

Capítulo III

El Turismo en China

3.1 Datos Generales de China

China es una de las civilizaciones más antiguas del mundo, la cual tuvo sus inicios aproximadamente 5000 años atrás. El país se encuentra situado en el este del continente Asiático en la costa Oeste del Océano Pacífico. La República de China, con capital en Beijing, es el tercer país más grande del mundo, después de Rusia y Canadá ya que cuenta con 9.6 millones de kilómetros cuadrados, lo cual abarca el 6.5% del área de tierra total del mundo. Su población, de más de mil millones, abarca el 23% de la población total del mundo. El 91.6% de los chinos son Han; hay 55 minorías de las cuales, los grupos principales son los Zhuang, Manchu, Hui, Miao, Uygur, Yi, Tujia, Mongoles y Tibetanos. La moneda es el yuan, un dólar estadounidense equivale a 8.3 yuanes.¹²⁷

China tiene una frontera territorial de 22, 143.34 kilómetros de largo y tiene fronteras con doce países: Corea, Rusia, Mongolia, India, Pakistán, Bhután, Nepal, Burma, Laos y Vietnam. La línea costera se extiende más de 14,500 kilómetros, cuenta con numerosas islas, siendo Taiwán la más grande y Hainan la segunda en tamaño y extensos mares a su alrededor. China está caracterizada por tener un clima continental, la mayor parte del territorio está situado en la zona templada, el sur en la zona tropical y subtropical y el norte en la zona glaciaria.¹²⁸

El sistema político chino presenta una gran complejidad. Siendo un régimen autoritario de partido único, coexisten las dos fórmulas económicas: el sistema socialista y la economía libre de mercado. Esa coexistencia ya fue establecida, antes de la devolución de Hong Kong por el Reino Unido, bajo el principio de Den Xiao Ping

¹²⁷ China-Window.com The best way to China <http://www.china-window.com/>

¹²⁸ Ibidem.

"un país, dos sistemas". Existen tres niveles administrativos. En el ámbito nacional está el gobierno central, Consejo de Estado al que se subordinan los gobiernos de las 23 provincias, 5 regiones autónomas y 4 municipios, las Regiones administrativas especiales, (Hong Kong y Macao) y un tercer nivel con las prefecturas, distritos, distritos autónomos y municipios que dependen de los gobiernos de segundo nivel.

China tiene 668 ciudades cuyos habitantes suman los 390 millones, un 30,4% de la población total. Beijing, Shanghai, Chongqing y Tianjin son las ciudades mayormente pobladas con más de 10 millones de habitantes. La densidad media de la población es de 132 personas por km², con una distribución desequilibrada, ya que mientras el litoral oriental tiene una densidad superior a 400 personas por km², en muchas regiones del oeste no llega a 10 por km².¹²⁹

La economía de la República de China ha crecido desde 1978 como resultado de las reformas económicas que se llevaron a cabo. El Producto Interno Bruto (PIB) creció de \$128 mil millones en 1980 a \$745 mil millones en 1998. La economía de China sigue creciendo rápidamente con una tasa de crecimiento del PIB del 8% en 2002 y una tasa de crecimiento anual de producción industrial de 11.6% entre 1979 y 2000.¹³⁰

La industria en gran escala, ha sido privatizada y modernizada, lo cual muestra un crecimiento a través del aumento de las exportaciones. Su capacidad productiva se encuentra, principalmente, basada en una economía de mercado, lo que incrementa los ingresos y, por lo tanto, aumenta la demanda de bienes de consumo. La demanda doméstica, la materia prima, bienes capitales y otros productos de alto valor son importados en grandes cantidades para satisfacer las necesidades del país. De igual forma, ha aumentado la importación de productos, para lo cual, las economías del

¹²⁹ José Lázaro Galdiano. Secretaria de Estado de Turismo y Comercio de España

¹³⁰ China-Window Op. Cit.

mundo se expandirán para cubrir las exigencias del mercado chino y así impulsar la economía de naciones exportadoras.¹³¹

La explosión de la economía es el resultado de un país que liberó, radicalmente, su economía y que pasó de producir productos de baja calidad a producir productos sofisticados de alta tecnología. La industria de electrónicos abarca el 30% del total de producción asiática.

