

**FACULTAD DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN**

**GRADO EN ESTUDIOS DE ESPAÑOL I CHINO**

**TREBALL DE FI DE GRAU**

**Curso 2024/2025**

**“IMPACTO DE CHINA EN LA ESPAÑA ACTUAL”**

**Alumna: Alexandra Marcos Zambudio**

**1637384**

**Tutor: Dr. Minkang Zhou**

**Barcelona, mayo 2025**

**UAB**  
**Universitat Autònoma**  
**de Barcelona**

## Dades del TFG

### Títol:

Impacte de Xina a l'Espanya actual

Impacto de China en la España actual

中国对当代西班牙的影响

Autor/a: Alexandra Marcos Zambudio

Tutor/a: Dr. Minkang Zhou

Centre: Universitat Autònoma de Barcelona

Estudis: Grau en Estudis d'Espanyol i Xinès

Curs acadèmic: 4rt

### Paraules clau

Xina, influència, societat, cultura, migració, economia, relacions, comunicació, identitat, globalització.

China, influencia, sociedad, cultura, migración, economía, relaciones, comunicación, identidad, globalización.

中国, 影响, 社会, 文化, 移民, 经济, 关系, 沟通 / 交流, 身份, 全球化

## Resum del TFG

Aquest treball analitza la influència de la Xina en la societat espanyola actual, amb especial èmfasi en l'àmbit cultural. Mitjançant una revisió documental i una anàlisi qualitativa, s'estudien fenòmens com la presència de la cultura xinesa a l'espai públic, la celebració del Nou Any Xinès, l'aprenentatge del xinès mandarí i la difusió de la gastronomia i estètica xineses. També es tracta la percepció social de la comunitat xinesa i el seu paper en la convivència intercultural. El treball reflexiona sobre la construcció d'estereotips i la influència dels mitjans de comunicació. L'objectiu és oferir una visió crítica que permeti comprendre millor el paper de la Xina en el context espanyol i fomentar el diàleg intercultural.

Este trabajo analiza la influencia de China en la sociedad española actual, con un enfoque especial en el ámbito cultural. A través de una revisión documental y un análisis cualitativo, se examinan fenómenos como la presencia de la cultura china en el espacio público, la celebración del Año Nuevo Chino, el aprendizaje del mandarín y la difusión de la gastronomía y estética chinas. También se estudia la percepción social de la comunidad china y su papel en la convivencia intercultural. El trabajo reflexiona sobre los estereotipos y el papel de los medios de comunicación. Su objetivo es ofrecer una visión crítica que permita comprender mejor el papel de China en el contexto español y fomentar el diálogo intercultural.

本论文探讨中国在当代西班牙社会中的影响，重点关注文化层面。通过文献回顾与质性分析，研究涵盖中国文化在公共空间的存在，如春节庆祝、中文学习的推广，以及中餐与美学的传播。论文亦分析西班牙社会对华人群体的看法及其在多元文化共存中的作用。同时探讨媒体如何建构或打破对中国的刻板印象。本研究旨在提供批判性视角，以更好理解中国在西班牙语语境中的角色，并促进文化对话。

## 0. AGRADECIMIENTOS

*A todos los profesores que han sido una fuente de inspiración y aprendizaje a lo largo de toda esta etapa.*

*A mis abuelos, Manuel y Horacio, que, aunque ya no estén, siguen dándome la mano a cada paso que doy.*

*A mis mejores amigas: Adah, que, aunque siempre hemos estado a kilómetros de distancia, veintidós años después seguimos siendo hermanas; y Laura, por seguirme en cada locura, escuchar cada emoción como si fuera la suya, y recordarme siempre —con una sonrisa— lo guapa y fuerte que soy, incluso cuando yo lo olvido.*

*A mi padre, que me ha enseñado que la fortaleza llega cuando uno menos lo espera; a mi madre, porque, aunque mis desvelos fueron los suyos, su amor y compañía no dejaron de crecer; y a mi hermano, mi alma gemela, mi compañero de vida, que me ha enseñado que la grandeza puede darse incluso cuando te sientas débil.*

*Pero, sobre todo, gracias a mí; gracias a esa niña que, a pesar de todas las dificultades, siguió adelante, no se rindió y, aun cuando quisieron apagar su sonrisa, esta no dejó de brillar.*

**"La educación nunca termina, Watson. Es una serie de lecciones, con la más grande al final."**  
— Sherlock Holmes

# Índice

0. AGRADECIMIENTOS .....	3
1. Introducción .....	7
1.1 Justificación del tema.....	7
1.2 Objetivos e hipótesis.....	7
1.3 Motivación personal .....	7
1.4 Metodología.....	8
MARCO TEÓRICO .....	8
2. Introducción histórica .....	8
2.1 China en España: primeros pasos hasta el estado actual .....	8
2.1.1 Fundación de la República Popular China (1949) y la era de Mao Zedong.....	8
2.1.2 Reformas de Deng Xiaoping y la apertura de China del 1979 hasta el presente.....	8
2.1.3 Ingreso de China en la Organización Mundial del Comercio (2001).....	9
2.1.4 Expansión cultural: Creación de los Institutos Confucio.....	9
2.1.5 Llegada al poder de Xi Jinping (2012) y la consolidación de China como potencia global ....	10
4. Relaciones económicas entre China y España .....	11
3.1 Inversiones chinas en España: sectores claves .....	11
3.1.1 Infraestructuras y logística.....	11
3.1.2 Industria tecnológica y energías renovables.....	12
3.1.3 Adquisiciones de empresas y bienes raíces .....	12
3.2 Comercio bilateral: Exportaciones e importaciones .....	13
3.2.1 Exportaciones de España a China .....	13
3.2.2 Importaciones de España desde China .....	13
3.3 Impacto de la Nueva Ruta de la Seda (BRI) en España .....	14
3.3.1 Conexión ferroviaria Yiwu-Madrid.....	15
3.3.2 Oportunidades económicas y comerciales .....	15
3.3.3 Desafíos y consideraciones estratégicas.....	16
4. Presencia cultural china en la sociedad española de hoy en día .....	16
4.1 Gastronomía china e impacto en los hábitos alimenticios .....	17
4.1.1 Popularización de la comida china en España .....	17
4.1.2 Tendencias gastronómicas chinas en España .....	17
4.1.3 Integración de ingredientes y técnicas chinas en la cocina española.....	18

4.2 Pensamiento y medicina tradicional china en el bienestar español.....	19
4.2.1 Expansión de la acupuntura y la medicina tradicional china .....	19
4.2.2 Incorporación de la fitoterapia china en la sociedad española .....	19
4.2.3 Expansión del taichi y el chi gong en el ámbito del bienestar .....	20
4.3 Festividades y tradiciones chinas en España .....	21
4.3.1 Impacto del Año Nuevo Chino en España.....	21
4.3.2 Creciente importancia del Festival del Medio Otoño 中秋节 .....	22
4.3.3 Integración de otras tradiciones chinas en la cultura española .....	23
5. Relaciones políticas entre China y España relevantes en las últimas décadas .....	23
5.1 Acuerdos y tratados bilaterales entre China y España .....	24
5.1.1. Tratados comerciales y de inversión.....	24
5.1.2. Acuerdos en materia de educación y cultura .....	25
5.1.3. Acuerdos en energía y medioambiente.....	25
5.2. Visitas y cumbres diplomáticas clave.....	25
5.2.1. Visitas de mandatarios chinos a España .....	26
5.2.2. Visitas de mandatarios españoles a China .....	26
5.2.3. Participación en foros y cumbres internacionales.....	27
6. Situación de las relaciones chino-españolas durante el período de la pandemia entre 2020 y 2022 .....	28
6.1. Ayuda humanitaria y comercio de suministros médicos .....	28
6.1.1. Envío de material sanitario entre China y España .....	28
6.1.2. Inversiones y contratos de compra de material sanitario .....	29
6.1.3. Rol de las empresas chinas y la comunidad china en España .....	29
6.2. Diplomacia pública y estrategia de comunicación de China.....	29
6.2.1. Defensa de la imagen de China durante la pandemia .....	30
6.2.2. Promoción de la cooperación y la "comunidad de destino compartido" .....	30
6.2.3. Relación entre la diplomacia china y la política española .....	31
6.3. Impacto político y percepción española sobre China .....	31
6.3.1. Cambios en la percepción de China en la opinión pública española .....	32
6.3.2. Implicaciones políticas de la crisis en la relación bilateral.....	32
6.3.3. Perspectivas futuras de las relaciones hispano-chinas.....	32
MARCO PRÁCTICO.....	32
1. Propuesta de marco práctico.....	32
2. Análisis de las preguntas.....	33

