



# **TURISMO EMPRESARIAL: INTERMEDIACIÓN ENTRE LAS EMPRESAS CORDOBESAS Y ASIÁTICAS**

---

**BUSINESS TOURISM:  
INTERMEDIATION BETWEEN THE CORDOVA AND ASIAN COMPANIES**



**商務旅遊:  
科爾多瓦與亞洲公司之間的中介**

---

**TRABAJO FIN DE GRADO: GRADO EN ESTUDIOS DE ASIA ORIENTAL  
CURSO 2018/2019**

---

**Tutor:**  
Rafael Salgueiro López

**Alumno:**  
Alejandro Pizarro Carrasco

Sevilla, 2020



## ÍNDICE

<b>A. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE / ABSTRACT AND KEY WORDS / 摘要与关键词</b> .....	6
<b>B. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA</b> .....	7
<b>C. INTRODUCCIÓN</b> .....	8

### **BLOQUE I**

#### **EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE ASIA ORIENTAL**

1. Exportaciones.....	9
1.1. Exportaciones generales por países.....	9
1.1.1. China Continental.....	9
1.1.2. Corea del Sur.....	13
1.1.3. Japón.....	15
1.2. Exportaciones a España desde Asia Oriental.....	16
1.3. Comparativa general de los países de Asia con las exportaciones españolas..	17
1.4. Exportaciones cordobesas a Asia Oriental.....	18
2. Importaciones.....	19
2.1. Importaciones generales por países.....	19
2.1.1. China Continental.....	19
2.1.2. Corea del Sur.....	20
2.1.3. Japón.....	20
2.2. Importaciones a España desde Asia Oriental.....	21
3. Comparativa general de los países con las exportaciones españolas.....	21

## BLOQUE II

### EL TURISMO COMO ATRACTIVO PARA LOS EMPRESARIOS Y RELACIONES POLÍTICAS Y COMERCIALES

1.	Funcionamiento Chinese Friendly en España.....	23
1.1.	Ventajas.....	24
1.2.	Carencias.....	24
2.	Impulso coreano en Málaga y Barcelona.....	25
3.	Definición Turismo Empresarial y Turismo de Negocios y otros tipos de turismo ofertado en la provincia.....	26
3.1.	Turismo de negocios.....	26
3.2.	Turismo empresarial.....	27
3.3.	Ecoturismo y Turismo Estudiantil.....	27
4.	Acuerdos comerciales por países.....	29
4.1.	China Continental.....	30
4.2.	Corea del Sur.....	31
4.3.	Japón.....	32
5.	Impulso asiático en el sector turístico.....	32
6.	Relaciones políticas.....	34
6.1.	China Continental.....	34
6.2.	Corea del Sur.....	36
6.3.	Japón.....	37
7.	Packs turísticos y adaptación por covid-19.....	38

## **BLOQUE III**

### **OPORTUNIDADES Y CARENCIAS DE LA PROVINCIA (DAFO) + SITUACIÓN ACTUAL Y ADAPTACIÓN AL COVID-19**

1. Especialistas en Asia Oriental (Debilidad).....	43
2. Red de empresas exportadoras a Asia y focalización del turismo en la provincia (Oportunidad).....	44
3. Economía de la provincia (Amenaza).....	45
4. Ejemplos de éxito y errores irrepetibles (Fortaleza).....	46
5. Situación actual y adaptación al Covid-19.....	47
<b>D. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>49</b>
<b>E. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>52</b>

## **A. RESUMEN Y PALABRAS CLAVE/ABSTRACT AND KEY WORDS/摘要与关键词**

Este trabajo está dividido en tres grandes bloques que desarrollan diferentes cuestiones, yendo de una forma general y más económica a una forma más concreta y centrada en el “Turismo Empresarial”. Como este concepto es una innovación y una creación propia, se desarrolla en el trabajo como se debe aplicar y se dan claves para llevarlo a este fin. Busca también una intermediación entre empresas turísticas y empresas del sector primario y secundario para que puedan tener una referencia de como atraer inversores, que ejemplos se deben tomar y cómo desarrollar algunos aspectos y, de alguna manera genere un interés en el empresario de Asia Oriental.

Palabras clave: Turismo, Empresas, Importaciones, Exportaciones, Economía e Intermediación.

This document is divided into three big blocks that develop different issues, going from a general and more economical way to a more specific and focused on “Business Tourism”. As this concept is an innovation and its own creation, it is developed in the work as it should be applied and keys are given to bring it to this end. It also seeks an intermediation between tourism companies and companies in the primary and secondary sector so that they can have a reference on how to attract investors, what examples should be taken and how to develop some aspects and in some way, generate an interest in the East Asian businessman.

Key Words: Tourism, Companies, Import, Export, Economy and Intermediation.

这项工作分为三个大的主体，每个主体都点出不同的问题，从一般，更经济的到更具体的形式，并侧重于「商务旅游」。由于这个概念是一项创新，并且是个人创意，因此它在应运而生的工作中得到了发展，并给予实现这一目标的关键。它还寻求在旅游公司和第一，第二部门的公司之间进行中介，以使他们可以参考如何吸引投资者，应该采取什么样板以及在某些方面该如何发展，并在某种程度上引起东亚商人的兴趣。

关键词：旅游，公司，进口，出口，经济与中介。

## **B. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA**

El objetivo principal es crear una referencia sobre, cómo se deberían desarrollar las empresas españolas, pero más concretamente las cordobesas, para el trato de la exportación de productos, sobre todo la importación de turistas y como se debería incentivar a los nuevos mercados emergentes de Asia Oriental en Córdoba. Si bien, además del desarrollo de las empresas para exportar hacia el exterior, se busca que las empresas asiáticas puedan desarrollarse en España, que se interesen por la materia prima que genera la tierra andaluza y tener referentes como Sevilla, Zaragoza, Madrid o Barcelona, quienes han sido pioneras con planes de actuación como Chinese Friendly o el caso malagueño y el impulso que se toma desde la universidad y la diputación por la apuesta con Corea del Sur.

La metodología empleada está basada principalmente en fuentes secundarias, pero los aspectos claves están basados en fuentes primarias para la elaboración del mismo, por lo que generalmente respecta a esta investigación, se han tomado como referencia, muchísimos datos de webs, administraciones y organismos internacionales para poder desarrollar las ideas concretas en las que se basa el documento. Algunas de las fuentes primarias tomadas son los datos que difunde el INE (Instituto Nacional de Estadística) y el IMTUR (Instituto Municipal de Turismo de Córdoba). Como fuentes secundarias he tomado varios artículos de investigación de Universidades Latinoamericanas como la Faculdade Integrado de Campo Mourão en la que cito la revista Perspectivas Contemporâneas.

Además he realizado trabajo de campo, preguntando a diferentes empresas que se desarrollan en el sector turístico como la cadena Eurostars Hotels y a organismos públicos como por ejemplo la oficina del ICEX en la ciudad de Córdoba y a la Universidad de Córdoba (UCO).

## C. INTRODUCCIÓN

Mucho se ha dicho sobre los tipos de turismo que puede haber, la variación del tiempo en que se desarrollan y cómo ha ido evolucionando cada turismo. A esto hay que sumarle la cantidad de conceptos nuevos que surgen cada año en base a la innovación del sector turístico. Por ello en este documento se quiere recalcar la idea de un concepto nuevo de turismo de negocios, esto es un turismo de negocios de forma indirecta para atraer a los inversores extranjeros a través de experiencias o impresiones a través de este sector y este pueda tener la “idea” de querer invertir en la Provincia de Córdoba. Para ello, hay que analizar, cómo se hace en este informe, un primer bloque, donde se hable de las importaciones y exportaciones de Asia Oriental que den una visión genérica de qué sectores son los que se desarrollan con mayor fuerza en cada país y que necesitan estos a la hora de importar, sumándole lo realizado por España en importación y Exportación. Además en este primer bloque se verá las empresas Cordobesas en caso de que las haya y españolas que participan en diferentes ferias por cada país lo que llevará a ver los movimientos y tejidos empresariales que se están tejiendo entre ambas regiones.

El segundo bloque y el más extenso, tratará de primeras, los ejemplos que hay en España con diferentes asociaciones y empresas que trabajan con Asia Oriental de forma directa y como estas están afectando al entorno de la ciudad o provincia generando atraer inversores y nuevos puestos de trabajo. Por otra parte se definirá lo que es un turismo de negocios y un turismo empresarial, dando a conocer al lector las diferencias significativas a la hora de realizar uno u otro, en esta misma parte se exponen otros tipos de turismo que se ofertan en Córdoba y que son poco conocidos, por lo que se dan ciertas pautas de cómo funcionará mejor si se publicase hacia un sector turístico asiático. También se tratan los acuerdos comerciales que hay entre ambos países y el impulso asiático en el sector turístico. Ya de forma más ligera se desarrolla en cierta medida un pequeño apartado sobre las relaciones políticas.

Por último se hace un DAFO en el último bloque y se dan ciertas pautas y ventajas que pueden tener el coronavirus sobre la provincia y cómo aprovechar este momento de parón para adelantarse o sacar ventaja sobre otras provincias que están realizando planes similares con Asia Oriental.



## **BLOQUE I**

### **EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE ASIA ORIENTAL**

#### **1.Exportaciones**

Es importante conocer las exportaciones que realizan los cuatro países, para saber qué sectores son en los que se debía enfocar más la provincia y ver si es del interés general o no para las empresas, los datos que muestran estos países.

##### **1.1.Exportaciones generales por países**

###### **1.1.1. China Continental**

En su generalidad, la República Popular China es la primera potencia exportadora a nivel global de un total de 221 países y regiones que se analizan. Suele exportar en primera posición los productos electrónicos como principal motor del país, entre los que se encuentran en porcentaje la exportación de ordenadores en un 5.1% y móviles un 2.1%. La segunda computación económica que encontramos es la industria textil, que representa un total de 223 billones de dólares, siendo la venta de sueteres un 2.1% dentro de este bloque económico. La tercera parte está establecida por la industria metalúrgica representa más de un 5% de toda la economía exportadora del gigante asiático. Otras industrias históricas como las de las fábricas del papel tan sólo representan alrededor de un 1% de la economía de la región, viéndose desplazadas por el auge de las tecnologías y la industria textil.

La economía de China en base a la exportación hacia el estado español representa un 1.1%, las exportaciones que más se realizan son a países y regiones vecinas como Hong Kong (11%), Japón (6.6%) y Sur Corea (3.8)%, aunque el principal país al que exporta se encuentra en el margen derecho del Pacífico siendo EEUU con un porcentaje del 19%. En el caso de Europa el país que más compra a China es Alemania con un total de un 4.4%, las importaciones que hace el país germano son principalmente productos tecnológicos y como segundo bloque los transportes. Como dato curioso, siendo China el principal exportador mundial, no hace ninguna exportación hacia la Antártida de ningún producto como sí hacen otros países europeos como España o Alemania, esto es debido a la ausencia de bases científicas de la región.

Dentro de China, se analiza la región especial administrativa de Hong Kong. Esta, aunque perteneciente al país y, bajo la política de “Un país dos sistemas”, se analiza por separado su economía, ya que disponen de la autonomía suficiente para mantener encuentros políticos, comerciales y administrativos propios con otros países y regiones. Si bien la región es bastante dependiente de la China continental, dado que las exportaciones hacia el territorio son de un total del 22% de su economía, una cifra bastante alta si la comparamos con la del continente que está más diversificada y, como se mencionó anteriormente era de un 19% para EEUU. Si miramos la región a la inversa, en importaciones, China representa para Hong Kong el 45%, es decir más del doble que de las exportaciones lo que hace que la región esté tan subyugada a la economía del continente. Generalmente la región administrativa tiene como principal fuente de exportación los “materiales preciosos”, en segundo lugar “objetos electrónicos” y en tercera posición “Instrumentos generales”. Otra región significativa a la que exporta es al Reino Unido que se encuentra en segundo lugar con un 10% representativo de las exportaciones de la región.

El caso de Macao es parecido al de Hong Kong, al tratarse de una región administrativa especial, su economía se cuenta por separado de la parte continental de China. Si lo comparamos con las otras dos regiones, las exportaciones de Macao dependen en gran medida de la economía hongkonesa y en segundo lugar de la china, llegando a exportar un 39% y 20% respectivamente. (*Observatory of Economic Complexity 2016: China, Hong Kong y Macao*).

#### **\*Ferias de Importación y Exportación de China:**

##### **Feria Internacional de Importación y exportación de Cantón:**

La Feria Internacional de Importación y exportación de Cantón, es la mayor feria de Import-Export de China, con un total de 126 ediciones, hace que desde 1957 haya ido creciendo exponencialmente hasta ser una feria de referencia no solo en el país sino a nivel global para el posicionamiento de múltiples productos. Esta feria se divide en 3 fases. La primera fase es en la que incluye Electrónica y Electricidad, Automoción y Empresas Químicas. La segunda Fase se compone más de productos personales, Festivales y

Decoración, Artesanía y productos de hogar. La última fase está más dedicada al sector textil, Viajes y Comida<sup>1</sup>.

Las empresas españolas participantes podemos encontrar Taurus Group, la empresa de Transporte y Logística TIBA. Pero lo que es más curioso de esta feria, es encontrar una empresa denominada SPAIN CORRIDA, de trofeos y decoración para el hogar, pero tiene su sede y procede del propio país asiático, sin embargo no hay más empresas españolas en esta feria. Un punto a tener en cuenta sería incentivar a las empresas a fomentar ir a este tipo de ferias internacionales, ya que otros países como Francia, EEUU, Alemania y el Reino Unido han aumentado su presencia; en total el 24%<sup>2</sup> a aumentado con respecto a los países que representan la nueva ruta de la seda.

