



UNIVERSIDAD REY JUAN CARLOS

**TRABAJO FIN DE GRADO  
GRADO EN TURISMO  
CURSO ACADÉMICO 2022 - 2023  
CONVOCATORIA JULIO**

**EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN  
ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

**APELLIDOS/NOMBRE ESTUDIANTE: YE, HUIZE**

**DNI: EG1760970**

**GRADO/DOBLE GRADO QUE CURSA: GRADO EN TURISMO**

**APELLIDOS/NOMBRE TUTOR: Prof. Dr. Antonio Martínez González**

En Madrid, a XX de YYYY de 2023

**EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN  
ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

**EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN  
ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

**Resumen:**

La industria turística, un sector importante tanto para España como para China, se vio duramente afectada durante la epidemia. En la era post-epidémica, con el conflicto ruso-ucraniano y la recesión económica como trasfondo, es necesario desarrollar los intercambios y la cooperación para recuperar más rápidamente la industria turística. En los últimos años, China y España han cooperado activamente en diversos campos, entre los que destaca la visita del presidente del Gobierno español a China en marzo de este año, que abrirá nuevas oportunidades de cooperación entre ambos países. Para completar esta tesis, he utilizado los datos y documentos de que dispongo, he citado ejemplos concretos de cooperación y he analizado la cooperación anterior. En el proceso de cooperación entre los dos países, hay retos que superar, como las diferencias políticas y culturales. Por último, a medida que el intercambio y la cooperación avanzan, se garantiza la eficacia y autenticidad de la cooperación, con el objetivo último de lograr una cooperación en la que todos salgan ganando.

**Palabras clave:** turismo, post-epidemia, cooperación, oportunidades, retos.

**Abstract:**

The tourism industry, an important sector for both Spain and China, was hit hard during the epidemic. In the post-epidemic era, with the Russian-Ukrainian conflict and economic recession in the background, it is necessary to develop exchanges and cooperation to recover the tourism industry faster. In recent years, China and Spain have actively cooperated in various fields, including the visit of the Spanish Prime Minister to China in March this year, which will open up new opportunities for cooperation between the two countries. To complete this thesis, I have used the data and documents available to me, cited specific examples of cooperation and analyzed past cooperation. In the process of cooperation between the two countries, there are challenges to overcome, such as political and cultural differences. Finally, as the exchange and cooperation progresses, the effectiveness and authenticity of the cooperation is ensured, with the ultimate goal of achieving cooperation on a win-win basis.

**Keywords:** tourism, post-epidemic, cooperation, opportunities, challenges.

## AGRADECIMIENTOS

En este momento de mi trabajo de fin de grado, considero que la sección de agradecimientos es imprescindible. Me gustaría dar las gracias a todos mis profesores, familia, amigos y compañeros de clase. Me han ayudado y guiado a lo largo del proceso de redacción de mi tesis, además de brindarme un gran apoyo.

En primer lugar, me gustaría dar las gracias especialmente a mi tutor Prof. Dr. Antonio Martínez González. Nunca podré agradecerle lo suficiente su dedicación, su paciencia al tratarme y su constante apoyo y confianza conmigo. Mi tutor me ha ayudado mucho discutiendo y aconsejándome en el momento más clave de mi tesis. Además, mi supervisor también me aconsejó y corrigió mi disertación una vez terminada, especialmente en el ámbito de la gramática, ayudándome a corregir muchas de ellas y haciendo que mi presentación escrita fuera más formal. Este ensayo no habría sido posible sin los oportunos consejos y las pacientes respuestas de mi tutor.

En segundo lugar, también quiero dar las gracias a mis padres. Como estudiante internacional, mis padres han sido extremadamente importantes a la hora de apoyarme y animarme de muchas maneras, no solamente durante la redacción de mi tesis, sino también durante mis estudios universitarios en España e incluso desde mi nacimiento hasta el presente.

Luego están mis amigos y compañeros de clase. Al charlar con ellos, una vez más, me han servido de inspiración para escribir mi tesis.

Por último, me gustaría expresar mi gratitud a la Universidad Rey Juan Carlos. He aprendido mucho en esta universidad y he adquirido más habilidades a través de mis prácticas profesionales. Estoy muy agradecida a la URJC por el ambiente de aprendizaje y los excelentes profesores.

Una vez más, me gustaría dar las gracias a todos aquellos que me han apoyado, solucionado mis problemas, aconsejado y ayudado.

# EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

---

## ÍNDICE

|  |        |
|--|--------|
| INTRODUCCIÓN .....   | - 5 -  |
| JUSTIFICACIÓN .....  | - 5 -  |
| OBJETIVO .....   | - 6 -  |
| METODOLOGÍA .....  | - 6 -  |
| MARCO TEÓRICO .....  | - 7 -  |
| DESARROLLO DEL CONTENIDO .....   | - 7 -  |
| I. Diagnóstico y análisis de la situación actual .....                               | - 8 -  |
| 1. La situación actual en la era post-epidémica .....                                | - 8 -  |
| 2. Cambios en el sector turístico como consecuencia del impacto de la epidemia ..... | - 8 -  |
| 3. Impacto de la guerra entre Rusia y Ucrania en el turismo .....                    | - 10 - |
| 4. El impacto de la inflación en el turismo .....                                    | - 11 - |
| II. Panorama del turismo en China y España .....                                     | - 12 - |
| 1. Principales recursos turísticos de China y España .....                           | - 12 - |
| 2. Análisis de las características de los turistas españoles y chinos .....          | - 17 - |
| 3. Análisis del turismo en España y China .....                                      | - 19 - |
| III. Cooperación entre China y España en el ámbito del turismo .....                 | - 22 - |
| 1. A nivel gubernamental .....   | - 22 - |
| 2. Nivel sociedad civil .....  | - 24 - |
| 3. Nivel comercial .....   | - 25 - |
| IV. Oportunidades potenciales para China y España en el sector turístico .....       | - 26 - |
| 1. Cómo atraer a los turistas chinos .....   | - 27 - |
| 2. Cómo atraer a los turistas españoles .....  | - 29 - |
| V. Superar los retos de la cooperación China y España .....                          | - 31 - |
| 1. El impacto de las políticas .....   | - 31 - |
| 2. Diferencias de hábitos y costumbres .....   | - 33 - |
| 3. La guerra ruso-ucraniana .....  | - 34 - |
| RESULTADOS .....   | - 34 - |
| CONCLUSIONES .....   | - 38 - |
| BIBLIOGRAFÍA .....   | - 39 - |

## INTRODUCCIÓN

El tema de mi tesis es la exploración de las oportunidades de intercambio y cooperación entre China y España en la industria del turismo, centrándose en explorar las diversas oportunidades de cooperación entre España y China en la industria del turismo, tanto en el pasado como en el presente, así como en el futuro. También analiza varias cuestiones relevantes, como los cambios en la demanda turística de los consumidores en la era post-epidémica, el impacto de la guerra ruso-ucraniana y la inflación en el turismo, y las dificultades que ambos países deberán superar en su futura cooperación, incluyendo cómo pueden recibir mejor a los turistas de ambos países. Hasta la fecha, España y China mantienen una asociación estratégica integral (como la denomina la parte china) desde 2005. Este año también se celebra el 50 aniversario de las relaciones diplomáticas entre China y España, y la visita del presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez, a China ha propiciado un nuevo consenso entre ambos líderes para desarrollar una cooperación más integral en muchos ámbitos, incluidos el político y el económico. Esta es también una nueva oportunidad para la industria turística, que tendrá un impacto directo e indirecto en el destino y en el país. Además, el sector turístico, como sector terciario, contribuye significativamente al PIB de ambos países. Por supuesto, la mejor manera de desarrollar las actividades turísticas depende de una serie de influencias políticas, económicas y sociales. Por lo tanto, utilizaré los datos y documentos que pueda reunir para facilitar la exploración de la cooperación y el intercambio entre España y China en el ámbito del turismo.

## JUSTIFICACIÓN

La razón por la que elegí estudiar este tema es que la cooperación entre China y España en el sector turístico ha tenido que adaptarse a los cambios que se han producido en los últimos años, especialmente a raíz del Covid-19, que ha afectado al turismo en todo el mundo y ha provocado un declive de la economía mundial. Además, el impacto de la guerra ruso-ucraniana ha provocado una crisis mundial, así como la inflación y un nuevo aumento del coste de la vida. Todas ellas son nuevas oportunidades y retos para el futuro de la cooperación turística. Por otra parte, en el marco de la colaboración entre España y China, es necesario descubrir las dificultades del pasado y analizar las nuevas tendencias derivadas de la situación actual. Por lo tanto, es necesario investigar y analizar datos y documentos sobre turismo para comprender las deficiencias de la cooperación pasada y lograr una cooperación más eficaz y práctica en futuros intercambios. Además, como estudiante de turismo, he estudiado mucho sobre turismo y he seguido el contenido de la industria turística en China y España. Creo que esta investigación ayudará a China y España a cooperar mejor, proporcionará información útil y logrará una situación beneficiosa para ambas partes. Además, creo que China puede aprender de España en muchos aspectos del turismo y ofrecer

## **EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

nuevas ideas interesantes a China. Esto no sólo mejorará la competitividad de los destinos chinos, sino que también aumentará el conocimiento de los turistas chinos sobre España, con el objetivo de promocionarse mutuamente.

### **OBJETIVO**

Mi principal objetivo al escribir esta tesis es analizar el entorno turístico actual y el estado actual de la cooperación entre los dos países en la industria turística, estudiar los resultados de la cooperación actual entre los dos países, incluidas las actividades turísticas organizadas por los sectores privado y gubernamental, y los efectos positivos y negativos de algunas políticas en la industria turística, con el fin de explorar nuevas oportunidades de intercambio y cooperación en el futuro. Para alcanzar esta finalidad, la he desglosado en los siguientes objetivos específicos:

- Investigar y analizar la información necesaria y los elementos de que dispongo a través de la información que actualmente puedo buscar y filtrarla eficazmente.
- Traducir los datos que se puedan obtener en estadísticas características para facilitar la investigación y facilitar una comprensión más intuitiva por parte del lector.
- A medida que avance la investigación, iré transmitiendo la información encontrada párrafo a párrafo.

La estructura de la tesis se divide en: en primer lugar, un diagnóstico y análisis de la situación actual, que introduce el estado actual del turismo y facilita el desarrollo del estudio. A continuación, se presenta una visión general de la industria turística en España y China, que sirve para comprender mejor la situación actual del turismo en ambos países. A continuación, se realiza un análisis de la cooperación entre España y China en el sector turístico, en el que se describen algunas de las cooperaciones entre ambos países a nivel comercial, gubernamental y privado. A continuación, las oportunidades potenciales para ambos países en el sector turístico. Por último, los retos que deben superarse para desarrollar una mayor cooperación entre ambos países. Al final del documento, dispondré de un resumen que me servirá para evaluar el contenido de mi TFG.

### **METODOLOGIA**

A la hora de elegir el tema de mi disertación, decidí un tema y una estructura basados en los conocimientos teóricos que había aprendido en clase y a través de ciertas lecturas de artículos relevantes, así como en el contenido de las noticias y la orientación de mi tutor.

Durante la preparación del texto, busqué información y datos en las páginas web oficiales nacionales de China y España para añadir un elemento de credibilidad al texto. También he citado contenidos teóricos o documentos oficiales de la Oficina Nacional de Estadística/Eurostat y he marcado las citas. Esta tesis se combina con mis propias reflexiones sobre el tema.

## **MARCO TEÓRICO**

**Antecedentes:** Se revisó y analizó el impacto de Covid-19 en el turismo, así como el impacto de la guerra ruso-ucraniana en el turismo. También se analizaron las oportunidades que presenta la visita del presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez, a China para promover el turismo en ambos países.

