo del poder adquisitivo de cada persona, de modo que para el viajero chino, México no es un mercado tan especial, puesto que la mayoría de los países ofrecen algo similar a él, el turismo de sol y playa, y esto claro, no es una actividad primordial para ellos. Pero si entre México y los países que ofrecen lo mismo, hay diferencias muy notables, es aquí donde se puede hablar realmente de una competencia favorable, en este caso para México, con sus actividades culturales o ecoturísticas.

Pero los criterios señalados anteriormente permiten identificar los factores que pueden hacer que turistas procedentes de China vengán a México o prefieran otro país; algunos de ellos pueden ser modificados (como la calidad de nuestros servicios); otros no (como nuestra cercanía o lejanía con el lugar de origen de ellos).

Actualmente la competencia turística se presenta en todo el mundo, y más cuando la OMT año con año avisa que el turismo chino es el que más derroche de dinero genera en sus viajes al exterior por lo que muchos países, principalmente europeos, como Francia, Italia, Alemania, se han dado a la tarea de contratar personal chino en hoteles, restaurantes, tiendas de ropa para poder atender a este turista y brindarle el mejor servicio, a lo que México se ha visto atrasado en este aspecto, debido a que ni siquiera ha considerado como primordial a este flujo de viajeros.

Ante el *boom* que se dio en los últimos años con la nueva posición líder de China en varios sectores, siendo uno de ellos el turismo, fue que China se convirtió en la exportadora de turistas número uno del planeta, generando el aumento del nivel de competitividad entre muchos países, principalmente de los destinos de lujo, siendo así que apreciara y valorara más al turista chino debido a que la derrama económica que ocasionaban era un ingresos sumamente enorme de divisas al país receptor, mejorando a su vez el nivel de vida de la población y la infraestructura del país.

La industria turística mundial, particularmente la industria hotelera ha trabajado arduamente para mantener en números verdes su demanda por parte de turismo chino y buscando la mejor manera para hacerlos sentir en casa. Como se mencionó, los viajes lujosos han acaparado totalmente a los chinos, a lo que Mei Zhang, fundadora y CEO de WildChina, una empresa de viajes en Beijing menciona:

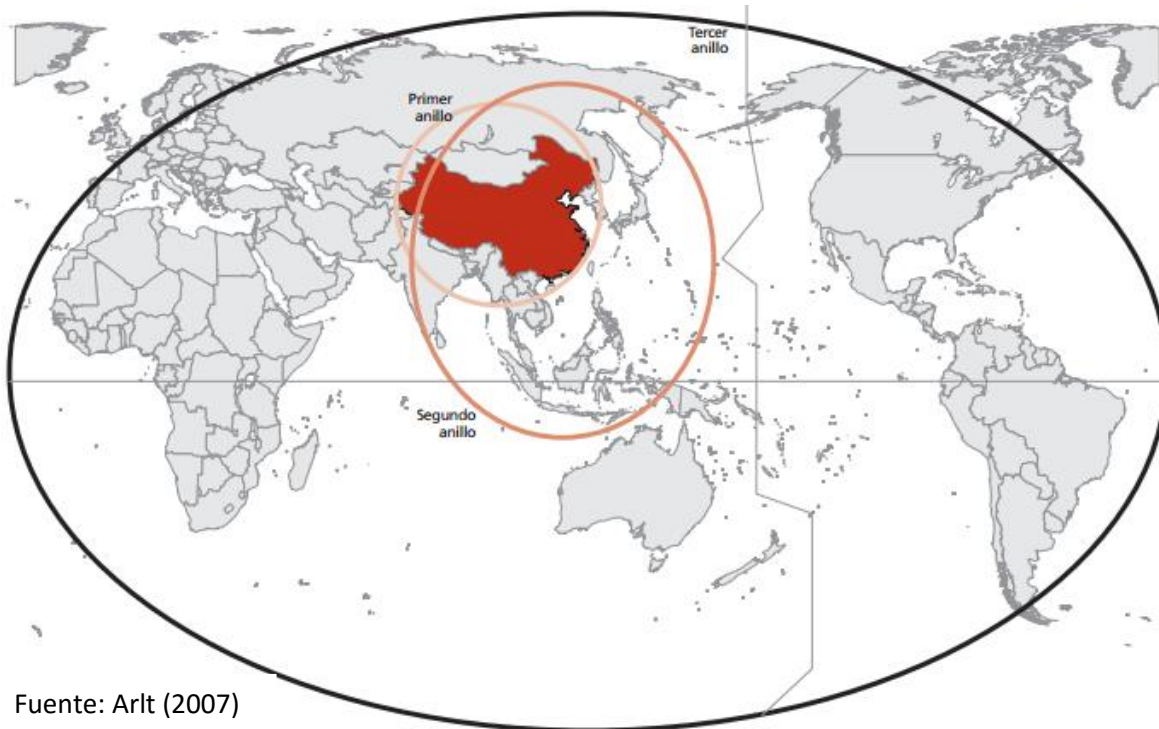
“El Ritz de París tiene un conserje chino. Los hoteles Shangri-La y el Península, ambos considerados por los chinos como marcas asiáticas, tienen restaurantes que sirven desayuno chino. Han ajustado sus menús” - “En el Waldorf Astoria, de Nueva York, si saben que una persona china va a llegar, le darán una tetera y un par de pantuflas - “Las tiendas lujosas en París han contratado personal que habla chino. Así mismo, en Asia-Pacífico, en el Four Seasons en Indonesia tienen menús, guías y embajadores invitados chinos” (Mei Zhang para CNN).¹²⁷

Con estos grandes niveles de competencia directa a la que se enfrenta México para atraer turismo procedente de China, se han buscado alternativas y maneras de cómo afrontar la competencia tanto regional como mundial, teniendo como resultado que en muchos trabajos enfocados a este tema, se presente un análisis a base de una estructura de anillos, conocidos como *“Distancia Cultural”* del sinólogo, profesor, consultor y experto de la gestión del turismo internacional chino, Wolfgang Georg Arlt, el cual con más de 35 años de práctica y experiencia con este turismo, logro fundar en 2004 la China Outbound Tourism Research Institute (COTRI).¹²⁸

¹²⁷ El turismo chino. <http://cnnespanol.cnn.com/2013/04/18/el-turismo-chino-ya-esta-aqui-lo-bueno-lo-malo-y-las-quejas-principales/#0> (Consultada el día 6 de junio del 2016 a las 7:34pm)

¹²⁸ Véase más en: <http://china-outbound.com/cotri/>

Arlt comenta que para analizar el comportamiento del turista chino, debemos considerar dos grandes factores, la ubicación geográfica y la cultura, por lo que su teoría de la Distancia Cultural argumenta que un chino viajara por obvias razones a un país más cercano debido a que las diferencias culturales serán mínimas a comparación de viajar a países occidentales, a lo que Arlt divide al mundo en tres grandes anillos concéntricos, teniendo a China como en el centro de estos¹²⁹ .



Fuente: Arlt (2007)

Como podemos ver, el primer anillo abarca totalmente el territorio de China Continental, junto a Hong Kong, Macao y los países fronterizos, en los cuales podemos encontrar al mayor número de chinos en el mundo (contando que de los más de 1 300 millones de habitantes chinos, solamente 120 millones viajan al extranjero) lo que hace que existe una mínima diferencia cultural (entre los chinos Han y las otras etnias que son minoría) y por ende mayores destinos cómodos, accesibles y económicos para los turistas chinos, teniendo así a la misma China como el competidor más fuerte para el mundo y en este caso, para México.

¹²⁹ El auge del turismo emisor de China: ¿qué buscan y cómo se comportarán 100 millones de nuevos turistas? [PDF] http://www.anuarioasiapacifico.es/pdf/2010/29_w_arlt_berenice_aceves.pdf

El segundo anillo encierra a los países con un mayor número de comunidades chinas ya bien establecidas, tanto como ciudadanos como comerciantes. Este segundo anillo es muy importante, ya que se concentra una fuerte ideología de rechazo al turista chino pero al mismo tiempo se sabe la importancia y la necesidad de ellos. El neorrealismo indica que la conquista de pueblos es una actividad esencial de todo estado hegemón, ya no son las conquistas como siglos pasados donde se masacraba tribus enteras y se apoderaban de tierras unos a otros, ahora la conquista viene con la migración, siendo el caso de China, donde han buscado nuevas tierras para poder mandar a toda la población que no “cabe” en su propio territorio, volviéndose los chinos con el tiempo acreedores de negocios de hotelería y transportes en otros países, atrayendo así a sus compatriotas a visitarlos.

Con la fuerte migración china en los países del anillo dos, los ciudadanos de países como, Japón, Tailandia, Singapur, han tenido tendencias xenófobas hacia el turismo chino, muchas veces se cree que estos solo vienen a invadir un lugar que no les corresponde o bien el comportamiento de estos turistas no es el más adecuado, como por ejemplo para los turistas chinos, Taiwán es considerada una isla sumamente atrasada a comparación de lo que ahora es China y el mismo caso para Singapur, quedando como destinos en los cuales a pesar de no contar con la infraestructura que los chinos creían, no se vive una relación de nacionalidades estable, para los chinos siempre existirá ese espíritu de superioridad ante los demás países asiáticos, aun siendo los destinos extranjeros favoritos para ellos.¹³⁰

El tercer anillo y el más amplio considera a los demás países del mundo, siendo Australia el más importante, debido a su cercanía a China y por ser el país más occidentalizado de la región. Los países fuera de la “urbe china” son considerados muchas veces hasta exóticos para los mismos chinos, debido a su lejanía y la cultura totalmente diferente, siendo los países de la Unión Europea los más demandados por el turismo chino, debido a que ahí se encuentra lo que los chinos no encuentran en los dos primeros anillos, la posibilidad de visitar demasiados países en un solo viaje, aunándole la experiencia que implica viajar tan lejos.

¹³⁰ *Ibíd.*

Por otra parte América del Norte, con EE.UU y Canadá forman el otro lado importante de este anillo, siendo que aquí se encuentran las ciudades no chinas con el gran número de habitantes chinos, las llamadas “*Chinatown*” en Vancouver y San Francisco, haciendo que el turismo procedente de China se sienta atraído a estos dos países por el hecho de que hay zonas donde su cultura es sumamente respetada y hasta hay letreros y anuncios en su idioma.¹³¹ Es muy interesante el turismo chino en estos países, en Canadá por el simple hecho de que no hay tantas barreras migratorias y se vive un ambiente más relajado al hacer esta actividad, pero en Estados Unidos se puede apreciar que el turismo chino se ve en menor cantidad a comparación del japonés o coreano, aun así un chino considera a EE.UU el único país que esta al mismo nivel que China, siendo todo un orgullo para ellos.

Ahora bien, si contamos que Europa es la región más visitada por los turistas chinos en el tercer anillo por su turismo de compras y lujo, y América del Norte cuenta con visitas de chinos en números verdes, Medio Oriente, América Latina y África tienen el porcentaje más mediocre como destinos favoritos para el turista chino, haciendo crecer más la preocupación a estas regiones sobre como ampliar sus mercados y atraer al turista asiático, el cual es el turista más importante por el momento, y que al parecer con datos de la OMT, la tendencia será así por muchos años.¹³²

Teniendo en cuenta estos tres anillos de diferencia cultural, México queda en una posición no solamente difícil, sino muy crítica, ya que la competencia está totalmente desenfrenada. Si comparamos a México con China de manera superficial, no hay grandes diferencias a primera vista. Ambos países manejan un amplio número de etnias, cuentan con una historia milenaria, su cultura, su gastronomía, su biodiversidad es única, al igual que ambos países cuentan también con diversos tipos de climas y son de los países con más Patrimonios de la Humanidad en todo el mundo, por lo tanto México no sería un mercado totalmente

¹³¹ Simplemente, en el aeropuerto de Vancouver, los señalamientos además de estar en los dos idiomas oficiales de Canadá, inglés y francés, se pueden encontrar también en idioma chino, mandarín.

¹³² Latinoamérica quiere que los turistas chinos pierdan el miedo a visitarla.

<http://laestrella.com.pa/economia/latinoamerica-quiere-turistas-chinos-pierdan-miedo-visitarla/23941425>

(Consultado el día 8 de junio del 2016 a las 9:09pm)

diferente a China, pero entonces ¿Qué le falta a México?, ¿Aeropuertos? No, puesto que hasta el momento han funcionado muy bien los aeropuertos del país, aunque ha crecido la demanda de vuelos, está en proceso el nuevo aeropuerto para la Ciudad de México, ¿Destinos turísticos? tampoco, ya que el país cuenta con infinidad de actividades y lugares en las cuales el turista chino puede divertirse y relajarse sin ningún problema más allá de lo típico de sol y playa. Es muy difícil la situación que enfrenta México, debido que a pesar de ofrecer cientos de destinos al turista china, la gama de oportunidades es muy cerrada, la competencia para México es muy fuerte a comparación de otros países emisores, en los cuales México siempre tiene los primeros lugares como una buena opción.

En síntesis, el siguiente cuadro muestra los competidores directos de México por cada región ante el turismo emisor chino:

Región de Origen	País competencia para México
Anillo 1	-
Anillo 2	Indonesia, Filipinas
Anillo 3	Australia, Nueva Zelanda, Estados Unidos, Canadá, España, Francia, Italia, Alemania, Cuba, Brasil, Republica Dominicana, Perú, Brasil, Argentina, Chile.

Cuadro 7. Fuente: Elaboración Propia.

Como se mencionó anteriormente, para que un destino sea considerado una verdadera competencia para México, este debe ser equiparable en costos y tiempo, por lo tanto en el anillo uno, no se encuentra competencia, debido a que los gastos son mínimos y los tiempos de vuelos son demasiado cortos, no es lo mismo comparar el vuelo del aeropuerto de Shanghái a Taipéi en tres horas, que de Shanghái a Tijuana de casi doce horas. En el anillo dos, se considera a Indonesia y Filipinas como posibles competidores, no por la distancia ni el costo total del viaje, puesto que es obviamente más económico, sino por las actividades turísticas que estos dos países insulares ofrecen. Ambos países son muy parecidos a México, el turismo principal que ofrecen también es el de sol y playa, sumándole que sus actividades culturales y naturales atraen al turista chino (buceo especialmente).

