



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Los geoparques en el entorno turístico de Japón

Presentado por Irene Portillo Ibáñez

Tutelado por Ana Teresa López Pastor

Segovia, Julio de 2019

“Even if I knew that tomorrow the world would go to pieces, I would still plant my apple tree.”

Martin Luther King

A mi padre y mi madre por apoyarme y darme la oportunidad para llegar a donde estoy
hoy en día.

A mi pareja por apoyarme en todo momento, incluso cuando ni yo misma creía en mí.
A mis compañeros y amigos que han estado siempre ahí cuando los he necesitado, y en
especial a Andrea y Fernando sin los cuales no habría podido conseguirlo.

A todos los profesores que me han formado y apoyado durante mi transcurso en la
universidad y en especial a mi tutora Ana Teresa por enseñarnos a poner el corazón en
lo que hacemos y a ser apasionados para conseguir un mundo más respetuoso y al que
cuidar.

ÍNDICE

1. MARCO CONCEPTUAL	11
1.1 ECOTURISMO	11
1.2 GEOTURISMO.....	15
1.3 TURISMO SOSTENIBLE.....	17
1.4 IMAGEN DE DESTINO GEOTURÍSTICO	18
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	23
2.1 UNESCO Y GEOPARQUES	23
2.2 BBPP.....	23
3. MARCO METODOLÓGICO	27
3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	27
3.2 OBJETIVOS.....	27
3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	27
4. ANÁLISIS DE CASO.....	31
4.1 JAPÓN	31
4.1.1 CARACTERÍSTICAS DE JAPÓN:.....	31
4.1.2 DATOS SOCIO ECONÓMICOS JAPÓN.....	35
4.1.3. RECURSOS ECOTURÍSTICOS DE JAPÓN:	40
4.2 GEOPARQUES EN JAPÓN.....	42
4.3 MARCO INSTITUCIONAL.....	43
4.4 OFERTA	45
4.5 DEMANDA	50
4.6. IMAGEN DE DESTINO	53
4.6 BUENAS PRÁCTICAS EN JAPÓN.....	53

5. CONCLUSIONES.....	57
6. REFERENCIAS	61
ANEXO I: DOCUMENTOS FOTOGRAFICOS:.....	66

INTRODUCCIÓN

Los geoparques son la representación de una zona geográfica que reúnen las características y propiedades del entorno. Tomaron mayor valor y reconocimiento con su apoyo a nivel internacional por la UNESCO en 2015, dónde se establecieron los *Estatutos del Programa Internacional de Geociencias y Geoparques*, y se consideraron patrimonio de la humanidad internacional.

Japón ha sido un ejemplo de desarrollo y conservación de las redes de geoparques en Asia y el Pacífico, tanto por sus iniciativas políticas como por sus fortalezas: sus condiciones climáticas, su ecosistema y sus numerosas y variadas tipologías geológicas.

CAPITULO 1
MARCO CONCEPTUAL

1. MARCO CONCEPTUAL

1.1 ECOTURISMO

Resulta bastante difícil definir el ecoturismo, puesto que encontramos diferentes definiciones que podrían adecuarse.

Según la OMT podemos ver que sus características se amoldan a este decreto especificando la unión de que la motivación principal sea la naturaleza y la apreciación de ella ligándolo con la educación (Anexo 1: El mercado inglés del ecoturismo, OMT 2002).

Teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- 1. Categoría de protección del área (parque nacional, reserva de la biosfera, etc.).**
2. Localización geográfica (latitud, longitud, altura sobre el nivel del mar)
3. Superficie del área (en hectáreas)
4. Medios de acceso a los puntos de entrada
5. Circulación interna
 - a. Caminos y carreteras para vehículos motorizados y áreas de estacionamiento
 - b. Senderos peatonales, ecuestres
 - c. Pistas para bicicletas
 - d. Rutas acuáticas (fluviales, lacustres, marinas)
6. Recursos visuales globales
 - a. Configuración básica del terreno (topografía abrupta, colinas moderadamente onduladas, prácticamente plano, etc.).
 - b. Variedad de elementos geomorfológicos: picachos dentados, lomas redondeadas, picos nevados, acantilados, cañones, glaciares, cuevas,

cráteres volcánicos.

7. Variedad de elementos hidrológicos: mar, ríos, arroyos, lagos, lagunas, playas, costas, cascadas, manantiales, geiser, etcétera.

- a. Variedad de patrones vegetaciones (alta o moderadamente variados, prácticamente uniforme, diversidad cromática, diversidad morfológica, etc.).
- b. Efectos del uso humano del suelo (ausencia o presencia de elementos visuales discordantes: edificios, alambrados eléctricos y telefónicos, áreas deforestadas, carreteras, basura, etc.).

8. Patrones climáticos

- a. Temperatura, precipitación (lluvia, nieve, granizo, aguanieve, etc.), vientos (velocidad, dirección, estacionalidad) humedad, presión barométrica, nubosidad.

9. Índices de confort: caliente, templado, fresco, frío, extremadamente frío, húmedo, seco (para las diversas estaciones)

Podemos encontrar los siguientes atractivos ecoturísticos naturales:

1. Elementos geológicos y geomorfológicos

- a. Montañas y volcanes
- b. Valles intermontanos, cuencas, planicies, llanuras, mesetas
- c. Cañones, barrancas, desfiladeros
- d. Acantilados, riscos, precipicios, columnas basálticas
- e. Peñas, peñascos, piedras balanceadas, etcétera.
- f. Cavernas, cuevas, grutas, cenotes

- g. Dunas arenosas, bancos de arena, etcétera.
- h. Fósiles
- i. Islas
- j. Arrecifes coralinos, cayos, escollos, etcétera.
- k. Cabos, penínsulas, puntas
- l. Bahías, ensenadas, golfetes, estrechos, etcétera.
- m. Playas
- n. Recursos hidrológicos: Aguas oceánicas; Ríos, arroyos, corrientes subterráneas, etcétera; Lagos, lagunas, presas, embalses, cenotes, oasis; Aguas estuarinas (dulceacuícolas, salobres, lagunas costeras, humedales, marismas, etc.); Manantiales (calientes, fríos, azufrosos, geiseres, etc.); Cascadas
- o. Recursos biológicos: Flora silvestre; Tipos principales de vegetación: bosque tropical perennifolio, bosque tropical subcaducifolio, bosque tropical caducifolio, bosque espinoso, pastizal, matorral xerófilo, bosque de coníferas y encinos, bosque mesófilo de montaña, vegetación acuática y subacuática.
- p. Especies focales (las más interesantes, bellas, raras o características del área)
- q. Árboles individuales específicos (con localización exacta y forma de acceder a ellos)
- r. Fauna silvestre: Insectos; Peces; Reptiles y anfibios; Aves; Mamíferos

2. Atractivos ecoturísticos culturales

- a. Elementos arqueológicos
- b. Folclore local: grupos étnicos, aldeas, arquitectura vernácula, vestimenta, mercados tradicionales, gastronomía, danza y música, artesanías, tradiciones diversas, ceremonias, festividades
- c. Sitios y monumentos históricos y arquitectónicos

3. Atractivos ecoturísticos de apoyo

- a. Instalaciones y servicios interpretativos: centro de interpretación (con exhibiciones, audiovisuales, maquetas, fotomurales, etc.), ecomuseo, senderos señalizados de la naturaleza, miradores, torres y escondites de observación,

servicio de guías, etcétera.

- b. Instalaciones turísticas diversas: alojamiento; restaurantes; tiendas de venta de artesanías, libros, folletos, mapas, rollos fotográficos, recuerdos, productos de farmacia, etc.; áreas para camping, picnic, asadores, incineradores de basura, etcétera.
- c. Servicios turísticos diversos: paseos a caballo, paseos en lancha, alquiler de bicicletas, alquiler de binoculares, primeros auxilios, etcétera.

(Anexo 2: Guía para las mejores prácticas de ecoturismo.

4. Espacios culturales protegidos:

Son muchos los recursos que podemos encontrar dentro del ecoturismo, pero solo algunos de ellos están protegidos por redes internacionales

- Parques: La gran riqueza de los ecosistemas que encontramos en los parques ha creado la necesidad de crear una Red de Parques nacionales. Estos parques se rigen por legislaciones propias en cada nación
- Reservas naturales: Creadas para la preservación de los ecosistemas y el medio.
- Áreas Marinas protegidas: Destinadas a preservar el ecosistema marino se crean espacios de preservación a través de la red de áreas marinas protegidas.
- Momentos naturales: Son elementos de interés por su peculiaridad dentro de la naturaleza que se han preservado y protegido por ser únicos.
- Paisajes protegidos: Son aquellos que las autoridades competentes han decidido proteger por sus características naturales.

Espacios protegidos a nivel internacional:

1. Los Humedales de Importancia Internacional, del Convenio de Ramsar.
2. Los sitios naturales de la Lista del Patrimonio Mundial, de la Convención sobre

la Protección del Patrimonio Mundial, Cultural y Natural.

3. Las áreas protegidas del Convenio para la protección del medio ambiente marino del Atlántico del nordeste (OSPAR)
4. Las Zonas Especialmente Protegidas de Importancia para el Mediterráneo (ZEPIM), del Convenio para la protección del medio marino y de la región costera del Mediterráneo.
5. Los Geoparques, declarados por la UNESCO.
6. Las Reservas de la Biosfera, declaradas por la UNESCO.
7. Las Reservas biogenéticas del Consejo de Europa.

Del mismo modo definir si es “ecoturismo” o “turismo de naturaleza” es un concepto que se mezcla y siempre va ligado al turismo activo y turismo rural. Según el Plan sectorial de turismo y naturaleza de España 2014-2020

“Se entiende por turismo de naturaleza aquel que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas, de esparcimiento, interpretación, conocimiento o deportivas en el medio natural. Dentro de este concepto general tienen cabida diferentes modalidades que cuentan con definiciones propias como pueden ser el ecoturismo, el turismo activo, o el turismo de esparcimiento.” (Real Decreto 416/2014 de 6 de junio).

Según la OMT el ecoturismo debe cumplir una serie de características que impliquen que el principal objetivo de los turistas sea observar y apreciar la naturaleza o la cultura tradicional de zonas naturales, con fines educativos y de interpretación, destinado a grupos pequeños de la mano de empresas especializadas, evitando en la medida de lo posible los impactos negativos naturales y socioculturales y contribuir a proteger las zonas naturales destinadas a ecoturismo.

1.2 GEOTURISMO

El geoturismo se puede definir de varios modos. Desde la perspectiva etimológica “geo” proviene del griego y hace referencia a la tierra como el origen de todas las criaturas, y por lo tanto el geoturismo está destinado al descubrimiento de las características que nos ofrece.

A lo largo del tiempo han surgido diversas definiciones de este campo en ocasiones con puntos en común y otras con algunos conflictos notables.

La primera definición que encontramos es que el geoturismo es *“la provisión de recursos interpretativos y servicios para promocionar el valor y beneficio social de los lugares de interés geológico y geomorfológico y asegurar su preservación y su uso por parte de estudiantes, turistas u otro tipo de visitantes”* (Hose 1995).

Más tarde aparecieron definiciones similares como *“El geoturismo es un turismo sostenible cuyo objetivo principal se centra en experimentar los rasgos geológicos bajo un entendimiento cultural medioambiental apreciando su conservación, y que es locamente beneficioso”* (Dowling y Newsome 2016)

Entre otras una de las definiciones más polémicas fue dada por la fundación National Geographic, el conflicto surgió debido a que su definición influía directamente con la imagen de marca del geoturismo de un modo perjudicial para su desarrollo en el cambio de imagen de marca, y a día de hoy esta fundación permanece sin ceder ante las organizaciones gubernamentales a la petición de cambio en los términos.

Define el ecoturismo como:

“el turismo que sustenta o contribuye a mejorar las características geográficas de un lugar, ya sea el medio ambiente, patrimonio histórico, aspectos estéticos, culturales o el bienestar de los habitantes.”

Desde perspectivas especializadas en el campo encontramos las siguientes definiciones: Según la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura:

“Los geoparques mundiales de la UNESCO son áreas geográficas únicas y unificadas donde los sitios y paisajes de importancia geológica internacional se gestionan con un concepto holístico de protección, educación y desarrollo sostenible.”

1.3 TURISMO SOSTENIBLE

El turismo de manera sostenible se ha convertido en un imprescindible y una unión casi obligada gracias a documentos como la Carta Mundial del Turismo Sostenible en 1995 o el Código Ético Mundial para el Turismo en 1999.

El desarrollo sostenible se definió en el *Informe Brutland* (1987) como “El desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”

Actualmente la OMT define el turismo sostenible como:

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.”

En esta segunda definición vemos de manera más específica todos los ámbitos a los que afecta y se puede aplicar un desarrollo sostenible y la magnitud de su influencia. De ese modo solo puede garantizar el desarrollo sostenible a lo largo del tiempo cuando se logra el equilibrio en los tres factores.

De esto modo puntualiza los siguientes aspectos para un desarrollo sostenible:

Requisitos turismo sostenible OMT:
1) “Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica”
2) “Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.”
3) “Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza.”

Esto puntos no serían posibles sin la colaboración del gobierno y su participación activa, que implique revisiones y seguimiento regular. Además de una toma de decisiones para corregir incidencias y tomar medidas de prevención.

1.4 IMAGEN DE DESTINO GEOTURÍSTICO

La imagen de destino se ha convertido en un factor imprescindible para la diferenciación dentro del sector. El mercado cada vez más exigente plantea nuevos retos y exigencias junto con expectativas muy altas, a lo que surge la necesidad de hacer de una experiencia algo único e irremplazable. Creando una imagen o una marca de un producto se transmite un valor adicional a un mismo servicio cuando el cliente percibe el producto. De este modo la asociación de un tipo de experiencia se relaciona directamente con un lugar, un medio o un servicio concreto ofrecido por un lugar o entidad principal con respecto al resto del mercado.

El rumbo para potencial el geoturismo se basa en la información y concienciación puesto que en gran parte de los casos no se es consciente de que se realiza geoturismo en sí, o de los procesos que generan los recursos Geoturísticos. Su gran potencial reside en poder descubrir desde un inicio un pequeño fenómeno o suceso en el entorno que es capaz de desarrollar las grandes maravillas geológicas del mundo.

Uno de los mayores fuertes de este turismo es el respeto que se fomenta a esta experiencia.