Pregunta 1: ¿Qué imagen general tienes de China como país? .....	33
Pregunta 2: ¿Consideras que China es un socio estratégico importante para España?.....	34
Pregunta 3: ¿Crees que la influencia de China en España ha aumentado en los últimos 10 años?... 35	
Pregunta 4: ¿Con qué aspectos de la cultura china tienes mayor contacto en tu vida diaria? (Puedes marcar varias opciones) .....	36
Pregunta 5: ¿Con qué aspectos de la cultura china tienes mayor contacto en tu vida diaria? (Puedes marcar varias opciones) .....	37
Pregunta 6: ¿Has participado alguna vez en alguna festividad china organizada en España? .....	38
Pregunta 7: ¿Has consumido productos culturales chinos (películas, libros, música) en los últimos 2 años? .....	39
Pregunta 8: ¿Qué opinión tienes sobre la gastronomía china en España? .....	40
Pregunta 9: ¿Consumes habitualmente productos de origen chino (ropa, tecnología, electrodomésticos)?.....	41
Pregunta 10: ¿Te preocupa la dependencia de productos chinos en España? .....	42
Pregunta 11: ¿Confías en la calidad de los productos tecnológicos chinos (Huawei, Xiaomi, etc.)? .43	
Pregunta 12: ¿Cómo valoras la colaboración entre China y España durante la pandemia de COVID-19?.....	44
Pregunta 13: ¿Crees que la ayuda sanitaria de China a España durante la pandemia fue principalmente altruista o tuvo intereses políticos? .....	45
Pregunta 14: ¿Crees que la relación entre España y China debería fortalecerse en el futuro? .....	46
Pregunta 15: ¿En qué áreas piensas que sería más beneficiosa una colaboración más estrecha con China? (Puedes marcar varias opciones) .....	47
Pregunta 16: ¿Te gustaría aprender más sobre la cultura o el idioma chino en el futuro? .....	48
3. Reflexión y propuestas.....	49
4. Conclusión.....	49
APÉNDICE .....	50
BIBLIOGRAFÍA.....	52

# **1. Introducción**

## **1.1 Justificación del tema**

En este trabajo se analizará la presencia de China en la sociedad española actual, centrándose en los ámbitos culturales y económicos. Se va a abordar la evolución de esta influencia en las últimas tres décadas, un periodo de crecimiento para China que ha dado lugar a consolidar su presencia en diversos sectores de la vida española, desde relaciones comerciales hasta la cultura popular.

## **1.2 Objetivos e hipótesis**

- Objetivo general: examinar cómo China ha influido a la sociedad española en las últimas tres décadas hasta la actualidad, tanto en términos económicos como culturales.
- Objetivos específicos:
  1. Analizar el crecimiento del comercio y las inversiones chinas en España y su impacto en la economía local.
  2. Estudiar la entrada de la cultura china en la sociedad española, especialmente en lo referente a la gastronomía, el idioma y las festividades.
  3. Evaluar la relación entre los avances económicos y culturales, y cómo ambos aspectos se complementan en la relación entre ambos países.
- Hipótesis: La influencia económica de China ha sido la más destacada en España, pero en los últimos años se ha observado un notable aumento en su influencia cultural, especialmente en las principales ciudades del país. Ambas influencias se refuerzan mutuamente, ya que el crecimiento del comercio y las inversiones ha fomentado un mayor interés cultural por China y, a su vez, este interés ha contribuido a fortalecer las relaciones económicas.

## **1.3 Motivación personal**

Mi interés por las relaciones entre España y China ha ido creciendo en los últimos años, impulsado de manera significativa por la asignatura de Mediación Cultural que cursé el año pasado. Esta experiencia me permitió ampliar mis conocimientos sobre la interacción entre ambas culturas y despertó en mí una curiosidad profunda por comprender mejor su influencia mutua, especialmente en el ámbito cultural y económico. Este trabajo de fin de grado representa una oportunidad ideal para seguir explorando y

profundizando en este tema que me apasiona, con el objetivo de contribuir a un mayor entendimiento de la creciente relevancia de China en la sociedad española actual.

### **1.4 Metodología**

Este trabajo se hará usando la metodología de revisión y análisis de bibliografía, utilizando artículos, libros, revistas que traten sobre cómo la sociedad china ha influido en la sociedad española. Se hará un análisis exhaustivo de fuentes académicas y documentales que aborden el tema ya mencionado, haciendo hincapié en los aspectos culturales, económicos, sociales y educativos. Además, se llevará a cabo un trabajo de campo en instituciones de carácter relevante como el Instituto Confucio y Casa Asia, con el propósito de estudiar de manera directa el impacto y la influencia de la cultura china en España, poniendo especial atención a cómo estas instituciones promueven el intercambio cultural y el entendimiento mutuo entre ambas sociedades.

## **MARCO TÉORICO**

### **2. Introducción histórica**

#### **2.1 China en España: primeros pasos hasta el estado actual**

El desarrollo de China como potencia mundial ha estado marcado por varios hechos históricos que han impulsado su crecimiento y, por tanto, su influencia en el mundo, especialmente en Europa. España ha sido receptora de dicha influencia. A lo largo de las últimas décadas, China ha pasado de ser un país en desarrollo a ser una de las potencias más grandes del mundo en cuestiones económicas y políticas, y los efectos que han causado se pueden sentir en múltiples ámbitos, desde el comercio hasta la cultura.

##### **2.1.1 Fundación de la República Popular China (1949) y la era de Mao Zedong**

El punto de partida clave en la historia fue con la subida de Mao Zedong al poder en el año 1949. Este evento marcó la consolidación del Partido Comunista de China (PPCh) y el establecimiento del régimen comunista en el país. Mao adoptó un estilo de política que se basaba en el aislamiento, enfocada solo en levantar la economía del propio país a través de planes como el “Gran Salto Adelante” (1958-1962) y la “Revolución Cultural” (1966-1976) sin ningún tipo de comercio internacional. Por lo tanto, fue una época de mucho conflicto interno y transformación social en la que el país se alejaba de los modelos capitalistas globales (Esherick et al., 2006).

##### **2.1.2 Reformas de Deng Xiaoping y la apertura de China del 1979 hasta el presente.**

Lo que marcó el cambio y la apertura de China fue tras la muerte de Mao Zedong en 1976, cuando Deng Xiaoping asumió el puesto de líder del país. En 1979, Deng inició un programa de reformas económicas



conocido como “Apertura y Reforma”, que representaba una ruptura con las políticas maoístas. Esta ruptura permitió a China abrirse al comercio internacional y a la inversión extranjera, integrándose en la economía global. Además, en 1980 se crearon las Zonas Económicas Especiales (ZEE), en estas zonas se encuentran las ciudades de Shenzhen, Xiamen, Zhuhai y Shantou, además de la provincia de Hainan (Vogel, 2011).

Gracias a la creación de estas zonas, se atrajo a inversores de todo el mundo con incentivos fiscales y políticas más flexibles en comparación al resto del país. Este fue el punto de inflexión que permitió a China posicionarse como una superpotencia comercial, lo que hizo que se empezasen a tener repercusiones en su relación con países como España, sobre todo en términos de comercio y exportación.

### **2.1.3 Ingreso de China en la Organización Mundial del Comercio (2001)**

Con la entrada a la OMC en 2001, China consolidó su posición en la economía global. Este acontecimiento hizo que las inversiones extranjeras en China crecieran de manera extravagante e hizo que el acceso a los productos chinos en mercados internacionales se expandiese y eso incluye al mercado español. Para España, este hecho significó un incremento en gran medida para el comercio bilateral, debido a que España comenzó a recibir productos chinos en grandes cantidades, particularmente productos del sector textil, el sector electrónico y el sector del comercio al por menor.

El ingreso en la OMC hizo que China se integrara con éxito en el comercio mundial bajo las normas internacionales, lo que facilitó un crecimiento exponencial de sus exportaciones. Desde este momento hasta ahora, España se convirtió en un socio clave para China dentro de la Unión Europea, especialmente en áreas como infraestructuras, energía y tecnología (Feenstra & Wei, 2010).

