

La Nueva Ruta de la Seda: oportunidad para el desarrollo turístico de la Aldea Pingan Yuanjiacun, China



The New Silk Road: an opportunity for tourism development in Pingan Yuanjiacun Village, China

A Nova Rota da Seda: oportunidade para o desenvolvimento turístico na Vila de Pingan Yuanjiacun, China

Kang Min¹; Clemente Hugo Ramírez Frías²

¹ Universidad de La Habana. Facultad de Turismo. La Habana, Cuba.

 <https://orcid.org/0000-0003-2423-2757>

 kangmin200887@aliyun.com

² Universidad de La Habana. Facultad de Turismo. La Habana, Cuba.

 <https://orcid.org/0000-0003-2133-3392>

 clemenhugo_ramirez@ftur.uh.cu

Recibido: 17/09/2021

Aprobado: 6/12/2021

RESUMEN

En el contexto del plan de desarrollo de la Nueva Ruta de la Seda, el distrito de Pingan de la ciudad de Haidong y la empresa Haidong Yuanjia Village Cultural Tourism Co., Ltd., redimensionan el desarrollo de la Aldea Pingan Yuanjiacun. La combinación de dicha marca cultural con los elementos culturales tradicionales del área ha dado lugar a la conformación de un nuevo modelo económico y cultural enfocado en mostrar la cultura local, creando un tablero de exhibición cultural que integra la ecología, el turismo, el ocio, la salud y las vacaciones y se integra de manera autónoma en el marco de la estrategia de desarrollo nacional de la Nueva Ruta de la Seda y que crea un nuevo modo de desarrollo para la revitalización rural y la difusión cultural. El objetivo de la

investigación es sistematizar el impacto generado por el turismo en la Aldea Pingan Yuanjiacun, a partir del marco programático de la Nueva Ruta de la Seda. El estudio es de tipo mixto y se sustenta en la revisión bibliográfica y el trabajo de campo que condujo a la aplicación de encuestas a visitantes y residentes, cuyos análisis se apoyan en la estadística descriptiva. Los resultados permitieron reconocer los impactos y debilidades asociadas al modelo de desarrollo establecido, los cuales permiten tomarlos como referencia para las acciones a desarrollar en el mediano plazo.

Palabras clave: Nueva Ruta de la Seda; turismo; revitalización rural; China

ABSTRACT

In the context of the New Silk Road development plan, Pingan District of Haidong City and Haidong Yuanjia Village Cultural Tourism Co., Ltd. are reshaping the development of Pingan Yuanjiacun Village. The combination of such a cultural brand with the traditional cultural elements of the area has resulted in the formation of a new economic and cultural model focused on showcasing local culture, creating a cultural exhibition board that integrates ecology, tourism, leisure, health and vacation and integrates autonomously into the framework of the national development strategy of the New Silk Road and creates a new development mode for rural revitalization and cultural dissemination. The aim of the research is to systematize the impact generated by tourism in Pingan Yuanjiacun Village, based on the programmatic framework of the New Silk Road. The study is of mixed type and is based on the literature review and fieldwork that led to the application of surveys to visitors and residents, which analysis is based on descriptive statistics. The results allowed to recognize the impacts and weaknesses associated with the established development model, which allow to take them as a reference for the actions to be developed in the medium term.

Keywords: New Silk Road; tourism; rural revitalization; China

RESUMO

No contexto do plano de desenvolvimento da New Silk Road, o Distrito de Pingan da cidade de Haidong e a Haidong Yuanjia Village Cultural Tourism Co., Ltd. estão reformulando o desenvolvimento da Vila de Pingan Yuanjiacun. A combinação de tal marca cultural com os elementos culturais tradicionais da área resultou na formação de um novo modelo econômico e cultural focado em mostrar a cultura local, criando um quadro de exposição cultural que integra ecologia, turismo, lazer, saúde e férias e se integra de forma autônoma na estrutura da estratégia de desenvolvimento nacional da Nova Rota da Seda e cria um novo modo de desenvolver a revitalização rural e a disseminação cultural. O objetivo da pesquisa é sistematizar o impacto gerado pelo turismo na Vila Pingan Yuanjiacun, com base na estrutura programática da Nova Rota da Seda. O estudo é de tipo misto e se baseia em uma revisão de literatura e trabalho de campo que levou à aplicação de pesquisas aos visitantes e residentes, cuja análise é baseada em estatísticas descritivas. Os resultados nos permitiram reconhecer os impactos e fraquezas associados ao modelo de desenvolvimento estabelecido, o que nos permite tomá-los como referência para as ações a serem desenvolvidas a médio prazo.

Palavras-chave: Nova Rota da Seda; turismo; revitalização rural; China

INTRODUCCIÓN

En marzo de 2015, La Comisión Nacional de Desarrollo y Reforma, el Ministerio de Relaciones Exteriores y el Ministerio de Comercio de la República Popular China publicaron en conjunto el documento titulado *Perspectivas y acciones para promover la construcción conjunta de la Franja Económica a lo largo de la Ruta de la Seda y de la Ruta de la Seda Marítima del Siglo XXI*. Lo que las tres entidades gubernamentales presentaban ante el mundo no era menos que la sistematización, conjunción y argumentación de dos iniciativas para el desarrollo que, desde septiembre de 2013, el presidente Xi Jinping había lanzado durante sus visitas a la República de Kazajistán e Indonesia, a saber: la Franja Económica a lo largo de la Ruta de la Seda y la Ruta Marítima de la Seda del siglo XXI, respectivamente.