“Viajar con objeto de experimentar, aprender y disfrutar del patrimonio de la tierra”
(Hose 2000)

El que no sean conscientes muchas veces de lo que están viendo no es en sí una pérdida, pues puede convertirse en una oportunidad y revalorizar tanto in situ como a posteriori una experiencia. Esto magnificaría la imagen del geoturismo a ojos del turista, sería ampliar la experiencia más allá de lo que hemos visto y sentido al estar en un lugar vivo con significados innumerables.

En otros casos como las cataratas de Iguazú (Argentina-Brasil) o el Gran Cañón de Colorado (EEUU) se tiene una mayor potencialidad puesto que se pueden apreciar de

manera más evidente y no necesita tanta “información” para ser consciente del factor geológico. Por lo que nos brindan la oportunidad de potenciar otros menos evidentes e informar y concienciar al turista sobre otros procesos y su contexto geográfico.

El patrimonio geológico tiene dos funciones principales: la preservación de los bienes, tanto en la actualidad como para próximas generaciones y el disfrute de ellos además de su desarrollo. Para esto es necesario seguir 4 ejes fundamentales: Inventario, desarrollo legislativo para su protección, puesta en marcha de iniciativas y programas de geoconservación y acciones para su utilización. (Carcavilla et al., 2017)

Una de las mayores dificultades para su desarrollo es que todo está orientado a largo plazo, pues de otro modo podría incluso destruir el recurso geológico.

CAPITULO 2
ESTADO DE LA CUESTIÓN

2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

2.1 UNESCO Y GEOPARQUES

La UNESCO ha establecido un programa internacional de geoparques con el objetivo de su preservación, educación y desarrollo sostenible de estos. Esto surge de la puesta en valor de las áreas geográficas únicas. En la actualidad podemos encontrar 147 Geoparques mundiales aceptados por la UNESCO en 41 países diferentes.

Los Geoparques constan de 4.600 millones de años de nuestro planeta y nos brindan las evidencias de los cambios en el planeta Tierra para la previsión de catástrofes atmosféricas de cara a una previsión para protegernos de posibles amenazas y establecer las medidas correctas. Además de la búsqueda de concienciación de la diversidad geológica para elaborar mejores prácticas, se une al Patrimonio Mundial, las Reservas Biosfera para el desarrollo sostenible de la agenda 2030

“Nueva agenda internacional que desgrana los objetivos de la comunidad internacional en el periodo 2016-2030 para erradicar la pobreza y favorecer un desarrollo sostenible e igualitario” (AECID, Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación, 2015)

2.2 BBPP

Las BBPP son una guía para el correcto desarrollo de todos los proyectos y la evolución prospera en cualquier ámbito. El ámbito ecoturista sostenible es muy sensible y el entorno es el principal perjudicado de los errores, que resultan muy difíciles de subsanar.

Bukit Lawang es una aldea ecoturista situada en Indonesia en la que se ha desarrollado la rehabilitación de orangutanes, esto se convirtió en una atracción turística que en menos de 20 años casi quintuplico el numero de turistas que lo visitaban. En un principio estaba aislada por la selva lo que permitía que se protegiera del desarrollo agigantado, pero esta zona selvática se fue reduciendo y los orangutanes dependieron de los humanos hasta el punto de ser necesario el cese de la actividad. Esta expansión ecoturística acabó perjudicando a la biodiversidad por el uso excesivo de sendero y la superficie del hábitat. Esto nos muestra la sensibilidad del ecosistema y la importancia que puede llegar a desarrollar.

Para un turismo sostenible es necesario coordinar las políticas y las estrategias. Las políticas afectan de un modo más amplio desde el punto de vista territorial, en cambio las estrategias se realizan de manera específica para tomar acciones en puntos concretos. De este modo los gobiernos moderan los acuerdos y las políticas turísticas para la conservación y desarrollo local reteniendo parte de los ingresos obtenidos e invirtiéndolo en ello. Para asegurar la continuidad de las estrategias de carácter interministerial o los acuerdos multipartidarios benefician la gestión entre transiciones de partidos.

Bulgaria elaboró su *Estrategia y plan de acción nacional para el desarrollo del ecoturismo* (EPANE), para el entorno rural y sostenible. Para ello durante dos años participaron asociaciones de turismo, ONGs de conservación y la Fundación para la reforma de Gobiernos. Dividieron el territorio en 12 regiones y lo clasificaron en base a la geografía y la ubicación y establecieron planes individuales para cada una de estas, estableciendo la *Estrategia Nacional de ecoturismo* que desembocaría en el *Plan de acción nacional para el desarrollo del ecoturismo*.

Gran parte de los turistas continua ignorando sus impactos en el medio y su influencia para preservar un entorno sostenible, pues en muchas ocasiones tampoco quieren ser conscientes de los daños que sus vacaciones pueden ocasionar. En cambio un entorno hechamente sostenible resulta más atractivo, sobre todo si se conciencia de que la visita a este tipo de lugares contribuye a su desarrollo a la vez que ofrece una experiencia de calidad.

La iniciativa de excursión para el desarrollo turístico sostenible, apoyado por PNUMA, UNESCO y la OMT actúa en las Naciones Unidas. Están en posición de gestionar la producción y distribución de las iniciativas en todos los ámbitos del sector turístico. Esta unión esta en consonancia con el Fondo Mundial por la Naturaleza (WWF). Los destinos iniciales fueron la Rivera y la Costa Maya (México), donde se adoptaron BBPP ambientales sostenibles por las empresas de la zona (Hoteles, Agencias...).

En Tailandia, concretamente en la región ecológica del mar de Adaman se centraron en tratar las aguas residuales, mejorar las capacidades de los profesionales del sector además de proteger las capacidades de los profesionales del sector turístico. Además de proteger las zonas propensas a riesgos y las especies amenazadas con la extinción. Pero el gran reto esta en los esfuerzos que realizan para combatir los efectos negativos masificados del turismo.

CAPITULO 3
MARCO METODOLÓGICO

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Qué es el geoturismo sostenible? ¿Qué características deben cumplir lo considerado como buena práctica en geoturismo sostenible?
2. ¿Hasta que punto se está potenciando institucionalmente el geoturismo sostenible?
3. ¿Se está apostando en Japón por el geoturismo? ¿Con un planteamiento de geoturismo sostenible?
4. ¿Llega a España un ecoturismo japonés?

3.2 OBJETIVOS

Con la investigación se trata de dar respuesta a si sería realmente viable un desarrollo natural tan exhaustivo de una manera sostenible y rentable. Es decir que la realización y producción de este tipo de turismo sea realmente beneficioso para las sociedades locales en otros territorios, puesto que estamos hablando de una sociedad con miles de años en desarrollo y culto a su ecosistema.

3.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Las fuentes de investigación principales son a través de artículos académicos de expertos en ecoturismo y sostenibilidad además de geógrafos consolidados que me fueron facilitados por la tutora durante la realización de la asignatura de sostenibilidad y los que busqué a través de Google Academic. La mayor complejidad de los artículos que encontré fue las diferentes perspectivas y la ambigüedad en los términos dependiendo de quien es el autor o la institución.

Los boletines oficiales publicados en internet como los que nos facilita la UNESCO o la OMT nos dan una visión más objetiva y establecen los conceptos de manera concreta lo que me ha permitido organizar mejor la información.

También utilicé revistas especializadas en viajes como “de Viajes lifestyle and experience” o “National Geographic” que dan información actualizada y especializada de manera más sencilla ya que va dirigida a cualquier tipo de lector aunque no sea un experto en el tema en cuestión.

También obtuve información de la feria internacional de turismo que se realizó en 2019 ya que facilitaban información de manera física desde la JNTO que son los representantes de Japón de cara al turismo en España. Y junto con la información daba la oportunidad de ver la imagen de turismo que nos quieren transmitir, a pesar de que constó principalmente de información sobre la oferta y dirigido a la venta más que a informar sobre el destino.

CAPITULO 4
ANÁLISIS DE CASO

4. ANÁLISIS DE CASO.

4.1 JAPÓN

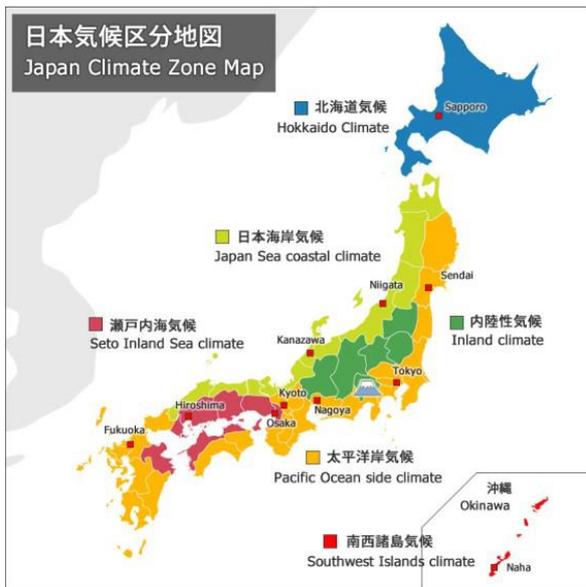
4.1.1 CARACTERÍSTICAS DE JAPÓN:

Japón está situado en la costa este de Asia, consta de una serie de islas de aproximadamente 2.400 km a través de del Océano Pacífico Norte. La división de principal de Japón se establece por regiones dependiendo de la situación geográfica (este, sur...). Sus cuatro islas principales son: Hokkaido, Honshu, Shikoku, y Kyushu. Dentro de estas regiones encontramos las prefecturas que se considerarían como los diferentes estados en EE.UU. Tokio es la capital nacional situada, que a su vez se encuentra en la prefectura de Tokio (13,513,734 habitantes) situada en la región de Kanto, en el centro-este de la isla Honshu.

El clima generalmente en Japón tiene abundantes precipitaciones y temperaturas suaves lo que permite una vegetación muy rica y variada. La mayor complejidad de Japón es su contraste al tener una de las tradiciones culturales más antigua e intrincada y a su vez haberse convertido en una de las ciudades con más avances económicos y tecnológicos del mundo tras finalizar la Segunda Guerra Mundial (1939-45).

Es un archipiélago con 6852 islas la mayor área y la capital es Tokio, situada en la región de Honshū. Su población según el censo de 2015 es de 126.926.0004 habitantes. Es un país caracterizado por su humedad, de ello que haya mayor facilidad para la conservación de algunas especies. Tiene unos cambios de estaciones muy marcados con grandes nevadas en invierno.

Japón es uno de los países más poblados del mundo con una densidad de población de 335 habitantes por Km². Esta población está concentrada en los núcleos de las ciudades rodeadas por zonas naturales



1. Mapa climatológico Japón
2. Mapa de Japón

Cuando hablamos del contacto con la naturaleza como algo experiencial Japón es uno de los grandes referentes. Además de disponer de algunas de las maravillas naturales más significativas en el mundo vela por la conservación de cada una de ellas. Nos encontramos ante una sociedad que ha dedicado su culto y sus tradiciones a la conservación de la naturaleza. Esto solo ha sido posible gracias a la concienciación y la valoración de los elementos naturales como algo sagrado con el concepto de proveer vida. La naturaleza se vuelve un referente en todos los aspectos desde el carácter espiritual que se transmite a través de estos entornos hasta el respeto por lo que crece y se cuida. Podría decirse que además de su culto religioso es una filosofía de vida. Actualmente es uno de los grandes referentes para la conservación de la naturaleza además de uno de los grandes promotores de sostenibilidad y ecoturismo.

Todos estos factores únicos hacen inevitable su carácter experiencial y el aprovechamiento de estos recursos para el turismo. Cabe destacar como han desarrollado este tipo de turismo basándose en un futuro de conservación del medio para no perder los valores ya establecidos por su sociedad ante la introducción de diferentes culturas a través del turismo.

Es interesante plantear este modelo de ecoturismo que se intenta mejorar constantemente en un lugar donde se ha avanzado tanto. Japón es una de las sociedades con algunos de los mayores avances industriales del mundo, sobre todo en tecnología. Aunque también posee algunos de los paisajes naturales más destacados del mundo

debido a la preservación de los territorios en un estado que hasta hace apenas un siglo era feudal y preservaba entornos de forma sagrada. Esto proporciona aspectos beneficiosos para el turismo, puesto que tiene las infraestructuras necesarias para acoger a grandes cantidades de gente con las comodidades y prestaciones más avanzadas y a su vez puede prestar un servicio y entorno más tradicional.

Para su desarrollo lo que nos llama la atención en este aspecto es su apoyo más allá sus propias fronteras a través de acuerdos como por ejemplo los planes de desarrollo ecoturístico uniendo conocimientos e iniciativas con República Dominicana a través de los organismos del Ministerio de Turismo y Medio Ambiente con la Cooperación Japonesa (JICA), los cuales facilitaron la colaboración de algunos de sus mejores expertos nacionales en el tema para su correcto desarrollo. Según afirmaron tras el acuerdo “favorecerá a las comunidades y que servirá de complemento al desarrollo del turismo tradicional” y “Estamos, además, contabilizando el tiempo de contrapartida de todos los técnicos que participan en el diseño, formulación y ejecución de la estrategia” (Hosteltur, 2007). Aunque no tenemos que irnos tan lejos para verlo. España cada vez impulsa más el turismo japonés por su buena calidad y su influencia, hasta el desarrollo de algunos jardines japoneses como el que se encuentra en Alcobendas (Madrid Norte) y museos dedicados a su turismo a modo de culto en exposiciones temporales como la del artista Tetsuya Ishida en el museo Reina Sofía, impulsado por *Japan Foundation* que plantea toda una crítica ante los peligros del desarrollo con imágenes como la siguiente:



2 Tetsuya Ishida. Busqueda, 2001. The dai-nichi insurance company limited.
©Tetsuya Ishida 2019. Fotografía: Takemi Art Photos, cortesía Kyuryudo Art Publishin Con. Ltd.

Vivir en este entorno nos podría enseñar gran parte de concienciación del medio ambiente, del que lamentablemente no se puede disfrutar en la mayoría del mundo. Una de las grandes ventajas y atractivos para pensar en el turismo alternativo de naturaleza en Japón es el respeto que lo ha hecho posible. Este aspecto está reflejado en todos los aspectos de la cultura hasta en aspectos sociales como el respeto por el espacio personal.

Por el contrario, una de las desventajas es la herencia de un país con tradiciones antiguas lo que se podría considerar un arma de doble filo que puede afectar en varios aspectos, el lado conservador puede en cierto modo frenar el potencial de desarrollo de ciertos espacios para el turismo pero que es vital para su conservación.