### **2.1.4 Expansión cultural: Creación de los Institutos Confucio**

Además del impacto económico, China ha extendido en gran medida su influencia cultural a través de los Institutos Confucio, creados en 2004. Estas instituciones tienen representación en universidades de todo el mundo y promueven la lengua y la cultura china. En España, específicamente, los Institutos Confucio han jugado un papel clave a la hora de fortalecer los lazos culturales entre ambos países, facilitando el aprendizaje de la lengua china y organizando actividades culturales. Esta diplomacia cultural ha sido la principal estrategia para poder aumentar su “fuerza blanda”<sup>1</sup> en Europa y ha permitido un mayor entendimiento entre ambas sociedades (Nye, 2004).

---

<sup>1</sup> Fuerza blanda o soft power en inglés la capacidad de influir en otros mediante la atracción cultural, valores e ideas, en lugar del poder militar o económico (Nye, 2004)

De hecho, los Institutos Confucio no solo se centran en la enseñanza del idioma, sino que también promueven el entendimiento más profundo de la cultura y los valores chinos en el extranjero. Gracias a esta promoción, ha hecho que múltiples universidades y centros académicos se consolidaran como un pilar de la diplomacia pública de China. En esta expansión lo que se busca es poder reforzar la imagen de China como un país moderno y con una gran riqueza cultural. De esta manera se atraería la atención de estudiantes, investigadores, empresarios y profesionales interesados en el conocimiento del país. Además, las actividades culturales organizadas por los Institutos Confucio ayudan en gran medida a la creación de lazos entre la juventud china y española, lo que abre un futuro abierto a muchas más colaboraciones académicas entre ambos países.

### **2.1.5 Llegada al poder de Xi Jinping (2012) y la consolidación de China como potencia global**

La llegada de Xi Jinping al poder en 2012 supuso un cambio crucial en la política interna y externa de China. Xi desde que llegó al poder, ha promovido una mayor centralización de poder en el Partido Comunista además de ambiciosas iniciativas globales como la Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI), cuyo objetivo es la mejora de las conexiones comerciales entre los demás continentes y el continente asiático (Rolland, 2017). Esta iniciativa por parte de China ha tenido implicaciones para España, especialmente en términos comerciales y de logística.

La era de Xi Jinping también ha visto un aumento del soft power chino y más agresividad respecto a su expansión económica, tecnología y cultural. El efecto de consolidar a China como potencia global ha impulsado su influencia en Europa, lo que ha provocado un impacto directo en España en áreas claves tales como tecnología, energías renovables e infraestructuras.

Desde el momento en que Xi Jinping asumió el poder, ha habido un gran cambio enfocando la política de manera más asertiva, tanto en el aspecto interno como externo. A nivel internacional, se ha reforzado la idea de un renacimiento nacional chino, promoviendo la idea de que China debe recuperar su lugar central en el mundo, una idea que ha influido en sus relaciones bilaterales, incluyendo a España en este ámbito. La Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI) es un ejemplo de esta gran ambición, ya que el objetivo de esta iniciativa es buscar nuevas rutas de comercio y asociaciones estratégicas con Europa. Esto proporcionará a países europeos como España la oportunidad de participar en proyectos de infraestructura y logística que pueden impulsar en gran medida su economía y posición geopolítica.

En el ámbito doméstico, Xi Jinping ha centralizado el poder, de manera que ha limitado las reformas democráticas y, de esta manera, consolidando al PCCh como el representante en todas las esferas del Estado (Rolland, 2017; Economy, 2018). Esta decisión de centralizar el poder y la idea de la BRI han redefinido las relaciones internacionales de China y destacan la importancia de España en su estrategia hacia Europa, posicionándola como un socio potencial clave.

## **4. Relaciones económicas entre China y España**

Durante las últimas décadas, ha habido un gran incremento en cuanto a las relaciones económicas entre China y España, esto ha hecho que dichas relaciones se hayan fortalecido de manera considerable gracias al crecimiento económico de China y el interés de España por poder nombrarse un puente entre China y la Unión Europea. Estos vínculos están marcados en gran medida por las inversiones directas y por el comercio bilateral. Gracias a la presencia de España, se han podido crear infraestructuras como la “*Nueva Ruta de la Seda*” y las oportunidades y retos derivados de este contexto global.

### **3.1 Inversiones chinas en España: sectores claves**

Las inversiones chinas en España han ido incrementando a lo largo de los años, grandes empresas chinas han invertido en diversos sectores estratégicos, favoreciendo de esta manera la globalización de los negocios y el fortalecimiento de los lazos económicos.

#### **3.1.1 Infraestructuras y logística**

China ha mostrado un gran interés en invertir en la creación de infraestructuras en España, especialmente en los puertos y el sector ferroviario. Empresas como *China Communications Construction Company* (CCCC) han adquirido la participación en puertos españoles, como el de Valencia, lo que ha dado lugar a la expansión de la presencia china en las infraestructuras de transporte y comercio.

Por ejemplo, la *Ferrovial China* ha comenzado a establecer alianzas con empresas españolas con tal de poder ampliar el acceso a su maquinaria y material ferroviario al mercado europeo. La influencia china también se puede ver reflejada en la participación de empresas chinas grandes obras de infraestructura en España, como por ejemplo la “*terminal ferroviaria de Zaragoza*”, la empresa COSCO Shipping Ports, invirtió en la construcción de líneas ferroviarias para llevar mercancías entre China y España, consolidando Zaragoza como un nodo logístico estratégico en la Nueva Ruta de la Seda. Otro gran ejemplo de estas inversiones es el *Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas*, lo que ha hecho que se haya incrementado en un 73% los vuelos entre China y Madrid en 2024. Este aumento busca posicionar a Madrid-Barajas como la principal puerta de entrada a Europa.

### **3.1.2 Industria tecnológica y energías renovables**

El sector tecnológico y las energías renovables han sido otro sector que destacar como sector clave en donde China ha invertido. Empresas como Huawei y ZTE han apostado por España, no solo para comercializar sus productos, si no para poder establecer también centros de investigación y desarrollo (I+D). Huawei ha invertido en centros de innovación y desarrollo de comunicaciones, y en la construcción e instalación de infraestructuras 5G en varias ciudades españolas como Barcelona, Madrid, Sevilla, etc. Además de estas inversiones, la empresa Xiaomi ha incrementado significativamente su presencia en el país. Recientemente, Xiaomi España anunció en un comunicado que trasladará su sede a la Torre de Cristal en Madrid, ocupando la planta 29 con más de 120 empleados. Este traslado consolida en un entorno positivo las relaciones entre empresas chinas y españolas.

En el sector de las energías renovables, empresas chinas han mostrado un interés en España muy recientemente. Ejemplos como la empresa CATL, líder mundial en la fabricación de baterías, anunció oficialmente en 2025 hará una inversión significativa en colaboración con Stellantis para construir la mayor fábrica de baterías del país, con una inversión de 4100 millones de euros. Esta iniciativa refuerza las colaboraciones y da lugar a motivar a otras empresas a crear nuevas colaboraciones con empresas chinas.

### **3.1.3 Adquisiciones de empresas y bienes raíces**

A lo largo de las últimas décadas, las empresas chinas han mostrado un gran interés en adquirir participaciones en compañías españolas de diversos sectores. Un ejemplo de este interés es la compañía Hainan Airlines, la mayor aerolínea privada de China, en adquirir participación en Air Europa. Este movimiento podría implicar la adquisición de hasta un 20% del capital de la aerolínea española, intensificando la competencia con otros posibles inversores europeos. Otro gran ejemplo está en el sector tecnológico, donde dos multinacionales chinas, Hygreen Energy y Sermatec, han anunciado la apertura de fábricas en Humilladero, Málaga. Estas instalaciones, centradas en la producción de hidrógeno verde y dispositivos de almacenamiento de energía, respectivamente, crearán alrededor de dos mil empleos y refuerzan la presencia china en la industria tecnológica española.