### **Exposición Internacional de Importaciones de China (CIIE) (Shanghai):**

Esta joven feria, tiene tan solo dos años de vida, pero se estima que su valor va sumando exponencialmente, por lo que en su segunda edición han participado un total de 3800 compañías con unos valores de acuerdos de 71.130 millones de dólares. En total han participado 103 países entre los que se encuentra España y con un total de 1367 expositores que ha albergado la feria en su segunda edición.

En esta feria y según el ICEX, cada país tiene una zona dedicada a sus empresas, en el caso español, son unos 400 metros cuadrados, destinando 100 metros a la industria textil y otros 100 metros a la industria alimenticia y bebidas, los restantes 200 metros cuadrados están reservados para actos institucionales. Sería importante tener una mayor presencia en otros sectores en este tipo de ferias y reducir el espacio en la medida de lo posible a las instituciones, ya que las empresas deberían ser el objetivo principal. La presencia de instituciones son además del ICEX, está el Instituto Cervantes, La Liga y Tourspain entre otros. Además en esta feria, la Unión Europea Financia con fondos FEDER, para su mayor accesibilidad, sin embargo esto es algo que con el tiempo puede cambiar. Otros países vecinos de España con presencia similar son Italia, Portugal, Francia y Grecia.

---

<sup>1</sup> <http://cantonfair.org.cn/spanish/index.shtml> (Visualizado el 30/04/2020).

<sup>2</sup> [https://www.efe.com/efe/america/comunicados/la-125ta-edicion-de-feria-canton-expande-el-pabellon-internacional-en-linea-con-creciente-expansion-del-comercio/20004010-TEXTOE\\_25645976#](https://www.efe.com/efe/america/comunicados/la-125ta-edicion-de-feria-canton-expande-el-pabellon-internacional-en-linea-con-creciente-expansion-del-comercio/20004010-TEXTOE_25645976#) (Visualizado el 30/05/2020).

### **SIAL China:**

Esta feria, ubicada en Shanghai, es una de las mayores ferias sobre gastronomía que hay en China. Se prevé que la próxima edición se realice en mayo del 2020 pero ha cambiado por la epidemia del coronavirus, como así anuncia la propia organización. Esta ha aplazado la fecha de comienzo del evento por lo pronto para otro momento de este año por motivos de seguridad, lo que es un gran perjuicio para las empresas y para la economía de China en el sector de la alimentación y la restauración. Si bien en la edición del 2019, en esta feria solo participaron dos empresas cordobesas. Finca Duernas que se encuentra en la localidad de Espejo, fabrica y exporta aceite ecológico y por el otro lado tenemos a la Aceitera Peninsular Española S.L. situada en la localidad de Priego de Córdoba, se dedica a la fabricación y exportación de aceite como indica su nombre.

La promoción de esta feria en la provincia de Córdoba sería un buen acierto y comienzo para ayudar a la economía de la provincia, ya que supondría un incremento en ventas en el país asiático y empezaría a hacer competencia con otros países de nuestro entorno en el sector gastronómico, uno de los mayores sectores que tiene la provincia de Córdoba y el cual se está deteriorando con el paso de los años, debido a que merma la producción y el encarecimiento de los propios productos. Una de las cosas que vende en China es la calidad y controles que pasan los productos alimenticios, teniendo buena valoración por el consumidor chino, frente a otros productos de otros países exportadores como son los del Sudeste Asiático.

### **FHC China:**

Esta feria gastronómica está enfocada en varios aspectos dentro de la gastronomía a nivel mundial, como por ejemplo el aceite de oliva. Esta feria cuenta con un total de 48 países participantes entre los que destaco Azerbaiyán y Chipre por su exportación y muestra en vino. Estos países presentan un coste de productos más bajo que los que podemos encontrar en España y, aunque en nuestro país sea en cierta medida más riguroso con los controles de calidad, puede primar la opción del precio y la llegada en primicia de productos novedosos. Si nos fijamos más concretamente en las empresas cordobesas en esta feria, solamente hay dos empresas que se promocionen en esta feria, F.J. SÁNCHEZ SUCESORES y Aceites

Abasa, pero no hay ninguna empresa conocedora o interesada en este evento para exportar vino u otros productos agrícolas o del sector primario y secundario en general<sup>3</sup>.

### **1.1.2. Corea del Sur**

El país que se conocía como el más pobre del mundo, teniendo unos índices económicos similares a los de Ghana en 1957<sup>4</sup>, ha pasado a ser la 5ª economía exportadora a nivel mundial en el año 2016, superando la barrera de los 500 mil millones de dólares. Aun así, mirando los datos de los 4 años anteriores con respecto al 2016 su exportación ha decaído un -1.8%. (*El economista 2017 y Observatory of Economic Complexity 2016: South Korea*).

Las mayores exportaciones son Máquinas, Transportes y Metales. Circuitos integrados (13%), Coches (7.4%) y Petróleo (4.8%) son los productos más exportados al exterior de forma general. Se ve la tendencia de los países asiáticos a exportar a China y el caso de Corea no es la excepción, por lo que vende un 24% de las exportaciones a este país, valorado en 121 billones de dólares. Como segundo país es Estados Unidos y en el caso de Europa el vendedor que más importa desde Corea del Sur es Alemania con un 1.6%. En el caso español, se queda con un 0.49%, un valor muy alejado de su principal importador como es Alemania con un 1.11% más, por lo que las exportaciones españolas están valoradas en 2.51 billones de dólares. Al igual que el caso de China, referido en la página (X), Corea no tiene exportaciones a la Antártida por la falta de bases científicas en el continente. (*Observatory of Economic Complexity 2016: South Korea*).

#### **\*Ferias de Importación y Exportación de Corea del Sur:**

##### **SWS EXPO - Seoul International Wines & Spirits Expo**

Esta feria es la mayor feria sobre vino en Corea del Sur, esto es debido a que sus organizadores tratan con el 90% de los productos vinícolas y espirituosos que entran en el país. La asociación KOREA WINES & SPIRITS IMPORTERS ASSOCIATION gestionan

---

<sup>3</sup> <https://www.fhcchina.com/en/#> (Visualizado el 2/05/2020).

<sup>4</sup> <https://www.economista.es/economia/noticias/8817530/12/17/El-milagro-de-Corea-del-Sur-de-ser-mas-pobre-que-Ghana-a-superar-a-Espana.html> (Visualizado el 22/05/2018)

este evento en 5 sectores y se cree que el proceso de importación irá subiendo conforme pasen los años, ya que la dieta de los coreanos está cambiando de forma constante, buscando productos que beneficien a la salud y actualmente los productos que proceden de occidente como el vino son mejor valorados por el consumidor de este país. Sin ir más lejos de la realidad se prevé un crecimiento del vino Argentino “ProMendoza” crezca hasta un 48% más su producción con la importación hacia el país peninsular, creciendo así 8 veces más que en el resto del mundo<sup>5</sup>.

### **Invest Korea Week (Seúl)**

Este evento, no es tanto una feria, sino más bien un forum donde se invita a las diferentes empresas a aprender sobre las formas de inversión, gestión de negocio y planificación sobre Corea además de otros sectores tecnológicos. No solo es importante por el hecho de tener una oportunidad para saber cómo gestionar bien la inversión de forma eficaz, sino que este evento es capaz de reunir a diferentes entidades nacionales e internacionales para que negocien entre sí en este país. Este evento consigue que se celebren eventos paralelos como por ejemplo el “Foro de vehículos eléctricos”. Tras problemas de salud por el COVID-19, en 2020 no se dispone de fecha, por lo que el evento puede celebrarse en cualquier momento del año o cancelarse por motivos de seguridad pública<sup>6</sup>.

### **KOIF**

De sus siglas en inglés Korea Overseas International Fair, es un evento organizado por KOTRA y MOITE, este se celebra cada dos años y la próxima Feria tendrá lugar en 2021. Es una feria con diferentes motivos de inversión, en el cual se puede adquirir un stand. Se sabe que ICEX participó en esta feria en el 2015 y que su labor fue de atraer inversores coreanos para que invirtieran en España.<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> [https://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id\\_feria=580](https://www.feriasalimentarias.com/main/oblea.asp?id_feria=580) (Visualizado el 2/05/2020).

<sup>6</sup> <http://www.investkorea.org/en/index.do> (Visualizado el 2/05/2020).

<sup>7</sup> <https://escck.com/invest-korea-week-global-investment-forum/> (Visualizado el 5/05/2020).

### **1.1.3. Japón**

El país insular es en la actualidad y desde el año 2016, el cuarto país a nivel global con un índice de exportación que supera los 688 billones de dólares, además en el mismo año se vió un saldo en positivo con 113 billones.

El país al que más exporta Japón es a Estados Unidos (19%) muy seguido de China (17%) y ya en una tercera posición bastante alejado de los dos primeros está Corea del Sur (6.7%). Los países a los que más exporta el país insular son los de su entorno y más concretamente los de la región Asia-Pacífico quedando en un segundo plano, el continente americano y en un tercer plano Europa. En el caso de España, se encuentra muy alejado de los principales compradores a Japón, siendo el 8º país de Europa que más productos compra, dejando por delante a países como Alemania, Rusia y Reino Unido entre otros. En cuanto a las categorías de productos exportados son en orden descendente: máquinas, transporte y metales. Lo que más exporta son Coches (15%) de los que se exporta un 40% a EEUU, siendo el país más receptor de turismos frente al 5.9% de China y el 5.1% de Australia. (*Observatory of Economic Complexity 2016: Japan*).

#### **-Ferias de Importación y Exportación de Japón:**

##### **FOODEX Japan Chiba:**

Esta es la feria más importante de Japón en el sector culinario, se celebra en Chiba y tuvo en su pasada exposición en el año 2019 un total de 85 mil visitantes con puestos de 95 países diferentes entre los que estuvo España junto con otros 32 países europeos. Por parte de España se pueden encontrar dos stands, uno de dedicado al conjunto del país en su totalidad y otro solo para Cataluña, este último representado por “PRODECA” mientras que el Stand de España está representado por el ICEX. Esto puede llevar a dos cosas, una mala difusión de los productos y un desconcierto al tener ambos stand como regiones diferenciadas ya que ninguna otra está realizada de esta manera. También podemos encontrar casos similares como en Bélgica con las dos regiones de Flandes y Valonia o todas las tierras de Australia cada una con su puesto diferenciado.

## **1.2. Exportaciones a España desde Asia Oriental**

En calidad representativa Asia Oriental obtiene importaciones de España por un valor de 11,61 Billones de dólares, más concretamente las exportaciones de España con China representan un 2.2% siendo el país de Asia al que más exporta, para Japón representa el 2.1% y para Sur Corea solamente el 0.82%. Por productos y sectores en el caso de China está muy diversificado teniendo dos productos principales y el resto en su gran mayoría se reparten el porcentaje total; estos productos son Minas de cobre (9.1%) y Carne porcina (8.5%), sin embargo el sector que encabeza la lista son las máquinas, aunque de estos productos ninguno supera el 1.5%, por lo que otros sectores aunque en menor cantidad tienen productos mejor colocados y con mayor volumen de ventas como es el caso de Piezas de vehículos (6.4%), Medicamentos Envasados (3.4%) y Vino (2.7%) entre otros además de los ya mencionados. En el caso japonés están mucho más diversificados los sectores y los productos son más escasos en cada sector, estando más focalizados en vender cosas concretas, más que en vender cosas generales. Tenemos productos como Compuestos heterocíclicos de nitrógeno (14%), Medicamentos envasados (12%), Carne Porcina (11%), Coches (7.1%), Aceite de oliva puro (3.9%) y Vino (2.7%), siendo estos los productos más destacados con un alto nivel de porcentaje de exportaciones al país nipón. En el caso de Corea destacan productos como Coches (12%), Petróleo (7.4%), Escoria de hierro y acero, Ceniza y residuos (6,7%), Carne porcina (7.4%) y Residuos de metales preciosos (7.3%). El vino queda relegado al 0,69% en el caso Coreano, debido a que prefieren importar vino de Francia e Italia; si solamente nos centraremos en la importación que tiene el país peninsular del vino francés exporta a Corea del Sur el 33%, relegando en este producto a España a la 5ª posición con el 8.1% por delante de países como Chile (21%) o EEUU (11%).



### 1.3. Comparativa general de los países de asia con las exportaciones españolas.

Por lo general al ser todos países desarrollados (Corea del Sur, España, Japón) o en vías de desarrollo (China), están generalmente equiparados en cuanto a la venta por sectores siendo para los países de Asia Oriental la principal fuente de exportación las Máquinas o Maquinaria pesada, mientras que en España este pasa a un Segundo puesto. En el caso de China este está bastante diversificado teniendo un 7.6% los ordenadores. En Japón y S.Corea son los circuitos integrados con un 4.9% y un 13% respectivamente, estando estos menos diversificados. En cuanto a España, está muy diversificado la venta exterior de este sector, por lo que el producto sin mucho destacamento son los Motores de combustión en un 0.69%.

Para la segunda categoría tenemos más diversificación entre las cuatro regiones, siendo Japón y Corea del Sur el sector del transporte el que se encuentra en segundo lugar y para España el primer sector en ventas de exportación, por lo que todos además coinciden en que las mayores ventas se perciben en Turismos, con un 15%, 7.4% y un 13% respectivamente, además están en los tres países mucho menos diversificado y más encabezado por este producto, donde destacan marcas como Hyundai en S.Corea, Mitsubishi en Japón y Seat en España, como marcas propias. China se desliga por completo siendo la industria textil la segunda mayor exportación del país, vendiendo un 0.90% de trajes de mujer sin tejer el producto que más se vende, aunque si bien este sector está muy diversificado y no hay un solo producto que encabece la lista como en el caso de los coches en los países anteriores.