**Justificación:** La información recopilada permitió identificar lo siguiente:

- ¿Cuál ha sido el impacto de Covid-19 y de la guerra ruso-ucraniana en el sector turístico?
- El estado actual del turismo en ambos países, China y España.
- Identificar la cooperación entre España y China en el sector turístico
- Identificar los retos y oportunidades de cooperación entre España y China en el sector turístico.

**Conceptos clave:** impacto, cooperación, retos y oportunidades.

## **DESARROLLO DEL CONTENIDO**

## EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

---

### I. Diagnóstico y análisis de la situación actual

#### 1. La situación actual en la era post-epidémica

La era post-epidémica se refiere a la era que siguió al final del impacto de la pandemia del nuevo coronavirus covid-19 que estalló a finales de 2019. El covid-19 fue finalmente derrotado gracias a los esfuerzos concertados de personas de todo el mundo, que mejoraron gradualmente en términos de casos y muertes a medida que se ampliaron las campañas de vacunación en muchos países y se eliminaron gradualmente las restricciones a la movilidad. Sin embargo, esta crisis, que duró casi dos años, provocó grandes cambios en el entorno global y tuvo profundas consecuencias sociales y económicas en todo el mundo. Covid-19 no solo puso en peligro la salud y la vida de personas de todo el mundo, sino que muchos países experimentaron desaceleraciones económicas, cierres de empresas y un aumento de las tasas de desempleo. Además, quedaron al descubierto los problemas de la atención sanitaria y la asignación de recursos en varios países. La pandemia también provocó cambios en la forma de vivir, trabajar, aprender y socializarse de la gente, con el aprendizaje y el trabajo a distancia, por ejemplo, convirtiéndose en la norma de la época, además de estimular el desarrollo y la demanda de tecnologías de la información.

#### 2. Cambios en el sector turístico como consecuencia del impacto de la epidemia

La epidemia ha ejercido una presión sin precedentes sobre el sector turístico mundial<sup>1</sup>. Debido a la política de cuarentena que comenzó en marzo de 2020, se restringió a los residentes la posibilidad de viajar, lo que provocó la paralización del turismo en países de todo el mundo en el segundo trimestre. En el plano económico, las primeras afectadas fueron las empresas turísticas. En el contexto europeo, las pérdidas rondaron el 85% en el sector de la hostelería y la restauración, el 85% en el de los operadores turísticos y las agencias de viajes, el 80% en el sector del transporte ferroviario de larga distancia y el 90% en el de los cruceros y el transporte aéreo. Y las reservas de servicios turísticos también se redujeron en un 60%<sup>2</sup>. Como consecuencia directa de la epidemia, muchas pequeñas y medianas empresas turísticas cerraron, al carecer de liquidez suficiente para hacer frente a los diversos gastos que debían pagar, y finalmente tuvieron que optar por cerrar o quebrar. Algunas de las empresas que han sobrevivido están luchando por mantenerse para hacer frente a los pasivos y a la pérdida de trabajadores, entre otras cosas.

---

<sup>1</sup> EU Tourism and COVID-19 pandemic: an EU response to exit and recovery 2020 P11

<sup>2</sup> EU, op.cit., P11



Los puestos de trabajo también se han visto muy afectados. La industria del turismo depende en gran medida de trabajadores eventuales y estacionales (23%), muchos de los cuales son jóvenes (el 37% de los trabajadores del turismo tienen menos de 35 años), mujeres (59%) y de otros países (15% de dentro o fuera de la UE)<sup>3</sup>. Para algunos países/regiones con una gran dependencia del turismo, esto significa que el turismo depende en gran medida de la economía y que un gran número de trabajadores del sector turístico se enfrentan al desempleo si el turismo sufre un duro golpe. En muchos lugares, como zonas remotas como islas y pueblos. Entre el 10% y el 50% de las personas empleadas en el sector turístico se ven directamente afectadas cuando la epidemia golpea.

La cultura, como uno de los muchos elementos de las actividades turísticas<sup>4</sup>, también se ha visto afectada en cierta medida por la pandemia. El impacto de COVID-19 en el turismo ha ejercido una presión adicional sobre la preservación del patrimonio en el sector cultural y sobre el tejido cultural y social de las comunidades, en particular los pueblos indígenas y los grupos étnicos. Esto se debe a que estos lugares o pueblos, que dependen del turismo cultural y sus productos, pierden su principal fuente de ingresos durante el periodo pandémico. Por ejemplo, la artesanía, los productos textiles, las casas para el turismo, etc. También se han producido muchas suspensiones y cancelaciones de actividades de tipo cultural, lo que ha repercutido en la difusión de la cultura a nivel local y nacional. Al mismo tiempo, algunos museos dependen de los ingresos generados por el turismo para mantener la restauración y conservación de sus objetos expuestos, y la reducción del número de visitantes ha tenido un impacto directo en la restauración de estos artefactos históricos.

Pero la epidemia también ha creado algunas oportunidades nuevas, como la aceleración del uso de la tecnología digital en el sector turístico. Cada vez son más los turistas que reservan y compran billetes por Internet durante sus viajes. Esto reduce el tiempo que se pasa en las colas para comprar los billetes y disminuye el riesgo de infección al reducir el contacto físico. Además, la tecnología de la información desempeña un papel clave en la prevención y el control de brotes, agregando datos e información y ayudando a las autoridades sanitarias a vigilar y limitar la propagación de brotes, especialmente en zonas con gran movilidad de población. En el caso del turismo, los visitantes pueden acceder a través de sus teléfonos móviles a información en tiempo real sobre fronteras, restricciones de viaje, consejos de viaje, medidas de salud pública y seguridad, dónde acudir en caso de problemas de salud y servicios turísticos disponibles<sup>5</sup>. Por otro lado, la suspensión del turismo ha provocado una recesión económica, pero esto ha llevado a una recuperación ecológica. Esto significa que el ecoturismo y el turismo rural tendrán un mayor potencial. Además, el desarrollo del turismo rural fomentará el empleo y el desarrollo de las zonas rurales. Además, el turismo y el transporte están estrechamente relacionados, por ejemplo, el menor uso de energía fósil reduce las emisiones de carbono y ejerce menos presión sobre los ecosistemas del planeta.

---

<sup>3</sup> Ibid. P11

<sup>4</sup> UN, COVID-19 y Tourism Transformation 2020 P4

<sup>5</sup> Ibid. P6

### 3. Impacto de la guerra entre Rusia y Ucrania en el turismo

En primer lugar, el impacto más significativo ha sido la disminución de la confianza de los consumidores<sup>6</sup>. Los dos países, Rusia y Ucrania, han tenido tensiones desde 2014 y han seguido escalando en los últimos años, evolucionando hacia una guerra entre los dos países. El impacto de la guerra entre los dos países en la industria del turismo se siente principalmente dentro de los dos países y puede afectar a los países vecinos. Por un lado, supone un fuerte descenso del número de visitas de turistas internacionales, que no suelen viajar a la región por la preocupación que suscitan la seguridad del turismo y la situación política. Por otro lado, puede provocar directamente el cierre de hoteles e instalaciones turísticas. También se reducirán las oportunidades de empleo y los ingresos globales de la industria turística. El impacto en los destinos tradicionales<sup>7</sup>, Ucrania y Rusia son dos países situados en la parte oriental de Europa, por lo que el impacto del conflicto entre ellos en el turismo se deja sentir principalmente en Europa Central y Oriental. Por lo tanto, es probable que el impacto en el turismo sea mayor en los países vecinos de Ucrania, como Polonia, la República Checa, Eslovaquia y Rumanía. Por el contrario, España y Portugal, Bélgica y Francia, situados en la parte occidental de Europa, se verán muy poco afectados. Esto supone una oportunidad para los países de Europa Occidental, ya que los turistas intentan viajar a países y regiones relativamente seguros por razones de seguridad personal.

Sin embargo, la guerra en curso entre Rusia y Ucrania ha tenido, al mismo tiempo, un impacto indirecto en el turismo en Europa. El impacto más evidente se produce en los países que rodean Ucrania, como la República Checa, Eslovaquia y Hungría, que los turistas evitan por razones de seguridad. Por otra parte, Europa depende en gran medida de Rusia para el suministro de energía y petróleo<sup>8</sup>, lo que no afecta directamente al turismo, pero aumenta el coste de la vida en los países europeos y también incrementa el coste del turismo. Los turistas procedentes de Rusia también contribuyen significativamente al turismo europeo, pero la guerra es costosa y los turistas rusos reducirán sus actividades turísticas debido a la situación económica y a las cuestiones de seguridad. Además, si la guerra entre Ucrania y Rusia, como países europeos, sigue creciendo, tendrá un impacto negativo en la imagen general de Europa, lo que podría llevar a una disminución de la percepción de Europa por parte de algunos turistas y, por tanto, de su disposición a viajar a Europa.

En conclusión, el impacto del conflicto entre Rusia y Ucrania en la industria turística es complejo. Sin embargo, a medida que pase el tiempo y el conflicto vaya remitiendo, el

---

<sup>6</sup> Organización Internacional del trabajo, “Nota de políticas”, (2020): [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms\\_753610.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms_753610.pdf)

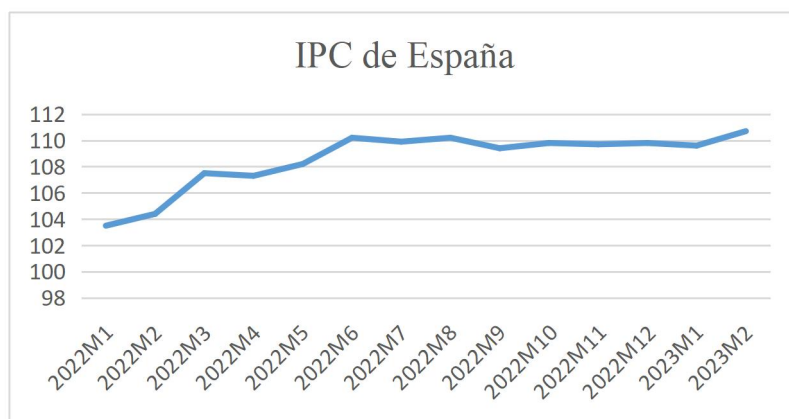
<sup>7</sup> OIT, op.cit., P4

<sup>8</sup> Ibid.

impacto en la industria turística irá desapareciendo, pero será un reto para la industria turística ucraniana recuperarse.

#### 4. El impacto de la inflación en el turismo

La inflación es un aumento continuado del nivel general de precios, que se manifiesta generalmente por una devaluación de la moneda y una disminución del poder adquisitivo, fenómeno que tiene importantes repercusiones en la estabilidad social. En economía, la inflación puede deberse a diversos factores, como la oferta de dinero, las relaciones entre oferta y demanda, los costes y la productividad. Tras la epidemia y la guerra ruso-ucraniana, las economías de todo el mundo se han visto afectadas en general. Por ejemplo, en Europa se ha producido un aumento de los precios: el del aceite de girasol ha subido un 400%, el de otros productos básicos entre un 20% y un 30% y el de la energía se ha disparado. El impacto de la inflación en el turismo ha añadido un riesgo a la débil y desigual recuperación del turismo<sup>9</sup>, principalmente en forma de menos renta disponible en manos de los turistas y, a menudo, provocando que los turistas reduzcan o interrumpan sus actividades turísticas o reduzcan la duración de su estancia en el viaje para ahorrar costes debido al aumento del coste del viaje.

