



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

Escuela Politécnica Superior de Gandia

Propuestas para la optimización de la visibilidad y
promoción turística de la Carretera Nacional 318 de China

Trabajo Fin de Grado

Grado en Turismo

AUTOR/A: Sun, Huajun

Tutor/a: Canós Darós, Lourdes

Cotutor/a: Pons Morera, Carlos

CURSO ACADÉMICO: 2023/2024



Resumen

¿Puede China establecer una ruta de peregrinación a la altura del Camino de Santiago en España? Este Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo mejorar la visibilidad de la Carretera Nacional 318 de China, que destaca por su rico trasfondo cultural, su atmósfera religiosa y sus recursos naturales. Primero, se procede a comprender las ventajas y desventajas, así como el potencial de desarrollo y las amenazas, a través de la definición y clasificación de los recursos turísticos en la ruta seleccionada. Posteriormente, se focaliza en el grupo objetivo de la ruta turística, investigando el perfil del turista mediante encuestas y entrevistas. Seguidamente, se lleva a cabo un análisis documental para evaluar el impacto sociocultural y económico que estas actividades turísticas pueden tener en la comunidad local. Se proponen estrategias efectivas de marketing turístico, respaldadas por el análisis de casos relevantes. Finalmente, se formulan propuestas de mejora de la infraestructura turística con el objetivo de fomentar la innovación y promover el desarrollo sostenible.

Palabra clave: Carretera nacional 318 de China, turismo cultural, turismo de naturaleza, ecoturismo, desarrollo sostenible, ruta de peregrinación, marketing turístico, ruta senderista.

Abstract

Can China establish a pilgrimage route to match the Camino de Santiago in Spain? This project aims to enhance the visibility of China's National Highway 318, which stands out for its rich cultural background, religious atmosphere, and natural resources. First, the advantages and disadvantages, as well as the development potential and threats, are analyzed through the definition and classification of tourist resources along the selected route. Subsequently, the focus shifts to the target group of the tourist route, investigating the tourist profile through surveys and interviews. Next, a documentary analysis is



conducted to assess the socio-cultural and economic impact that these tourism activities may have on the local community. Effective tourist marketing strategies, supported by the analysis of relevant cases, are proposed. Finally, proposals for tourist infrastructure are formulated with the aim of promoting innovation and improving sustainable development.

Keywords: China National Highway 318, cultural tourism, nature tourism, ecotourism, sustainable development, pilgrimage route, tourist marketing, hiking trail.



Índice

1. INTRODUCCIÓN	7
1.1 Justificación	7
1.2 Objetivos	8
1.2 Metodología	8
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1 Fundamentos de marketing turístico	10
2.2 Transformación del turismo en China: viajes personalizados y de autorrealización	11
3. ANÁLISIS DE RECURSOS TURÍSTICOS	12
3.1 Identificación y clasificación de los recursos turísticos.....	12
3.1.1 Recursos naturales y paisajísticos destacados.....	13
3.1.2 Patrimonio cultural y religioso en la Carretera Nacional 318	14
4. PERFIL DE TURISTAS EN LA CARRETERA NACIONAL 318.....	17
4.1 Análisis demográfico de los visitantes.....	17
4.2 Comportamiento de los turistas.....	21
4.2.1 Motivaciones de viaje	21
4.2.2 Duración típica y preferencias de organización de viajes	23
4.3 Análisis de demanda.....	24
5. IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD LOCAL	26
5.1 Evaluación de los impactos.....	26
5.1.1 Impacto económico.....	26
5.1.2 Impacto socio-cultural.....	28
5.1.3 Impacto medioambiental	30



6. PROPUESTA DE MARKETING TURÍSTICO	32
6.1 Casos de éxito de marketing turístico	32
6.2 Posicionamiento y propuesta de Valor.....	34
6.3 Estrategias de producto.....	35
6.4 Tácticas de Marketing.....	39
7. MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS Y DESARROLLO SOSTENIBLE.....	42
7.2 Propuesta Estratégica para el Desarrollo de Infraestructura Sostenible.....	43
8. ANÁLISIS DAFO.....	42
8.1 Debilidades y amenazas de la ruta turística.....	44
8.2 Fortalezas y oportunidades de desarrollo.....	45
8.3 Evaluación de potencialidad y viabilidad	46
9. CONCLUSIONES	48
10. BIBLIOGRAFÍA	49
11. ANEXO I	54

Índice de figuras

Figura 1 Ruta Sichuan- Tíbet. Adaptado de Google Map (s.f).....	12
Figura 2. El Palacio Potala. Extraído de Sitio web de turismo de Tíbet (s.f).	15
Figura 3. Los thang- ga del templo de Jokhang. Extraído del Sitio web oficial del gobierno municipal de Lhasa (s.f).....	15
Figura 4. La característica representativa de los turistas de la Carretera Nacional 318. Adaptado de la Investigación sobre la evaluación de la satisfacción turística del área Sichuan-Tíbet, de Lan y Chen (2020).	18



Figura 5. La distribución y las profesiones de los turistas de la Carretera Nacional 318. Adaptado de la Investigación sobre la evaluación de la satisfacción turística del área Sichuan-Tíbet, de Lan y Chen (2020).	18
Figura 6. Alta diversidad ocupacional de los peregrinos del Camino de Santiago. Adaptado de Statista (2020).....	20
Figura 7. Las Motivaciones de los turistas en la Carretera Nacional 318 de China. Adaptado de Lan (2019), estudio sobre el desarrollo del turismo autónomo en la zona de Tíbet.	21
Figura 8. Las principales razones por las que los turistas eligieron Santiago de Compostela en 2018. datos extraídos de Statista (2019).....	22
Figura 9. Organización de Viaje. Adaptado de la Investigación sobre las características de los turistas en la línea Sichuan-Tíbet de la Carretera Nacional 318. (Xiong, 2020).	23
Figura 10. Número de turistas recibidos e ingresos por turismo en tres prefecturas. Adaptado de Jiang, (2021), Investigación sobre el turismo ecológico que impulsa la revitalización rural en zonas de minorías étnicas en el oeste de Sichuan.	26
Figura 11. Llegada de turistas al condado de Daocheng (2014-2019). Adaptado del Informe de Trabajo del Gobierno del Condado de Daocheng (2020)....	27
Figura 12. El corredor exterior de las casas tibetanas en Shangri-La. Extraído del Estudio sobre las características de los elementos culturales de las viviendas tibetanas en la región de Shangri-La. (Zhao, 2020).	29
Figura 13. La ropa tibetana. Extraído de Xiaohongshu. (2023).	30
Figura 14. La credencial oficial distribuida por la Catedral de Santiago. Extraído del sitio web de Albergues de Camino de Santiago (2024).	33
Figura 15. Thang-ga pintada a mano. Extraído del Xiaohongshu, por Museo de Arte Thang-ga (2023).....	33
Figura 16. El Monte Kailash. Extraído de Xiaohongshu (2023).	36



Figura 17. El Glaciar Midui. Extraído de Red de Turismo del Tíbet, (2020).	37
Figura 18. Carne de kham yak. Extraído de Red de medios Khamba (2014). ..	38
Figura 19. Bordado Qiang. Adaptado de Baidu (s.f).....	41
Figura 20. Bolsa de embalaje con patrones de la etnia Yi. Extraído de Xiaohongshu, (Marca Qien, 2023).....	42

Índice de tablas

Tabla 1. Clasificación de método cuantitativo y método cualitativo en el trabajo	9
Tabla 2. Recursos naturales a lo largo de la Carretera nacional 318	13
Tabla 3. Patrimonio cultural y religioso a lo largo de la Carretera nacional 318	16
Tabla 4. Duración típica del recorrido en la Carretera Nacional 318.....	23
Tabla 5. Ingresos brutos por turismo y su contribución al PIB en el condado de Daocheng	27



1. INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación

Con la apertura de la nueva política turística hacia los turistas extranjeros, China se ha convertido en uno de los destinos turísticos más populares y vibrantes de la actualidad (Trove Tourism Development Advisors, 2023). China no solo cuenta con vastos territorios y abundantes recursos turísticos, sino que también ofrece una profundidad cultural y una diversidad ecológica que lo hacen único. Más allá de los típicos recorridos urbanos, explorar la rica y variada cultura china, así como la ecología única de sus diversas regiones, representa una experiencia profundamente enriquecedora.

La Carretera Nacional 318, situada en la región de Sichuan-Tíbet, es un ejemplo destacado de este vasto patrimonio natural y cultural. Esta ruta no solo ofrece paisajes impresionantes, sino que también es hogar de diversas culturas minoritarias étnicas que enriquecen aún más su entorno. Por lo tanto, el resultado deseado de este estudio es mejorar la visibilidad y la promoción turística de la Carretera Nacional 318. Se busca facilitar que un número mayor de turistas descubran y disfruten de los impresionantes paisajes naturales y del rico patrimonio cultural que esta ruta ofrece, contribuyendo así al desarrollo sostenible y al reconocimiento internacional de este valioso recurso turístico en China.



1.2 Objetivos

Objetivo principal

- Elaborar una propuesta para aumentar la visibilidad de la Carretera Nacional 318 de China.

Para poder alcanzar el objetivo principal del proyecto, se han propuesto, a su vez, los siguientes **objetivos específicos**:

- Analizar los recursos turísticos locales para impulsar la identificación y clasificación de los recursos.
- Investigar los perfiles de los turistas y las tendencias emergentes mediante las encuestas a turistas y revisión de literatura.
- Evaluar la interacción entre las turistas y las comunidades locales desde la dimensión sociocultural.
- Sugerir estrategias de marketing efectivas como parte integral de un plan, basadas en el análisis de estudios de casos similares.
- Presentar una propuesta de mejora de la infraestructura turística, enfocada en el desarrollo sostenible, basada en la evaluación de la infraestructura turística existente.

1.2 Metodología

La metodología empleada para alcanzar los objetivos establecidos se basa en un enfoque mixto que combina tanto métodos cualitativos como cuantitativos, como se ve en la Tabla 1, con el propósito de obtener un conocimiento detallado sobre la propuesta de renovación de la Carretera Nacional 318 de China.

Tabla 1. Clasificación de método cuantitativo y método cualitativo en el trabajo

Método	Descripción
Cuantitativo	
Encuestas	Datos demográficos y preferencias de turistas en la Carretera Nacional 318.
Análisis de contribución económica	Datos que reflejan la contribución del turismo en las regiones a lo largo de la Carretera Nacional 318.
Cualitativo	
Análisis de recursos turísticos	Clasificación y análisis de los recursos turísticos en la Carretera Nacional 318.
Análisis cruzado	Evaluación de la interacción entre turistas y comunidades locales, comparando con el Camino de Santiago.
Análisis de casos	Casos de marketing turístico del Camino de Santiago aplicados a la Carretera Nacional 318.
Análisis DAFO	Evaluación de la potencialidad y viabilidad del desarrollo turístico en la Carretera Nacional 318.

Nota: Elaborado en base al contenido del artículo.

El análisis de recursos turísticos se enfocó en la clasificación y evaluación de los atractivos y servicios a lo largo de la Carretera Nacional 318. Este estudio permitió identificar y categorizar las diversas ofertas turísticas disponibles en la región, proporcionando una base detallada para comprender la oferta turística existente.

Para investigar los perfiles de visitantes y las tendencias turísticas, se emplearon métodos cuantitativos y cualitativos. Los métodos cuantitativos incluyeron encuestas para recopilar datos demográficos y preferencias, como edad, profesión, nivel educativo, salario y motivaciones de los turistas. Los métodos cualitativos, por otro lado, evaluaron la interacción entre los turistas y las comunidades locales desde una perspectiva sociocultural. Este enfoque combinado permitió obtener una visión integral y detallada de los comportamientos turísticos y su impacto en las comunidades locales.



