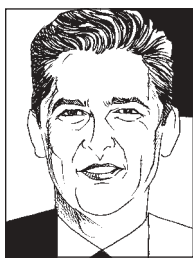


## CLAVES

## Alegación al plan especial (y V)

**E**NTIENDO QUE esta es la vía a seguir en un territorio tan frágil y único como el de Ronda, a parte de los ya mencionados en partes anteriores.

—Reclasificación de suelos urbanizables, sectorizados o no sectorizados, y de suelos formalmente urbanos pero no urbanizados, a Suelos No Urbanizables de reserva estratégica o de especial protección.



BARTOLOMÉ NIETO

—Moratorias (suspensiones temporales) de nuevos desarrollos urbanísticos y turísticos, (suspensión de la ejecución formal y material de planes de desarrollo aprobados y de la concesión de licencias y autorizaciones turísticas en determinados ámbitos) bien en zonas saturadas o en sectores sensibles, cuyas previsiones iniciales de crecimiento deben ser objeto de reconsideración o estudio a la vista de los indicadores.

—Contención, programación y temporalización de los desarrollos urbanísticos vigentes, estableciendo techos y ritmos máximos de edificación, incluso para áreas urbanas, (cupos anuales, etc.).

Tales medidas han generado ya abundantes litigios y jurisprudencia, centrada en sus consecuencias jurídicas, sobre todo, en relación con el alcance de las eventuales responsabilidades indemnizatorias de las Administraciones decisorias de dichas medidas por los perjuicios a los derechos de los particulares afectados, más que en legitimidad o legalidad de las propias medidas y de los cambios de criterios y modelos de ordenación territorial, urbanística o turística asumidos, quizá porque se tiene ya la plena conciencia de que esos cambios no sólo son posibles, sino que están plenamente justificados.

En definitiva y como conclusión a lo expuesto con anterioridad tengo a bien proponer que la administración local tenga a bien paralizar el procedimiento y proceda a establecer un régimen de especial protección para el paraje objeto del Plan Especial publicado (Finca de Carrasco) en el marco del nuevo PGOU.

"Si los negocios no vienen acompañados de una ética de los medios y los fines, de un código de conducta honorable que la divinidad nos ayude".

☞ Bartolomé Nieto es coordinador del Plan de Turismo de Ronda. Alegación presentada el 4 de noviembre a la Delegación Municipal de Obras, Urbanismo y Ordenación del Territorio.

**E**'La industria turística china fue uno de los primeros sectores en abrirse al exterior. A comienzos de la década de 1990 se permitió constituir dentro del país agencias de viajes de inversión mixta, y en este momento ya operan decenas de agencias de este tipo', explica Helena Debain

## TRIBUNA



HELENA DEBAIN

## Turismo en China: del aislamiento al mercado global

**R**ECUERDA JORGE Luis Borges en su artículo 'La muralla y los libros' que el primer emperador de China, Qin Shihuang, ordenó tras la unificación del país en 221 a.C. la construcción de la hoy famosa Gran Muralla y la destrucción de todos los libros anteriores a su mandato. El emperador Qin, que hoy duerme el sueño eterno guardado por el célebre ejército de terracota de Xian, deseaba hacer tabla rasa del pasado y añadir a las montañas y los desiertos que rodeaban su imperio una muralla que los pueblos nómadas del norte no pudieran franquear. No sería la última vez que China tratara de aislarse del exterior. Tratándose de un país de dimensiones continentales, rico y poblado, el gigante asiático renunció a extenderse mucho más allá de sus límites naturales, a pesar de contar con la población y la tecnología necesaria.

Ya en la época contemporánea, China permaneció aislada hasta que Inglaterra forzara la apertura de puertos comerciales en la segunda mitad del siglo XIX tras las llamadas Guerras del Opio. Las distintas naciones europeas, entre ellas España, obtuvieron progresivos privilegios comerciales ante la decadente dinastía Qing, que veía el fin de sus días con la llegada de la República en 1911, momento que inmortalizará Bertolucci en 'El último emperador'. El siglo XX traería tiempos convulsos, con la Guerra Civil entre nacionalistas y comunistas y la invasión japonesa. La llegada de Mao al poder en 1949 iniciaría una nueva época de aislamiento del exterior.

