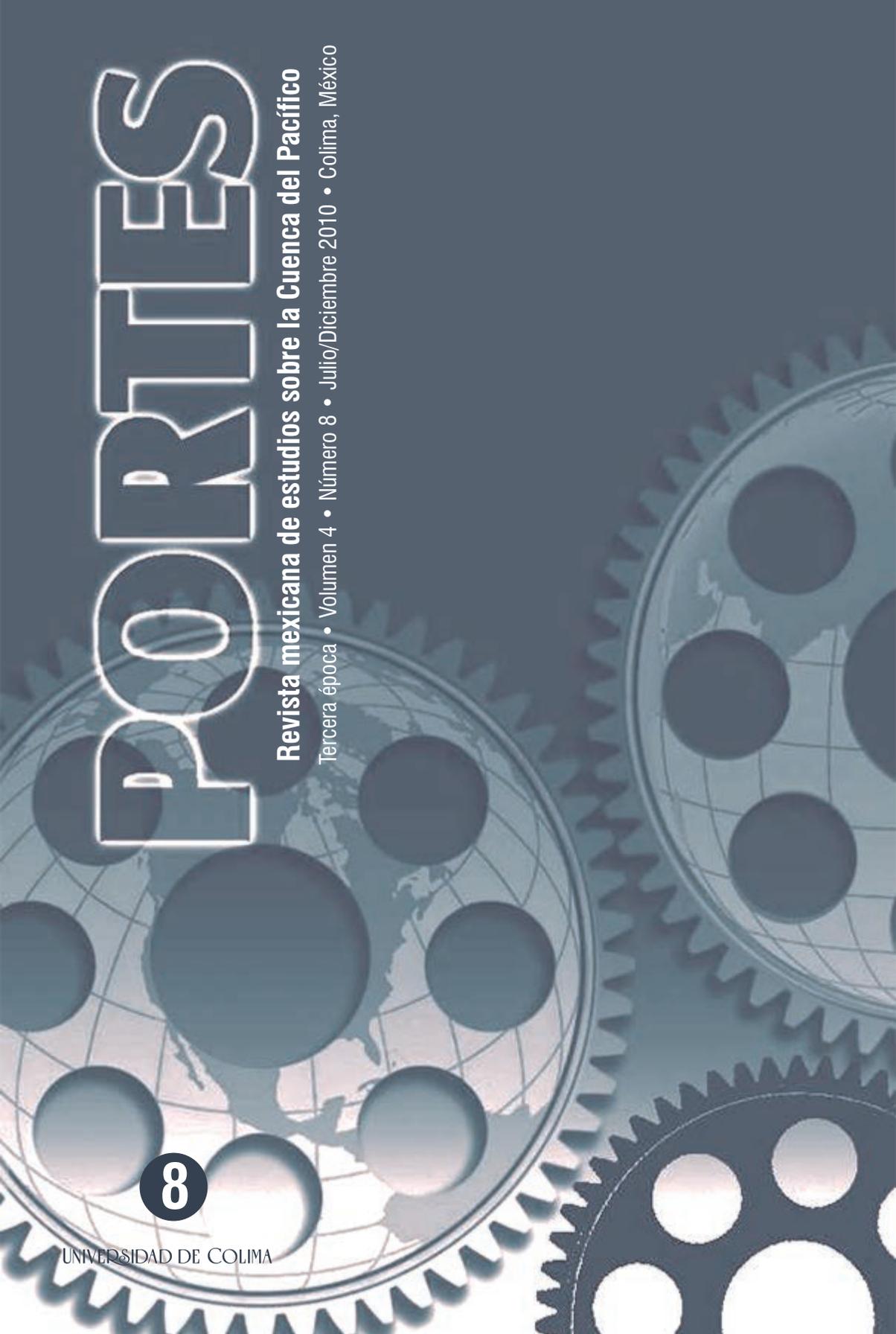


FORTEES



Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico

Tercera época • Volumen 4 • Número 8 • Julio/Diciembre 2010 • Colima, México

8

UNIVERSIDAD DE COLIMA

PORTES

Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico

Tercera época • Volumen 4 • Número 8 • Julio/Diciembre 2010 • Colima, México

Dr. Ángel Licona Michel
Coordinador de la Revista

Lic. Ithovan Pineda Lara
Asistente de coordinación de la revista

Comité editorial internacional

Dr. Hadi Soesastro[†]
Center for Strategic and International Studies,
Indonesia

Dr. Pablo Bustelo Gómez
Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Kim Won ho
Universidad de Hankuk, Corea del Sur

Dr. Mitsushiro Kagami
Instituto de Economías en Desarrollo, Japón

Universidad de Colima

MC Miguel Ángel Aguayo López
Rector

Dr. Ramón Cedillo Nakay
Secretario General

Dr. Ricardo Navarro Polanco
Coordinador General de Investigación Científica

Dr. José Ernesto Rangel Delgado
Director del CUEICP

MC Christian Torres Ortiz Zermeño
Directora General de Publicaciones

Mtra Gloria Guillermina Araiza Torres
Directora General de Publicaciones

Índices a los que pertenece: Sistema regional de información
en línea para revistas científicas de América Latina, El Caribe,
España y Portugal (LATINDEX)
Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades
(CLASE)
EBSCO/México

Comité editorial nacional

Dra. Mayrén Polanco Gaytán / Universidad de Colima,
Facultad de Economía

Mtro. Alfredo Romero Castilla / UNAM, Facultad de Ciencias
Políticas y Sociales

Dr. Juan González García / Universidad de Colima, CUEICP
Dr. José Ernesto Rangel Delgado / Universidad de Colima,
CUEICP