Mediante el análisis de ejemplos prácticos y datos, se desarrollaron estrategias de marketing efectivas para aumentar la influencia de esta ruta. Posteriormente, la propuesta para mejorar la infraestructura turística se formuló tras analizar la demanda futura, adoptando un enfoque de desarrollo sostenible. Finalmente, se llevó a cabo un análisis utilizando herramientas como el análisis DAFO, identificando debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, consolidando así el resultado deseado.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentos de marketing turístico

El marketing turístico se define como el conjunto de actividades, estrategias y técnicas utilizadas para identificar, anticipar y satisfacer las necesidades y deseos de los turistas, promoviendo destinos y productos turísticos. Según Middleton y Clarke (2001), implica la investigación de mercados, el desarrollo de productos atractivos, la promoción y distribución de estos productos, y la gestión de la experiencia del turista. El objetivo es crear valor tanto para los turistas como para las empresas y destinos, asegurando la sostenibilidad y el desarrollo a largo plazo del sector.

En China, el marketing turístico se enfoca en segmentar el mercado y posicionar estratégicamente los destinos para satisfacer las diversas necesidades de los turistas. La promoción se realiza a través de canales tradicionales y plataformas digitales como TikTok y Weibo, con un enfoque particular en la gestión de la reputación online. Se destacan productos turísticos innovadores y experiencias únicas, mientras que la tecnología, como aplicaciones móviles y plataformas de reserva en línea, facilita la planificación y reserva de viajes. Además, se promueve la sostenibilidad y la responsabilidad social como parte integral de las estrategias de marketing turístico en el país.



2.2 Transformación del turismo en China: viajes personalizados y de autorrealización

En el libro "Experience Economy", publicado en 1998, los economistas estadounidenses Joseph Pine y James H. Gilmore introdujeron el concepto de "economía de la experiencia". Argumentaron que esta economía puede enriquecer la participación de las personas al ofrecerles experiencias personalizadas y culturalmente ricas (Pine & Gilmore, 1998). Destacaron cómo las experiencias interactivas y personalizadas agregan valor a la vida de las personas al satisfacer sus necesidades de experiencias. Además, mencionaron que las experiencias que estimulan los sentidos y las emociones ahora se combinan con valores culturales, lo que permite a los consumidores recordarlas y conectar emocionalmente con ellas.

Maslow (1943) clasificó las necesidades humanas en cinco niveles: fisiológicas, de seguridad, sociales, de estima y de autorrealización. Destacó que las personas tienden a enfocarse en satisfacer las necesidades de niveles superiores solo después de haber cubierto adecuadamente las de niveles inferiores. En busca de la autorrealización, las personas aspiran a un consumo personalizado, alejándose del consumo masificado uniforme hacia un enfoque más individualizado. El cambio hacia el "consumo personalizado" responde a las transformaciones socioeconómicas en la economía de consumo, con la economía de la experiencia enfocándose en la personalización. Los consumidores ahora valoran y pagan por experiencias únicas y a medida, reflejando una evolución hacia la individualización en el consumo y la producción.

En el turismo chino, este cambio se observa claramente con el paso de un enfoque masivo a uno más individualizado, donde las experiencias personalizadas son muy valoradas. Esta evolución ha impulsado el modelo de la economía de la experiencia, subrayando la importancia de satisfacer necesidades más sofisticadas y específicas, y resaltando la demanda creciente por experiencias memorables y emocionalmente conectadas (Li & Ryan, 2018).

3. ANÁLISIS DE RECURSOS TURÍSTICOS

3.1 Identificación y clasificación de los recursos turísticos

La Ruta 318 Sichuan-Tíbet generalmente se refiere al tramo de 2142 kilómetros de la Carretera Nacional 318 que va desde Chengdu hasta Lhasa. Oficialmente abierta en 1958, la ruta sur comienza en Ya'an y se bifurca de la Carretera Nacional 108, cruzando hacia el oeste sobre la montaña Erlang. Situada en el paralelo 30 norte, la Carretera Nacional 318 es conocida como "la avenida paisajística de los chinos".

La figura 1 muestra la ruta Sichuan-Tíbet de la Carretera Nacional 318, destacando su recorrido escénico desde Chengdu hasta Lhasa.

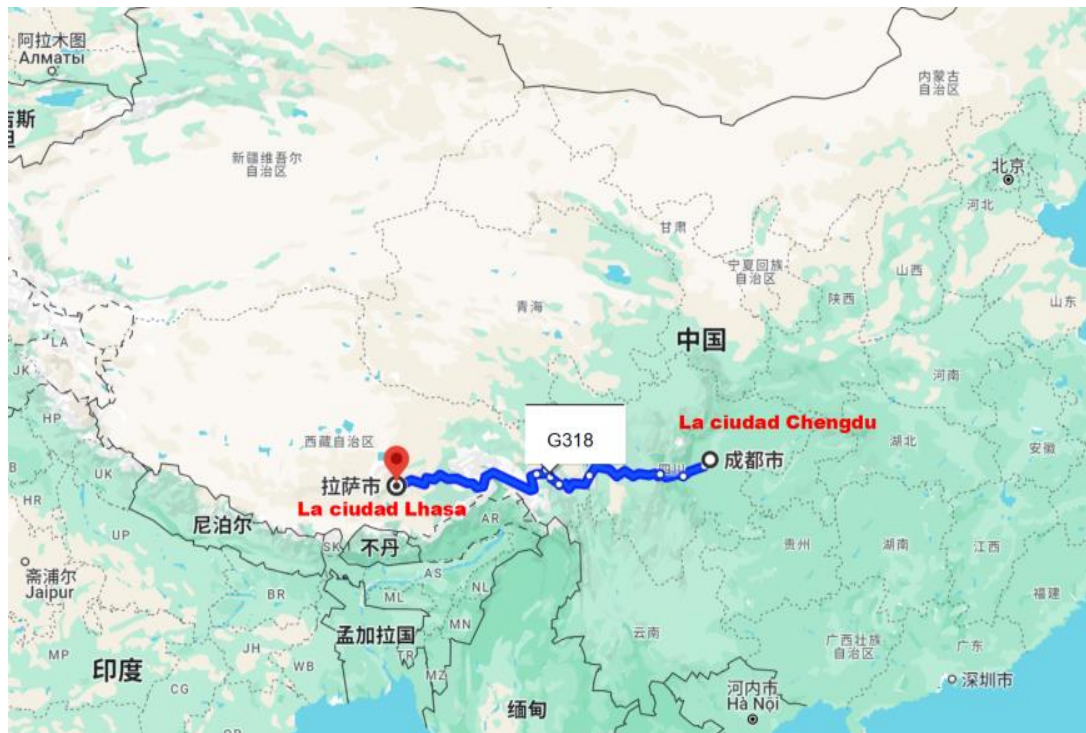


Figura 1 Ruta Sichuan- Tíbet. Adaptado de Google Map (s.f).

3.1.1 Recursos naturales y paisajísticos destacados

Tabla 2. Recursos naturales a lo largo de la Carretera nacional 318

Ciudad/ Condado	Recurso Natural y Paisajístico	Descripción
Ciudad de Chengdu	Montaña Siguniang	Reserva Natural del Panda Gigante Wolong y Área Escénica. Famosa por montañismo y reconocida como parque geológico nacional.
Ciudad de Kangding	Montaña Paoma	Área escénica con Mar Colorido, Pagoda Yongxue, Templo Zen Jixiang, entre otros.
Condado de Litang	Pradera de Maoya	Situada a 4.200 metros de altitud, destacada por su rica fauna y flora. Considerada uno de los seis pastizales más bellos de China.
Condado de Markam	Área de Conservación Nacional de los Monos Dorados en Mangkam	Protege animales de nivel nacional y sus ecosistemas, rica en diversidad biológica de montaña.
Condado de Basu	Parque Forestal Nacional del Lago Ranwu	Fuente del río Palong Zangbo, con vegetación forestal virgen y hábitat para fauna silvestre.
Condado de Pome	Glaciar Midui	Clasificado como uno de los seis glaciares más bellos de China, con picos y nieve brillando todo el año.
Ciudad de Nyingchi	Área Escénica del Lago Basom	Destino turístico nacional 5A, con montañas, lagos, bosques, cascadas, y reliquias culturales.
Ciudad de Lhasa	Área Escénica de Yamdruk Yumco	Combina lagos de meseta, montañas nevadas, islas, pastizales, aguas termales, fauna y flora silvestres, y templos.

Nota. Elaboración propia.



La riqueza de los recursos naturales reflejada en la tabla 2 muestra que la Carretera Nacional 318 no solo tiene el potencial de convertirse en una ruta espiritual, sino también en un destino ideal de ecoturismo. Los destinos destacados incluyen la Montaña Siguniang en Chengdu, la Pradera de Maoya en Litang y el Glaciar Midui en Pome, todos ellos ofreciendo una combinación única de belleza natural, biodiversidad y oportunidades recreativas.

3.1.2 Patrimonio cultural y religioso en la Carretera Nacional 318

En su tramo norte, la Carretera Nacional 318 se entrelaza con el "Corredor Zang-yi"¹, abarcando la zona cultural de Khamba. Esta ruta también coincide con el "Corredor Tíbet-Yi", que atraviesa la misma región cultural. A lo largo de este trayecto, convergen diversos grupos étnicos como los tibetanos, Qiang, Yi, Hui, Naxi, Menba, Nu, y Lhoba, creando una mezcla cultural donde la cultura tibetana es central.

Desde el condado de Luding hasta Pome, se explora la región tradicional de Kham, influenciada por la cultura de la meseta y el budismo tibetano. Desde Bomi hasta Lhasa, se ingresa al territorio tradicional Wei-tibetano, donde el budismo tibetano es el principal referente cultural.

Esta fusión de culturas étnicas y regionales ha creado un paisaje cultural único y diverso a lo largo de la Carretera 318. Por ello, es esencial explorar y comprender los diversos aspectos del patrimonio cultural tibetano presentes en esta ruta, como testimonio de la profunda conexión entre el pueblo y su entorno a lo largo de los siglos.

¹ El "Corredor Tibetano y Yi" es una región étnica que, desde la antigüedad, ha servido como ruta de tránsito y migración para numerosos grupos étnicos que han viajado y se han establecido en direcciones norte y sur.



Figura 2. El Palacio Potala. Extraído de Sitio web de turismo de Tíbet (s.f).



Figura 3. Los thang- ga del templo de Jokhang. Extraído del Sitio web oficial del gobierno municipal de Lhasa (s.f).

Tabla 3. Patrimonio cultural y religioso a lo largo de la Carretera nacional 318

Patrimonio cultural y religioso	Atractivos representativos
Budismo tibetano	<p>El Palacio Potala, ilustrado en la Figura 3, se encuentra en Lhasa. Fue construido en el siglo VII por el Rey Songtsen Gampo y tiene más de 1300 años. Es famoso por sus murales, tallas de madera y técnicas de fundición de metales, que muestran la destreza de artesanos tibetanos y de otras etnias. En 1994, fue declarado Patrimonio de la Humanidad.</p> <p>El Templo Jokhang, como se muestra en la Figura 4, está ubicado en Lhasa y tiene más de 1300 años de antigüedad. Este templo es fundamental en el budismo tibetano y su arquitectura es una fascinante mezcla de estilos del Tíbet, la dinastía Tang, Nepal e India.</p>
Thang-ga	<p>Tang-ga es una forma única de arte pictórico dentro de la cultura tibetana. Se distingue por sus marcadas características étnicas, profundo matiz religioso y estilo artístico singular, que retrata el mundo sagrado de los budas con colores vivos. Este arte se emplea en la arquitectura, siendo uno de los ejemplos más representativos. El Templo Jokhang.</p>
la Ruta del Té y el Caballo	<p>La Mina de Sal de Mangkam, ubicada en la Ruta del Té y los Caballos en el Tíbet, es un antiguo sitio de producción de sal con una rica historia. Esta ruta comercial era vital en la antigüedad, y la mina era conocida por la alta calidad de sus productos de sal. Aunque los métodos de producción y comercio han cambiado, la Mina de Sal de Mangkam sigue siendo un legado histórico y cultural que atrae a numerosos visitantes.</p>



Comida tibetana	Debido al único entorno ecológico y cultural del altiplano tibetano, la cocina tibetana se ha desarrollado de manera diferente a la de otras etnias, con una fuerte influencia de la China continental, India y Nepal, mostrando un estilo único.
-----------------	---

Nota. Elaboración propia.