“En demasiadas ocasiones se habla de la sostenibilidad en términos económicos, y se olvidan otras vertientes igualmente importantes. Sobre todo la social. Por ejemplo, el Gobierno japonés se ha propuesto atraer a 40 millones de turistas para 2020 y a 60 millones para 2030. Las cifras dan titulares, pero no se piensa dónde van a ir todos esos millones” (Kumi Kato, directora de Turismo de la Universidad de Japón. El País, 2017).

Además del hecho de ciertos convencionalismos establecidos que se pueden ver dañados por el desconocimiento llegando a crear una ofensa y deshonra que puede afectar una localización incluso. Como por ejemplo es habitual que en Kioto se busque mucho la fotografía con personas que llevan vestimentas típicas de Japón, pero no son una atracción turística con la que se deba interactuar y hay hechos que nos lo intentan enseñar "He visto a maikos¹ llorando y alejándose de la gente que quiere sacarse una foto con ellas. Ellas no están en exhibición. Este es un ambiente laboral" (Justin McCurry. Eldiario.es, 2018)

Japón es la combinación entre el mundo del futuro y la modernidad y la tradición. La disponibilidad de zonas para el ecoturismo es abrumadora con más del 78% del territorio montañoso y un 66% de estos son bosques. Sumando la accesibilidad de algunos de sus parques nacionales desde el mismo Tokio, facilitando a los turistas.

¹ Aprendiz de Geisha.

4.1.2 DATOS SOCIO ECONÓMICOS JAPÓN

Económico:

El sector servicios representa para Japón un 72% frente a la agricultura y el sector industrial.

Japón está situada como la tercera economía del mundo con respecto al PIB. No se ha encontrado en la mejor posición económica en los últimos años ya que en 2016 se encontraba situado como el segundo país con mayor deuda del mundo. Su deuda ascendía al 235,63% del PIB, lo que equivaldría a 83.005€1 per cápita.

En 2018 se publicó que el IPC de variación fue del 0,6%, lo que implica un incremento de los precios leve.

El PIB per cápita de 2017 fue de 34.027€ indicándonos su nivel de vida y situándose en el puesto 27 de los 196 países que establecen el ranking mundial. Cabe destacar que Japón es uno de los países con menor porcentaje de personas con desempleo del mundo.

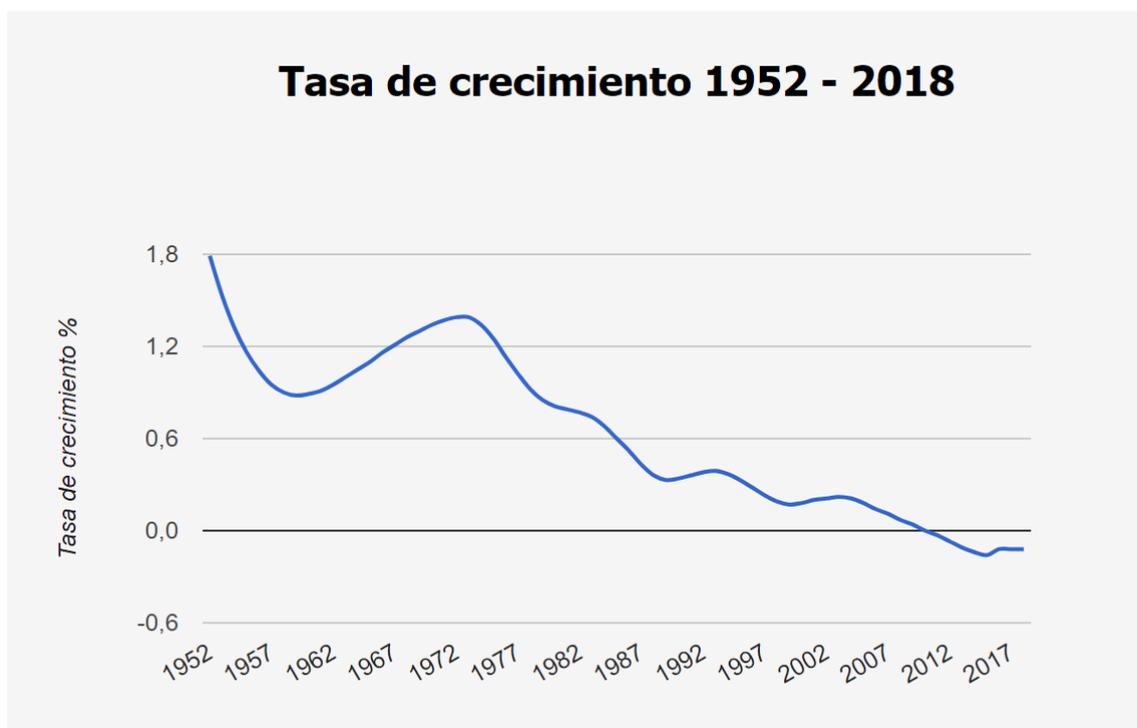


Tabla 1 Fuente: El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas.

Socio-demográfico:

La población según el contador del reloj de población de Japón basado en los datos del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas a fecha del 12 de abril de 2018 es de 126.174.940 habitantes. De los cuales un 48,7% son población masculina (61-451.919 habitantes) y son población femenina un 51,3% (64.723.021 hab.2)

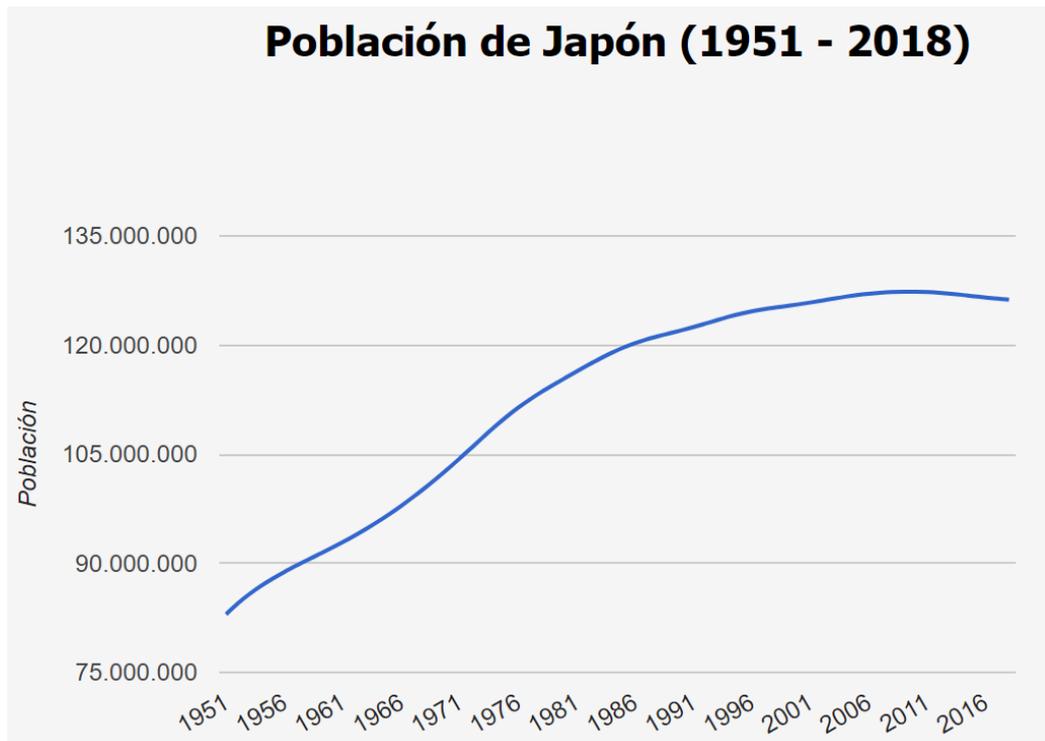


Tabla 2. Fuente: El Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas.

La tipología matrimonial en Japón está muy condicionada a la cultura japonesa. El matrimonio homosexual no es legal y además quedan excluidos del sistema los cónyuges con apellido distinto. Tan solo 2% de los niños nacen fuera del matrimonio, y según el Código Civil de Japón aquellos hijos que nacen fuera del matrimonio solo tienen el derecho a heredar la mitad del patrimonio de los hijos que nacen dentro del matrimonio.

Político-legales a nivel nacional:

El gobierno y el sistema político de Japón es relativamente reciente, pues se elaboró después de la Segunda Guerra Mundial, siendo redactada a raíz de esta en 1947. Su principal función fue abolir el sistema militar y establecer una democracia. Pero es muy

diferente a la democracia que conocemos ya que durante 50 años ha predominado un único partido.

Esta constitución no ha tenido modificaciones ya que el artículo 96 estipula que 2/3 de las cámaras de la Legislatura tienen que aprobar todas las modificaciones.

El gobierno de Japón es una monarquía constitucional. El poder ejecutivo lo tienen los 17 ministros que forman parte del gabinete parlamentario que deben responder a la legislatura japonesa. El 1º ministro de estos ejerce como Jefe de Estado y tiene poder para nombrar o destituir a los ministros. El poder Judicial y la máxima autoridad es el Tribunal Supremo de Japón, formado por un jefe de justicia y 14 jueces asociados. El presidente del consejo de ministros lo elige el emperador por designación del consejo de ministros que nombra a otros 14 Jueces.

El poder legislativo japonés (parlamento o Kokkai) lo forman dos cámaras: la de representantes (Shugiin) y la de consejeros (Sangiin). Todos son elegidos por voto del pueblo de Japón.

El poder del emperador es muy limitado, se considera un símbolo del Estado y la unidad del pueblo. (Emperador Japonés Akihito).

Un destino turístico depende de muchas variables externas para su desarrollo, estos factores condicionan a las empresas a la hora de elaborar una gestión de planes de marketing. Algunos de estos factores pueden variar y otros escapan al control de cualquier entidad.

Se impulsa mucho el turismo, aunque dentro de los ministerios actuales no exista un departamento gubernamental dedicado en específico a ello.

Sí tienen oficinas de turismo oficial de Japón con sede en varios países del mundo, entre ellos España.

“La Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA) han firmado un memorando de cooperación cuyo fin es servir de marco para la acción conjunta en el ámbito del turismo sostenible” (OMT PR No.: PR 17004, 17 Ene 17).

Estos son los departamentos registrados por el momento:

- Ministerio del Medio Ambiente
- Ministerio de Tierra, Infraestructura y Transporte
- Ministerio de Economía, Comercio e Industria
- Ministerio de Agricultura, Bosques y Pesca
- El Ministro de Salud, Trabajo y Bienestar
- Ministerio de Educación, Cultura, Deportes, Ciencia y Tecnología
- Ministerio de Finanzas
- Ministerio de Asuntos Exteriores

Ministerio de Justicia

- Ministerio de la Gestión Pública, Asuntos Internos, Correos y Telecomunicaciones
- Ministerio de Defensa
- Comisión Nacional de Seguridad Pública
- Autoridad Nacional de Personal
- Oficina de Legislación del Gabinete / Consejo de Seguridad de Japón

Político-legales a nivel internacional:

El comercio exterior es fundamental en Japón para su economía, aunque no está orientado hacia el exterior con significativas barreras no arancelarias. En 2016 era el cuarto país importador y exportador de mercancías, representado con un 36% del PIB. En 2016 se firmó el Acuerdo Transpacífico de libre comercio, pero quedó en duda en 2017 con la retirada de EEUU.

Su balanza comercial se caracterizaba por su estructura en supererávit y quedó registrada en déficit (2011 – 2015), después de cerrar la central de Fukushima y aumentar la factura energética. La balanza volvió a situarse en superávit en 2016 con una reducción significativa de importaciones.

Principales socios para exportar: Estados Unidos, China, Corea del Sur, Taiwán y Hong Kong.

Principales socios para importar: China, Estados Unidos, Australia, Taiwán y Corea del Sur.

Principales países asociados

Clientes principales (% de las exportaciones)	2017	Principales proveedores (% de las importaciones)	2017
Estados Unidos	19,3%	China	24,5%
China	19,0%	Estados Unidos	11,0%
Corea del Sur	7,6%	Australia	5,8%
Hong Kong	5,1%	Corea del Sur	4,2%
Tailandia	4,2%	Arabia Saudita	4,1%
Ver más países	44,7%	Ver más países	50,4%

Fuente: Comtrade, últimos datos disponibles

Tecnológicos:

Japón es uno de los países más desarrollado, sino el más desarrollado, en el ámbito tecnológico. Lo que afecta al estilo de vida es todos sus aspectos.

El transporte está conectado principalmente por el metro, aunque en las zonas más alejadas de la ciudad es necesario utilizar autobús.

Para desplazarnos en metro o tren la opción más destacada es el JR Pass que es el pase que se utiliza por todo Japón y el más vendido a turistas ya que los viajes son ilimitados durante 7, 14 o 21 días. Además, los trenes en Japón son un sinónimo de puntualidad ya que calculan sus paradas y salidas en base a 15 segundos. Existen situaciones en las que la compañía pide disculpas por salir 20 o 25 segundos antes.

Transporte aéreo (Anexo 2)

En la última celebración en Copenhage de la Conferencia Internacional sobre el Cambio Climático, dónde se presentaron las conclusiones del estudio sobre las TIC y el medioambiente y sus posibilidades se apreciaron algunos países que ya estaban realizando buenas prácticas es este ámbito. Japón se encuentra en primera posición.

“Japón recibe el puesto top por ser capaz de equilibrar la emisión de CO2 y su uso con su PIB, su red de transporte, sus infraestructuras y sus inversiones en TIC, para establecer una economía y un entorno sostenibles” Estudio sobre TIC conferencia internación sobre el cambio climático.

Socio Culturales

El idioma principal es el japonés, aunque existen otros dialectos como Aino y Ryukyense. El segundo idioma es el inglés, aunque en las zonas más alejadas de la ciudad es más probable entenderse por lengua de signos que en inglés.

En cuanto a religión, predomina el sintoísmo, después el budismo. Aunque también hay confucianos, taoístas y en una pequeña proporción cristianismo.

4.1.3. RECURSOS ECOTURÍSTICOS DE JAPÓN:

Los siguientes son los parques nacionales que se encuentran registrados por el gobierno de Japón como espacios protegidos según las regiones donde se encuentran.