Por último en tercera categoría de exportación, podemos apreciar la homogeneización del sector metalúrgico en Asia Oriental siendo su tercer mercado de venta al exterior, teniendo en China las Estructuras de hierro (0.45%), Japón el hierro laminado en caliente (0.90%) y en Sur Corea el hierro laminado en plano (0.99%). En el caso español está más enfocado en los productos químicos y más concretamente en los farmacéuticos, no muy diverso en cuanto a variedad de productos exportados, lo que más se vende al exterior es Paquetes de medicamentos (3.1%). *Observatory of Economic Complexity 2016: (China,, Japan y South Korea)*

#### 1.4. Exportaciones cordobesas a Asia Oriental

En este apartado se desarrollará aquellos lugares donde las empresas cordobesas se están abriendo al mercado internacional en Asia Oriental y los productos que van a exportar a estos países y regiones. Esto será determinante para la realización de una red unitaria de empresas que sea exportadora a Asia buscando un mismo interés común, que su marca sea reconocida en los países a los que exportan.

Actualmente son 5 regiones diferenciadas en Asia Oriental a las que exportan las empresas cordobesas, las cuales son: China, Corea del Sur, Hong Kong, Japón y Taiwán. No obstante no se ha encontrado ninguna empresa que exporte a regiones como Macao, Corea del Norte o Mongolia.

Por lo general los productos más demandados son el Aceite, Máquinas y Joyería. No es de extrañar que el Aceite y la Joyería sean de los productos que encabecen la lista, ya que la provincia de Córdoba tiene una larga tradición en estos dos sectores, mostrando y abanderando en ferias internacionales y congresos que se celebran como es el caso de *JOYACOR*<sup>8</sup>, que hasta el 2012 se mantuvo como el evento más propicio para la economía de la provincia con un 47.3% del total<sup>9</sup>. Este congreso desapareció para dar lugar a un nuevo “Encuentro Internacional de Joyería”, con el objetivo de exportar a un mayor número de países. En el caso del Aceite, que es el producto más exportado, tenemos la feria del olivo de Montoro, con un total de 120 expositores, solo hubo un país representado de Asia y fue Turquía, he por ello, que hay que hacer mayor hincapié y dar a las empresas herramientas para que puedan ser capaces de conocer el mercado que se desarrolla en Asia Oriental y exportar su marca, ya que si tenemos en cuenta la mayor industria exportadora de la provincia es la del Aceite, pero no es la que más ingresos genera<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Joyas y Córdoba: Nace de la Asociación Provincial de Joyeros, Plateros y Relojeros de Córdoba

<sup>9</sup>[https://www.diariocordoba.com/noticias/cordobalocal/joyacor-desaparece-da-paso-encuentro-internacional\\_826903.html](https://www.diariocordoba.com/noticias/cordobalocal/joyacor-desaparece-da-paso-encuentro-internacional_826903.html) (Visualizado el 31/10/2018)

<sup>10</sup> <http://www.feriadelolivo.es/intensa-actividad-xix-feria-olivo-montoro/> (Visualizado el 5/11/2018)

## **2. Importaciones**

Es importante conocer las importaciones que realizan los cuatro países, para saber qué sectores son en los que se debía enfocar más la provincia y ver si es del interés general o no para las empresas, los datos que muestran estos países.

### **2.1. Importaciones generales por países**

#### **2.1.1. China Continental**

En su generalidad, la República Popular China importó máquinas, productos minerales y transportes. En cuanto a la procedencia suelen ser de países de Asia y de su entorno más cercano, a excepción del petróleo crudo, donde Arabia Saudí juega un papel importante, aunque si bien se ha reducido la venta de crudo para cumplir con la OPEP<sup>11</sup>; no es una cosa que afecte solo a China sino también a Japón y Corea entre otros países. En el sector de maquinaria, lo que más importa es circuitos integrados, estos generalmente proceden de Sur Corea (21%) y de Japón (9.4%), aunque este último es superado por Malasia con un margen del 7.6%. En el sector del automóvil, se aprecia la compra de vehículos procedentes de Alemania (30%) y de los EEUU (24%), relevando a Japón (14%) a una tercera posición. Este último puede deberse al orden de conducción de los vehículos, ya que en las islas suelen conducir en el sentido inverso y la fabricación de coches en otro sentido puede ser un proceso más costoso, no ocurriendo lo mismo con Alemania y EEUU.

En el caso de la Región Autónoma de Hong Kong, las importaciones que recibe la isla son generalmente dadas por dos principales bloques, los de maquinaria y metales preciosos, teniendo como principal producto de importación los circuitos integrados que copan el 20% de las importaciones generales de la región.

Macao Tiene una gran dependencia tanto de la China continental como de Hong Kong, por lo que el porcentaje del volumen en importaciones de estas dos regiones son de un 37% y un 27% respectivamente, muy atrás se queda Japón con tan solo un 4.7% del total. Sus principales importaciones se basan en las industrias de Máquinas, productos alimenticios y en

---

<sup>11</sup> <https://lta.reuters.com/articulo/businessNews/idLTAKBN1CG1M2-OUSLB> (7/11/2018)

tercer lugar de forma muy ajustada en el porcentaje productos de origen animal y productos minerales. (*Observatory of Economic Complexity 2016: China, Hong Kong y Macao*)

### **2.1.2. Corea del Sur**

El país peninsular tiene importaciones principales de China (22%) Japón (12%) y EEUU (11%), el país que más exporta de Europa hacia Corea es Alemania (4.9%). Las importaciones que realiza este país son generalmente productos como Máquinas, productos minerales y productos químicos. En este último caso cabe recordar que Corea es una de las mayores corporaciones de productos de estética del mundo por lo que es uno de los principales motivos para la importación de estos productos. En el primer caso, lo que más importa son circuitos de máquinas (4.7%) y teléfonos móviles (2.3%) y generalmente proviene este último producto de China, representando un 48% de los móviles que se importan al país peninsular. El producto que más importa y consume Corea del Sur es el petróleo crudo con un 10% del total de sus importaciones, este procede en gran cantidad de los países del Golfo pérsico como Arabia Saudí, Kuwait e Irán. Aunque Rusia también representa una parte importante de este producto (7.2%). En el caso de la industria química, está muy diversificada encontrando desde medicamentos envasados hasta productos para el cabello. (*Observatory of Economic Complexity 2016: South Korea*).

### **2.1.3. Japón**

Las importaciones de las islas son en gran medida por China, por lo que se puede apreciar tiene una gran dependencia de su vecino teniendo un total del 26% de todo lo que importa quedando bastante por detrás EEUU en segundo lugar con un 11%, siendo el tercero mucho más alejado del primero, siendo Australia con un 4.7% del total. En cuanto a estos datos, es palpable las relaciones económicas y diplomáticas que mantiene el país nipón con respecto a los países occidentales. Traduciendo todos los porcentajes a datos monetarios, tendremos \$148 Billones de dólares para China, \$65.5 Billones para EEUU y para Australia un total de \$27 Billones de dólares en importaciones.

Las importaciones de Japón en productos, está bastante diversificada pero con tres grandes sectores que lo encabezan, teniendo como primera referencia el sector de máquinas, pero el producto más comprado y demandado que destaca con diferencia se encuentra en el segundo sector, siendo el petróleo con un 8.1% y el gas petróleo con un 5.1% siendo los únicos que superan la media del 3% en cuanto a las importaciones. En el tercer sector tenemos los productos químicos destacando con diferencia del resto de importaciones a los medicamentos envasados. En el primer sector tenemos los productos de circuitos integrados (2.9%), ordenadores (2.7%) y equipos de radiodifusión (2.6%).

## **2.2. Importaciones a España desde Asia Oriental**

Si bien el país europeo es la 15ª potencia exportadora a nivel mundial, tenemos que tener en cuenta y enlazar cuanto importa desde Asia y su situación en el mercado Asiático. En cuanto al volumen de las exportaciones que realizan los principales países de Asia Oriental hacia España hacen un total del 10'73% del total que recibe el país. Subdividiendo China representaría un 8.6%, siendo el principal vendedor de todo Asia, el segundo sería Japón con un 1.3% y Corea del Sur un 0.83% del volumen de exportación. Si nos centramos en lo que se vende de estos países hacia España, en su gran mayoría entre las tres primeras exportaciones nos encontramos como principal, las máquinas (ordenadores, circuitos...), como segunda opción en venta está el sector automovilístico donde más se exporta son turismos, y por último y tercera opción en el caso de China son Textiles y Miscelaneos, en el caso japonés son productos químicos y en el caso surcoreano son plásticos y reciclaje. (*Observatory of Economic Complexity 2016: Spain*).

## **3. Comparativa general de los países de Asia con las importaciones españolas**

Tanto China, Corea del Sur como, España y Japón, el primer producto en ser importado son del sector de las máquinas. Si bien hay una notable diferencia y es que China es el que tiene mayor preferencia exportando un 8% de Circuitos integrados y, muy seguido de Sur

Corea con un 7% del mismo producto. En el caso japonés sigue siendo el mismo producto pero baja hasta el 2.9% y en referencia a España se diluye sin haber un primer producto claro ya que este bloque, aunque es el que más importa, la variedad de productos está mucho más repartida que en los países anteriores.

La segunda posición si tiene una diferencia clara de los países asiáticos con respecto al estado español, en donde su segunda mayor importación son los productos minerales, teniendo el petróleo como el producto más demandado, procedente de Arabia Saudí hacia China (8.2%) Corea del Sur (10%) y Japón (5.5%), sin embargo en el caso de España, el segundo bloque que más gastó hace es en el de transportes, siendo los coches un 6% y partes de vehículos un 5.2%; sin embargo, cabe destacar que el segundo producto más importado y que está en el 4º bloque por importaciones es el Petróleo Crudo con un 5.6%, solo superado por los coches.

En el tercer y último bloque es destacable el caso de China siendo el único diferenciado teniendo como tercera importación los transportes, destacando así el producto de Coches con un 3.5% de las importaciones. En el caso de Corea del Sur, España y Japón serán los productos químicos Siendo en los dos últimos los Medicamentos envasados con un 3.3% y un 2.9% del total respectivamente; en relación al país peninsular, está mucho más diluido los productos que se importan, aunque es bien parecido el caso japonés con una dispersión ligera de los productos que se traen hacia las islas en este sector. (*Observatory of Economic Complexity 2016*)

## BLOQUE II

### EL TURISMO COMO ATRACTIVO PARA LOS EMPRESARIOS Y RELACIONES POLÍTICAS Y COMERCIALES

#### 1. Funcionamiento Chinese Friendly en España

Chinese Friendly es una empresa pionera en España que, busca el acercamiento de los empresarios chinos con los empresarios españoles a través de cursos de formación, asesoramiento para empresas, traductores etc. Una empresa con un fuerte carácter internacional, está consolidada en España con su sede en Sevilla. Además de esta sede dispone de otras dos, una en Pekín (China) y otra en Santo Domingo (República Dominicana) para toda América Latina. Sus clientes no están basados solamente en empresas de hoteles, restaurantes y relacionadas con el sector terciario, sino que también, ciudades, museos y transportes entre otros, se suman a la experiencia y publicidad que hace la empresa para mayor difusión y publicidad.

Además de lo ya mencionado, disponen de un proyecto turístico propio llamado: Ruta de la Seda - Silk Road. Este proyecto es el más relevante e importante que llevan a cabo en la actualidad, por ello, han instalado una oficina Chinese Friendly en cada ciudad de esta ruta para así poder promover esta vía, a través de ciudades clave, empezando en Xi'an (China) y terminando en Valencia (España).

Otros eventos de menor índole, suelen ser simposios, conferencias y cursos. Con ellos la empresa, puede hacer ganancia y promocionar su impulso, siendo una herramienta útil y de acceso para las futuras empresas y empresarios.<sup>12</sup> (*Chinese Friendly: 2018*)

---

<sup>12</sup><http://chinesefriendly.com/nuevas-ciudades-se-adhieren-a-la-marca-chinese-friendly-con-el-objetivo-de-adaptarse-y-promover-el-turismo-chino/> (Visualizado el 16/11/2018)

## **1.1 Ventajas**

Las ventajas de esta empresa son inmensas, entre ellas se puede destacar como empresa pionera en este sector, en donde además ha estado completamente sola por mucho tiempo y parece seguir estándolo. Otra ventaja de las que dispone es el conocimiento y la concreción de un mercado concreto, que además de estar en expansión, es tendencia entre los países de Europa, así se puede apreciar por la cantidad de embajadas y consulados que estos van abriendo en todo Asia Oriental y Central. Chinese Friendly tiene la ventaja de que al ser la primera y, fruto de la buena gestión ha sabido gestionar bien su red clientelar, con una mirada hacia el futuro con los cursos de formación para que, estos en otro momento puedan seguir recibiendo atención y asesoramiento.

## **1.2. Carencias**

Pese a ser una red bien consolidada y líder en su sector, esta empresa tiene varias carencias, que si bien, a corto plazo no serán apreciables, pero en un medio-largo plazo pueden ser letales. Por ello una de las principales carencias que tiene es el acotamiento tan estrecho en el mercado asiático, llegando a excluir otras regiones económicas como pueden ser Hong Kong y Taiwán que, además están dentro de lo que los países occidentales tienen por concepto de “China”. Además, a largo plazo, si el mercado chino se empezase a devaluar o a fluctuar negativamente, esta empresa tendría que cambiar su sector, focalizándose en otras potencias como pueden ser las Coreas, Japón y Vietnam; estos últimos sectores pueden tener un peso importante a la hora de realizar negocios entre empresas españolas y asiáticas, una parte que se deja de lado, en donde además tenemos muy cerca a India con su rápido crecimiento económico, puede ser otro sector crucial y que no se baraja por parte dentro de su proyecto ruta de la seda. Actualmente no hay otra empresa en España que sea fiel competidora de ésta, por lo que el crecimiento y afloramiento de nuevas empresas especializadas en Asia Oriental sería una desventaja que tendría esta empresa en un futuro, en el sentido de que, si otras empresas se especializan, no solo en China, sino que lo aunan con Japón y Corea del Sur podría ser determinante para que quede esta en un segundo plano.