Dr. Pablo Wong González / Centro de Investigación en
Alimentación y Desarrollo, CIAD Sonora

Dr. Clemente Ruiz Durán / UNAM, Facultad de Economía

Dr. León Bendesky Bronstein / ERI

Dr. Víctor López Villafañe / ITESM, Relaciones Internacionales,
Monterrey

Dr. Carlos Uscanga Prieto / UNAM, Facultad de Ciencias
Olíticas y Sociales

Prof. Omar Martínez Legorreta / Colegio Mexiquense

Dr. Ernesto Henry Tuner Barragán / UAM-Azcapotzalco,
Departamento de Economía

Dra. Marisela Connolly / El Colegio de México, Centro de
Estudios de Asia y África

Cuerpo de árbitros

Dra. Genevieve Marchini W. / Universidad de Guadalajara,
Departamento de Estudios Internacionales. Especializada en
Economía Financiera en la región del Asia Pacífico

Mtro. Alfonso Mercado García / El Colegio de México y el
Colegio de la Frontera Norte. Especializado en Economía Industrial
e Industria Maquiladora

Dr. Fernando Alfonso Rivas Mira / Universidad de Colima.
Especializado en Propiedad Intelectual, Turismo Internacional y
Desarrollo Regional en el Marco de la Cuenca del Pacífico

Dr. Alfredo Román Zavala / El Colegio de México.
Especializado en Estudios sobre Japón y Australia

Mtro. Saúl Martínez González / Universidad de Colima.
Especializado en Economía Agrícola

Dra. Susana Aurelia Preciado Jiménez / Universidad de
Colima

Dr. Roberto Escalante Semerena / UNAM, Facultad de
Economía. Especializado en Economía Agrícola

Dra. Melba Eugenia Falck Reyes / Universidad de
Guadalajara, Departamento de Estudios del Pacífico.
Especializada en Economía Japonesa

Dra. Kirstein Appendini / El Colegio de México.
Especializada en Economía Agrícola

Dr. Emma Mendoza Martínez / Universidad de Colima,
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Especializada en
Estudios de Asia y África

Dra. María Elena Romero Ortiz / Universidad de Colima,
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Especializada en
Relaciones Internacionales

Dr. Jürgen Haberleithner / Universidad de Colima, CUEICP.
Especializado en Políticas de Investigación, Desarrollo y Empleo

PORTES, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico, Tercera época, Volumen 4, Número 8, Julio/Diciembre 2010, es una publicación semestral de difusión e investigación científica de la Universidad de Colima por medio del Centro Universitario de Estudios e Investigaciones sobre la Cuenca del Pacífico y del Centro de Estudios de APEC (CUEICP-CEAPEC). Av. Gonzalo de Sandoval 444, Col. Las Víboras, C.P. 28040, Colima, Col., México. Teléfono (+ 52) 312 316 11 31. www.portesasiapacifico.com.mx, portes@uacol.mx. Reservas de Derechos al Uso Exclusivo No. 04 2010 030116423900 102, ISSN 1870 6800. Editora responsable: Gloria González. Edición: Carmen Millán y Jaime Sánchez Hernández de la Dirección General de Publicaciones de la Universidad de Colima, Av. Universidad 333, Col. Las Víboras, C.P. 28040. Colima, Col., México. Teléfono (+52) 312 316 10 00, ext. 35004. Este número se terminó de editar en junio de 2012.

Las ideas expresadas en los artículos e investigaciones son responsabilidad de los autores y no najeferel punto de vista del CUEICP CEAPEC o de la Universidad de Colima.

El CUEICP y el CEAPEC autorizan la reproducción parcial o total de los materiales presentados aquí, siempre y cuando se dé crédito al autor y a la revista sin fines de lucro.

La diferencia en la posición de México, Japón y China como receptores de turismo internacional y en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo

.....

*Irma Magaña Carrillo*¹

Resumen

México, como destino turístico receptor de viajeros se encuentra posicionado entre los diez primeros lugares en llegadas internacionales. Sin embargo, de manera competitiva (según el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo), se encuentra en una posición muy baja. Esta investigación tiene como objetivo comprender y explicar las diferencias de competitividad dentro del renglón turístico entre México y países de la región Asia Pacífico, como lo es Japón y China. En este artículo se aborda un cuestionamiento que surge de la evidente contradicción que México tiene al ser líder en llegadas internacionales, pero con un bajo desempeño competitivo, según los Índices Internacionales de Competitividad Turística.

Comparar a México con Japón y China ayuda a comprender qué aspectos (considerados en los pilares del índice) requiere modificar nuestro país para mejorar competitivamente, como lo sugiere el Plan Sectorial del Turismo 2007-2012.

¹ Profesora-investigadora de la Facultad de Turismo, Universidad de Colima.
E-mail: irma@ucol.mx

Palabras clave: turismo receptivo, índice de competitividad, México, China, Japón.

Abstract

Mexico, as a tourist destination that is recipient of tourists, ranks among the top ten in terms of international arrivals. Nevertheless, in terms of competitiveness, according to the index of Travel and Tourism Competitiveness, its ranking is very low. This research project looks to understand and explain the differences in tourist competitiveness between Mexico and other countries within the Asia-Pacific Basin. This article is preoccupied with the question posed by Mexico's evident contradicting position as that of being on the one hand, leader in terms of international arrivals, and on the other, having a low competitive performance, according to the index of international tourist competitiveness.