China pertenece a organizaciones internacionales tales como la Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (APEC), Asociación de Naciones del sureste de Asia (ASEAN), Banco de Desarrollo Asiático, Banco de Desarrollo de China, Comisión Económica y Social de Naciones Unidas para Asia y el Pacífico, Agencia Internacional de Energía Atómica, Cámara de Comercio Internacional, Fondo Monetario Internacional (FMI), Comité Olímpico Internacional, Organización Internacional de Estándares (ISO), Organización de Policía Criminal Internacional (INTERPOL), Naciones Unidas (ONU), Consejo de Seguridad de la ONU, Organización Cultural, Científica y Educacional de Naciones Unidas (UNESCO), Organización Mundial de la Salud (OMS), Organización Mundial de Turismo (OMT) y a la Organización Mundial del Comercio (OMC), entre otras.¹³²

Cabe mencionar, que China estableció relaciones diplomáticas con 19 países entre Octubre de 1949 a Mayo de 1951; además, entre los años cincuenta y sesenta, una gran variedad de naciones independientes formó también relaciones con China, alcanzando 50. En los 1970s la puerta se abrió, permitiendo relaciones con Estados Unidos y un lugar legítimo en la ONU.¹³³

¹³¹ Salloum, Habeeb The Olympics Push China Into The Twenty-First Century. *Contemporary Review*; Mar2004, Vol. 284 Issue 1658, p159, p5

¹³² China-window Op. Cit

¹³³ China National Tourism Administration <http://www.cnta.gov.cn/lyen/brief/index.html>

Estos avances permitieron a las relaciones exteriores de China entrar a una nueva etapa y así se obtuvieron vínculos con 121 países, a finales de 1979. A partir de los años noventa, China ha establecido lazos diplomáticos con más países, tales como Israel, Corea y Sudáfrica; a su vez con las nuevas repúblicas que surgieron de la Unión Soviética para sumar un total de 161 países a finales de 1999.

China mantiene como objetivos básicos el salvaguardar la independencia y soberanía del país, luchar para crear un ambiente internacional favorable y duradero para las reformas de China, defender la paz mundial y promover el desarrollo común; al igual que su política promueve el establecer relaciones amistosas y de cooperación, generar uniones de buen vecino, fortalecer la unidad y cooperación con países en desarrollo y abrirse al mundo exterior.

3.2 Evolución del Turismo en China

El turismo moderno en China tuvo sus orígenes en los años cincuenta. Con los comunistas en el poder, el turismo se volvió una actividad política. En 1954, se estableció el Servicio Internacional de Viajes con 14 oficinas en Guangzhou, Shanghai, Beijing y otras ciudades principales. En 1964 la Administración de Turismo del Estado de China fue formalmente establecida. El turismo doméstico apenas existía y la salida del país estaba permitida sólo a diplomáticos y oficiales del gobierno. La Revolución Cultural de 1966 a 1976 retrasó el desarrollo de la industria del turismo.

Pero fue con la introducción en 1978 de las políticas de reformas económicas “a puerta abierta” de Deng Xiao-ping, que se originó un cambio en las políticas que controlaban el turismo bajo el régimen de Mao Tse Tung, cuando los viajes domésticos e internacionales eran escasos. A partir de ese momento, la industria del turismo en

China entraría en una etapa de rápido crecimiento, surgiendo como un actor principal del turismo mundial.¹³⁴

El propósito oficial del turismo ha pasado por 3 etapas importantes: (1949-1978) Sólo política cuando el turismo, únicamente, era un componente de la política de relaciones exteriores de China; (1978-1985) política más economía, cuando se empezó a considerar al turismo como un componente de las relaciones exteriores y de la actividad económica; sin embargo, la política seguía sobre la economía. La tercera fase de economía sobre política, a partir de 1986, surgió cuando el gobierno declaró que el turismo era una actividad económica comprensible, que tenía el propósito de obtener moneda extranjera para la campaña de modernización del país.

Por primera vez, el turismo fue incluido en el Plan Nacional para el desarrollo económico y social de China. Desde 1986, donde el gobierno ha puntualizado la importancia del turismo como una industria de servicios esenciales, que requiere menos inversión, pero que produce ganancias más rápido, mejor eficiencia, más empleo, y una gran oportunidad de mejorar el nivel de vida de la población, más que otros sectores terciarios de servicios.¹³⁵

A partir de la política de apertura y de reforma de 1978, la industria del turismo en China, se ha convertido en un sector nuevo, pero también en un sector más dinámico y, potencialmente, fuerte de la industria terciaria en dicho país. En muchas partes de este país, el turismo es visto como un pilar superior o como industria prioritaria para la promoción del desarrollo económico local. La posición del turismo en la economía nacional continua siendo engrandecida y mejorada.

¹³⁴ Bramwell, Bill. *A Fragile Recovery and China's Emerging Prominence*. Journal of Sustainable Tourism; 2004, Vol. 12 Issue 1, p.1, 3.

¹³⁵ Li, Y . The Impact of Tourism in China on Local Communities *Asian Studies Review*; Dec2002, Vol. 26 Issue 4, p. 471, 16.

En 1983, China se convirtió en miembro de la Organización Mundial del Turismo. Para poder abastecer la creciente demanda, el gobierno chino suavizó su política al abrir el turismo tanto al capital privado como al extranjero. Hasta 1998, el turismo era controlado estrictamente por el gobierno. La inversión extranjera en la industria del turismo, así como el desarrollo de las diferentes formas de las actividades turísticas eran controladas estrictamente.