## 2. Impulso Coreano de Málaga y Barcelona

El Grupo Estrategia Internacional Conjunta (GEIC en adelante), es un grupo malagueño que “(...) *está formado por la Cámara de Comercio de Málaga, la Confederación de Empresarios de Málaga, la delegación territorial de la Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo de la Junta de Andalucía, la Diputación Provincial, el ICEX, el Parque Tecnológico de Andalucía, la Universidad de Málaga y el Ayuntamiento de Málaga (...)*” (*Málaga Global: 2018*). Tienen como objetivo la promoción y ayuda para las empresas y la propia ciudad y provincia de Málaga en el extranjero, entre los planes de este grupo se encuentra el impulso e intercambio cultural con Corea del Sur. (*Málaga Global: 2018*)

El impulso de estas instituciones, propician que haya cierto intercambio, difusión y ayudas a empresarios. En esto, la universidad juega un papel fundamental, si bien, la primera oficina de una universidad coreana instalada fue en Málaga, a esto hay que sumar que una de las empresas del Parque Tecnológico de Andalucía (PTA) Hanil Science Industrial se instaló en el 2013 y, es uno de los tantos ejemplos de esfuerzo que se está haciendo en Málaga por la internacionalización de la ciudad hacia extremo oriente<sup>13</sup>. Visitas de los empresarios al Incheon Technopark, hacen propicias este tipo de situaciones; además debido a esto, se ha llegado a crear una marca designada “sabor a Málaga” lo que hace que haya más promoción en el país peninsular<sup>14</sup>. (*Málaga Global: 2018/ EFE:2012*).

A todo esto hay que sumar también, la labor de investigadores de la propia universidad que han conseguido crear la segunda mayor biblioteca de España en asuntos coreanos, que se encuentra en el la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo, dentro de la biblioteca Estudios Sociales y de Comercio. Una donación hecha por el Centro Cultural Coreano que tienen sede en Madrid, además tiene una ampliación está biblioteca hasta 2022, según se anuncia en la propia web de la universidad malagueña. Esta sección tiene como nombre “Windows on Korea”<sup>15</sup> (*UMA, Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo:2018*).

---

<sup>13</sup> [https://www.elmundo.es/elmundo/2012/06/03/andalucia\\_malaga/1338725586.html](https://www.elmundo.es/elmundo/2012/06/03/andalucia_malaga/1338725586.html) (Visualizado el 14/12/2018)

<sup>14</sup> <http://malagaglobal.malaga.eu/es/acciones-conjuntas/mision-corea-del-sur/#.Xt5330UzaUm> (Visualizado el 14/12/2018)

<sup>15</sup> <https://www.uma.es/fest/noticias/proyecto-window-korea/> (Visualizado el 14/12/2018)

En el caso de la ciudad condal, viene dado por los vuelos regulares y plan de promoción que realiza la Generalitat de Catalunya en Corea del Sur; Seúl se considera la ciudad asiática mejor conectada con la ciudad de Barcelona. Los vuelos regulares de la compañía Asiana Airlines se han establecido por la fuerte demanda que había entre ambos aeropuertos y que el Comité de Desarrollo de Rutas Aéreas de Barcelona (CDRA), ha sido el promotor de las nuevas rutas intercontinentales, lo que ha propiciado el intercambio de turistas.<sup>16</sup> (Guerrero:2018)

No hay que dejar de lado las importantes ferias que se celebran en la ciudad barcelonesa, como son el Mobile World Congress, si bien cabe destacar, Surcorea es uno de los países que más destaca en este sector con la tecnología más puntera con marcas como LG y Samsung entre otras, generando que tanto turistas como agentes de negocios viajan con más frecuencia. Por lo que respecta al año anterior, en 2017 han llegado un 45% más de surcoreanos. La Roca Village, una de las villas más lujosas del panorama nacional, está haciendo promoción de sus marcas de lujo y promocionando el TaxFree en Seúl, en su festividad más tradicional del país oriental, el Chuseok. Este sector se está especializando en cultura y costumbres coreanas para que sepan tratar con el cliente extranjero. Esta promoción está realizándose en coordinación con *“representantes del consulado, la Casa Asia, Turismo de Barcelona, la Agència Catalana de Turisme, touroperadores y aerolíneas, entre otros.”*<sup>17</sup> (Castán: 2018)

### **3. Definición Turismo Empresarial y Turismo de Negocios y otros tipos de turismo ofertado en la provincia.**

#### **3.1. Turismo de negocios**

El turismo de negocios, es aquel que se desarrolla con el fin de llegar a acuerdos entre empresas o la búsqueda de nuevos mercados para que un grupo o empresa concreta pueda desarrollarse tanto dentro como fuera de su región. Según la Euroaula Escola Universitària:

---

<sup>16</sup>[https://www.metropoliabierta.com/informacion-municipal/movilidad/seul-se-convierte-ciudad-asiatica-mejor-conectada-barcelona\\_9835\\_102.html](https://www.metropoliabierta.com/informacion-municipal/movilidad/seul-se-convierte-ciudad-asiatica-mejor-conectada-barcelona_9835_102.html) (Visualizado el 21/12/2018).

<sup>17</sup><https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20180918/barcelona-conquista-turista-corea-del-sur-7041536> (Visualizado el 21/12/2018).

*“El turismo de negocios se define como aquel turismo que se lleva a cabo para desarrollar negocios o acuerdos comerciales, donde se ven involucradas diferentes empresas. Es decir, cuando, por motivos laborales, tienes que desplazarte hasta otra ciudad o país por algún interés de tu empresa.”*<sup>18</sup> (Euroaula Escola Universitària: 2019).

### **3.2. Turismo empresarial**

Este concepto es inexistente hasta la fecha y, por el que quiero regir este TFG, por ello, el nuevo concepto intenta abarcar una visión diferente y que se da en contadas ocasiones. Definición: El turismo empresarial, es aquel que atrae inversores gracias a una actividad turística anterior, por la que consigue atraer al inversor gracias a las “bondades” y el buen hacer de un lugar, donde el empresario ha tenido con anterioridad una satisfacción en un lugar experiencial.

Como ejemplo, para este concepto quiero desarrollar la experiencia que obtuvo Jianping Fu con su visita por España y más concretamente a la ciudad de Córdoba, el millonario director de la cadena de Hoteles Zizai, vino a visitar a su familia y ha hacer turismo. Quedando tan embriagado de la ciudad de Córdoba, decidió invertir, creando un hotel en la ciudad. Además contribuye de forma notable al turismo con su apuesta por el Festival FLORA, el cual su cadena de hoteles realiza en la ciudad.

### **3.3. Ecoturismo y Turismo Estudiantil.**

El ecoturismo en la provincia de Córdoba se está desarrollando con empresas locales, tanto de ocio como de salud y bienestar, en total y según la “Guía de productos de turismo activo y ecoturismo: Provincia de Córdoba” hay un total de 37 empresas especializadas en este sector. El ecoturismo en cuanto a la ciudad, se destinan actividades tanto de aire como actividades acuáticas, puesto de de estas últimas el Río Guadalquivir es un punto clave para la realización de actividades que se desarrollan en la naturaleza y conocer más el entorno natural del Río, al no ser un río canalizado y tener el monumento natural de los sotos de la albolafia. Sin embargo las actividades aéreas son algo más reducidas y solo se realizan tres

---

<sup>18</sup> <https://www.euroaula.com/es/por-que-es-importante-el-turismo-de-negocios> (Visualizado el 21/12/2018)

concretamente que son, paracaidismo, vuelo en globo y parapente. Además la propia ciudad cuenta con el Real Jardín Botánico de Córdoba, que es el mayor Jardín Botánico de Andalucía. También hay actividades de senderismo a las que sí se pueden acceder de forma sencilla con las líneas urbanas de autobús hacia la sierra, como son los baños de Popea y arroyo Bejarano, además suelen ser visitadas por británicos, franceses y alemanes que suelen ser más propensos a este tipo de turismo. (P.P.T.C.: 2020: 69-144).

Por otra parte en la provincia de Córdoba el ecoturismo que se oferta y al que acceden solamente personas locales y de la Unión Europea, se encuentran actividades de Rutas micológicas, geoturismo y observación como actividades de tierra, como actividades de agua encontramos, Padelsurf, Rafting y kayak entre otras. Accede menos gente por las comunicaciones, al estar peor comunicadas que la propia ciudad. Por lo general tanto en la ciudad como en la provincia el Ecoturismo de Córdoba está más pensado para gente joven y de edades menos avanzadas por el tipo de actividades. Si bien es cierto que es complicado atraer a un sector empresarial a este tipo de turismo, pero el tema de la ecología cada vez cobra mucha más fuerza en Japón y Corea y levemente en China, por lo que puede ser una buena forma de ofrecerlo para los dos primeros países mencionados. También estas actividades que se ofertan no se estilan tanto en Asia, o bien por el terreno de los países o bien por falta de medios. (P.P.T.C.: 2020: 143-144).

Por otra parte el sector estudiantil es una buena herramienta para fomentar el turismo, ya sea de ocio o por estudios propiamente dichos. Este tipo de turismo es una nueva definición, que consiste en aprender culturas, idiomas y otras cualidades de otro país o nación viviendo fuera de tus fronteras. Como la UNWTO establece una noche y 365 días para considerarse turismo, los alumnos universitarios que hacen intercambios, erasmus y otras ofertas académicas entran dentro de este sentido. Además suelen ofertarse becas y cursos por parte de empresas privadas para tener experiencias en el extranjero, un claro ejemplo son los campamentos que realiza la universidad SISU de Shanghai con sus campamentos de verano para que las personas que quieran aprendan Chino en sus instalaciones y hagan excursiones para sumergirlos en la cultura. (KENKOVA 2017: 9).

*“O turismo educacional tem como base a educação do turismo, ou seja capacitar pessoas a conhecer a indústria do turismo, suas características, seu envolvimento e sua aplicabilidade.*

*Grandes pesquisas deram-se inicio há muito pouco tempo se comparadas com outras áreas de estudos já conhecidas como filosofia, medicina, etc, como relatada no livro A Sociedade Pós-Industrial e o Profissional em Turismo.*"<sup>19</sup> (SILVA 2002: 30)

Sin embargo este tipo de definición que pone Silva, es un concepto completamente diferente al que define y defiende Kenkova, por lo que me parece mucho más ajustado y mejor definido el de la segunda persona, puesto que es más amplio y abarca mucho más al ámbito de la educación, que no solamente enseñar sobre turismo y clasificarlo en función a únicamente enseñar sobre este ámbito, tratando de definir el turismo educacional como aquella educación que se percibe fuera de nuestro entorno en un tiempo inferior a los 365 días que establece la UNWTO.

Este tipo de turismo no esta nada fomentado en la provincia y carece de empresas que atraigan a estudiantes extranjeros para aprender el idioma español, teniendo únicamente como referencia los cursos intensivos de la UCO para estudiar la lengua española a través de su instituto UCOIdiomas<sup>20</sup>. La provincia está carente de campamentos de verano específicos para esta finalidad.

#### **4. Acuerdos comerciales por países.**

Los acuerdos comerciales varían según el país, pero hay que tener en cuenta que, más que una relación bilateral con España, los países tienen que rendir cuentas ante la Unión Europea y no por cada país de forma individual. Por ello en este apartado se expondrán todos los acuerdos comerciales y, cuales son las ventajas y desventajas de los mismos. Aun así cabe destacar que todos los miembros que se mencionarán están dentro de la Organización Mundial del Comercio (OMC en adelante).<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> El turismo educativo se basa en la educación turística, es decir, para permitir a las personas conocer la industria del turismo, sus características, su participación y su aplicabilidad. Grandes investigaciones comenzaron muy recientemente en comparación con otras áreas de estudio ya conocidas como filosofía, medicina, etc., como se informa en el libro *The Post-Industrial Society and the Professional in Tourism*.

<sup>20</sup> <https://www.turismodecordoba.org/ucoidiomas-universidad-de-cordoba> (Visualizado el 5/06/2020).

<sup>21</sup> <https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/world/20161014STO47381/acuerdos-comerciales-con-que-paises-negocia-la-union-europea> (Visualizado el 31/05/2019).

## 4.1 China Contiental

China pertenece a la OMC desde el 11/12/2001. Las relaciones comerciales entre China y la Unión Europea (UE en adelante), quedan reflejadas en el acuerdo de 1985, pero, este acuerdo está reflejado como no preferencial, ya que se basa en el principio de “nación más favorecida<sup>22</sup>”. Por lo que otros acuerdos comerciales que establece la unión son mucho más potentes que el que aquí podemos encontrar<sup>23</sup>.

Conforme a este acuerdo se han ido enmendando o firmando acuerdos posteriores tales como:

- Acuerdo marítimo (2002)
- Socios más cercanos. Responsabilidades crecientes (2006)
- Comercio e Inversión UE-China (2006)
- Política Comercial y de Inversión UE-China (2006)

En el año 2007 Se firmó un acuerdo sobre Política Comercial y de Inversión UE-China que eliminase la cláusula de “nación más favorecida”. “[...]creado en la X Cumbre UE-China de noviembre de 2007, cubriendo una serie de áreas que afectan al desequilibrio de la balanza comercial UE-China, acceso al mercado, derechos de propiedad intelectual, medio ambiente, alta tecnología y energía.”. Este documento se revalidó en el año 2013 siendo ratificado y puesto en valor. (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y Organización Mundial del Comercio: 2018).