En lo que respecta a inversiones en bienes raíces, según el informe “Chinese FDI in Spain: Global Outlook 2023”, elaborado por ICEX-Invest in Spain en colaboración con KPMG, cerca del 60% de las empresas chinas en España tienen planes de inversión y expansión en los próximos 12 meses, incluyendo el sector inmobiliario. Estas inversiones abarcan desde la adquisición propiedades residenciales y comerciales,

hasta participaciones en proyectos de desarrollo urbanístico. La estabilidad del mercado inmobiliario español y la calidad de vida que ofrece el país son factores que atraen a los inversores chinos.

### **3.2 Comercio bilateral: Exportaciones e importaciones**

El comercio entre china y España ha ido creciendo en gran medida durante las últimas décadas, convirtiéndose en el factor principal de sus relaciones económicas. No obstante, hay un gran desequilibrio comercial en relación con la cantidad de importaciones chinas, debido a que el volumen de exportaciones españolas es considerablemente inferior a las chinas.

#### **3.2.1 Exportaciones de España a China**

En el año 2022, gracias a todos los arreglos comerciales que ha habido entre ambos países, las exportaciones españolas a China alcanzaron los 8510 millones de dólares. Los principales productos que se exportaron fueron los minerales de cobre, representado el 14,1 % del total exportado, la carne de cerdo, representando un 12,31% del total exportado, los medicamentos envasados, representando un 7,3% del total exportado. Otros sectores relevantes incluyen el aceite de oliva, representando un 2,2 % del total exportado y, por último, automóviles y piezas de repuesto, que representan un 5.8 % del total exportado.

El sector agroalimentario es uno de los más beneficiados dentro del comercio en china, en especial la carne de cerdo, que durante los últimos años la demanda ha estado creciendo de manera significativa. Otro sector clave es la industria farmacéutica, donde la demanda de medicamentos ha ido en aumento estos últimos años debido a la buena calidad de los productos en el ámbito sanitario europeo. Este panorama refleja una oferta exportadora diversificada, abarcando varios sectores distintos como el agroalimentario, el industrial y el farmacéutico. A pesar de la diversificación de la oferta, las exportaciones han sufrido variaciones a lo largo de los años: en 2021 se alcanzaron los 8670 millones de euros en exportaciones, en 2023, en cambio, no llegaron a alcanzarse los 8 mil millones, se quedaron en 7579, lo que refleja estas fluctuaciones en la demanda china y en la competitividad de los productos españoles en ese mercado.

#### **3.2.2 Importaciones de España desde China**

Por otra parte, las importaciones de China a España son inmensamente superiores, desde hace ya varias décadas, la demanda de productos ha ido en aumento y de esta manera se ha consolidado su posición como uno de los principales proveedores de bienes para España. A partir de 2020, la demanda de productos sufrió un aumento considerable y el 2022 las importaciones llegaron a alcanzar los 47000 millones de euros, lo que supuso un 9,2 % del total de las importaciones españolas. Entre los productos importados destacan los dispositivos semiconductores, representando un 7% del total importado desde

China, los equipos de transmisión y telecomunicaciones, representando un 6,3% del total importado, baterías eléctricas, representando un 6,2% del total importado. Otros a destacar serían los productos textiles y de moda, representado un 9,6 del total importado, muebles y electrodomésticos, representando un 4,5 del total importado y, por último, equipamiento electrónico y telefonía móvil, representando un 13,8 del total importado.

El sector tecnológico y electrónico, durante los últimos años, ha ido incrementando y hoy en día es el más representativo en las importaciones españolas desde China, destacando la alta demanda de teléfonos móviles, equipos informáticos y dispositivos electrónicos de consumo. Este fenómeno se debe principalmente a la competitividad de las empresas chinas por el deseo de innovar nuevas tecnologías cada día. Otro sector que destacar es el de la industria textil, desde la creación de la APP “SHEIN” las importaciones de ropa han ido en aumento cada año y han llegado a alcanzar los 4500 millones de dólares anuales. La capacidad de fabricación de productos en masa y los bajos precios de esta han hecho que los productos textiles chinos sean altamente competitivos en el mercado español, lo que ha generado desafíos para la industria local.

Para concluir, el sector de las baterías eléctricas es importante destacarlo debido al auge que ha tenido estos últimos años debido al impulso de la movilidad sostenible, en donde China, al ser el líder mundial de las baterías de litio, se ha convertido en un proveedor clave para el sector automovilístico español.

En el futuro, debido a las grandes cifras tanto de importaciones como exportaciones, se puede deducir que estas relaciones tienen una oportunidad de crecimiento. En china la nueva clase media está impulsada la demanda de productos europeos de alta calidad, especialmente en los sectores agroalimentario y el de moda. Al España proveer una gran producción de alimentos y bebidas premium, tiene un buen margen para expandir su presencia en el mercado. China, al igual que España, al proveer grandes cantidades de todo tipo de materiales, también posee un gran margen de expansión, lo que dará lugar a ampliar y crear futuras relaciones entre ambos países.

### **3.3 Impacto de la Nueva Ruta de la Seda (BRI) en España**

La iniciativa de la Nueva Ruta de la Seda fue impulsada por China en el año 2013, con el objetivo de mejorar la conectividad y cooperación entre Asia, Europa y África mediante el desarrollo de infraestructuras y la promoción del comercio. España, al estar situada en un punto estratégico y con su infraestructura avanzada, se presenta como un punto clave en esta iniciativa, ofreciendo múltiples oportunidades y desafíos.

### **3.3.1 Conexión ferroviaria Yiwu-Madrid**

Esta línea ferroviaria fue inaugurada en el 2014, y es la ruta ferroviaria más larga del mundo, abarcando aproximadamente 13000 kilómetros y atravesando varios países. Esta conexión ha reducido de manera considerable los tiempos de tránsito en comparación con el comercio marítimo, ofreciendo una alternativa más rápida y sostenible para el comercio entre China y Europa. Además, la creación de esta nueva vía ferroviaria ha fortalecido las relaciones comerciales bilaterales, facilitando el flujo de las mercancías y promoviendo inversiones en sectores logísticos de infraestructuras en ambas naciones.

La ruta de esta línea ferroviaria ha sido analizada con detalle a la hora de su creación, por eso, dicha ruta atraviesa diversas regiones con sus puntos clave de comercio. En el momento de su creación, se presentaron varios problemas debido al terreno por donde se construía y los diferentes anchos de vía, no obstante, la implementación ha demostrado ser una alternativa viable y eficiente al transporte marítimo y aéreo.

El impacto económico de esta ruta es bastante significativo debido a que ha facilitado el incremento de las exportaciones e importaciones entre ambos países, beneficiando a varios sectores del comercio, entre ellos el agroalimentario, el textil y el tecnológico. Además, ha incentivado la inversión en muchas infraestructuras logísticas en España, posicionando al país como un nodo estratégico en las rutas comerciales euroasiáticas.

### **3.3.2 Oportunidades económicas y comerciales**

La participación de España en el BRI abre la puerta a diversas oportunidades económicas. La mejora de las conexiones de transporte puede incrementar las exportaciones españolas hacia mercados asiáticos, diversificando destinos y reduciendo la dependencia de mercados tradicionales. Sectores como el de la moda y bienes de consumo se benefician de un acceso más directo debido a la gran oferta de estos productos, lo que beneficia a ambos países. Además de también mencionar el beneficio que supone el transporte de materiales para la construcción de infraestructuras colaborativas entre China y España.

La inversión china en Europa ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años, y España no queda descartada. En las últimas décadas, se han creado muchos proyectos en sectores como el de la energía, telecomunicaciones y transporte, los cuales han recibido un gran capital chino, lo que ha contribuido al desarrollo económico y la creación de empleo en el país. Esta tendencia ofrece a las empresas españolas la oportunidad de establecer alianzas estratégicas y acceder a financiamiento para proyectos de gran envergadura.

Asimismo, la BRI fomenta la cooperación en sectores como la investigación y el desarrollo, la educación y el turismo. Universidades e instituciones españolas pueden beneficiarse de intercambios académicos y proyectos conjuntos con sus contrapartes chinas, fomentando la transferencia de conocimiento y tecnología. El incremento del turismo chino en España también representa una gran oportunidad para el sector de servicios, impulsando la economía local y fortaleciendo los lazos culturales entre ambos países.