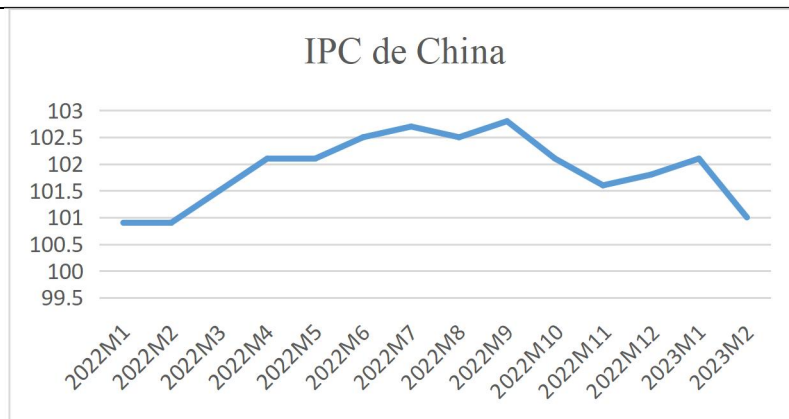


**Gráfico 1.** IPC de España. Fuente: INE, Elaboración propia.

<sup>9</sup> UNWTO, “IMPACTO DE LA OFENSIVA RUSA EN UCRANIA EN EL TURISMO INTERNACIONAL”, (2023):

<https://www.unwto.org/es/impacto-ofensiva-rusa-en-ucrania-en-el-turismo-internacional>

## EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA



**Gráfico 2.** IPC de China. Fuente: Oficina Nacional de Estadística de China, Elaboración propia.

### II. Panorama del turismo en China y España

#### 1. Principales recursos turísticos de China y España

- Principales recursos turísticos de China

Como país con una larga historia y una rica cultura, China tiene muchos recursos turísticos asombrosos. Estos recursos turísticos pueden clasificarse principalmente en recursos turísticos culturales, como la Gran Muralla, la Ciudad Prohibida, los Guerreros y Caballos de Terracota y el Palacio de Verano. Recursos turísticos naturales, que incluyen paisajes naturales como el monte Tai, Jiuzhaigou, Zhangjiajie y el río Yangtsé, así como numerosos lagos, montañas y ríos. Gastronomía, como: aperitivos de Pekín, olla caliente de Chongqing, cultura del té de Guangzhou. Así como recursos arquitectónicos, que incluyen edificios emblemáticos como la Torre de Televisión de la Perla Oriental, el Nido de Pájaro y el Cubo de Agua.

En definitiva, China cuenta con una rica y colorida gama de recursos turísticos, ya sean históricos y culturales, paisajes naturales, cultura gastronómica, cultura popular o ciudades modernas, todos ellos con su propio encanto y características únicas, que permiten a los visitantes vivir diferentes experiencias y recompensas durante sus viajes.

| LOCALIZACIÓN | NOMBRE DEL RECURSO | TIPOLOGÍA DEL RECURSO | OBSERVACIONES/CARACTERÍSTICAS GENERALES |
|--------------|--------------------|-----------------------|---|
|              |                    |                       |   |

HUIZE YE

|                 |  |                |  |
|-----------------|--|----------------|--|
| Pekín, China    | Museo Nacional del Palacio                     | Cultural       | Un magnífico ejemplo de la antigua arquitectura palaciega china y uno de los mayores palacios antiguos del mundo. Alberga una gran colección de objetos antiguos.  |
| Pekín, China    | Plaza de Tiananmen                             | Cultural       | Símbolo de la política y la historia chinas, es la plaza más famosa de China.  |
| Pekín, China    | Palacio de Verano                              | Cultural       | Antiguos jardines reales chinos, parte del Patrimonio de la Humanidad.   |
| Pekín, China    | Estadio Nacional y Centro Nacional de Natación | Deportivo      | La principal sede de los Juegos Olímpicos de Pekín 2008 es ahora una famosa atracción turística.   |
| Pekín, China    | Gran Muralla de Badaling                       | Histórico      | Uno de los símbolos de China, con más de 13.000 kilómetros de longitud, es una de las construcciones más famosas del mundo. Badaling es una de sus partes más emblemáticas.                              |
| Pekín, China    | El Bund  | Histórico      | Situado a orillas del río Huangpu, es una de las atracciones turísticas más famosas de Shanghái. Alrededor del Bund hay muchos complejos arquitectónicos modernos.                                       |
| Shanghái, China | Museo de Shanghái                              | Cultural       | Uno de los mayores museos de China, con una gran colección de objetos históricos y obras de arte chinas.   |
| Shanghái, China | Torre de televisión Oriental Pearl             | Arquitectónico | Es uno de los lugares más emblemáticos de Shanghái y en él se combinan la restauración y el ocio, las visitas turísticas, las exposiciones y representaciones y las transmisiones de radio y televisión. |
| Shanghái, China | Tianzifang                                     | Cultural       | Un barrio histórico con una cultura y una  |

**EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN  
ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

|                  |                             |                | gastronomía únicas.  |
|------------------|-----------------------------|----------------|--|
| Shanghái, China  | Disneylandia Shanghái       | Ocio           | Es la primera Disneylandia de China y un lugar ideal para visitar en familia.  |
| Shanghái, China  | Sala ancestral de Chan      | Cultural       | Es un famoso edificio histórico de Guangzhou, y el mayor, mejor conservado y más hermosamente decorado de estilo salón ancestral que existe. |
| Cantón, China    | Montaña Baiyun              | Naturaleza     | Una de las cordilleras más famosas de Guangzhou, famosa por sus senderos traicioneros y sus bellos paisajes.                                 |
| Cantón, China    | Parque Yuexiu               | Naturaleza     | Es uno de los mayores parques de Guangzhou, con bellos paisajes naturales e instalaciones recreativas.                                       |
| Chongqing, China | Monumento a la Liberación   | Cultural       | Uno de los edificios emblemáticos del corazón de Chongqing, y un famoso centro comercial y de compras  |
| Hubei, China     | Presa de las Tres Gargantas | Arquitectónico | Es el mayor proyecto de conservación de agua de China y también puede ser visitado por turistas y tiene unas vistas preciosas.               |

**Tabla 1.** Cuadro de los principales recursos turísticos de China. Fuentes: Elaboración propia.

● Principales recursos turísticos de España

En cuanto a los recursos turísticos de España, considero que España también cuenta con una gran cantidad de recursos turísticos que se pueden clasificar como recursos turísticos culturales, como el Museo del Prado, el Palacio Real de Madrid, etc., así como algunas iglesias relacionadas con la religión como la Sagrada Familia y la Catedral de Sevilla. Recursos turísticos naturales, entre los que destacan. Gastronomía, incluyendo la paella valenciana, el cochinillo asado de Segovia, la cocina andaluza y el jamón ibérico. Recursos de turismo arquitectónico, entre los que destacan la Ciudad de las Artes de Valencia y la Alhambra. Además, están los recursos turísticos tradicionales, como el sol y la playa.

En general, España también cuenta con una amplia gama de recursos turísticos que son únicos y atraen a muchos visitantes internacionales y ofrecen una amplia gama de experiencias para satisfacer sus necesidades.

| LOCALIZACIÓN      | NOMBRE DEL RECURSO                 | TIPOLOGÍA DEL RECURSO | OBSERVACIONES/CARACTERÍSTICAS GENERALES  |
|-------------------|------------------------------------|-----------------------|--|
| Madrid, España    | Palacio Real de Madrid             | Cultural              | Este palacio fue la residencia oficial del Rey de España y es uno de los monumentos más famosos de España, con sus galerías, biblioteca, auditorio y sala de conciertos. |
| Madrid, España    | Museo del Prado                    | Cultural              | Este museo de arte de categoría mundial alberga una gran colección de obras de artistas españoles e internacionales, como Gaudí, Picasso y Leonardo da Vinci.            |
| Barcelona, España | Sagrada Familia                    | Cultural              | Se trata de una de las iglesias católicas más bellas del mundo.  |
| Valencia, España  | Ciudad de las Artes y las Ciencias | Arquitectónico        | El gran complejo fue diseñado por la célebre arquitecta Sahar Hadid e incluye varios recintos, como el Museo de la Ciencia, el Oceanario y la Ópera.                     |
| Sevilla, España   | Catedral de Sevilla                | Cultural              | Es una iglesia católica con un interior profusamente decorado que incluye muchas obras de arte famosas.  |
| Cambrils, España  | Cambrils                           | Rural                 | Se trata de una ciudad situada en el norte de España, famosa por su bella arquitectura y el paisaje de las montañas que la rodean.                                       |
| La Rioja, España  | Región vinícola de La Rioja        | Rural, gastronómico   | Es una región del norte de España famosa por sus afamados vinos tintos y hay muchas bodegas que visitar y degustar.  |

**EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN  
ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

|                   |                            |                |   |
|-------------------|----------------------------|----------------|---|
| Granada, España   | Palacio Alba               | Cultural       | Conocido por sus finos detalles y jardines, este edificio islámico es una de las atracciones más populares de Granada.  |
| Aragón, España    | Los Pirineos               | Naturaleza     | Situada en la frontera entre España y Francia, la cordillera es una popular estación de esquí y también ofrece muchas oportunidades para practicar el senderismo y la exploración.                                    |
| Granada, España   | El palacio Alhambra        | Naturaleza     | Es un palacio y castillo con una larga historia y una magnífica arquitectura. El palacio es uno de los representantes de la cultura árabe, con una mezcla arquitectónica de muchas culturas.                          |
| Madrid, España    | Parque Retiro              | Cultural       | Un parque en el corazón de Madrid con jardines, fuentes y edificios.  |
| Barcelona, España | Casa Batlló                | Arquitectónico | Un edificio de considerable carácter, conocido por su caprichoso diseño y su exterior de vivos colores.   |
| Barcelona, España | Avenida de la Rambla       | Ocio           | Se trata de una amplia calle peatonal con numerosos cafés, restaurantes y tiendas a lo largo del recorrido, además de numerosos artistas y músicos que actúan en ella.  |
| Madrid, España    | Plaza de la Puerta del Sol | Cultural       | Se trata de una plaza espaciosa, situada en el centro de la ciudad, y es una de las atracciones emblemáticas de Madrid. Hay muchos cafés, restaurantes y tiendas, así como algunos edificios históricos y esculturas. |
| Madrid, España    | Templo de Debod            | Cultural       | Fue un regalo de Egipto a España y se reconstruyó en España en 1972. Los visitantes pueden contemplar la antigua arquitectura egipcia y un gran número de   |



|  |  |  |                                     |
|--|--|--|-------------------------------------|
|  |  |  | exposiciones de la cultura egipcia. |
|--|--|--|-------------------------------------|

**Tabla 2.** Cuadro de los principales recursos turísticos de España. Fuentes: Elaboración propia.

Los anteriores son algunos de los recursos turísticos más representativos de España y China, pero esto no significa que sean los únicos. Es innegable que ambos países cuentan con una gran cantidad y variedad de recursos turísticos. Por lo tanto, China y España tienen todavía mucho potencial en el sector turístico.

## 2. Análisis de las características de los turistas españoles y chinos

- En primer lugar, se estudian las características del turista chino.

1. Gran poder adquisitivo: Los turistas chinos son conocidos por su gran poder adquisitivo, especialmente en su viaje al extranjero, donde suelen ir a comprar artículos de lujo, como los muchos chinos que se pueden ver haciendo cola ante las tiendas de lujo de Las Rozas durante la temporada de descuentos de Madrid. Por supuesto, a los turistas chinos también les gusta comprar recuerdos a su paso. Estos recuerdos suelen tener un significado cultural o histórico local, o están asociados a lugares de interés del destino. Estos artículos culturalmente únicos son muy populares entre los chinos, tanto si los utilizan como recuerdos para sus colecciones o como regalos para amigos y familiares.