Finalmente el anillo 3 está repleto de enorme competidores, y aunque los países europeos no ofrezcan atractivos naturales y un turismo de sol y playa, son los destinos por los cuales los chinos cada vez más mueren por conocer. Es muy curioso, debido a que las ciudades europeas tienen ausencia de una infraestructura moderna como la que los chinos demandan en sus destinos, no hay rascacielos, no hay miles y miles de edificios ni luces por todas partes, pero lo que hace a Europa muy especial y competitiva son su turismo de compras y sus viajes interminables.

Los chinos anhelan que su primer viaje al extranjero sea a Europa, debido a que son grandes consumidores de artículos de lujo (relojería y joyería) y el adquirir un buen *souvenir* y las mejores fotos posando junto a la Torre Eiffel o a la Torre de Pisa, son más que suficientes para volverse el mejor viaje para ellos, además de que en una sola compra pueden gastar entre 950 y 1200 euros más que un alemán.¹³³ Nueva Zelanda y especialmente Australia se consideran también competidores, ya que se encuentran relativamente en la misma distancia de vuelos, siendo que el mayor mercado de turistas en estos países es el mercado chino. Para Estados Unidos y Canadá, el simple hecho de considerárseles los países con el mejor estilo de vida, son atracciones por las que ellas mismas venden sin necesidad de tanta publicidad, cualquier ciudad en EE.UU es suficiente para que el turista chino se lleve la mejor impresión del país siendo San Francisco o Nueva York.

México solo encuentra una ventaja competitiva en su propia región, ya que América Latina es la más olvidada por el turismo chino, siendo Brasil el único que puede competir en manera de llegadas de turistas. Actualmente México supera la cifra de los 100 mil turistas, pero aun así los destinos mexicanos son muy desconocidos para el ciudadano chino. Los siguientes países más visitados por los viajeros chinos en Latinoamérica serían Cuba y Argentina con menos de 30.000; seguidos de Ecuador, Venezuela y Perú con alrededor de 15.000, y finalizando con Chile y Colombia que reciben algo más de 10.000 (AttractChina, 2015).¹³⁴

¹³³ Los turistas chinos se gastan una media de 1.000 euros por compra en España.
http://www.abc.es/economia/abci-turistas-chinos-gastan-media-1000-euros-compra-espana-201601021703_noticia.html (Consultado el día 9 de junio del 2016 a las 12:37am)

¹³⁴ Véase más en: <http://www.attractchina.com/espanol/el-turismo-chino-en-latinoamerica/>

América Latina tiene mucho que ofrecer, tal vez no tendrá las mejores tiendas de lujo donde el turista chino pueda sentirse totalmente fascinado como en Europa, pero tiene tanto potencial cultural, que ha hecho que los pocos chinos que han pisado Latinoamérica se sientan totalmente sorprendidos, como los chinos en Teotihuacán o las zonas arqueológicas mayas, donde pueden tomar una cantidad impresionante de fotos y adquirir todo tipo de recuerdos, recuerdos los cuales tienen un gran valor cultural, o también Machu Picchu, otra zona arqueológica considerada impresionante para el turismo chino, aparte de que Machu Picchu es parte de los Patrimonios de la Humanidad, y una de las nuevas siete maravillas del mundo moderno, los cuales estos destinos tienen mucha popularidad entre el turista chino, tanto así, que Perú fue calificado como el mejor destino turístico de 2014 por Ctrip, el turoperador online más importante de China.¹³⁵

Como conclusión, la competencia está y estará por muchísimos más años, el turista chino seguirá aumentando sus viajes al exterior, y los países buscaran la mejor manera de atraer a estos turistas, ya sea por estrategias de marketing por internet, donde muchos ya han empezado a traducir páginas oficiales de varios destinos en el idioma chino mandarín, han mejorado la agilización de visados para que haya un ingreso de chinos más seguido sin complicaciones, y se han agrandado los vuelos directos, aunque muchos países no cuentan con estos, principalmente en América Latina, donde se deben hacer escalas en EE.UU o México. Por otra parte, los destinos mexicanos están por debajo de destinos como Nueva York, San Francisco, Londres, Sídney, Vancouver, Honolulu, Bangkok, Phuket, Seúl, París, Venecia, etc.; a lo que una competencia tan grande significa más trabajo y más inversión en promoción, generando la pregunta, ¿En verdad México tiene oportunidad para competir con estos destinos ante los turistas chinos?, esta pregunta se trabajara en el último capítulo, donde se mostraran los avances de las instituciones encargadas del turismo en México durante el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto, dándonos la respuesta a la hipótesis planteada en el presente trabajo.

¹³⁵ El turismo chino en Latinoamérica. <http://www.attractchina.com/espanol/el-turismo-chino-en-latinoamerica/> (Consultado el día 9 de junio del 2016 a las 11:38pm)

Capítulo 4

Aprovechamiento de las grandes corrientes turísticas chinas hacia México.

Como se ha apreciado durante el presente trabajo, la industria turística mexicana ha tenido un crecimiento sumamente importante año atrás año, representando hasta más del 8% del PIB del país (OCDE, 2016), lo cual el sector turístico se estaría posicionando en los próximos años como el sector primordial para la economía mexicana, debido a la desaceleración de otros sectores que para México son de suma importancia, como el energético, con la caída del precio del crudo y en menor medida con el sector minero, apostando al turismo como una gran compensación.¹³⁶

En lo que va del primer trimestre del 2016, según la SECTUR, las cifras que la actividad turística han arrojado en México han sido muy satisfactorias, tanto en el crecimiento de divisas al país con alrededor de 5,179 millones de dólares, como con la entrada de turistas con más de 8.7 millones de extranjeros siendo que, el 57% de esta cantidad de turistas son procedentes de EE.UU, los cuales en su mayoría ingresaron al país por vía aérea, generando mayores contribuciones económicas al país, aunque en menor medida comparado a los ingresos del trimestre del 2015; sin embargo, aún se tiene que más del 50% del turismo extranjero en destinos mexicanos es emitido por Norteamérica, dejando atrás a otros turistas del mundo.¹³⁷

El 2016 es un año muy importante para el turismo mexicano, pues se ha demostrado que en tan solo un par de años México a brincado de la posición número 22 a la 9 en el ranking de la OMT de los países más visitados del mundo, al igual, México es considerado el cuarto país con más Patrimonios de la Humanidad declarados por la UNESCO y si fuera poco, es considerado el destino número uno para el turismo de lujo, generando por si solo una enorme publicidad en todo el mundo.

¹³⁶ Turismo compensara caída del crudo. http://www.milenio.com/negocios/Turismo-compensara-caida-crudo-Sectur_0_665333471.html (Consultada el día 17 de junio del 2016 a las 3:26pm)

¹³⁷ Divisas por turismo crecen 7.4% en primer trimestre. <http://www.forbes.com.mx/divisas-por-turismo-crecen-7-4-en-primer-trimestre-sectur/> Consultada el día 17 de junio del 2016 a las 3:53pm)

Con todos estos nombramientos que México se ha ido ganando en los últimos años, es que podemos ver, que realmente las instituciones encargadas de este sector en el país han hecho su mayor esfuerzo para mejorar el turismo mexicano, puesto que se han creado decenas de proyectos nacionales como los tianguis turísticos y algunas ferias y eventos internacionales que han acaparado tanto a inversionistas extranjeros como a turistas de todo el mundo, por lo que al ver la necesidad de proyectar al país a nivel mundial como uno de los mejores destinos turísticos, han hecho que también se necesite la diversificación de sus mercados, para empezar a generar un repunte que se vea marcado en constante crecimiento ante un posible colapso de la economía mexicana, debido a que está depende en gran medida del sector energético. Es así, que si las instituciones mexicanas deciden seguir en la misma línea que han estado trabajando, es indudable que para el 2025 el turismo mexicano se vea totalmente sólido y sea el causante del mayor número de ingresos de divisas al país, y por ende de más puestos de trabajo para la población mexicana.

Ahora bien, si están teniendo resultados positivos en el sector turístico sin aún haber tenido una diversificación de mercados como se ha buscado en los últimos años, no significa que está no sea necesaria, no hay que conformarnos con los resultados presentes, hay que buscar aun así esa diversificación que podría crecer a números agigantados el PIB mexicano que tanto se ha puesto en peligro debido a las enormes especulaciones negativas desde finales del 2015 con el precio del peso, perdiendo cada vez más valor ante el dólar y sobre todo también en las materias primas, afectadas en gran medida por la desaceleración china que perjudican directamente a estos sectores primarios del país. Es por eso que se ha manejado conforme lo ha indicado la OMT los últimos seis años, que el turismo chino es el mercado ideal y el que podrá ayudar a incrementar los ingresos económicos de cada país que cuente con productos y servicios adecuados para estos viajeros. Por lo que en México, la SRE junto con la SECTUR han trabajado en conjunto para crear el producto idóneo para el turista chino que tanto agobia al país, pues no es tan fácil que estas instituciones generen que estas corrientes turistas ingresen al país en grandes cantidades, es todo un conjunto de factores que se deben trabajar.

4.1.- El papel de las instituciones encargados del turismo en México.

Se han estudiado en los capítulos anteriores algunos conceptos de turismo, la historia del turismo en México y como esta ha contribuido a la economía del país al ser una industria con una gran potencial. Al igual se han marcado algunos puntos por los cuales la promoción turística a nivel mundial ha ayudado bastante para atraer un mayor número de turistas occidentales pero esta promoción aún queda escasa ante turistas asiáticos, en su caso, chinos. Ahora es importante también comprender el papel de cada institución en materia turística y así poder adaptar el trabajo al camino que han trazado estas en la búsqueda de la diversificación de mercados.

A continuación, estudiaremos cuáles son las instituciones que están directamente involucradas en la promoción turística mexicana y los programas que se han implementado, de los cuales muchos pueden ayudar para atraer turismo chino, siendo estos en su mayoría con temáticas culturales. Posteriormente, revisaremos los órganos dependientes que ofrecen información valiosa para esta labor. En primer lugar encontramos a la Secretaria de Relaciones Exteriores la cual es el órgano que más representa a México en el exterior, debido a todas sus funciones tanto con embajadas como consulados y en segundo lugar a la SECTUR, la cual cuenta con dos entidades vinculadas a la promoción turística, el CPTM y FONATUR.

1.- Secretaria de Relaciones Exteriores (SRE): Es la secretaría de Estado que lleva a cabo las relaciones diplomáticas del país con el exterior. Entre sus funciones se encuentra proporcionar a los nacionales y extranjeros los pasaportes y cartas de naturalización tanto para ingresar al país como para entrar y radicar en él, además para este caso, se encarga también de promover el turismo mediante las embajadas y consulados en cada país correspondiente por medio del cuerpo diplomático, trabajando en conjunto con la SECTUR. Su labor en materia de promoción turística está fundamentada en la Ley del Servicio Exterior Mexicano y en el Reglamento Interior de la SRE, en los artículos 2 y 44, mencionando las obligaciones del cuerpo diplomático en cuestiones de promoción turística y cultural, entre las cuales se indica el promover la cultura mexicana y fomentar el intercambio cultural y turístico.

Ahora bien, teniendo en cuenta que la SRE ha trabajado de la mejor manera para posicionar a México como un actor con responsabilidad global, el turismo ha sido un tema sumamente importante y de carácter primordial, si bien, las embajadas y consulados de México en el exterior requieren de casi más de la mitad de presupuesto que se le otorga anualmente a la SRE, el promover al país en materia turística no es tan fácil de llevar a cabo, puesto que las ferias y eventos turísticos en el extranjero requieren tanto de grandes cantidades de dinero como de personal calificado que sea capaz de dar la mejor imagen de México en el exterior, sobre todo en aquellos países donde México aún no sobresale por sí solo como Francia o Estados Unidos, siendo en el caso de China, donde México es poco reconocido por la mayoría china.

El 2015 fue un año muy dinámico entre ambos países, empezando con que fue reconocido como el año del turismo entre México y China, terminando así con las cifras fenomenales que marcaron el ingreso de aproximadamente de 100 mil turistas chinos que visitaron el país. Con este número sorprendente pero aún muy mínimo para la industria turística mexicana, fue que Nancy Bautista, alumna de Relaciones Internacionales del Tecnológico de Monterrey, ganó uno de las 9 becas otorgadas por la SRE gracias al programa “México Global Mundo Joven 2015”, el cual tenía como objetivo que jóvenes mexicanos realizaran prácticas profesionales en materia política para así mejorar las relaciones de México en el exterior, por lo que Nancy Bautista propuso la atracción del turista chino a México tomando en cuenta su alto poder adquisitivo, a lo que la llevo 6 meses de estancia en China.¹³⁸

Por otra parte, la Embajada de México en China ubicada en el Distrito de Chaoyang, Beijing y sus Consulado ubicados en Shanghai y Guangzhou, siguen en el camino de la fuerte promoción de los destinos mexicanos, ante la enorme ola de turistas chinos que están totalmente interesados en salir y conocer otros países y gastar en ellos, por lo que ambos se ha visto realmente activos en los últimos meses. Fue así que al igual en el 2015, la SRE indicó que para el 2016 México participaría en el

¹³⁸ Estudiante regia gana beca para atraer turismo chino a México.
<http://www.20minutos.com.mx/noticia/b298621/estudiante-regia-gana-beca-para-atraer-turismo-chino-a-mexico/#xtor=AD-1&xts=513356> (Consultada el día 20 de junio del 2016 a las 8:07pm)

Guangzhou International Travel Fair (GITF) que daría inicio el 6 de marzo del 2016. Siendo este un evento muy importante para China y para la región de Asia Pacífico, fue que México conto con la participación en conjunto del Consulado General de México en Guangzhou, las oficinas del CPTM en Beijing y algunas empresas en materia de transporte y hotelería.¹³⁹ Además a finales del año pasado se llevó a cabo en Beijing un seminario denominado “México, ciudades coloniales y zonas naturales” en el cual, el embajador de México en China, Julián Ventura anuncio el crecimiento turístico de México en el último sexenio del año, y de los muchos temas sobre negocios y cultura, se anunció que en poco tiempo se estaría eliminando la escala que se hacía en Tijuana entre el vuelo de ambos países, siendo ahora en Los Cabos con el motivo de reducción de tiempo para este vuelo tan pesado, recalcando también la excelente ubicación geográfica de México haciéndolo un punto de conectividad importante entre Chinas y las Américas, teniendo la oportunidad de que México creara más adelante tours junto a un par de países.¹⁴⁰