Comparing Mexico to Japan and China, helps to understand what aspects, among those considered in the index pillars, should be contemplated in order to strengthen Mexico's levels of competitiveness, as suggested in the Tourist Sectorial Plan 2007-2010.

Introducción

La investigación que da entrada a este artículo, define las estrategias para presentar a México como un destino turístico atractivo para el mercado Asia-Pacífico, y hacerlo un miembro más activo en el organismo Pacific Asia Travel Association (PATA) en el siglo XXI (Magaña, 2004).

En este estudio se da seguimiento a la investigación y se profundiza en el estudio del mercado Asia-Pacífico desde la perspectiva de los negocios turísticos, haciendo un análisis macro respecto a la competitividad de México como destino turístico. Los antecedentes de este artículo podrían considerarse en numerosos esfuerzos de investigación realizados en torno al área Asia-Pacífico, y otros relacionados con el análisis del turismo y su competitividad (Enright, M. y Newton, J., 2005; Wang, K. y Wu, Ch., 2003; Narváez, M. y Gladys, F., 2009 y Puccio, H., y Grana, N., 2008).

Por dar un ejemplo, en una de las recientes publicaciones está el análisis realizado basándose en la herramienta de

“calidad” nombrado *Diagrama de Ishikawa*, que nos sirve para comprender la situación en la que se encuentra la competitividad de México como destino turístico, identificando así las causas que se hubieran acumulado desde hace algunas décadas (Magaña, 2010). Igualmente, la publicación sobre el análisis de las políticas públicas que ha desarrollado México en los últimos sexenios en materia turística, y que han impactado en el aspecto de esta área en nuestro país (Magaña, 2009).

Este artículo presenta un análisis general sobre cómo México es un destino turístico con grandes llegadas internacionales, pero que no tiene una posición competitiva, según el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (2009), que emite el Foro Económico Mundial. Se pretende que la argumentación de este planteamiento genere la discusión y reflexión respecto al desempeño de México en comparación con otros dos países del Pacífico asiático: China y Japón.

Es evidente que México como destino requiere aún trabajar en posicionarse como competitivo en el área turística; además de los pilares que más adelante se señalan, los números de estadias y los gastos que realizan los visitantes está muy por debajo de posicionarse entre los primeros destinos turísticos internacionales.

Resulta fundamental que se realice este tipo de análisis, para que se evidencie la importancia de llevar a cabo políticas públicas que fortalezcan no únicamente la infraestructura turística, sino otros aspectos que este índice contempla, y establecer con esta reflexión, la principal aportación de este artículo. No se pretende que las cifras e información presentada sean reveladoras respecto a la situación de dichos países; se integra para sentar las bases de una comparativa primordial —indispensable— para comprender las áreas de oportunidad de México en diversos aspectos, que podrían fortalecer su actividad turística.

Este trabajo se encuentra estructurado de la siguiente manera: posterior a esta introducción, se presenta el apartado de argumentación en el que se contempla un análisis específico del Índice de Competitividad Turística en cuanto a los pilares que lo componen, y se inicia con la exposición comparativa entre los países México, China y Japón. Posteriormente se reflexiona acerca de los resultados y sus implicaciones en términos generales para cada país, resaltando especialmente las activida-

des que México está dejando de hacer, a diferencia de otros países que sí las están considerando. Finalmente, las conclusiones cierran la reflexión de este artículo.

México, China y Japón: contexto turístico y posición en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (2009)

El objetivo de este avance de investigación es estudiar el índice y sus pilares para después compararlo con las posiciones de países con diferente ubicación en el número de visitas internacionales (ver tabla 1). Posteriormente analizamos qué planes sectoriales ha establecido el gobierno mexicano respecto al turismo; hacemos una breve consideración de los elementos de análisis macroeconómico entre México, China y Japón, y de esta manera considerar qué tan relacionado está el índice con la actividad turística.

Se parte de la premisa de que México se encuentra entre los diez países más visitados del mundo (como se puede observar a continuación), considerando su número de llegadas. Este análisis muestra dichos resultados frente a los que tiene México en el Índice Internacional de Competitividad Turística, emitido por el Foro Económico Mundial.

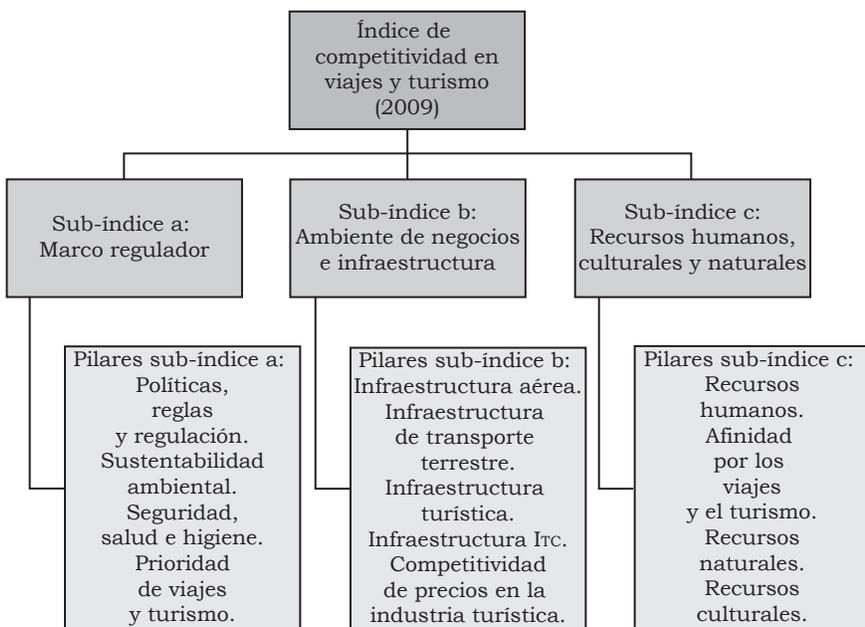
Tabla 1. Llegadas de turistas internacionales por país