2. Interés por dejar constancia en las redes sociales de sus experiencias turísticas: a los turistas chinos les gusta hacer fotos de todos los destinos que visitan y compartirlas en las redes sociales. Son un gran recuerdo para los turistas. Algunas personas también las editan en blogs de viajes y los comparten.

3. La seguridad como pieza clave de la experiencia turísticas: una de las cosas más importantes que tienen en cuenta los turistas chinos cuando viajan al extranjero es la seguridad de su viaje. Pero esto es diferente de disfrutar de los deportes de aventura, por lo que todos los viajes se basan en tener seguridad. Además, cuando viajan al extranjero, los turistas chinos suelen elegir contratar a un guía local para garantizar la máxima seguridad durante su viaje.

4. El interés por las costumbres y la gastronomía locales: Comer es algo muy importante para los chinos, por lo que siempre que los turistas chinos viajan a un nuevo destino, su primera opción es probar la comida local. También es una forma estupenda de conocer la cultura y las costumbres locales.

## **EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

5. Más interesados en las atracciones populares: antes de iniciar un viaje, los turistas chinos se aseguran de buscar destinos en Internet y elaborar un plan de viaje que incluya las atracciones o zonas locales más populares. Esto es especialmente cierto cuando se viaja al extranjero, donde el tiempo es limitado y no es posible realizar visitas en profundidad. Por ejemplo, los destinos más populares para los turistas chinos que viajan a España son: Madrid, Barcelona y Sevilla.

6. Amor por el patrimonio histórico y cultural: los turistas chinos suelen estar interesados en la cultura y la historia de su destino y quieren aprender más sobre estos aspectos, ya que es la principal forma de conocer la cultura y las costumbres locales. Por ello, dedican más tiempo durante sus viajes a visitar lugares como museos, monumentos históricos y patrimonio cultural.

7. Reservar y planificar con antelación todos los aspectos relacionados con su programa de actividades y visitas: los turistas chinos suelen tenerlo todo preparado incluso antes de iniciar el viaje. Hacen su propio conjunto de itinerarios preferidos y comprueban la información sobre las atracciones pertinentes, como si se necesitan entradas y si es preciso reservar. Esto se debe a que, en el mercado turístico chino, especialmente durante la temporada alta, puede haber largas esperas o atracciones repletas de turistas.

8. Disfrutar y compartir las y costumbres y los hábitos locales: los turistas chinos suelen seguir la etiqueta y las normas locales y se informarán antes de salir para garantizar un viaje seguro y sin contratiempos, evitando molestias y ofensas a los demás.

Estas son algunas de las características de los turistas chinos, pero no son representativas de toda la población turística china y pueden cambiar con el tiempo. También puede haber características no enumeradas, como una proporción de turistas chinos que prefieren viajar por su cuenta en lugar de contratar un guía o visitar un número fijo de destinos populares.

### ● Luego están las características de los turistas españoles

1. Prefieren viajar en familia o con amigos: Los españoles son muy sociables y familiares y suelen elegir viajar en grupo cuando viajan. Especialmente durante la temporada turística, puede encontrar muchos turistas españoles que llevan a sus hijos y a personas mayores a visitar museos, iglesias y otros lugares de interés.

2. Cultura e historia: España tiene un gran patrimonio cultural y es el tercero más grande del mundo. Por ello, los españoles se interesan por los recursos turísticos culturales e históricos. Además, es la principal forma de conocer un país.

3. Disfrutar de fiestas y eventos tradicionales: España tiene muchas fiestas y celebraciones tradicionales, como la Fiesta de la Faja en Valencia. Al festival de la Faja acuden cada año muchos turistas españoles, sobre todo en el centro de la ciudad, que suele estar abarrotado de gente.

4. Vacaciones de sol y playa.: Sol y playa es conocido por ser uno de los principales productos turísticos de España y cuenta con varias islas de calidad como Ibiza, Gran Canaria y Mallorca, donde se suele ir a la playa en verano para alquilar un piso turístico y disfrutar de las soleadas playas.

5. Interés por los eventos deportivos: el fútbol español es uno de los mejores del mundo y ha ganado muchos fans. Siempre que hay un acontecimiento deportivo en el Bernabéu, suele estar abarrotado de aficionados españoles. O puede encontrar un grupo de amantes del fútbol en los bares de la calle.

6. Hacer fotos: No sólo a los turistas españoles les gusta hacer fotos, sino que es un comportamiento que existe en todos los turistas. En algunos lugares donde la fotografía está permitida, se puede ver a los turistas utilizando teléfonos móviles o cámaras digitales para hacer fotos.

7. Amor por la comida: una de las formas de conocer un país es degustando la gastronomía local. Muchos turistas extranjeros viajan a China y uno de sus objetivos es probar las especialidades chinas. Los platos chinos más populares entre los visitantes extranjeros son el pollo Kung Pao y el pato pekinés, ya que se ajustan más a los hábitos alimentarios de los extranjeros.

### 3. Análisis del turismo en España y China

- Análisis de la industria turística de China

Según la Administración Nacional de Turismo de China, la industria turística de China generó unos ingresos totales de más de 5 billones de RMB (aproximadamente 760.000 millones de dólares) en 2019, lo que representa el 11% del PIB de China. Y proporciona 120 millones de puestos de trabajo en China, o alrededor del 8% de la población total del país. Además de generar empleo y PIB, el turismo también puede contribuir al desarrollo de la economía local. Por ejemplo, el turismo puede contribuir al desarrollo de otras industrias como la restauración, el alojamiento y el transporte, además de promover la cultura local y utilizar y proteger los recursos naturales. Y China ha experimentado un aumento de la renta per cápita disponible con la modernización del país. Por lo tanto, el mercado turístico dentro de China está en aumento. 2019 registró un total de 1.590 millones de llegadas de turistas

## **EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

nacionales, un aumento del 7,6% en comparación con 2018. Esto incluye 145 millones de visitantes internacionales, y los visitantes procedentes de Asia representan el 74,5% del total<sup>10</sup>.

A medida que mejora la calidad de vida de los chinos, los turistas chinos optan por viajar al extranjero. Como resultado, los turistas chinos se han convertido en clientes potenciales para países de todo el mundo. 150 millones de viajes al extranjero fueron realizados por turistas chinos continentales en 2019, un aumento del 4,5% en comparación con 2018<sup>11</sup> (Oficina Nacional de Estadística de China). Por otro lado, la demanda de productos de viaje de los turistas chinos también ha cambiado, y cada vez más consumidores buscan productos de viaje de mayor calidad. Por ejemplo, servicios personalizados, guías turísticos privados, etc. Los productos turísticos de gama media-alta empiezan a ser cada vez más populares entre los turistas chinos.

Con el avance de la tecnología, la industria turística china ha empezado a integrarse con internet y la inteligencia artificial. Por ejemplo, las empresas de viajes han empezado a utilizar big data para analizar las preferencias de los consumidores y ofrecerles servicios más inteligentes.

Además, el sector turístico chino también ha empezado a centrarse en la sostenibilidad de los destinos. Se está abogando por promover un turismo sostenible y respetuoso con el medio ambiente. Algunos recursos turísticos naturales, como la Ciudad Prohibida y el Museo del Palacio, han empezado a limitar el número de visitantes y a adoptar medidas medioambientales para proteger el paisaje natural y los recursos culturales.

Tras un largo periodo de desarrollo, la industria turística china ha emergido gradualmente en la escena internacional y se ha convertido en uno de los destinos potenciales para muchos turistas extranjeros. Sin embargo, la industria turística china se encuentra todavía en fase de desarrollo y aún tiene mucho margen de mejora. China aún necesita reforzar la promoción de sus productos turísticos, con la excepción de las grandes ciudades y las atracciones famosas. El nivel actual de desarrollo de productos turísticos no es alto y aún hay que enriquecer los tipos de recuerdos turísticos, por ejemplo, los productos de turismo rural, que sólo se quedan en la categoría de experiencias rurales, que son difíciles de fidelizar por los consumidores y a menudo no tienen clientes que repitan. Por otro lado, es necesario reforzar aún más la conciencia de servicio de los operadores turísticos, y en algunos destinos se dan situaciones en las que los productos se venden con sobreprecio, o incluso implican un exceso de promoción y otros comportamientos. Esto es muy perjudicial para la imagen del mercado turístico chino.

---

<sup>10</sup> Oficina Nacional de Estadística de China, “*Boletín anual de estadística*” (2018):

<http://www.stats.gov.cn/sj/tjgb/ndtjgb/>

<sup>11</sup> op.cit.

En general, el mercado turístico chino tiene un enorme potencial. El mercado turístico chino es amplio y muchos de sus recursos turísticos son una combinación de elementos históricos, culturales y naturales. Si esto se desarrolla adecuadamente, podría tener un mayor impacto en el mercado turístico chino.

- Análisis del turismo en España

El turismo es una de las industrias clave de España y una parte importante de la economía, proporcionando muchos puestos de trabajo y contribuyendo a la economía. La actividad turística alcanza los 97.126 millones de euros en 2021, lo que representa el 8,0% del PIB, 2,2 puntos porcentuales más que en 2020. El sector específico del turismo genera 2,27 millones de puestos de trabajo, lo que representa el 11,4% del empleo total<sup>12</sup>. El turismo se vio muy afectado en 2020 por la epidemia de COVID-19, pero comenzó a recuperarse gradualmente a medida que aumentaban las tasas de vacunación y cambiaba la política antiepidémica. Hasta finales de 2021, el número de turistas aumentó un 74,85% en comparación con el año anterior; el número de pernoctaciones aumentó un 86,86% y el empleo aumentó un 46,63%<sup>13</sup>. El país que más gastará en España en 2021 es Alemania, con 6.014 millones de euros, un 129,4% más que en 2020. Las comunidades autónomas con mayor gasto global en 2021 son Baleares (7.272 millones, un 295,5% más que en 2020), Canarias (7.184 millones, un 49,0% más) y Cataluña (5.503 millones, un 50,6% más que en 2020) un aumento del 50,6%<sup>14</sup>.

Es importante señalar que las regiones de Madrid y Barcelona están sobrecargadas de turismo <sup>15</sup>. Al ser tres de las ciudades más famosas de España, atraen a muchos turistas cada año. Durante la temporada alta, como la Semana Santa, un gran número de turistas de otros países y regiones acuden a Barcelona y Madrid. Esto afecta a la calidad de vida de la población local y puede provocar atascos en las zonas públicas de las ciudades.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), Estados Unidos es el país que más turistas extranjeros recibe, seguido de Francia, con España en tercer lugar. Y la mayor parte de la oferta turística y de los turistas se concentra en las zonas turísticas costeras. Una de las características fundamentales del turismo español es la diversidad y riqueza de sus recursos. El entorno turístico se divide en cuatro tipos diferenciados: costero, de montaña, rural y

---

<sup>12</sup> INE, “*Cuenta satélite del turismo de España*”, (2021):

[https://www.ine.es/prensa/cst\\_2021.pdf](https://www.ine.es/prensa/cst_2021.pdf)

<sup>13</sup> CCOO servicios, “*ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DEL TURISMO EN ESPAÑA*”, (2021), P7: <https://www.ccoo-servicios.es/archivos/ANALISIS-actividad-turismo-2021.pdf>

<sup>14</sup> op.cit.

<sup>15</sup> Hosteltur, “¿Qué desafíos enfrenta el turismo en España?”, (2023):

[https://www.hosteltur.com/comunidad/005327\\_que-desafios-enfrenta-el-turismo-en-espana.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/005327_que-desafios-enfrenta-el-turismo-en-espana.html)

## **EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

urbano. La mayoría de los visitantes extranjeros a España proceden de países del centro y norte de Europa y su motivación más importante es estar cerca del clima soleado cerca de la costa. El turismo costero o de "sol y playa" sigue dominando y algunas regiones dependen totalmente de él.