2.- Secretaria de Turismo (SECTUR): Es la secretaría de Estado que tiene como principal función, formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional.¹⁴¹ Su visión dicta que “en el año 2030, México será un país líder en la actividad turística. Para lograrlo, en la estrategia del gobierno de EPN se propone:

- Reconocer el turismo como pieza clave del desarrollo económico de México
- Diversificar los productos turísticos y desarrollar nuevos mercados
- Impulsar las empresas turísticas a ser competitivas a nivel nacional e internacional y
- Desarrollar el turismo, respetando los entornos naturales, culturales y sociales

¹³⁹ Participa México en la Guangzhou International Travel Fair <https://www.gob.mx/sre/prensa/participa-mexico-en-la-guangzhou-international-travel-fair> (Consultada el día 20 de junio del 2016 a las 8:51pm)

¹⁴⁰ México Continúa Fortaleciendo su Promoción Turística en China. <https://embamex2.sre.gob.mx/china/index.php/es/ver-mas/2-uncategorised/5-mexico-continua-fortaleciendo-su-promocion-turistica-en-china> (Consultado el día 20 de junio del 2016 a las 9:11pm)

¹⁴¹ Véase más en: <http://www.sectur.gob.mx/conoce-la-sectur/>

Su misión es “conducir el desarrollo turístico nacional, mediante las actividades de planeación, impulso al desarrollo de la oferta, apoyo a la operación de los servicios turísticos y la promoción, articulando las acciones de varias instancias internas”¹⁴²

La SECTUR ha demostrado que el sector turístico en México, es un sector con un potencial enorme, no solo gracias a su ubicación geográfica, sino a sus decenas de sitios por conocer, aunado a la gastronomía y la hospitalidad del mexicano, creando así todo un producto turístico enorme que podría ser para 2030 el principal destino del mundo, como lo plantea la SECTUR en su visión. Los datos duros que se presentan año con año indican que el turismo en México está creciendo a pasos agigantados, a lo que el actual Secretario de Turismo, Enrique de la Madrid ha hecho mención que en el primer cuatrimestre de 2016 se registraron altas tasas de crecimiento en la llegada de visitantes procedentes principalmente de China con 36.4 por ciento, siendo los turistas que más incrementaron a comparación de sus llegadas del año pasado.¹⁴³ México está convenciendo poco a poco a China para visitar más sus destinos exóticos, agilizando a su vez los tramites de las visas.

México tiene una enorme ventaja ante otros países que se mencionaron anteriormente como posibles competidores turísticos como Cuba o Perú, puesto que México cuenta con varios programas hechos por la SECTUR los cuales proyectan los tipos de cultura y gastronomía de cada estado del país, como el programa de los *Pueblos Mágicos* que ofrecen a los turistas nacionales y extranjeros una visión distinta y poco comercial de lo que en verdad es México, siendo este un programa totalmente atractivo para el turista chino, ya que incluye lugares en los que se puede practicar turismo cultural sin necesidad de asolearse, ofreciendo visitas a museos, ferias, restaurantes de comida típica del lugar etc., y el programa de *Rutas de México* presentando al turista 10 rutas que recorren por todo el territorio nacional,

¹⁴² Visión y Misión: <http://www.sectur.gob.mx/conoce-la-sectur/vision-y-mision/> (Consultada el día 20 de junio del 2016 a las 9:31pm)

¹⁴³ Llegada de extranjeros a México sube 10%: SECTUR. (Consultada el día 20 de junio del 2016 a las 9:54pm) <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/extranjeros-a-mexico-suben-10-sectur.html>

las cuales dan un recorrido de varios estados visitando grandes puntos de interés resaltando principalmente su riqueza natural, arquitectónica, histórica y cultural.¹⁴⁴

Ante el gran esfuerzo que la SECTUR ha hecho para mejorar el sector turístico del país, esta ha contado con la participación de dos órganos administrativos los cuales han complementado su labor, como es el caso del Consejo de Promoción Turística Mexicana (CPTM) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

Por una parte, el CPTM es el encargado de “coordinar, diseñar y operar estrategias de promoción turística de México a nivel nacional e internacional, con las que se promueven sinnúmero de actividades y destinos que nuestro país ofrece”. Su misión es “promocionar integral y competitivamente a México en los mercados nacional e internacional, mediante el trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística”. Su visión señala “ser una organización líder en promoción turística, que induzca la participación y la suma de esfuerzos de los diversos actores de la actividad turística”.¹⁴⁵

Sus líneas estratégicas están enfocadas en:

- **Derrama.** Incrementar la derrama económica más que el volumen de turistas.
- **Múltiples Mercados y Múltiples Destinos.** Movernos de un esquema de pocos mercados a pocos destinos a un nuevo modelo de múltiples mercados a múltiples destinos, dando prioridad a la consolidación y revitalización de los destinos existentes.
- **Turismo Doméstico.** Acelerar el desarrollo del mercado nacional.
- **Mercado EUA.** Mantener el primer lugar en el mercado de Estados Unidos y crecer participación.
- **Diversificación de Mercados.** Acelerar la diversificación de mercados.
- **Diversificación de Productos.** Diversificación del producto turístico: Sol y playa, turismo cultural, ecoturismo y aventura, turismo de salud, turismo deportivo y turismo de lujo.

¹⁴⁴ Véase más en: <http://www.visitmexico.com/rutasdemexico>

¹⁴⁵ Acerca CPTM. <http://www.cptm.com.mx/acerca-cptm?language=es> (Consultado el día 26 de junio 2016)

- **Experiencias Únicas.** Diferenciar los destinos turísticos de México, ofreciendo experiencias nuevas y únicas.
- **Nuevos Visitantes y de Repetición.** Atraer al consumidor que aún no conoce México y mantener una alta tasa de repetición.

Asimismo, el CPTM cuenta con 22 oficinas en doce de los países emisores del mayor número de turistas internacionales que viajan a nuestro país, en este caso cuenta con una en China (Beijing). Estas oficinas realizan las siguientes tareas:

- “Identificar, comunicar y apoyar el aprovechamiento de las oportunidades de mercado
- “Convocar a la industria de la región a eventos de promoción y comercialización turística
- “Proponer y gestionar alianzas estratégicas en materia de promoción y comercialización con socios de la industria y socios indirectos ¹⁴⁶

El CPTM creó el sitio *VisitMexico*¹⁴⁷, el portal oficial donde se encuentra y promociona toda la información de los destinos turísticos mexicanos, la forma de llegar a ellos, un poco de historia y sobre todo datos sobre ocupación hotelera y de precios, dando la oportunidad de reservar en línea el destino que sea del agrado del turista, en diversos idiomas (mandarín incluido) y aclaración sobre el tipo de cambio.

El 2016 comenzó para el CPTM con mucho trabajo debido a la importancia que se le ha prestado a la diversificación de mercados, y especialmente en la búsqueda de atraer turistas chinos. El director de la CPTM, Rodolfo José López fue participe en febrero de este año en la delegación de alto nivel representativa de México en la Vitrina Turística ANATO 2016 realizada en Bogotá, Colombia, entre las propuestas y proyectos que se llevaron a cabo, José López enfatizó en la idea sobre seguir trabajando en la integración de México con la Alianza del Pacífico, la cual reúne a este junto a Colombia, Perú y Chile en una relación activa e importante en temas comerciales, económicos y culturales, siendo así que los cuatro países tuvieron un

¹⁴⁶ Oficinas en el exterior <http://www.cptm.com.mx/oficinas-en-el-exterior> (Consultado 20 de junio 2016)

¹⁴⁷ Véase más en: <http://www.visitmexico.com/es>

interés en común en este evento, refiriéndose a términos turísticos, atraer una gran parte de los 8 millones de turistas chinos que prefieren destinos lejanos, de los 100 millones que viajan al extranjero, siendo una cifra mínima , pero difícil de alcanzar.¹⁴⁸

Como parte de las estrategias para continuar impulsando a México como destino turístico en el exterior, el CPTM creó el Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), facilitando las cifras sobre el turismo, para la creación de mejores campañas y proyectos en beneficio de la promoción turística de México.

El SIIMT es una herramienta en línea sobre el flujo turístico hacia México y dentro del país. Ofrece información sobre la nacionalidad de los turistas foráneos y de la entrada de divisas que se genera. Este sistema brinda acceso a conjuntos de datos en forma de estadísticas, conteos, hojas de cálculo y bases de datos provenientes de diversas instituciones, como el Banco de México, la Official Airline Guide (OAG) y el Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM). Dado que obtener e interpretar esta información por cuenta propia resultaría complejo, el SIIMT representa un valioso recurso: es una herramienta que permite generar búsquedas selectivas de información y análisis y mostrarla en forma clara y accesible.¹⁴⁹

Por último, el FONATUR funge como la “institución responsable de la planeación y desarrollo de proyectos turísticos sustentables de impacto nacional, fomentando la inversión y la capacitación del sector turístico”, aportando experiencia de otros proyectos a regiones, estados y municipios, y a la pequeña y mediana empresa en el país. Su visión dicta “ser palanca del desarrollo nacional sustentable, competitivo, adecuadamente financiado y con proyectos acordes a las demás dinámicas del mercado, que capte divisas y promueva la imagen de México en el exterior; propiciando a la vez el desarrollo regional y genera empleos permanentes”.¹⁵⁰

¹⁴⁸ Alianza del Pacífico busca captar turismo chino. (Consultado el día 21 de junio del 2016)
<http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/02/25/alianza-pacifico-busca-captar-turismo-chino>

¹⁴⁹ Véase más en: <http://siimt.com/>

¹⁵⁰ FONATUR. http://www.fonatur.gob.mx/es/quienes_somos/index.asp?modsec=01-MV&sec=2
(Consultado el día 22 de junio de 2016 a las 7:23pm)

FONATUR ha desarrollado los centros turísticos de Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Huatulco, Loreto, entre otros, pero en los últimos años se ha buscado atraer inversión extranjera china para la creación de grandes zonas turísticas enfocadas al turismo oriental, como el fallido proyecto chino, la construcción del Dragon Mart en Cancún a finales del 2013, donde el FONATUR decidió cancelar la construcción bajo la presión social ante la amenaza de invasión de ciudadanos chinos al país, la cual traería a futuro grandes problemas para el estado de Quintana Roo, tanto económicos como sociales, ya que la idea principal de construir una zona turística en esta región era de traer a más de 10 mil familias chinas a radicar a Cancún y así tener más activa la economía de dicho Estado, por lo que en primera instancia sería un riesgo que los empleos de mexicanos pasaran a manos de chinos.¹⁵¹

Como se puede percatar, estas instituciones han demostrado totalmente que el turismo es un sector en el cual hay mucho por trabajar y explotar, sin embargo la diversificación de mercados se ha planteado desde el sexenio de Vicente Fox y todas estas instituciones se han visto retrasadas en esta búsqueda, fue solo de dos a tres años atrás cuando en verdad se interesaron en una diversificación real y no dejar todo en simples discursos. Pero no solamente han sido instituciones gubernamentales las que han trabajado arduamente en este interés hacia el turismo chino, sino que también instituciones académicas como el Centro de Estudios China-México (CECHIMEX)¹⁵² que se enfoca en mejorar y profundizar el conocimiento de las relaciones bilaterales entre ambos países en muchas áreas, por las cuales no puede faltar el turismo, o el Centro Confucio¹⁵³ donde se promociona el intercambio cultural entre ambos países, y así tanto los chinos como los mexicanos estén interesados en aprender el respectivo idioma y conocer sobre la cultura y tradiciones mutuamente, siendo muy fructífero para China y México que

¹⁵¹ Vendrán 10 mil familias de China al Dragon Mart de Cancún.

<http://www.excelsior.com.mx/2013/01/10/nacional/878729> (Consultado 22 de junio de 2016 a las 8:00pm)

¹⁵² Véase más en: <http://www.economia.unam.mx/cechimex/index.php/es/quienes-somos>

¹⁵³ El Centro Confucio se creó gracias a un convenio entre la UNAM y la Universidad de Lengua y Cultura de Beijing, teniendo el gran interés de la enseñanza del idioma chino en México y en otros países donde también se encuentre esta institución. Su inauguración fue el 12 de noviembre de 2006.

existan este tipos de instituciones las cuales también aporten un grano de arena a esta relación bilateral, siendo ambas instituciones pertenecientes a la UNAM.

En pleno 2016, el turismo chino se enfrenta aún a muchas situaciones en México en las cuales pone en dificultades su estadía, con muchos factores como por ejemplo, la falta del idioma mandarín en cualquier servicio turístico, la agilización de trámites de visas, poco conocimiento sobre su cultura, entre otras complicaciones pero aun así las cifras de turistas chinos en México siguen creciendo año con año, demostrando que en verdad la promoción que se da por parte de embajadas, consulados y oficinas del CPTM en el extranjero está teniendo los primeros frutos.