Posición mundial	País	Continente	Llegadas de turistas internacionales en 2008 (en millones)	Llegadas de turistas internacionales en 2007 (en millones)	Llegadas de turistas internacionales en 2006 (en millones)
1	 Francia	Europa	79.3	81.9	79.1
2	 Estados Unidos	América	58.0	56.0	51.1
3	 España	Europa	57.3	58.7	58.5
4	 China	Asia	53.0	54.7	49.6
5	 Italia	Europa	42.7	43.7	41.1
6	 Reino Unido	Europa	30.2	30.2	30.7
7	 Ucrania	Europa	25.4	23.1	18.9
8	 Turquía	Europa	25.0	22.2	18.9
9	 Alemania	Europa	24.9	24.4	23.6
10	 México	América	22.6	21.4	21.4

Fuente: OMT, 2010.

Para comenzar, este índice incluye a 133 países (2009), y se encarga de medir qué tan atractivo es el sector turismo, para promover en ellos la inversión productiva; así pues, el índice otorga a cada país una calificación que va desde 1 (la más baja) hasta 6 (la más alta) y está conformado de la siguiente manera.

Figura 1. Pilares que contempla el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (2009)



Fuente: Elaboración propia a partir de WEFORUM (2009).

Para comprender el índice es necesario analizarlo por pilar, y mostrar (ya en calidad documental) las posiciones de los tres países que interesan para este estudio.

Después de revisar la estructura del índice se comenzará con el estudio del mismo a través de cuadros comparativos que sólo contemplen a los tres destinos turísticos en estudio; se pasará de lo general a lo particular (ver la siguiente tabla que muestra la calificación obtenida por cada país en 2009).

Tabla 2. Ubicación de China, Japón y México en el Índice Internacional de Competitividad Turística (según pilares de este índice)

País	Índice general		Marco regulador		Ambiente de negocios e infraestructura		Recursos humanos, naturales y regionales	
	Clasif. regional	Clasif. global	Clasif.	Calif.	Clas.	Calif.	Clas.	Calif.
China	10	47	4.33	4.24	59	3.73	12	5.01
Japón	5	25	4.91	5.1	20	4.83	15	4.81
México	6	51	4.29	4.34	64	3.66	13	4.87

Fuente: propia a partir de WEFORUM (2009: 18-19).

Nota: las cifras marcadas en negritas son las clasificaciones más bajas, refiriéndose a los tres países en estudio.

Se puede apreciar que en cuanto a los recursos humanos, naturales y regionales, China está a la cabeza de los tres países con una puntuación de 5.01; evidentemente esto es porque China es el cuarto país más grande en cuanto a extensión territorial, por tanto cuenta con más regiones naturales y culturales que México y Japón juntos. Con todo y eso México obtuvo una calificación sobresaliente con un 4.87; es decir, a tan solo 4 centésimas por debajo de China y 7 arriba de Japón. En lo referente a la infraestructura Japón es el que encabeza la lista con un 4.83, posterior México con un 3.66; o sea con 9 puntos por debajo de China que obtuvo 3.73.

Esto es notable, ya que Japón estuvo posicionado en 2008 entre los primeros diez países que más gastaron en infraestructura turística (en la posición 7), con 27.9 miles de millones de dólares. Ello se refleja en el índice de ambiente de negocios e infraestructura, señalando por supuesto que este país posee uno de los sistemas de comunicación ferroviario más importantes del mundo.

Finalmente en el subíndice de marco regulador se evidencia una gran diferencia entre Japón en comparación con México y China; el país nipón cuenta con un 5.1 que está .84 centésimas arriba de China y .74 arriba de México. Posiblemente esto se debe a que desde 2007, Japón ha instaurado una intensa campaña de apoyo al turismo llamado “Plan de fomento turismo nación”, además de la implementación de visas para que las familias de clase media chinas puedan viajar a Japón a partir de dicho año.

A continuación se presentan los subíndices de cada uno de los pilares del índice, desglosando así los elementos que son considerados para obtener las posiciones de cada país. Esto ofrece un panorama específico de la forma en que se evalúa la actividad turística y su impacto en el fenómeno macro.

Tabla 3. Subíndices: pilar marco regulador del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (según países)

País	Marco regulador		Prioridad, reglas y regulaciones		Sustentabilidad ambiental		Seguridad		Salud e Higiene		Prioridad de viajes y turismo	
	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.
China	88	4.24	87	4.08	105	4.03	116	4.03	91	3.89	28	5.19
Japón	40	5.1	38	4.91	49	4.74	84	4.83	21	6.29	49	4.73
México	80	4.34	58	4.54	101	4.11	126	3.6	74	4.39	35	5.03

Fuente: propia a partir de WEFORUM (2009: 18-19).

Nota: las cifras marcadas en negritas son las clasificaciones más bajas, refiriéndose a los tres países en estudio.