Por último, el acuerdo que se firmó trata cosas tan diversas como temas ambientales, protección de la propiedad intelectual y las restricciones de inversión. China es una economía creciente y que seguirá en proceso de expandirse aún más si cabe, gracias al comercio internacional y al papel que juega en la OMC. Por lo que la UE insta a China a que asuma un mayor liderazgo a nivel global, por su crecimiento económico y su presencia comercial a nivel mundial. (Comercio e Inversión UE-China: 2018).

---

<sup>22</sup> El acuerdo de “Nación Más Favorecida”, es un acuerdo arancelario con carácter general en, donde si un miembro quiere bajar el arancel de un producto concreto para un país, este deberá bajarlo para todos los miembros de la OMC. Su importancia es de tal magnitud que, es el primer acuerdo del GATT.

<sup>23</sup> [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/fact2\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm) (Visualizado el 31/05/2019).

*“La UE mantiene conversaciones con China, desde noviembre de 2013, para alcanzar un acuerdo bilateral de inversiones. La última ronda de contactos se produjo a principios de octubre en Pekín.” (Noticias Parlamento Europeo:2016)*

## **4.2 Corea**

Corea pertenece a la OMC desde el 1/01/1995. Según cita la web del parlamento europeo, Corea del Sur y la UE tienen un “Tratado de Libre Comercio<sup>24</sup>” desde 2010 pero hasta el 1/06/2011 no entraría en vigor dicho acuerdo. Son el único país de Asia Oriental y el Sudeste asiático con el que lo tienen, ya que el caso de Singapur y Vietnam está aún por ratificar. Este acuerdo supuso un incremento notable en las importaciones y exportaciones, por lo que desde el primer momento fue notorio en sus cuatro años posteriores (2010-2013); aumentó un 55% en mercancías y un 40% en servicios. *(Comisión Europea, pág. 11:2016).*

Un tratado de libre comercio es según la definición que aporta el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú: “[...]es un acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios.”<sup>25</sup>

Lo que ha traído este acuerdo es que la UE pueda tomar un beneficio preferente en Corea y viceversa, siempre y cuando los productos que se van a exportar al país asiático sean originarios de la UE (igual al caso inverso), cumplan determinados requisitos adicionales y vayan acompañados de una declaración de origen. Para que estos puedan considerarse productos originarios deben cumplir los requisitos de estar elaborados íntegramente en el país y/o que sea suficientemente modificado. *(Comisión Europea: Comercio: 2011)*

---

<sup>24</sup> “[...]acuerdo comercial vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios.” *(Acuerdos comerciales del Perú)*

<sup>25</sup>[http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=48:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc&catid=44:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc](http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=48:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc&catid=44:lo-que-debemos-saber-de-los-tlc) (Visualizado el 4/02/2020)

### 4.3 Japón

Japón es miembro de la OMC desde el 1/01/1995 y actualmente la UE y Japón se encuentran en debate para la realización de los acuerdos, aunque en el 2017 se empezaron a asentar los cimientos de un futuro acuerdo comercial entre ambas partes. El 17 de Julio la Unión Europea y Japón firmaron un acuerdo que permite a ambas partes, hacer crecer el intercambio como el acuerdo de libre comercio, aun así aun no está del todo terminado. Estas prisas son la consecuencia de las políticas que atañen a EEUU y su proteccionismo dando de sí, lugar a que estas dos regiones quieran liderar el libre comercio a nivel global. Se prevé que las empresas se ahorren en aranceles alrededor de Mil millones de euros, y se cree que las exportaciones al país nipón crecerán un 13% para los europeos, además se prevé que la fecha que entre en vigor sea en 2019, aunque sin fechas cerradas. (ABELLÁN:2017)

Ambas partes se han puesto de acuerdo en tener que intercambiar datos y en aplicar el sistema que se desarrolle en la región de origen. Por lo que aunque son parecidos puede haber diferencias, pero se aplicaran independientemente de la forma. Por último, la UE está debatiendo de forma paralela un Tratado de Asociación Estratégica<sup>2627</sup>. (ABELLÁN:2017/*European Commision:2018*)

### 5. Impulso asiático en el sector turístico

Cada vez más el sector turístico se está dando cuenta de la importancia del turismo asiático, si bien es cierto, este tipo de turismo no es un turismo de Sol y Playa, por lo que beneficiaria en consideración a la ciudad especializándose en este sector. Si bien Madrid es un claro ejemplo de cómo tomó ciertas riendas colocando sus carteles de puntos turísticos en Español, Inglés y Japonés. Córdoba podría tomar este ejemplo como turismo de interior para impulsarlo, si bien en sus ciudades de entorno, solamente la ciudad de Granada tiene un único cartel que da la bienvenida al centro histórico en Chino. Ni Sevilla, Ni Málaga, Ni Granada tienen información detallada en chino, japonés o coreano en sus oficinas de turismo. De esto pueden participar instituciones como los ayuntamientos de las diferentes localidades y la

---

<sup>26</sup> [https://elpais.com/internacional/2018/07/17/actualidad/1531844759\\_117137.html](https://elpais.com/internacional/2018/07/17/actualidad/1531844759_117137.html) (Visualizado el 4/02/2020)

<sup>27</sup> [https://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/eu-japan-economic-partnership-agreement/index\\_es.htm](https://ec.europa.eu/trade/policy/in-focus/eu-japan-economic-partnership-agreement/index_es.htm)  
(Visualizado el 5/02/2020)



diputación provincial además del consorcio de turismo de la ciudad. Hay que tener en cuenta que muchos asiáticos tienen un nivel medio-bajo de inglés por lo que ayudar en hoteles o restaurantes hablando en su idioma, hará ofrecer un mayor acercamiento a estas personas y mayor será la conformidad del consumidor. Aunque generalmente suelen venir en grupo, cada vez más son los que se animan a venir y viajar solos, por lo que en esto hay que hacer un ejercicio de esfuerzo por entender mejor esta tendencia.

En cuanto al turismo de negocios es precedente al turismo de ocio, según cita Silva en su artículo “Perspectivas Contemporâneas”. Por lo que el precedente del turismo viene ordenado por una necesidad de comerciar, si nos remontamos a épocas históricas veremos que entre los siglos IX al XII se tiene contacto con civilizaciones de Asia pero, no es lo más relevante hablar de esto, sino de cómo en la actualidad se está desarrollando en la provincia de Córdoba dicho intercambio entre ambas partes. Lo cierto es que algunas empresas tienen contacto, pero como podrá comprobar en el Bloque III de este documento, se aprecia poco interés o desconocimiento de las empresas de Asia en participar en las ferias internacionales que se celebran en la provincia. Esto es debido a que los sectores de comercialización son dispares y diferentes entre lo que España comercializa de con lo que en Asia se comercializa en cuanto a importación y exportación se refiere como se ha visto en el Bloque I. Quizás la provincia debería empezar a desarrollar ciertos sectores más enfocados a la tecnología que al sector primario.

Según cita Marisa Pante Ferreira a Silva, Ruschmann afirmaba en 2001<sup>28</sup>: “[...]uma das tendências para o turismo no mundo é o segmento do turismo de negócios que está em ampla expansão e tem superado os índices de crescimento de outros segmentos, desde os mais tradicionais até os alternativos, como o de ecoturismo.” Esto se puede aplicar perfectamente a la provincia de Córdoba, puesto que el ecoturismo a tenido una baja repercusión pero sí se incrementó desde el 2001 hasta la actualidad el crecimiento del turismo de negocios, indiferentemente de que hayan prosperado o no dichos comercios. (PANTE 2008: 7).

Muchos empresarios achacan a la gestión pública como principal problema de la capital, por las malas inversiones que se realizan en la misma, como fue el proyecto del Palacio del

---

<sup>28</sup> Una de las tendencias para el turismo en el mundo es el segmento del turismo de negocios que está en amplia expansión y tiene superado los índices de crecimiento de otros segmentos, desde los más tradicionales y alternativos como el ecoturismo.

Sur, un proyecto realizado por el arquitecto Rem Koolhaas<sup>29</sup>, que daría sede a un nuevo palacio de congresos en la ciudad y que hubiera sido referente a nivel andaluz y español, ya que este proyecto de gran envergadura hubiera proporcionado un nuevo y único enclave en la ciudad, además de adaptarse a los nuevos tiempos. Un proyecto que costó 75 millones<sup>30</sup> de inversión al entorno y al propio proyecto el cual nunca se llegó a realizar. Si se hubiera realizado dicho proyecto, sería comparable a los ya establecidos como el FYCMA (Málaga), el PCGR (Granada) y FIBES (Sevilla). Córdoba actualmente dispone de un Palacio de Congresos pero con unas capacidades mucho menores que los mencionados anteriormente, lo que resta a la hora de crear grandes eventos.

## **6. Relaciones políticas**

En este pequeño apartado se analizará desde el comienzo de las relaciones políticas hasta la actualidad y el rumbo que estas puedan ir tomando entre España y cada país asiático. Factores como el Brexit, la Guerra comercial entre EEUU y China y otros factores a tener en cuenta serán los que se analicen con detalle.

### **6.1. China Continental**

Las relaciones políticas entre China y España, si hablamos exclusivamente de gobiernos, el primer contacto fue por Felipe González en su viaje a la R.P.C. en el año 1985 llegando a situar China para los españoles en el mapa comercial. Pero, si hablamos de relaciones políticas como empresas, las pioneras fueron Incoteco y ALSA que empezaron a poner en marcha sus comercios a finales de los años 70 del siglo XX. Posteriormente los contactos desde aquí solo pudieron ir a más, si bien, uno de los ejemplos más claros fue el de la planta petroquímica puesta en la provincia de Liaoning, siendo esta el primer gran contrato en llevarse a cabo entre ambos países. Posteriormente y como cita el real instituto de elcano:

*“A principios de 1989 las Administraciones de los dos países decidieron sistematizar la oferta de financiación española, que hasta ese momento se iba ofreciendo proyecto a*

---

<sup>29</sup>[https://www.diariocordoba.com/noticias/cordobalocal/nieto-el-proyecto-koolhaas-no-era-viable-economicamente\\_708439.html](https://www.diariocordoba.com/noticias/cordobalocal/nieto-el-proyecto-koolhaas-no-era-viable-economicamente_708439.html) (Visualizado el 5/06/2020 )

<sup>30</sup>[https://www.eldiadicordoba.es/cordoba/Renunciar-Palacio-Sur-costaria-millones\\_0\\_452355203.html](https://www.eldiadicordoba.es/cordoba/Renunciar-Palacio-Sur-costaria-millones_0_452355203.html) (Visualizado el 5/06/2020)

*proyecto, y acordaron el primer protocolo financiero, por un valor total de 450 millones de dólares para un periodo de dos años.” (Fanjul, Enrique. 2018).*

Tras los sucesos de Tiananmen se sabe de la política “blanda” de no estar de acuerdo pero tampoco sancionar, unas medidas que favorecieron a España en la forma de relacionarse con el país asiático, favoreciendo así a las empresas de nuestro país. A esto hay que sumar que la primera autoridad política en visitar el país asiático tras los sucesos de la plaza fue el ministro español Francisco Fernández Ordóñez.

En 1978 fue la primera vez que unos pandas llegaron a España, como regalo del mandatario Deng Xiaoping a los Reyes en su primera visita oficial, pues este gesto se repitió en forma de cesión en el año 2007. Esta práctica, viene dada como gesto de diplomacia de China con aquellos países que son favorables o amigables con su gobierno, sin embargo solo se ceden por una década y estos son llevados de vuelta<sup>31</sup>.

En 2010 se creó el China Club, siendo de forma significativa una asociación para agrupar a aquellos profesionales de origen chino en diferentes sectores, consolidándose así una comunidad en la península y dando homogeneidad y un espacio a su gente.

Con la llegada del 2014 en el gobierno de M. Rajoy se realizó la reforma de la Ley Orgánica del Poder Judicial, limitando el poder de los jueces para poder juzgar y condenar aquellos crímenes de lesa humanidad cometidos fuera del territorio español, por lo que así, quedó de facto suspendido el juicio que se estaba llevando a cabo contra los crímenes cometidos en el Tíbet, sin embargo y aunque el gobierno de China era contrario a estas investigaciones e incluso quería sancionar contra España con medidas económicas, no fue suficiente para dejar de dictar una sentencia internacional contra Jiang Zemin (ex-presidente chino) y su detención<sup>32 33</sup>.

En el mismo año, llegó el primer tren a Madrid desde la ciudad China de Yiwu con una duración de 20 días, este tren es solo una muestra de la nueva ruta de la seda que está implantando China intentando unir los dos continentes. Conocido este proyecto como “One Belt, One Road” del que se puede leer más información en el apartado (X). Tras este nuevo

---

<sup>31</sup> <https://www.elmundo.es/elmundo/2007/06/28/ciencia/1183022793.html> (Visualizado el 26/02/2020)

<sup>32</sup> <https://www.publico.es/politica/justicia-universal-espana-ya-historia.html> (Visualizado el 6/02/2020)

<sup>33</sup> [https://elpais.com/politica/2014/02/10/actualidad/1392037936\\_946352.html](https://elpais.com/politica/2014/02/10/actualidad/1392037936_946352.html) (Visualizado el 6/02/2020)

acuerdo se empieza ya en el año 2016 a realizar la denominada “Gran Inversión”, por lo que se disparan las grandes inversiones Chinas en España, esto viene dado por el programa “Golden Visa”, otorgando visados a aquellos inversores que gasten medio millón de euros en productos o adquisiciones inmobiliarias<sup>34</sup>.