4.2.- Acciones del gobierno mexicano enfocado al turismo chino: Sexenio Enrique Peña Nieto

Desde la llegada del nuevo milenio y un panorama internacional donde los países estaban cada vez más conectados uno con otros, la búsqueda de más socios comerciales y alianzas regionales no se hicieron esperar, fue así, que en México desde el 2000 con el presidente Vicente Fox, se comenzó a tener un profundo interés porque México tuviera una presencia internacional importante, desafortunadamente durante el mandato de Fox, México se vio estancado totalmente en la relación bilateral con su gran socio de siempre, Estados Unidos, olvidando así a otros actores importantes para México en este caso América Latina y Asia. Además de que la incursión de China a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 2011 volvió las relaciones entre México y dicho país un poco complicadas siendo que México no estaba de acuerdo en que el país asiático manejara una competencia desleal con prácticas de dumping ante EE.UU.¹⁵⁴

En el 2006 con el presidente Felipe Calderón, la situación en las relaciones internacionales para México se volvió un poco difícil, puesto que la lucha contra el narcotráfico y otros problemas internos mantuvieron al gobierno de Calderón

¹⁵⁴ Véase más en: https://www.wto.org/spanish/news_s/pres01_s/pr243_s.htm

enfocado a esta gran lucha de poder en el país, mientras México estaba perdiendo presencia a nivel mundial en grandes foros internacionales y asuntos de gran índole, a lo que se hizo notable que el sector turístico mexicano era de los pocos sectores que sobrevivía de buena manera a esta “tormenta” de inestabilidad económica y de seguridad en el país, por lo que los ingresos que se generaban al país eran más por la misma riqueza nativa e historia que México poseía que por la labor de instituciones en el exterior con sus campañas publicitarias para visitar México. Fue así que en el 2009 la relación con China tenía nuevamente fricciones ante la detención en el aeropuerto de Shangái de 71 mexicanos que viajaban en el aerolínea de Aeromexico debido a que se tenía en duda sobre si los mexicanos estaban contagiados del virus que estaba sumamente propaga en esas fechas, la influenza H1N1, presentándose una gran molestia para las autoridades mexicanas pues los 71 mexicanos detenidos ni uno tenía el virus y ni siquiera se les habían hecho estudios, a lo que la secretaria de Relaciones Exteriores de México en ese entonces, Patricia Espinosa, recomendó a los mexicanos limitarse a viajar al país asiático hasta que se mejoraran las medidas “discriminatorias” e innecesarias que se habían tomado en contra de los turistas mexicanos, privándolos de su libertad.¹⁵⁵

Pero un suceso que perjudicó totalmente la relación sino-mexicana fue la visita del Dalai Lama a México, pues para ser solo una visita privada con Calderón, terminó siendo una ofensa para la RPCCh, generándole un gran descontento debido a que el representante del budismo tibetano, el Dalai Lama, ponía en duda la soberanía de China sobre el Tíbet, dañando una vez las relaciones entre ambos países.¹⁵⁶

Pero el 2012 marco un parteaguas en las relaciones internacionales de México y por ende para el turismo del país, la llegada al poder de Enrique Peña Nieto traería al país una nueva ola de acuerdos y alianzas en todo el mundo las cuales habían estado un poco rezagadas con los dos sexenios pasados, siendo un año importante para el país, ya que se empezarían a tener visitas de estado más frecuentes de

¹⁵⁵ Rescatan a mexicanos varados en China. (Consultado el día 24 de junio del 2016 a las 4:59pm)

<http://www.informador.com.mx/mexico/2009/100823/6/rescatan-a-mexicanos-varados-en-china.htm>

¹⁵⁶ Reunión Entre Felipe Calderón Y El Dalai Lama Molesta A China. (Consultado el día 24 de junio del 2016)

<http://expansion.mx/nacional/2011/09/10/la-reunion-entre-felipe-calderon-y-el-dalai-lama-molesta-a-china>

países cuyas relaciones con México eran casi nulas, se buscaría IED enfocada a la modernización del país y Peña Nieto empezaría su mandato con un slogan que marcaría la política exterior de México, el cual anunciaba que México se volvería un actor con responsabilidad global, trayendo beneficios tanto nacionales como internacionales, generando así grandes resultados para el turismo mexicano.¹⁵⁷

Sin duda la relación de México con China no estaba en su mejor momento, había cierta fractura al término del sexenio de Felipe Calderón, a lo que los diplomáticos mexicanos para 2012 decidieron restablecer las relaciones necesarias puesto que China no podía ser nuevamente ignorada siendo la segunda economía más fuerte del mundo, México tenía que actuar y volver a relación amistosa con el país asiático.

Gracias a la voluntad política y económica para mejorar la relación con China, se dieron las primeras visitas de estado de Xi Jinping a México y de Peña Nieto a China, coincidiendo también que ambos líderes comenzaban su mandato al mismo tiempo y reanudando relaciones desde cero, olvidando rencillas de años atrás. Al igual se dieron las primeras reuniones de negocios en Beijing por parte del entonces Secretario de Relaciones Exteriores, José Antonio Meade, viajando junto a él varios funcionarios de instituciones gubernamentales, entre ellos Claudia Ruiz Massieu Secretaria de Turismo (2012-2015) proponiendo así mejorar la gran disparidad en la balanza de pagos que México tiene ante las grandes importaciones de productos chinos y la muy baja exportación de productos mexicanos a China, y sobre todo atraer inversión en infraestructura y atracción de turistas chinos al país.¹⁵⁸

Actualmente con un par de visitas oficiales de Peña Nieto a China y varios acuerdos firmados en materia de comercio, transporte y turismo, las relaciones entre ambos países han cambiado totalmente, lo cual representa un enorme potencial para México para dejar a un lado la idea de que China sigue siendo una amenaza para el país y empezar a plantearse que esta relación servirá a futuro para contrarrestar

¹⁵⁷ México ¿Actor con responsabilidad global? http://www.milenio.com/firmas/adriana_gonzalez/Mexico-actor-responsabilidad-global_18_371542925.html (Consultado el día 24 de junio del 2016 a las 11:37pm)

¹⁵⁸ En 2014 las exportaciones a China fueron de 6 467 millones de dólares mientras que las importaciones de China fueron de 61 321 millones, siendo una balanza comercial totalmente deficitaria, además que del 100% de la IED china destinada al mundo, América Latina solo alcanza menos del 1%, siendo nada para México.

la enorme dependencia de México con EE.UU. Sin embargo la cancelación del proyecto del tren rápido entre México-Querétaro con empresas chinas que ya estaba totalmente a iniciarse, puso nuevamente en duda si en verdad México esta consiente sobre la importancia de China, ya que a principios del 2015 el Secretario de Hacienda, Luis Videgaray, anuncio que se pospondría este proyecto debido a un recorte de gasto publico aunado a la caída del precio del petróleo a nivel mundial.

Enrique Peña Nieto ha trabajado bastante en mejorar la relación con China, considerando al sector turístico un sector estratégico para la mejora de esta, ya que gracias a la gran labor de las instituciones enfocadas dela promoción del turismo, México ha logrado posicionarse en el lugar número nueve de los países más visitados del mundo con más de 32 millones de visitas al año, además que las cifras que la OMT indican sobre la salida de más de 120 millones de turistas chinos al exterior para 2015, es que se ha puesto el ojo en este mercado, siendo también los turistas que más dinero gastan. Si bien, este interés sobre el turismo chino lleva muchísimo años, apenas es que se han estado tomando acciones realmente, y como lo indica Enrique Dussel Peters, Titular en la División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Economía de la UNAM, el turismo podría ser ese motor de ayuda para mejorar la balanza deficitaria entre México y China, por lo que el turismo cultural y el turismo de compras pueden ser un gran elemento potencial para el país.

“Un buen ejemplo del potencial del turismo chino lo tenemos en una tienda departamental de la Cd. México, El Palacio de Hierro sucursal Polanco, donde se remodelaron las instalaciones para convertirla en una tienda de lujo que a pocos meses de su apertura, los turistas chinos se han colocado rápidamente como los mejores clientes... Según la directora del almacén, están contratando a hijas de familias chino-mexicanas para atender en su idioma a estos clientes”¹⁵⁹

Si bien, el número de turistas chinos en México crece 10% anualmente, ahora que Enrique Peña Nieto y su equipo de trabajo colaren con Colombia, Perú y Chile, el número de turistas podría acrecentarse en un futuro, ya que en los últimos meses

¹⁵⁹ Dussel Peters Enrique. La relación México China. Desempeño y propuestas 2016-2018. [PDF] PÁG. 24

estos países en conjunto, denominados la Alianza del Pacífico, han buscado atraer este mercado para captar un número importante de turistas a sus países. Pero por otro lado la relación con China podría estar en “peligro” con la firma del Acuerdo Transpacífico (TPP, por sus siglas en inglés), el cual reúne a 11 países que conforman el 40% del PIB del mundo entre ellos EE.UU, Canadá, Chile y Japón.¹⁶⁰

Este acuerdo el cual tiene como principal propósito el libre comercio entre todos los países firmantes que se ubican en gran parte de pacífico, ponen en peligro la relación sino-mexicana, debido a que este acuerdo excluye totalmente a China poniendo así un frente al comercio exterior del gran dragón asiático, es por eso que mientras se ratifica este tratado se puede avanzar en mejorar la relación entre México-China y trabajar en esta ante un futuro escenario de problemas entre ambos.

Cabe destacar que uno de los objetivos de la presente administración es que el turismo se consolide como un sector prioritario y estratégico para el desarrollo nacional, aprovechando el gran potencial para la conectividad aérea y el amplio inventario de atractivos naturales, históricos y culturales que México tiene para mostrar al mundo. Fue así que el 13 de febrero de 2013, el presidente Enrique Peña Nieto, presentó el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, en el cual en el apartado sobre turismo, se habla de la necesidad del país de modernizar y reposicionar su industria turística a nivel global. Teniendo el objetivo de impulsar la industria turística nacional en beneficio de todos los mexicanos, se incluyó como parte del apartado cuarto, *México prospero*. En éste se señala, entre otras cosas, que es necesario fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico, así como posicionar a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, entre otros, también aclarando que los mercados emergentes ofrecen mayor potencial para el crecimiento de turistas, con el caso especial, China, siendo el país indicado para mejorar los ingresos económicos en este sector.¹⁶¹

¹⁶⁰ Véase más en: <http://elcomercio.pe/economia/peru/se-aprobo-tpp-todo-lo-que-debes-saber-sobre-acuerdo-noticia-1876259>

¹⁶¹ PND 2013-2018. http://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5299465

Además, en el apartado quinto, *México con responsabilidad global*, se menciona en el objetivo 5.2, sobre “Promover el valor de México en el mundo mediante la difusión económica, turística y cultural.” En éste, se detalla la estrategia para consolidar la red de representaciones de México en el exterior, como un instrumento eficaz de difusión y promoción económica, turística y cultural coordinada y eficiente que derive en beneficios cuantificables para el país.

Teniendo como base el PND 2013- 2018, Peña Nieto diseña el Plan Nacional de Turismo 2013-2018, el cual también tiene por objetivo aprovechar lo más que se pueda el potencial turístico de México de manera sustentable, se aclara en el documento, fundamentándose en las 4 estrategias establecidas en el PND, que son:

1. *Ordenamiento y transformación sectorial*, para promover una amplia y eficaz coordinación con los diferentes órdenes de Gobierno, a fin de alinear esfuerzos para articular juntos un modelo de turismo que nos permita generar riqueza y empleo.
2. *Innovación y competitividad*, para concentrar los esfuerzos en consolidar los destinos existentes, aprovechar sus fortalezas en infraestructura, conectividad, tecnología y personal calificado para revitalizarlos y asegurar su competitividad en los mercados mundiales.
3. *Fomento a la inversión y promoción*, para que el Gobierno de la República siga siendo un aliado y facilitador de los empresarios y emprendedores para respaldar sus proyectos e iniciativas, de forma que fortalezcan la vocación turística de nuestro país y amplíen las oportunidades de desarrollo para los mexicanos. Con una promoción turística eficaz contribuiremos al desarrollo, al crecimiento del sector y a la diversificación de mercados.
4. *Sustentabilidad y beneficio social*, cuyo fin es preservar el patrimonio natural, histórico y cultural de nuestro país, para que las próximas generaciones puedan, también, acceder y disfrutar de esta riqueza que pertenece a todos los mexicanos.¹⁶²

¹⁶² Plan Nacional de Turismo [PDF] www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/01/programa_turismo.pdf

Con este programa queda más que claro, el interés que el actual Gobierno de la República quiere dar a conocer a los mexicanos sobre la importancia de un buen aprovechamiento sobre la riqueza natural e histórica que tiene México para mejorar su turismo, además de que se busca crear conciencia sobre como impulsar esta industria en toda la población ya que el aprovechamiento de esta, tendría como resultado un bienestar para las familias mexicanas con mejores empleos, siendo este el camino para convertir a México en un destino turístico de clase mundial.

Faltan solamente dos años para que el sexenio de Enrique Peña Nieto llegue a su fin, pero como se ha mencionado anteriormente, el trabajo del actual presidente en materia de política exterior ha sido indudablemente muy satisfactorio para el país, siendo que los representantes de México en el exterior y los funcionarios de empresas gubernamentales del país han sabido cómo mejorar las relaciones internacionales en estos cuatro años y por ende el turismo se ha visto incrementado.

“México es mucho más que playas hermosas. En un mercado mundial cada vez más competido, nos preparamos para diversificar y fortalecer nuestro producto turístico, incentivar las inversiones e incrementar nuestra participación en los mercados, con la sustentabilidad y el beneficio social como principios rectores fundamentales.”

“Los avances tecnológicos en la aviación y telecomunicaciones han ayudado a que nuevos destinos se incorporen a la competencia, generando condiciones en el flujo internacional que no se habían visto hasta ahora. Para nuestra fortuna, estas mismas condiciones nos abren el paso hacia mercados nuevos a los que debemos acercarnos con productos novedosos y de calidad; a diseñar estrategias de diversificación que apunten también a nuevos países emisores, especialmente aquellos que comienzan a emerger en la región Asia-Pacífico.”¹⁶³

*- Claudia Ruiz Massieu Salinas
Secretaria de Turismo (2012-2015)*

¹⁶³ *Ibíd.*

4.3.- 2015: Año del turismo entre México y China.