Tabla 4. Subíndice: ambiente de negocios e infraestructura del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (según países)

País	General		Infraestructura en aviones		Infraestructura en transporte terrestre		Turismo e infraestructura		Infraestructura ICT		Competitividad de precios en la industria turística	
	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.
China	59	3.73	34	4.21	55	3.85	80	2.46	68	2.81	20	5.33
Japón	20	4.83	24	4.62	8	6.09	40	4.23	21	4.89	86	4.29
México	62	3.66	40	3.98	84	3.06	49	3.91	69	2.8	77	4.55

Fuente: propia a partir de WEFORUM (2009: 18-19).

Nota: las cifras marcadas en negritas son las clasificaciones más bajas, refiriéndose a los tres países en estudio.

Tabla 5. Subíndice: recursos humanos, naturales y culturales del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (según países)

			Recursos humanos		Afinidad por viajes y el turismo		Recursos naturales		Recursos culturales	
País	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.	Clas.	Cal.
China	12	5.01	43	5.25	127	4	7	5.26	15	5.51
Japón	15	4.81	20	5.67	131	6.09	40	4.23	21	4.89
México	13	4.87	63	5.1	90	4.55	18	4.73	20	5.10

Fuente: propia a partir de WEFORUM (2009: 18-19).

Nota: las cifras marcadas en negritas son las clasificaciones más bajas, refiriéndose a los tres países en estudio.

Respecto al índice, a partir de los datos presentados en las tablas 2, 3, 4 y 5, resulta importante conocer a grandes rasgos el estado general que guardan los países analizados: México, Japón y China.

Si bien México ocupa el sexto lugar a nivel regional y se encuentra en el puesto 51 a nivel global (mejorando cuatro lugares respecto al 2008); estuvo bastante alto en lo referente a las calificaciones de sus recursos naturales (lugar 18). Cuenta ahora con un patrimonio natural de la humanidad (añadido en la calificación); en cuanto a recursos culturales el país también es muy rico (lugar 20); con 26 sitios del patrimonio mundial, varias ferias y exposiciones internacionales. A diferencia de lo anterior, ocupa un lugar muy bajo para su competitividad de precios (lugar 77), debido principalmente a los altos impuestos de los billetes y en el aeropuerto. La salud e higiene son cuestiones que quedan por resolver (lugar 74), y en particular, el tema de la seguridad sigue siendo un asunto importante a considerar (lugar 126), donde se demuestran los altos índices de delincuencia y violencia; considerando que el cuerpo policial no está preparado para proporcionar protección contra el crimen, muchas muertes en carretera y accidentes de tráfico.

Por su parte, Japón ocupa el quinto lugar a nivel regional, y a nivel global el lugar 25, de todos los países con índice de competitividad de viajes y turismo (*Travel and Tourism Competitive*

ness Index [TTCI]), con excelentes notas de sus recursos de identidad cultural (lugar 10), atribuibles a sus 14 sitios mundiales de patrimonio cultural, las numerosas ferias internacionales y exposiciones que se celebran en ese país, sin olvidar la gran industria creativa con la que cuentan. La infraestructura de transporte terrestre es una de las mejores del mundo (lugar 8), especialmente ferrocarriles. Japón continúa como un líder en el ámbito de la educación y la formación (lugar 12). Sin embargo, Japón se ubica tercero de la parte inferior de la afinidad de la población para viajes y turismo (lugar 131), y el sector no se percibe como una prioridad para el gobierno (lugar 49), sin mencionar la poca competitividad de precios que tiene (lugar 86).

China es el número décimo a nivel regional, país que ha tenido el mayor rango de mejora de todos los países en el índice de dicho año. China se ha construido sobre la base de fortalezas claras: ocupa el lugar 7 en cuanto a sus recursos naturales, con muchos sitios naturales de patrimonio mundial y la fauna que se encuentra entre las más ricas del mundo. Ocupa el lugar 15 con sus recursos de identidad cultural, con diversos sitios del patrimonio mundial, muchas ferias internacionales y exposiciones que se celebran en el país, así como las industrias creativas que son insuperables. Por otra parte, el país ocupa el lugar 20 en competitividad de precios y 28 en la priorización global del sector.

Por otra parte, China tiene una infraestructura de transporte aéreo relativamente buena (lugar 34). Sin embargo, tiene algunas debilidades que podrían hacer que la clasificación del país tienda a bajar. China cuenta con una política medio ambiental que no es propicia para el desarrollo del turismo (lugar 87), con fuerte restricción a extranjeros y requisitos de visado para la mayoría de los visitantes. Además, las políticas relacionadas con la sostenibilidad del medio ambiente obtuvieron calificaciones bajas (105). También hay algunas cuestiones de seguridad (116), así como cuestiones relacionadas con la salud e higiene (91), con acceso a saneamiento mejorado y agua potable, pero que es bajo para los estándares internacionales. La infraestructura de transporte terrestre es de mediana calificación (55), y sus infraestructuras de turismo siguen siendo subdesarrolladas (lugar 80), con pocas habitaciones de hotel disponibles y pocos cajeros automáticos, aunque con una nota positiva en la infraestructura turística, ha visto una notable mejora desde el año 2008.

Ahora bien, es imprescindible plantear la razón por la que México, a pesar de ser uno de los principales receptores de turismo en el mundo, su nivel competitivo en el área turística es bajo. Lo anterior es el punto medular de este artículo, donde se espera generar discusión y análisis para comprender la diferencia entre estos indicadores.