Por otro lado, España apuesta decididamente por el desarrollo sostenible del turismo. El turismo sostenible en España es un modo de vida esencial en las distintas regiones. España cuenta con numerosos atractivos naturales de gran visibilidad y monumentos arquitectónicos históricos. Este tipo de recurso turístico es susceptible a factores externos que pueden alterar la integridad o la estética del recurso turístico, y es también este tipo de recurso turístico el que genera importantes ingresos y oportunidades de empleo para España. Por ello, es imprescindible potenciar la sostenibilidad de este tipo de recurso turístico. La sostenibilidad del producto turístico también debe abordarse en el caso del Sol y Playa, el producto turístico estrella de España. Este producto turístico tradicional debe ser preservado y desarrollado para generar nuevos productos turísticos con el fin de garantizar la rentabilidad de este producto.

Además, España cuenta con una estrategia detallada para la industria turística. Estas estrategias han permitido al sector turístico tener una mayor capacidad de reacción que otros países ante un entorno de mercado en constante cambio, permitiéndole mantener y mejorar sus resultados<sup>16</sup>.

### III. Cooperación entre China y España en el ámbito del turismo

Desde el establecimiento de relaciones diplomáticas entre España y China en 1973, las relaciones entre ambos países han ido mejorando gradualmente y en 2005 establecieron una asociación estratégica integral (conocida como la parte china), que ha dado lugar a una estrecha cooperación en diversos ámbitos como la política, la economía, la educación y el turismo<sup>17</sup>. En el caso del turismo, los intercambios y la cooperación entre ambos países pueden observarse a nivel gubernamental, comercial y civil.

#### 1. A nivel gubernamental

La cooperación entre dos países suele ser más eficaz a nivel gubernamental, donde el apoyo político facilita la consecución de una mayor cooperación. Por ejemplo, en la mesa

---

<sup>16</sup> Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, "Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030": <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>

<sup>17</sup> Ministerio de Asuntos Exteriores de la República Popular China, "*Ministerio de Asuntos Exteriores chino*", (2023): <https://www.fmprc.gov.cn/esp/>

redonda de 2019 sobre "Cooperación turística entre China y España", representantes del Gobierno chino y expertos españoles destacaron la necesidad de aumentar el número de vuelos directos, mejorar la señalización de los destinos y promover el entendimiento entre ambos países. Además, los gobiernos español y chino intercambian y cooperan regularmente en el sector turístico, consultándose sobre políticas turísticas y gestión de recursos turísticos, con el fin de promover el desarrollo conjunto del turismo en ambos países.

Por otro lado, también existe una estrecha cooperación en la promoción del turismo en ambos países. Por ejemplo, la feria anual de turismo de Madrid, así como otras grandes ferias internacionales de turismo. También existen 29 parejas de provincias y municipios hermanos que se han establecido entre ambos países, que también contribuyen al conocimiento y promoción de ambos destinos, como la amistad entre la provincia china de Sichuan y la Comunidad Valenciana de España en 2013 y la relación de ciudades hermanas entre Shenzhen de China y Barcelona de España en 2021.

Además de la cooperación mencionada, en 2017, los dos países firmaron un acuerdo sobre la facilitación de visados turísticos, que permite a los turistas chinos con visados españoles entrar en España, mientras que la parte china también adopta una política recíproca hacia España. Esto elimina la necesidad de complicados procedimientos de visado y mejora la accesibilidad del destino para los turistas de ambos lados, promoviendo aún más el intercambio de turistas entre los dos países y aumentando los ingresos por turismo. También está el Acuerdo de Cooperación Turística firmado en 2019, que establece prioridades y medidas específicas para la cooperación entre los dos países en una serie de áreas, proporcionando una indicación más clara de una mayor cooperación entre los dos países. Además, existe cooperación en materia de formación de personal e intercambios técnicos en el ámbito del turismo entre ambos países.

Es importante señalar que la iniciativa china "Un cinturón, una ruta", lanzada en 2013, es un cinturón económico transnacional que abarca más de 70 países y organizaciones de Asia Central, Asia Meridional, Europa y la costa mediterránea. El objetivo de la iniciativa es reforzar la conectividad regional para un futuro mejor. España, situada en el extremo occidental de la Ruta de la Seda, es uno de los nodos de intercambio comercial y cultural más importantes de Europa. En los últimos años, España y China han desarrollado activamente el turismo y los intercambios culturales a lo largo de la ruta, explorando el patrimonio histórico y los recursos culturales de la Ruta de la Seda para promover la cooperación turística y los intercambios culturales entre ambos países. Por ejemplo, España ha lanzado el " Ruta de la Seda en España ", que permite a los visitantes disfrutar de la cultura y los paisajes de España a lo largo de la Ruta de la Seda. China también está promoviendo activamente la iniciativa "Un Cinturón, Una Ruta", animando a más turistas españoles a visitar China. Promoviendo conjuntamente el turismo y los intercambios culturales a lo largo de la ruta, los dos países pueden fortalecer aún más los intercambios y la cooperación, promoviendo los intercambios y la cooperación entre China y España y los beneficios mutuos.

## **EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

Cabe añadir que el 30 de marzo de 2023, el presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez, visita China. Este año España y China conmemoran el 50 aniversario del establecimiento de relaciones diplomáticas entre ambos países, que han profundizado la amistad y avanzado en la cooperación sobre la base del respeto mutuo, la igualdad y el beneficio mutuo, estableciendo y desarrollando una asociación estratégica integral que ha aportado beneficios tangibles a los pueblos de ambos países. Durante esta visita a China, se impulsarán las últimas colaboraciones entre los sectores turísticos de ambos países y se mantendrán reuniones con algunas de las agencias de viajes más influyentes de China para tratar asuntos como el nuevo posicionamiento de España como destino turístico.

En general, la cooperación entre España y China en el sector turístico ha avanzado mucho y se reforzará aún más en el futuro, con mucho margen de mejora. La cooperación entre ambos países a nivel gubernamental también proporciona una base sólida para la cooperación a nivel privado y comercial. Esto no sólo facilitará la cooperación entre los dos países a nivel turístico, sino que también promoverá los intercambios y la cooperación multifacética entre los dos países.

### 2. Nivel sociedad civil

España y China no sólo han cooperado eficazmente a nivel gubernamental, realizando muchas contribuciones positivas a la industria turística, sino también a nivel civil, consolidando y desarrollando activamente la asociación entre ambos países. La cooperación a nivel privado suele darse entre organizaciones de carácter privado y no gubernamental. Suelen basarse en la consecución de objetivos e intereses comunes, sin un acuerdo oficial explícito. En el ámbito del turismo, la cooperación civil puede incluir intercambios entre profesionales del turismo, cooperación entre empresas turísticas, intercambios entre estudiantes de turismo, cooperación entre organizaciones de voluntariado turístico, etc. Estas colaboraciones privadas suelen ser espontáneas, flexibles, basadas en la demanda del mercado y desempeñan un papel importante en la promoción del desarrollo turístico y el fomento de los intercambios culturales.

Un ejemplo de cooperación civil son los festivales culturales mutuos que China y España empezaron a organizar en 2007, el Año de las Lenguas en 2010 y la apertura de centros de idiomas en las capitales de ambos países. Por ejemplo, España abrió la sede del Instituto Cervantes en Pekín y China el Centro Cultural Chino en Madrid. China ha abierto ya nueve Institutos Confucio y 18 Clases Confucio independientes en España. Además, hay aproximadamente 19.000 estudiantes chinos en España y 6.000 estudiantes españoles en China<sup>18</sup>. Como grupo numeroso, los chinos y los estudiantes chinos que viven en España han

---

<sup>18</sup> Ministerio de Asuntos Exteriores de la República Popular China, “Ministerio de Asuntos Exteriores chino”, (2023): <https://www.fmprc.gov.cn/esp/>



tenido un gran impacto positivo en la promoción del intercambio cultural entre Oriente y Occidente. Analizarán sus experiencias y gestores en las redes sociales mientras viajan por España. También vestirán trajes tradicionales chinos en las ocasiones apropiadas. También hay celebraciones durante las fiestas tradicionales chinas. Estas acciones cotidianas están conduciendo gradualmente a un intercambio cultural entre España y China, fomentando el intercambio cultural a nivel civil.

Con el desarrollo de la tecnología de la información, la cooperación a nivel civil se ha transformado de offline a online. Por ejemplo, la plataforma española "Fish and You" proporciona información y servicios a los turistas chinos en España, y también ofrece a los profesionales españoles del turismo la oportunidad de cooperar con el mercado turístico chino. El sitio web chino "MaFengWo" también ha creado una sección especial sobre viajes a España. Por otro lado, algunos chinos en España han creado cuentas en las redes sociales chinas (redes sociales sin ánimo de lucro) para compartir sus experiencias en España, diseñar itinerarios, compartir diarios de viaje, etc. También hay algunas cuentas que toman extractos de noticias españolas para informar a los chinos.

La cooperación entre España y China en el sector turístico no sólo incluye las áreas mencionadas, como proyectos de intercambio turístico, desarrollo de itinerarios, plataformas online, concursos fotográficos, festivales de música y eventos culturales, entre otros. Estas actividades no solamente promueven el entendimiento mutuo y la amistad entre ambos países, sino que también contribuyen a mejorar el nivel de desarrollo de la industria turística en España y China. En cuanto a la cooperación del sector privado, los particulares y las organizaciones no gubernamentales desempeñan un papel importante en la promoción del desarrollo y el intercambio turístico entre ambos países a través de sus propios esfuerzos e innovaciones.

### 3. Nivel comercial

El comercio entre España y China está en constante crecimiento y existe cooperación en muchas áreas. Hasta la fecha, España es el sexto socio comercial de China dentro de la UE y China es el primer socio comercial de España fuera de la UE. También en turismo la cooperación conjunta comenzó en una fase muy temprana. Por ejemplo, la cooperación entre empresas turísticas chinas y españolas ha dado lugar al lanzamiento de productos turísticos temáticos para turistas españoles y chinos, como viajes culturales, viajes gastronómicos, viajes deportivos, etc.<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Guía de países para la cooperación en materia de inversión extranjera (Oficina de Establecimiento, 2021, P21)

## **EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

En la era de la tecnología de la información digital, han surgido cada vez más agencias de viajes online. Las agencias de viajes en línea son más flexibles que las agencias de viajes tradicionales y son más convenientes en términos de acceso a la información. En los últimos años, las agencias de viajes online de ambos países han comenzado a colaborar para la comercialización de productos turísticos españoles y chinos, atrayendo también a los turistas mediante la publicidad en las redes sociales. Los productos turísticos españoles se venden en plataformas turísticas chinas y los productos turísticos chinos se venden en plataformas turísticas españolas, o se ofrecen servicios personalizados con un mayor grado de libertad. Al mismo tiempo, China y España también pueden desarrollar conjuntamente destinos turísticos, por ejemplo, construyendo parques temáticos culturales españoles en China y hoteles temáticos culturales chinos en España. Por ejemplo, algunas empresas españolas de viajes online y plataformas de comercio electrónico, como Logitravel y Destinia, han cooperado con plataformas chinas de viajes online, como Ctrip y Where to Go. Gracias a esta cooperación, los turistas chinos pueden encargar productos turísticos españoles, como hoteles, billetes de avión e itinerarios, en plataformas de viajes online chinas.