4. PERFIL DE TURISTAS EN LA CARRETERA NACIONAL 318

4.1 Análisis demográfico de los visitantes

Philip Kotler ha enfatizado que "el marketing se trata de entender las necesidades y deseos del cliente y crear productos y servicios que satisfagan esas necesidades" (Kotler, 1967, p. 79). En esta parte, se aplica esta filosofía para analizar el perfil de turistas en la Carretera Nacional 318 de China, con el objetivo de identificar oportunidades y desarrollar estrategias que respondan efectivamente a las expectativas de los visitantes. Sin embargo, actualmente la Carretera Nacional 318 de China no es conocida como una ruta de peregrinación, por lo que también se adoptan los datos del caso del Camino de Santiago para hacer un análisis cruzado con el objetivo de obtener resultados más integrales y confiables.

Indicadores característicos	Categorías	Número de personas	Proporción(%)
Sexo	hombre	138	59,5
	Mujer	94	40,5
Edad	<30 años	106	45,7
	31-40 años	95	40,9
	41-50 años	27	11,6
	51-60 años	4	1,7
	>60 años	0	0
Nivel de educación	Segundaria	5	2,2
	Bachillerato	20	8,6
	Grado	189	81,5
	Máster	18	7,8
Origen geográfico	provincias occidentales	166	71,6
	otras provincias	64	27,6
	otros países	2	0,9

Figura 4. La característica representativa de los turistas de la Carretera Nacional 318. Adaptado de la Investigación sobre la evaluación de la satisfacción turística del área Sichuan-Tibet, de Lan y Chen (2020).

Indicadores característicos	Categorías(€)	Número de personas	Proporción(%)
Salario mensual	<190	29	12,5
	190-445	29	12,5
	445-695	28	12,1
	695-950	56	24,1
	>950	90	38,8
Profesión	Obreros o agricultores	4	1,7
	Soldados	0	0
	Funcionarios públicos	11	4,7
	Profesionales y técnicos	61	26,3
	Personal de gestión empresarial	29	12,5
	Empleados ordinarios de empresas	18	7,8
	Propietarios privados	53	22,8
	Jubilados	2	0,9
	Estudiantes	17	7,3
	Otros	37	15,9

Figura 5. La distribución y las profesiones de los turistas de la Carretera Nacional 318. Adaptado de la Investigación sobre la evaluación de la satisfacción turística del área Sichuan-Tibet, de Lan y Chen (2020).

El análisis demográfico de los visitantes de la Carretera Nacional 318 revela un perfil específico de turistas. El 59.5% de los visitantes son hombres y el 40.5% son mujeres. La mayoría tiene entre 31 y 40 años (40.9%) o menos de 30 años (45.7%).



En cuanto a la educación, el 81.5% posee un grado universitario y el 7.8% un título de máster. Profesionalmente, el 26.3% son profesionales y técnicos, y el 22.8% son propietarios privados. La mayoría proviene de provincias occidentales (71.6%), con un 27.6% de otras provincias de China y un 0.9% de otros países.

El análisis demográfico sugiere que actualmente, la Carretera Nacional 318 atrae principalmente a hombres jóvenes y bien educados, con ingresos relativamente altos y profesiones cualificadas. Estos hallazgos pueden orientar las estrategias de marketing y desarrollo de contenidos para satisfacer mejor las expectativas y necesidades de este perfil de visitante. Además, hay oportunidades para atraer más visitantes de otros países y diversificar la base de visitantes en términos de género y edad.

Las estadísticas de visitantes de la ruta del Camino de Santiago también se seleccionan aquí para su análisis comparativo, con el objetivo de identificar factores que puedan derivar en distintos y visitantes.

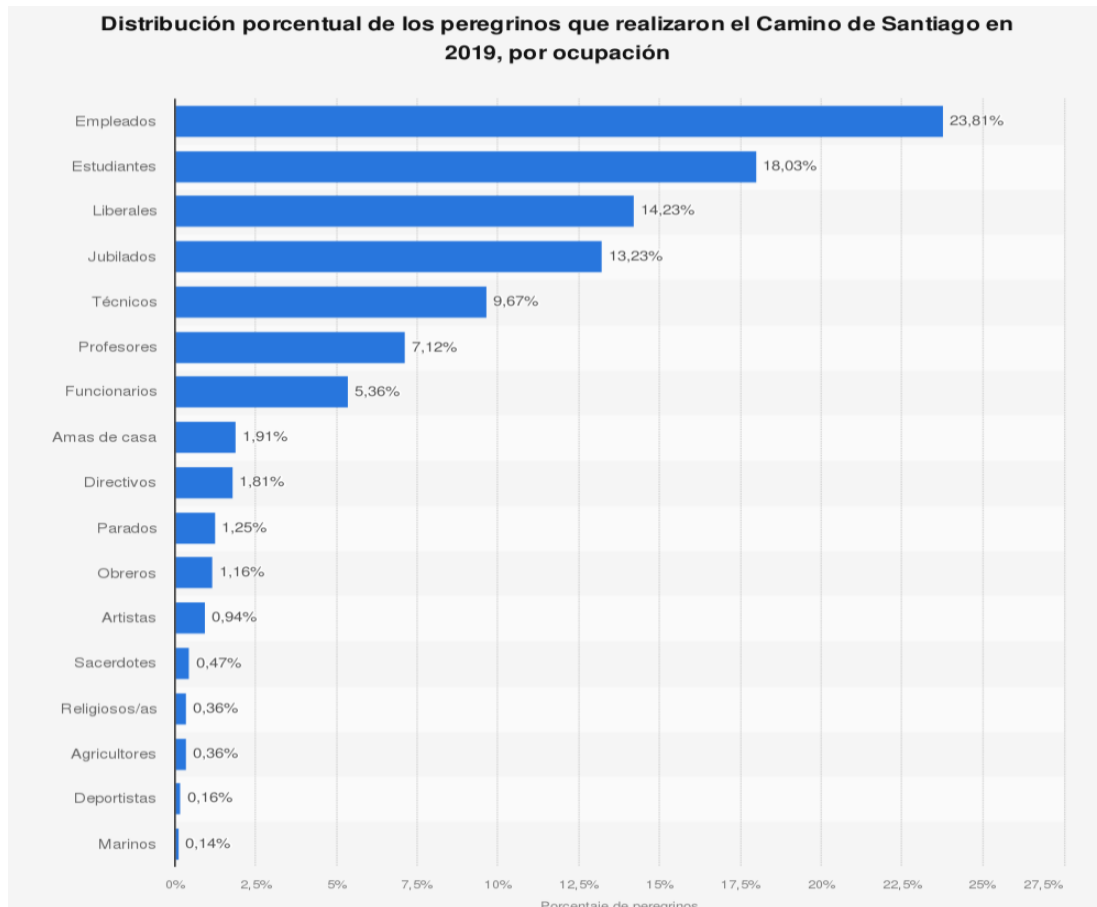


Figura 6. Alta diversidad ocupacional de los peregrinos del Camino de Santiago.

Adaptado de Statista (2020).

La diversidad ocupacional de los peregrinos del Camino de Santiago evidencia su gran atractivo para personas de todas las edades y niveles sociales. Los empleados y los estudiantes constituyen más del 40% del total de peregrinos, destacándose como los grupos mayoritarios. En contraste, la participación de artistas, sacerdotes, religiosos y marinos es menor, posiblemente debido a las exigencias específicas de sus estilos de vida y profesiones.

Aunque la Carretera Nacional 318 en China enfrenta el predominio del turismo urbano, sigue atrayendo a turistas que buscan aventuras y experiencias únicas en destinos alejados de las áreas desarrolladas (Li & Cai, 2018). En contraste, el Camino de Santiago en España es un destino de peregrinación histórico y cultural que atrae a una amplia diversidad profesional y social. Su accesibilidad e infraestructura de apoyo permiten la participación de personas de todas las edades y clases sociales. La

infraestructura de la Carretera Nacional 318 presenta desafíos logísticos y de accesibilidad que pueden desalentar a los visitantes con menos recursos o tiempo, favoreciendo a aquellos con mayores medios económicos (Chen & Huang, 2020).

4.2 Comportamiento de los turistas

4.2.1 Motivaciones de viaje

La motivación turística comprende las razones que incitan a una persona a emprender un viaje, influenciada por diversos factores psicológicos que influyen en la decisión de viajar. Aunque estas motivaciones son diversas y su enumeración puede resultar desafiante debido a su naturaleza psicológica y sociológica, es posible clasificarlas según su origen y naturaleza (Miguel, 1974).

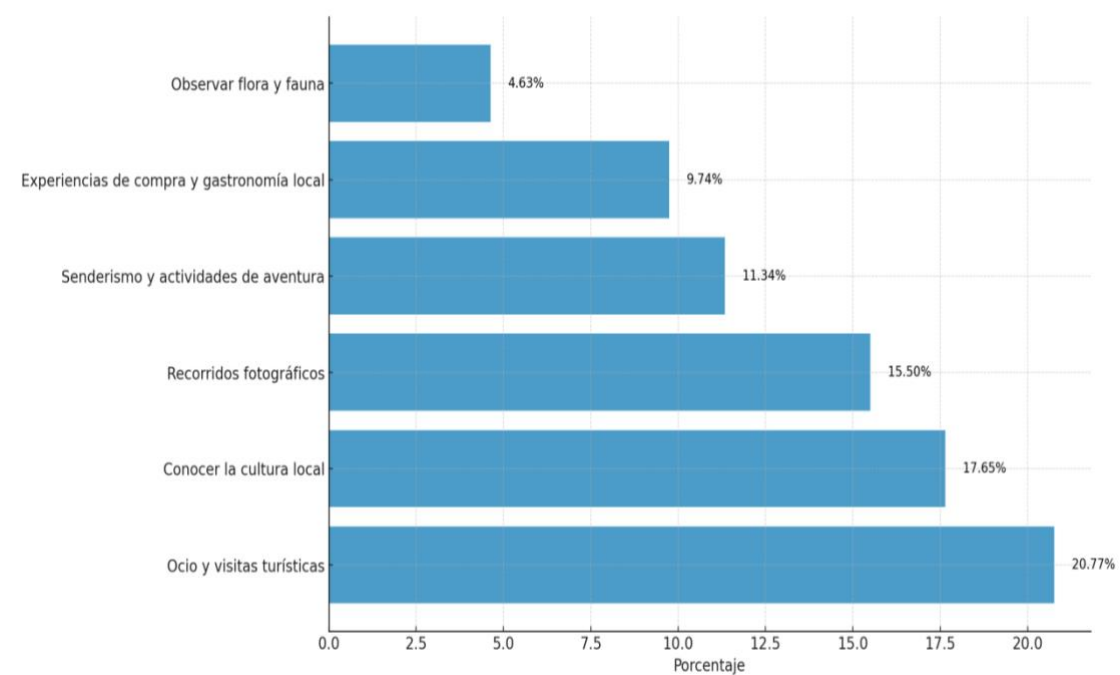


Figura 7. Las Motivaciones de los turistas en la Carretera Nacional 318 de China. Adaptado de Lan (2019), estudio sobre el desarrollo del turismo autónomo en la zona de Tíbet.