PARQUES NACIONALES	
<ul style="list-style-type: none"> Hokkaido Region: <p>Rishiri-Rebun-Sarobetsu National Park.</p> <p>Shiretoko National Park</p> <p>Akan-Mashu National Park</p> <p>Kushiroshitsugen National Park</p> <p>Daisetsuzan National Park</p> <p>Shikotsu-Toya National Park</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kanto Region <p>Nikko National Park</p> <p>Oze National Park</p> <p>Chichibu-Tama-Kai National Park</p> <p>Ogasawara National Park</p> <p>Fuji-Hakone-Izu National Park</p> <p>Minami Alps National Park</p>
<ul style="list-style-type: none"> Tohoku Region: <p>Towada-Hachimantai National Park</p> <p>Sanriku Fukko (reconstruction) National Park</p> <p>Bandai-Asahi National Park</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kinki Region <p>Yoshino-Kumano National Park</p> <p>San'inikaigan National Park</p> <p>Setonaikai National Park</p>
<ul style="list-style-type: none"> Chubu Region 	<ul style="list-style-type: none"> Kyushu Region

Joshin'etsukogen National Park	Setonaikai National Park
Myoko-Togakushi renzan National Park	Saikai National Park
Chubusangaku National Park	Unzen-Amakusa
Hakusan National Park	National Park
Ise-Shima National Park	Aso-Kuju National Park
	Kirishima-Kinkowan National Park
	Yakushima (Island) National Park
• Chugoku & Shikoku Regions	Amamigunto National Park
Setonaikai National Park	Yambaru National Park
Daisen-Oki National Park	Keramashoto National Park
Ashizuri-Uwakai National Park	Iriomote-Ishigaki National Park

Las reservas biosfera tienen como objetivo la conservación de la diversidad biológica y cultural de un territorio ante los diferentes factores que lo puedan alterar como el humano. Estas son las que reconozco la UNESCO:

Reservas Biosfera (UNESCO)
Mount Hakusan
Mount Odalgahara y Mount Omine
Shiga Highland
Yakushima Island
Mount Sobo
Mount Katamuki
Mount Okue

4.2 GEOPARQUES EN JAPÓN

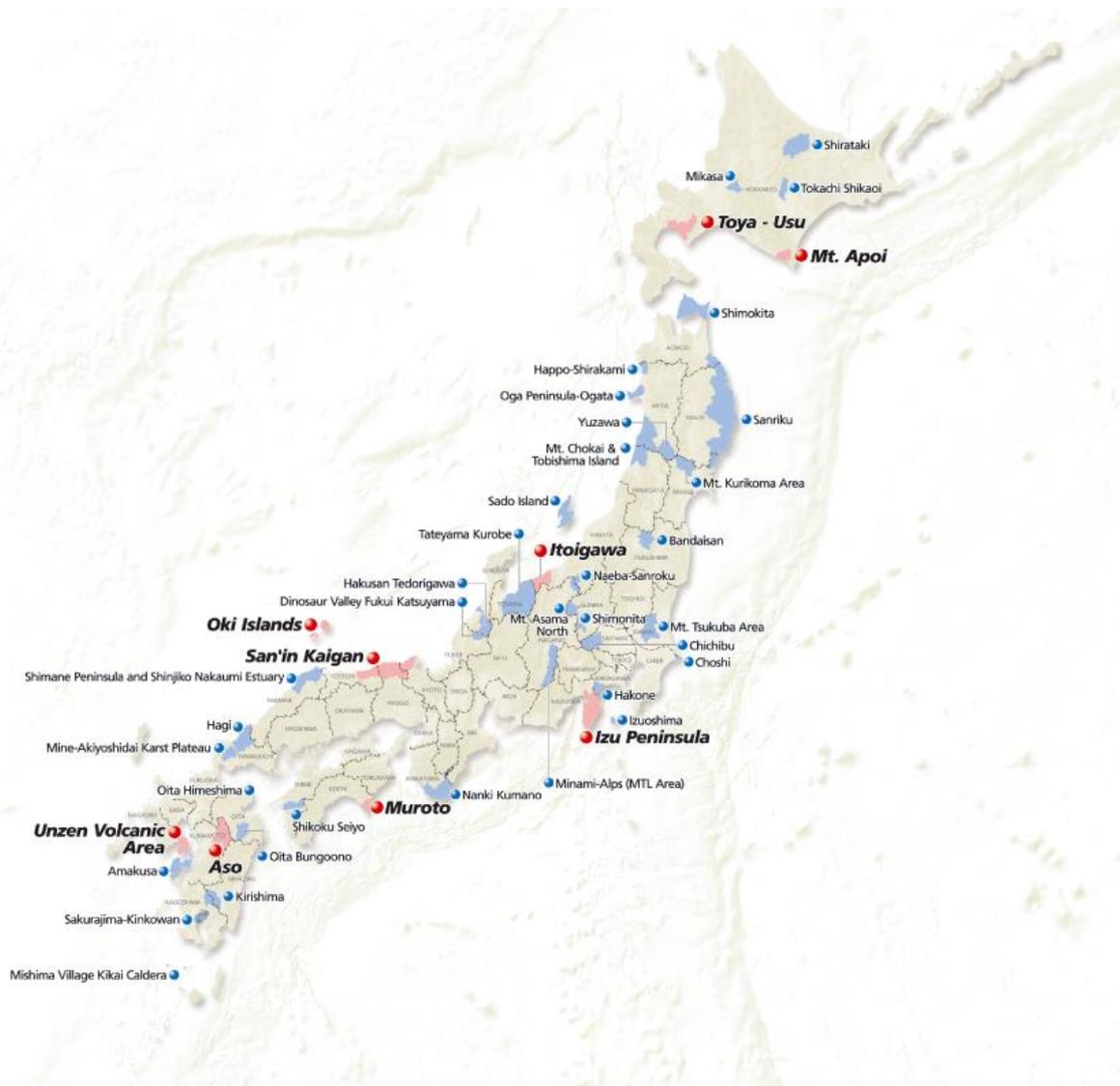


Ilustración 3. Japan Geopark Network (2019)

Geoparques Mundiales de Japón (UNESCO):		
Aso	Itogawa	Izu Peninsula
Mt. Apoi	Oki Islands	San'in Kaigan
Toya-Usu	Unzen Volcanic Area	

Geoparques Nacionales:		
Amakusa	Bandaisan	Choshi
Dinosaur Vally Fukui Katsuyama	Chichibu	Hagi
Hakone	Hakusan Tedorigawa	Happo-Shirakami
Izuoshima	Kirishima	Mikasa
Minami-Alps (MTL Area)	Mine-Akiyoshidai Karst Plateau	Mishima Village Kikai Caldera
Mt. Asama North	Mt. Chokai & Tobishima Island	Mt. Kurikoma Area
Mt. Tsukuba Area	Naeba-Sanroku	Nanki Kumano
Oga Peninsula-Ogata	Oita Bungoono	Oita Himeshima
Sado Island	Sakurajima-Kinkowan	Sanriku
Shinkoku Seiyo	Shimane Peninsula and Shinjiko Nakaumi Estuary	Shimokita
Shimonita	Shirataki	Tateyama Kurobe
Tokachi Shinkaoi	Yuzawa	

4.3 MARCO INSTITUCIONAL

El turismo ha resultado un factor a tener en cuenta para el crecimiento económico, por lo que ha supuesto que las administraciones del gobierno tomen mayor partido en sus iniciativas del sector. Destacan los ministros Junichiro Koizumi (2001-2006) que estableció el concepto de Japón como una ciudad fundada en el Turismo, y el actual Shinzo Abe situando en su programa político la iniciativa de internacionalizar el

turismo de Japón ya que solo consta de un desarrollo turístico de 10 años, por que tienen un amplio margen de desarrollo.

En 2013 quiso revitalizar Japón con el lema “Japan is Back” con el que quiso superar el numero de visitantes en 30 millones para 2030.

En 2014 El Consejo de ministro para la promoción de Japón estableció el “programa de acciones para lograr un país turístico, 2014) en el que se establecieron los siguientes puntos:

1. Promoción del turismo con vista a los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio en 2020
2. Implementación de medidas para aumentar en gran medida el turismo entrante.
3. Facilitar los viajes a Japón mediante medidas como un sistema de visado mas flexible.
4. Desarrollo de zonas turísticas a nivel mundial.
5. Creación de un entorno acogedor para los turistas extranjeros
6. Atraer a los viajeros de negocios a través de la promoción de Japón como lugar propicio para la celebración de reuniones internacionales.

4.4 OFERTA



Japanese Geopark Network es una organización sin ánimo de lucro que pretende unir la red de Geoparques y colaborar con empresas externas para desarrollar este turismo de manera sostenible. Actualmente esta publicada hasta una 5ª edición solamente puesto que son nuevas iniciativas.

La entidad más recomendada para realizar tours por los geoparques de Japón es “Aso Geotours” organizado por Aso Travel Desk. Esta entidad cumple con los principales cinco programas Geoturísticos establecidos para el turismo junto con guías de geoparques certificados.

A. Nakadake Crater: Siente el aliento de la tierra
B. Recorriendo la formación y los impactos de una caldera de clase mundial
C. Bendiciones del volcán: vidas antiguas y recursos hídricos
D. Topografía volcánica y vidas locales.
E. Mitos y misterios de Aso.

Esta compañía también dispone de un autobús turístico que realiza 14 viajes al día por algunas regiones cercanas a los geoparques para realizar el ascenso hasta los puntos de inicio a pie.

Unido a Aso Caldera Tours tiene a disposición 27 posadas que pertenecen al grupo Aso Hotspring Inn Union.

A pesar de ser la agencia de viajes más específica para geoparques y contar con el factor de colaboración con el gobierno, podemos encontrar muchas alternativas. Las siguientes agencias trabajan en al menos Japones e Inglés por lo que pueden operar a nivel internacional:

Multi-lingual travel agencies
<p>E Jumbo Tours Inc. Licence No.1374 www.jumbotours.co.jp Package tours to Okinawa. With both domestic and international flight ticketing</p>
<p>E Nippon Travel Agency Co.,Ltd Licence No.2 www.nta.co.jp Inbound tours, rail pass, hotel/ryokan booking, international corporate sales</p>
<p>E Tonichi Travel Service Licence No.270 www.japan-coachman.com Land packages, hotel/ryokan booking, international corporate sales</p>
<p>E Visit Japan Tours Licence No.3-6388 www.visitjapantours.com Specializes inbound group tours, land tours and packages for FIT.</p>
<p>E Fareast Inc. Licence No.3-5220 www.nightflight.co.jp Specializes in domestic and international flight packages.</p>
<p>E Keikyu Travel Services Licence No.297 www.keikyu-travel.com Specializes in domestic and international flight packages.</p>
<p>E H.I.S. Multilingual Air Ticket Site Licence No.724 g.his-j.com/en/air Book flights from Japan to overseas in English, Chinese and Korean. Native staffs are available to take your requests!</p>
<p>E No.1 Travel Licence No.724 www.no1-travel.com</p>

International flight ticketing.
E Across Travellers Bureau Licence No.835 www.across-travel.com Specialises in International flight ticketing.
E Japan Worldwide Licence No.2-328 www.welovesnow.com Specializes in ski tours.
E Yoshi Tour Co., Ltd Licence No.2-4459 www.yoshitour.com Japan domestic tours, accommodations and flight ticketing.
E Odakyu Travel Licence No.365 www.odakyu-travel.co.jp Wide selection of package tours and accommodation in Hakone.
E Club Tourism Licence No.1693 www.yokoso-japan.jp Domestic land tour packages
E STA Travel Licence No.937 www.statravel.co.jp International flight ticketing. Rail pass.
E AirNet Travel Licence No.3-4421 www.airnetjapan.com International flight ticketing. JTB Tour package official agency (Look JTB, ACE JTB)
E Lucky World Travel Licence No.3-5615 www.luckyworldtravel.com International flight ticketing.
E Toruko Euro Tours Licence No.3-5739 www.torukoeurotours.com International flight ticketing
E Chikyu Travel Service Licence No.3-5088 www.chikyutransel.com Domestic flight ticketing and hotel reservation.
E Orion Tour Licence No.692 www.orion-tour.co.jp

Long distance bus, domestic flight package.
E IACE TRAVEL Licence No.883 www.iace.co.jp Package tours, domestic and international flight ticketing
E Willer Travel Inc Licence No.2-1617 www.willereexpress.com Online reservation system for long distance bus .
E Just Travel Licence No.724 Tel:03-5292-2601 International flight ticketing.
E Sophia Travel Licence No.3-4240 www.sophia-net.com International flight ticketing.
E Travel Hero Licence No.3-3627 www.travel-hero.co.jp International flight ticketing.
E Air Orient Inc. Licence No.2-1663 www.japan-saver.com Domestic flight ticketing.
E GS Travel Licence No.3-1841 www.gs-travel.com International flight ticketing.
E Fun Travel Licence No.3-5949 www.funtravel.jp International flight ticketing.
E e-Holidays Licence No.1839 www.e-holidays.jp International flight ticketing.
E etour Licence No.1731 www.etour.co.jp International flight ticketing.
E Three O Seven International Licence No.3-5568 www.307.co.jp International flight ticketing.

<p>E Japanese Licence No.5941 www.japanican.com</p> <p>Inbound tours, hotel/ryokan booking</p>
<p>E Kinki Nippon Tourist Co.,Ltd Licence No.20 www.knt.co.jp</p> <p>Inbound tours, hotel/ryokan booking</p> <p>E Humanic Co., Ltd Licence No.2-6260 www.seejapan-tours.com</p> <p>Inbound tours, hotel/ryokan booking</p>
<p>E Can Tour Licence No.1-1785 www.cantour.co.jp</p> <p>International flight ticketing.</p>

La oferta turística en Japón está más focalizada durante eventos como los festivales, algunos de estos son los más famosos de Tokio:

Enero: O-shogastsu y Seijin no hi.
Febrero: Hari-kuyo y Kenkoku kinenbi (fiesta nacional).
Marzo: Shunbun no hi.
Abril: Midori no hi.
Mayo: Kempô kinenbi, Kodomo no hi y Sanja
Junio: Sanno.
Julio: Festival de las Estrellas y Umi no hi.
Agosto: Festival de la Samba.
Septiembre: Keirô no hi y Shûbun no hi.
Octubre: Taiiku no hi.
Noviembre: Bunka no hi y Kinrô kansha no hi.

Diciembre: Tennô no tanjôbi.