El número de visitantes extranjeros en 1978 creció de un millón 81 mil a 43,684,456 en 1994. El 92% de éstos visitantes venían del nordeste de Asia, el 67.48% de Hong-Kong, el 17.2% de Macao y el 3.18% de Taiwán. Los visitantes provenientes de regiones no Asiáticas sólo aportaron un porcentaje pequeño del flujo turístico, de los cuales el 2.61% eran japoneses, 3.38% europeos y 1.34% estadounidenses.¹³⁶

El desarrollo durante los años noventa revela un incremento en el turismo debido a visitantes, tanto japoneses como de no residentes chinos. En 1995, más de 3 millones de turistas asiáticos visitaron China, a parte de los provenientes de Hong-Kong, Macao y Taiwán. Es así como se obtuvo un crecimiento del 5.8% en 1994 de turistas asiáticos más que de europeos o norteamericanos; de hecho, disminuyó el número de turistas europeos en un 8.2%. Esto se debe a acontecimientos como el Tian-An-Men en 1989, o a las muchas tensiones entre Francia y China por cuestiones de derechos humanos.¹³⁷

Desde mediados de los años ochenta, China ha visto un gran crecimiento en su turismo doméstico. El auge del turismo doméstico está relacionado con la aparición de una nueva clase media urbana, basada en el consumo cada vez mayor, de productos turísticos. En 1993, el número de turistas domésticos fue de 410 millones con un ingreso de 84 mil millones de RMB Yuanes. El mismo año, las tarifas de ocupación de hoteles

¹³⁶ Dolais, Y. Tourism Law in China
http://www.hotelonline.com/Trends/AsiaPacificJournal/July98_ChinaLaw.html

¹³⁷ Dolais, Y. Op Cit.

se colocaron en un promedio del 72%, demostrando un aumento de 11 puntos en comparación con el año anterior, de los cuales, la clientela local contó el 70%.

El peso del turismo doméstico también puede ser medido de acuerdo a los 30 millones de paquetes turísticos vendidos en 1993, los cuales posicionan a China entre los niveles más altos a escala mundial, en términos de volumen. Como consecuencia de tales eventos se origina la creación y rápida expansión de las agencias de viaje privadas. En 1992 fueron enlistadas 1,400 agencias, es decir, hubo un incremento del 80% comparado con 1991.¹³⁸

En 1999, el Consejo Estatal decidió aumentar los días festivos, acción que elevó el potencial de la demanda de turismo; por lo tanto, el número de turistas domésticos alcanzó los 719 millones, con un gasto total de 283 mil millones de yuanes, con un incremento del 4.3% y 105.9% mayor a 1995, respectivamente. Con el incremento del nivel de vida de los chinos, los ciudadanos tienen un creciente interés por viajar al extranjero. En años recientes, los chinos han viajado al sureste de Asia y Europa. Se han abierto agencias de viajes extranjeras en China para motivar a sus ciudadanos a viajar al extranjero.¹³⁹

El crecimiento del turismo doméstico continuó en 2002 y los viajes conocidos como “Three Golden Tour Weeks” se encontraban en un camino de desarrollo, lo cual trajo beneficios evidentes, tanto económicos como sociales. En 2002, el número de turistas domésticos en el país alcanzó los 878 millones, un incremento del 12% del año anterior. El ingreso nacional reportado fue de 387 mil millones de RMB Yuanes, un incremento del 10.1% del año pasado.¹⁴⁰

¹³⁸ Ibid

¹³⁹ An Introduction to China's Tourism Industry. China-Caribbean Economic & Trade Cooperation Forum 2005 http://cncforumenglish.mofcom.gov.cn/article/200410/20041000297756_1.xml

¹⁴⁰ Ibid.

Por otro lado, para 1999, el número de turistas que entraron a China alcanzó los 72.8 millones, de los cuales, 8.43 millones fueron visitantes extranjeros, 40 veces más que en 1978. Consecuentemente, el ingreso de moneda extranjera de la industria del turismo alcanzó los US \$14.1 miles de millones, 54 veces más que en 1978.

Las inversiones en China se encontraban limitadas hasta que el Ministerio de Comercio Exterior y Cooperación Económica (MOFTEC) aprobó una política en 1996 de aprobación de inversión extranjera en doce sectores de la industria en específico. Entre dichos sectores, se encuentran las agencias de hoteles y servicios de viaje. El MOFTEC buscaba unificar la política y la práctica en cuanto a la aprobación de la inversión extranjera en industrias y sectores específicos.