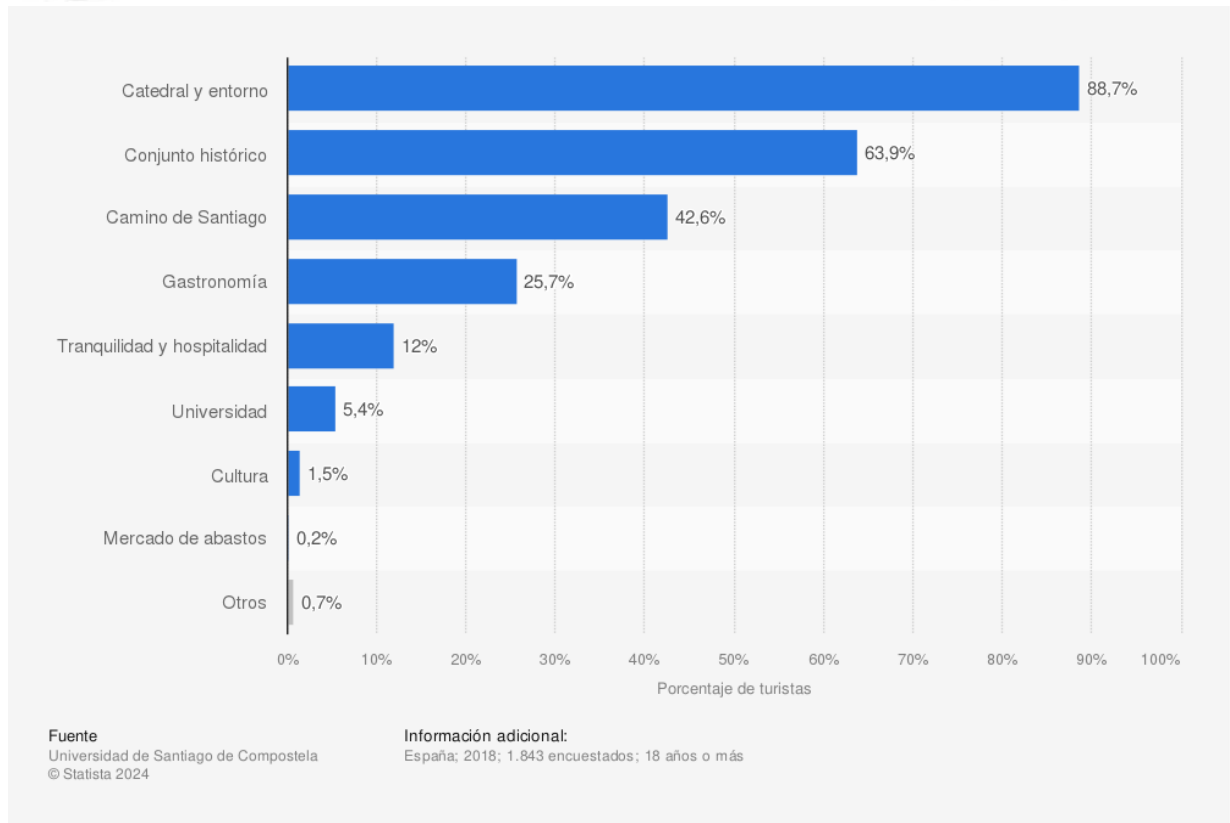


Figura 8. Las principales razones por las que los turistas eligieron Santiago de Compostela en 2018. datos extraídos de Statista (2019).

Se puede observar claramente en ambas figuras que la Carretera Nacional 318 en China se distingue por sus actividades recreativas y experiencias al aire libre, junto con un paisaje natural impresionante y una rica diversidad étnica y cultural. En contraste, Santiago de Compostela atrae a los turistas con su vasto patrimonio histórico y cultural, especialmente la imponente catedral y el emblemático Camino de Santiago, ofreciendo una experiencia enriquecedora de espiritualidad y tradición.

No obstante, a lo largo de las regiones que abarca la Carretera Nacional 318, no falta patrimonio cultural ni sitios sagrados de importancia espiritual. Entonces, ¿cuál es la causa de esta situación? Desde mi perspectiva, la falta de marketing y promoción efectivos ha llevado a que muchos turistas no estén al tanto de estas oportunidades culturales. Además, la planificación insuficiente de sitios sagrados como templos y

monasterios ha contribuido a que estas atracciones no sean percibidas como atractivas por los visitantes potenciales.

4.2.2 Duración típica y preferencias de organización de viajes

Tabla 4. Duración típica del recorrido en la Carretera Nacional 318.

	Edad	≤ 7 días	8-15 días	16-25 días	25 días	SUMA
1	10-20 años	0	0	1	0	1
2	20-30 años	2	10	8	2	22
3	30-40 años	1	8	7	0	16
4	40-50 años	0	2	6	3	11
5	SUMA	3	20	22	5	50

Nota: Adaptado de la Investigación sobre las características de los turistas en la línea Sichuan-Tíbet de la carretera nacional 318. (Xiong, 2020).

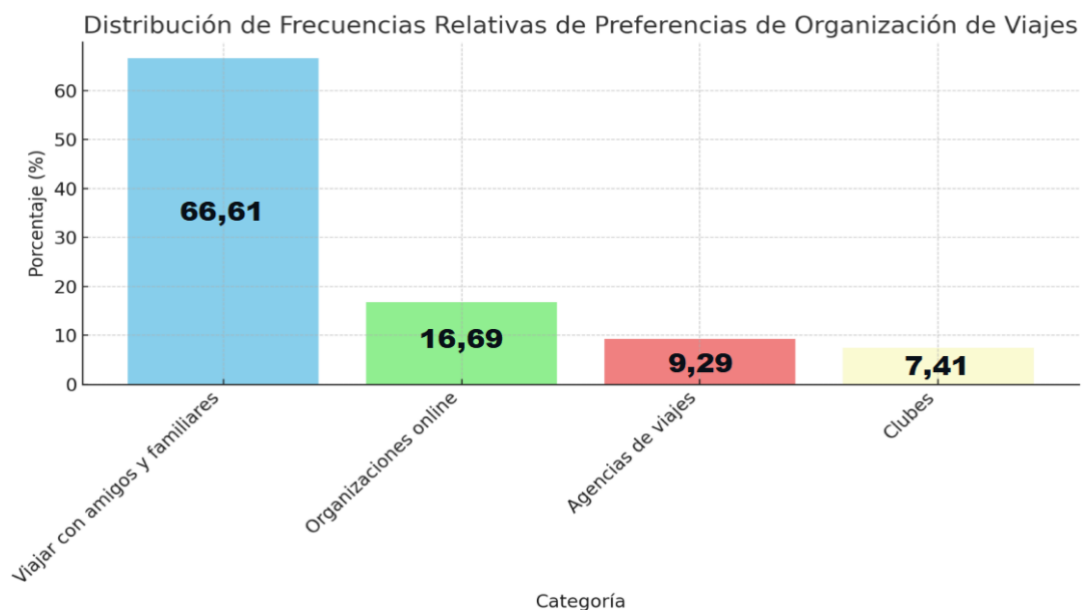


Figura 9. Organización de Viaje. Adaptado de la Investigación sobre las características de los turistas en la línea Sichuan-Tíbet de la Carretera Nacional 318. (Xiong, 2020).



El análisis del comportamiento de los turistas en la Carretera Nacional 318 revela que la duración más común de los viajes es de 16 a 25 días, con una clara preferencia por organizar itinerarios propios y viajar con familiares y amigos. Esto sugiere que los turistas valoran la flexibilidad y el control sobre su experiencia de viaje, así como la oportunidad de compartirla con sus seres queridos. La tendencia a planificar viajes largos indica un interés en explorar a fondo las diversas atracciones de la ruta, lo que destaca la riqueza cultural y natural de la región.

Además, esta preferencia por la planificación independiente refleja una confianza en la disponibilidad de recursos e información que facilitan dicho enfoque. Por lo tanto, es crucial proporcionar información detallada y accesible, así como recursos que apoyen la planificación autónoma. Promover la diversidad de lugares pintorescos y culturales a lo largo de la carretera también es esencial para mantener el interés y la satisfacción de los visitantes, asegurando una experiencia de viaje enriquecedora y memorable.

4.3 Análisis de demanda

Tal como se explicó en el apartado del marco teórico, la demanda turística actual en China está experimentando una notable transformación. Los viajeros chinos están gradualmente dejando atrás los viajes tradicionales en grupo y están optando por experiencias más personalizadas y orientadas hacia la autorrealización. Este cambio en las preferencias turísticas responde a una serie de factores, entre los que se incluyen el deseo de explorar y conectarse con nuevas culturas, la búsqueda de experiencias únicas y auténticas, y la creciente valoración de la sostenibilidad y del impacto positivo en las comunidades locales.

Creciente Demanda Espiritual y de Peregrinación: En un mundo cada vez más materialista y tecnológico, muchas personas buscan significado y propósito en sus vidas a través de experiencias espirituales y transformadoras. La Carretera Nacional



318 ofrece una oportunidad para desconectarse de la vida cotidiana y reconectarse con lo sagrado. Además, el turismo espiritual está creciendo a una tasa anual del 10% (Travel Trends, 2022). En China, la creciente clase media y su deseo de explorar aspectos culturales y espirituales profundos están impulsando esta demanda, especialmente hacia destinos como el Tíbet, que ofrece una combinación única de belleza natural y significado espiritual (Zhou et al., 2024).

Mayor demanda de ecoturismo: “El ecoturismo cuenta con la característica de educación ambiental, no solo se trata de visitar un entorno natural, sino de hacerlo de forma que no se perjudique a ese entorno y a la flora y la fauna que lo habitan” (Educo, 2019). Sin embargo, Zhou et al. (2024) señalaron la falta de vínculos educativos en el ecoturismo en China. Pero, por otro lado, con la madurez y diferenciación del mercado turístico de China y la demanda de conocimiento en las actividades turísticas, el ecoturismo tiene importantes atributos educativos. Existe un buen entorno de desarrollo y una demanda de mercado favorable para el ecoturismo. La Carretera Nacional 318, con sus recursos ecológicos y entorno natural únicos, representa una oportunidad significativa. Por lo tanto, es necesario desarrollar rutas ecológicas para llenar este vacío y resolver la falta de educación ecológica en el mercado turístico chino.

Elevada demanda de intercambios cultural de las minorías étnicas: la Carretera Nacional 318 atraviesa principalmente las Regiones Autónomas Tibetanas, conocidas por su rica y enigmática cultura tibetana. Durante siglos, la cultura de la minoría tibetana ha permanecido envuelta en misterio, y su comunidad ha mantenido una cierta distancia cultural y geográfica con respecto a las zonas más desarrolladas del interior de China. La creación y mantenimiento de la ruta de peregrinación 318 desempeña un papel crucial en la eliminación de las barreras entre los diferentes grupos étnicos, promoviendo así una mayor integración y entendimiento.

Fomento del concepto de turismo sostenible: Los turistas están cada vez más preocupados por la protección del entorno ecológico y la sostenibilidad económica de las comunidades locales. Es crucial prestar más atención a la protección ecológica, la participación comunitaria y el desarrollo económico local en el desarrollo turístico de la Carretera Nacional 318.

5. IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD LOCAL

5.1 Evaluación de los impactos

5.1.1 Impacto económico

Para respaldar el análisis del impacto económico del turismo en la Carretera Nacional 318, se han utilizado datos de diversas regiones a lo largo de la ruta, incluyendo Ganzi, Aba, la Región Autónoma Tibetana de Liangshan y Daocheng Aden. Estos datos permiten evaluar de manera precisa los efectos del turismo en estas áreas.