En noviembre del 2014 se dio la Visita de Estado a China del presidente mexicano, Enrique Peña Nieto recibéndolo su homólogo chino, Xi Jinping, gracias a este encuentro, se firmaron satisfactoriamente 14 acuerdos de cooperación bilateral como resultados de un gira de trabajo de varios funcionarios mexicanos entre ellos de la SRE, la SECTUR y el CPTM meses previos a dicha reunión. Entre estos acuerdos se dio como inversión inicial la cantidad de 2.400 millones de dólares que en palabras de Peña Nieto, servirá para que “empresas de ambos países inviertan en energía, minería, infraestructuras, manufactura de alta tecnología y turismo”.¹⁶⁴

Para diciembre de ese mismo año se hizo una reunión de alto nivel realizada en la SECTUR con el fin de dar inicio a los acuerdos en materia turística planteados un mes antes por EPN. En esta reunión acudieron como anfitrión la Secretaria de Turismo Claudia Ruiz Massieu, el presidente de la Administración Nacional de Turismo de China (CNTA), el director general del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), Rodolfo López Negrete y Li Jinzao, el Embajador de China en México, Qiu Xiaogui, entre otros funcionarios. El motivo principal de dicho encuentro fue para denominar al año 2015 como el “Año del turismo México-China” teniendo como propósito incrementar las corrientes turísticas entre ambos países así como la promoción cultural entre estos países, siendo que el turismo es una industria de gran importancia para ambos, reconociendo mutuamente sus destinos turísticos.¹⁶⁵

Finalmente el 2015 logro alcanzar ciertas expectativas para el sector turístico mexicano (el más interesado en este acuerdo, por obvias razones), ya que creció 25% el número de visitantes chinos al país además de que en ese año también los chinos lograron colocarse como los turistas que más gastan en sus viajes. A pesar de que si se alcanzaron varios logros que se esperaban para este año, aún quedan muchas aéreas por trabajar, como en mejorar los horarios de vuelos entre ambos países para captar un mayor número de pasajeros y el fomento al idioma chino.

¹⁶⁴ Firman acuerdos México y China <http://yucatan.com.mx/mexico/gobierno-mexico/friman-acuerdo-comercial-mexico-china> (Consultado el día 30 de junio del 2016 a las 8:28pm)

¹⁶⁵ Fortalecen México y China relación en materia turística. (Consultado el día 30 de junio de 2016) <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fortalecen-mexico-y-china-relacion-en-materia-turistica.html>

Ahora bien, con los resultados obtenidos en el 2015, la SECTUR ha buscado seguir invirtiendo en este mercado asiático, seguir aumentando convenios con empresas touroperadoras chinas y adaptar cada vez más los servicios turísticos para el viajero chino, demostrando así el 2016, que el turismo chino seguirá aumentando a futuro sin problemas, tratando de incrementar el 0.55% que representan estos al país.

4.4.- Prospectiva del turismo receptivo en México 2016.

El sector turístico mexicano finalmente ha llegado a una etapa de madurez en la cual puede gozar de los grandes resultados que se han generado a causa del gran derroche económico que se ha logrado en los últimos años, gracias al auge que ha tenido éste mundialmente, volviéndose un sector prioritario en la economía del país.

Si bien, los destinos turísticos mexicanos como forma de atracción al mercado chino han tenido un gran crecimiento desde la llegada al poder de Enrique Peña Nieto aunado a sus encuentros con el presidente chino Xi Jinping, y siendo que solo han pasado tres años, estos años resultan ser difíciles de tomar en cuenta para tener una prospectiva a largo plazo sobre la relación bilateral entre estos países en materia turística, pero si se puede dar un breve diagnóstico sobre lo que puede esperarse aún para lo que resta de este año, teniendo afortunadamente un panorama provechoso para México, según las estadísticas y datos de la SECTUR.

Antes de dar propuestas adecuadas para el sector turístico mexicano ante los ojos de las corrientes turísticas chinas, hay que aclarar que no porque esta corriente tenga un crecimiento del 15% anual en el país signifique que México tiene ya una posición estratégica favorable ante los demás países con una oferta similar a la de él, como por ejemplo, Cuba, Brasil, Perú, República Dominicana, ya que México aún no es considerado un destino único y prioritario para los chinos, simplemente, México aún se encuentra en una fase de destino prematuro en la cual los chinos empiezan poco a poco a interesarse en él, siendo este un grave problema, puesto que han pasado doce años desde que se le asignó el ADS a México y es apenas hasta estas fechas cuando se están teniendo los primeros resultados para el país.

Si bien, este trabajo está interesado en considerar si el sector turístico mexicano está totalmente apto para atraer turistas chinos o por lo menos si tiene la capacidad para asumir una buena posición como destino favorito en el continente, es así que se establecerán algunas propuestas las cuales puedan incidir positivamente en la captación de esta corriente de turistas al país, principalmente en la Ciudad de México debido a su influencia cultural que tanto puede ayudar a esta ola de turistas y en Cancún y la Riviera Maya, donde el CPTM ha indicado que son destinos muy concurridos también por los chinos, sin dejar a un lado obviamente otros destinos.

Las siguientes propuestas serán tomadas desde la perspectiva neorrealista la cual ha encaminado a este trabajo, enfocándose más a un marco de cooperación política y económica para así repercutir directamente en la industria turística debido a que las relaciones internacionales que México ha tenido en este año han mejorado totalmente (principalmente con China se ha tenido una gran mejoría) pero sin caer en propuestas o métodos de ramas como la Administración o los Negocios, puesto que esto es un trabajo de investigación no un plan de negocios o algo parecido.

Hay que recordar que si bien, el neorrealismo parte desde la ideología realista enfocada en comprender el comportamiento de cada individuo desde su naturaleza humana, el neorrealismo como tal, surge con la necesidad de comprender no solo a un actor por sí solo, sino a todo un sistema internacional tan complejo como lo es actualmente. En este sistema internacional en el que el neorrealismo indica que está sumergido en un ambiente anárquico, hace creer a los Estados que deben prepararse para cualquier "ataque" puesto que la globalización ha hecho crecer la competencia económica, comercial y sobre todo tecnológica creando un panorama internacional lleno de tensiones en las relaciones entre los Estados (Waltz, 1979)¹⁶⁶.

Teniendo en cuenta el sistema internacional que se vive actualmente, es totalmente comprensible y adaptable esta teoría en cuanto a la relación México-China, ya que a pesar de que México ha optado por mejorar esta relación, China sigue viendo a México como un subordinado más de los EE.UU, y México a China a su vez como

¹⁶⁶ Waltz Kenneth. Theory of International Politics. <https://es.scribd.com/doc/40007016/Kenneth-Waltz-Theory-of-International-Politics> (Consultado el día 11 de julio del 2016 a las 9:14pm)

una amenaza para su economía, que desde el 2001 con la entrada de China a la OMC y más adelante siendo este reemplazado por el país asiático como el principal socio comercial de EE.UU, la relaciones entre ambos países estuvo expuesta a varios contratiempos, sumando el mal trato que se le dio a turistas mexicanos en Beijing por el caso del H1N1 más la visita del Dalai Lama con el presidente Felipe Calderón, volviéndose totalmente una relación hostil e incomprensible. Por más que actualmente los actuales presidentes EPN y Xi Jinping quieran dejar atrás esos inconvenientes que perjudicaron su relación bilateral, la historia siempre estará presente entre ambos países, por lo que una relación turística entre ellos servirá para limar aquellas asperezas en las que estos países estuvieron involucrados.

En el ensayo de Octavio Moreno Toscano, “El turismo como factor político de las RR.II” el autor menciona al turismo como una herramienta contemporánea usada para fines políticos y económicos, ejemplificándolo con el auge estadounidense en la Guerra Fría, que gran parte, fue gracias a la industria turística como modo de defensa en aquellos países propensos a caer en el comunismo. Al igual describe al turismo como una “exportación invisible” la cual un país poderoso al emitir turistas a ciertos destinos puede tomarse como un arma de doble filo para el país receptor. Por el lado positivo, para una economía fuerte sirve para reducir el déficit comercial que se tiene con un país pobre, y negativamente, es que estos países se vuelven dependientes de los ingresos económicos de los turistas extranjeros y terminan accediendo a muchos interés políticos y económicos de otro país con el fin de mantener su economía estable. En este caso, China puede compadecerse y enviar turistas para mejorar el déficit comercial con México, aunque esté, con su obsesiva visión hacia el norte, tampoco ha tenido mucho interés en observar a estos turistas como estrategia económica ante el panorama de crisis que se avecina globalmente.

Con base a lo anterior, se debe recordar también que China es un país en el cual coexisten dos sistemas totalmente diferentes, el capitalismo y el comunismo, y esto ha sido totalmente sorprendente para Occidente, puesto que en la China Comunista no existen prácticas democráticas ni nada por el estilo, ha sido el PCCh el único que ha gobernado el país desde 1949, y por otro lado está la China Capitalista, la

más influyente en la OMC y la que ha demostrado darle prioridad a la IED y asegurar sus recursos petroleros y alimenticios tanto en África como América Latina¹⁶⁷. Todo esto, en conjunto más otros factores también importantes, han hecho que China sea actualmente la segunda potencia económica a nivel mundial y por ende el nivel de vida y el poder adquisitivo de sus habitantes haya tenido un crecimiento exponencial en los últimos diez años, por lo que actividades como hacer turismo se volvió una actividad casi necesaria para el bienestar de cada ciudadano chino, volviéndose esto un hábito más que común en la China moderna.

Teniendo en cuenta como aplica totalmente el neorrealismo para una relación bilateral entre países los cuales han tenido una seria de complicaciones para mejorar su entendimiento mutuo, las siguientes propuestas se darán desde esta óptica neorrealista, siendo propuestas urgentes, si en verdad se quiere diversificar el sector turístico mexicano, enfocándose en cinco puntos principales por atender.

Propuestas

1.- Aumento en masa de turistas chinos.

Con más de 130 millones de turistas chinos viajando al extranjero anualmente, de los cuales menos del 1% viaja a México, éste deberá tomar en cuenta que ya es una necesidad atraer un número significativo de estos viajeros. México se ve obligado a ser más atractivo para el turista chino, y ¿cómo puede hacerlo?, pues si recordamos que el neorrealismo indica que la propaganda es una herramienta importante para fines políticos en el siglo XXI, se puede proponer para el turismo:

- Implementar infraestructura hotelera con tintes orientales. Se propone a través de la SECTUR y FONATUR la creación de zonas hoteleras orientadas más al turismo asiático, donde se le dé prioridad desde la comida tradicional china para estos turistas hasta un servicio de cuarto adecuado. Hay que recordar que el turista chino es muy exigente en este tema, son muy pocos los hoteles donde se toma en cuenta para el buffet platillos chinos, por lo que se debe fomentar la presentación de esta

¹⁶⁷ Leonard Mark. ¿Qué piensa China?. Editorial Icaria. Año. 2008 pág. 56

comida en los menús de los hoteles ubicados en grandes zonas turísticas, desde arroz hasta agua caliente para el té y jugo, que es primordial para sus alimentos.

- La arquitectura urbana deberá ser más llamativa en las ciudades, con la creación de edificios más originales y centros comerciales exuberantes como les gusta a los chinos. Sin duda, el nuevo aeropuerto de la Cd. México que está apenas en construcción, deberá ser muy innovador y contener tanto personal que hable el idioma mandarín como indicaciones en el mismo idioma, para que el turista se sienta como en "casa", considerando la hospitalidad que tanto caracteriza a México. El nuevo aeropuerto también ayudara bastante para la imagen de México como un país totalmente moderno. Un avión es un lugar de encuentro donde se puede empezar a entablar una relación cordial entre el turista chino y mexicano, aunque con anticipación las autoridades mexicanas deberán promover un marco de respeto entre turistas, ya que en los últimos años se ha visto a un turista chino sumergido en comportamientos violentos a la hora de abordar.¹⁶⁸

- Usar recursos cinematográficos para atraer a los turistas chinos. Teniendo en cuenta que la propaganda es la herramienta más determinante para hacer atractivo un producto o servicio, los destinos turísticos mexicanos deberán empezar a hacerse de más publicidad en China, teniendo como mayor ejemplo a Tailandia, que su turismo creció gracias a la película *Lost in Thailand* del 2012¹⁶⁹, la cual hizo crecer más del 90% del turismo chino en aquel país. El CPTM deberá trabajar en conjunto con empresas en medios de comunicación, como Televisa, Tv Azteca o casas productoras de cine, televisión y medios alternos para poder llevar todo una serie de programas y películas al país asiático para generar una mayor atracción desde este medio, promoviendo las playas y pueblos mágicos en cada contenido.

- Lograr hacerse de un reconocimiento que vaya más allá del tequila y el mariachi. El imperialismo cultural como lo indica Toscano, es la mejor arma con la que un

¹⁶⁸ China incluirá en una "lista negra" a pasajeros que causen problemas en aviones.

<http://www.emol.com/noticias/Internacional/2016/02/01/786196/China-actua-contra-los-pasajeros-que-causen-disturbios-dentro-de-los-aviones.html> (Consultado el día 13 de julio del 2016 a las 10:25pm)

¹⁶⁹ Los turistas chinos se vuelcan con Tailandia. <http://www.zaichina.net/2013/09/03/los-turistas-chinos-se-vuelcan-con-tailandia/> (Consultado el día 13 de julio del 2016 a las 10:55pm)

país puede someter a otro, como por ejemplo lo ha hecho EE.UU. Este ha invadido el mercado turístico de todo el mundo, pues no hay lugar donde no exista presencia de este país, siendo que ha influenciado a las corrientes turísticas a visitar su territorio, desde la ayuda de Hollywood, generando atracción por visitar lugares que se ven en el películas como por conocer el estilo de vida de su país. México debe posicionar sus servicios y productos en el mercado chino y hacerse de renombre para generar un interés de visitarlo, como por ejemplo llevar restaurantes de comida mexicana a centros comerciales chinos o en los mismos aeropuertos, si EE.UU es reconocido por sus cadenas de *fast food* (McDonald's, KFC, Subway, Dominos, Burger King,) hasta hoteleras (Hilton, Marriot, InterContinental) México puede hacer lo mismo. Hay que aprovechar cualquier espacio donde México pueda adentrarse a la cultura china, sino con el tiempo los chinos perderán interés en México por ser muy poco competitivo a comparación de otros destinos turísticos del mundo.