En el año 2000 el mercado turístico que recibió China continuó mostrando un crecimiento. Bajo la excelente situación de la economía global que mantiene un crecimiento estable y el desarrollo del turismo, el número de turistas provenientes de Hong Kong, Macao y Taiwán se incrementó. China recibió 83.444 millones, un 14.68% más que en 1999, de los cuales, fueron 10,160 000 millones de turistas extranjeros, un incremento del 20.50%. Turistas de Hong Kong y Macao representaron 58.56 millones y 11.54 millones, un incremento de 10.73% y 31.38%, respectivamente. Entre los turistas extranjeros, los asiáticos fueron 6,225 millones, los europeos 2,367 millones, los norteamericanos 1,217 millones, los de Oceanía 282,000 y africanos 67,000.¹⁴¹ (Ver anexo 4).

China se encontraba situado, en cuanto al turismo, en el lugar 41 del mundo en 1978. Pasó al noveno en 1992, al sexto en 1994 y el quinto lugar en 2000, ya que recibió 31.235600 millones de turistas. Mantuvo el quinto lugar superando al Reino Unido y a Alemania por primera vez. En 2003, China continuó en la posición número

¹⁴¹ China National Tourism Administration. Op. Cit.

cinco del mundo en términos de recepción de turistas de al menos una noche, pero debido al impacto que causó el SARS, (Severe Acute Respiratory Syndrome), China bajó al nivel siete en términos de recepción de turistas extranjeros.¹⁴²

La República de China ha llevado a cabo diversas actividades como el “Second China International Travel Mart” en Shanghai y otras actividades con relación al tema de “New Millenium-China 2000”. De la misma forma, se han realizado actividades para promocionar y generar turismo en las principales regiones; con el objetivo de mantener la entrada de turistas como un mercado que favorece al desarrollo por medio de esfuerzos continuos.

El rendimiento del turismo al interior de 2000 ascendió a US \$16.231 billones sobre el 15.12%, basado en un aumento del 11.9% en 1999. En 2000, China conservó el lugar número 7 del mundo de destinos en cuanto al rendimiento obtenido. Dicho rendimiento del turismo mantuvo un crecimiento estable de 1996 a 2000.¹⁴³

En los últimos años, el turismo al exterior se ha desarrollado de una manera planeada y organizada. El número de chinos que viajaron al extranjero en 2003 fue de 20 millones 200 mil, aumentando un 22% respecto al año anterior. Los primeros 10 países y regiones registrados como primer destino de los chinos fueron: Hong Kong, Macao, Japón, Rusia, Tailandia, Corea, los Estados Unidos, Singapur, Malasia y Australia. China se ha convertido en un país generador de turismo con un crecimiento rápido de Asia.¹⁴⁴

A partir del primero de Septiembre de 2004, los ciudadanos chinos tienen permitido viajar a 54 países y regiones en grupos organizados de turistas, que cuentan con el Estado de Destino Aprobado o ADS (Approved Destination Status). Son 28 los países que han comenzado la operación, entre ellos: Singapur, Malasia, Tailandia,

¹⁴² An Introduction to China's Tourism Industry Op. Cit

¹⁴³ Ibidem

¹⁴⁴ Ibid.

Filipinas, Austria, Nueva Zelanda, Corea, Japón, Vietnam, Egipto, Turquía, Alemania, Sudáfrica, Pakistán, Hungría, Croacia, Cuba, las Maldivas, Nepal, Burma, Camboya, Brunei, Sri Lanka, Indonesia, Malta y la India.

De la misma forma, 21 países de la Unión Europea comenzaron la operación el primero de Septiembre de 2004: Austria, Bélgica, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Holanda, Polonia, Portugal, Irlanda, Eslovaquia, Eslovenia, España, y Suecia. Además, Noruega, Islandia, Suiza, Liechtenstein y Rumania. También 8 países africanos han firmado el Memorando de Entendimiento de viajes en grupo organizados por ciudadanos chinos y comenzarán la operación pronto.¹⁴⁵

Entre los 16 países que visitan China se encuentran: Japón, Corea, Rusia, Estados Unidos, las Filipinas, Malasia, Mongolia, Singapur, el Reino Unido, Tailandia, Australia, Canadá, Alemania, Indonesia, la India y Francia; 14 de los cuales registraron números decrecientes en 2004, excepto Rusia y la India. Los turistas que pasan al menos una noche, fueron 33 millones, lo cual indica una disminución del 10% y el ingreso de moneda extranjera fue de 17,000 millones, disminuyendo en un 14.6% en comparación con 2003. Los primeros 5 países en generar turistas en 2003 fueron: Japón, Corea, Rusia, los Estados Unidos, y las Filipinas.¹⁴⁶ (Anexo lista de 10 países).

La revitalización del mercado turístico de China fue puesta como asunto primordial en la agenda de trabajo del sector turismo en 2004. En la primera mitad del 2004, China hizo varios esfuerzos en acercar sus mercados de ultramar importantes y se mantuvo reforzando su slogan de promoción “China Forever”.

Debido al incremento del turismo durante los días festivos, se han hecho grandes esfuerzos para promover el desarrollo del turismo doméstico. La regulación del orden

¹⁴⁵ An Introduction to China's Tourism Industry Op. Cit.