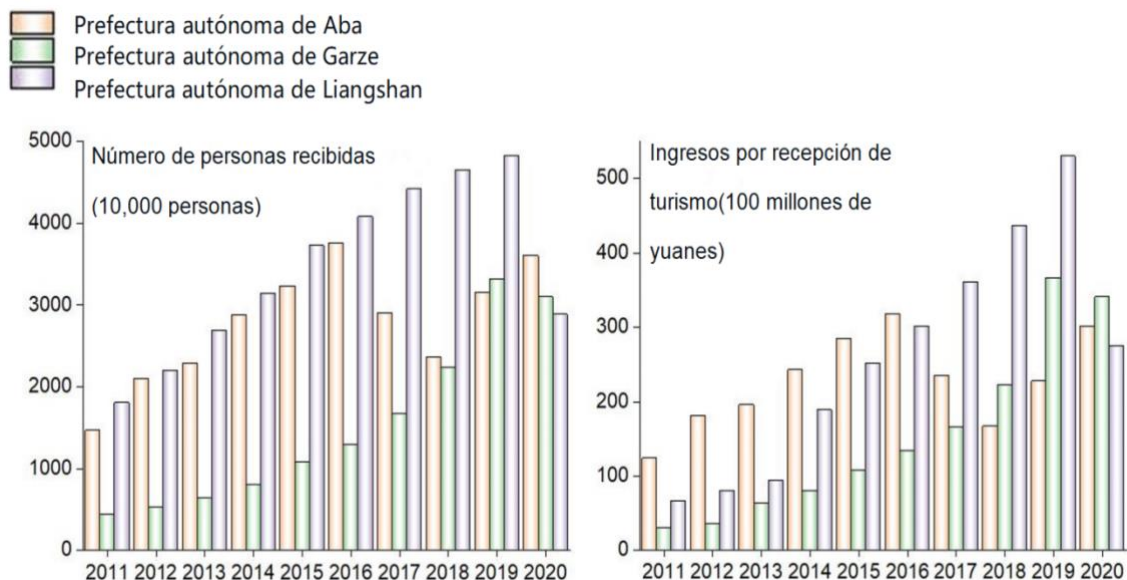


Figura 10. Número de turistas recibidos e ingresos por turismo en tres prefecturas. Adaptado de Jiang, (2021), Investigación sobre el turismo ecológico que impulsa la revitalización rural en zonas de minorías étnicas en el oeste de Sichuan.

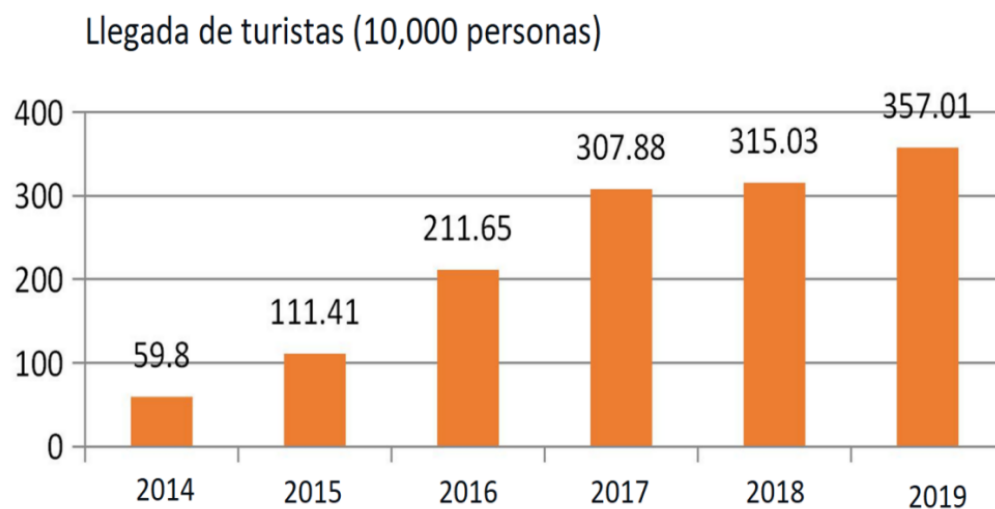


Figura 11. Llegada de turistas al condado de Daocheng (2014-2019). Adaptado del Informe de Trabajo del Gobierno del Condado de Daocheng (2020).

Tabla 5. Ingresos brutos por turismo y su contribución al PIB en el condado de Daocheng

Años	Ingresos brutos por turismo (miles de millones de yuan)	Contribución de turismo al PIB
2014	5,92	21%
2015	11,14	27%
2016	22,27	34%
2017	29,96	41%
2018	31,03	50%
2019	39,52	56,5%

Nota: Adaptado del Informe de Trabajo del Gobierno del Condado de Daocheng (2020).

Como se desprende de las cifras anteriores, la región de Sichuan-Tíbet se ha consolidado como uno de los destinos más populares en la actualidad, atrayendo a un gran número de turistas y generando considerables beneficios económicos. En este contexto, el desarrollo de la ruta de peregrinación de la Carretera Nacional 318



se presenta como una oportunidad prometedora para estimular aún más la economía turística de las zonas situadas a lo largo de esta ruta.

Algunas regiones como Garze, Aba y Daocheng, mencionadas anteriormente, enfrentan una falta de oportunidades laborales y baja competitividad debido a la escasez de conocimientos y habilidades, así como a los bajos niveles educativos de la población local. Esto resulta en un exceso de mano de obra. El turismo puede ser una solución viable para absorber este excedente, ya que requiere pocas cualificaciones y puede emplear a trabajadores con habilidades básicas (Rooney & Asmal, 2021).

Además, la naturaleza flexible del turismo permite una mejor utilización de la mano de obra disponible. Esta transición hacia el sector turístico puede aumentar los ingresos locales y adaptarse a las necesidades familiares, beneficiando económicamente a la comunidad. En resumen, el turismo no solo ofrece empleo, sino que también puede fomentar un desarrollo económico más equitativo y sostenible a lo largo de la Carretera Nacional 318.

5.1.2 Impacto socio-cultural

Shangri-La en la Carretera Nacional 318: Integración de Elementos Culturales Tibetanos en el Diseño de Alojamiento Local

Shangri-La, un nodo importante de la Carretera Nacional 318, se destaca por sus alojamientos que no solo aprovechan, sino que también contribuyen a la protección de la cultura tibetana. Según la UNESCO, "la inclusión de elementos culturales en la industria turística puede fortalecer la identidad cultural y fomentar el respeto por las tradiciones locales" (UNESCO, 2022).



Figura 12. El corredor exterior de las casas tibetanas en Shangri-La. Extraído del Estudio sobre las características de los elementos culturales de las viviendas tibetanas en la región de Shangri-La. (Zhao, 2020).

Estas estructuras no solo proporcionan refugio, sino que también actúan como manifestaciones tangibles de la rica herencia cultural tibetana. Los detalles arquitectónicos, las técnicas de construcción y los materiales utilizados reflejan la profunda conexión de los residentes con su entorno y sus tradiciones ancestrales. Para los turistas, hospedarse en estos alojamientos significa sumergirse en la cultura tibetana, experimentando su patrimonio de una manera más intensa y auténtica. Además, estos alojamientos organizan actividades culturales, como clases de cocina, artesanía y danzas tradicionales, fomentando el entendimiento y apreciación de la cultura tibetana, y generando ingresos para la comunidad local.

Lhasa- el final de la Carretera nacional 318: Desarrollo y protección de los recursos culturales de los trajes étnicos

Según Dan, Z. Y (2022), el vestido tibetano, con sus características regionales y ornamentales, posee un gran valor cultural. El desarrollo del turismo en torno a la vestimenta tibetana ha llevado a una evolución y enriquecimiento de la ropa tradicional, fomentando la innovación en este ámbito. La cultura de la vestimenta tibetana se está

convirtiéndose en un valioso recurso turístico en las regiones tibetanas y en un producto turístico con gran potencial. Un ejemplo de ello es el notable aumento de proyectos y tiendas especializadas en experiencias de ropa tibetana en los últimos años.

En la ciudad de Lhasa, capital de la región autónoma del Tíbet, el número de tiendas que venden ropa tradicional tibetana ha aumentado considerablemente. Estas tiendas no solo venden vestimenta, sino que también ofrecen experiencias personalizadas donde los turistas pueden vestirse con ropa tradicional y participar en sesiones fotográficas en escenarios típicos tibetanos.

El vestido tibetano, más allá de su valor estético y cultural, se ha convertido en un motor de desarrollo económico y un puente entre culturas gracias al turismo.



Figura 13. La ropa tibetana. Extraído de Xiaohongshu. (2023).

5.1.3 Impacto medioambiental

- **Impactos Medioambientales Positivos en la Carretera nacional 318: Desarrollo de Infraestructura Verde**

Wang y Li (2020) en su artículo sobre la infraestructura verde en la Carretera Nacional 318 destacaron que la construcción de esta carretera ha impulsado la implementación de infraestructuras verdes, tales como puentes para la vida silvestre y corredores ecológicos. Estas estructuras son fundamentales para la protección de las especies



locales y sus hábitats, facilitando su movimiento y reduciendo el impacto negativo de la carretera en el entorno natural.

Impactos Medioambientales Negativos en la Carretera nacional 318: Contaminación del Aire y Acústica

El aumento del tráfico en la Carretera Nacional 318 ha contribuido a la contaminación del aire y el ruido, afectando negativamente a las comunidades locales y la fauna silvestre (Li & Xu, 2018). Se ha mencionado reiteradamente en el contenido anterior que los recursos naturales de la Carretera Nacional 318 incluyen áreas ecológicas con especies de flora y fauna valoradas tanto en China como a nivel mundial. Por lo tanto, durante la construcción de esta ruta de peregrinación, persisten preocupaciones significativas sobre la conservación de estas especies y sus hábitats.

Es crucial abordar estos impactos medioambientales mediante medidas de mitigación efectivas, como la promoción de vehículos eléctricos, la construcción de barreras acústicas y la creación de corredores ecológicos. Además, fomentar la educación ambiental entre los visitantes es fundamental para preservar estos entornos naturales. Organizar actividades donde turistas y locales participen en proyectos de protección de especies silvestres también es una estrategia efectiva.

La evaluación de impactos a la comunidad local es fundamental para desarrollar una propuesta de promoción turística inclusiva, sostenible y beneficiosa para todos los involucrados. Este análisis sirve como la base de un turismo responsable, que no solo respeta y apoya a las comunidades locales, sino que también ofrece experiencias enriquecedoras a los turistas. Al integrar estas evaluaciones, se garantiza un equilibrio entre el desarrollo turístico y el bienestar de las comunidades locales, asegurando un futuro próspero y sostenible para la región.



6. PROPUESTA DE MARKETING TURÍSTICO

6.1 Casos de éxito de marketing turístico

Aprender del caso de éxito del marketing turístico del Camino de Santiago es crucial, ya que ofrece lecciones valiosas y buenas prácticas aplicables a la Carretera Nacional 318. El Camino de Santiago ha logrado crear una marca sólida y una experiencia de viaje única que atrae a turistas de todo el mundo, integrando historia, cultura y espiritualidad. Esta combinación ha sido fundamental para su éxito y puede servir de modelo para desarrollar una estrategia turística efectiva y sostenible para la Carretera Nacional 318.