Lo que en esencia mide el índice de competitividad turística, es qué tan conveniente se encuentra el contexto de un país para promover la inversión turística; es decir, qué tan atractivo es como para que los capitalistas e inversionistas decidan invertir dinero en el sector turismo (WEFORUM, 2010). Por tanto este índice no mide la popularidad del país como destino turístico; para comenzar, esa es la principal razón por la que México tenga tanta afluencia turística, pero en el índice se encuentra en un nivel bajo, ya que el índice mide la rentabilidad que las empresas turísticas puedan percibir, gracias a la infraestructura que el país ofrece al inversionista. Así pues, un país puede no tener mucha afluencia turística, pero reporta ganancias mayores a países que sí la tienen. Sin embargo, ambos indicadores son fundamentales para contar con una actividad turística de vanguardia y que responda a los retos actuales.

Tal es el caso de Japón, que en 2009 tuvo una afluencia de 6.79 millones (Pacific Asia Travel Association [PATA]: 2010) de personas e ingresos turísticos por 27.009 millones de dólares (Japan Travel Agency: 2010); mientras que México tuvo una afluencia de 21.45 millones de personas (PATA: 2010) e ingresos turísticos por 11.275 millones de dólares. Hay que destacar que en 2009 disminuyó el ingreso turístico hacia México a consecuencia del brote de influenza H1N1; señalando que en 2008 fue de 13.289 millones de dólares, lo que implica una reducción de un año a otro ("El Universal": 2010). En comparación con Japón, México se encuentra por debajo de la rentabilidad económica por visitante. Otro ejemplo interesante, es el de Francia, que es el destino turístico más visitado del mundo, con una cifra de 79.3 millones de turistas (OMT, 2010), pero ubicado de manera congruente con un índice de 5.34 (WEFORUM, 2010) a sólo tres lugares debajo de Suiza, Austria y Alemania.

En esto radica la importancia de conocer los Pilares del Índice de Competitividad, para apoyar la actividad turística, ya que para México ésta es la tercera fuente de ingreso de divisas, sin mencionar que el turismo tiene una participación dentro del

Producto Interno Bruto (PIB), que oscila entre el 8 y 9%. De esta manera, es posible demostrar que México cuenta con un fuerte patrimonio cultural y natural, pero que se desperdicia debido a la falta de infraestructura y superestructura suficiente para satisfacer de manera óptima la demanda y eficientar la participación de estos recursos.

Debe mencionarse que en materia turística el gobierno está rezagado, esto se aprecia claramente en la cuenta satélite de turismo (consultada para esta investigación), la cual está actualizada tan solo hasta el año 2006, lo que indica un atraso de información de tres años, en comparación de los países de Asia-Pacífico.

Uno de los problemas fundamentales en cuanto a turismo se refiere, es la poca participación del gobierno en el fortalecimiento de la actividad, y en mirarla únicamente como una actividad económica y no como un fenómeno social, provocando con esto que no se perciba claramente el alcance y los beneficios que el turismo puede brindar al país.

Si se observa el problema del índice de competitividad para México desde el punto de vista económico, es posible encontrar que el producto turístico no puede considerarse como a las mercancías producidas en el sector manufacturero. Esto significa que las leyes generales de la competitividad de una mercancía no se aplican a ésta como a las demás; es bien sabido por los economistas que el éxito de la realización (o venta) de una mercancía reside en el precio a la que ésta se oferte; por consiguiente, significa que a menor precio más rápido se venderá, esto es por la innovación tecnológica que permite producir más en menor tiempo, reduciendo así el precio para ofertarla.

Sin embargo, el producto turístico es más complejo, porque en el *servuccir* (Magaña, 2010) no sólo interviene el capital humano de las empresas, restaurantes, hoteles y todo aquel agente económico involucrado; y no es como al *servuccir* el producto-transporte y la entrega de éste o el de telecomunicaciones (en el cual sólo intervienen las personas empleadas por la empresa). En el turismo también trabaja (sin percatarse de ello), la sociedad en general, los propietarios de boutiques, los empleados de pequeñas tiendas comerciales, los choferes del transporte, los artesanos y vendedores ambulantes, entre otros. Todas las personas de la sociedad que tienen contacto con los turistas

son parte importante para producir este producto hacia la satisfacción del cliente-turista.²

En el turismo no se aplica el postulado económico de “a menor precio, mayor venta”, porque en esta mercancía lo único que interesa es la calidad, interpretada como la satisfacción del cliente. Lo que hacen otros países —que México no está contemplando— es una cobertura de las necesidades básicas de la población; es decir, una regularización del gasto público (por ejemplo en enero 2010, según el INEGI, el desempleo fue de 5.9%; es decir, 2 millones 761,360 personas desempleadas. Para agosto de 2011 se contemplaba una tasa de desempleo involuntario de 35.5% y una inflación de 5.2%) (“El Economista”: 2011). A pesar de esto y aunado a una conservación de un sistema de creencias tradicional (la gente preserva sus costumbres, lo cual supone un atractivo turístico), que une a la población del país en su conjunto, conlleva a que el sistema socioeconómico funcione.

China, en el contexto de la globalización, se ha establecido como punto clave de la deslocalización de las empresas (Fishman, 2005). De modo que la economía mundial se ha tornado dependiente de este país, al trasladarse la producción de las principales potencias económicas a éste. Dicha situación es por el lugar que ha mantenido China a lo largo de la historia dentro del sistema socioeconómico en vigor.