¹⁴⁶ Ibidem

del mercado fue creada para el punto de partida del desarrollo ordenado del turismo al exterior. Con dichos esfuerzos, el mercado turístico de China siguió mejorando en términos de recuperación y revitalización.¹⁴⁷

El mercado receptor de turismo se recuperó de manera extraordinaria. En la primera mitad del 2004, enfrentó el impacto de casos individuales de SARS y gripa aviaria, por lo tanto, se dio énfasis en el desarrollo del mercado receptor de turismo en el país. Las campañas turísticas tuvieron un enfoque en el mercado alemán y francés, y muchos esfuerzos se realizaron en la promoción turística en Europa y América.

Se organizó exitosamente la China Travel Exhibition y la presentación cuando se celebrara el Año de la Cultura China en Francia. Hubo participación en una serie de mercados profesionales de viajes en Berlín, Osaka, Seoul, Hong Kong, Italia y España. Asimismo, se realizó una promoción intensa del turismo en Australia y Nueva Zelanda, contribuyendo a una mayor recuperación de los principales mercados turísticos extranjeros.

El turismo doméstico también registró un crecimiento. Los viajes durante las dos Semanas de Oro del Festival de Primavera (El año nuevo chino) y el primero de Mayo continuaron aumentando, logrando la unificación de la salud, la seguridad, el orden y la equidad. Por ejemplo, durante la Semana de Oro, el número total de turistas domésticos y el ingreso del turismo incrementó en un 6.4% y 13.4% respectivamente, del año anterior.

Por otro lado, el turismo al exterior creció rápidamente. En la primera mitad del año, el turismo al extranjero en China conservó un momento fuerte de crecimiento con un total de 13 millones, de entre los cuales, 10 millones viajaron por motivos

¹⁴⁷ Ibidem.

personales, sumando un total del 79%, con un incremento del 87% y 136% en el periodo de 2003 y 2002.¹⁴⁸

El desarrollo turístico de China ha mejorado el ambiente de la inversión, intensificado la apertura al mundo exterior, propiciando a la vez el crecimiento de industrias relacionadas con el turismo. Para finales de 2002, la escala de uso de inversión extranjera en el sector turismo en China alcanzó 50 mil millones, representando un 11% del total de 450 miles de millones de inversión extranjera que todas las industrias del país acumularon.

Del total, 40 miles de millones fueron usados para el hospedaje de turistas y para la construcción de infraestructuras para proporcionar dicho servicio. 8 millones fueron destinados a la construcción de áreas escénicas y 2 mil millones para proyectos de recreación cultural, autobuses y cruceros. Además, 145 aeropuertos medianos y grandes, junto con el de Beijing, Shangai y Guangzhou y otras 100 sucursales de aeropuertos en la región Oeste, fueron mejorados, ampliados o reconstruidos.

La implementación de la política de facilitación de visas y el mejoramiento de la infraestructura de las instalaciones, ayudaron al mercado receptor de turismo para lograr el aumento de turistas en China. A partir del primero de Julio de 2003, se adoptó la política “sin visa” para los ciudadanos de Singapur y Brunei que tuvieran pasaporte para visitar China por un plazo corto de tiempo.

A partir del primero de Septiembre, la misma política fue adoptada para los ciudadanos japoneses. Entonces, ciudadanos de Brunei, Japón y Singapur que viajaran a China por negocios, ocio, para visitar familiares y amigos o para transitar podían disfrutar de la política “sin visa”, solamente, si permanecían en China por menos de 15 días a partir de su entrada al país y podían entrar y salir del país desde cualquier puerto

¹⁴⁸ Ibidem

abierto a extranjeros.¹⁴⁹ Dicha política fomentó la visita a China por parte de ciudadanos de países cercanos.

Con el rápido crecimiento del turismo, la escala de la industria del turismo ha continuado su expansión. Para finales de 2003, ya había más de 300,000 empresas turísticas e instituciones en China, las cuales incluyen: 1) Instalaciones de alojamiento turístico que sumaron 283 mil; las cuales incluyen 9.8 mil hoteles con categoría basada en estrellas, 80 mil casas de huéspedes colectivas, y 194 mil casas de huéspedes privadas. 2) Entre los hoteles que son categorizados con estrellas, 198 tienen 5 estrellas, 727 cuatro, 3,166 tres estrellas, etc. con un total de 992,800 habitaciones. 3) Los servicios de viaje sumaron 13, 361, incluyendo 1,364 servicios de viajes internacionales y 11,997 de viajes domésticos. 4) Las principales áreas turísticas escénicas sumaron 3,4409. 5) Había 107 compañías de autobuses y cruceros. 6) El total de personal empleado en la industria del turismo alcanzó los 38 millones 930 mil, de los cuales 6 millones 490 mil son empleados directos y 32 millones 434 son indirectos. Más de 150 personas obtuvieron el Certificado de Guía de Turistas y, aproximadamente, 87 mil de ellos se han registrado para trabajar en varios servicios de viajes. 7) China cuenta con 181 de las mejores ciudades turísticas.¹⁵⁰

Asimismo, el turismo ha desempeñado un papel activo en el aumento de demanda y del empleo interno, en engrandecer el reajuste estructural y el acoplamiento económico interregional, ayudando a la gente en las áreas marginadas a disminuir la pobreza, con el objetivo de contar con mejor nivel de vida.