Con la cooperación activa entre España y China en cada vez más áreas, las empresas turísticas chinas están empezando a fijarse en los recursos turísticos de calidad de España. En abril de 2019, la empresa turística estatal china CTS Group firmó un acuerdo de cooperación estratégica con la Oficina Española de Turismo, en el que ambas partes cooperarán en promoción turística, desarrollo de mercados y formación de personal. CTSG también ha cooperado con empresas turísticas españolas para promover conjuntamente productos turísticos para turistas tanto de China como de Occidente. Debido al favorable entorno financiero de España, las empresas extranjeras disfrutan del mismo trato que las locales en la financiación en los bancos comerciales españoles. Algunas empresas chinas también han invertido en España, como la empresa china HNA Group, que invirtió en un hotel de cinco estrellas en Madrid, y la empresa china Wanda Group, que ha abierto un hotel y un centro comercial en Barcelona<sup>20</sup>.

#### IV. Oportunidades potenciales para China y España en el sector turístico

Para atraer mejor a los turistas, es necesario adaptar el análisis a las características y necesidades de los turistas. Hay muchas formas de atraer a los turistas, que pueden manifestarse de muchas maneras, por ejemplo: ofreciendo servicios basados en el idioma, ofreciendo descuentos en productos turísticos, proporcionando amplias medidas de seguridad, etc.

---

<sup>20</sup> Guía de países para la cooperación en materia de inversión extranjera (Oficina de Establecimiento, 2021, P22)

## 1. Cómo atraer a los turistas chinos

Las principales formas de atraer a los turistas chinos pueden encontrarse en las siguientes áreas.

1. Promoción en las redes sociales chinas: Hoy en día, hay mucha información en las redes sociales en las que se puede buscar información relacionada con el turismo, incluidos recursos turísticos, rutas de viaje e información cultural y gastronómica. Las principales plataformas de medios sociales en China son WeChat, Weibo, TIKTOK y Xiaohongshu. Estas plataformas pueden utilizarse para publicar información promocional sobre el destino, como fotos, vídeos, descripciones y opiniones de los usuarios, para atraer mejor la atención de los turistas chinos. Por otra parte, la memoria de un turista chino se reforzará continuamente si un destino aparece con frecuencia en su uso diario de las redes sociales. Y mejora la percepción que el turista tiene del destino, con lo que se consigue el propósito de publicidad y promoción.

2. Proporcionar más servicios en chino: La mayoría de los destinos internacionales que visitan los turistas chinos son principalmente países de habla inglesa, ya que los chinos suelen aprender inglés en la escuela y pueden desenvolverse con facilidad en la comunicación cotidiana. Si se ofrecen servicios en chino, los turistas chinos estarán más dispuestos a visitarlos. Por ejemplo, los carteles en chino que hay ahora en El Corte Inglés y en los aeropuertos son ya una gran comodidad para los turistas chinos. Si aparecieran señales o servicios en chino en lugares más importantes, podrían ofrecer servicios precisos a los turistas chinos. Un guía que hable chino o un servicio en chino cubrirían mejor las necesidades de los turistas durante su visita. Dado que por lo general desconocen la lengua y la cultura locales, la prestación de servicios precisos en chino aumentará la satisfacción y la confianza de los turistas en el destino.

3. Aumentar la promoción de la historia y la cultura: De acuerdo con las características de los turistas chinos mencionadas anteriormente, tienen un mayor interés por los recursos turísticos culturales e históricos. Por lo tanto, la promoción y la publicidad pueden combinarse con servicios en chino y promoción en línea, como el suministro de folletos turísticos y vídeos introductorios de las atracciones turísticas en chino. Durante la visita del presidente del Gobierno español a China, el ministro chino de Cultura y Turismo, Hu Heping, afirmó que tanto España como China son civilizaciones antiguas con un rico patrimonio histórico y una rica herencia cultural. El presidente chino, Xi Jinping, también abogó por respetar la diversidad de civilizaciones en el mundo, promover los valores humanos comunes y dar importancia a la transmisión e innovación de las civilizaciones. Esto demuestra la importancia que España y China conceden al turismo cultural. De este modo, se promoverá y dará a conocer aún más la cultura y la historia de ambas partes, y permitirá a los turistas españoles y chinos conocer mejor la cultura.

## **EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

4. Seguridad en el turismo: es un factor esencial para los turistas a la hora de elegir un destino turístico. Cuando un turista llega a un entorno desconocido, la consideración primordial es la seguridad personal. Y en la era post-epidémica, con el impacto del covid-19 en 2019, los requisitos de higiene para los destinos turísticos serán aún mayores. Para los turistas chinos, los destinos con buenas medidas de seguridad serán su primera opción. Por otra parte, los turistas chinos llevan dinero en efectivo, cámaras y otros objetos de valor en sus viajes y la seguridad de su hotel o piso también se tiene en cuenta. Por tanto, cuanto mayor sea la seguridad del destino, más probabilidades tendrá de atraer a turistas chinos.

5. Comodidad en los servicios turísticos: la comodidad puede manifestarse de diversas formas, como la reducción de colas a la hora de comprar billetes o el uso de tarjetas de crédito o PayPal para realizar pagos, y los turistas se sentirán impresionados por la comodidad de estos aspectos durante su visita. Para los turistas chinos que vengan a España, aumentará el uso de dispositivos electrónicos como los teléfonos móviles, ya que se utilizarán para información, traducción, navegación y otros fines. Proporcionar Wi-Fi gratuito facilitará a los turistas chinos mantenerse en contacto con familiares y amigos, mientras que facilitar el acceso a Internet también facilitará a los visitantes la búsqueda de información y la realización de reservas online.

6. Aumentar los métodos online: Métodos de pago Alipay y WeChat Este, como uno de los métodos de pago únicos en China, ofrece mucha comodidad a la vida de los chinos, ya que este método de pago online sustituye al dinero en efectivo. En lugar de llevar grandes cantidades de billetes o tarjetas de crédito en sus viajes, los turistas disponen en su lugar de un teléfono inteligente. Los turistas chinos suelen utilizar métodos de pago por móvil como Alipay y WeChat Pay, y si estos métodos de pago están disponibles puede facilitarles el pago de sus viajes. Por otro lado, con la popularidad de nuevos métodos de pago como Apple pay y Bizum, que ofrecen comodidad para todos, esto también acelerará el ritmo al que se popularizan los pagos en línea y proporcionará a los turistas una forma más cómoda de pagar.

7. Utilizar la gastronomía para aumentar el atractivo: De acuerdo con lo mencionado, la gastronomía también es una preocupación para los turistas chinos. En el caso de España, es posible aprovechar la abundancia de especialidades locales para atraer a los turistas chinos. Por lo tanto, es importante aumentar la promoción de la gastronomía. En términos de publicidad y promoción, se puede introducir la cocina local con fotos y descripciones de texto, por ejemplo, promocionando platos conocidos como la paella. Por otro lado, ofrecer desayunos chinos en los hoteles es una forma única de aumentar el interés y la satisfacción en el destino, ya que los turistas chinos se sentirán muy cómodos cuando estén en un país extranjero y puedan comer la comida de su tierra natal.

8. Cooperación y promoción: España puede cooperar con empresas e instituciones chinas del sector turístico, por ejemplo, con páginas web turísticas chinas, que pueden aumentar la promoción de los turistas chinos. La cooperación con agencias de viajes chinas que ofrezcan una gama completa de servicios de viaje, incluidos itinerarios, alojamiento, restauración,

compras y transporte, también puede atraer a más turistas chinos. Los turistas chinos prepararán planes adecuados antes de viajar y si se puede encontrar más información útil y auténtica en Internet, se contribuirá a aumentar la probabilidad de que los turistas chinos visiten el país.

## 2. Cómo atraer a los turistas españoles

He resumido los siguientes puntos sobre cómo atraer a los turistas españoles.

1. Promocionar los recursos turísticos del patrimonio cultural: España tiene muchos recursos turísticos históricos y culturales que son de gran interés para los españoles. Si aumenta la promoción de la cultura y los lugares históricos chinos, atraerá a algunos de los turistas españoles interesados en ello. El patrimonio cultural y los lugares históricos chinos, como la Gran Muralla, la Ciudad Prohibida y los Guerreros de Terracota, pueden promocionarse dando a conocer la historia y la cultura chinas en ferias de turismo en España. Además, la promoción local de eventos culturales y festivales tradicionales chinos, como el Año Nuevo Chino y el Festival del Medio Otoño, también puede atraer el interés de los turistas españoles. Durante el Año Nuevo Chino de 2023, se celebró una fiesta del Festival de los Faroles Chinos en la Plaza de España de Madrid, que atrajo a un gran número de residentes locales. También se celebra una representación del Año Nuevo Chino en el barrio de Usera, que llena las calles de vecinos que acuden a visitarlo. El 28 de marzo se celebró en el Museo Arqueológico de Alicante en España una exposición sobre el patrimonio de la civilización china de las dinastías Qin y Han, organizada por el Centro Provincial de Shanxi para el Intercambio de Reliquias Culturales y el Museo Arqueológico de Alicante en España. que incluía 120 bellos objetos. La presencia de estas exposiciones sobre la cultura china también aumentará el interés y las expectativas de los visitantes españoles a China.

2. Facilitar visados y políticas de entrada: Disponer de un visado es uno de los factores más importantes para poder viajar a un destino. A medida que España y China refuerzan su cooperación en el sector turístico, es importante que se adapten las políticas para facilitar el movimiento de turistas entre ambos países. Los turistas españoles necesitan un visado para viajar a China y, para atraer a los turistas españoles, es necesario facilitar el proceso de visado turístico. En la actualidad, los visados turísticos son relativamente fáciles de obtener, pero requieren documentos justificativos detallados, como itinerarios, reservas de hotel y de avión, y los solicitantes tienen que rellenar el formulario de solicitud, aportar fotografías y pagar la tasa de visado correspondiente. Otros tipos de visados, como los de negocios y los de estudiante, son más responsables y requieren más documentos, así como tiempo de revisión.

3. Disponer de vuelos directos a su destino: Al viajar a destinos internacionales, los visitantes tomarán diversos medios de transporte. La forma más rápida de conectar China y España es el avión. Hay varios vuelos directos entre China y España, como los vuelos

## **EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

directos de Madrid a Pekín, los vuelos directos de Madrid a Shanghái y los vuelos directos de Barcelona a Chengdu. Estas rutas reducen en gran medida el tiempo muerto de los turistas y también el riesgo de pérdida de equipaje y retrasos en los vuelos. China podría aumentar la frecuencia de vuelos directos semanales entre ambos países, así como los servicios de viaje, como trenes especiales, para facilitar a los turistas españoles la planificación y organización de sus viajes.

4. Proporcionar instalaciones y servicios turísticos modernos y de alta calidad: Esta es también una forma de aumentar la confianza y la satisfacción de los turistas españoles con el destino, y de atraer más turistas españoles a China. Las instalaciones y servicios turísticos modernos y de alta calidad son uno de los factores clave para mejorar la experiencia del turista. Esto se observa principalmente en: hoteles, restaurantes y atracciones turísticas. Por ejemplo, Wi-Fi de alta velocidad gratuito en lugares públicos como hoteles y restaurantes, buenos servicios en atracciones turísticas y servicios de transporte cómodos.

5. Aumentar la disponibilidad de servicios en español: Si los turistas españoles disponen de servicios en español, podrán comprender mejor la cultura y la historia de la región y disfrutar de su experiencia de viaje. Esto se puede hacer proporcionando servicios en español en las atracciones turísticas, hoteles y restaurantes de China, como guías turísticas, menús, guías de transporte, etc., para que los turistas españoles puedan experimentar un servicio más personal y amable. El español es una de las principales lenguas del mundo y actualmente se habla como lengua oficial en 23 países, entre ellos España. Además, en China hay un gran número de escuelas de español, como la sede de Pekín del Instituto Cervantes, así como otros cursos universitarios, y cada vez son más los chinos que aprenden y dominan el español. Además, es importante mencionar la nueva cooperación entre China y España en el sector turístico que ha tenido lugar recientemente, que fomentará aún más la promoción y difusión de las culturas de ambos países y las preparará con suficiente antelación para la llegada de turistas de ambos países, incluyendo servicios lingüísticos y guías turísticos en su lengua materna.