### **3.3.3 Desafíos y consideraciones estratégicas**

A pesar de las oportunidades y los grandes avances en las negociaciones en ambos países, la integración del BRI también presenta desafíos. Esencial que España evalúe cuidadosamente las condiciones de participación para garantizar que los acuerdos sean equilibrados y beneficiosos. Durante la creación, se dieron preocupaciones sobre posibles desequilibrios comerciales y dependencia económica, así como sobre la necesidad de proteger sectores estratégicos nacionales. Además, la alineación con las políticas de la UE y la consideración de las implicaciones geopolíticas sobre factores cruciales en la toma de decisiones relacionadas con la BRI.

La competencia que hay en muchos países europeos para atraer la atención china y poder participar en la BRI también es un aspecto que destacar. España tiene que desarrollar una estrategia clara y coherente que haga destacar sus ventajas competitivas y promueva un entorno que favorezca a futuros acuerdos y negocios comerciales. La coordinación entre el sector público y privado es fundamental para maximizar los beneficios y minimizar los riesgos asociados con la participación en la BRI.

Además, es importante abordar también las preocupaciones relacionadas con la sostenibilidad y el impacto ambiental de los proyectos asociados a la BRI. España tiene que asegurarse al cien por cien que todas las iniciativas en las que participe cuenten con el reglamento de los estándares medioambientales y contribuyan al desarrollo sostenible, evitando posibles repercusiones negativas en su reputación y en el medio ambiente.

## **4. Presencia cultural china en la sociedad española de hoy en día**

China ha generado un gran impacto en la sociedad española en las últimas décadas, manifestándose en diversos ámbitos culturales, desde la gastronomía hasta las artes marciales, pasando por festividades y prácticas comerciales. La cultura china ha sido adoptada por los ciudadanos españoles en su vida cotidiana. Esta integración cultural es resultado tanto del aumento de población china en España como el interés creciente de los españoles por la cultura china.



## **4.1 Gastronomía china e impacto en los hábitos alimenticios**

### **4.1.1 Popularización de la comida china en España**

La gastronomía china ha experimentado una importante expansión en España desde finales del siglo XX. Inicialmente, los restaurantes chinos ofrecían algunas modificaciones de los platos chinos más comunes para adaptarse al paladar español, lo que asegura que los platos sean aceptados en la comunidad. Por lo tanto, platillos como el arroz tres delicias, el cerdo agri dulce y el pollo con almendras a menudo están presentes en los menús de los restaurantes chinos en España. Esta adaptación permitió que la comida china se integrara en el consumo cotidiano de los españoles.

En los últimos años, ha habido un cierto interés por descubrir la verdadera comida china. Las recientemente aperturas de restaurantes especializados en regiones de china, por ejemplo, comida de la región de Sichuan<sup>2</sup> o de la región de Cantón<sup>3</sup> las cuales han traído sabores más fuertes y platos menos populares al mercado español. Asimismo, algunas ciudades españolas, entre las cuales, Madrid o Barcelona, se han construido áreas que ofrecen la comida china más auténtica, lo que atrae a un público diverso que va en busca de una nueva experiencia.

Dejando a un lado los restaurantes, el auge de la creación de supermercados y tiendas chinas también ha contribuido a llevar la gastronomía china a los hogares españoles. Ingredientes como la soja, jengibre y tofu son ahora fácilmente incorporados en la dieta de los consumidores españoles, permitiéndoles probar recetas chinas en sus casas. Como resultado, la dieta del pueblo español se ha vuelto más diversificada y los consumidores han aprendido a apreciar la gastronomía china aún más.

### **4.1.2 Tendencias gastronómicas chinas en España**

En los últimos años, los consumidores españoles han mostrado un creciente interés por las nuevas tendencias gastronómicas chinas. Entre los ejemplos más notorios se encuentra el “*bubble tea*” o té de burbujas, una bebida popular taiwanesa que combina distintos tipos de té con perlas de tapioca que ha llegado a ser una de las preferidas de los jóvenes españoles. Su popularización expandió la apertura de tiendas dedicadas a esta en ciudades como Madrid, Barcelona y Valencia.

---

<sup>2</sup> Sichuan, en chino 四川 (Sìchuān) es una provincia del suroeste de China, conocida por su diversidad étnica, su cocina picante y su papel histórico en la cultura y política china.

<sup>3</sup> Cantón, en chino 广东 (Guǎngdōng) es una provincia costera del sur de China, clave en el desarrollo económico del país y cuna de la diáspora cantonesa.

Otra tendencia gastronómica es el nombrado “*hot pot*”<sup>4</sup> un tipo de experiencia culinaria que implica cocinar ingredientes crudos sumergiéndolos en un caldo hirviendo. Este tipo de comida se ha vuelto popular en España y ha sido recibido con entusiasmo, con la apertura de restaurantes especializados que brindan a los clientes no solo la oportunidad de elegir los ingredientes para cocinar, sino de participar activamente en el proceso. La selección entre los caldos y la mezcla de tipos de carne han hecho que el hot pot sea popular entre familias y grupos de amigos.

Por otra parte, la comida callejera china, como los *baos*<sup>5</sup> o los *jianbing*<sup>6</sup> o creps chinos, ha comenzado a aparecer en mercados gastronómicos y ferias en España. Esta tendencia refleja un cambio en los hábitos de consumo, donde los españoles buscan opciones más variadas y exóticas dentro de la oferta culinaria.

#### **4.1.3 Integración de ingredientes y técnicas chinas en la cocina española**

La gastronomía china ha dejado una huella significativa en España que va más allá de los restaurantes y la importación de productos, integrándose también en la cocina local. Ingredientes como el jengibre, la salsa de soja y el aceite de sésamo han sido incorporados en diversas recetas españolas, creando una fusión entre estas dos tradiciones culinarias.

Un claro ejemplo de esta influencia es la popularidad del wok en los hogares. Este utensilio permite una cocción rápida y saludable, preservando así el sabor y la textura de los ingredientes. Numerosos españoles han empezado a utilizarlo para preparar platos con verduras salteadas, arroz o fideos, combinando técnicas chinas con productos locales.

Asimismo, la cocina fusión ha generado novedosas propuestas gastronómicas que entrelazan elementos de la cocina china y española. Restaurantes de alta gama han experimentado con creaciones que combinan sabores de ambas culturas, tales como dumplings de jamón ibérico o arroz frito con mariscos típicos del Mediterráneo. Esto evidencia cómo la gastronomía china continúa evolucionando y adaptándose al contexto español.

---

<sup>4</sup>El hot pot, en chino 火锅 (*huǒguō*) es una comida tradicional china en la que los comensales cocinan ingredientes variados en una olla de caldo hirviendo, compartida en el centro de la mesa.

<sup>5</sup> Los baos, en chino, 包子 (*bāozi*) es un bollo al vapor relleno, típico de la gastronomía china, que puede contener carne, verduras u otros ingredientes.

<sup>6</sup> El jiangbing, en chino 煎饼 (*jiānbǐng*) es una crêpe china hecha a base de harina y huevo, muy popular como desayuno callejero en el norte de China.

## **4.2 Pensamiento y medicina tradicional china en el bienestar español**

### **4.2.1 Expansión de la acupuntura y la medicina tradicional china**

La acupuntura se erige como la terapia más reconocida y practicada de la medicina tradicional china en España. Esta práctica implica la inserción de agujas en puntos específicos del cuerpo con el propósito de restaurar el equilibrio del flujo de energía, conocido como "chi". A pesar de que en sus inicios fue recibida con escepticismo por parte de la comunidad médica española, ha ido ganando aceptación en años recientes, especialmente en el tratamiento de dolores crónicos, trastornos musculoesqueléticos y problemas de ansiedad y estrés. Dicha aceptación se atribuye mayormente a investigaciones científicas que han evidenciado sus efectos positivos en ciertas condiciones, lo que ha facilitado su incorporación en diversas clínicas privadas y hospitales públicos en el país.

En urbes como Madrid y Barcelona, varios centros hospitalarios han comenzado a ofrecer acupuntura en el marco de programas específicos centrados en el tratamiento del dolor. Un ejemplo notable es el Hospital Universitario de La Paz, donde se utiliza esta técnica con pacientes que sufren de migrañas crónicas y fibromialgia, complementando así los tratamientos convencionales. Asimismo, distintas mutuas y compañías de seguros de salud han empezado a incluir sesiones de acupuntura en sus pólizas, lo que demuestra la creciente aceptación de esta terapia dentro del sistema sanitario. En términos de normativas, aunque la acupuntura no se considera una especialidad médica oficial en España, los médicos y fisioterapeutas que hayan recibido capacitación en esta práctica pueden llevarla a cabo.