Los especialistas se han referido a la Ruta de la Seda como marca mundial con gran potencial para ser utilizada en términos de *marketing*. El resurgir de la Ruta de la Seda como parte de la estrategia de desarrollo múltiple y de apertura integral y a largo plazo del gobierno chino constituye el andamiaje que sirve de sustento y trasfondo a las recientes estrategias nacionales de desarrollo turístico, como es el caso de la provincia de Qinghai y la Aldea Pingan.

El modelo de desarrollo vigente para la aldea Pingan Yuanjiacun, si bien reproduce un paradigma que ha dado resultados en otros contextos rurales chinos, no está exento de observaciones críticas significativas, en tanto, deja ver las debilidades de una gestión y una práctica turísticas que, en la medida en que ha creado múltiples beneficios, ha deformado el paisaje y las culturas tradicionales que se dicen rescatar, dejando mucho que decir sobre la propia innovación turística. En medio del proceso constructivo, se ha olvidado que lo rural es un complejo regional compuesto por ecología natural, cultura social, tipo económico y grupos residenciales regidos por una variedad de normas sociales establecidas a lo largo de los años (o siglos) que deben ser debidamente entendidas, en función de respetar y salvar en toda su extensión la expresión "cultura de Pingan".

El objetivo de la presente investigación es sistematizar el impacto generado por el turismo en la aldea Pingan Yuanjiacun, a partir del marco programático de la Nueva Ruta de la Seda.

Previo a la llegada de la Nueva Ruta de la Seda a la provincia Qinghai, la antigua Zhangjiazhai, transformada hoy en la Aldea Pingan Yuanjiacun, ha puesto su mirada en el turismo como estrategia económica, de ahí que la investigación se considera importante, en tanto se sintetizan los elementos referativos para el desarrollo turístico y por primera vez se reconocen los impactos que este provoca a partir de los criterios manifestados por visitantes y residentes.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación es de tipo descriptiva, analítico-exploratoria y mantiene un enfoque cuali-cuantitativo y se sustenta en dos fases: la revisión bibliográfica y el trabajo de campo.

El análisis bibliográfico permitió la recopilación de información y el análisis de términos relacionados con lo rural, la cultura y el turismo y las sinergias que se producen entre estos, en consonancia con el análisis dialéctico y apoyado en métodos generales de la investigación como el histórico-lógico e inductivo-deductivo, que permitieron formular la categoría de turismo cultural rural. La fundamentación teórica de este estudio de carácter prospectivo constituye un acercamiento a los conceptos de turismo rural y turismo cultural rural, específicamente desde una perspectiva transdisciplinar y dialéctica y a partir del entendimiento del turismo como un fenómeno transversal, de dimensión sistémica y multiescalar, a través del cual se integran componentes culturales, sociales, ambientales y económicos. También se presentaron los fundamentos que sustentan la iniciativa de la Nueva Ruta de la Seda como estrategia fundamental de la política interior y exterior china y como agente principal de la dinamización del desarrollo turístico del país y del impulso a una nueva categoría de aproximación turística: el turismo cultural rural chino

El trabajo de campo fue realizado durante el primer semestre del año 2021, en el que se concedió vital importancia a la observación no participante y la investigación exploratoria. Para recopilar información fidedigna sobre el estado del desarrollo del turismo en la aldea de Pingan Yuanjiacun, se necesitó realizar visitas y recorridos, así como entrevistas y encuestas. La confección y aplicación de instrumentos estuvo guiada por objetivos específicos y se desarrolló de la siguiente manera:

- a) Encuestas a visitantes: fueron realizadas con el objetivo fundamental de medir el nivel de satisfacción con respecto a sus estancias en la aldea. Para el cálculo de la muestra de visitantes, se utiliza la fórmula de muestreo para poblaciones infinitas

$$n = \frac{z^2 s^2}{e^2}$$

Donde:

n: tamaño de la muestra

z: nivel de confiabilidad (1.96)

s: desviación estándar

e: error del muestreo (0.05)

- b) Encuestas a residentes: se desarrollaron para determinar el nivel de satisfacción con la presencia del complejo Pingan Yuanjiacun en la aldea, así como el nivel de participación en la planificación conceptual y el desarrollo económico y cultural de la aldea. Se encuestaron 524 residentes, que representan a cada una de las familias de la aldea.
- c) Entrevistas semiestructuradas: estas entrevistas fueron desarrolladas con directivos de la empresa Haidong Yuanjia Village Cultural Tourism Co., Ltd., por ser la unidad de planificación y construcción del proyecto de la aldea Pingan Yuanjia. Estuvieron mayormente centradas en adquirir información sobre la organización empresarial, la manera en que se desarrolló la planificación conceptual del proyecto, así como los requisitos de contratación de empleados que trabajan en el proyecto de desarrollo. Se realizaron en total 6 entrevistas en correspondencia con los 6 departamentos principales que se supeditan a la gerencia general de la misma
- d) Observación directa participante: se realizaron recorridos y visitas con el objetivo de conocer la manera en que se cumplía o no el principio de la integración como base conceptual de la formulación turística de la Nueva Ruta de la Seda y del turismo cultural rural. Además, se evaluaron aspectos como: el estado de las instalaciones de servicio, la planificación de las estructuras y la seguridad, la calificación del área escénica, valor de los entornos naturales y culturales, la

relación de los actores implicados en el flujo de trabajo del proyecto de desarrollo y la autenticidad de productos turísticos

Los datos e informaciones, que fueron obtenidos a través de la aplicación de la guía de observación y la aplicación de entrevistas y encuestas, fueron sometidos a análisis mediante métodos empíricos y métodos estadísticos matemáticos como la Estadística descriptiva para procesar los resultados obtenidos a través de tablas y gráficos, que facilitaron su análisis.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La Nueva Ruta de la Seda como impulso al desarrollo

Este proyecto chino está basado en la defensa de un sistema económico mundial de tipo abierto y en la materialización de un desarrollo diversificado, independiente, equilibrado y sostenible (Grefi, 2019). Además, está destinado a promover la cooperación pacífica y el desarrollo mancomunado a nivel internacional, en el marco de una cooperación regional, consistente en seis corredores, seis rutas, múltiples países y múltiples puertos, pública, transparente y abierta, que aporta energía positiva a la paz y el desarrollo mundial" (Oficina del Grupo Dirigente de Fomento de la Construcción de la Franja y la Ruta, 2017).