Estrategia de credenciales para peregrinos

Una de las estrategias más exitosas implementadas en el marketing del Camino de Santiago es el uso de credenciales para peregrinos, estas credenciales no sólo sirven como prueba de realización de la ruta, sino que también añaden un elemento de tradición y autenticidad al viaje. Obtener un sello y rellenar un pasaporte de peregrino se han convertido en una parte importante de la experiencia del Camino de Santiago. Murray y Graham (1997) en su investigación Explorando la dialéctica del turismo de rutas indicaron que el hecho de que los peregrinos buscaran estos sellos también impulsó el turismo en las comunidades a lo largo de la ruta, ya que animó a los caminantes a detenerse y explorar cada sitio para obtener sus sellos.

<p>Camino de Santiago Credencial que expide:</p> <p>0107/2009</p> <p>ASSOCIAÇÃO ESPAÇO JACOBELIS Caminho Português de Santiago BRAGA PORTUGAL</p> <p>Fecha: <u>01 de Maio de 2009</u> A favor de: <u>David Santos</u> <u>24 anos</u> D.N.I.: <u>125.88.943</u> Dirección: <u>Porto de Ales</u> Portugal</p> <p>Comienza la peregrinación en <u>Porto</u> Portugal a Santiago de Compostela: a pie <input checked="" type="checkbox"/> en bicicleta <input type="checkbox"/> a caballo <input type="checkbox"/></p> <p>En las casillas deberá figurar el sello de cada localidad (al menos uno por día) con la fecha, para acreditar su paso.</p> <p>"Dios ayuda y Santiago" (D.A.Y.S.I.)</p> <p>Cumplió la Peregrinación.</p> <p>Sello: 08 MAYO 2009 Santiago, a _____ de _____ de 20__</p>	<p>Certificación de Paso</p> <p>FIRMAS Y SELLOS</p>		<p>FIRMAS Y SELLOS</p>	
	<p>BOCATERIA SIMPLICIO HELADERIA R.U.F. 5-24 205 000 Ramón González, 48 Teléfono 986 33 30 60 36400 PORRUDO (Pontevedra)</p> <p>Fecha: <u>4-5-09</u></p>	<p>pedra furada Café restaurante Fecha: <u>2-5-09</u></p> <p>Rua Santa Leocádia 4785-392 Pedra Furada Tel. 252-951144 Barcelos</p>	<p>ALBERGUE DE REDONDELA Fecha: <u>05-05-09</u></p>	<p>ALBERGUE DE TABARÓN Fecha: <u>08-05-09</u></p>
<p>Albergues de Pedro Rescaminho Português Fecha: <u>1-5-09</u></p>	<p>Albergue de Pinaes Lugar do Borgo Tavares, freguesia e concelho de Tavares Fecha: <u>2-5-2009</u></p>	<p>Concelho do Pórtigo CAMIÑO DE SANTIAGO Data: <u>4-5-09</u></p>	<p>MESON DE SAN AMARO Fecha: _____</p>	

Figura 14. La credencial oficial distribuida por la Catedral de Santiago. Extraído del sitio web de Albergues de Camino de Santiago (2024).

Inspirada por el ejemplo del Camino de Santiago, la credencial no solo sirve como un recuerdo, sino que también integra las culturas de las diversas regiones a lo largo de esta ruta, lo cual es de gran importancia.

Para los peregrinos que recorren la Carretera Nacional 318, se podría diseñar una credencial en forma de tablilla de madera decorada con un dibujo de Thang-ga, una forma de pintura tradicional tibetana mencionada anteriormente en la sección sobre el patrimonio cultural. Este dibujo destacaría un paisaje emblemático del área local por donde el peregrino ha pasado, como montañas, lagos, monasterios o valles. Además, la idea de la tablilla se basa en las fichas de despacho de aduana de la antigua China, que los viajeros debían presentar al entrar en nuevas ciudades.



Figura 15. Thang-ga pintada a mano. Extraído del Xiaohongshu, por Museo de Arte Thang-ga (2023).

Regionalización y Patrimonio Cultural

Las campañas de marketing del Camino de Santiago resaltan la riqueza cultural y regional de las áreas que atraviesa. Fernández Souto (2005) destaca que esta regionalización ha sido clave para su éxito, ofreciendo experiencias únicas en cada región, desde la cultura gallega hasta la historia medieval de Castilla y León.

De manera similar, se propone que la regionalización del marketing turístico sea central para la Carretera Nacional 318. Esta carretera se extiende desde Sichuan hasta el Tíbet, atravesando regiones con diversas etnias, como los Han y los tibetanos. Cada ciudad a lo largo de la ruta ofrece un estilo de vida único y un patrimonio cultural excepcional. Destacar las particularidades culturales y naturales de cada segmento no solo enriquecerá la experiencia de los turistas, proporcionando un recorrido culturalmente diverso y enriquecedor, sino que también fortalecerá la estrategia de marketing al promover la autenticidad y diversidad de cada región.



6.2 Posicionamiento y propuesta de Valor

- Posicionamiento

Cohen (1979) explora las características de la peregrinación en la experiencia de los turistas, distinguiéndola de la peregrinación puramente religiosa al incluir aspectos culturales, estéticos y políticos. El viaje en la Carretera Nacional 318 no solo ofrece una experiencia religiosa, sino también una conexión espiritual profunda, la oportunidad de explorar y conservar la naturaleza virgen del Himalaya, y una inmersión en la rica cultura tibetana. Los viajeros pueden participar en retiros espirituales, prácticas sostenibles y festivales locales, logrando una experiencia transformadora que satisface sus necesidades espirituales, ecológicas y culturales.

- Valor Único

“La Carretera Nacional 318 ofrece una experiencia de viaje única, revelando la riqueza espiritual, cultural y natural del Tíbet. Este viaje no es solo un desplazamiento físico, sino una profunda travesía de transformación personal y conexión humana, dejando una huella imborrable en quienes lo recorren”.

6.3 Estrategias de producto

- Desarrollo de Productos Turísticos:

Basada en los cinco elementos de la experiencia turística en lugares sagrados — espiritual, cultural, medioambiental, secular y educativo (Andriotis, 2009) — la Carretera Nacional 318 se destaca como una ruta ecoturística y de peregrinación única. Dado que hay muchos lugares escénicos que vale la pena visitar a lo largo de la Carretera Nacional 318, los cuales son diversos y están muy separados, se pueden diseñar paquetes de viaje específicos para cada ciudad famosa a lo largo de la ruta. Por ejemplo:

Paquete espiritual: circunvalación de Monte Kailash²

Los peregrinos que creen en la reencarnación consideran que circunvalar el Monte Kailash una vez les permite lavar los pecados de esta vida, acumular bendiciones y obtener una mejor vida en la próxima (Aguirre, s.f.). Para los aventureros, esta travesía no es solo un desafío físico, sino también un proceso de autocomprensión y autoaceptación.

Este paquete ofrece a ambos, aventureros y peregrinos, la oportunidad de realizar la circunvalación sagrada alrededor del Monte Kailash. La experiencia incluye una caminata de tres días por paisajes impresionantes y espiritualmente significativos, como Dolma- La Pass y Monasterio de Zhire³, brindando una oportunidad única de conexión profunda con uno mismo y con lo sagrado.



Figura 16. El Monte Kailash. Extraído de Xiaohongshu (2023).

²El Monte Kailash, situado en el rincón más occidental del Tíbet, en medio de las solitarias tierras del Transhimalaya, es la montaña más sagrada de Asia. (Ramis, 2019)

³ El Paso Dolma-La y el Monasterio de Zhire son puntos imprescindibles en la circunvalación del Monte Kailash.

Paquete cultural: Viva la experiencia de la ropa tibetana en el Festival de la Flor del Melocotón de Nyinchi.

Descubra la magia del Festival de la Flor del Melocotón de Nyinchi, una de las celebraciones más deslumbrantes de la región. Durante la temporada de floración en el pintoresco pueblo de Gala, a lo largo de la Carretera Nacional 318, los visitantes podrán sumergirse en la rica cultura tibetana. Vístase con trajes tradicionales tibetanos y participe en actividades emocionantes, como excursiones, cantos y bailes étnicos, y sesiones de fotografía. Este festival ofrece una experiencia visual impresionante y una profunda conexión con las tradiciones y la hospitalidad tibetanas, creando recuerdos inolvidables.

Paquete medioambiental: Aventura en el Glaciar Midui

El Glaciar Midui, situado en el condado de Pome, es una maravilla natural a unos 2,400 metros sobre el nivel del mar, extendiéndose desde más de 6,800 metros en las montañas. Esta combinación de altitudes crea un entorno único con una gran diversidad de flora y fauna.



Figura 17. El Glaciar Midui. Extraído de Red de Turismo del Tíbet, (2020).

Las actividades del paquete incluyen caminatas guiadas hasta el glaciar, donde los participantes aprenderán sobre la geología y ecología de esta impresionante formación de hielo. Guías expertos en medioambiente compartirán conocimientos sobre la biodiversidad local y la importancia de la conservación de los ecosistemas glaciares.

Además de las caminatas, los participantes podrán observar la fauna local, supervisados por profesionales para asegurar una experiencia segura y educativa. Estas actividades permiten a los visitantes conectarse íntimamente con el entorno natural, fomentando prácticas sostenibles y una apreciación profunda por el medio ambiente.

Paquete secular: degustación de comida Kham

Los visitantes podrán deleitarse con la auténtica comida tibetana en la región de Kham. Este paquete incluye degustaciones de vino de cebada de las tierras altas, carne de yak y fideos de cebada, entre otros manjares tradicionales. Además, tendrán la oportunidad de entrar en la casa de un aldeano de Kham, observar a la gente local elaborando mantequilla tibetana tradicional y aprender a apreciar la sabiduría del pueblo tibetano en la creación de una cocina adaptada a las condiciones locales.



Figura 18. Carne de kham yak. Extraído de Red de medios Khamba (2014).



Paquete educativo: Descubriendo la Filosofía de Vida en el Budismo Tibetano en Lhasa

Elaborar clases de meditación o yoga en los sitios sagradas como El Templo Jokhang permite a los visitantes desarrollar un profundo amor y respeto por todo lo que les rodea, desde cada brizna de hierba hasta el entorno ecológico en general⁴. Esta práctica fomenta una reflexión interna que conduce a la reconciliación consigo mismos y con el mundo.

La inmersión en la filosofía budista tibetana en Lhasa no solo ofrece una conexión espiritual, sino que también promueve una actitud consciente y respetuosa hacia la naturaleza y el medio ambiente. De esta manera, se fomenta una vida más equilibrada y armoniosa, en sintonía con el entorno natural.

6.4 Tácticas de Marketing

Para maximizar el potencial turístico de la Carretera Nacional 318 y atraer a un público diverso, es crucial implementar una serie de tácticas de marketing efectivas. Estas estrategias no solo aumentarán la visibilidad de la carretera, sino que también promoverán un mayor compromiso y participación de los turistas. A continuación, se detallan las tácticas de marketing propuestas:

- Creación de un sitio web y blog:

Desarrollar un sitio web dedicado a la Ruta Estatal 318, que incluya información sobre su historia, atracciones, itinerarios sugeridos y consejos de viaje. Un blog que contenga artículos sobre experiencias de viajeros, entrevistas y noticias relacionadas puede mantener el interés.

⁴ El budismo tibetano sostiene que todos los elementos del universo, ya sean montañas, ríos, flores, hierbas, granos de arena, rocas, ropa o muebles, poseen una forma de vida propia. Hsing Yun. (s.f.)



Un sitio web profesional no solo actúa como la cara visible de la iniciativa turística, sino que también ofrece credibilidad y confianza a los visitantes potenciales (WP Travel, 2022). Actualmente, la Carretera Nacional 318 carece de una plataforma de este tipo, lo que dificulta que los visitantes interesados encuentren fuentes de información confiables y canales de comunicación adecuados. Esta falta de presencia en línea contribuye a que esta ruta de gran valor cultural y turístico sea menos conocida y aprovechada de lo que podría ser.