A pesar de su creciente popularidad, la acupuntura aún enfrenta obstáculos en el sector de la salud. Si bien algunos estudios respaldan su eficacia en el tratamiento del dolor, otros cuestionan su fundamento científico, sugiriendo que sus resultados podrían verse afectados por el efecto placebo. Esta controversia ha colocado a la acupuntura en un punto medio entre la medicina y las terapias complementarias, sin una regulación coherente a nivel europeo. Sin embargo, su aceptación sigue aumentando, impulsada por la demanda de los pacientes y la apertura de más clínicas especializadas en estas modalidades de tratamiento.

### **4.2.2 Incorporación de la fitoterapia china en la sociedad española**

La fitoterapia, una medicina tradicional china, ha empezado a tener un lugar relevante en España. Este enfoque utiliza plantas medicinales tanto para tratar como para prevenir diversas dolencias. En la tradición china, se sostiene que cada planta cuenta con propiedades únicas que pueden ayudar a equilibrar el cuerpo, conocimiento que se ha transmitido a lo largo de los siglos mediante textos médicos y la labor de herbolarios. En los últimos años, la fitoterapia china ha ido ganando popularidad en España,

gracias al crecimiento del interés por la medicina natural y por opciones más sostenibles y menos agresivas en comparación con los medicamentos tradicionales.

En herbolarios y tiendas de productos naturales, ya es habitual hallar ingredientes típicos de la medicina china, tales como el ginseng, el té verde, el astrágalo y la raíz de regaliz, que se utilizan para potenciar el sistema inmunitario, optimizar la digestión o incrementar la vitalidad. Además, ha habido un notable aumento en el consumo de infusiones medicinales con propiedades terapéuticas, facilitado por la tendencia hacia un estilo de vida más saludable y el deseo de disminuir el uso de fármacos sintéticos. Esta tendencia también se ha visto favorecida por el auge de la medicina ayurvédica y otras prácticas holísticas, que han allanado el camino para la aceptación de la fitoterapia china en el país.

No obstante, existen controversias en relación con la fitoterapia china, especialmente referidas a su regulación y seguridad. Algunos de los ingredientes empleados en la medicina tradicional china no están permitidos dentro de la Unión Europea debido a la carencia de estudios científicos que respalden su seguridad, mientras que otros han sido restringidos por su posible toxicidad. Sin embargo, la demanda de estos productos continúa en ascenso, lo que ha llevado a un incremento en la supervisión y regulación por parte de las autoridades sanitarias para asegurar un uso adecuado en España.

#### **4.2.3 Expansión del taichi y el chi gong en el ámbito del bienestar**

La influencia de la medicina china tradicional en España va más allá de la acupuntura y la medicina herbal; también incluye prácticas de ejercicio inspiradas en filosofías orientales. Ejercicios como el *tai chi*<sup>7</sup> y el *chi gong*<sup>8</sup> han adquirido gran fama en los últimos años, especialmente entre los adultos mayores y aquellos interesados en la meditación y el bienestar integral. Estas actividades, que combinan movimientos fluidos con técnicas de respiración y concentración mental, han mostrado beneficios para la salud, tales como mejorar el equilibrio, disminuir el estrés y fortalecer el sistema inmunológico.

En localidades como Madrid, Barcelona y Valencia, es habitual ver parques donde diversas personas practican *tai chi* en las mañanas, guiados por instructores capacitados. Numerosas asociaciones culturales y centros de salud han empezado a incluir estas prácticas en sus actividades, promoviendo su terapia como herramienta de relajación y prevención de condiciones de salud. Algunos hospitales incluso han

---

<sup>7</sup> El *tài jí* (太极) es un arte marcial chino interno que combina movimientos suaves y fluidos con principios filosóficos del taoísmo para promover la salud y el equilibrio.

<sup>8</sup> El *qìgōng* (气功) es una práctica tradicional china que combina ejercicios de respiración, movimiento y meditación para mejorar la salud física y mental.

comenzado a recomendar estas técnicas a pacientes con enfermedades crónicas, como artritis e hipertensión, por su efecto positivo en la movilidad y el bienestar general.

El entusiasmo por el *tai chi* y el *chi gong* en España también ha sido potenciado por la creciente difusión de otras prácticas asiáticas, como el yoga y la meditación, que han facilitado la aceptación de estas modalidades en la cultura occidental. Con el aumento de la conciencia sobre la relevancia del bienestar holístico, parece probable que estas prácticas continúen prosperando y estableciéndose como parte del estilo de vida saludable en España.

### **4.3 Festividades y tradiciones chinas en España**

En las últimas décadas, la población china en España ha experimentado un notable aumento, convirtiéndose en una de las comunidades extranjeras más prominentes del país. Esta expansión ha propiciado una mayor visibilidad de sus costumbres y celebraciones, que ahora forman parte de la vida cultural en España. Las festividades chinas no solo representan momentos de unión para la comunidad china, sino que también han suscitado un creciente interés entre los españoles, fomentando intercambios culturales y una comprensión más profunda de la cultura china en el país.

Celebraciones chinas significativas, como el Año Nuevo Lunar, el Festival de Otoño y el Festival de las Linternas, han sido incorporadas al calendario cultural de varias ciudades españolas. Durante estas festividades se llevan a cabo desfiles, mercadillos temáticos, exposiciones y actuaciones que incluyen danza tradicional, música y comida típica. En localidades con una ilustre presencia china, como Madrid y Barcelona, estas celebraciones ya no son solo para la comunidad china, sino que se han convertido en eventos masivos que atraen a miles de personas.

#### **4.3.1 Impacto del Año Nuevo Chino en España**

El Festival del Año Nuevo Chino, conocido también como el Festival de la Primavera (春节), es la festividad de mayor importancia en la cultura china y ha cobrado un gran protagonismo en España en los años recientes. Tradicionalmente, esta celebración da la bienvenida al nuevo año según el calendario lunar y está repleta de simbolismo, incluyendo actividades como las danzas de dragones y leones, la pirotecnia y reuniones familiares con abundantes banquetes. En territorio español, esta festividad ha superado las fronteras de la comunidad china, convirtiéndose en un evento cultural de interés para la población en general.

En ciudades como Madrid y Barcelona, el Año Nuevo Chino se festeja con desfiles concurridos en áreas donde reside un importante número de ciudadanos chinos, tales como Usera en Madrid o el barrio del

Fort Pienc en Barcelona. Durante estas celebraciones, las calles se adornan con faroles rojos, espectáculos de danza y muestras de artes marciales, congregando a miles de participantes. En tiempos recientes, los gobiernos locales han incentivado estas festividades para promover la integración cultural, organizando actividades en centros culturales y espacios públicos. Además, varias instituciones, como el Instituto Confucio, han colaborado para aumentar la visibilidad de esta festividad, ofreciendo charlas y talleres acerca de la historia y el significado del Año Nuevo Chino.

La influencia del Año Nuevo Chino en España también se manifiesta en el ámbito comercial y gastronómico. Durante esta celebración, los restaurantes chinos presentan menús especiales que incluyen platos típicos de la festividad, tales como los dumplings, pato laqueado y pastelitos de arroz glutinoso. Asimismo, grandes comercios y marcas han empezado a implementar estrategias de marketing relacionadas con esta festividad, lanzando versiones especiales de productos inspirados en la cultura china. De esta forma, el Año Nuevo Chino no solo ha fortalecido la identidad cultural de la comunidad china en España, sino que también ha generado consecuencias económicas y sociales en el país.

#### **4.3.2 Creciente importancia del Festival del Medio Otoño 中秋节**

El Festival del Medio Otoño, que se celebra el decimoquinto día del octavo mes lunar, es sin duda una de las festividades más importantes de la cultura china y, cada vez más, se está haciendo un lugar especial en España. Esta celebración, que representa la unión familiar y la gratitud, es famosa por sus deliciosos pasteles de luna, que amigos y familiares comparten como una hermosa forma de mostrar aprecio. Aunque comenzó siendo una festividad principalmente para la comunidad china, ahora muchos españoles se suman a las actividades, atraídos por su significado y sus hermosos rituales.