Esta iniciativa china, sin embargo, no debe entenderse como un fenómeno aislado dentro de la política internacional del Gigante asiático. Más allá del interés de la nación por expandir su influencia fuera de fronteras, como parte de una estrategia "hacia afuera", iniciada en 1999 (Djankov, 2016), principalmente orientada hacia occidente o de "marcha hacia el oeste" (Grieger, 2016), ha sido señalado con anterioridad cómo esta iniciativa se apoya en una serie de preceptos de relacionamiento exterior con raíces en las bases culturales del país.

Para la economía nacional, entonces, la puesta en práctica de la Nueva Ruta de la Seda supone el espaldarazo a uno de los mayores objetivos estratégicos del Estado Chino a lo largo de su historia: la Revitalización de la nación (Schulz, 2019). Ello se materializa en la prioridad gubernamental, de cara al 2020, de duplicar el Producto Interno Bruto y la renta per cápita de la población urbana y rural correspondientes al 2010 (Jingping,

2014), en aras de realizar el "sueño chino" de "culminar la construcción integral de una sociedad modestamente acomodada (...) y, para mediado de siglo, concluir la transformación de nuestro país, en un país socialista moderno, próspero, poderoso, democrático, civilizado y armonioso".

En este contexto, el turismo como parte de la Iniciativa se reconoce como un importante instrumento de conexión entre Asia y Europa que, desde su concepto, debía hacer alusión a una marca unificada, aun cuando su desarrollo debía tener en cuenta las diferencias regionales que permitirían la configuración de dos secciones (este y oeste), según informes sobre el desarrollo de la Franja Económica de la Ruta de la Seda (Anguiano Roch, 2019).

La provincia de Qinghai es una de las que conforman la región del occidente de China, históricamente considerada la de menores índices de desarrollo a nivel nacional (Lahtinen, 2010), preocupación latente después de 1994, cuando las brechas regionales se habían vuelto excesivamente grandes y el Informe sobre Desarrollo Humano del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo mencionaba que, si bien China estaba aprovechando racionalmente su ingreso nacional, todavía persistían grandes disparidades regionales que hacían de Qinghai y el Tíbet zonas de sobrevivencia.

En la etapa actual de implementación del programa estratégico para la provincia, se anunciaron 36 nuevas medidas que buscan que, en el 2035, la región occidental haya logrado que sus estándares en cuanto a servicios públicos básicos y a accesibilidad a la infraestructura y a la vida sean aproximadamente equivalentes a los de la región oriental (Consejo de Estado de la República Popular China, 2019). A esta, se suma el Plan Estratégico para la Revitalización Rural (2018-2022), emitido en septiembre de 2018 por el Comité Central del Partido Comunista de China y el Consejo de Estado, durante la celebración del XIX Congreso Nacional del Partido Comunista de China, la cual se propone como alternativa a la asignación insuficiente de recursos financieros rurales que ha caracterizado a las finanzas chinas.

Turismo cultural rural

La dicotomía generada por las contraposiciones modernas de los paradigmas del desarrollo: rural-urbano, agricultura-industria, tradición-modernidad, condujo a colocar

siempre del lado izquierdo de la ecuación a lo atrasado, versus lo próspero. Esta situación conllevó, a decir de Muñoz (2000), a la desvalorización de lo rural que pasó a ocupar un papel residual en el desarrollo. Considera este autor que la nueva noción del desarrollo, centrado en lo humano, ha abierto la posibilidad de reevaluar las relaciones sociales y produce una revalorización de lo rural, entendida no como la vuelta a lo rural, sino como un cambio de visión sobre lo rural. Este cambio tiene que ver con varias tendencias: en muchos países orientales, lo rural se presenta como una opción de vida; en algunos países europeos, se ha venido presentando la ruralización de las comunidades urbanas, a lo que se suman tendencias a la ruralización del empleo.

Una perspectiva cultural para abordar el turismo rural pudiese entonces implementarse para mantener la idiosincrasia del entorno rural, evitando contaminaciones que lo desvirtúan o que fuerzan su carácter genuino. El reto sería trascender una cierta contradicción entre una ideología cultural del turismo como actividad que toma claro partido por la preservación de la identidad, la memoria y el paisaje rural y la observada tendencia que se presenta a favorecer la ruptura y la sustitución, manifestando así una decisión política de readaptación funcional del mundo rural, de acuerdo con los intereses económicos y comerciales (Barrado Timón & Castiñeira Ezquerro, 2001).

En términos culturales, la oferta se centra en un núcleo que concentra los componentes histórico y artístico del patrimonio, en cuya periferia se incorporan elementos secundarios del turismo cultural que comprenden las manifestaciones etnológicas del patrimonio e incorporan las industrias creativas como el diseño, medios de comunicación o grandes espectáculos, elementos que pueden invertirse cuando la cultura se consume en un entorno rural. En el caso del turismo cultural rural, ambos, núcleo-periferia se presentan como un continuo espacio-histórico-funcional, que no está demarcado por límites físicos. A diferencia del turismo cultural tradicional, los límites de la actividad para el turismo cultural rural están asociados a otros factores, como por ejemplo la propiedad, lo que implica una concertación de actores y gestores.