De esta manera, entre 1949 y 1975 la entrada y tránsito de extranjeros en China estuvo muy restringida. Es a principios de la década de 1970 cuando China comienza a normalizar sus relaciones con Occidente; Nixon visita el país en 1972 y se registran las primeras misiones diplomáticas, tal y como relatan en sus libros el francés Alain Peyrefitte o el extremeño Marcelo Muñoz, que llegara a China en 1978. El rápido crecimiento económico registrado en las tres últimas décadas ha estado ligado al fortalecimiento de las relaciones económicas y comerciales con el exterior, superando el aislamiento del pasado, también en el ámbito del Turismo.

De hecho, la industria turística fue uno de los primeros sectores en abrirse al exterior. A comienzos de la década de 1990 se permitió constituir dentro del país agencias de viajes de in-

versión mixta, y en este momento ya operan decenas de agencias de este tipo, con inversionistas de países como Suiza, Japón, Francia, EE UU, Singapur, Hong Kong y Macao. Hoy en día, el Turismo en China pasa por sus mejores momentos, según datos

hasta los 400 euros diarios; es el turista que genera mayor gasto en el extranjero, según datos del último informe de la Oficina Nacional de Turismo Chino (CNTA). Respecto al Turismo de ocio, la cultura y la tradición occidental es una referencia que atrae al

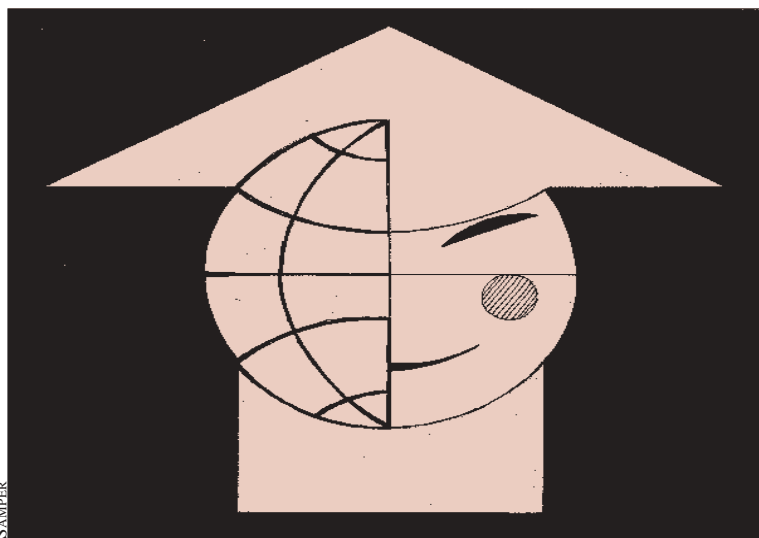
producto destinado al Turismo chino requiere, ante todo, un conocimiento detallado de este mercado y una relación directa con los agentes locales. Contando con estos activos, se puede definir un producto que se adecúe a la idiosincrasia del viajero chino y le ofrezca un valor añadido que le seduzca. En definitiva, estamos hablando de lo que todavía hoy es un producto de lujo y por tanto, se ha de cuidar hasta el último detalle.

La innovación y la calidad serán la clave para hacerse con un Turismo emisor que se incrementará sensiblemente en los próximos años, especialmente en las áreas de naturaleza y cultura, entendiendo esta última en su sentido más amplio. La empresa española ha de considerar que China es un mercado que empieza a madurar, a crear sus propias marcas turísticas y a seleccionar los destinos de moda; éste es el momento adecuado para fortalecer una buena imagen, para convertirse en un destino adaptado al gusto chino.