En el año 2018 el presidente Chino Xi Jinping visitó España para recabar apoyos contra el proteccionismo que están tomando por parte del presidente de EEUU Donald Trump y así, recabar más apoyos para su plan estratégico de la nueva ruta de la seda, sin embargo España siguió la estela de otros países de la UE como Francia y Alemania por lo que no se unió a este plan, pero sí que se firmaron nuevos acuerdos, para aumentar por ejemplo el tráfico en el puerto de Algeciras con Nigbo<sup>35 36</sup>.

## 6.2. Corea del Sur

Las relaciones entre España y Corea tienen un total de 70 años de historia conjunta hasta el 2020. Los comienzos de estas relaciones bilaterales se producirían de forma más esporádica y sin mucho conocimiento por ambas partes del uno al otro, por lo que se podría dividir en dos etapas. La primera esta mencionada hasta los años 70 y la segunda etapa está en un acercamiento continuo desde la década de los 80 hasta llegar a un conocimiento y reconocimiento mayor por ambas partes que se produce hasta nuestros días. (HIDALGO, ALVARO: 2007).

La primera visita Oficial fue la del Jefe de Estado Español, el rey Juan Carlos I a Seúl en 1996 y no habrá otra visita oficial hasta el año 2007 cuando el presidente Surcoreano Roh Moo-hyun visite Madrid en el año 2007. Esta visita a España se produce al tener en la Feria ARCO de Madrid como país invitado a Corea del Sur, lo que propició un mayor acercamiento, con un carácter más económico entre ambas partes. Sin embargo y, aunque las visitas de antes son las más relevantes, en el año 2006, el secretario de estado español, hará una visita a Seúl para formalizar las relaciones bilaterales y mantener un contacto más

---

<sup>34</sup> <https://blog.realinstitutoelcano.org/45-anos-relaciones-espana-china-10-hitos-economicos-clave/> (Visualizado el 6/02/2020)

<sup>35</sup> <https://www.lavanguardia.com/economia/20181128/453213932755/visita-presidente-china-espana-xi-jinping.html> (Visualizado el 6/02/2020)

<sup>36</sup> [https://elpais.com/politica/2018/11/24/actualidad/1543046977\\_287986.html](https://elpais.com/politica/2018/11/24/actualidad/1543046977_287986.html) (Visualizado el 6/02/2020)

directo. Se suelen mantener contacto entre ambos países en foros internacionales, además la posición de España con la situación de Corea del Norte, es contundente y completamente favorable a la posición de Corea del Sur. (ASOREY ENRIQUE: 2019)

*“La cooperación bilateral en el ámbito de las Naciones Unidas se estrechó aún más en el bienio 2015-2016, cuando España fue miembro no permanente del Consejo de Seguridad y, en esa condición, presidió el Comité 1718 sobre el régimen de sanciones relativo a la República Popular Democrática de Corea (RPDC).”* (ASOREY ENRIQUE: 2019)

También cabe destacar por la cita anterior que en el año 2016, Corea del Sur firmó un Tratado de Libre Comercio (TLC en adelante), con la Unión Europea, lo que supuso seguir aumentando el contacto entre ambas partes y ambos países. Este año fue realmente propicio para las relaciones de ambos territorios, ya que en Seúl se celebró la XI asamblea de relaciones bilaterales entre España y Corea del Sur para encauzar aún más las relaciones diplomáticas y sobre todo comerciales, marcando una hoja de ruta que no se quede solo en el corto y medio plazo, sino que suba un peldaño más y marque el rumbo de las relaciones a medio y largo plazo. (ASOREY ENRIQUE: 2019)

La última visita importante se produjo en el 2018 cuando el presidente surcoreano visitó España para hacer un recorrido por los diferentes países iberoamericanos para mantener relación con las colonias coreanas. Otros eventos importantes como la implantación del Centro Cultural Coreano el 15 de julio de 2011 hizo que hubiese un mejor conocimiento entre la población española sobre las identidades y culturas de Corea, con cursos y conferencias. (ASOREY ENRIQUE: 2019)

### **6.3. Japón**

Las relaciones entre España y Japón se llevan dando durante 400 años, las más largas que se tienen con algún país de Asia Oriental, si bien, estas relaciones son de intercambio. Si nos queremos remontar a cuando se empezó a comercializar por ambas partes, deberemos remontarnos al 12 de noviembre de 1868, cuando se firmó el Tratado de Amistad, Comercio y Navegación entre Japón y España.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> [https://www.es.emb-japan.go.jp/download/bilaterales/Japon\\_Espana\\_SP.pdf](https://www.es.emb-japan.go.jp/download/bilaterales/Japon_Espana_SP.pdf) (Visualizado el 7/02/2020).

Pero dejando un poco la historia, debemos centrarnos en los acuerdos principales para ambos países. El acuerdo más conocido y que más beneficia es el TDC establecido entre la Unión Europea y Japón, esto llevó a que se propiciarán ciertos encuentros entre las casas reales de ambos países y se firmarán ciertos acuerdos bilaterales con antelación a este acuerdo. Como ejemplo se sabe que los jóvenes tanto españoles como japoneses pueden disfrutar de un año en calidad de turista consiguiendo una Working Holiday, lo que quiere decir que puedes intentar conseguir un trabajo a la vez que haces turismo, se prevé que sean trabajos para conocer mejor el país y ganar experiencia.

También la implantación de la oficina JETRO en Madrid en el año 2018, hizo que de cara a los juegos Olímpicos del 2020, Japón aprendiese de España sobre cómo defender, gestionar y organizar turismo de masas de manera más eficaz.

## **7. Packs turísticos y adaptación por el covid-19**

En la actualidad, existen diversos packs turísticos proporcionados por agencias, estos suelen llevar actividades fijas y otras actividades complementarias. En nuestro caso, las actividades complementarias, deberán estar adaptadas al sector al que el empresario trabaje, como por ejemplo alguna visita al sector vinícola de Montilla-Moriles, fábricas de Aceite de Oliva en Montoro y Baena o incluso añadir eventos que puedan ser de su interés como el sector textil con la feria de las bodas de fuente palmera.

Estas actividades complementarias, para ver si tienen un efecto notorio de forma positiva, se debería de realizar durante al menos un año, para poder conocer y preguntar a los empresarios y hosteleros la experiencia de estos packs turísticos tan concretos y, si surgen cosas a poder mejorar en los mismos, hay casos en los que no se va a tener una repercusión inmediata, sino que necesitaría de un tiempo mayor para que estos cogan un mayor volumen y expectativa de futuro, ya que hay que ver si se ha provocado el efecto deseado. (CÁNOVES 2014: 132).

Córdoba carece de ciertos valores que se quieren transmitir, no de cara al turismo cultural, sino más bien a un turismo relacionado con el comercio, el emprendimiento y el sector

empresarial en general. Esto se refleja muy bien en el libro Turismo de interior Renovarse o Morir: Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia, ya que se encuentran con ciertos problemas muy similares a los de la provincia Andaluza. Esta carencia que se ahondará más adelante en el bloque III, debe de ir ligada con un plan de choque al Covid-19 y mostrándolo como un destino seguro tanto en lo económico como en lo sanitario. Reforzar la idea en innovación y de turismo de negocios hará que un plan como “Turismo Empresarial” sea mucho más fructífera y que dos sectores yuxtapuestos puedan encontrarse en un punto muy concreto. (CÁNOVES 2014: 134-136)

Generalmente, las agencias de viajes cuentan con packs de experiencias, pero estos generalmente están poco fomentados en Córdoba, siendo básicos y poco adaptados para diferentes sectores según su edad o procedencia. Sería altamente recomendable, hacer packs turísticos enfocados a gente asiática tal y como se hace en Mijas Pueblo con los japoneses. Una opción sería muy atractiva la de incluir baños y fuentes termales, en la que la ciudad goza de varios y de prestigio como la cadena Hamman o Baños Árabes de Córdoba. Esto sería beneficioso, puesto que en la cultura asiática este tipo de experiencias y prácticas son incluidas generalmente como remedios naturales y medicinales tradicionales muy valorados en su cultura.

Los packs turísticos deben ir acompañados de un buen marketing experiencial que defina y sepa focalizar el sector y el público al que va dirigido. Generalmente las empresas que atraviesan una crisis o cuando un estado o nación está inmerso en una crisis, se debe buscar la innovación para reinventarse en este tipo de sectores, quizás Córdoba llegue tarde, pero al no haber tenido algo de forma específica con los packs experienciales, podrían ser una buena oportunidad para competir con otras ciudades y provincias, siempre y cuando esta destaque y se especialice en algún sector, porque, recordemos que Málaga tiene y ha creado un fuerte vínculo con Corea del Sur a su vez que en los pueblos como Mijas y Ronda son visitados por Japoneses, también tiene a Sevilla que cada vez más está ahondando sus relaciones con el turismo Chino y Japonés a través del flamenco y focalizando hechos históricos para crear lazos de unión que susciten interés como la embajada Keichō.

Esta última que tiene relación con Córdoba<sup>38,39</sup>, ni tan siquiera se menciona en ninguna parte de la geografía cordobesa, más allá del museo Julio Romero de Torres y su japonismo expresando el paso de la embajada por la ciudad y mezclando ambas culturas para representar a la mujer cordobesa. (ARCHIVO DE INDIAS 2013: 10)

La adaptación para los años próximos será clave para la economía no solo de la provincia de Córdoba sino para todo el país, debido a que el turismo según señala José Alejandro Adamuz<sup>40</sup> la revista científica National Geographic, el turismo en la economía española representa el 12% y cabe recordar que el turismo de Córdoba, es generalmente un turismo de paso entre Madrid y Málaga que destaca principalmente por no ser un turismo de interior. Pero esto se puede invertir si se sabe cómo gestionar esta pandemia Global, debido a que cabe recordar que el turismo asiático no es un turismo de playa, sino un turismo más cultural, de ocio y compras.

Aun así y así lo recalca un informe de Turismo de Interior en Andalucía (CENTIA), la mayor parte del turismo extranjero es un turismo de costa y el turismo de interior es un turismo de paso para las provincias de Sevilla, Córdoba, Jaén y Granada, representando el turismo de interior en la región andaluza del 24,7% frente a 39,6% en el total del turismo. (CENTIA 2018: 4)

A parte en andalucía se tiene un sistema propio de marketing para desarrollar políticas con respecto al turismo. “SAETA (*Sistema de Análisis y Estadística del turismo de Andalucía*), que se ha convertido en [...] en un instrumento de apoyo fundamental para el diseño de las estrategias comerciales de cualquier empresa turística de esta región” (DEL ALCÁZAR 2002:173)

Iniciativas como las de Calidad Turística otorgando el sello de Safe Tourism Certified<sup>41</sup> da una mayor seguridad y serían puntos a favor para las empresas relacionadas con el turismo, en donde el turista puede estar más que seguro de la gestión con respecto a la pulcritud y

---

<sup>38</sup><http://www.culturaydeporte.gob.es/dam/jcr:c26b0fb0-c314-4429-979b-7db303e96239/dossier-embajada-hasekura.pdf> (Visualizado el 6/06/2020).

<sup>39</sup> <https://japonismo.com/blog/embajada-keicho-400-anos-espana-japon> (Visualizado el 6/06/2020).

<sup>40</sup> [https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/turismo-despues-coronavirus\\_15469](https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/turismo-despues-coronavirus_15469) (Visualizado el 6/06/2020).

<sup>41</sup><https://www.calidadturistica.es/ESP/m/36/1394/general/Inicio/Primeras-empresas-certificadas-con-el-sello-Safe-Tourism-Certified-otorgado-por-el-ICTE> (Visualizado el 6/06/2020).



limpieza de sus instalaciones y así llevar mayor seguridad, confort y transparencia con respecto al covid-19, por lo que se crearían destinos seguros para el turismo.

El mayor problema al que se enfrenta actualmente la provincia es la falta de conexiones aéreas al carecer de un aeropuerto de tipo Nacional o Internacional<sup>42</sup>, por lo que se depende de los vuelos internacionales que puedan albergar los aeropuertos de Madrid, Málaga y Sevilla. Ideas que han planteado desde diferentes países de la Unión Europea como un Pasaporte Viral, controles sanitarios y tramitación de un mayor papeleo para realizar vuelos, pueden llevar a disuadir a futuros viajeros y empresarios que vengan desde la otra punta del globo, optando así por un turismo nacional o un turismo internacional pero no transcontinental.

Algunos países de América Latina han tomado algunas medidas que podrían copiarse para beneficiar en cierta forma al sector turístico español y así generar un plan de choque que afectaría de forma significativa a la propia ciudad de Córdoba, debido a que en la actualidad es el sector que más ingresos genera en cuanto al PIB en toda la provincia es el sector servicios con un 60.7% del PIB<sup>43</sup> y así lo refleja el INE (Instituto Nacional de Estadística)<sup>44</sup>. Medidas como las de El Salvador de exención de impuestos en el sector turístico, aumento del gasto de inversión en obras de infraestructuras para el sector turístico como en Argentina o como el último caso el de Colombia y quizás el que mejor se ajustaría a la situación de la provincia cordobesa, otorgar una prórroga para el pago de la contribución parafiscal<sup>45</sup> para la promoción del turismo. Centrándonos en este último de la contribución parafiscal de Colombia, es parecida la idea que se tenía en el Ayuntamiento de Córdoba en el 2019, ya que el ingreso serviría para la promoción del turismo a través del IMTUR (Instituto Municipal de Turismo de Córdoba) con la idea de poner una tasa turística por pernóctación, siendo esta la forma directa de pagarlo, o bien, cobrando de forma indirecta al venir en bus turístico, donde

---

<sup>42</sup> <http://www.aena.es/es/aeropuerto-cordoba/presentacion.html> (Visualizado el 3/06/2020).