- Darle importancia al tiempo del *shopping*. Las compras son un requisito primordial para cualquier turista chino, pues si tenemos que el promedio de edad de los turistas chinos que viajan fuera de sus fronteras va desde los 22 hasta los 40 años, estos turistas tienen mayores niveles de formación académica por lo tanto están más informados de los lugares donde les ofrecen mejores servicios y donde podrán gastar su dinero sin ningún problema, así que México tiene una enorme ventaja en esto, gracias a su enorme legado cultural, el turista chino tendrá en México una enorme gama de ofertas de productos que podrá adquirir a un buen precio y de excelente calidad. Aunque actualmente la SECTUR ya ha comenzado a promover artesanías de varios pueblos indígenas y diseñadores de toda la República Mexicana con la manera de representar la cultura mexicana a nivel mundial.¹⁷⁰

- Ubicar los nichos de mercado. En México son tres tipos de turistas chinos que visitan el país, los turistas por negocios, los cuales la mayoría son chinos de grandes corporativos que se reúnen para hablar sobre comercio e IED; turistas con intereses culturales, los cuales pueden ser sumamente atractivos para el sector, ya

¹⁷⁰ Promueven artesanías para diversificar productos turísticos en México.
<http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/promueven-artesantias-para-diversificar-productos-turisticos-en-mexico-14658> (Consultado el día 13 de julio del 2016 a las 11:19pm)

que son los que generan más gastos, viéndose interesados en adquirir *souvenirs* de cualquier lugar que visiten desde la entrada a museos como a Patrimonios de la Humanidad sin importar el costo, ya que para el turista chino es muy importante las fotografías en cada una de las zonas donde se encuentra, puesto que esto les genera un mejor estatus ante su círculo social; y por último, el turismo de sol y playa, el cual es más demandando para lunas de miel y jóvenes estudiantes. Si las instituciones turísticas en México se enfocan totalmente a estos tres nichos, el turista chino tendrá una estupenda imagen de lo que es vacacionar en México y será benéfico para los próximos años, ya que se generaría una publicidad de boca en boca entre los turistas chinos y sus familiares o amigos, siempre y cuando se logre tener una capacidad organizativa y de difusión como con los países europeos.

2.- Diferenciación entre destinos con oferta similar.

Si bien, se ha mencionado que México aún no es un destino que sea llamativo y accesible para los viajeros chinos a la hora de escoger un paquete turístico, por lo menos México puede venderse como un destino único y original, proponiendo:

- Vender una imagen de destino líder en América Latina. La propuesta es que tanto la Embajada de México en China como las oficinas del CPTM en Beijing trabajen más en posicionar a México como un país líder de la región latinoamericana y seguir enfocándose en los puntos del PND 2012-2018 donde se busca que México logre reconocerse como un actor con responsabilidad global, esto creara interés en los chinos de visitar un país en desarrollo. Los chinos se han vuelto sumamente consumidores de viajes al extranjero, México puede volverse de las mejores opciones para visitar, y siendo el país más industrializado de la región debe entonces tomar ese rol en serio y adentrarse más a conseguir mayores corrientes turísticas chinas sin problemas a diferencia de otros países de América Latina.

- Crear paquetes con multidestinos. El 85% del turista chino está acostumbrado a viajar cerca de su país por razones obvias como, más accesibilidad de comunicación, semejanzas culturales, y lo más importante, la visita de varios destinos a un precio económico. Es aquí una limitación que México podría tener actualmente, ya que son pocos los paquetes que ofrecen viajes para conocer dos

o más países. Las agencias de viajes deberán cotizar precios con aerolíneas y hoteles de países como Cuba, República Dominicana y hasta EE.UU en las cuales puedan incluirse algunos de sus destinos además de los mexicanos. Esta propuesta puede generar grandes resultados si se llegan a buenos acuerdos entre las empresas de servicios turísticos, ya que si el turista chino tendrá un gasto fuerte al visitar México, que mejor que este gasto de dinero involucre la visita de varios países, como el exitoso caso de la Unión Europea. Un punto clave que México tiene es que sirve como conexión entre varios países para los turistas chinos, debido que al llegar a Tijuana, estarán tan cerca de la cultura anglosajona como de la latina.

- Volverse una competencia directa para los demás países. El mayor competidor que México pudiera encontrarse para atraer turistas chinos al país, es la misma China, ya que esta ha trabajado en los últimos años en grandes proyectos para poder atraer a su misma población a que haga turismo dentro de las fronteras. El “miedo” que el PCCh ha tenido durante toda su existencia es que sus habitantes se empapen de ideas contrarias en el exterior a las que se manejan en su país, por lo que, funcionarios de la SECTUR deberán tener encuentros más seguidos con la CNTA con el fin de lograr un intercambio directo de turistas, tratando de promover lo que muchos destinos favoritos chinos no tienen, actividades ecoturísticas, visitas arqueológicas y grandes ciudades coloniales. Si París e Italia son los destinos lejanos preferidos por los turistas chinos, la comida mexicana y las actividades turísticas que México ofrece pueden ser la carta de presentación para los chinos.

3.- Capacitación de prestadores de servicios turísticos.

Actualmente muchos países, principalmente de la Unión Europea han comenzado a contratar personal que hable mandarín y pueda comunicarse fácilmente con los turistas chinos en hoteles, restaurantes, centros comerciales, ubicados en lugares concurridos por estos turistas, México debe sacar provecho de esto también. México debería ya ser totalmente competitivo, pues los turistas chinos no llegarán a un lugar donde no se muestre ni el más mínimo interés en sus costumbres:

- Proyectos entre cadenas hoteleras y escuela de idiomas. Esta podría ser una buena opción de trabajo entre instituciones académicas y compañías de servicios

turísticos, ya que para lograr convencer al turista chino que visite destinos mexicanos, estos destinos deben contar con personal calificado en estos turistas, por lo que un convenio entre el Instituto Confucio de la UNAM y algunos hoteles interesados en atraer estos turistas, podría ser un gran negocio, no solamente se enfocaría en la enseñanza del idioma chino, sino que también se podría profundizar en temas históricos y culturales para tener más conciencia y armas para intensificar la relación entre turista-personal en cada destino donde el turista chino se presente.

- Capacitación de protocolo a los servicios turísticos. Esta propuesta es retomada del trabajo realizado por el Cechimex “La relación México China. Desempeño y propuestas 2016-2018” en el cual proponen este tipo capacitación ya que los protocolos en países occidentales son sumamente diferentes al de los países orientales, específicamente a los chinos. Se deber tener un conocimiento desde la importancia de la simbología hasta de las supersticiones, como por ejemplo el miedo al número cuatro, por el simple hecho que su pronunciación es similar a la de la palabra muerte, siendo que muchas veces los hoteles desconocen esto y llegan a darles a los viajeros chinos habitaciones en el piso número cuatro. Es tanto el miedo que se genera con el número cuatro, que en los elevadores de edificios y hoteles en China se omite este número, por el contrario, el número ocho que significa buena suerte y prosperidad, puede resultar apropiado para un turista que el número de su asiento del avión o de su cuarto sea el ocho. Son detalles mínimos pero muy importantes que podrían hacer pasar una estancia incomoda al turista chino.¹⁷¹

- Uso del idioma chino en páginas web. Si bien, el acceso a páginas de internet foráneas está bloqueado en China por motivos de seguridad, hay millones de chinos que salen seguido al extranjero y tienen acceso a estas sin problemas, por lo que el uso más frecuente de las redes sociales, como Instagram y Facebook (las más usadas por chinos fuera de su territorio), podrían ser de gran ayuda para las empresas de servicios turísticas, contando que son más de 130 millones los chinos que salen al exterior, es un número muy elevado con el que basta para que echen un vistazo a las páginas web mexicanas. Un ejemplo de esto es la página oficial de

¹⁷¹ Dussel Peters Enrique. La relación México China. Desempeño y propuestas 2016-2018. [PDF]

VisitMexico, que además de contar con la traducción de idiomas occidentales, cuenta ya con traducción al chino, japonés y coreano. Es muy importante que las empresas turísticas sepan promover sus servicios desde las redes sociales ya que es el medio actual más importante de un chino en promedio de entre 25 y 30 años edad.

4. Mejora de la imagen de México al exterior.

Teniendo en cuenta como lo indica Octavio Toscano, que “el turismo solo es muestra de poder y prestigio, parte de una propaganda ideológica” México tiene muchas herramientas para atraer turismo chino desde esta perspectiva neorrealista, ya que si bien el turismo es parte del prestigio de un país, México aún mantiene una imagen que no ayudara tanto para atraer turistas chinos al país, sabiendo que el buen vivir, el estatus y los lujos son parte de los requerimientos para unas vacaciones chinas en el extranjero, hay que tomar en cuenta varias propuestas:

- Dejar a China invertir en el país. La imagen que se tiene de México para el gobierno y empresa chinas es un poco negativa aún, por el simple hecho de que se toma a México como un satélite de los EE.UU el cual muestra poco interés en cualquier asunto que tenga que ver con China, a lo que, se le exhorta a la SRE, a la Secretaría de Economía y a la SECTUR implementar medidas atractivas que hagan que empresas chinas entren a invertir al país, ya que con mayor participación de capitales chinos en el país se dará por consecuente más exportación de ciudadanos chinos al país. Aunque esta propuesta al igual debería ser tomada para empresas chinas, las cuales deberían tener un mejor manejo de su imagen, debido a que los proyectos cancelados en los últimos años, el Dragón Mart en Cancún y el tren rápido entre México-Querétaro, ha sido también por todo el revuelo y especulaciones sobre que China estaba solo interesada en invertir en otros países como forma de expansionismo territorial, dejando en duda si el proyecto de zona turística con el Dragón Mart se volvería con el tiempo un territorio chino. Tanto México como China deben aprender sobre cómo ha actuado EE.UU desde la Guerra Fría y dejar atrás la imagen de país inseguro por parte de México y de país invasor por parte de China.
- Proyectar las ZEE de México hacia mercados chinos. Tomando en cuenta que el presidente Enrique Peña Nieto ha planeado crear Zonas Económicas Especiales en

gran parte del suroeste del país tomando como ejemplo el gran éxito de estas en China.¹⁷² Las ZEE deben ser puestas en marcha de inmediato y atraer IED especialmente de China, y crear zonas hoteleras inclinadas al turismo asiático, que a su vez con la implementación de industrias con mayor valor agregado traerán un ambiente de bienestar a estas zonas tan excluidas económicamente del país. El turismo más las nuevas industrias, traerán más empleos y mejores niveles de vida.

- Crear más prácticas y diálogos de confianza. La SRE o el mismo presidente de la Republica se deben responsabilizar en crear lazos más confiables con China, y dejar a un lado esa imagen de país amenaza, y comenzar a verlo como un aliado en este escenario internacional tan lleno de inestabilidades políticas y económicas. Una buena relación política y comercial traería por consecuente una relación turística prospera, es por eso que la cancillería debe aceptar que China es un país el cual debe ser tomado en cuenta en cada situación que se haga dentro de las relaciones internacionales de México, pues, si China aprecia a México por ser un país emergente y en búsqueda de convertirse un actor con responsabilidad global, el cual ha buscado diversificar sus mercados comerciales y turísticos en la última década, México deberá posicionarse como un buen aliado del país asiático, aceptando muestras de cooperación, como transferencia de tecnología o inversión en el sector petrolero. Un problema el cual podría enfrentarse México, podría ser con la entrada en vigor del TPP, ya que por un lado se tendrán once países como socios comerciales, China a su vez podría actuar de manera negativa ante México, ya que al ser está excluida de este tratado, podría poner en juego el futuro de la estable relación bilateral sino-mexicana, a su vez también podría ser una gran oportunidad para que empresas de servicios turísticos mexicanas puedan introducirse a países signatarios del tratado como Japón, Malasia, Vietnam para mejorar las corrientes turísticas al país y los chinos lleguen a percatarse de esto.

¹⁷² Peña Nieto Promulga La Ley Federal De Zonas Económicas Especiales.
<http://expansion.mx/economia/2016/05/31/pena-nieto-promulga-la-ley-federal-de-zonas-economicas-especiales> (Consultado el día 15 de julio del 2016 a las 11:09pm)

- Asimismo, se sugiere también a la SRE negociar acuerdos de cooperación y comerciales donde se incluyan tratos preferenciales a empresas chinas y que en cada encuentro en foros multilaterales como el G20, la APEC o el Foro Económico Mundial, se vea proactiva y positiva su relación bilateral con su gran socio, China.

5.- Búsqueda de resultados a largo plazo.

China significa para México la opción más viable y eficiente para terminar con tanta dependencia estadounidense que por décadas ha ido arrastrando México, por lo tanto una diversificación turística no solamente ayudaría para la búsqueda de más mercados, sino el trabajar y dedicarse a un nuevo cliente turístico potencial, los turistas procedentes de China (incluyendo Hong Kong y Taiwan). Para atraer a este nicho se necesita tener totalmente estrategias que arrojen resultados a largo plazo:

- Proyectar nuevamente Acapulco como destino principal del país: A pesar que el turismo de sol y playa se piense que no es un turismo el cual el turista chino se sienta atraído, las cifras de Datatur han mostrado lo contrario. Por lo tanto una gran tarea para la SECTUR será comenzar nuevamente a posicionar a Acapulco como el destino ideal tanto para nacionales como extranjeros. Si bien, lo que va del 2016 el turismo en Acapulco ha mostrado grandes derramas de dinero, contando que en vacaciones de semana santa se tuvo más del 80% de la ocupación hotelera, el turismo chino podría ser de gran ayuda para temporadas con baja ocupación, haciendo que se mantenga en constante movimiento la afluencia turística en este destino. Acapulco se ha vuelto sede de varios festivales musicales y culturales que han atraído a muchísimos turistas extranjeros, los cuales la SECTUR y el gobierno de Guerrero han intentado regresar la imagen que tenía Acapulco años atrás como un destino de playa ideal para cualquier tipo de persona y gustos (a diferencia de Cancún o la Riviera Maya), y los resultados se han mostrado muy favorables, tanto que el Tianguis Turístico 2017 volverá a ser en Acapulco, gracias al éxito obtenido en el año 2015, donde hubo presencia de empresas de África y Medio Oriente. ¹⁷³

¹⁷³ El tianguis turístico de México Acapulco 2015 supera todas las expectativas.
<http://www.sectur.gob.mx/sala-de-prensa/2015/03/26/boletin-60-el-tianguis-turistico-de-mexico-acapulco-2015-supera-todas-las-expectativas-crm/> (Consultado el día 18 de julio del 2016 a las 9:19pm)

- Explotar los beneficios de su ahora “relación estratégica integral”. La historia nos ha indicado que las alianzas entre países siempre serán la alternativa perfecta para sobrellevar los problemas económicos y políticos mundiales, a lo que México y China han mostrado interés mutuo sobre esto. Es por eso que se propone que se explote lo mayor que se pueda esta nueva fase a la que llegaron ambos países, la cual de pasar a una simple relación bilateral ahora tienen una relación estratégica integral, misma que se creó en 2013 con la visita de Xi Jinping a la Cd. de México, logrando acuerdos en materia energética, industrial, de inversiones, académicas y sobre todo turísticas.¹⁷⁴ Ante esto se recomienda aumentar los vuelos directos entre Shanghai y Tijuana para crear un verdadero impacto en esta relación estratégica, el fomentar el intercambio académico, y promover a México como el país indicado para la enseñanza del español, y no España. Teniendo en cuenta que las relaciones turísticas entre ambos países están aún en etapa de crecimiento, el mejorar todos estos aspectos sobre el idioma, la atracción de inversiones, la infraestructura, harán de México un destino sumamente atractivo para los chinos para antes del 2020.