“...China es uno de los primeros países del mundo en erradicar la pobreza a través del desarrollo del turismo... gracias al desarrollo del turismo e industrias relacionadas, un gran número de personas en áreas de tal pobreza como Yunnan y

¹⁴⁹.An introduction to China's Tourism Industry. Op. Cit

¹⁵⁰ ibidem

Gugangxi finalmente resolvieron el problema de la alimentación y vestimenta por ellos mismos.” ¹⁵¹ dijo Wu Bihu, doctor del Centro de Investigación de Desarrollo y Planeación del Turismo de la Universidad de Beijing. Por otra parte, ha promovido considerablemente la prosperidad económica y el desarrollo social de China y los intercambios amistosos entre los chinos y la gente del mundo.

3.3 Organizaciones y Servicios Turísticos

La Administración Turística del Estado, funcionando bajo el Consejo Estatal, es el órgano administrativo de intercambio de turismo de la República de China. Sus funciones son el formular políticas y establecer sistemas para desarrollar el turismo, redactar planes de desarrollo, organizar publicidad extranjera y editar información turística, como también supervisar y examinar la implementación de planes y políticas. La Administración Turística del Estado cuenta con sucursales en todas las provincias, regiones autónomas y municipios, al igual que con oficinas en Tokio, Nueva York, París, Londres, Frankfurt, Los Angeles, Sydney, Suecia, Madrid, Osaka, Toronto, Singapur y la región de Hong Kong.

Hay agencias de viajes en cada ciudad de China. Entre ellas, las siguientes tres agencias principales reciben y toman las medidas para los turistas que viajan a China:

- a) Servicio Internacional de Viajes de China con oficina en Beijing y sucursales en todas las provincias, regiones autónomas, municipios y algunas ciudades, atiende a turistas extranjeros, principalmente.
- b) Servicio de Viajes de China
- c) El Servicio Chino Extranjero de Viajes de China.

Sirven a residentes chinos, gente de Hong Kong, Macao y Taiwán, que regresan como turistas o a visitar parientes. Ambos tienen oficinas en Beijing y cuentan con

¹⁵¹ China-Window Op. Cit.

sucursales en varias ciudades, áreas abiertas y pueblos de chinos que se encuentran en el extranjero, así como con oficinas permanentes en Hong Kong, Macao y Tailandia.¹⁵²

El Servicio de Viaje de la Juventud de China, ubicado en Beijing, es anfitrión de jóvenes extranjeros, jóvenes chinos que se encuentran en el extranjero y jóvenes de Hong Kong, Macao y Taiwán. Además, se encuentran la Compañía de Viajes Internacional de Deportes de China, el Servicio de Viajes Culturales, la Compañía de Viajes Internacionales de la Gente de China, la Compañía Internacional Tian'e, y el Servicio de Viajes de las Mujeres, todos sirven a turistas extranjeros.

Desde el inicio de las políticas de reforma y la apertura al mundo exterior, China ha construido, expandido y renovado muchos hoteles y restaurantes para satisfacer las necesidades de los turistas que ingresan al país. Hoy en día, China cuenta con 3,000 hoteles valorados con el sistema de estrellas, entre los que tienen 5 estrellas están: Hotel Palace, Grand China, Shangrila en Beijing, Hilton, Hotel Garden, White Swan. Asimismo, hay nuevos hoteles que cubren las necesidades de los viajeros en ciudades grandes y de tamaño medio, así como en áreas escénicas especiales.¹⁵³

El servicio de transporte en China, que comprende vías férreas, carreteras, transporte acuático y aviación civil, se ha desarrollado de manera impresionante, al paso que lo ha hecho la industria del turismo. Dicho país ha establecido 1,115 rutas aéreas domésticas e internacionales y ha incrementado sus rutas al interior de las ciudades; cuenta con trenes especiales y autobuses con aire acondicionado entre los sitios escénicos para proporcionar comodidad y conveniencia a los turistas. Los libros chinos, pinturas, productos nativos, raras hierbas medicinales y artesanías, son populares entre los visitantes extranjeros.

¹⁵² China National Tourism Administration Op. Cit.