Los autores de la investigación que se presenta, entienden por turismo cultural rural aquella actividad turística que se desarrolla en un entorno donde predominan aspectos relacionados con lo rural y en cuyo centro de conformación de la oferta se localizan las expresiones culturales de los territorios, comunidades de acogida.

Es válido mencionar que estas expresiones culturales engloban tanto a la identidad local como al patrimonio inmaterial relacionado con la vida rural, entendiéndose formas de vida, de cultivo de la tierra y de obtención de producciones primarias o sus derivados, tradiciones locales y el patrimonio material asociado a los mismos.

Especial atención revisten aquellos escenarios caracterizados por la marcada presencia de culturas originarias (o de etnias minoritarias), como es el caso de la región occidental de la República Popular China, donde es mayor el riesgo de "museización" o de "teatralización" y puesta en escena, no del paisaje, sino de la cultura misma y donde las autoridades encargadas de diseñar la estrategia de desarrollo y promoción turística no han podido escapar a la tentación de crear productos pintorescos, exóticos y populares, pero carentes de contenidos o vacíos de significado cultural.

La Aldea de Pingan Yuanjiacun. Impactos del desarrollo turístico

De acuerdo con el Programa de Desarrollo (Shaanxi Sanchuan Urban Planning and Design, 2015), los objetivos que direccionan las acciones que se desarrollan son los siguientes:

- Promocionar la marca: Con el enriquecimiento de selenio como tema, para implantar los formatos de servicios urbanos para crear un lugar para la vida saludable
- Heredar la nostalgia: revitalizar los recuerdos de las ciudades y construir una estancia de "nostalgia" para la gente de Xining y Haidong
- Definir el producto Pueblo Poético y Pintoresco: Restaura la ecología regional para mostrar el estilo tradicional de los pueblos del Valle de Hehuang
- Promover el empleo y el desarrollo común a través del turismo para realizar la transformación de la urbanización local

A los efectos de la investigación que se presenta, los análisis se concentraron en este último objetivo. Tal y como menciona el documento, se trata de implantar el "turismo" en la agricultura tradicional para mejorar el atractivo de la marca, de modo que resultaría en un elemento de *marketing* y a partir del programa "agricultura + turismo", se impulsará un nuevo foco de atracción turística en el cinturón paisajístico del río Huangshui.

Más allá de los esfuerzos realizados, aún el turismo no logra establecerse como un sector que genera desarrollo, evidenciado en los aspectos siguientes:

- La actividad turística no logra generar encadenamientos productivos locales
- No se logra la retención y fidelización de los visitantes
- No se incluyen en la oferta turística los productos tradicionales personalizados
- El programa de desarrollo no define líneas de actuación que permitan la integración de la Aldea en el sistema de productos turísticos regionales
- Limitada participación de los residentes en el desarrollo turístico

Esta situación tiene como antecedentes, problemáticas relacionadas con la puesta en valor de la cultura, que aún no logran superarse y que se resumen en:

- Imagen cultural, demostración cultural deficiente
- Producción cultural deficiente
- Falta una demostración sólida de la cultura Hehuang, que debe fortalecerse fuera de la región

No debe perderse de vista que el actual proyecto puede continuar legitimando estas problemáticas, en tanto se promueve la creación de un parque tecnológico-temático, que defiende la creación de cinco áreas funcionales de exposición (Fig. 1), en las cuales se recrearán aspectos culturales:

- Folclore nostálgico: Cocina antigua, Antiguos talleres, Artesanías antiguas, Antiguas formas de arte, Actividades tradicionales
- Comercio electrónico rural: Creación de marca, Construcción de plataforma de red integrada, Lanzamiento de plataforma de compras online, Internet más agricultura moderna y Experiencia de escenario fuera de línea (los visitantes experimentan las actividades agrícolas en persona, muestran a los visitantes el proceso de producción de artesanías populares, los visitantes vestidos con trajes minoritarios se involucran directamente en las actividades populares)
- Unidad de Investigación Científica de Productos Agrícolas ricos en selenio: Plantación de cultivos enriquecidos con selenio, Paisaje agrícola rural, Sendero, Campamento y picnic en bloque comercial. Además, incluye Centro de pruebas

- de selenio, Centro de Investigación Agrícola, Ciencia Agrícola Enriquecida con selenio, Comidas enriquecidas con selenio y Apartamentos Experience Experts
- Moteles y estación de autos: Área de servicio, Zona de alojamiento boutique y Zona de acampada en la jungla. En este caso, se pretende maximizar una experiencia de lujo en alojamientos que imitan la arquitectura tradicional
 - Campos rurales: recreación de actividades propias de la agricultura tradicional. En esta área, se prevé puedan realizarse excursiones para visitar a los lugareños en sus tareas cotidianas