6. Proporcionar servicios hoteleros que cumplan los estándares españoles: la mayoría de los turistas optan por alojarse en un hotel durante su viaje, ya que los hoteles ofrecen una serie de servicios auxiliares que pueden satisfacer las diversas necesidades de los turistas. En el caso de los turistas españoles, tienen grandes expectativas en cuanto a las instalaciones y servicios del hotel, como Wi-Fi gratuito, lavandería, gimnasio, restaurante, piscina, etc. Y normalmente les gusta disfrutar de una estancia cómoda durante su viaje, por lo que prestan atención a aspectos como el tamaño de la habitación del hotel, el estilo de la decoración y la calidad de la ropa de cama. Además, la seguridad y la higiene son los aspectos más importantes para los turistas durante sus viajes. Los hoteles deben garantizar que las habitaciones y las zonas públicas estén limpias y sean higiénicas, y ofrecer medidas de seguridad como sistemas de control de acceso, cámaras de vigilancia, etc. Dado que los hoteles en España tienen unos criterios de calificación meticulosos, pueden atender a un mayor número de visitantes si ofrecen el mismo nivel de calificación a los turistas españoles.

7. Promocionar la gastronomía y las especialidades: Cuando los visitantes llegan a un nuevo destino, seguro que prueban las especialidades locales y también compran las especialidades correspondientes. España es un país cuyo principal atractivo es su gastronomía y sus especialidades, y China también tiene muchas cocinas y especialidades únicas, como el té, la seda y la porcelana. Si puede mostrar la cocina y los productos especiales chinos en ferias de turismo en España, invitar a blogueros gastronómicos y expertos en viajes locales a experimentar la cocina y los productos chinos, y promocionarlos a través de las redes sociales y otros canales, podrá atraer el interés de los turistas españoles.

## V. Superar los retos de la cooperación China y España

### 1. El impacto de las políticas

La primera cuestión que hay que mencionar es la del visado, que actúa como documento oficial que regula y controla la entrada, estancia y salida de extranjeros, estipulando que deben obtenerlo previamente antes de entrar en su jurisdicción. Establece información sobre la hora de entrada en el país o territorio, la finalidad de la entrada, la duración de la estancia y la forma de salida del extranjero. Los extranjeros deben entrar en el país o territorio con un visado válido, de lo contrario no podrán entrar. Los tipos de visados y los procedimientos para obtenerlos también varían de un país a otro y de una región a otra. (Cita: Centro de Servicios de Visados de China)

| Objetivo principal del viaje a China            | Tipo de visado Descripción   |
|---|--|
| Intercambios, visitas, viajes de estudios, etc. | Personas que vienen a China para intercambios, visitas, viajes de estudios, etc. |
| Actividades comerciales                         | Personas que viajan a China para realizar actividades comerciales.               |
| Viajar  | Viajeros a China.  |
| Trabajar  | Personas que trabajan en China.  |
| Estudios, formación                             | Persona que estudia permanentemente en China.                                    |

## EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

|          |  |
|----------|--|
| continua |  |
|----------|--|

**Tabla 3.** Los principales tipos de visados disponibles para China. Fuentes: Elaboración propia.

Hay muchos otros tipos de visados, como para visitar a familiares que trabajan o estudian en China, o para asuntos personales. Es importante tener en cuenta el número de entradas y la duración de la estancia. El número de entradas de un visado se refiere al número de entradas que el titular puede hacer dentro del periodo de validez del visado. Aunque el visado sea válido, pero el número de entradas disponibles sea cero, el visado no será válido. Además de la duración de la estancia, si la estancia en China debe superar la duración permitida por el visado, la persona debe solicitar una prórroga dentro del plazo establecido por las autoridades locales de seguridad pública.

Los principales tipos de visado disponibles para España son los siguientes:

| Principales objetivos del viaje a España | Tipo de visado Descripción   |
|--|--|
| Viajar                                   | Vacaciones de corta duración, ocio o visitas familiares a España                           |
| Negocio                                  | Personas en visita de negocios, etc.   |
| Visitas a familiares                     | Personas cuyo principal motivo de viaje a España sea visitar a familiares en el extranjero |
| Estudios en el extranjero                | Personal para visitas académicas, etc.   |

**Tabla 4.** Los principales tipos de visados disponibles para España. Fuentes: Elaboración propia.

Además, existen visados de trabajo y de tránsito. Algunos tipos de visados, como el de estudiante, exigen requisitos adicionales, como un cierto nivel de dominio del español y un reconocimiento médico. Los visados de turista, en cambio, son relativamente fáciles de solicitar.

El reto que tienen que superar China y España en materia de visados es el procedimiento y el coste de obtención del visado. Para los españoles, obtener un visado de turista para China



cuesta entre 120 y 180 euros. Los titulares de pasaporte español pueden viajar sin visado a la mayoría de los países europeos y a algunos asiáticos como Japón y Corea del Norte. Hong Kong y Macao, una de las ciudades más visitadas de China, tienen una política de exención de visados para los titulares de pasaportes españoles y, por tanto, reciben a la mayoría de los visitantes internacionales a China. Sin embargo, si desea entrar en otras ciudades de China, sigue necesitando un visado. El elevado coste de los visados y los trámites son, así, uno de los principales inconvenientes a la hora de atraer turistas españoles a China.

Hay que destacar que durante la reciente visita del presidente del Gobierno español, Pedro Sánchez, China y España acordaron una gran cantidad de nuevas cooperaciones en diversas áreas, incluyendo, entre otras, que se darán facilidades mutuas e iguales para ambas partes en materia de visados turísticos. Esto supone un gran impulso para la cooperación mutua en materia de turismo entre ambos países y podría incluso superar las cifras anteriores a la epidemia de 2019. Pues España y China podrían introducir una política de visado a la llegada en igualdad de condiciones mutuas para proporcionar más facilidades a los turistas con el propósito de viajar. La ventaja de un visado a la llegada sería evitar los engorrosos trámites y tiempos de espera necesarios a la hora de solicitar un visado, lo que facilitaría la entrada de los turistas en el país de destino.

## 2. Diferencias de hábitos y costumbres

Las diferencias culturales entre dos países son inevitables, y gran parte de la historia y la cultura han evolucionado a lo largo de miles de años hasta perdurar en la actualidad. Los distintos países tienen historias, valores, costumbres y tradiciones diferentes, que afectan a la etiqueta social y a la forma de pensar de las personas. En la comunicación internacional, comprender y respetar los antecedentes culturales de los demás es vital y ayudará a aliviar los conflictos y contradicciones causados por las diferencias culturales.

En China, la etiqueta y el respeto a los mayores es muy importante, por ejemplo, a la hora de reunirse e interactuar con los demás para evitar ser descortés. Nunca es apropiado dirigirse a personas mayores que uno mismo, especialmente ancianos y profesores, por su nombre de pila. En España, en cambio, la gente suele ser más directa y abierta, centrándose en las emociones y la interacción humana, por ejemplo, en fiestas y situaciones sociales, es habitual abrazarse y besarse como muestra de cercanía. También, con el permiso de la otra persona, es posible dirigirse directamente por el nombre. En cuanto a la religión, también existen diferencias significativas entre las creencias religiosas chinas y españolas. Las principales religiones en China son el budismo, el taoísmo y el confucianismo, mientras que España es principalmente un país católico y muchos españoles son devotos católicos, y muchas fiestas y costumbres tradicionales están asociadas al catolicismo.

## **EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

---

También hay diferencias en la forma de comunicarse entre China y España. Los chinos suelen centrarse en expresiones sutiles e indirectas, como el uso de metáforas e insinuaciones para expresar sus ideas y opiniones. Los españoles, en cambio, son más directos y abiertos, prefieren ser francos y expresar sus pensamientos y emociones. Además, también hay diferencias en los hábitos alimenticios: los chinos suelen desayunar entre las 7 y las 9 de la mañana. El almuerzo es entre las 12 y las 13 horas. La cena se sirve entre las 17 y las 19 horas. Los españoles comen más tarde que los chinos. Los turistas chinos y españoles pueden ser conscientes de estas diferencias en los hábitos alimentarios durante sus viajes.

Tanto para China como para España, a pesar de las diferencias culturales, también podemos explorar los puntos en común. Por ejemplo, en términos de cultura alimentaria, etiqueta social y estilo de vida. Estos puntos en común servirán también de puente para facilitar la cooperación y el intercambio futuros entre España y China.

### **3. La guerra ruso-ucraniana**

Otro reto que hay que superar es el conflicto ruso-ucraniano. El conflicto ruso-ucraniano, que comenzó en marzo del año pasado, dura ya un año y se está agravando gradualmente. Las economías del mundo se han visto afectadas en cierta medida y es de interés mundial alcanzar un alto el fuego entre Ucrania y Rusia lo antes posible. Este conflicto, que dura ya un año, ha tenido graves repercusiones en muchos aspectos del mundo, sobre todo en el frente económico, con el coste de la vida cada vez más caro e inflacionista en algunos países de la UE. Por supuesto, esto también ha tenido un impacto directo en el aspecto turístico, ya que también aumenta el coste de los viajes. Por el contrario, el aumento del coste de la vida reduce la renta disponible de los ciudadanos, lo que a su vez puede reducir la frecuencia de las actividades turísticas. Por otra parte, también aumenta la incertidumbre de los turistas durante su viaje. Debido a la situación geográfica tanto de Ucrania como de Rusia, hay muchas rutas aéreas y ferroviarias hacia ambos países y la aparición de la guerra tendría que provocar cambios o la cancelación de las rutas aéreas. Si la guerra no se sofoca y la situación sigue agravándose, repercutirá gravemente en la imagen general de Europa y disuadirá a los turistas de viajar a la región.

Por lo tanto, China y España, como países influyentes en el mundo, deberían mediar activamente en el conflicto entre ambas partes y facilitar las negociaciones entre Rusia y Ucrania para conciliar la guerra actual, anteponiendo los intereses de los pueblos del mundo y colaborando para mantener la paz en el mundo.

## **RESULTADOS**

Tras la exploración de las oportunidades de intercambio y cooperación entre España y China en el sector turístico, se pueden extraer los siguientes resultados.

- Promueve la contribución económica de España y China en el sector turístico: la cooperación activa entre los dos países, que ha estado en vigor desde el establecimiento de una asociación estratégica global en 2005, ha dado resultados tangibles en términos de desarrollo económico y oportunidades de empleo en ambos países. Según la Oficina Española de Turismo, los turistas chinos gastaron un total de 1.475 millones de euros en España en 2019, un aumento del 4,6% interanual (INE). En 2019, los turistas españoles gastaron un total de 298 millones de euros en China, un aumento del 8,3% interanual (Oficina Nacional de Estadísticas de China). La cooperación entre ambos países contribuirá aún más al desarrollo de sus economías, aportando importantes beneficios conjuntos



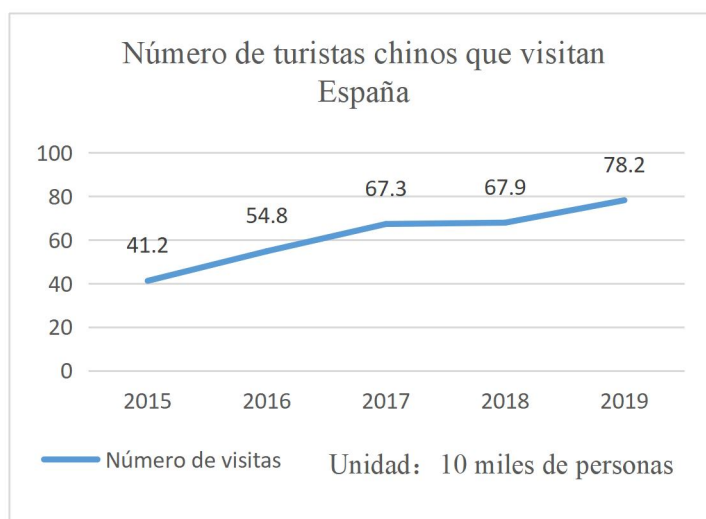
**Gráfico 3.** Gasto total de los turísticas chinos en España. Fuente: INE, Elaboración propia.