¹⁵³ Ibidem

3.4 Políticas y Regulaciones del Turismo en China

El año 2000, fue el año clave para la industria del turismo de China. Los principios y políticas que se llevaron a cabo en el año tuvieron un papel determinante y fueron guía en el desarrollo de la industria del turismo, los cuales fueron manifestados de la siguiente manera:

1. Al agregar, de manera conciente, las experiencias en desarrollo del turismo en los últimos 20 años, en la conferencia nacional sobre turismo llevada a cabo a principio del año, varios departamentos de la industria del turismo señalaron que la industria del turismo de China había acumulado algunas experiencias particulares, las cuales fueron las razones principales por las que el turismo había logrado espléndidos resultados¹⁵⁴:

- a) Es imprescindible tomar las teorías de Deng Xiaoping y su pensamiento económico sobre turismo como una guía.
- b) Es imprescindible desarrollar el camino al turismo con características chinas basadas en proceder de las condiciones actuales del país y absorber las experiencias internacionales.
- c) Es imprescindible persistir en reformas y apertura en todo el proceso de desarrollo de la industria del turismo.
- d) Es imprescindible persistir en el desarrollo del turismo como industrias económicas.
- e) Es imprescindible apegarse a la estrategia del desarrollo del turismo con la guía del gobierno como factor guiador.
- f) Es imprescindible persistir en la dirección del desarrollo representado por producciones grandes, un gran mercado y gran turismo.
- g) Es imprescindible apegarse al principio de desarrollo sustentable

¹⁵⁴ China-Window.com Op. Cit

h) Es imprescindible apegarse al principio de gobernar al turismo de acuerdo a la ley.

2. La industria del turismo ha trabajado bajo un plan a largo plazo con el objeto de desarrollar prospectos para los siguientes 20 años.

3. Se publicó “Deng Xiaoping sobre Turismo”. Deng Xiaoping, el diseñador general de las reformas y aperturas, prestó gran atención al desarrollo del turismo y en su libro incluye discursos importantes sobre el tema. Mostró los principios para el futuro desarrollo del turismo y la realización de la meta de convertirse uno de los principales destinos turísticos del mundo.

4. El Estado continuó fomentando el turismo como un nuevo punto de crecimiento económico, con el desarrollo del turismo durante días festivos. El Consejo Estatal, así como otros departamentos prestaron gran atención y dieron apoyo al desarrollo del turismo. En 1999, El Consejo Estatal publicó “Métodos para tener Días Libres para Festividades Anuales y Días Conmemorativos en Todo El País”, con el cual, promovieron la formación de tres semanas del turismo de oro, es decir, las semanas que contienen los días festivos más importantes en China. También se fundó la Comisión-Ministerio Nacional de Turismo de Días Festivos para la Coordinación de Sistema de Encuentros, la cual tuvo un papel positivo para guiar de manera efectiva la demanda del turismo y para asegurar la oferta y demanda del turismo de vacaciones.

5. Nuevos logros fueron realizados después de que la industria del turismo abrió sus puertas al mundo exterior. Esto se ve reflejado con el ingreso de China a la Organización Mundial de Comercio (WTO), al verse mejorada la calidad del turismo, al aumentar su competitividad en mercados internacionales. Asimismo, se realizaron revisiones de las reglas y regulaciones del turismo, para contar una fundación sólida para la industria del turismo y su conexión con el mercado internacional.

En el campo de la importación de capital extranjero, la Administración Nacional de Turismo de China (CNTA), junto con el Ministerio de Comercio Exterior y Cooperación Económica, proporcionaron una guía activa a los experimentos que se llevaban a cabo en agencias de viajes usando capital extranjero. Al final del año 2000, había 8 agencias de viajes fundadas con dicho capital en todo el país, un incremento de 5 del año anterior.

Además, a partir de las demandas de los ciudadanos chinos de tours al exterior, basados en el principio de equidad y beneficios mutuos, la CNTA negoció con los países relacionados la expansión del número y escala de países como destinos para los ciudadanos chinos.

6. Estudiar y seguir adelante en nuevas áreas. La CNTA ha comenzado el empuje del turismo a través de la ciencia y la tecnología, con un enfoque en la construcción de proyectos de negocios electrónicos en la industria del turismo, conocidos como “Proyecto del Tour de Oro”. Está basado en la red de computadoras existente, se hicieron nuevas entradas, para así formar una nueva red de negocios electrónicos para el turismo.

7. Varias localidades tomaron medidas para fomentar y promover el desarrollo de la industria del turismo. Los documentos relacionados con políticas para la promoción del desarrollo del turismo fueron publicados por el gobierno y algunas provincias y principales ciudades turísticas. Además, algunas provincias y ciudades, a partir de condiciones locales, introdujeron actividades innovadoras para promover el desarrollo del turismo.

3.5 Expectativas del Turismo en China.

En los últimos 20 años de apertura y reformas, China se ha transformado en un gran país turístico asiático y buscará lograr una transformación histórica hacia un país

turístico mundial. En la actualidad, China ha desarrollado, considerablemente, el turismo, mejorando constantemente sus instalaciones y servicios. La Organización Mundial de Turismo pronostica que China será el destino número uno y el cuarto que genere turistas para el año 2020.