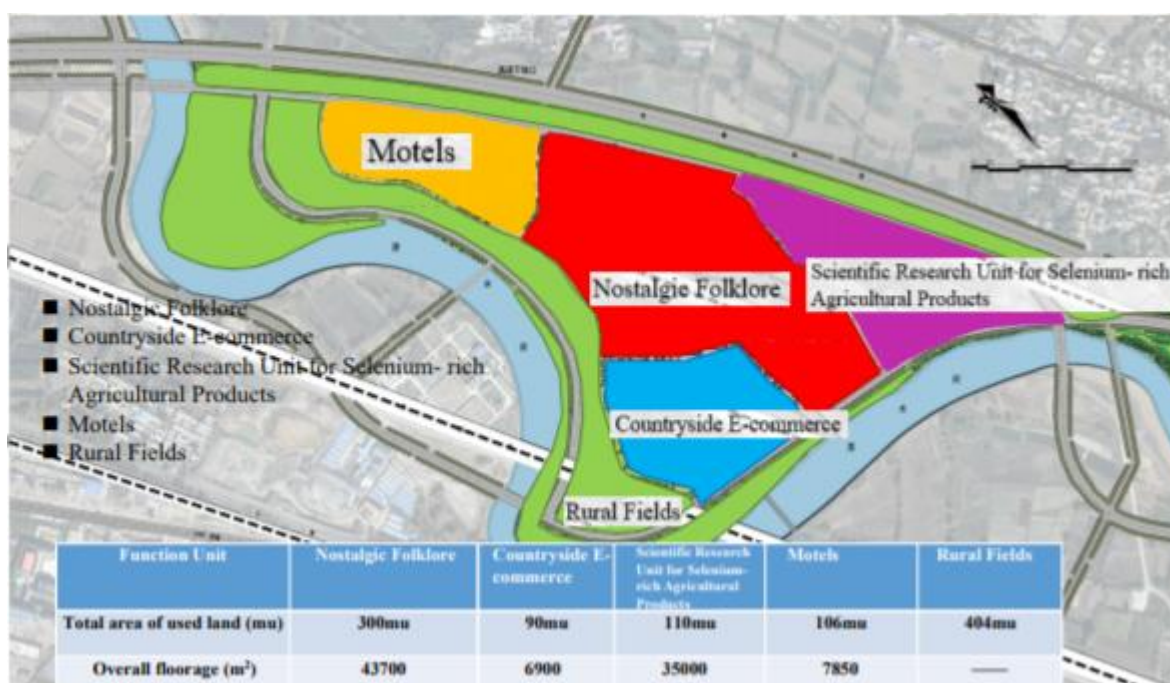


Fig. 1 - Estructura espacial turística de Pingan Yuanjiacun

Fuente: Tomado de Plan de Desarrollo 2030 (Shaanxi Sanchuan Urban Planning and Design, 2015)

La urbanización del entorno rural y la mercantilización de la cultura, que intenta refinarla para hacerla más atractiva para los visitantes, es uno de los riesgos de mayor significación del actual proyecto de desarrollo. Esto conduce a insistir en el turismo cultural rural para potenciar el desarrollo local y evitar los impactos negativos que puede ocasionar el arribo masivo y descontrolado de visitantes.

Análisis de las encuestas a visitantes

La encuesta a visitantes comprendió un total de 383 participantes. El 88 % de los visitantes encuestados son chinos, el 10 % de países fronterizos (integrantes de la Nueva Ruta de la Seda) y el 2 % restante reside en otros países. El 80 % de los encuestados tiene entre 26 y 65 años, es decir, se ubican en un rango de edad laboral, lo que resulta positivo, en tanto tienen ingresos estables. El 16 % tiene menos de 25 años y solo el 4 % tiene más de 65 años de edad. Los visitantes mantienen un alto nivel de escolaridad, reflejado en que el 63 % son profesionales o técnicos, el 27 % tienen estudios secundarios y el 10 % de nivel primario. El 64 % de los encuestados están casados, el 16 % son solteros y el resto (20 %) manifiesta otra forma de unión. Del total de respuestas, el 60 % afirma que es la primera vez en la provincia y el 94 % que es su primera ocasión en la Aldea, manifestando como motivos de viaje principales, el hacer turismo de naturaleza (47 %) y turismo cultural (40 %); un 13 % responde que sus motivaciones de viajes son otras, sin especificar. Esta respuesta indica que la Aldea no tiene claramente definido su tipología de producto diferenciador, ni una política comercial orientada hacia sus mercados meta.

Los atributos de mayor significación durante la visita a la Aldea son su seguridad y comodidad (98 % y 96 % respectivamente), la sensación de calidez y la adecuada relación calidad-precio (ambas con 74 %), aspectos que, sin duda, deben permanecer como calificativos del destino (Fig. 2).

Sin embargo, frente a estos porcentajes de aprobación, se presentan como mayores insatisfacciones la poca originalidad (77 %) y la falsedad del producto (63 %), aspectos que condicionan, además, las respuestas relacionadas con el deseo de repetir la visita (el 78 % no lo haría) o del 65 % que no recomendaría la Aldea a otra persona. Estos porcentajes fundamentan, además, la percepción de una baja relación entre la naturaleza y la cultura local, evidenciado por el 64 % de los encuestados. Razones como la similitud del producto frente a otros del mismo tipo en la región, poca o nula diferenciación en aspectos culturales, gastronómicos o artesanales, son las que alegan los visitantes.