- Redes sociales:

Utilizar plataformas como Weibo, Tiktok, Instagram, y Facebook para compartir fotos, videos, y testimonios de viajeros. Usar hashtags específicos (#Carretera318, #Ruta318, etc.) para aumentar la visibilidad.

- Eventos y actividades:

Lanzar un festival cultural multiétnico ofrecerá a los turistas una oportunidad única para sumergirse en las diversas culturas de las minorías étnicas a lo largo de la Carretera Nacional 318 en un solo lugar y en un solo día. Los asistentes podrán disfrutar de degustaciones de platos típicos y espectáculos culturales en un entorno vibrante, enriqueciendo su experiencia turística. Para profundizar la inmersión cultural, se organizarán talleres interactivos donde los turistas podrán participar activamente. Por ejemplo, en el taller de artesanías, los visitantes podrán experimentar el bordado de flores étnicas Qiang⁵ bajo la guía de artesanos locales. Además, se ofrecerán clases de danzas tradicionales donde los participantes podrán aprender y practicar bailes folclóricos como la danza tibetana. Estas actividades no solo educarán a los visitantes sobre las culturas locales, sino que también proporcionarán experiencias

⁵ La etnia Qiang, junto con los tibetanos, es una de las minorías étnicas representativas a lo largo de la Carretera Nacional 318. Los patrones florales del pueblo Qiang no solo son decorativos, sino que también simbolizan su aprecio por la naturaleza.

memorables y auténticas, altamente compartibles en redes sociales, atrayendo así a un público más amplio.



Figura 19. Bordado Qiang. Adaptado de Baidu (s.f).

- **Colaboración con empresas Locales**

Colaborar con empresas culturales y creativas, así como con compañías de alimentación, para lanzar y desarrollar una serie de bolsas de embalaje únicos que integren elementos culturales distintivos. Por ejemplo, se pueden utilizar los patrones tradicionales de la etnia Yi⁶ para diseñar las bolsas de embalaje y lanzar productos de cerdo negro con características propias de esta etnia, presentando colores vibrantes y diseños detallados. Esta iniciativa realzará el valor estético y artesanal de los productos, atrayendo a consumidores interesados en experiencias culturales y gourmet.

⁶ La etnia Yi es otra minoría étnica destacada. Sus patrones tradicionales únicos han ganado gradualmente atención en los últimos años.



Figura 20. Bolsa de embalaje con patrones de la etnia Yi. Extraído de Xiaohongshu, (Marca Qien, 2023).

7. MEJORA DE INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS Y DESARROLLO SOSTENIBLE

En el apartado 3 del análisis de recursos, se destacó que el abundante recurso natural de la Carretera Nacional 318 puede convertirla en un destino ideal para el ecoturismo. Además, la creciente demanda de turismo espiritual y cultural subraya la necesidad de mejorar la infraestructura turística existente. Actualmente, la infraestructura a lo largo de la Carretera Nacional 318 es muy básica y no está equipada para satisfacer las expectativas de los turistas modernos. Para aprovechar el potencial turístico de esta ruta, es esencial desarrollar y mejorar las instalaciones y servicios. Esto incluye la construcción de alojamientos ecológicos, la mejora de las vías de acceso, la instalación de señalización informativa y la creación de centros de interpretación cultural y espiritual que enriquezcan la experiencia del visitante y fomenten un turismo sostenible y respetuoso con el entorno.



7.2 Propuesta Estratégica para el Desarrollo de Infraestructura Sostenible

- **Señalización inteligente**

Instalación de señalización inteligente a lo largo de la ruta, similar a la utilizada en el Camino de Santiago, que proporciona información en tiempo real sobre la distancia a los puntos de interés, servicios cercanos, condiciones climáticas, y alertas de seguridad. Estas señales podrían ser interactivas, permitiendo a los viajeros obtener información específica con solo escanear un código QR con sus dispositivos móviles.

- **Aplicación móvil para turistas**

Desarrollo de una aplicación móvil dedicada para los turistas que viajan por la carretera nacional 318. Esta aplicación podría ofrecer funciones como mapas interactivos con rutas de senderismo detalladas, información sobre alojamientos, restaurantes y puntos de interés, reservas en línea, seguimiento del progreso del viaje, y alertas de seguridad. Además, podría incluir características innovadoras como realidad aumentada para mejorar la experiencia del usuario y proporcionar información histórica y cultural sobre los lugares visitados.

- **Refugios y albergues eco-sostenibles**

Construcción de refugios y albergues a lo largo de la ruta, siguiendo los principios de sostenibilidad y respeto al medio ambiente. Estos refugios podrían estar diseñados utilizando materiales ecológicos, contar con sistemas de energía renovable, y ofrecer servicios como reciclaje, gestión eficiente del agua y compostaje. Además, podrían incorporar tecnologías inteligentes para mejorar la eficiencia energética y la comodidad de los huéspedes.

- **Centros de interpretación y visitantes**

El establecimiento de centros de interpretación e información en puntos clave de la Carretera Nacional 318 puede proporcionar a los turistas y peregrinos la oportunidad de aprender sobre la historia, la cultura y la biodiversidad de la región, así como sobre espíritu de los sitios sagrados. Según Freeman Tilden (1957), la interpretación es una



actividad educativa que tiene como objetivo revelar significados y relaciones a través del uso de objetos originales, experiencias de primera mano y medios ilustrativos, en lugar de simplemente comunicar información fáctica.

Estos centros podrían ofrecer exposiciones interactivas, proyecciones audiovisuales y actividades educativas diseñadas para enriquecer la experiencia del visitante y promover la conservación del entorno natural y cultural. Además, podrían proporcionar detalles sobre rutas de peregrinación, lugares sagrados, prácticas religiosas y servicios disponibles. Para satisfacer las necesidades de los peregrinos, estos centros también pueden ofrecer guías multilingües y recursos educativos sobre la importancia espiritual de los sitios sagrados.

8. ANÁLISIS DAFO

8.1 Debilidades y amenazas de la ruta turística

Con base en la investigación de Lan y Zhang (2015) sobre el desarrollo de posadas de cadena con características culturales en la línea 318 Sichuan-Tíbet, se realizó un análisis DAFO de la Carretera Nacional 318.

Debilidades

- El desarrollo turístico comenzó tarde, lo que dificultó el establecimiento de marcas y la expansión del mercado.
- Actualmente, la variedad y calidad de los productos turísticos son limitadas, con una combinación deficiente de productos.
- Hay escasez de recursos humanos en turismo, y la calidad es baja.
- La calidad de los servicios turísticos, la rentabilidad de las empresas turísticas y la normalización en la gestión son deficientes.
- La accesibilidad regional está fuertemente limitada por el tiempo y el espacio, y hay una falta de desarrollo en la interconexión de la red de transporte turístico.



- El entorno natural es muy ecológico, pero tiene una capacidad de carga limitada.

Amenazas

- El surgimiento de mercados de turismo de autoconducción similares, como la Ruta Yunnan-Tíbet, la Ruta Qinghai-Tíbet y la Ruta de los Nueve Anillos, desafía la demanda turística.
- La proliferación del desarrollo paisajístico en la región y áreas cercanas ha provocado una dispersión de la atracción turística.
- La inestabilidad de las políticas y los desafíos asociados con la integración de China en el turismo local y en el turismo Sichuan-Tíbet con el turismo internacional.
- La frecuencia de desastres naturales como los meteorológicos y los geológicos puede causar daños en la infraestructura.

8.2 Fortalezas y oportunidades de desarrollo

Fortalezas:

- Una amplia variedad de recursos turísticos con características distintivas, una combinación sólida y una distribución amplia y extensa.
- Un entorno natural excepcional y una atractiva diversidad étnica que combina de manera orgánica paisajes naturales con aspectos culturales, lo que brinda un gran potencial de desarrollo.
- Una evaluación previa favorable de los recursos turísticos, modelos de marketing integrados, diseño de rutas turísticas y una sólida base de investigación en infraestructura turística.
- Un gran potencial para la cooperación turística interregional, con fuertes aspectos de complementariedad y similitud entre las áreas circundantes.



Oportunidades

- Aprovechando las ventajas a largo plazo del desarrollo en el oeste de China, se pueden capitalizar las oportunidades de desarrollo urbano, beneficiándose de políticas preferenciales y apoyo en las áreas étnicas.
- Tanto Sichuan como Tíbet han incluido el turismo como un motor para la transformación económica regional a largo plazo y el desarrollo transformativo, planificando el desarrollo del turismo a lo largo de la línea Sichuan-Tíbet, creando marcas turísticas como la Antigua Ruta del Té y Caballos, Gran Shangri-La, y la Cultura Kham.
- El turismo autodirigido se ha convertido en la principal forma de viaje para los turistas independientes, y la Ruta 318 Sichuan-Tíbet está emergiendo como un punto de acceso para el turismo autodirigido a lo largo de su ruta.

8.3 Evaluación de potencialidad y viabilidad

Potencialidad

La Carretera Nacional 318 posee un enorme potencial gracias a su riqueza cultural, espiritual y belleza escénica. Esta ruta atraviesa la región de Kham y otras áreas profundamente influenciadas por la cultura tibetana y el budismo. En estos lugares, los monasterios, templos y prácticas religiosas conforman un patrimonio cultural diverso y valioso. Sitios sagrados como el Templo de Jokhang y el Palacio de Potala en Lhasa, junto con paisajes naturales sagrados, añaden un valor significativo a la ruta.

La diversidad paisajística de la Carretera Nacional 318 es impresionante, abarcando montañas, ríos, valles y altiplanos, lo cual atrae a peregrinos y turistas interesados en la naturaleza. La conexión espiritual es otro aspecto crucial, ya que la ruta es utilizada para rituales y peregrinaciones tradicionales tibetanas. La Ruta 318 se ha consolidado como una vía natural para viajes sagrados a lugares como Lhasa, reforzando su importancia en las prácticas religiosas y culturales de la región.



Viabilidad

Transformar la Carretera Nacional 318 en un "camino sagrado" es una idea viable que depende de varios factores clave. China ha implementado políticas para el desarrollo económico y social en las regiones occidentales, mejorando infraestructuras como carreteras para aumentar la conectividad y el acceso. Sin embargo, convertir esta ruta en un camino sagrado requiere más que infraestructura física; se necesita apoyo gubernamental, regulaciones específicas y colaboración con comunidades locales y étnicas que tienen sus propias creencias y prácticas.

La región a lo largo de la Carretera Nacional 318 es propensa a desastres naturales como terremotos, deslizamientos de tierra e inundaciones, lo que puede complicar el desarrollo. Además, si bien la mejora de la infraestructura facilita el acceso, también puede tener impactos negativos en el medio ambiente, afectando la biodiversidad y los ecosistemas frágiles.

Para que la transformación sea viable cultural y socialmente, es crucial contar con la aceptación y participación activa de las comunidades locales, respetando sus tradiciones y creencias. El éxito también depende de una promoción efectiva, infraestructura de apoyo para peregrinos y turistas, y la preservación de la autenticidad cultural y espiritual del lugar.

En resumen, aunque existe un gran potencial para desarrollar la Carretera Nacional 318 como una ruta de peregrinación, hay desafíos significativos que deben abordarse para asegurar su viabilidad y sostenibilidad. Con el enfoque adecuado y la colaboración de todas las partes interesadas, este proyecto puede convertirse en una realidad exitosa.



9. CONCLUSIONES

En este TFG se proponen estrategias sostenibles para optimizar el turismo en la Carretera Nacional 318 de China. Se identificaron y clasificaron los recursos culturales y naturales de la ruta, resaltando su diversidad paisajística y patrimonio cultural. Mediante análisis cualitativos y cuantitativos, se estudiaron las motivaciones y comportamientos de los turistas, así como las características de los peregrinos. Además, se evaluó el impacto económico, sociocultural y medioambiental de la Carretera Nacional 318 para desarrollar métodos de turismo sostenible.