En ciudades como Madrid y Valencia, el Festival del Medio Otoño se vive de manera vibrante a través de eventos organizados por asociaciones chinas y centros culturales, donde puedes disfrutar de exposiciones de linternas, recitales de poesía y obras de teatro inspiradas en la leyenda de Chang'e (嫦娥), la diosa de la luna. Estas actividades ofrecen a los asistentes una oportunidad de explorar la rica mitología y el simbolismo de la festividad, y fomentan el intercambio cultural y la comprensión de las tradiciones chinas. Además, en los últimos años, algunas panaderías especializadas han comenzado a ofrecer pasteles de luna en España, lo que hace que esta rica tradición gastronómica sea mucho más accesible al público local.

El Festival del Medio Otoño también ha dejado su huella en la forma en que se celebran eventos comunitarios aquí. Al igual que ocurre con la Navidad en la cultura occidental, esta festividad se ha convertido en un momento clave de encuentro para la comunidad china, promoviendo la solidaridad y el

sentido de pertenencia. Además, ha presentado una gran oportunidad para fortalecer los lazos interculturales, ya que muchas escuelas y universidades han comenzado a incluir actividades relacionadas con esta festividad en sus programas educativos sobre cultura china.

#### **4.3.3 Integración de otras tradiciones chinas en la cultura española**

Además de las grandes festividades, muchas tradiciones chinas han encontrado su camino en la sociedad española, tocando desde la gastronomía hasta prácticas espirituales y filosóficas. Uno de los rasgos más visibles es el creciente interés por el horóscopo chino, que ha empezado a aparecer en revistas y medios españoles, especialmente cuando se acerca el Año Nuevo Chino. Cada vez más personas están curiosas por los doce animales del zodiaco chino y su significado, lo que ha creado un lazo más fuerte con la cosmovisión china.

Otra tradición que ha ido ganando seguidores en España es la caligrafía china. Ha cobrado popularidad gracias a talleres y exposiciones en centros culturales y academias de arte. La caligrafía china es valorada no solo como un estilo de escritura, sino también como una forma de arte y meditación que exige concentración y precisión. Por esto, ha encontrado su lugar dentro del mundo del mindfulness y el crecimiento personal, atrayendo a quienes se sienten atraídos por la filosofía oriental.

Por último, la práctica del feng shui (风水), el arte chino que busca armonizar los espacios, ha dejado su huella en la decoración y arquitectura española. Más personas se están animando a aplicar principios de feng shui en sus hogares y oficinas, convencidos de que pueden mejorar la energía y el bienestar personal. Empresas de diseño y arquitectura han comenzado a incorporar estos principios en sus proyectos, lo que refleja cómo las tradiciones chinas han influido en el estilo de vida occidental.

### **5. Relaciones políticas entre China y España relevantes en las últimas décadas**

Las interacciones entre China y España en el ámbito político han mostrado un crecimiento significativo durante las últimas décadas, caracterizadas por la firma de acuerdos estratégicos, visitas de dignatarios y una cooperación en aumento en áreas como el comercio, la cultura y la tecnología. Desde que se establecieron relaciones diplomáticas en 1973, ambos países han reforzado su conexión mediante tratados bilaterales y colaboraciones estratégicas que han facilitado la consolidación de la presencia china en España y viceversa.

En los últimos 30 años, España ha buscado establecerse como un enlace entre China y la Unión Europea, promoviendo el comercio y la inversión en sectores fundamentales como infraestructura, energías

renovables y telecomunicaciones. De igual manera, China ha visto a España como un socio clave en su iniciativa de la Nueva Ruta de la Seda <sup>9</sup>, lo que ha potenciado la cooperación en diversos niveles.

## **5.1 Acuerdos y tratados bilaterales entre China y España**

La colaboración política entre China y España se ha fortalecido a través de la creación de diversos acuerdos y tratados que abarcan múltiples áreas, tales como el comercio, la inversión y la cooperación en cuestiones científicas y educativas. Estos convenios han impulsado el desarrollo de las relaciones económicas y han promovido una mayor vinculación entre ambos países en el ámbito global.

Desde la formalización del Tratado de Amistad y Cooperación entre China y España en el año 2005, las interacciones entre ambas naciones han tomado un cariz estratégico, lo cual ha facilitado la formalización de acuerdos en sectores como las energías renovables, la tecnología y la exportación de productos agroalimentarios. España ha jugado un papel destacado en la introducción de artículos como el jamón ibérico y el aceite de oliva en el mercado chino, mientras que China ha aumentado su inversión en infraestructuras y telecomunicaciones en España.

En los últimos años, la firma de convenios en el marco de la Iniciativa de la Franja y la Ruta ha creado nuevas oportunidades para el comercio y la logística entre los dos países. Un ejemplo de esta dinámica es la conexión ferroviaria que se inauguró en 2014 entre Yiwu (China) y Madrid, que ilustra cómo estos tratados han favorecido el incremento del comercio bilateral. Además, la colaboración en iniciativas de sostenibilidad y energías limpias ha adquirido más relevancia, posicionando a España como un aliado clave para China en el desarrollo de tecnologías ecológicas y energías renovables.

### **5.1.1. Tratados comerciales y de inversión**

El aumento en el comercio entre países ha sido favorecido por la firma de acuerdos que promueven la inversión extranjera y minimizan los obstáculos arancelarios. Un acuerdo clave en este contexto fue el Convenio para la Protección Recíproca de Inversiones (CPRI), que se firmó en 2007 y se renovó en 2018, proporcionando un marco legal sólido para las empresas de ambas naciones.

Gracias a este convenio, empresas de España como Telefónica, Inditex y Repsol han ampliado su presencia en el mercado chino, mientras que grandes corporaciones chinas como Huawei y Alibaba han consolidado

---

<sup>9</sup> La Nueva Ruta de la Seda o la *Yī Dài Yī Lù* (一带一路), también conocida en inglés como *The Belt and Road Initiative* (BRI) y en español latinoamericano como *La Franja y la Ruta*, es una estrategia china para fomentar la conectividad y cooperación económica internacional mediante infraestructuras que reviven las antiguas rutas comerciales.



sus operaciones en el territorio español. Además, la colaboración en áreas de innovación y tecnología ha llevado a la creación de centros de desarrollo e investigación en ciudades como Barcelona y Madrid, lo que refuerza los lazos económicos y tecnológicos entre ambas naciones.

#### **5.1.2. Acuerdos en materia de educación y cultura**

La cultura y la educación han sido fundamentales en la relación entre ambos países, con diversos acuerdos establecidos para promover el intercambio académico y la cultura. En el año 2007, se firmó un convenio que facilitó el crecimiento del Instituto Confucio en España, con sucursales en instituciones académicas como la Universidad de Granada y la Universidad de Valencia.

Asimismo, los acuerdos sobre la movilidad estudiantil han permitido a miles de estudiantes tanto chinos como españoles realizar sus estudios en el país del otro. Iniciativas como Erasmus+ han incluido acuerdos con universidades de China, mientras que becas ofertadas por el gobierno chino han posibilitado que estudiantes españoles se capaciten en instituciones como la Universidad de Pekín y la Universidad de Fudan.

#### **5.1.3. Acuerdos en energía y medioambiente**

La cooperación entre España y China, las energías renovables y la sostenibilidad ha sido fortalecida mediante convenios en los sectores eólico y solar. Firmas españolas como Acciona e Iberdrola han estado involucradas en iniciativas de energías limpias en territorio chino, al mismo tiempo que empresas chinas han realizado inversiones en parques de energía solar y eólica en España.

En 2018, ambos países suscribieron un acuerdo que busca profundizar la colaboración en la lucha contra el cambio climático, alineándose con los objetivos establecidos por el Acuerdo de París. España ha puesto a disposición su conocimiento en el manejo de energías limpias y eficiencia, mientras que China ha ofrecido financiamiento para proyectos sostenibles en el país ibérico.

### **5.2. Visitas y cumbres diplomáticas clave**

En las últimas décadas, las interacciones políticas entre China y España han ganado en fortaleza gracias a encuentros de alto nivel y cumbres diplomáticas, lo que ha permitido establecer acuerdos estratégicos en diferentes áreas. Estas reuniones han sido cruciales para impulsar la colaboración en campos como el comercio, la tecnología, la energía renovable y la educación, así como para alinear posturas en foros internacionales.