<sup>43</sup> <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=3994#!tabs-tabla> (Visualizado el 3/06/2020).

<sup>44</sup> [https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es\\_ES&c=INESeccion\\_C&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalleFichaSeccionUA&param3=1259944561392&\\_charset=UTF-8&cid=1259944655812](https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout&param1=PYSDetalleFichaSeccionUA&param3=1259944561392&_charset=UTF-8&cid=1259944655812) (Visualizado el 3/06/2020).

<sup>45</sup> [...] gravamen de carácter obligatorio, creado con el fin de fortalecer la promoción y la competitividad del turismo. La Contribución únicamente afecta al sector económico vinculado con la actividad turística, expresamente señalado en el artículo 3 de la Ley 1101 de 2006 y los recursos obtenidos de dicha contribución[...] (FONTUR 2020)

se cobraría a la empresa por aparcar en ciertas zonas y de esa forma sea la empresa quien repercute el precio en sus servicios y el cliente pague de forma indirecta<sup>46</sup>.

En cuanto a seguridad en Hoteles y Restaurantes que deben tener en cuenta el sector servicio de la ciudad y que no sean generadores de nuevos rebrotes, por los que pueda perjudicar a todo el sector, se recomienda una serie de medidas para enfrentarse al Covid-19 según cita Antonio Oviedo B. en su curso “Retorno Seguro al Trabajo ante COVID-19: Recomendaciones de Prevención ante el COVID-19”, para el caso de Restauración y Hotelería se recomienda la constante limpieza del ascensor, así como dar consejos o indicar que debe hacer un huésped en caso de tener sintomatología. En el intercambio de objetos, como puedan ser llaves, tarjetas, bolígrafos u otros, indica que se debería aplicar un 70% de alcohol para desinfectar y que lo pueda usar otro cliente. Tanto en bares como restaurantes no debe de haber materiales como folletos o menús de papel que se puedan reutilizar, por lo que generalmente y en muchos casos a día de hoy, se opta por proporcionar códigos QR que sirvan como punto de información de los servicios que se ofrecían antes en papel, lo que lleva a tener la información disponible directamente en el móvil del usuario.

En el caso de que se realicen eventos, conferencias, foros o seminarios empresariales o no de grandes aforos dentro de un hotel, se debería proceder a contabilizar el aforo que recomienden las autoridades competentes en el momento de la realización del evento, además de intentar mantener la distancia requerida de seguridad, ventilación asegurada y posterior desinfección y limpieza de la zona. Además es recomendable re-configurar la distribución de material de reuniones como papeles, bolígrafos, agua embotellada etc. Este tipo de adaptaciones se seguirá desarrollado de forma más profunda en el punto 5 del Bloque III.

---

<sup>46</sup>[https://sevilla.abc.es/andalucia/cordoba/sevi-ayuntamiento-cordoba-quiere-cobrar-tasa-turistica-alojados-y-excursionistas-201901282236\\_noticia.html](https://sevilla.abc.es/andalucia/cordoba/sevi-ayuntamiento-cordoba-quiere-cobrar-tasa-turistica-alojados-y-excursionistas-201901282236_noticia.html) (Visualizado el 4/06/2020).

## **BLOQUE III**

### **OPORTUNIDADES Y CARENCIAS DE LA PROVINCIA (DAFO) + SITUACIÓN ACTUAL Y ADAPTACIÓN AL COVID-19**

#### **1. Especialistas en Asia Oriental (Debilidad)**

Una de las carencias más palpables es la falta de especialistas que tiene la provincia, al no haber estudios especializados en este sector, se dificulta en gran medida que tanto el turismo o los negocios vayan en dicha dirección, para reforzar los sectores en estas economías emergentes. Esto es considerable si tenemos en cuenta otras provincias que no sean solo las de Madrid y Barcelona, otras como Granada, Málaga, Salamanca y Sevilla, generan un factor importante para los sectores turísticos y económicos, estableciendo grandes avances en las relaciones de España con Asia Oriental.

En la UGR tenemos el Grado en Lenguas Modernas y Literaturas, donde las enseñanzas de Chino es importante, pero el ejemplo más claro es el Máster del que se dispone en Asia Oriental, ya que en nivel de idioma tiene que ser medio-alto. Esto genera cierta confianza en los sectores tanto Chino como Japonés, porque saldrá gente formada en ambos idiomas y con una ventaja para contratar personal útil cualificado para las empresas.

En el caso salmantino repercute más en el sector turístico, ya que supone que la especialización de estos estudios en Chino, Japonés o Coreano, genere personal cualificado, en este sector y en el de las letras. Por último en los casos de Sevilla y Málaga, la repercusión se nota tanto en el sector turístico como en el sector económico, ya que ambas ciudades tienen proyectos sólidos, por lo que se apoyan gracias a las universidades, en el primer caso es Chinese Friendly y en el segundo el GEIC nombrado en el punto 2 del bloque anterior.

En Córdoba, esto es casi inexistente y aunque se pone esfuerzo por parte de algunas instituciones como la propia universidad, estos se ven mermados en cuanto a la apreciación de otros sectores sobre este. A lo sumo, el turista solo va a encontrar algunos panfletos de la Mezquita-Catedral en Chino o Japones, pero no en los demás monumentos donde los idiomas

son considerablemente reducidos a tres (Inglés, Francés y Alemán), como es el caso del Alcázar de los Reyes cristianos, Medina Azahara o la Sinagoga entre otros.

## **2. Red de empresas exportadoras a Asia y focalización del turismo en la provincia (Oportunidad)**

La creación de una red de empresas que exporten e importen a Asia al estilo de Nueva Rumasa. Este *holding*<sup>47</sup> tendría la finalidad de que las empresas, pudieran importar y exportar desde la provincia hacia Asia Oriental, además de la adhesión de ciertas cadenas hoteleras, para que a los empresarios que pertenecen al holding pudieran tener mayor facilidad y descuentos a la hora de realizar ciertas funciones (eventos, reuniones, conferencias...).

A esta creación del holding asiático, habría que sumar las infraestructuras de las que dispone la provincia, siendo una de las mejores que tiene toda la región de Andalucía, una red ferroviaria que conecta por alta velocidad a Málaga, Sevilla y Madrid y la reciente conexión Antequera-Granada. varias empresas están interesadas en crear el mayor nudo al sur de España en esta provincia, las empresas MSC<sup>48</sup> y Maersk; esta última cultivó y planificó la conexión ferroviaria de Algeciras en sus reuniones con Renfe, esto supondría un impulso de la logística para conectar la provia por tren con el resto de Europa. El número de inversiones repercutiría en empresas locales que podrían importar y sobre todo exportar productos agrícolas. Si bien se conectaría el puerto de Algeciras para las importaciones esta infraestructura para las exportaciones hacia Asia serían considerables, si el gobierno español no hubiese rechazado el nuevo plan de la Nueva Ruta de la Seda de China, que por ende hubiera repercutido en Andalucía de forma considerable y sobre todo en la provincia vecina de Sevilla, gracias a los esfuerzos que emplea la empresa Chinese Friendly.

Desde comienzos del siglo XXI se viene dando una mayor segmentación del turismo, lo que lleva a aumentar la demanda turística en otras zonas de interior y también zonas rurales, lo que se puede ver como una gran ventaja para la provincia, en la que, si aceptamos esta

---

<sup>47</sup> Definición “Se conoce como holding (sociedad tenedora o sociedad matriz) la organización o agrupación de empresas en la que una de ellas posee todas o la mayor parte de las acciones de otra empresa o sociedad con el objetivo de ejercer el control total sobre ella.” (economiasimple.net: 2018)

<sup>48</sup>[https://sevilla.abc.es/andalucia/cordoba/sevi-segundo-gigante-logistico-apuesta-cordoba-mientras-instituciones-no-aclaran-201810112300\\_noticia.html](https://sevilla.abc.es/andalucia/cordoba/sevi-segundo-gigante-logistico-apuesta-cordoba-mientras-instituciones-no-aclaran-201810112300_noticia.html) (Visualizado el 03/03/2020).

tendencia al alza alejada de la tendencia de masificación de espacios turísticos, nos encontramos con unos parajes perfectamente comunicados en la provincia de Córdoba, como pueden ser los del valle de los pedroches que están conectados con la alta velocidad española en mitad de un remanso de descanso y tranquilidad. A esto hay que sumar que cada vez más gente tiene una concienciación más ambientalista y suele ser más exigente en cuanto a referencias y conocimiento de temas en el campo del turismo, que además cada vez el consumidor está más informado y está más instruido. Por ello en este lugar, se podrían ofertar con “[...]una mayor capacidad de adaptación por parte de la oferta productiva a la diferenciación y la segmentación de la demanda, un mayor compromiso con la calidad de la oferta y una gestión más eficiente de las empresas.” (MACHADO 2008: 111-112)

### **3. Economía de la provincia (Amenaza)**

Uno de los principales escollos que puede tener cualquier proyecto, ya sea relacionado con el ámbito asiático o con cualquier otro, es la economía de la provincia. Según los últimos datos arrojados por el INE, se encuentra en una situación peor que otras zonas de España, considerándose una de las regiones más pobres y deprimidas de Europa, así lo reflejan los datos sobre la renta media anual por habitante para el año 2015 con 6.012,86€. (INE: 2018).

Al tener una población pobre, supone que está pueda llegar a tener un menor conocimiento sobre el terreno asiático, ya que estos abandonarían antes los estudios<sup>49</sup>, como así refleja el informe de la Red Andaluza de lucha contra la pobreza y la exclusión presentado en 2018. Una ventaja para un empresario sería que el pago al trabajador fuese menor, ya que el precio de la vivienda, alimentación y otros servicios también es menor en esta ciudad, pero supondría que con la mejora de la economía regional, los sueldos subirán de forma considerable de forma posterior. Pero si la población especializada se trae desde fuera, nunca mejorará la economía de la ciudad y de la provincia, ya que esta será menor puesto que, el capital principal, tanto el económico como el humano irá destinado al lugar de procedencia de este, lo que originará que repercuta de forma baja o muy baja. Por ello, lo más importante sería crear unos estudios especializados y que los expertos que salieran de estos, creasen las

---

<sup>49</sup> 23.5% del abandono escolar en Andalucía según la EAPN.

empresas en la zona y fueran capaces de gestionar el recurso humano con la población local. (EAPN Andalucía: 2018)

#### **4. Ejemplos de éxito y errores irrepetibles (Fortaleza)**

Los ejemplos de éxito más relevantes que se tienen en España con Asia Oriental y el sudeste asiático son las líneas regulares de mercancías entre el puerto de Algeciras y puertos como el de Nankin, Busan y Singapur entre otros. Si bien la cámara de comercio España-Corea apostó fuertemente por el proyecto “Algeciras-Korean Business Cluster”<sup>50</sup>, promoviendo el puerto de la bahía de Algeciras. La conexión por tren entre Yiwu y Madrid, con trenes de mercancías que duran alrededor de 16 días de trayecto, una forma más rápida y económica que otras vías como la aérea, pero si bien teniendo en cuenta el peso comercial y económico de China a nivel global, España está aún muy por debajo de lo que podría estar en cuanto al comercio entre ambos países se refiere; el rechazo a ser miembro permanente en el colosal proyecto de la ruta de la seda por parte del gobierno central, fue y es un error que se tomó en consecuencia de no querer perjudicar a sus socios europeos para seguir la postura de Alemania y Francia, ya que esta adhesión podría haber supuesto la mejora, no solo en relaciones políticas y comerciales, sino incrementar el foco económico del que podría ser la primera potencia económica mundial en unos años<sup>51</sup>. (González 2018, Cámara de Comercio España-Corea 2018).

Centrándonos más en la provincia de Córdoba, hay pocos ejemplos de éxito en cuanto a empresas se refiere en el ámbito de la importación y la exportación. Aunque si que tenemos algunos ejemplos como es el caso de la Cooperativa de Guadalupe (Baena), quienes incorporan el mercado chino como potencial. Es palpable este hecho, ya que disponen incluso de su web en mandarín, y lejos de la realidad, está colocado delante de otros idiomas como el alemán. Otras empresas como Carbonell, que son empresas de aceite, disponen de una gran trayectoria en el mercado asiático y exportan tanto a China como a Japón.

---

<sup>50</sup><https://www.camaracomercioespanacorea.es/es/comunicacion/noticias/637-la-camara-de-comercio-espana-corea-apoya-el-proyecto-algeciras-korean-business-cluster-que-promueve-el-puerto-de-la-bahia-de-algeciras.html> (Visualizado el 4/03/2020)

<sup>51</sup> [https://elpais.com/politica/2018/11/27/actualidad/1543348666\\_419111.html](https://elpais.com/politica/2018/11/27/actualidad/1543348666_419111.html) (Visualizado el 04/03/2020)

## 5. Situación actual y adaptación al Covid-19.

Los chinos tienen una forma única de ver las crisis y quizá, este tipo de filosofía es lo que le falta a la ciudad y en general a la provincia de Córdoba al no saber para donde mirar o a que organismo acudir para solucionar los problemas. Me refiero, a la idea de aprovechar las crisis para innovar y resurgir. Los chinos tienen un concepto muy claro de esto, en cuanto a las crisis se refiere, poniendo estas como una oportunidad para hacer negocio y facilitar nuevas inversiones y como etapas perfectas para experimentar en crear cosas nuevas.