De acuerdo con el pronóstico citado y observando la situación real del país, la Administración Nacional de Turismo de China ha formulado un plan de desarrollo turístico llamado “El Décimo Plan de 5 años del Desarrollo Turístico de China y el Marco de las Metas a Largo Plazo para 2015 y 2020” (The Tenth Five-Year Plan of China’s Tourism Development and the Outline of the Long-term Aim for 2015 and 2020).¹⁵⁵

Para el año 2020, la entrada de turistas a China alcanzará los 210 millones, la recepción de turistas internacionales alcanzará los 58 millones y el turismo doméstico será de 2,100 millones de millones de RMB Yuanes. El ingreso total del turismo pasará los 2,500 millones RMB Yuan, tomando del 8 al 11% del PIB del país. El turismo se convertirá en uno de los pilares de la industria para la economía nacional de China.

Por otro lado, las Olimpiadas de 2008 en Beijing ofrecen una gran oportunidad para el desarrollo de China. En 2004, las actividades de promoción de “Las Olimpiadas para el Turismo” empezaron a promover los juegos a través del turismo y a promover al turismo a través de los juegos. Como motivo de la clausura de las Olimpiadas en Atenas, en colaboración con el Comité Organizador de Beijing para las Olimpiadas número XXIX, y tomando ventaja de la presencia de los medios de comunicación de todo el mundo, China lanzó una gran campaña promocional en Atenas para anunciar los planes de promoción de sus Olimpiadas de 2005-2008.¹⁵⁶

¹⁵⁵An Introduction to China's Tourism Industry Op. Cit

¹⁵⁶Ibidem

El turismo de China tomará las Olimpiadas como base para motivar el desarrollo con una nueva visión. Se estima un gasto de US \$34 miles de millones, de los cuales, US \$22 están destinados a renovar la capital de la nación. Se llevarán a cabo construcciones de recintos deportivos, infraestructura de transportes y telecomunicaciones y se instalarán sistemas de protección al medio ambiente. Se estima que entrará un capital de US \$9 miles de millones de inversión extra creando un millón y medio de oportunidades de empleo, tan sólo en Beijing.¹⁵⁷

Sin embargo, el crecimiento del turismo no será sólo por las Olimpiadas, sino por las atracciones que China tiene para ofrecer, como la Muralla China, considerada la séptima maravilla del mundo y el museo natural de historia “Terra Cotta Army”, entre otros.

China pasará por un proceso de rápida urbanización y embellecimiento de sus sitios históricos para convertirse en un destino de primera clase. Para 2006, Beijing tendrá un sistema expreso de caminos y para 2008 habrá doblado el número de hoteles existentes. Dentro de los proyectos del medio ambiente, se transformará la basura en fertilizante orgánico y aumentará la capacidad de tratamiento de aguas residuales. También se construirán anillos verdes en las ciudades.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) apoya los esfuerzos de China para elevar la confianza de los turistas al viajar a China y mantiene una actitud optimista hacia el futuro del turismo de China.

En la 15a. sesión de la Asamblea General de la Organización Mundial de Turismo (OMT) que se celebró en Beijing en Octubre 2003, se comentó que debido a la lenta economía actual, la guerra en Irak, el SARS y los ataques del 11 de Septiembre, el

¹⁵⁷ Salloum, Habeeb, 2004 Op. Cit. p.159

turismo mundial ha sufrido un estancamiento evidente, por lo que se considera necesaria la cooperación internacional para su recuperación.

No obstante, Francesco Frangialli, secretario general de la OMT, comentó sobre el turismo: “ *Con el simple hecho de que esta reunión se está realizando aquí y ahora, estamos demostrando que, después del brote del síndrome respiratorio agudo severo (SARS), los destinos en la región han continuado como estaban, y Asia está encabezando nuevamente el turismo mundial sobre el camino del crecimiento*”.¹⁵⁸ “El turismo puede jugar un papel significativo para ayudar al pueblo a salir de la pobreza y obtener mejores niveles de vida.

“*El turismo tiene un potencial único para promover el crecimiento económico y la inversión en el ámbito local, así como para crear oportunidades de empleo, y beneficiar a negocios tradicionales tales como la agricultura y la producción de alimentos, y artesanías*”, mencionó Louise Frechette, subsecretario general de las Naciones Unidas durante la 15a. sesión de la Asamblea General de la Organización Mundial de Turismo.¹⁵⁹

¹⁵⁸ Reunión de turismo mundial en Beijing significa recuperación, desarrollo. Agencia de Noticias Xinhua de China <http://www.spanish.xinhuanet.com/htm/10201715191.htm>

¹⁵⁹ Op. Cit Reunión de turismo mundial en Beijing significa recuperación, desarrollo