Basándonos en casos exitosos de marketing turístico, se diseñaron estrategias específicas para la Carretera Nacional 318, que incluyen tácticas concretas como el posicionamiento del destino, el aumento de la visibilidad en redes sociales y el desarrollo de productos turísticos atractivos, etc. Finalmente, se propuso la mejora de la infraestructura con un enfoque sostenible, asegurando que las mejoras no solo beneficien a los turistas, sino también a las comunidades locales y al medio ambiente. En general, este estudio contribuye al entendimiento del turismo de peregrinación y ecoturismo en contextos culturales ricos y, en la práctica, ofrece una guía para el desarrollo sostenible del turismo en la Carretera Nacional 318, proponiendo estrategias para involucrar activamente a las comunidades locales. Sin embargo, el estudio presenta limitaciones como la falta de datos de la variabilidad en la recepción de turistas debido a factores externos como desastres naturales.

En síntesis, la investigación demuestra que la Carretera Nacional 318 tiene un potencial considerable para convertirse en una ruta de peregrinación y destino turístico destacado. Las estrategias propuestas pueden transformar esta Carretera en un motor económico y cultural para la región. La implementación de estas recomendaciones puede fomentar un turismo enriquecedor y sostenible, beneficiando tanto a los turistas como a las comunidades locales.

10. BIBLIOGRAFÍA

Aguirre Vidal, P. (s.f.). Montañas sagradas: El monte Kailash. *El Norte Magnético*.

Recuperado el 6 de julio de 2024, de <https://elnortemagnetico.com/montanas-sagradas-el-monte-kailash/>

Albergues del Camino de Santiago. (s.f.). Credencial del Peregrino con sellos. En *¿Qué es la Credencial del Peregrino?*. Albergues Camino Santiago. Recuperado el 30 de junio de 2024, de <https://www.alberguescaminosantiago.com/que-es-la-credencial/>

Andriotis, K. (2009). Sacred site experience: A phenomenological study. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 64-84. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.10.003> .

Bordado Qiang. (s.f.). Baidu. <https://baike.baidu.com/item/%E7%BE%8C%E6%97%8F%E5%88%BA%E7%BB%A3/4476985>

Chen, H., & Huang, S. (2020). Integración de elementos culturales en experiencias turísticas: Un camino hacia la sostenibilidad. *Tourism Management*, 77, 104028.

Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13(2), 179-201. <https://doi.org/10.1177/003803857901300203> .

Dan, Z. Y. (2022). Análisis de estrategias de desarrollo y protección de recursos turísticos de la cultura de vestimenta tibetana en Ganzi. *China Nationalities Expo*, 08(16), 106-109.

Educo. (2019, diciembre 18). ¿Qué es el ecoturismo? *Educo*. <https://www.educo.org/blog/que-es-el-ecoturismo>

Fernández Souto, A. B. (2005). O xacobeo '93 como fenómeno mediático. *Revista Galega de Ciencias Sociais*, 4, 83-94. Recuperado de TM Studies.

Fowler, J. (s.f.). ¿Qué es el posicionamiento de producto? [Entrada de blog]. Delighted. Recuperado el 25 de junio de 2024, de <https://delighted.com/es/blog/what-is-product-positioning>

González, A., & López, M. (2017). Infraestructura y accesibilidad del Camino de Santiago. *Journal of European Pilgrimage Studies*, 10(2), 76-90.

Google. (s.f.). *La Carretera Nacional 318 de China*. [Mapa]. Recuperado el 18 de Junio de 2024 de <https://goo.gl/maps/Q9jUb2YsMvCxemUL7> .

Kotler, P. (1967). *Marketing management: Analysis, planning, and control* (1st ed.). Prentice-Hall.

Lasa.gov.cn. (2017). *Lugares de interés y monumentos históricos de Lhasa* Gobierno de Lhasa. Recuperado el 9 de julio de 2024, de <https://www.lasa.gov.cn/lasa/msgj/201704/70de2064d31d4229aef88579895ba3ff.shtml>.

Lan, W., & Chen, X. (2020). Evaluación de la satisfacción de los turistas con los servicios públicos en el oeste montañoso: Un estudio de caso de la Carretera Nacional 318 Sichuan-Tíbet. *Revista de la Academia de Turismo de Sichuan*, 2, 2095-7211.

Li, M., & Cai, L. A. (2012). Los efectos de los valores personales en la motivación de viaje y la intención de comportamiento. *Journal of Travel Research*, 51(4), 473-487. <https://doi.org/10.1177/0047287511418366>

Li, Q., & Xu, Z. (2018). Contaminación del aire y acústica en carreteras chinas. *Journal of Environmental Sciences*, 30(1), 50-61.

Li, X., & Ryan, C. (2020). Chinese tourists and the experience economy: The emergence of experiential tourism in China. *Tourism Management*, 65, 76-89.

- Lin, C., & Xie, S. (2024, enero). La aplicación de elementos de la cultura tibetana en el diseño de alojamientos en Shangri-La. *Diseño de Mobiliario y Hogar*, (3), 1-3.
- Lois-González, R. C., Santos-Solla, X. M., & Taboada-De-Zuñiga, P. (2016). El Camino de Santiago y su renovación contemporánea: Peregrinos, turistas e identidades territoriales. *Culture and Religion*, 17(2), 147-165.
- Luo, X. (2023). *Investigación sobre el ecoturismo impulsado por el desarrollo rural en las áreas étnicas de Sichuan* (Tesis doctoral no publicada). Facultad de Economía, Universidad de Economía.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). *Marketing in travel and tourism* (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.
- Miguel, J. (1974). Motivación turística. En E. Editor (Ed.), *Teoría y práctica del turismo* (pp. 91-114). Editorial Turismo.
- Organización Mundial del Turismo. (2019). Turismo cultural en China: Tendencias y perspectivas. OMT. <https://www.unwto.org/turismo-cultural-en-china>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Ramis, S. (2019, julio 8). Kailas, el centro del universo tibetano. *La Vanguardia*. Recuperado el 6 de julio de 2024, de <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20220708/8387441/vacaciones-verano-puy-du-fou-parque-tematico-mas-premiado-del-mundo-toledo-brl.html>
- Red de medios Khamba. (2014). *Gastronomía de Khamba*. Recuperado el 5 de enero de 2013, de <http://www.kbcmw.com/>.



Rooney, C., & Asmal, Z. (2021, 11 de febrero). Resolver el desempleo en Sudáfrica: ¿Podrían el turismo, la horticultura, el procesamiento agroindustrial o la logística ser la clave? *Brookings*. <https://www.brookings.edu/articles/solving-south-african-unemployment-could-tourism-horticulture-agro-processing-or-logistics-hold-the-key/>

Santos, X., & Pena, J. (2019). Turismo cultural y religioso en el Camino de Santiago. *Tourism Management*, 25(3), 189-204.

Statista. (2020). *Distribución por ocupación de los peregrinos que hicieron el Camino de Santiago en 2019*. Statista. Recuperado el 9 de julio de 2024, de <https://es.statista.com/estadisticas/587929/distribucion-por-ocupacion-de-los-peregrinos-que-hicieron-el-camino-de-santiago/>.

Statista. (2019.). *Principales motivos para visitar Santiago de Compostela en 2016*. Statista. Recuperado el 9 de julio de 2024, de <https://es.statista.com/estadisticas/587991/principales-motivos-para-visitar-santiago-de-compostela/>.

Travel Trends. (2022). *El crecimiento del turismo espiritual*. Recuperado el 9 de julio de 2024, de <https://www.traveltrends.com/el-crecimiento-del-turismo-espiritual> .

Trove Tourism Development Advisors. (2023, 22 de diciembre). China's new visa-free policy shows early promise in boosting tourism. *Trove Tourism Development Advisors*. <https://www.trovetourism.com/thinking/chinese-visa-free-policy-early-outcomes>.

Wang, H., & Li, X. (2020). Infraestructura verde en la Carretera Nacional 318. *Journal of Ecological Engineering*, 18(4), 67-79.

WP Travel. (2024, April 16). 9 compelling reasons why travel agencies need a website.

WP Travel. <https://wptravel.io/travel-agency-needs-a-website/>



Xiong, s. (2020). *Investigación sobre las características de los turistas en la línea Sichuan-Tíbet de la carretera nacional 318*. (Trabajo de Fin de Máster). Universitat de Sichuan.

Xu, H., & Chan, A. (2010). El impacto del turismo en la calidad de vida: Evidencia del turismo cambiante en China. *Journal of Tourism Studies*, 21(2), 15-32.

Zhao, Z. (2020). *Estudio sobre las características de los elementos culturales de las viviendas tibetanas en la región de Shangri-La* (Trabajo de fin de Máster). Universidad de Ingeniería Civil y Arquitectura de Beijing.

Zhou, L., Yang, Q., & Liu, A. (2024, mayo). Descripción general de la investigación sobre la educación ambiental en el ecoturismo en China. *Hei Long Jiang Environmental Journal*, 37(5), 1-7



11. ANEXO I

ANEXO I. RELACIÓN DEL TRABAJO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE DE LA AGENDA 2030

Anexo al Trabajo de Fin de Grado y Trabajo de Fin de Máster: Relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030.

Grado de relación del trabajo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Objetivos de Desarrollo Sostenibles	Alto	Medio	Bajo	No Procede
ODS 1. Fin de la pobreza.	✘			
ODS 2. Hambre cero.		✘		
ODS 3. Salud y bienestar.			✘	
ODS 4. Educación de calidad.				✘
ODS 5. Igualdad de género.			✘	
ODS 6. Agua limpia y saneamiento.			✘	
ODS 7. Energía asequible y no contaminante.		✘		
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	✘			
ODS 9. Industria, innovación e infraestructuras.	✘			
ODS 10. Reducción de las desigualdades.			✘	
ODS 11. Ciudades y comunidades sostenibles.		✘		
ODS 12. Producción y consumo responsables.		✘		
ODS 13. Acción por el clima.		✘		
ODS 14. Vida submarina.				✘
ODS 15. Vida de ecosistemas terrestres.			✘	
ODS 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.				✘
ODS 17. Alianzas para lograr objetivos.				✘



ODS 1 | Fin de la pobreza | Alto

El desarrollo del turismo a lo largo de la Carretera Nacional 318 de China tiene una relación alta con el ODS 1, que busca acabar con la pobreza. El turismo puede generar ingresos y empleo en las comunidades locales, proporcionando trabajos decentes y mejorando las condiciones laborales. La creación de empleos en sectores como la hostelería, el comercio y los servicios contribuirá significativamente a la reducción de la pobreza en estas regiones subdesarrolladas.

ODS 8 | Trabajo decente y crecimiento económico | Alto

El TFG está estrechamente relacionado con el ODS 8. Las regiones a lo largo de la carretera, alejadas de las zonas más desarrolladas de China, pueden beneficiarse enormemente del desarrollo turístico. Este desarrollo puede generar empleo en sectores como la hostelería, el comercio y los servicios, especialmente para personas con bajo nivel de educación. Además, la promoción de trabajos decentes en el turismo, con buenas condiciones laborales y oportunidades de formación, asegura que los beneficios económicos se compartan equitativamente.

ODS 9 | Industria, innovación e infraestructura | Alto

La relación es alta porque el desarrollo turístico promueve la mejora de la infraestructura, como carreteras y servicios de transporte, y fomenta la industrialización local mediante la creación de negocios turísticos, como hoteles y restaurantes. Además, impulsa la innovación al incorporar tecnologías digitales y prácticas sostenibles. Estas mejoras no solo atraen a turistas, sino que también benefician a las comunidades locales, contribuyendo al crecimiento económico sostenible.