- Finalmente se le recomienda a las empresas públicas y privadas y la población civil involucrada en el sector turístico, el comprender totalmente sobre la importancia de la diversificación de mercados en este sector, y colaborar en conjunto para que México se posicione como uno de los cinco países más visitados del mundo como lo llevo a proponer Felipe Calderón en su sexenio, pues aunque China aún tenga sus dudas sobre dejar salir tan fácilmente a sus ciudadanos al extranjero, México tiene muchos elementos para captar un gran número de turistas chinos. Al igual se recomienda involucrarse más en este tema ya que la falta de voluntad hizo que el 2015 denominado el turismo entre México-China haya pasado algo desapercibido.

Para que estas propuestas planteadas puedan tener éxito, es necesario que México logre entender que China no es una amenaza ni nada similar, al contrario, es un país el cual puede ser su gran aliado y socio, y que con una mejor relación turística entre ambos, se podrá mejorar la relación comercial tan deficiente que se tiene.

¹⁷⁴ México y China logran acuerdos de Asociación Estratégica. (Consultado el día 18 de julio de 2016).
<http://eleconomista.com.mx/industrias/2013/06/04/mexico-china-logran-acuerdo-asociacion-estrategica>

Conclusiones

El presente trabajo llegó a la conclusión guiándose desde perspectivas de la teoría neorrealista la cual expresa el interés de comprender la cooperación internacional entre estados con relaciones hostiles, de que el sector turístico mexicano está totalmente apto para recibir turistas de origen asiático, especialmente al turista chino, pues las empresas dedicadas en brindar servicios turísticos han mostrado cada vez mayor interés en este mercado, aunque aún existen varias limitantes que impidan que el flujo de turistas chinos llegue en grandes cantidades al país.

Las limitantes que enfrentan los prestadores de estos servicios son aspectos que si bien si se pueden modificar, costaran de demasiado esfuerzo y sobre todo de mucha voluntad de cada sector tanto del público como del privado para poder mejorar el turismo chino en el país. Limitantes como el escaso o más bien nulo conocimiento de idioma chino-mandarín y del conocimiento sobre su cultura y protocolo oriental, han sido aspectos no favorables que han hecho a México dejar pasar una gran oportunidad de crecimiento en su sector y de un enorme entrada de divisas al país, siendo que la OMT ha indicado que el turista chino es y será el turista más importante de los próximos años, tanto por volumen de turistas como de gastos.

Teniendo aclarada la definición de lo que es turismo, como una actividad la cual consiste en desplazarse fuera de una zona habitual por motivos de descanso, ocio o salud, y que a su vez es considerado un fenómeno social, cultural y económico por todo lo que conlleva al hacer turismo, México ha visto de este una actividad como un gran negocio desde los años 50's desde que Miguel Alemán se percatara de los grandes frutos que podrían generarse al promocionar esta actividad y explotando cada uno de los cientos de recursos que se encontraban en toda la República Mexicana. Es por eso que el turismo debe ser un objeto de estudio el cual no debe pasar por alto en las Relaciones Internacionales, pues si bien, es un sector el cual actualmente es considerado uno de los tres pilares que sostienen la economía mexicana, debería tener más prioridad en la agenda de cada estado y sobre todo en la sociedad civil, al entender que es el turismo el nuevo mecanismo de defensa de México hacia el exterior, ante la baja del precio del petróleo.

México aún tiene mucho que trabajar en su turismo, pero aun así, se han mostrado grandes resultados en lo que va del sexenio de Peña Nieto, resultados como:

- Ser considerado el primer destino de lujo a nivel mundial.
- Pasar de la posición 9 a la 10 en el top de los diez países más visitados del mundo creado por la Organización Mundial del Turismo (OMT)
- Se incrementó la llegada de turistas extranjeros con 32.1 millones, siendo el turista estadounidense el que año con año genera mayores visitas al país.
- Se obtuvo en 2015 más de 17 mil 500 millones de dólares en divisas, siendo el mayor record en la historia.
- Se ha logrado colocar a Acapulco nuevamente como el destino turístico ideal para cualquier tipo de turistas gracias a los exitosos Tianguis Turísticos.

Si bien este 2016 comenzó con el doble de visitas que se tuvieron en el primer trimestre del 2015, la SECTUR sigue en búsqueda de lograr una diversificación de mercados, no por el hecho de tener un recesión en el sector turístico sino que se espera que México logre convertirse en uno de los cinco países más importantes a nivel mundial en materia turística, tanto en servicios de calidad como en visitantes, es por eso que este trabajo deja en claro que los turistas procedentes de China son el mercado ideal para poder frenar un poco la enorme dependencia acumulada de años hacia turistas norteamericanos, por lo tanto el futuro de la industria del turismo en México tiene grandes retos en los próximos años, y uno de sus mayores retos será seguir aumentando el turismo chino. Superar los más de 100 mil chinos que actualmente visitan México no será una tarea tan difícil, eso si se logra capacitar a personal y se dedique más inversión a proyectos enfocados al turismo oriental.

China es realmente un socio vital para México, las buenas relaciones y los buenos oficios entre ambos países traerán grandes resultados a futuro; si tan solo México dejara de ver a los chinos como grandes posibles inmigrantes y depredadores de su comercio ante EE.UU, su relación con China sería muy fructífera, pues no puede existir una relación turística exitosa cuando no hay un relación política-económica estable. Es necesaria una relación donde se plasme una cooperación confiable y dejar atrás temas como la cancelación del tren rápido o el Dragón Mart.

La desaceleración de la economía china podrá verse reflejada en gran parte en las exportaciones de alimentos y materias primas de México, al ser menos demandadas por China, pero el turismo puede salir beneficioso. México es un país en vías de desarrollo y el más industrializado de América Latina, por lo tanto tiene una ventaja a ganar ante los demás países de su región, dejando a un lado países de Oceanía y Europa Occidental, y si se toma en cuenta que crece año con año el interés de la población china sobre los viajes fuera de sus fronteras, México puede colocarse como un destino único ante los chinos y buscar la manera de no seguir afectándose por la recesión del gran dragón asiático, es más, debe aprovechar cualquier situación y oportunidad que se preste en el actual panorama mundial. Es aquí la importancia de un internacionalista, el saber colocar a México y posicionarlo de la mejor manera para atraer mayor IED a zonas turísticas con grandes rezagos económicos, tomando en cuenta que China se ha inclinado a la internacionalización de capitales, implementar medidas de cooperación entre empresas chinas y mexicanas, y sobre todo el promover el intercambio cultural entre ambos países.

Gracias a que se tiene al año 2015 como base de la nueva relación estrategia integral entre México y China, y teniendo a su vez que este país asiático se ha vuelto una sociedad de consumo totalmente demandante de viajes al extranjero, es que se dieron cinco grandes propuestas encaminadas a la atracción de turistas chinos, siendo estas dedicadas a la búsqueda de una mejor infraestructura moderna, a mayor IED, capacitación de prestadores de servicios turísticos, mayor participación de instituciones gubernamentales, privadas y académicas enfocadas al turismo y a la cultura china y sobre todo mayor participación de México en asuntos sobre China, remarcando su interés por convertirse en un actor con responsabilidad global.

Al igual se logró comprender que China es un mercado potencial para el turismo mexicano, pues al ser un país donde coexisten todo tipo de clase sociales, y a la vez ser una nación totalmente grande (considerando Hong Kong y Macao) el turismo chino será la clave para un gran crecimiento a futuro del sector turístico mexicano. Comprendimos al igual la importancia del programa turístico denominado *Approved Destination Status*, que fue creado por el Partido Comunista Chino con la intención

de mantener más control sobre las salidas de los ciudadanos chinos y asegurar su regreso al país, promoviendo un turismo en grupo máximo de 15 personas. Se le otorgó este nombramiento a aquellos países los cuales fueran aptos para recibir a corrientes turísticas chinas y brindarles los mejores servicios, provocando que varios países en todo el mundo decidieran trabajar en su turismo para recibir grandes cantidades de estos turistas. Se concluye que el PCCh tomo en cuenta tres factores para brindarles el *ADS* a los países que lo solicitaron: 1.- que tuvieran Patrimonios de la Humanidad designados por la UNESCO, pues así serían más atractivos para los chinos, 2.- que fueran a su vez países donde se pudieran facilitar y mejorar los flujos comerciales y de inversiones a futuro, 3.- y sobre todo países los cuales mostraran un enorme déficit comercial anual con China, por ejemplo México.

El *ADS* fue otorgado a México a finales del 2004 pero desde esa fecha este programa ha sido casi ignorado, pues los turistas chinos que han visitado el país lo han hecho por su cuenta y no por el *ADS*, aunque tampoco se ha tenido un número influyente de chinos en destinos mexicanos. Asimismo, el 2015 se nombró el año del turismo entre México-China y aunque no logro tener gran repercusión, si se notó un incremento de turistas chinos al país con alrededor de 100 mil chinos, generando un aumento del 30% comparado al del 2014. Es así que los próximos años pintan de la mejor manera para el sector turístico mexicano, pues ha alcanzado un nivel de madurez tan grande, que tiene todo para poder generar más corrientes turísticas chinas, pero hay que aclarar los puntos que el gobierno mexicano debe mejorar:

1. Crear mayores eventos con repercusión internacional y que sean atractivos para los chinos: Festivales de música, de cine, exposiciones de cultura, etc.
2. Crear mayores contenidos multimedia que ayuden a la promoción de destinos turísticos mexicanos por medio de películas, comerciales, videos musicales, novelas, y sobre todo en páginas de internet.
3. Crear más agencias de viajes mexicanas que puedan atraer grandes grupos de turistas chinos, esperando así también que el nuevo aeropuerto de la Ciudad de México pueda atender a todo el turismo chino se espera captar en los próximos años.

4. Crear conciencia en las futuras generaciones de estudiantes sobre la importancia del idioma chino-mandarín y fomentar el intercambio académico, especialmente entre la Cd. de México y Beijing, las dos grandes ciudades. Y como se ha reiterado varias veces, que tanto los egresados de Relaciones Internacionales como sus futuras generaciones tendrán que integrarse más en este sector y aportar sus conocimientos a este campo, más que los estudiantes chinos también se ven interesados en los intercambios a países lejanos, siendo una buena oportunidad para crear grandes lazos culturales.

Con base a lo anterior más las propuestas dadas para que México pueda convertirse en un destino ideal para los turistas chinos, es que se le plantea a todas las instituciones encargadas de promover el turismo mexicano, como la SRE, la SECTUR, CPTM, FONATUR y hasta a instituciones académicas como el Cechimex, de que se debe tomar en serio este mercado, no se puede seguir alargando el tiempo, se debe tomar medidas inmediatas y trabajar en conjunto para que las relaciones turísticas entre China y México se profundicen y se logre aumentar el flujo de visitantes, logrando así una relación más sana también en términos políticos.

El Programa Nacional de Desarrollo 2013-2018 indica claramente la necesidad que tiene México de la modernización y de posicionarse como destino importante a nivel mundial para poder tener repercusiones positivas en la economía de todos los mexicanos, por lo que el derroche económico que los chinos pudieran hacer en el país, demandarían el tener mejores niveles de calidad en servicios y así gente más capacitada para este mercado tan exigente, siendo toda una cadena de beneficios comunes, pues se brindaría una mejor estancia a los turistas chinos y a su vez se ofrecerían mejores puestos de trabajo y económicamente mejor remunerados.

Los destinos con los que actualmente México apuesta para atraer turismo asiático, son especialmente dos, el turismo cultural y de aventura. Tomando en cuenta que de norte a sur se tienen decenas de zonas arqueológicas y reservas naturales sumando un sector hotelero que brinda servicios de primer nivel y de todos los precios y gustos en donde pueden vivirse experiencias únicas, el turismo en México tendrá años prometedores con sus futuros mercados asiáticos. Si bien, este trabajo

se enfocó en buscar los elementos necesarios para atraer en grandes cantidades a turistas chinos, también se ha visto que otros países como Japón o Corea del Sur, emiten cantidades importantes de turistas a México y sobre todo interesados en el intercambio académico que tanto se ha exigido en universidades de estos países.

Es inevitable pronosticar a ciencia exacta un futuro brillante para el turismo mexicano, pues se han presentado nuevas adversidades que no se contemplaban del todo, como la modernización y el fin del embargo en Cuba y las amenazas de un posible futuro presidente estadounidense el cual ha advertido mantener una relación distante con México; con todo esto, este trabajo ha demostrado que el turismo chino podrá convertirse en un elemento principal para el desarrollo económico que tanto le ha costado a México, y que cada vez más crece la necesidad de comprender al turista chino, pues serán los turistas más importantes por muchísimo más tiempo, como lo pronosticó la Organización Mundial del Turismo.

Finalmente y para concluir este trabajo de investigación, tuve la experiencia como internacionalista de poder viajar a tres de las ciudades más importantes de la República Popular de China, siendo estas Beijing, Shanghái y Xi'an, dándome este viaje la oportunidad de estudiar y comprender de una manera mejor el estilo de vida chino y sobre todo su estilo único a la hora de hacer turismo. Al visitar estas tres grandes ciudades las cuales a su vez son las ciudades mas visitadas por los mismo turistas chinos y por turistas extranjeros, me percate que el turismo chino es muy estricto en sus recorridos, ya que necesitan de unos minutos para poder tomar las fotografías necesarias, y para leer sobre la historia de los lugares turísticos que visitaban, siendo que un guía de turistas es muy necesario para cualquier chino.