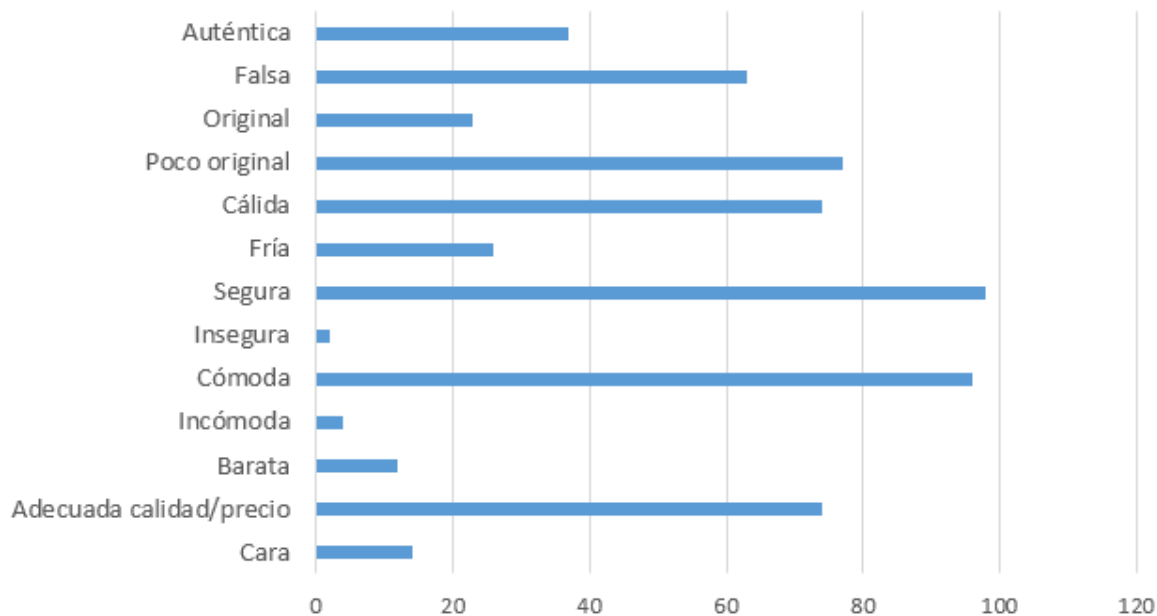


Fig. 2 - Evaluación de Atributos del Proyecto de Desarrollo

Fuente: Elaboración propia a partir de encuestas aplicadas

Los elementos enunciados desembocan en que el 51 % de los visitantes esté medianamente satisfecho con su visita, cifra que resulta alarmante si a ella se le adiciona el 21 % que manifiesta estar insatisfecho o poco satisfecho, lo que agrupa al 72 % de los encuestados. Solo el 28 % refiere estar satisfecho o muy satisfecho con la visita. Por lo general, quienes evaluaron la estancia en las escalas correspondientes a los niveles inferiores pertenecen al sector profesional y se desempeñan, mayormente, en el ámbito de la investigación y el periodismo.

Los resultados de la encuesta evidencian que más allá de los aspectos positivos enunciados y en contra de las expectativas de la directiva del proyecto, la sostenibilidad del programa de desarrollo turístico en el mediano y largo plazo puede peligrar.

Análisis de las encuestas de los pobladores

Para la realización de la encuesta a la población, se seleccionó a un representante de cada una de las familias de la aldea, para un total de 572 encuestas.

El 66 % de los encuestados son hombres, el 80 % tiene entre 26 y 65 años de edad (aunque el 60 % se concentra entre los 46-65 años), el 46 % tiene estudios secundarios como nivel de escolaridad alcanzado y el 52 % está casado.

El 53 % de los participantes en la encuesta declaró ser el sostén económico de su familia y se pudo constatar el fenómeno del nido vacío: las familias no se hallan en presencia de jóvenes profesionales, sino que son constituidas mayormente por padres y abuelos.

Con respecto a las profesiones/ocupaciones, las más repetidas son agricultor(a), costurera y vendedor y se verifica que el 99 % de las familias no tiene algún puesto o negocio en la Aldea, destacando que solo 8 (para un 1 %) participan activamente del proyecto como propietarios de pequeños puestos de ventas de productos agrícolas o textiles.

Es preciso destacar la coincidencia en la relevancia de atributos como la seguridad y la comodidad (88 % y 84 % respectivamente) señalada tanto por residentes como por visitantes, mientras que la Aldea resulte poco original (89 %) y que el producto sea falso (87 %) vuelven a resaltar como las principales debilidades del proyecto de desarrollo turístico (Fig. 3).

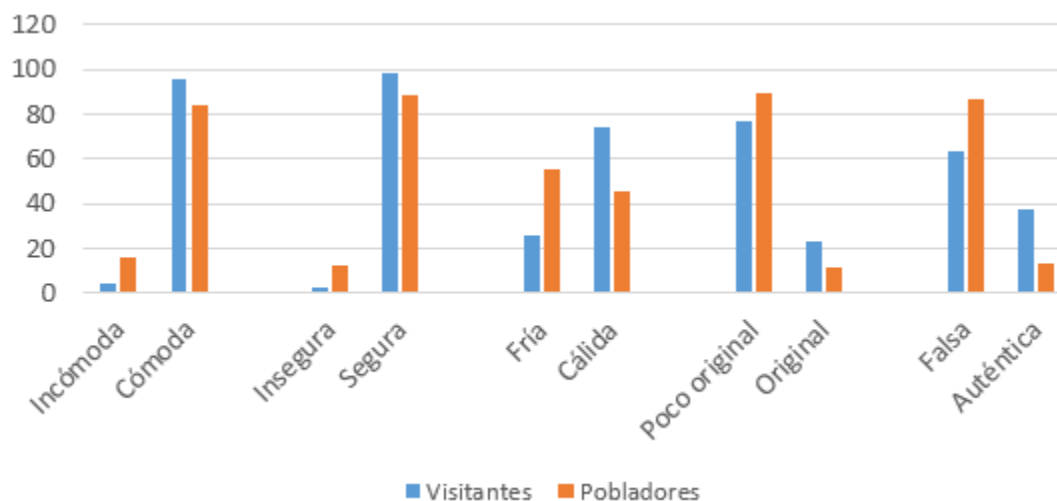


Fig. 3 - Comparación de criterios descriptivos de la aldea por los visitantes y los pobladores

Fuente: elaboración propia a partir de encuestas aplicadas

Estas afirmaciones se sustentan en que el 98 % de los encuestados considera que la Aldea no conserva su identidad histórica, por lo que el 100 % de los residentes no se sienten identificados con el nuevo paisaje y el lugar. Los resultados se enfocan, además, hacia el aumento en el costo de la vida, en tanto el 70 % de los residentes manifiestan que es cara.