En China existe una planificación “estratégica” de los recursos propios mediante la explotación de la enorme mano de obra, así como con un enorme ejército de reserva. Esta situación atrae la inversión extranjera, pues las empresas buscan el máximo beneficio con el menor coste de producción. Con el objetivo de reducir los costes de producción mediante la mano de obra barata de este país, se tiene que el 80% de la población china es campesina, lo cual ofrece mayor reserva de asalariados. Mientras tanto, otros países están invirtiendo recursos económicos en la formación de gente capacitada para ofrecer recursos turísticos de acuerdo a las demandas de los viajeros de hoy.

Considerando otra variable que no debe ignorarse, es el sistema de pensamiento; es decir, la cosmovisión fundada bajo la filosofía y la religión de cada parte del globo. Si nos trasladamos al continente asiático, encontramos una codificación

² Término acuñado por la autora en su intención de generar una lengua específica para el turismo, que permita la identificación adecuada de los términos con la conceptualización de la actividad (Magaña, 2008).

de la realidad totalmente opuesta a la occidental. Obviamente, esto influye determinantemente en la distribución de recursos o planificación de políticas económicas que rigen un determinado país. Una vez que se toma en consideración esta variable en el análisis, resulta evidente que es ésta la clave para generar un cambio en el país; tanto en la estructura social que es el principal problema del turismo, como en el sector mismo.

México no tiene identidad cultural que ayude a la unificación del país, y por tanto a que los programas que el gobierno establezca se realicen con eficiencia. México carece de ello, y por eso necesita establecer una filosofía de vida a nivel poblacional. Remontándonos a su historia, México fue despojado, culturalmente hablando, desde la Conquista (Rodríguez, 1999); primero con la llegada de los españoles que destruyó la adoración a la naturaleza que se profesaba (algo parecido al sintoísmo de Japón); después se instauró el catolicismo como fuente ideológica dominante, pero no obstante con eso, de Europa llegó otra fuente de pensamiento conocida como el protestantismo. Por lo tanto podemos ver cómo la filosofía de este país a nivel social está fragmentada y no permite la correcta integración de los recursos.

El contexto mexicano impide avanzar en los pilares que el índice de competitividad establece. México tiene una situación de empoderamiento prácticamente nula a la hora de tomar decisiones dentro de los organismos internacionales (FMI, BM y OMC, OMT), por lo tanto, aplica primero las políticas necesarias para estos organismos y luego las políticas necesarias para la nación.

Lo que México debe aprender de los países asiáticos, es por ejemplo, que en Japón la educación ha sido la que ha fortalecido la cultura del país en general (Chie, citado por Kodansha International, 1996). De esta forma, el comportamiento se pone de manifiesto en las diferentes esferas del vivir cotidiano de los japoneses; en este caso particular, se enfatiza la participación de la actividad empresarial que cumple todos los campos de la economía de acuerdo a los recursos del país.

Japón es un país que ha demostrado también su capacidad de administrar sus crisis a través de su historia: las crisis naturales, las económicas y las guerras, principalmente. Su cultura se impone mostrándose en su quehacer cotidiano, y al mismo tiempo ha quedado de manifiesto en su actividad empresarial.

Japón es un país con una cultura empresarial, lo que le ha permitido una actividad fuerte, constante y efectiva en su desempeño. Por ello, los resultados en beneficios tangibles e intangibles en su sociedad son palpables. En un proceso de desarrollo y crecimiento, se pone de manifiesto la inversión que Japón ha realizado en el rubro de la educación. Japón es un pueblo con altos índices de educación, esto le ha permitido su avance en varios escenarios, culturales, económicos, industriales. Actualmente ha logrado permanecer en el ámbito de la innovación, evidencia que se comprueba por ser el país que más registro de patentes tiene frente al mundo. Por otro lado, no se puede decir que como economía no han tenido problemas, éstos son claros y están registrados, sólo que es una cultura construida en la participación, la disciplina, el compromiso, el trabajo en equipo; con el sentido de la limpieza, como un valor en su hacer, que desde mi punto de vista les permite ver con claridad y encontrar qué y dónde se debe mejorar o innovar. Estas actitudes de ser y hacer con calidad, sellan un comportamiento individual, que cuando se suman, se pone de manifiesto en la estructura social empresarial efectiva; dejando claro que este análisis es desde una perspectiva general, en la conciencia de los análisis específicos (cuando sea necesario).

Además, Japón se preocupa por crear atractivos turísticos con base en las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (Tic), lo que le otorga una ventaja competitiva con relación a México y China, y subsana su carencia de áreas naturales. México necesita adoptar y adaptar los modelos y conocimientos aprendidos por parte de otros países, en vez de hacerlo a usanza en nuestro país; aplicándolos directamente y sin consideración a sus particularidades. México es una nación con un contexto cultural y social propio, por tanto se deben adaptar estos conocimientos y no tratar de imitarlos, ya que el resultado será el fracaso del proyecto en cuestión. En definitiva, lo único que México necesita es una mejor administración de sus recursos por parte del gobierno.

Debe señalarse que en el Programa Sectorial de Turismo (Pst) del gobierno federal en turno, se ha señalado el interés y compromiso de esta administración en aplicar estrategias para fortalecer el papel del gobierno mexicano, con el objetivo de lograr un mejor posicionamiento competitivo del turismo en nuestro país (Secretaría de Turismo, 2007). En un año electoral como

el 2012, se espera que dicho programa siga vigente y se le otorgue continuidad, en vez de ruptura.

Conclusiones

Este artículo recogió el análisis del papel que juega México en comparación con estos países asiáticos, Japón y China, respecto al Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (2009), donde se destaca su pobre desempeño.