4.5 DEMANDA

El mayor cambio para el turismo en Japón se realizó gracias a las declaraciones de Koizumi (2003), dónde dirigió sus políticas a “un país orientado al turismo”. Las razones para este desarrollo fueron: beneficios económicos, la facilidad y forma barata de asegurar reservas de divisas, el crecimiento de la demanda en mercaos emergentes, y la posibilidad de reactivar económicamente zonas rurales.

Para poder llegar a esto se tomaron medidas económicas y sociales: Dar prioridad a gastos públicos y reconstruir las finanzas estatales, limitar la emisión de bonos, revitalizar economías locales y proveer segundas oportunidades para minimizar la brecha entre ricos y pobres, reforma educativa para aprobar el enseñanza de patriotismo, revivir virtudes tradicionales de Japón y los valores familiares, hacer Japón una nación bella con confianza y orgullo, mejorar las relaciones con China y Corea del Sur, aumentar el presupuesto de tecnología de misiles, y lograr un Japón turístico a nivel internacional. Una prueba evidente de este desarrollo y su intención de seguir creciendo son los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Tokio en 2020.

Estructura del Mercado:

Japón como destino turístico ofrecen la experiencia de un nuevo mundo tecnológico y a la vez un mundo natural y tradicional. La cultura y experiencia de Japón solo se puede comparar dentro del mercado asiático, puesto que aunque otros lugares puedan ser igualmente antiguos no concilian con un mundo tan tecnológico y avanzado. Por lo que los principales competidores de Japón serían China, Corea del sur, Tailandia... y hablando de la prefectura de Japón, el resto de prefecturas de Japón.

Características que definen al sector

Es una de las bases de su resurgimiento a pesar de que es un sector poco maduro en Japón, ya que apenas lleva 10 años como potencia turística, pero se ha convertido en

uno de los principales destinos con gran rapidez. El sector aún no tiene mucha concentración y masificación debido a su precariedad.

Estructura del mercado (5 Fuerzas de Porter)

La posibilidad de entrada de nuevos competidores es muy compleja ya que reproducir la tradición de Japón es muy compleja, y la estructura de su ecosistema natural es muy difícil de lograr. Las barreras de entrada son evidentes tratándose de una potencia mundial tanto de manera económica como de diferenciación.

Los productos sustitutivos serían únicamente zonas asiáticas, y al tener un producto tan diferenciado, rico y único hace que tenga un gran poder de negociación, como por ejemplo la apelación a las relaciones diplomáticas con España, un sector muy maduro y experimentado, a modo de aniversario e impulsor del turismo.

Ocio:

Sin lugar a dudas Tokio es la ciudad preferida a la hora de viajar a Japón, combinado con los diferentes lugares naturales que ofrece su prefectura lo convierte en el lugar ideal. Aunque siempre hay un desplazamiento a las prefecturas de Shizuoka y Yamanashi para ver el Monte Fuji.

Entorno específico: Microentorno del destino turístico:

Centrándonos más en la localización de la prefectura de Tokio de manera más específica podemos apreciar las siguientes características.

Naturaleza del mercado turístico:

El tamaño del mercado es muy amplio, puesto que Tokyo es una de las ciudades favoritas a la hora de viajar, es una de las competidoras de Nueva York. Por lo que su tamaño de mercado es mundial. Los principales visitantes son los habitantes de Japón por su gran red de transportes y especialmente de la región de Kanto.

Después serían China, Corea del Sur, Taiwán, Hong Kong ...

Porcentaje de visitantes extranjeros por país de procedencia en 2015

	País o región de procedencia	Visitantes (en millones)	Porcentaje
1	China	4,99	25,3 %
2	Corea del Sur	4,00	20,3 %
3	Taiwán	3,68	18,6 %
4	Hong Kong	1,52	7,7 %
5	Estados Unidos	1,03	5,2 %
6	Tailandia	0,8	4,0 %
7	Australia	0,38	1,9 %
8	Singapur	0,31	1,6 %
9	Malasia	0,31	1,5 %
10	Filipinas	0,27	1,4 %
11	Reino Unido	0,26	1,3 %
12	Canadá	0,23	1,2 %
13	Francia	0,21	1,1 %
14	Vietnam	0,19	0,9 %
15	Alemania	0,16	0,8 %

Elaborado por Nippon.com a partir de datos de la Oficina Nacional del Turismo Japonés.

4.6. IMAGEN DE DESTINO

Japón ha realizado una gran serie de cambios en su plan de marketing y relaciones tanto comerciales como turísticas. Debido al 150 aniversario de las relaciones diplomáticas entre España y Japón, este último se ha convertido en uno de los destinos más llamativos para los españoles.

Acto de Apertura del 150 Aniversario del Establecimiento de Relaciones Diplomáticas entre Japón y España



Convocatoria de Eventos para la Celebración del 150 Aniversario del Establecimiento de Relaciones Diplomáticas entre Japón y España

Ventajas de inscribir el evento:

Ventaja 1

Podrán usar el logotipo oficial del Aniversario

Ventaja 2

Podrán realizar una presentación previa y eficiente de su evento en la página web del Aniversario y otros medios

Ventaja 3

Podrán difundir el resumen del evento en la página web del Aniversario y otros medios

JNTO (2018)

4.6 BUENAS PRÁCTICAS EN JAPÓN.

Como ejemplo de buenas prácticas encontramos a una asociación sin ánimo de lucro con la única finalidad de promover y potenciar el ecoturismo en Japón.

Políticas de conservación: Japón ha sufrido los efectos de la contaminación por llegar a los límites de basuras emitidas que superaban 40 millones de toneladas según “Japan

Fact Sheet” por ello ha desarrollado uno de los mejores sistemas de reciclados del mundo en papel con unos índices de reciclaje del 81.3% en 2015 y un uso del 64,3%. Esto quizá se debe a la instauración del reciclaje como una ley para los envases y el vidrio dividiendo los costes de eliminación de todos los costes de reciclaje entre las diferentes entidades: Fabricantes, consumidores y las administraciones locales. Además, Japón dispone de una sociedad para la conservación de la naturaleza con 24.000 miembros y más de 5000 pequeños grupos para la preservación del medio ambiente y a pesar de no ser de gran tamaño tienen grandes expectativas y colaboran con el extranjero. Estas empresas colaboran en una “*sociedad de protección a la naturaleza y conservación del patrimonio*” que se fundó en 1996. Establecieron un acuerdo entre empresas privadas y locales, junto con el Ministerio del Medio Ambiente, en el cual promovían la priorización de productos que no perjudicaban el medio ambiente.

Otro de los ejemplos de buenas practicas es el programa AOD que determina medidas para los siguientes aspectos:

- Conservación del agua
- Servicio de alcantarillado
- Eliminación de residuos
- Medidas contra la contaminación ambiental:
 - a. Prevención de desastres
 - b. Preservación de bosques
 - c. Reducción de contaminantes en el agua y la atmosfera.

También cabe destacar su colaboración en proyectos a nivel mundial con las siguientes organizaciones:

- Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA)
- Organización Internacional de las Maderas Tropicales (ITTO)
- Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)

CAPITULO 5
CONCLUSIONES

5. CONCLUSIONES

Es una evidencia que es necesario un desarrollo sostenible en todos los ámbitos turísticos, pero en especial para que el ecoturismo. El concepto de sostenible se ha convertido en un punto ineludible en las agendas de desarrollo de todo el mundo y Japón ha tomado nota de ello. Contando con una situación ventajosa en la que a penas esta comenzando su desarrollo turístico, aunque a gran velocidad, le ha permitido tomar las medidas e iniciar las infraestructuras necesarias para que se respeten los espacios.

Los entornos naturales son muy complejos y sensibles por lo que tomar base de buenas practicas ha sido crucial para el éxito de estas iniciativas. La estructuración y la colaboración tanto del gobierno como de las empresas privadas ha jugado un papel fundamental y augura grandes metas. Para lograr estas metas ha sido imprescindible la colaboración con otros países que apoyan estas políticas, afortunadamente España es una de ellas precedido por los años de colaboración entre ambos países. De este modo los lazos de unión tanto culturales como terrenales se han estrechado. La ampliación de los conocimientos de las ambas culturas por parte de ambos y la fluctuación de turísticas con los acuerdos de las compañías de aviación como Iberia son una prueba de ello.

Todo esto nos deja ver cual es el camino al progreso y las posibilidades de un buen desarrollo sostenible en el ecoturismo.

CAPITULO 6
REFERENCIAS

6. REFERENCIAS

AECID. (s.f.). Portal Web AECID LA AGENDA 2030. EL RETO DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE. Recuperado 2 julio, 2019, de <http://www.aecid.es/ES/Paginas/Sala%20de%20Prensa/ODS/01-ODS.aspx>

Biblioteca del Congreso Nacional de Chile. (s.f.). Japón es la marca país más fuerte gracias a la potenciación de su cultura. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://www.bcn.cl/observatorio/asiapacifico/noticias/japon-marca-pais-fuerte->

Carcavilla, L., Belmonte, A., Durán, J. J., & Hilario, A. (2011, 19 enero). Enseñanza de las ciencias de la Tierra. Recuperado de <https://www.raco.cat/index.php/ECT/article/view/244382/331354%20+>

Catherine Mollet, C. M. (s.f.). Parques nacionales en Japón. Recuperado 2 julio, 2019, de https://www.turismo-japon.es/site_content/154-newsletter-japon-n-7/455-parques-nacionales-en-japon

Conocetokio.blogspot.com. (s.f.). Tokio, Japon. Recuperado 2 julio, 2019, de <http://conocetokio.blogspot.com/2016/10/flora-y-fauna.html+>

Countrysmeters.info. (s.f.). Poblacion de Japón 2019. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://countrysmeters.info/es/Japan>

Ecotur. (s.f.). Qué es Ecoturismo Certificación Turismo Ecológico. Recuperado 2 julio, 2019, de https://www.ecotur.es/definicion-ecoturismo/ecoturismo/definicion-del-ecoturismo_4318_2483_4723_0_1_in.html

Embajada de Japon en Venezuela. (s.f.). Embajada del Japan en Caracas. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://www.ve.emb-japan.go.jp/esp/japon/medioambiente.htm>

Enciclopedia britannica. (s.f.). Britannica.com. Recuperado 3 junio, 2019, de <https://www.britannica.com/place/Japan>

Hosteltur Redacción España, H. (2007, 6 julio). Japón colabora en un plan nacional para el desarrollo del ecoturismo en las comunidades. Recuperado 2 julio, 2019, de https://www.hosteltur.com/43951_japon-colabora-plan-nacional-desarrollo-ecoturismo-comunidades.html

La Guía. (2009, 17 febrero). Geografía de Japón: Generalidades | La guía de Geografía. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://geografia.laguia2000.com/geografia-regional/asia/geografia-de-japon-generalidades>

Misiones Online. (2015, 3 julio). Las Decisiones turísticas de la RET -Mercosur /Japón y los 17 millones de turistas. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://misionesonline.net/2015/07/03/las-decisiones-turisticas-de-la-ret-mercosur-japon-y-los-17-millones-de-turistas/>

Nippon.com. (s.f.). Nippon.com - Una ventana a Japón. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://www.nippon.com/es/features/h00132/>+

Nippon.com. (2019, 22 marzo). La familia japonesa: valores cambiantes en un sistema inmóvil. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://www.nippon.com/es/currents/d00095/>

Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón. (s.f.). Turismo en Japón: resultado y consecuencia de su desarrollo y economía. Recuperado 2 julio, 2019, de <http://www.eumed.net/rev/japon/25/turismo.html>

Raquel C. Pico, R. C. P. (2009, 11 diciembre). Japón es el país que mejor aprovecha las TIC para ser más verde. Recuperado 2 julio, 2019, de https://www.silicon.es/japon-pais-mejor-aprovecha-tic-verde-2178101?inf_by=5b12c9b0671db8c2058b4e77+

Sarriés Sanz, L., & Casares García, E. (s.f.). Buenas prácticas de recursos humanos. Recuperado 2 julio, 2019, de https://books.google.es/books?id=XZ1Qc_B_pbQC

Spain Exchange Country Guide. (s.f.). El Gobierno de Japón. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://www.studycountry.com/es/guia-paises/JP-government.htm+>

Tokyo Guide - Things to do in Tokyo Prefecture - Japan Travel. (2019, 8 mayo). Tokyo Guide - Things to do in Tokyo Prefecture - Japan Travel. Recuperado 3 junio, 2019, de <https://en.japantravel.com/tokyo>

Tokyo Metro. (s.f.). Tokyo Metro | Mapa del metro. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://www.tokyometro.jp/es/subwaymap/index.html>

Tokyo Tomo. (s.f.). Travel Agents in Japan - Multi-lingual travel agencies. Recuperado 2 julio, 2019, de http://www.tokyotomo.com/list_travelagent.htm

UNESCO. (s.f.). UNESCO Global Geoparks | United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. Recuperado 3 junio, 2019, de <http://www.unesco.org/new/en/natural-sciences/environment/earth-sciences/unesco-global-geoparks/>

UNWTO. (2017, 20 enero). La OMT y la Agencia de Cooperación Internacional de Japón se unen para promover el turismo sostenible | Organización Mundial del Turismo OMT. Recuperado 2 julio, 2019, de <http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-01-20/la-omt-y-la-agencia-de-cooperacion-internacional-de-japon-se-unen-para-prom>+

UNWTO. (s.f.-a). Ecoturismo y áreas protegidas | Sustainable Development of Tourism. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://sdt.unwto.org/es/content/ecoturismo-y-areas-protegidas>

UNWTO. (s.f.-b). Definición | Sustainable Development of Tourism. Recuperado 2 julio, 2019, de <https://sdt.unwto.org/es/content/definicion>

Web Japan. (s.f.). Japan Fact Sheet. Recuperado 2 julio, 2019, de https://web-japan.org/factsheet/es/pdf/es23_leisure.pdf+