En cuanto al turismo, antes era mucho más fácil distinguir al empleado del empresario, pero estas barreras están diluyéndose conforme van pasando los años. Según Esther Lidia Machado hay que aprovechar los patrones empresariales marcados y revolucionar el sector, dejando de lado los conceptos predeterminados y seguir y visualizar mejor las imprecisiones que se deben evitar, para así poder sacar nuevos patrones relacionados con los mercados y la economía pueda adquirir en el sector turístico. Generalmente esta industria se mueve por el deseo y el sentimiento del ser humano. Según la autora *“La individualización y la personalización; al disfrute, a la comodidad, al mínimo esfuerzo, conexión voluntaria y libre en redes”* estoy en oposición a esta afirmación, ya que si bien y aunque el artículo se escribió en 2008, ya se veía venir un rápido crecimiento en redes desde mucho antes y empezaba a ser en esos años un factor fundamental, tanto para el turismo como para el propio sector económico y del trabajo. (MACHADO 2008: 115)

Por lo tanto, se trata de buscar mucho más un turismo activo, para el enriquecimiento del propio turista, pero a la vez en este trabajo se busca un punto de inflexión en cuanto a la demanda de turismo por parte de empresarios se refiere buscando incentivar de forma indirecta a este sector turístico concreto, como se viene indicando desde el Bloque II, punto 7.

Uno de los sectores que más se ha desarrollado y que la ciudad poco a poco va mejorando es el sector informático, puesto que la mayoría de PYMES (Pequeñas y Medianas Empresas) están con la crisis del coronavirus necesitando una reorganización y una reinención que pasa sí o sí a través de la informática y las nuevas tecnologías. En ello el campus universitario de Rabanales no está haciendo una mala labor con su Parque Tecnológico Rabanales 21, pero a

veces se queda corto o es insuficiente para la demanda de ciertos sectores relacionados con la informática.

Empresas relacionadas con los códigos QR y páginas webs y con el sector sanitario, han visto cómo han incrementado sus ganancias gracias a la actual pandemia que se cierne sobre el planeta, pero para este tipo de empresas hace falta más inversión en I+D+I, un plan para el emprendimiento juvenil claro y un sector e instituciones públicas que apoyen y financien la creación de nuevas empresas.

La organización World Travel Tourism Council está empezando a otorgar un sello de seguridad frente a la pandemia para tranquilizar a los viajeros que hagan turismo y así poder reactivar el sector turístico, si bien, las únicas ciudades de España que se les ha otorgado han sido a la ciudad de Sevilla y a la ciudad de Barcelona<sup>52</sup>, a expensas de que aprueben más adelante si Madrid es merecedora o no de la distinción. Esta distinción la pueden solicitar tanto organismos públicos como empresas privadas, por lo que Sevilla de forma conjunta y tras el congreso que se celebró en 2019 de esta misma organización, han decidido este año y viendo que cumplen con todos los requisitos otorgar la distinción a la ciudad andaluza. Palabras textuales de Antonio Jiménez, Director Gerente del Congreso y Turismo de Sevilla:

*“Sevilla apoya y aplaude la iniciativa Safe Travel Stamp del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, presentada al sector como una serie de protocolos globales con el objetivo de reiniciar Viajes y Turismo , lo que, sin duda, restablecerá la confianza de los viajeros y, sobre todo, hará que viajar sea seguro nuevamente ”.*<sup>53</sup>

Este ejemplo es el que debe de tomar IMTUR y el palacio de congresos de la capital cordobesa entre otros, para también conseguir esta y otras distinciones, que darían un escaparate de seguridad a nivel internacional en cuanto al turismo se refiere. También sería un aliciente para las empresas, que podrían ver de forma muy favorable la labor y desempeño en tratar la seguridad con respecto al coronavirus.

---

<sup>52</sup><https://wttc.org/News-Article/WTTC-launches-worlds-first-ever-global-safety-stamp-to-recognise-safe-travels-protocols-around-the-world> (Visualizado el 7/06/2020).

<sup>53</sup><https://wttc.org/News-Article/WTTC-launches-worlds-first-ever-global-safety-stamp-to-recognise-safe-travels-protocols-around-the-world> (Visualizado el 7/06/2020).



## **D. CONCLUSIÓN**

De esta forma y como consecuencia de lo que he expuesto en el informe, se han de tener en cuenta muchos factores logísticos y económicos de los que la propia provincia carece, si bien por falta de inversión pública o por desconocimiento por parte de empresas privadas. En referencia al primer bloque, es cierto que si focalizamos la importación y exportación por países de forma genérica no hay coincidencias en cuanto a lo que se compra y se vende por ambas partes ya que estos países tienen planes muy diferentes y coinciden poco. De forma más concreta sí que se pueden ver como hay cierta interacción entre empresas, puesto que se exponen y crean acuerdos en las distintas ferias que se realizan en Asia, pero esto mismo no ocurre de vuelta cuando se trata de las ferias que se realizan en Córdoba y Provincia, por lo que en cierta forma, los organismos públicos deberían de fomentar más la inclusión y la visibilización de la provincia de Córdoba en su conjunto en Asia Oriental, puesto que más allá de la comercialización del aceite con Turquía que está presente en algunas ferias de la provincia, hay nula presencia de empresas de Asia Oriental, ni tan siquiera de otros países del entorno del extremo oriente como pueden ser Tailandia, Vietnam o Indonesia entre otros y son potencias emergentes.

Además para este primer bloque, es algo difícil saber qué empresas tienen una relación directa con China, Japón y Corea del Sur puesto que, muchas ni tan siquiera están inscritas a programas del ICEX (a nivel nacional) o EXTENDA (a nivel autonómico). Lo que ha dificultado la focalización y el desarrollo para saber concretamente la actividad comercial que pudiera haber entre regiones.

Ya en el segundo bloque y este siendo el más extenso, cabe destacar que la percepción que se tiene del turismo en Córdoba es muy amplia y está bien enfocado en muchos sectores, pero aún así hay algunas carencias que desarrollaré ahora con más detenimiento. Las cosas positivas son que las comunicaciones en muchos casos son buenas o bastante buenas con el resto de España y además del turismo tradicional, existen otros tipos de turismo para generar nuevas empresas relacionadas con el sector. Lo carente que he podido comprobar en este bloque es la adaptación quizá a un sector turístico como es el asiático, careciendo de profesionales y promoción para gente de estos países, que no es solo por carencia del idioma, que también, sino por el desconocimiento a la hora de realizar ciertos packs turísticos y la

forma de venderlo, puesto que el turista asiático no suele ser tanto de un turismo activo, sino más bien un híbrido entre turismo activo y turismo de relax.

Por último del bloque segundo, hablo de los packs turísticos y de cómo estos están tan predeterminados que ni tan siquiera están adaptados a un público concreto, si bien esto es muy cierto, puesto que en muchos hoteles de la ciudad, en los que incluyo los dos hoteles de 5 estrellas, no tienen cosas básicas para la cultura asiática como son calentadores de agua para las habitaciones, palillos para comer u otro tipo de utensilios, además no se incluye ningún tipo de experiencia adaptada para el huésped como pueden ser experiencias de salud y bienestar con un enfoque occidental, donde el turista o empresario asiático puede desarrollar una experiencia superior.

Por otra parte en este segundo bloque, se han puesto ejemplos muy claros y concisos de cómo se están desarrollando en otras ciudades del país y como están funcionando en esos casos, si no se realiza una inversión propia en este sector será muy difícil competir con las ciudades y provincias cercanas como Sevilla y Málaga, que están realizando labores de formación, publicitaria y económica importante, pueden hacer que Córdoba llegue tarde o ni tan siquiera llegue, puesto que podrán absorber toda la oferta presente y futura que pueda haber; hay que aprovechar para ver que se hace bien y mal y no cometer los mismos errores, esto es una ventaja, ya que se sabe que cosas están funcionando y cuáles no y es una parte del camino que ya está realizado, por lo que las inversiones pueden ser menores y ya estar focalizadas desde un principio.

Con respecto al impulso asiático que se ha generado durante los años anteriores al 2020 ha sido un impulso pequeño pero efectivo, pero tras el 2020 y la llegada del coronavirus, puede perjudicar la visibilidad con respecto a la pandemia si no se acatan las medidas de seguridad y prevención para esta enfermedad, por lo que sería un retroceso bastante fácil de conseguir y se perdería confianza en el viajero, ya fuera por turismo general o por turismo de cualquier otra índole (empresarial, educacional etc). Por lo que respecta al último bloque de este documento, es el más clarividente a la hora de invertir, gestionar y planificar una empresa, al ser un DAFO, se ve muy claramente que es lo que más se necesita para mejorar en cuanto al ámbito tanto del turismo como empresarial hace falta y se reitera la falta de coordinación entre sectores públicos y privados y la visibilidad. Pero en cuanto a la gestión de Asia

Oriental, se aprecia muy claramente la falta de cualificación, en cuanto a estudios y comprensión de otras culturas asiáticas se refiere, por lo que es una gran desventaja en comparación con otros lugares, lo que puede llegar a producir una fuga de cerebros a nivel nacional e incluso internacional en este ámbito, al no prestar atención a ciertos componentes que se están viendo y viviendo de forma directa.

Lo que se vé mucho más claro es la capacidad de adaptación que pueden tener las empresas, ya que son pequeñas cosas a modificar y no suponen una gran inversión, por ello las oportunidades que tiene la provincia son bastante buenas como por ejemplo difundir y dar información en los idiomas de origen y creando algún tipo de holding que pudiera gestionar a este sector. Sería una gran oportunidad ya que no hay ninguno otro y gestionaría todo el turismo asiático y movería a nivel empresarial muchísimo en esta zona, puesto que actualmente no hay empresas ni holdings de empresas que lo gestionen, se llevaría todo un mercado único para una empresa que estuviera decidida a apostar por ello.

Por último he tratado como se debe apostar en este documento con respecto al coronavirus y la capacidad de la ciudad y de la provincia en general para afrontarlo. Por ello creo que esto se está haciendo de manera positiva y buena, pero no de forma notoria. Habría que focalizar más ciertos aspectos a nivel internacional. Por ello, sería una buena oportunidad para conseguir como se explica en el último punto del Bloque III la etiqueta Safe Travel que otorga World Travel & Tourism Council, puesto que elaborar otro tipo de etiquetas no va a tener repercusión a nivel internacional y tan siquiera serán valoradas de la misma forma de las que pueda valorarlo un organismo internacional como el que acabo de citar; además de que las etiquetas nacionales pueden perder credibilidad como ya está pasando en otros puntos de la geografía española. Pero para esto, pienso que se debería de aportar más de forma conjunta entre empresas y patronal de turismo de forma conjunta para conseguir objetivos conjuntos y todo quede mucho más homogéneo como se está viendo en la ciudad de Sevilla.

En definitiva, se tienen muchísimas posibilidades y se pueden explorar abundantes vías, puesto que hay ejemplos más que suficientes para poder realizarlo en este lugar e incluso llevar estas ideas a cabo, la situación del coronavirus se puede ver como una oportunidad para mejorar en muchos aspectos que actualmente están desfasados, estancados o son inexistentes.

## E. BIBLIOGRAFÍA

- ASOREY BREY, Enrique. España y Corea: 1950-2020. 70 años de relaciones: expansión y diversificación. Documento Marco IEEE 12/2019.
- BLANCO ROMERO, Asunción. CÀNOVES, Gemma. ESPEJO, Cayetano. DE UÑA, Elena y VILLARINO, Monserrat. Turismo de Interior: Renovarse o morir. Estrategias y productos en Catalunya, Galicia y Murcia. Universidad de Valencia. 2014.
- COLMAR ALBAJAR, M<sup>a</sup> Antonia y LÁZARO DE LA ESCOSURA, Pilar. DE JAPÓN A ROMA BUSCANDO EL SOL DE LA CRISTIANDAD: LA EMBAJADA DE HASEKURA (1613 - 1620). Archivo General de Indias. Sevilla. 2013.
- DEL ALCÁZAR MARTÍNEZ, Benjamín. Los canales de distribución en el sector turístico. ESIC Editorial. 2002.
- HERNÁNDEZ ARO, Yanet y MACHADO CHAVIANO, Esther Lidia. Del turismo contemplativo al turismo activo. El periplo Sustentable. Universidad Autónoma del Estado de México. 2008.
- INFORME ECONÓMICO Y COMERCIAL: COREA DEL SUR. Oficina Económica y Comercial de España en Seul. 2019.
- KENKOVA, Katsiaryna. Turismo educativo en España como un sector en auge. Universidad Politecnica de Valencia. 2017.
- MÁRMOL SINCLAIR, Patricia y OJEDA GARCÍA, Carmen Delia. MARKETING TURÍSTICO: Guía, información y asistencias turísticas. Agencias de viajes y gestión de eventos. Gestión de alojamientos turísticos. Paraninfo 2<sup>a</sup> Edición. 2016.
- PANTE FERREIRA, Marisa. Turismo de negócios ou viagens de negócios: a representação social de empreendedores informais sobre o turismo de negócios na feira-hippie. Perspectivas Contemporâneas. 2008.
- RODRÍGUEZ APARICIO, Rafael. GUÍA DE PRODUCTOS DE TURISMO ACTIVO Y ECOTURISMO: PROVINCIA DE CÓRDOBA. Patronato Municipal de Turismo | Diputación. (snf. 02/05/2020).
- SERRA GUEVARA, Javier. 2018 CHINA INTERNATIONAL IMPORT EXPO. ICEX. 2018

- SILVA, Katarina. Turismo Educacional ou Turismo pedagógico. Centro Universitário Ibero-Americano. 2002.
- UNIÓN EUROPEA. Ventajas del TTIP. Comercio. Comisión Europea. 2016.