Al igual que lo señala el Programa Sectorial de Turismo, México en su competitividad turística tiene un sinfín de áreas de oportunidad que deben ser señaladas y analizadas, para comprenderlas y tomar decisiones inteligentes y efectivas. A través de este breve análisis, es posible dilucidar qué están haciendo o qué han venido haciendo otras economías como la china y la japonesa, para encontrarse en una mejor posición, tanto en las llegadas internacionales, como en el índice de competitividad; sobre todo China, siendo congruente en sus indicadores turísticos.

Partiendo del actual concepto del turismo, éste ya no sólo se considera que sean desplazamientos voluntarios y temporales de los individuos o grupos de personas de su lugar habitual a otro, donde no ejercían ninguna actividad lucrativa ni remunerada; debe de aceptarse que cualquiera que sea el motivo del viaje de la residencia del individuo a otro lugar, se encuentra haciendo turismo en virtud de que en algún momento hará uso de las instalaciones diseñadas para ello, así como el tener un momento de esparcimiento, después de sus actividades que motivaron el viaje a ese lugar.

Debe resaltarse que el turismo tiene una importancia económica y política a nivel internacional, además de que provoca un impacto económico de alto dinamismo; ya que desarrolla una derrama económica directa inmediata, la que no se limita al sector turístico solamente, sino que genera un movimiento económico armónico en todas las actividades del lugar donde se visita. Se manifiesta en la generación de empleos y éstos desarrollan una infinidad de beneficios cualitativos y cuantitativos a la comunidad.

Después del análisis del Programa Sectorial de Turismo (2007-2012) en el que se señala que México actualmente como destino turístico no es competitivo, a pesar de que ha mantenido un lugar protagónico en la economía nacional, se manifiesta una pérdida en la participación del mercado.

Se analizó igualmente, la existencia de muchas otras explicaciones que ayudan a comprender las diferencias en los posicionamientos; sin embargo, mucha responsabilidad recae en la autoridad, la cual no ha sabido hacer del turismo un negocio generador de riqueza para la población; ésta sigue apoyándose desde la infraestructura y estructura turística, enviando un mensaje de que en el turismo esté el único negocio. El índice es bastante claro cuando señala otros subíndices que contemplan la política pública y los recursos naturales y culturales; no sólo monetarios sino también de capital humano y cultural. México —por muchos años— dejó de contemplar esto como insumo de su producto turístico, y es por ello que el gasto y la estadía en nuestro país es tan corto: principal impacto en la competitividad turística de México.

El reto es igualar desempeños, sumar esfuerzos, tomar decisiones y llevar a cabo estas acciones. Se requiere una política pública turística más incisiva en los asuntos que así lo necesitan en el sector; es indispensable una mayor y mejor comprensión de las actuaciones —desde diversas dimensiones— que implica la actividad turística, y no sólo se conciba desde la económica (como ha sido siempre); donde se demuestra que falta estudiar al turismo como fenómeno social y actividad turística, para tener una concepción integral, y así obtener una acción efectiva al generar beneficios tangibles para la economía nacional.

Bibliografía

- Enright, M. y Newton, J. (2005). *Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: comprehensiveness and universality*. En: “Journal of Travel Research” 43, pp. 339-350.
- Fishman, T. (2005). *China, Inc. How the Rise of the Next Superpower Challenges America and the World*. New York: Scribner.
- Japan National Tourism Organization. (2010). *White paper on tourism. Foreign visitors & japanese departures*. JNTO.
- Kodansha International. (1996). *Keys to japanese heart and soul*. Tokyo, Kodansha International.
- Magaña, I. (2009). *La política turística en México desde el modelo de calidad total: un reto de competitividad*. En: “Economía, sociedad y territorio IX”, 30, pp. 514-533.

- Magaña, I. (2010). *La falta de competitividad de México como destino turístico: análisis a través del diagrama de Ishikawa*. En: revista de economía "Sociedad, turismo y medio ambiente" 11.
- Narváez, M. y Gladys, F. (2009). *Indicadores de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad: un análisis aplicado a la península de Paraguaná*. En: revista venezolana de "Análisis de coyuntura" xv, 2, pp. 101-119.
- Pacific Asia Travel Association (2010). *Standard Online Tourism Architecture*. PATA.
- Puccio, H., y Grana, N. (2008). *La innovación como requisito de competitividad turística. Una metodología para su descripción y análisis*. En: "Gestión turística" 10, pp. 59-76.
- Rodríguez, M. (2003). *Psicología del mexicano en el trabajo*. México, D.F. McGraw Hill.
- Secretaría de Turismo. (2008). *Plan sectorial de turismo 2007-2012*. México, D.F., Gobierno Federal.
- Universal, El. (2010, 4 de agosto). *México registra caída en ingresos por turismo*. En: "El Universal", consultado el 4 de agosto de 2010. Disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/notas/658989.html>
- Wang, K. y Wu, Ch. (2003). *A study of competitiveness of International Tourism in the Southeast Asian Region*. En: Takatoshi, I y Krueger, A (comp.), *Trade in Services in the Asia-Pacific Region*. University of Chicago Press, Chicago.
- WEFORUM (2009). *The travel & tourism competitiveness report 2009*. World Economic Forum. Disponible en http://www.weforum.org/pdf/Global_Competitiveness_Reports/TTReport/TTfullreport.pdf.

Fecha de recepción: 10 de enero de 2011

Fecha de aprobación: 27 de enero de 2012