ANEXO I

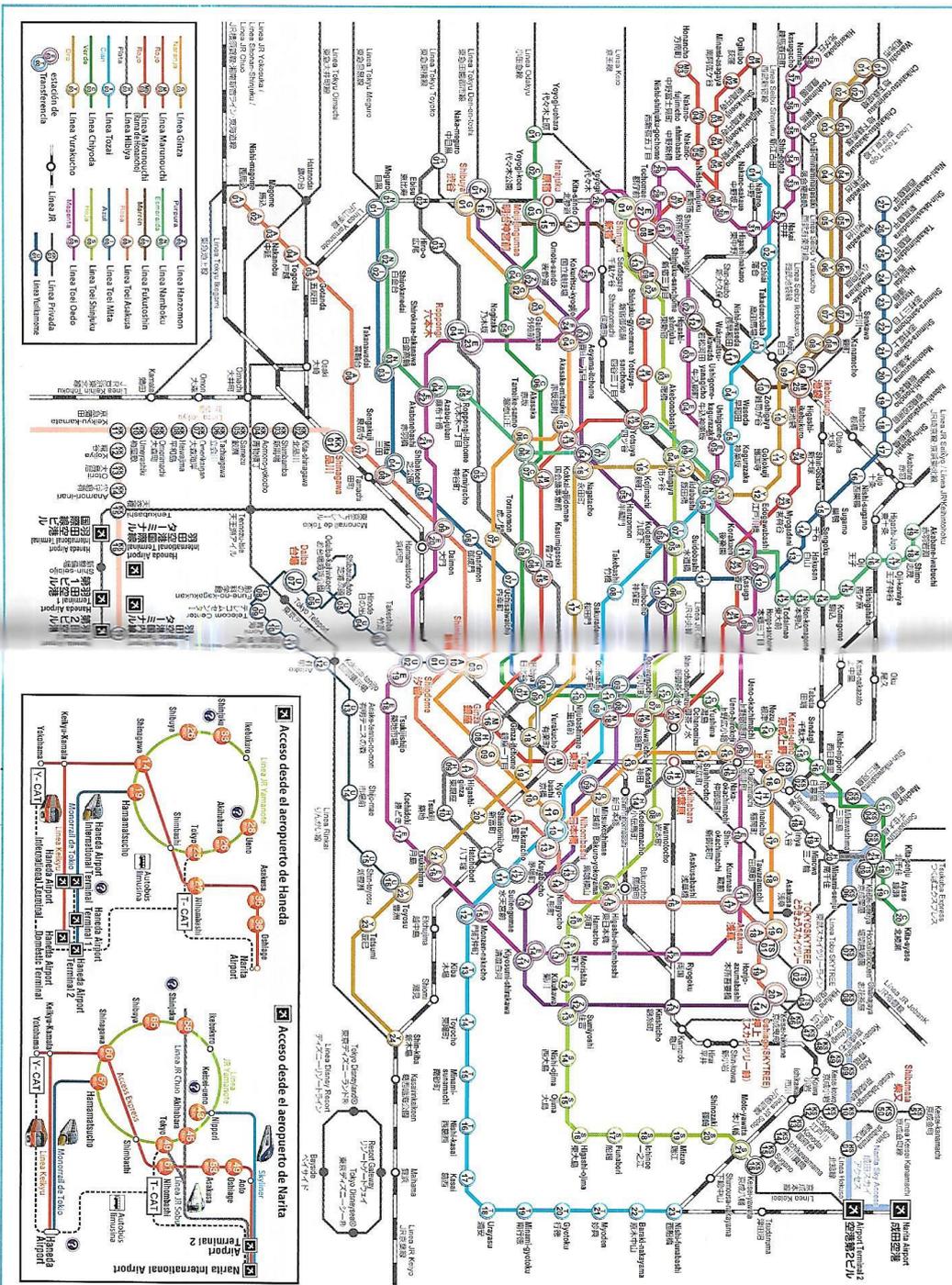
DOCUMENTOS FOTOGRAFÍCOS

ANEXO I: DOCUMENTOS FOTOGRAFICOS:

Estas son las revistas que pude obtener durante la feria de FITUR de 2018 y 2019 de las cuales he podido obtener información.



Red de Transportes



En las siguientes páginas Web encontrará mapas del metro e información sobre transportes.
 ■ Página Web del Metro Toei www.kotsu.metro.tokyo.jp/eng/
 ■ Página Web del Metro Tokio www.tokyo-metro.jp/en/index.html

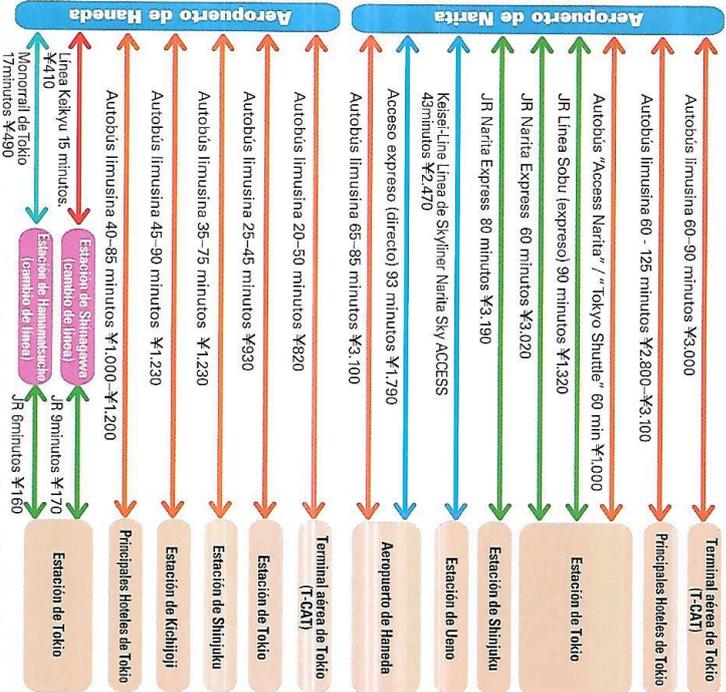
Billetes con descuento

Billetes

	JR	Sobro Metro	Toei Metro	Toei Bus	Toei Subway	Toei Other
<p>Abono de transporte válido por un día dentro de toda la zona JR</p> <p>■ Adultos ¥1.500 ■ Niños ¥800 ■ Válido por un día. Podrá adquirirse en las estaciones de las líneas JR del área metropolitana. Más información en www.jr-tokyo.co.jp (en japonés). *1. Tiene un límite de 23 destinos específicos de algunas estaciones.</p>						
<p>■ Adultos ¥900 ■ Niños ¥450</p> <p>Podrá adquirirse el mismo día de su uso, en las expedidoras automáticas de las estaciones de los metros Toei y Tokyo Metro.</p>						
<p>Billetes de metro en Tokio</p> <p>■ 21 horas Adultos ¥1.500 Niños ¥750 ■ 12 horas Adultos ¥1.200 Niños ¥600</p> <p>Disponible en los mostradores de los aeropuertos de Haneda y Narita.</p>						
<p>Pase de 24 horas de Tokyo Metro</p> <p>■ Adultos ¥600 ■ Niños ¥300</p> <p>Disponible en las máquinas expendedoras de las líneas de Tokyo Metro el mismo día de uso. Los billetes de venta automática se pueden comprar en la mayoría de las máquinas que venden pases de transporte de Tokyo Metro.</p>						
<p>Abono de un día de Toei (en las líneas Keiyo)</p> <p>■ Adultos ¥700 ■ Niños ¥350 ■ Válido por un día.</p> <p>También puede comprarse en el mismo día en las máquinas expendedoras de todas las estaciones de metro Toei y Nippori-Tonen Line, y en los autobuses y ferria.</p>						
<p>Abono de un día Tokyo Metropolitan (en la línea Pass)</p> <p>■ Adultos ¥750 ■ Niños ¥370 ■ Válido por un día.</p> <p>Disponible en las oficinas de venta de la línea JR Nippori, Keiyo, Mito, Toei y Keihin Tokaido, y centros de asistencia a viajeros (View Plaza) en la mayoría de las estaciones principales de Tokio.</p>						
<p>Abono de un día Toei Bus</p> <p>■ Adultos ¥500 ■ Niños ¥250</p> <p>Disponible en oficinas y sucursales de Toei Bus, puntos de venta de abonos de transporte Toei Bus. También puede comprarse en el ferrijo de las Estaciones Toei. * 500 en los 23 destinos específicos.</p>						
<p>Abono de un día del tranvía Toei</p> <p>■ Adultos ¥400 ■ Niños ¥200</p> <p>Disponible en las oficinas Avizora del tranvía Toei y puntos de venta de abonos de transporte del tranvía Toei. También puede comprarse en el mismo día en los propios tranvías. Aceptan los tranvías PASMO y Suica.</p>						
<p>Abono de un día Yurikamome</p> <p>■ Adultos ¥820 ■ Niños ¥410</p> <p>Disponible en las oficinas de las estaciones de la línea Yurikamome en el mismo día. También se pueden comprar por adelantado en las oficinas de las estaciones de Shinjuku y Yamanote.</p>						
<p>PASMO • Suica</p> <p>Con estos tarjetas inteligentes, que se pueden usar en todo el país, podrá viajar en las principales compañías de ferri y autobuses de línea metropolitana. Si usted compra una tarjeta nueva de pago adelantado, puede pasar la barrera de los billetes o comprarla de billetes autorizados o la máquina lectora de billetes de las compañías de ferri y autobuses autorizados. Además, en algunas zonas, esta tarjeta también puede ser usada para compras como ferrijo electrónico en las tiendas registradas.</p>						

Transporte entre el aeropuerto y los principales lugares en Tokio

Horarios y tarifas desde el aeropuerto a varios lugares de Tokio (tarifas de ida al comprar los billetes)



Billete de descuento para el transporte público desde el aeropuerto hasta la zona central de la ciudad

- Aeropuerto de Haneda**
 - **Abono de autobuses (Limousin) y metro (Ruta de Haneda)**

Tarifas: 24-hour Ticket + 1 viaje de ida de Limousine Bus

Adultos ¥1.800, niños ¥900

Este es un abono conjunto de Tokyo Subway 24-hour Ticket + 24-hour Ticket y Limousine Bus que cubre el aeropuerto de Haneda y varias áreas dentro de Tokio. (*)
 - **Pase Tokyo Travel de uno y dos días (Pase de 2 días) Adultos ¥1.200, niños ¥600**

Pase que incluye billetes de ida y vuelta a las estaciones de las terminales nacional o internacional y el aeropuerto de Haneda, y la línea Keiyo hasta la estación de Sangyūji y un pase de uso limitado de uno (o dos) días para las líneas de metro Toei. El pase también proporciona descuentos en diversos establecimientos de las líneas de metro Toei.
- Aeropuerto de Narita**
 - **Pase de bus (Limousin) y metro (Ruta de Narita)**

Tarifas: 24-hour Ticket + 1 viaje de ida de Limousine Bus

Adultos ¥3.400, niños ¥1.700

Este es un abono conjunto de Tokyo Subway 24-hour Ticket + 24-hour Ticket y Limousine Bus que cubre el aeropuerto de Narita y varias áreas dentro de Tokio. (*)
 - **Abono de un día Tokyo Shuttle & Subway**

Billete que incluye un Tokyo Subway 24-hour Ticket (abono de un día en las líneas de metro Toei y Tokyo Metro) y un viaje de ida en el autobús Tokyo Shuttle entre el Aeropuerto de Narita y la estación de Tokio.
 - **NEX TOKYO Billete de ida y vuelta**

Tipo de billete de ida y vuelta para el tren express "Narita Express" que conecta el aeropuerto de Narita con el área metropolitana de Tokio.