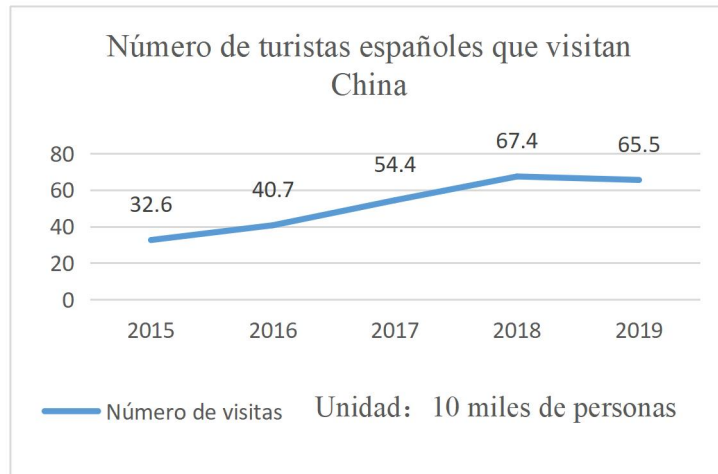
**Gráfico 4.** Gasto total de los turísticas españoles en China. Fuente: Oficina Nacional de Estadística de China, Elaboración propia.

## EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

- El aumento de los flujos turísticos bidireccionales: Con el incremento de los intercambios y la cooperación entre China y Occidente, los flujos turísticos entre China y España también aumentan año tras año. España atrae cada vez más turistas chinos, mientras que China atrae cada vez más turistas españoles. Según datos de la Administración Nacional de Turismo de China, el número total de turistas chinos que visitaron España en 2019 fue de 782.000, lo que supone un aumento interanual del 13,2%. Por el contrario, el número total de turistas españoles que visitaron China en 2019 fue de 656.000, un descenso del 2,4% interanual, según la Oficina Española de Turismo (China comenzó el covid-19 a finales de 2019). Pero el número total de turistas españoles que visitaron China en 2018 fue de unos 674.000, lo que supone un aumento del 19,3% interanual.

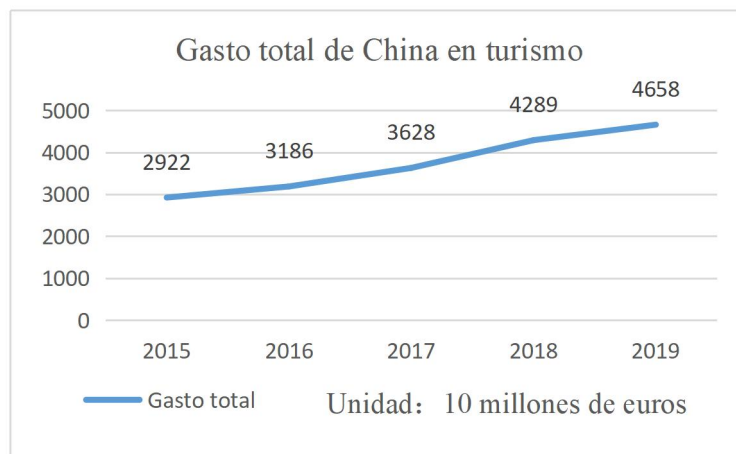


**Gráfico 5.** Número de turistas chinos que visitan España. Fuente: INE, Elaboración propia.



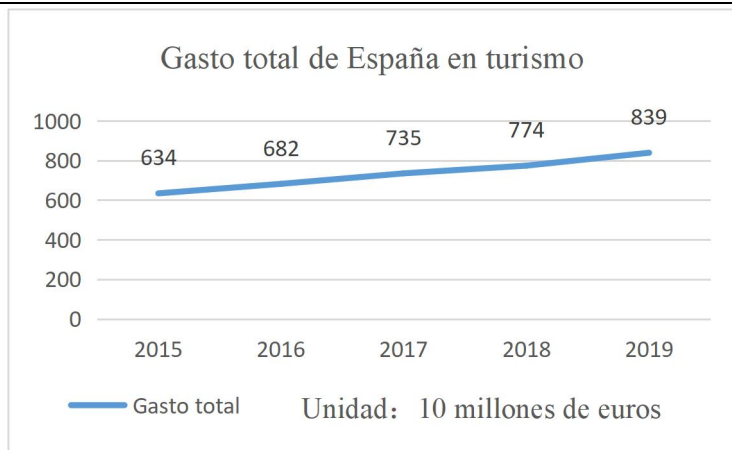
**Gráfico 6.** Número de turistas españolas que visitan China. Fuente: Oficina Nacional de Estadística de China, Elaboración propia.

- Intercambio cultural en turismo: Según el Ministerio de Cultura y Turismo chino, España es uno de los destinos clave de turismo cultural que se promocionarán en China en 2019. Y los eventos culturales y artísticos españoles también han recibido una amplia atención y participación en China.



**Gráfico 7.** Gasto total de China en turismo. Fuente: OMT, Elaboración propia.

## EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA



**Gráfico 8.** Gasto total de España en turismo. Fuente: OMT, Elaboración propia.

- Desarrollo innovador del turismo: Según el Ministerio de Cultura y Turismo chino, China está promoviendo activamente el desarrollo del turismo cultural, ecológico y deportivo emergente y tiene previsto construir en los próximos años una serie de destinos turísticos competitivos a escala internacional. Al mismo tiempo, España innova constantemente y promueve nuevas formas de turismo, como el turismo de golf, el cicloturismo y el turismo de salud.

### CONCLUSIONES

El turismo es esencial tanto para España como para China, ya que aporta empleo e ingresos a ambos países y constituye una parte importante de su PIB. Además, el turismo en China y España ha estado creciendo antes de la epidemia de 2019 y se espera que vuelva a los niveles anteriores a la epidemia en 2023 en la era post-epidémica. En los últimos años, China y España han cooperado activamente en diversos campos, y la visita del presidente del Gobierno español a China en marzo de este año confirmará más cooperación futura. Dada la estrecha cooperación entre España y China en muchas áreas, es necesario explorar las oportunidades de intercambio y cooperación entre China y España en el sector turístico, que es también una oportunidad de beneficio mutuo para ambos países. Sin embargo, todavía existen muchos retos para la cooperación que se desarrollará entre los dos países en los próximos años. Por ejemplo, el repunte de la demanda turística en la era post-epidémica y la recesión económica y la inflación provocadas por el conflicto entre Rusia y Ucrania. Se trata de factores dinámicos que afectan constantemente al crecimiento de la actividad turística en España y China, y debemos estar atentos a estos factores que pueden provocar cambios en el turismo.

Debemos tener en cuenta los tres elementos clave desde el punto de vista político, económico y social. En primer lugar, es necesario hacer del turismo en España y China una

industria basada en la calidad que satisfaga las necesidades y exigencias de sus clientes, con el objetivo de atraer turistas y lograr el crecimiento económico del turismo. Y también es necesario centrarse en su propia sostenibilidad, disfrutando de los beneficios del turismo al tiempo que se minimiza el impacto negativo sobre el entorno ecológico. Para garantizar la longevidad de ambos países como destino sostenible en el mercado mundial. Pues éstas son las claves del éxito del turismo.

Como resultado de la serie de análisis anteriores, el turismo es un sector dinámico y susceptible a diversos factores que repercuten en la demanda y las preferencias de los turistas, así como en la oferta. La cooperación entre España y China en el sector turístico exige conocer las principales necesidades de los turistas y adaptarse a ellas para atenderlas con mayor precisión y atraer así más clientes al destino.

Por último, la cooperación entre España y China en el sector turístico no sólo debe ajustarse a las necesidades de los turistas de ambos países, sino que también debe adaptarse a los cambios provocados por diversos factores. En primer lugar, en términos de política, deberían tomarse más medidas para facilitar los intercambios y la cooperación entre ambos países. En segundo lugar, debería reforzarse la promoción de los productos turísticos de ambos países, tanto online como offline. Después, es necesario mantener la comunicación entre los gobiernos español y chino para garantizar una cooperación eficaz. A medida que se produzcan los intercambios y la cooperación, también será necesario que surjan más políticas y normativas de regulación para garantizar la eficacia y la autenticidad de la cooperación y, en última instancia, alcanzar el objetivo final de una cooperación beneficiosa para ambas partes.

## BIBLIOGRAFÍA

- 1 EU Tourism and COVID-19 pandemic: an EU response to exit and recovery 2020 P11
- 2 EU, op.cit., P11
- 3 Ibid. P11
- 4 UN, COVID-19 y Tourism Transformation 2020 P4
- 5 Ibid. P6
- 6 Organización Internacional del trabajo, “*Nota de políticas*”, (2020):  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms\\_753610.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---inst/documents/publication/wcms_753610.pdf)
- 7 OIT, op.cit., P4
- 8 Ibid.
- 9 UNWTO, “IMPACTO DE LA OFENSIVA RUSA EN UCRANIA EN EL TURISMO INTERNACIONAL”,(2023):  
<https://www.unwto.org/es/impacto-ofensiva-rusa-en-ucrania-en-el-turismo-internacional>
- 10 Oficina Nacional de Estadística de China, “*Boletín anual de estadística*” (2018):  
<http://www.stats.gov.cn/sj/tjgb/ndtjgb/>
- 11 op.cit.
- 12 INE, “*Cuenta satélite del turismo de España*”, (2021):  
[https://www.ine.es/prensa/cst\\_2021.pdf](https://www.ine.es/prensa/cst_2021.pdf)

## EXPLORANDO LAS OPORTUNIDADES DE INTERCAMBIO Y COOPERACIÓN ENTRE CHINA Y ESPAÑA EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA

---

13 CCOO servicios, “ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DEL TURISMO EN ESPAÑA”, (2021), P7: <https://www.ccoo-servicios.es/archivos/ANALISIS-actividad-turismo-2021.pdf>

14 op.cit.

15 Hosteltur, “¿Qué desafíos enfrenta el turismo en España?”, (2023):

[https://www.hosteltur.com/comunidad/005327\\_que-desafios-enfrenta-el-turismo-en-espana.html](https://www.hosteltur.com/comunidad/005327_que-desafios-enfrenta-el-turismo-en-espana.html)

16 Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, “Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030”: <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/paginas/index.aspx>

17 Ministerio de Asuntos Exteriores chino, “Ministerio de Asuntos Exteriores chino”, (2023):

<https://www.fmprc.gov.cn/esp/>

18 Ministerio de Asuntos Exteriores de la República Popular China, “Ministerio de Asuntos Exteriores chino”, (2023) :

<https://www.fmprc.gov.cn/esp/>

19 Guía de países para la cooperación en materia de inversión extranjera (Oficina de Establecimiento,2021, P22)

20 Guía de países para la cooperación en materia de inversión extranjera (Oficina de Establecimiento,2021, P21)

©2023 <HUIZE YE>

Algunos derechos reservados

Este documento se distribuye bajo la licencia "Atribución- Compartirlgual 4.0 Internacional" de Creative Commons,

disponible en: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.es>