Frente a estas positivas tendencias y a pesar de que China prevé mantener una tasa de crecimiento elevada, la preocupación por dar una respuesta a la crisis financiera desde la perspectiva del Turismo se ha reflejado recientemente en numerosas ocasiones. En este sentido, la OMT publicará en breve las conclusiones del seminario que tuvo lugar el pasado día 29 en Fitur: 'Respuestas del Turismo mundial a los nuevos retos de la economía global', dirigido a tratar esta cuestión. Por otro lado, gobiernos como el chileno o el argentino están invirtiendo mayores cantidades presupuestarias en promoción turística y consideran a China como país estratégico en este sentido.

Por último, las empresas que deseen tomar tierra en China han de considerar que existen limitaciones a su actividad. Actualmente la legislación china prohíbe el establecimiento de agencias de Turismo únicamente extranjeras, existe la posibilidad de constituir una iniciativa mixta con un socio local, si bien es cierto que hay que cumplir con una serie de requisitos bastante estrictos. No obstante, el potencial de China como emisor hace del país un destino muy interesante para la inversión extranjera en materia de Turismo, y por tanto, nunca ha de descartarse un seguimiento de la legislación y las tendencias de cara a un futuro establecimiento.

☞ Helena Debain González es directora de Asia Oriental.



de la agencia oficial de noticias Xinhua. Pese a una disminución en el número de turistas, el gasto en 2008 se incrementó en torno al 6%, tendencia que ha de mantenerse en el futuro. Según la OMT, China es "la gran esperanza" para el Sector Turístico, proyectando cifras de 50 millones de turistas para 2009 y hasta 100 millones para 2020.

El Turismo doméstico es predominante en China, los datos son reveladores: un 75% de los ingresos del Turismo provienen del flujo que se produce dentro del país. El gobierno chino, por su parte, hace hincapié en esto y está desarrollando

medidas para potenciar el consumo interno, de forma que éste se incorpore al motor de la economía junto a la inversión extranjera y la exportación. El Turismo emisor aún se encuentra en una fase inicial, si bien se alcanza una cifra de 40 millones de salidas anuales según el Instituto de Turismo de España; de ellos la mayor parte se dirige a Asia y sólo el 5% elige Europa como destino. De los de destinos europeos, los preferidos son Francia y Alemania; por el tercer puesto compiten Italia, Grecia y España.

La radiografía del turista chino es la de alguien que suele viajar en grupo porque resulta más fácil y económico. El perfil cambia completamente en el caso de la minoría que sale al exterior: este viajero suele viajar por negocios y el gasto medio asciende

turista chino, por lo que se ha de potenciar el Turismo cultural, si bien siempre se han de tener en cuenta las peculiaridades de estos viajeros; los receptivos han de considerar sus gustos y su lengua a la hora de crear un producto destinado al mercado chino.

El Turismo de naturaleza es otro activo a desarrollar. Según el Real Instituto Elcano, casi un 90% de encuestados están atraídos por la naturaleza y los paisajes, frente a un 70% por el Turismo cultural. Por este motivo, el potencial chino en materia de Turismo sostenible es muy importante. Por último, el creciente peso de la clase media en China y el interés

por realizar estudios universitarios en Europa o América conduce a un importante flujo de estudiantes hacia Occidente. Sin embargo, es complicado saltar la barrera que estos estudiantes se encuentran: los visados. La promoción de este tipo de Turismo requiere generar nuevas soluciones a este problema. Un buen ejemplo es el caso de Cataluña, donde han surgido iniciativas institucionales que recurren a entidades bancarias para avalar a personas solventes y agilizar la tramitación de los visados.

Considerando a China como país emisor, sin duda estamos ante un mercado con un gran potencial de crecimiento, pero a la vez muy complejo, pues aún no se han delimitado las preferencias en materia turística. En este sentido, la creación de un

**El Turismo doméstico es predominante en China, un 75% de los ingresos del Turismo proceden de él**

**El Turismo emisor se encuentra en una fase inicial, si bien se alcanza una cifra de 40 millones de salidas anuales**