Información sobre accesos

English

兵庫旅

The Heart of Japan

HYOGO

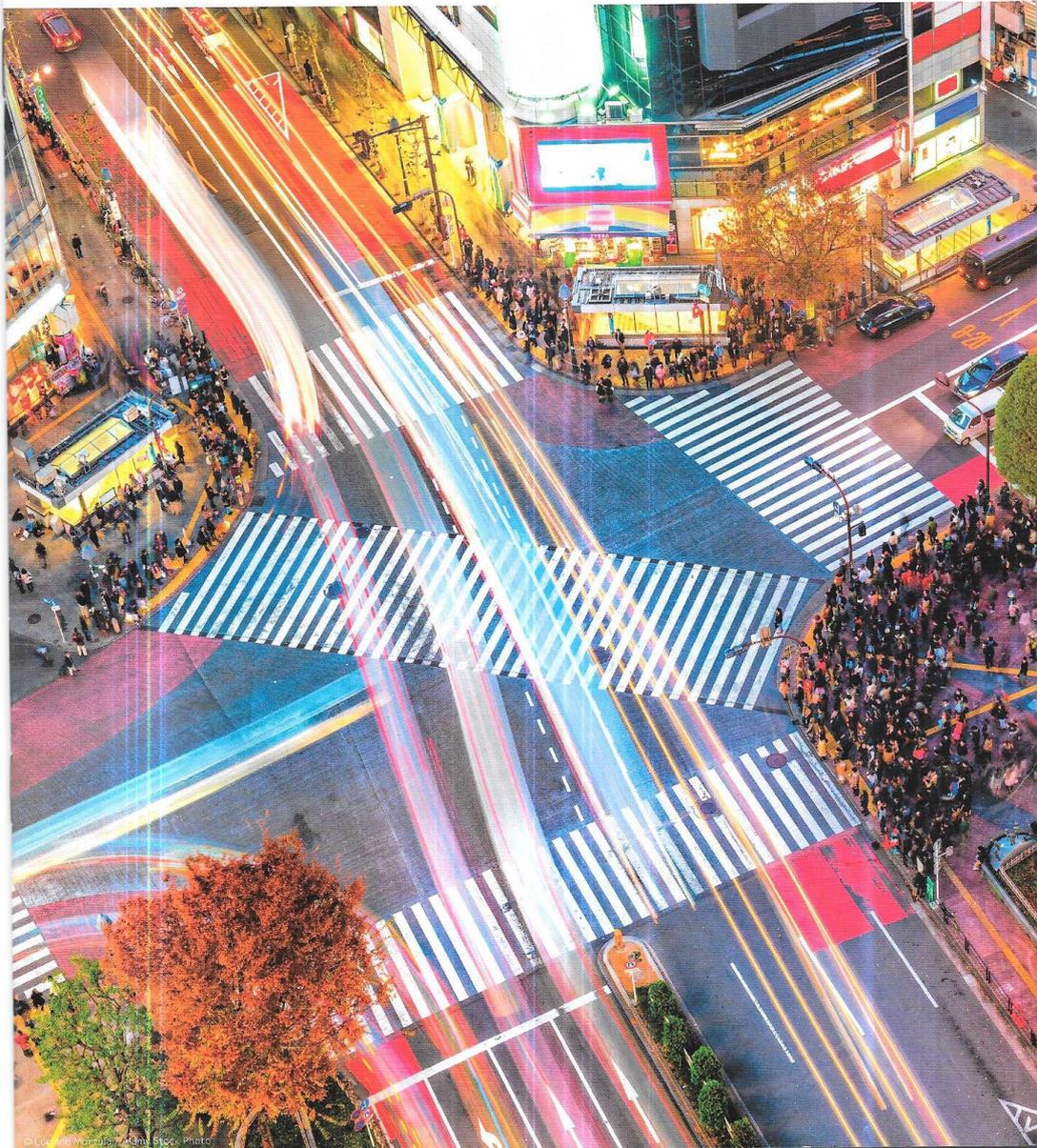


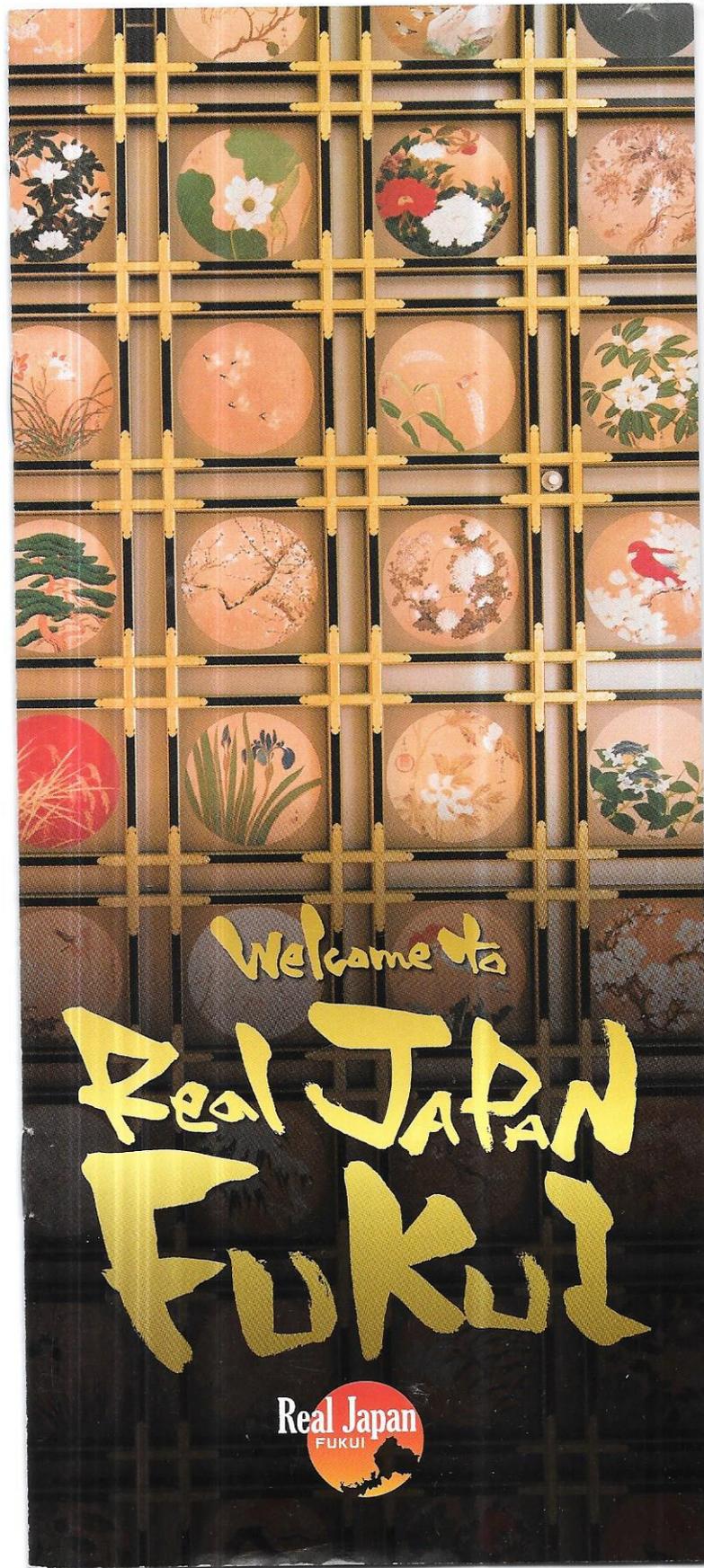
Official Hyogo Guidebook
兵庫県オフィシャルガイドブック

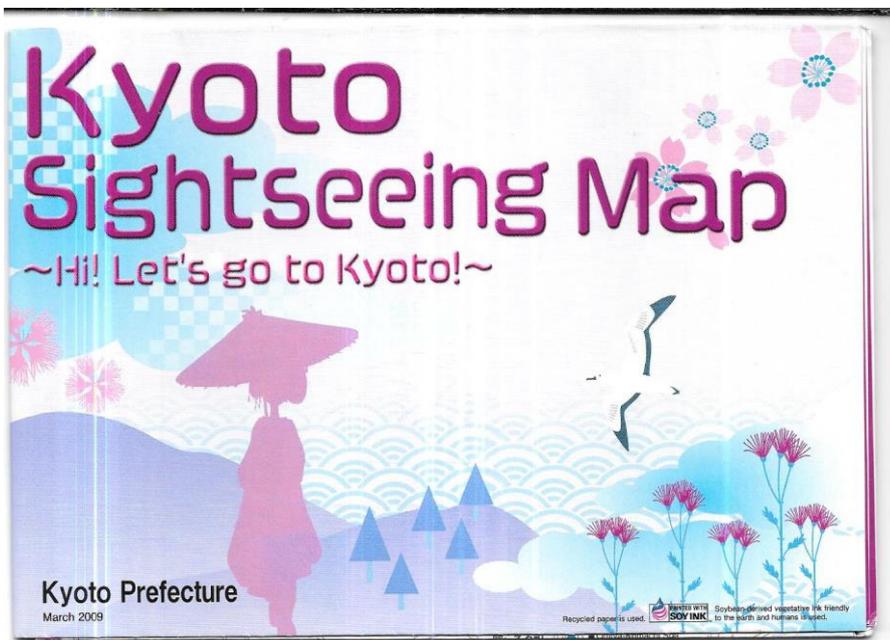
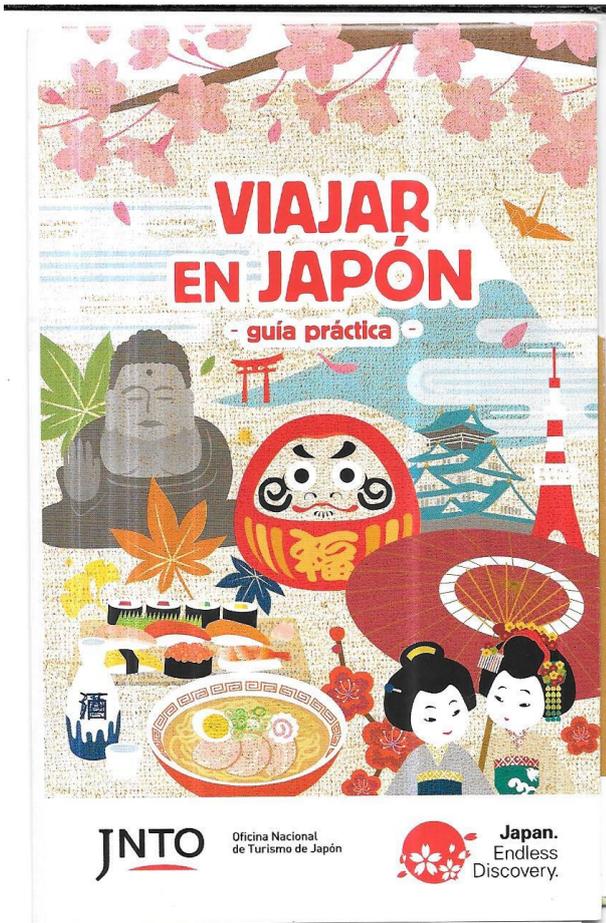


Tokyo Tokyo

Old meets New

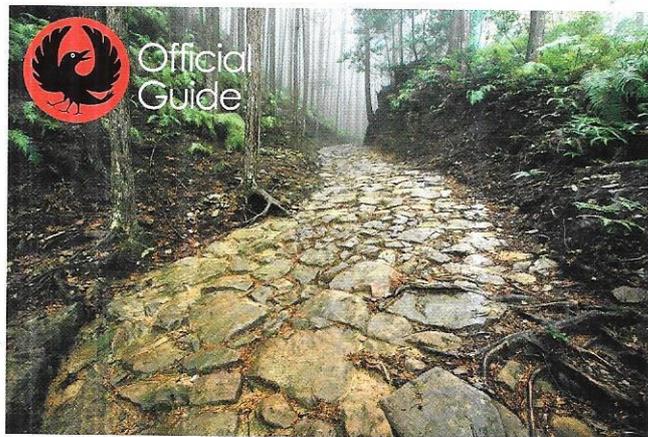
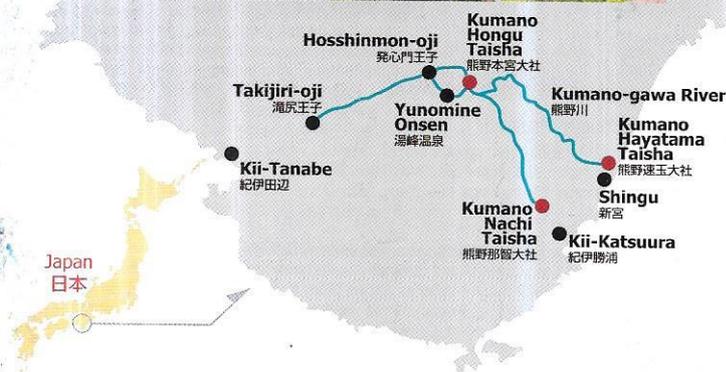






KUMANO KODO NAKAHECHI

Pilgrimage Route Maps



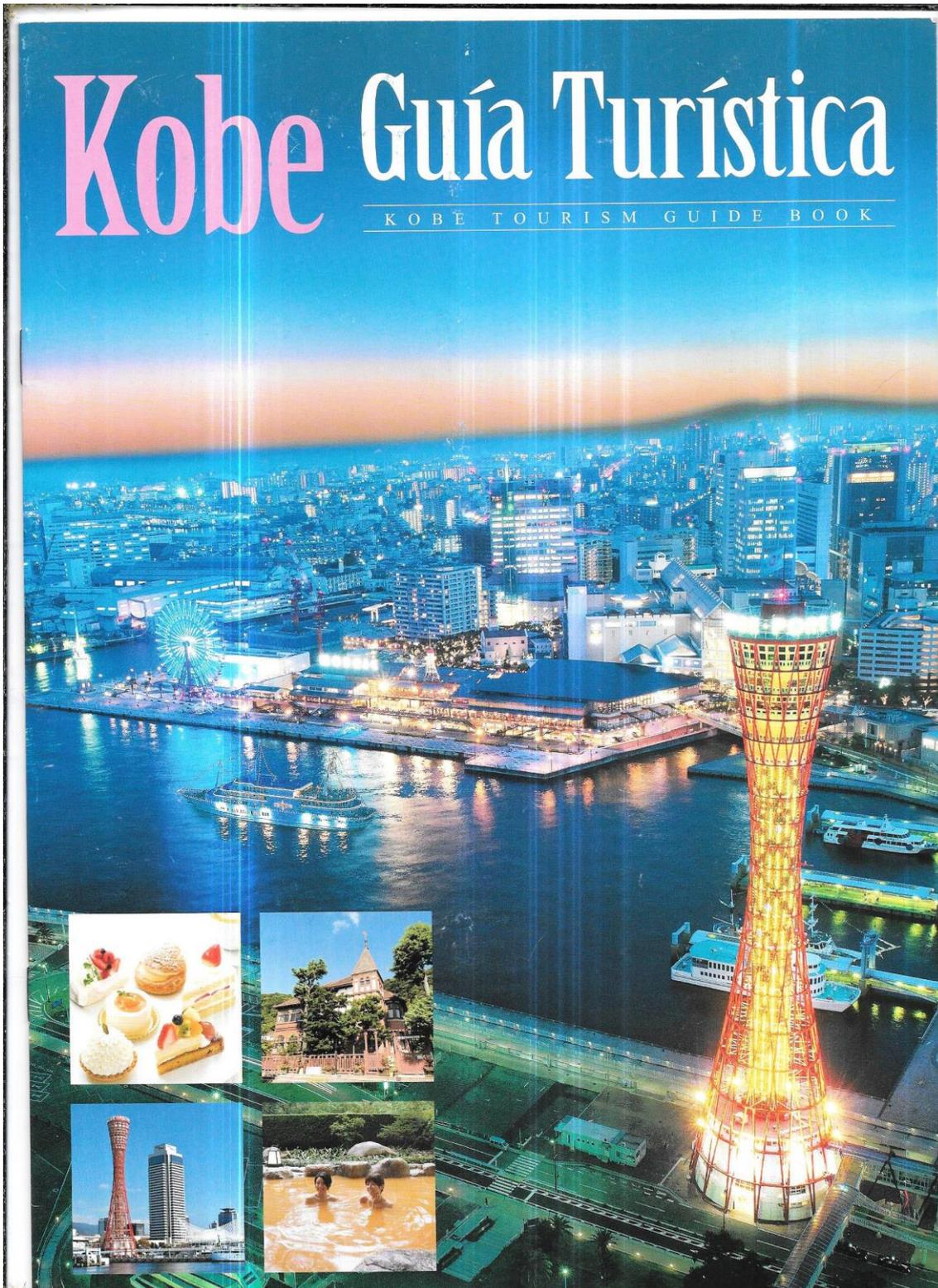
CONTENTS

Context	1	Itineraries	25
Overview	2~3	Access	26~27
Maps	4~21	Route Guide.....	28~31
Tips	22~24	Dual Pilgrim.....	31