El nivel de satisfacción con los cambios ocurridos en la Aldea puede considerarse bajo, considerando que el 82 % de los encuestados refiere entre un bajo y mediano nivel de satisfacción, solo el 13 % se considera muy satisfecho. Estas respuestas se relacionan con el hecho de que el 100 % manifiesta que sus criterios no fueron escuchados para la construcción del proyecto y que aún en la actualidad su nivel de interacción con los desarrolladores es nulo, de manera que la escasa participación local no solo es visible en la distribución de empleos, sino también en la toma de decisiones con respecto al rumbo del proyecto, tanto conceptual como constructivamente.

Los pobladores han expresado que, si bien se sienten a gusto con los beneficios que ha traído la urbanización a la aldea, han dejado de verse identificados con el paisaje y el lugar, como ya se comentó. Los beneficios directos de la presencia del proyecto de desarrollo en la Aldea están en relación, mayormente, con los pagos por cesión de tierras que han recibido las familias por parte de los inversionistas del proyecto.

El 98 % de los encuestados considera que no participa de las actividades económicas o culturales de la aldea, si bien el 67 % expresó que considera que su conocimiento de la cultura local puede mejorar la imagen y la oferta turística. Sobre la voluntad de participar (más) de las actividades económicas o culturales de la aldea, los encuestados respondieron afirmativamente en el 95 % de los casos.

Entrevistas con los directivos de la Empresa Haidong Yuanjia Village Cultural Tourism Co., Ltd.

Haidong Yuanjia Village Cultural Tourism Co., Ltd. es una empresa china constituida en septiembre de 2016 que se dedica principalmente a la operación del negocio del turismo cultural correspondiente a la aldea de Yuanjia de Haidong. Sus principales negocios incluyen la operación de áreas escénicas, el negocio de catering hotelero, la venta de productos de viajes y el negocio de paisajismo. Es la responsable de la unidad de

construcción de la Estación de Pingan, así como su principal inversora, recaudadora y promotora del Plan de Desarrollo. Las entrevistas y reuniones con los gerentes generales de la empresa (8 en total) fueron determinantes para conocer la forma organizativa en su interior y los requisitos para la contratación del personal. Si bien el esquema de funcionamiento interno está pensado para cubrir apropiadamente la construcción, operación y administración de este proyecto, se hace notar la ausencia, en los requisitos de contratación de personal, de elementos fundamentales como poseer conocimientos sobre las condiciones históricas, sociales y culturales de la región seleccionada para su desarrollo.

Tampoco fue considerada como parte del proceso de planificación conceptual del proyecto la implicación de los habitantes de la localidad. Si bien la puesta en funcionamiento, hasta la fecha, ha creado más de 2 000 puestos de trabajo, a raíz de la introducción de varios tipos de operadores de *catering* y servicios y de la contratación de personal, la mayor parte de estos puestos de trabajo están ocupados por trabajadores migrantes que provienen de aldeas y ciudades vecinas, que han llegado hasta la aldea para establecerse y comenzar sus propios negocios.

Las entrevistas a directivos de la Empresa arrojaron que el mercado objetivo del proyecto turístico se basó en criterios como los diferentes tipos de fuentes emisoras de turistas en la provincial de Qinghai, los diferentes tiempos de estadía y los diferentes métodos de consumo; en base a ello, se distinguieron como mercados meta los siguientes:

- I. Segmento de mercado vacacional, con estadías entre 1 y 2 días en la provincia y a una distancia de recorrido menor a 300 kilómetros. Así mismo, pretende ser el lugar de elección obligada de los turistas nacionales que deseen desarrollar turismo cultural con intención de sumergirse en la cultura del área de Hehuang y del antiguo puesto de Pingan
- II. Turistas internacionales que visiten la Ruta antigua Tangbo, funcionando como una estación de ocio
- III. Turistas de paso hacia el Tíbet, Nepal, la India y otros países desde el interior de China, en tanto Qinghai y Pingan constituyen nodos importantes para los turistas nacionales y extranjeros

- IV. Destino preferencial para visitantes motivados por la compra de productos agrícolas y ganaderos enriquecidos con selenio

Análisis de aspectos vinculados a la oferta turística cultural

Como parte de las visitas y recorridos, se pudo constatar que, aunque son realmente óptimos el diseño de instalaciones de servicios turísticos, la planificación de infraestructuras turísticas, la planificación de la seguridad turística y el diseño y la calificación del área escénica, en la placa folclórica, los recursos culturales tradicionales se utilizan básicamente como productos de comercialización.

No existe una integración adecuada de elementos en la conformación de la oferta. El bordado étnico, la escultura, el corte de papel y el tejido que representa las características de Qinghai e, incluso, el famoso arte thangka no se han integrado completamente en todo el modelo de desarrollo de la industria cultural.

A juzgar por el nombre del proyecto, el lugar escénico es un conjunto orgánico de la cultura del área Hehuang, sin embargo, aún ese objetivo no ha sido completado, en tanto los elementos culturales se muestran como decorativos, sacados de su contexto natural y vueltos a colocar de manera artificial en un costoso complejo estéril, impoluto y frío.

Por demás, la ruta turística de todo el lugar escénico es relativamente corta y el recorrido se completa básicamente en menos de media hora. La mayoría de los turistas abandonaron el lugar escénico una vez concluido.

Por otra parte, la construcción actual de Pingan Yuanjia no permite apreciar el encanto del paisaje pastoral y el "sabor local". Por lo general, los turistas que visitan la zona rural consideran ambos atributos entre los principales atractivos del turismo rural. Sin embargo, los visitantes del lugar escénico Yuanjia Village, en Qinghai, apenas pueden disfrutar del paisaje natural y cultural de la Estación.

Luego de que se han iniciado las tareas de remodelación espacial, hasta la fecha, se han transformado accidentes geográficos y se han devastado grandes extensiones de paisajes pastorales. Por otra parte, aunque se puede percibir la cultura local de Qinghai

a través de un edificio o un plato de fideos, la falta del auténtico sabor local es algo referido marcadamente. Los turistas refieren que no hallaron, durante su visita a la Estación, elementos suficientes que despertaran su interés particular.