Algo muy interesante fue que en muchos lugares turísticos como en La Gran Muralla China no se hablaba ingles; pero algo que me quedo claro como internacionalista, fue la importancia de hacer crecer una relación mas formal entre México y China, y mas que muchos chinos ni siquiera conocen la ubicación geográfica de México, por ende quedo muy satisfecho al saber que aporto al campo de las relaciones internacionales un tema que da bastante para explotar y trabajar, siendo China la oportunidad perfecta para un mejor crecimiento económico en México.

Fuentes de consulta

Bibliografía

- Gurría Di-Bella Manuel. (2009). *Introducción al turismo*. Editorial Trillas.
- De la Torre Padilla, Oscar. *El turismo, fenómeno social*. Fondo de Cultura Económica. Año. 1994
- Beltrami Mauri. *Ocio y Viajes en la Historia: Antigüedad y Medioevo*. Editorial. Academia Española. Año 2001. Pág. 24.
- Humboldt Alexander. *Ensayo político sobre el reino de la Nueva España*. Editorial Porrúa. Edición 2004.
- Acerenza Miguel Ángel. *Administración del turismo*. Editorial Trillas. Año 2000.
- Barbé Esther. *Relaciones Internacionales*. Editorial. Tecnos. Año 1995
- Morgenthau, Hans Joachim. *Escritos sobre política internacional*. Editorial. Tecnos. Año 1990.
- Gutiérrez Pantoja Gabriel. *Teoría de las relaciones internacionales*. Editorial. Castillos. Año. 1997
- Panosso Netto Alexandre. *Teoría del turismo*. Editorial Trillas. Año 2012.
- Molina Sergio. *Promoción Turística en México*. Editorial Trillas. Año 2007. Pág. 24
- Ávila Aldapa Rosa Maya. *Turismo Cultural en México*. Editorial Trillas. Segunda edición 2011. Págs. 22 a 27.
- Cheek Timothy. *Vivir con la reforma: China desde 1989*. Editorial Intermón Oxfam. Año 2006.
- Anguiano Eugenio. *China Contemporánea desde 1949*. Editorial COLMEX. 2001.
- Guangrui Zhang. *Green Book of China's Tourism*. Editorial: COTRI. Año 2011
- Leonard Mark. *¿Qué piensa China?* Editorial Icaria. Año 2008. Págs. 33 a 62

- Chong King. *Tourism in China: Policy and Development Since 1949*. Editorial Routledge. Año 2011. Pág. 225
- Creutzfeldt Benjamín. *China en América Latina*. Editorial. Universidad Externado de Colombia. Año. 2012.
- Dussel Peters Enrique. *Hacia un diálogo entre México y China*. Senado de la República. Año 2010. Págs. 207 a 243

Fuentes electrónicas.

- BBC News “What is the world's favourite holiday destination”
<http://www.bbc.com/news/magazine-23433149> (Diciembre 2015)
- El Financiero. México vive segunda oleada de inmigrantes de origen chino.
<http://www.elfinanciero.com.mx/economia/mexico-vive-segunda-oleada-de-inmigrantes-provenientes-de-china.html> (Enero 2016)
- Turismo en la Edad Antigua: Grecia.
<http://turismohistoria.blogspot.mx/2008/04/turismo-en-la-edad-antigua-ii-grecia-y.html> (Marzo 2016)
- La vivienda romana.
https://sites.google.com/site/domusdelmitreo/home/profesores/domu_s (Marzo 2016)
- ¿Cómo Nace La Hostelería? (Marzo 2016)
<https://palanteflash.wordpress.com/2007/09/21/como-nace-la-hosteleria/>
- Thomas Cook. <https://www.thomascook.com/thomas-cook-history/> (Marzo 2016)
- Bretton Woods, El Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial.
<https://www.imf.org/external/np/exr/facts/spa/imfwbs.htm> (Marzo 2016)
- Glosario <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx> (Marzo 2016)
- Turismo.
http://archivos.diputados.gob.mx/Centros_Estudio/Cesop/Comisiones/d_turismo.htm (Marzo 2016)
- UNWTO. Entender el turismo. <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (Marzo 2016)
- SIIMT. Llegadas de Turistas Internacionales 2014.
http://www.siimt.com/en/siimt/ranking_mundial_omt (Marzo 2016)

- Tipos de turismo. <http://www.blogitravel.com/2009/11/tipos-de-turismo-%C2%BFque-clases-de-turismo-existen/> (Marzo 2016)
- Moreno Toscano, Octavio. El Turismo como factor político en las RR.II. [PDF]. http://codex.colmex.mx:8991/exlibris/aleph/a18_1/apache_media/3Q72MSRVNT5UR93ULS5LXDLABFKJ49.pdf (Marzo 2016)
- Navarro Drazich Diego. "El turismo internacional desde la perspectiva de las teorías de las Relaciones Internacionales. [PDF]. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/43707/1/Investigaciones_Turisticas_08_07.pdf (Marzo 2016)
- UNTWO Barometer. (Marzo 2016) http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_03_may_excerpt_.pdf
- El Economista. Anuario 2015: Turismo en México <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/12/26/anuario-2015-turismo-mexico-seguira-rompiendo-records> (Abril 2016)
- SECTUR. México destino de lujo. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/mexico-primer-lugar-del-top-10-de-sitios-para-turismo-de-lujo> (Abril 2016)
- Informes Presidenciales. Miguel De La Madrid Hurtado [PDF] <http://www.diputados.gob.mx/sedia/sia/re/RE-ISS-09-06-16.pdf> (Abril 2016)
- Arnaíz Burne Stella. Geopolítica, recursos naturales y turismo del Caribe mexicano. [PDF] <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v19n1/v19n1a09.pdf> (Abril 2016)
- VisitMexico. Estados. <http://www.visitmexico.com/es/estados> (Abril 2016)
- SECTUR. Programas Regionales. <http://www.sectur.gob.mx/programas/programas-regionales/> (Abril 2016)
- SIIMT. Inteligencia de mercados. http://www.siimt.com/en/siimt/siim_ocupacion_hotelera. (Abril 2016)
- UNESCO. World Heritage List of México. <http://whc.unesco.org/en/statesparties/mx> (Abril 2016)
- El Universal. Preocupa al FMI países que dependen del turismo. <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/679910.html> (Abril 2016)
- El Economista. Anuario 2015, turismo. <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/12/26/anuario-2015-turismo-mexico-seguira-rompiendo-records> (Abril 2016)
- UNWTO. Panorama del turismo internacional 2015. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875> (Abril 2016)

- México, noveno lugar mundial en turismo: OMT
<http://www.cronica.com.mx/notas/2016/958744.html> (Mayo 2016)
- Tourism Statistics. <http://en.cnta.gov.cn/Statistics/TourismStatistics/> (Mayo 2016)
- Expansión. ¿Qué turistas gastan más en el mundo?
<http://expansion.mx/salud/2013/04/07/que-turistas-gastan-mas-en-el-mundo-la-respuesta-esta-en-chino> (Mayo 2016)
- Revistas UNAM. Migración y exclusión en China.
<http://www.revistas.unam.mx/index.php/pde/article/view/34559/31494> (Mayo 2016)
- Los 10 países más visitados por los turistas chinos en 2015.
<http://www.njoyspainconsulting.com/los-10-paises-mas-visitados-por-los-turistas-chinos-en-2015/> (Mayo 2016)
- Turismo chino alcanza los 100 millones.
http://www.hosteltur.com/186520_turistas-chinos-viajan-al-extranjero-alcanzan-100-millones.html (Mayo 2016)
- Turismo en China [PDF] (Mayo 2016)
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/linares_c_c/capitulo3.pdf
- El auge del turismo emisor chino: ¿Qué buscan y cómo se comportarán 100 millones de nuevos turistas? (Mayo 2016)
http://www.anuarioasiapacifico.es/pdf/2010/29_w_art_berenice_aceves.pdf
- 120 million Chinese celebrate Golden Week.
<http://www.canada.com/topics/news/world/story.html?id=99936605-ef45-4f62-9f73-44b466697bd3&k=80756> (Mayo 2016)
- Torres Federico Rodrigo. El auge del mercado turístico chino. [PDF].
http://www.ricit.sectur.gob.mx/es_es/RICIT/Repositorio_de_documentos/_rid/12/_mto/3/_mod/getFile?fileid=41 (Mayo 2016)
- UHERO. The Impact of Approved Destination Status on Mainland Chinese Travel Abroad. [PDF] http://www.uhero.hawaii.edu/assets/WP_2012-3.pdf (Mayo 2016)
- Estudios México – China Vol. 3
<http://www.upsin.edu.mx/assets/archivos/internacionalizacion/EstudiosMexicoChinaTomo3-Turismo.pdf> (Mayo 2016)
- CubaDebate. Cuba y México pueden buscar complementación en temas de turismo, asegura ministro cubano. (Julio 2016)
<http://www.cubadebate.cu/noticias/2016/06/06/cuba-y-mexico-pueden-buscar-complementacion-en-temas-de-turismo-asegura-ministro-cubano/#.V512RbjhDIV>

- Licona Michel Angel. Destinos turísticos del viajero chino, aprendizaje para su atracción en el mercado de México. [PDF] (Junio 2016)
http://www.uv.mx/chinaveracruz/files/2015/04/03_Destinos-turisticos.pdf
- La estrella. Latinoamérica quiere que los turistas chinos pierdan el miedo a visitarla. <http://laestrella.com.pa/economia/latinoamerica-quiere-turistas-chinos-pierdan-miedo-visitarla/23941425> (Junio 2016)
- ABC. Los turistas chinos se gastan una media de 1.000 euros por compra en España. http://www.abc.es/economia/abci-turistas-chinos-gastan-media-1000-euros-compra-espana-201601021703_noticia.html (Junio 2016)
- Attract China. El turismo chino en Latinoamérica. (Junio 2016)
<http://www.attractchina.com/espanol/el-turismo-chino-en-latinoamerica/>
- Forbes. Divisas por turismo crecen 7.4% en primer trimestre.
<http://www.forbes.com.mx/divisas-por-turismo-crecen-7-4-en-primer-trimestre-sectur/> (Julio 2016)
- Estudiante regia gana beca para atraer turismo chino a México.
<http://www.20minutos.com.mx/noticia/b298621/estudiante-regia-gana-beca-para-atraer-turismo-chino-a-mexico/#xtor=AD-1&xts=513356> (Julio 2016)
- SRE. Participa México en la Guangzhou International Travel Fair
<https://www.gob.mx/sre/prensa/participa-mexico-en-la-guangzhou-international-travel-fair> (Julio 2016)
- SRE. México Continúa Fortaleciendo su Promoción Turística en China.
<https://embamex2.sre.gob.mx/china/index.php/es/ver-mas/2-uncategorised/5-mexico-continua-fortaleciendo-su-promocion-turistica-en-china> (Julio 2016)
- SECTUR. Llegada de extranjeros a México sube 10%: SECTUR.
<http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/extranjeros-a-mexico-suben-10-sectur.html> (Julio 2016)
- El Economista. Alianza del Pacífico busca captar turismo chino.
<http://eleconomista.com.mx/industrias/2016/02/25/alianza-pacifico-busca-captar-turismo-chino> (Julio 2016)
- Excelsior. Vendrán 10 mil familias de China al Dragon Mart de Cancún.
<http://www.excelsior.com.mx/2013/01/10/nacional/878729> (Julio 2016)
- Expansión. Reunión Entre Felipe Calderón y El Dalai Lama Molesta A China.
<http://expansion.mx/nacional/2011/09/10/la-reunion-entre-felipe-calderon-y-el-dalai-lama-molesta-a-china> (Julio 2016)

- Milenio. México ¿Actor con responsabilidad global?
http://www.milenio.com/firmas/adriana_gonzalez/Mexico-actor-responsabilidad-global_18_371542925.html (Julio 2016)
- Dussel Peters Enrique. La relación México China. Desempeño y propuestas 2016-2018. [PDF] <http://dusselpeters.com/CECHIMEX/LarelacionMexicoChina.pdf>
- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle_popup.php?codigo=5299465 (Julio 2016)
- Plan Nacional de Turismo [PDF] www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/01/programa_turismo.pdf (Julio 2016)
- El Financiero. Fortalecen México y China relación en materia turística.
<http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/fortalecen-mexico-y-china-relacion-en-materia-turistica.html> (Julio 2016)
- China incluirá en una "lista negra" a pasajeros que causen problemas en aviones. <http://www.emol.com/noticias/Internacional/2016/02/01/786196/China-actua-contra-los-pasajeros-que-causen-disturbios-dentro-de-los-aviones.html>
- Los turistas chinos se vuelcan con Tailandia. (Julio 2016)
<http://www.zaichina.net/2013/09/03/los-turistas-chinos-se-vuelcan-con-tailandia/>
- Promueven artesanías para diversificar productos turísticos en México.
<http://www.zocalo.com.mx/seccion/articulo/promueven-artesantias-para-diversificar-productos-turisticos-en-mexico-14658> (Julio 2016)
- Expansión. Peña Nieto Promulga La Ley Federal De Zonas Económicas Especiales. <http://expansion.mx/economia/2016/05/31/pena-nieto-promulga-la-ley-federal-de-zonas-economicas-especiales> (Julio 2016)
- Forbes. 6 razones por las que China no quiere invertir en México
<http://www.forbes.com.mx/6-razones-por-las-que-china-no-quiere-invertir-en-mexico/> (Julio 2016)
- - Expansión. México Recibe 35.1% Más Turistas Chinos. (Junio 2016)
<http://expansion.mx/economia/2013/06/04/mexico-recibe-351-mas-turistas-chinos>
- Milenio. Turismo compensara caída del crudo.
http://www.milenio.com/negocios/Turismo-compensara-caida-crudo-Sectur_0_665333471.html (Junio 2016)
- SECTUR. El tianguis turístico de México Acapulco 2015 supera todas las expectativas. <http://www.sectur.gob.mx/sala-de-prensa/2015/03/26/boletin-60-el-tianguis-turistico-de-mexico-acapulco-2015-supera-todas-las-expectativas-crm/> .