Tanabe City Kumano Tourism Bureau

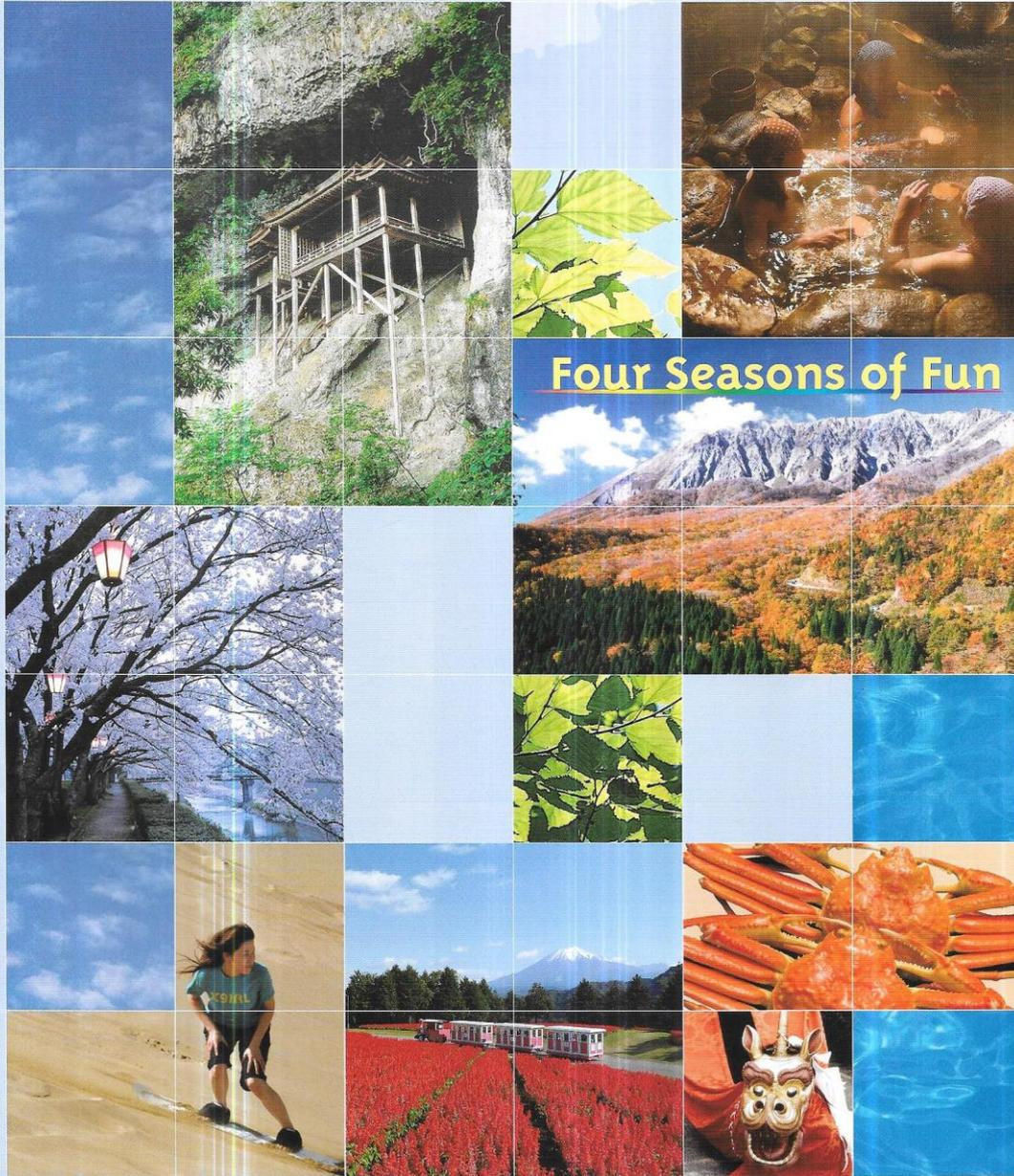
Kobe Guía Turística

KOBÉ TOURISM GUIDE BOOK



Tottori

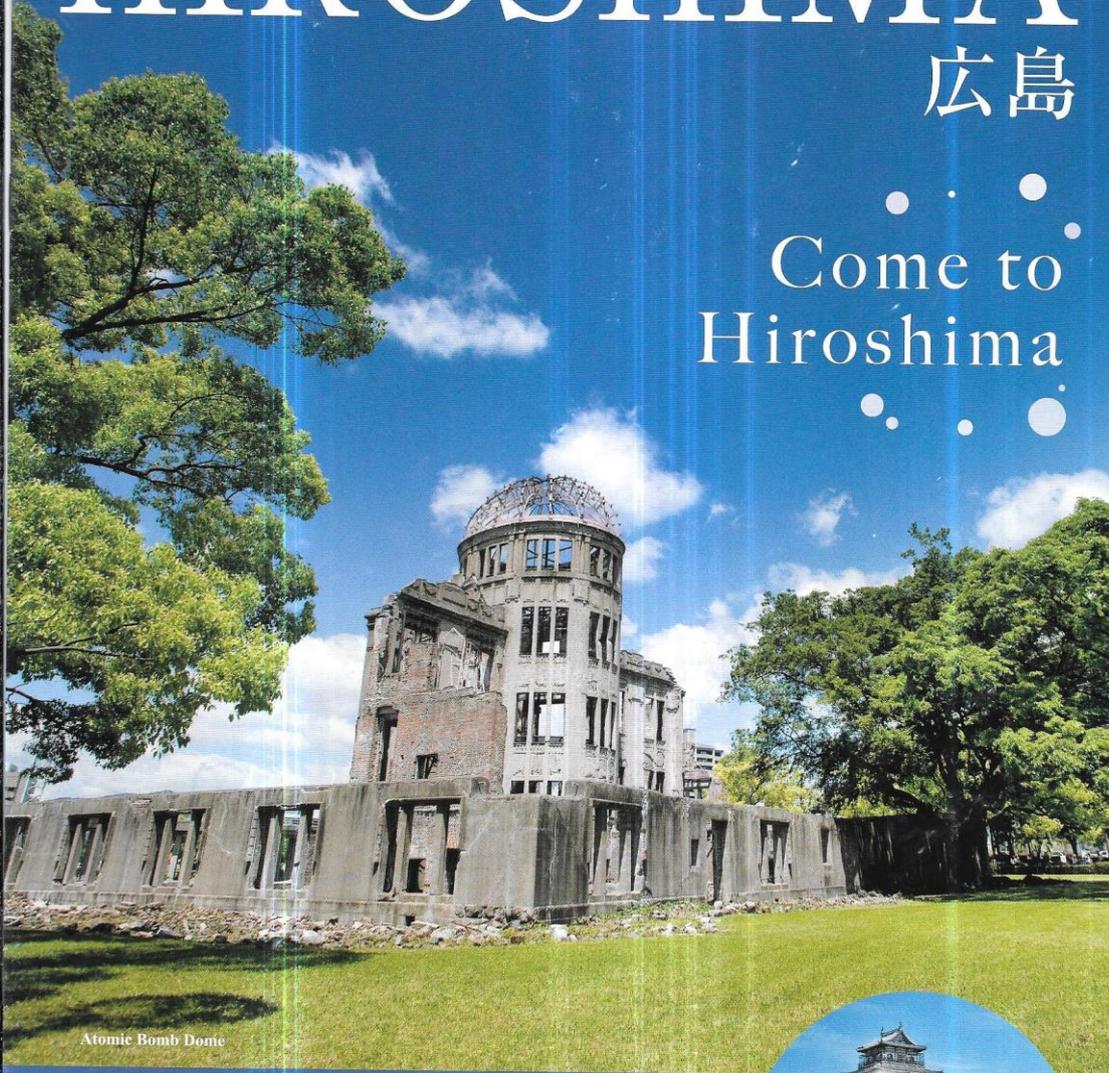
Sightseeing Guidebook



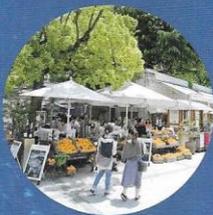
HIROSHIMA

広島

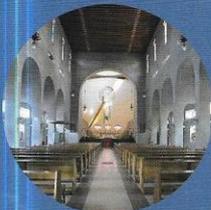
Come to
Hiroshima



Atomic Bomb Dome



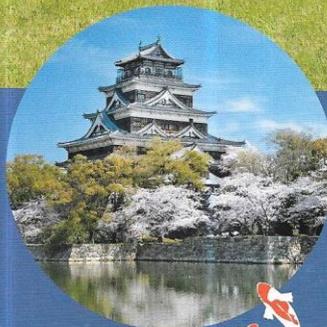
Open-Air Cafe



Memorial Cathedral for World Peace



Shukkeien Garden
(November)



Hiroshima Castle
(April)



Las cuatro estaciones de Japón
El lago más grande de Japón

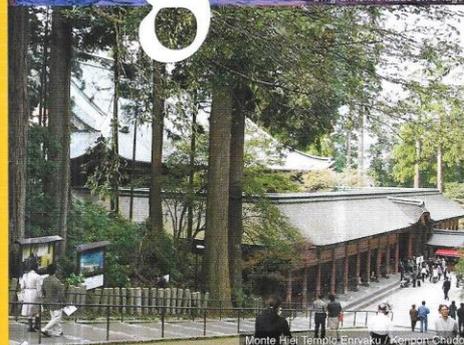
Viaje a Shiga



Castillo de Hikone



Santuario Shirehige Jinja /
Un gran torii situado en el lago



Monte Hiei Templo Enryaku-ji / Kienin Chudo



Sendero de las metafasecuayas



SHIGA Tourism Official Website

SHIGA · BIWAKO

en.biwako-visitors.jp

Prefectura de Shiga

Experience Authentic Japan in Hyogo



Prefectura de Hyogo KANSAI JAPAN

TOKUSHIMA

T o u r i s t G u i d e



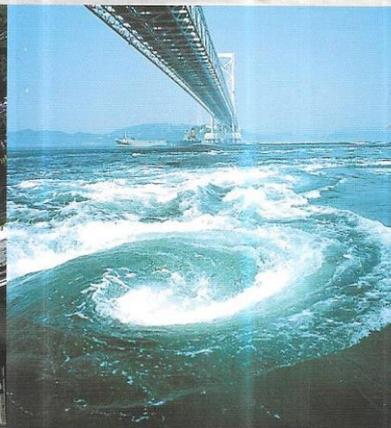
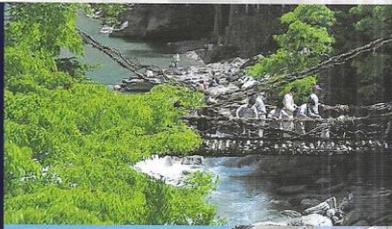
All you want to know
about Tokushima
in these pages!



An introduction to Tokushima,
land of beautiful nature and
traditional culture.

美しい自然と伝統文化のいきづく情熱のまち、魅力あふれる
徳島を紹介します。

- Tokushima City ● Naruto City
- Mima City ● Miyoshi City
- 徳島市 ● 徳門市 ● 美馬市 ● 三好市



地球の歩き方
Good Luck Trip

SHIGA LAKE BIWA

Free | 免費 | 무료

2016-2017

The 3rd issue

Android / iOS



E-books, News & Videos App



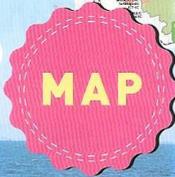
Free Download!

滋賀琵琶湖

- 大津
- 草津・守山 / 甲賀・信楽
- 彦根 / 長浜・米原
- 高島
- 近江八幡 / 東近江



Discover the charms of Shiga!



發現滋賀的魅力!
시가의 매력 발견!



AREA FEATURE



Japan. Endless Discovery.



KANSAI



SHIGA Tourism Official Website

SHIGA · BIWAKO

JAPAN

FROM KANSAI INT'L AIRPORT TO TOKUSHIMA



Free | Gratuit

Here! Tokushima

Kansai International Airport



TOKUSHIMA

徳島

Discover Tokushima
www.facebook.com/Discover.Tokushima



Tokushima Tourism Site [Toku NAVI]
www.topia.ne.jp/english/tourism/



1

ACCESS to TOKUSHIMA

By BUS
KANSAI AIRPORT
Terminal 1
Bus Stop No. 02
↓
Tokushima Sta.
Approx. 2 hrs. 45 min.
¥4,000(one way)
¥7,200(round trip)

By TRAIN
Kansai-airport Sta.
↓ (JR Kansai Airport Limited Express)
Shin-Osaka Sta.
↓ (JR Sanyo Shinkansen)
Okayama Sta.
↓ (JR Marine Liner)
Takamatsu Sta.
↓ (JR Kotoku Line)
Tokushima Sta.
Approx. 4 hrs. 30 min.
¥10,490

Jam-packed with Excitement and Charms!!

Osaka

Osaka Convention & Tourism Bureau Official Guidebook

For hot information,
please read the
QR code!



OSAKAINFO



This guidebook will help
you experience the whole
Osaka area!



Packed with the
charm of Osaka!

Search the term
“#osakatrip”!

You may get a wonderful present for a limited-period!



For more information,
please see P.21.



POWERED BY
#tagboard



Promoción
— **ESPECIAL** —

CONTRATA TU VIAJE EN FITUR
y consigue **5% de DESCUENTO**



AGENCIA DE VIAJES ALTERNATIVA
ESPECIALIZADA EN JAPÓN

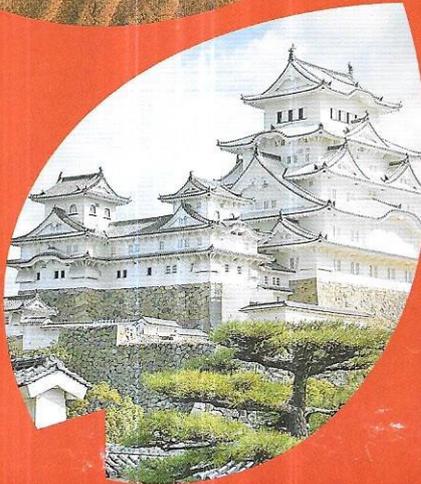
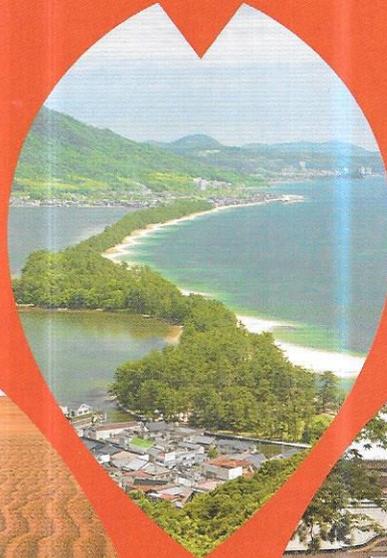
ALL KANSAI TRANSPORTATION MAP

Japan.
Endless
Discovery.

THE FLOWER OF JAPAN

KANSAI

美の伝説





KYOTO

KOBE

OSAKA

SAKAI

Español

KANSAI JAPAN

¿Qué es KANSAI? Historia Naturaleza Patrimonio de la Humanidad Alma verdadera del Japón

Experiencias Gastronomía japonesa Viajar Cuatro estaciones

Cultura Ocio Compras Alojamiento y Más