Al ser la Estación de Pingan una síntesis de las culturas de los alrededores, absorbe en sus diseños las características de las ciudades antiguas y los pueblos pequeños cercanos, hasta repetir los elementos distintivos de cada uno de ellos y mezclarlos para generar un producto amorfo. Lo antes mencionado está relacionado con el hecho marcadamente señalado de que Pingan Yuanjiacun parece ser una versión de museo condensada donde uno puede encontrar o conocer muy variados elementos, pero ninguno conserva la vida y, por demás, han sido milimétricamente encajados en una vitrina.

En resumen, en la práctica, la investigación refiere que el proyecto de desarrollo de Pingan Yuanjiacun imita la zona escénica y el tipo de actividad de la Aldea, sin embargo, el paisaje y el modelo se han copiado a ciegas, lo cual ha llevado a una grave homogeneización y a la falta de características propias. Por demás, no han sido tenidos en cuenta los elementos que conforman la estructura social y los modos de relacionamiento autóctonos. No se aprecia interés en rescatar las normas que conforman el espíritu o el alma de la comunidad que son, en definitiva, las que harían sentir a los visitantes en un hogar lejos del suyo, donde existen reglas y patrones visibles que motivan el trato como parte de un intercambio recíproco y no solamente como parte de un negocio pintoresco. Puede afirmarse que no hay evidencias de cumplimiento del principio de la integración como base conceptual de la formulación turística de la Nueva Ruta de la Seda y del turismo cultural rural.

De no tomarse en consideración los aspectos referidos en la investigación, se corre el riesgo de no lograr la sostenibilidad del proyecto de desarrollo turístico en Pingan Yuanjiacun.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anguiano Roch, E. (2019). *La iniciativa de la franja y la ruta: Una evolución visible*. Ciclo de conferencias China - México. Universidad Nacional Autónoma de México.
https://dusselpeters.com/CECHIMEX/20190410_Anguiano_Roch_BRI.pdf
- Barrado Timón, D. A., & Castiñeira Ezquerro, M. (2001). *El turismo rural como turismo cultural: Su papel en la conversación, transmisión y formación de la imagen rural*. VI Coloquio de Geografía Urbana. Asociación de Geógrafos Españoles.
<http://www.cervantesvirtual.com/obra/el-turismo-rural-como-turismo-cultural-su-papel-en-la-conversacin-transmision-y-formacin-de-la-imagen-rural-0/>
- Consejo de Estado de la República Popular China. (2019). *Estrategia de la integración y la cooperación turística regional*. Buró Político del Comité Central del Partido Comunista de China.
- Djankov, S. (2016). The Rationale behind China's Belt and Road Initiative. En S. Djankov & S. Miner (Eds.), *China's Belt and Road Initiative. Motives, Scope and Challenges* (pp. 6-10). Peterson Institute for International Economics.
<https://www.piie.com/publications/piie-briefings/chinas-belt-and-road-initiative-motives-scope-and-challenges>
- Grefi. (2019). *El rol de América Latina y el Caribe en la iniciativa de la Franja y la Ruta y la estrategia política de China hacia la región*. Grupo Regional sobre Financiamiento e Infraestructura. <https://grefi.info/el-rol-de-america-latina-y-el-caribe-en-la-iniciativa-de-la-franja-y-la-ruta-2/>
- Grieger, G. (2016). *One Belt, One Road: China's regional integration initiative*. European Parliamentary Research Service.
[http://europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI\(2016\)586608](http://europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2016)586608)

- Jingping, X. (2014). *El sueño chino de la gran revitalización de la nación china*. Departamento de Estudios Documentales adjunto al Comité Central del Partido Comunista de China. Ediciones en Lenguas Extranjeras.
- Lahtinen, A. (2010). *Governance Matters: China's Developing Western Region with a Focus on Qinghai Province* [Doctoral dissertation, Institute for Asian and African Studies, University of Helsinki]. <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/19191>
- Muñoz Wilches, L. A. (2000). *El nuevo rol de lo rural*. Seminario Internacional de Desarrollo Rural, Boogotá, Colombia.
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/rjave/mesa1/munoz.pdf>
- Oficina del Grupo Dirigente de Fomento de la Construcción de la Franja y la Ruta. (2017). *Construcción Conjunta de "la Franja y la Ruta": Concepto, práctica y contribución de China* (Beijing, China). Ediciones en Lenguas Extranjeras. Ltda.
https://www.followingthemoney.org/wp-content/uploads/2017/06/2017_Leading-Group-for-the-BRI_Building-the-Belt-and-Road_S.pdf
- Schulz, J. S. (2019). *La Nueva Ruta de la Seda. Universalismo y pluriversalismo para un nuevo orden mundial*. X Simposio Electrónico Internacional sobre Política China, Argentina. <https://politica-china.org/areas/politica-exterior/la-nueva-ruta-de-la-seda-universalismo-ypluriversalismo-para-un-nuevo-orden-mundial>
- Shaanxi Sanchuan Urban Planning and Design. (2015). *Yuanjiacun Village Hehuang Impression Conceptual Planning of the Project*. Distrito Pingan Yuanjiacun Qinghai.

Conflicto de intereses:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores:

Kang Min diseñó el estudio, estuvo implicada en la recogida, el análisis e interpretación de los datos y elaboró el borrador.

Clemente Hugo Ramírez Frías estuvo implicado en el análisis e interpretación de los datos y elaboró el borrador.

Ambos autores revisaron la redacción del manuscrito y aprueban la versión finalmente remitida.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional

Copyright (c) Kang Min; Clemente Hugo Ramírez Frías