Las visitas oficiales han brindado a ambos países la oportunidad de fortalecer su alianza en momentos decisivos, consolidar acuerdos bilaterales y enfrentar desafíos globales en el contexto de su relación

diplomática. Desde la significativa normalización de relaciones en 1973, líderes de ambas naciones han llevado a cabo numerosos viajes destinados a profundizar la cooperación y establecer las bases para nuevas iniciativas colaborativas.

#### **5.2.1. Visitas de mandatarios chinos a España**

Las visitas de altos funcionarios chinos a España han sido fundamentales para robustecer las relaciones entre ambos países y han propiciado la firma de convenios en sectores notables. Estos encuentros han contribuido a reforzar los vínculos políticos y económicos, evidenciando el creciente interés de China por España como un aliado estratégico dentro de la Unión Europea.

Una de las visitas más notables ocurrió cuando el presidente Xi Jinping acudió en noviembre de 2018, siendo la primera vez en 13 años que un líder chino visitó España. Durante su estancia, Xi Jinping y el presidente español, Pedro Sánchez, formalizaron varios acuerdos en áreas como la economía digital, la colaboración financiera y la promoción de la Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI). Este viaje fue un punto de inflexión en la relación bilateral, coincidiendo con la celebración del 45.º aniversario de las relaciones diplomáticas entre España y China. Además, Xi Jinping subrayó la relevancia de España en el contexto de expansión comercial de China en Europa, resaltando la importancia del puerto de Valencia como un punto clave dentro de la BRI.

Otra visita notable fue la de Hu Jintao en 2005, durante la cual se firmó el “Tratado de Amistad y Cooperación entre China y España”, estableciendo un marco sólido para la inversión y el comercio. En esta ocasión, se acordó potenciar la colaboración en áreas como la educación y la cultura, lo que condujo a la expansión del Instituto Confucio en diferentes universidades españolas y al aumento de estudiantes chinos en España.

En 2012, el entonces primer ministro chino Wen Jiabao también hizo un viaje a España con el objetivo de fortalecer los lazos económicos en medio de la crisis financiera europea. Durante su visita, China mostró interés en adquirir deuda soberana española, lo cual ayudó a consolidar la confianza en la economía española durante un periodo de incertidumbre. Este viaje reflejó el creciente poder de China como actor financiero global y su influencia en la estabilidad económica de las naciones europeas.

#### **5.2.2. Visitas de mandatarios españoles a China**

Los dirigentes de España han realizado numerosas expediciones a China con el propósito de fomentar la colaboración económica y fortalecer los lazos diplomáticos. Estas travesías han sido fundamentales para la firma de acuerdos comerciales, la promoción de inversiones extranjeras y la búsqueda de sinergias en sectores clave como la energía, la tecnología y el transporte.

Una de las visitas más significativas ocurrió en 2005 con José Luis Rodríguez Zapatero, cuando ambos países sellaron el Acuerdo de Asociación Estratégica Integral, un convenio que cambió la dinámica bilateral. Durante este viaje, Zapatero incentivó la inversión de España en el mercado chino y facilitó la comercialización de productos españoles como el aceite de oliva y el vino en dicha nación. Este convenio también estimuló el turismo entre los dos países, resultando en un aumento considerable de visitantes chinos en España en los años siguientes.

En 2014, Mariano Rajoy realizó un viaje a China con la intención de consolidar la cooperación en los ámbitos económico y tecnológico. En esta ocasión, se lograron acuerdos para desarrollar proyectos de infraestructura en España con financiación china, así como para colaborar en energías renovables. Rajoy además subrayó el potencial de España como un vínculo entre China y América Latina, aludiendo a la fuerte presencia de empresas españolas en mercados latinoamericanos que podrían facilitar la expansión de China en esa área.

La visita más reciente de un líder español a China ocurrió en 2023 con Pedro Sánchez, quien discutió temas como la recuperación económica tras la pandemia, la estabilidad de las cadenas de suministro y el rol de China en el conflicto de Ucrania. Durante este encuentro, Sánchez se reunió con Xi Jinping y abordaron la necesidad de reforzar el multilateralismo y la colaboración en energías renovables. Además, España reafirmó su dedicación a la Iniciativa de la Franja y la Ruta, aunque con ciertas reservas sobre la necesidad de equilibrar los vínculos comerciales con la Unión Europea.

### **5.2.3. Participación en foros y cumbres internacionales**

Aparte de las reuniones bilaterales, la colaboración entre China y España se ha fortalecido mediante su participación en foros internacionales, donde han unido esfuerzos en áreas de interés mutuo como el comercio, el cambio climático y la seguridad global.

Ambos países han coincidido en foros como el G20, la ONU y la Organización Mundial del Comercio (OMC), donde han apoyado puntos de vista congruentes en cuestiones como la necesidad de fomentar el comercio internacional y reforzar las instituciones multilaterales. En el contexto del G20, China ha brindado apoyo a España en su deseo de convertirse en miembro permanente del grupo, evidenciando el interés de Pekín en mantener una relación cercana con Madrid en el ámbito internacional.

Uno de los aspectos más destacados de la cooperación hispano-china en organismos internacionales ha sido la batalla contra el cambio climático. En la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP), ambos países han abanderado la urgencia de acelerar la transición hacia energías

renovables y han formalizado acuerdos para la colaboración en tecnología verde. España ha sido un socio fundamental en la transferencia de saberes en energías eólica y solar hacia China, mientras que Pekín ha facilitado financiamiento para proyectos de infraestructura sostenible en territorio español.

Dentro del ámbito de la Unión Europea, la relación entre España y China ha tomado un cariz estratégico. Siendo parte de la UE, España ha actuado como mediadora en las conversaciones entre Bruselas y Pekín sobre temas como el comercio y los derechos humanos. En múltiples ocasiones, el gobierno español ha promovido un enfoque equilibrado en las relaciones con China, evitando actitudes extremas y fomentando el diálogo como medio para resolver conflictos comerciales o políticos.

Otro foro relevante ha sido la Iniciativa de la Franja y la Ruta, donde España ha tomado parte en varias cumbres para evaluar su participación en este grandioso proyecto de infraestructura global impulsado por China. Aunque la Unión Europea ha mostrado ciertas reservas sobre la BRI, España ha seguido una postura pragmática, buscando capitalizar las oportunidades económicas que ofrece sin comprometer su alineación con Bruselas y Washington.

## **6. Situación de las relaciones chino-españolas durante el período de la pandemia entre 2020 y 2022**

La crisis provocada por el COVID-19 presentó retos las relaciones internacionales, impactando en las interacciones políticas, económicas y diplomáticas entre España y China. En este escenario, ambos países intensificaron su colaboración en varios frentes, subrayando el apoyo recíproco en la provisión de material médico, las iniciativas de diplomacia pública y cómo la pandemia influenció la visión que se tiene de China en la sociedad española.

El análisis de las relaciones hispano-chinas durante la pandemia se puede dividir en tres componentes fundamentales. En primer lugar, la asistencia humanitaria y el comercio de equipos médicos evidencian la dependencia de España respecto a la producción china. En segundo lugar, la estrategia de diplomacia pública empleada por China con el fin de mejorar su imagen en España, así como en el resto de Europa. Por último, las implicaciones políticas y la evolución de la percepción de la sociedad española sobre China, en un contexto de creciente discusión acerca de la influencia de esta potencia asiática en el escenario mundial.

### **6.1. Ayuda humanitaria y comercio de suministros médicos**

#### **6.1.1. Envío de material sanitario entre China y España**

Desde que empezó la pandemia, España y China se han estado echando una mano con el envío de material sanitario. En enero y febrero de 2020, cuando el COVID-19 estaba afectando duro a China, el gobierno

español mandó material médico a Wuhan, junto con el Reino Unido. Esos envíos traían equipos de protección y otros suministros imprescindibles, acompañados de mensajes de apoyo del presidente Pedro Sánchez y del Rey Felipe VI, quienes aplaudieron la labor de China para controlar la pandemia.

Luego, cuando la crisis sanitaria se movió hacia Europa y España se convirtió en uno de los países más golpeados, la ayuda volvió a circular al revés. El 22 de marzo de 2020, China le hizo una donación bastante significativa a España, que incluía 834 kits de diagnóstico para 20,000 personas, 50,000 mascarillas, 10,000 batas, 10,000 gafas de protección, 10,000 pares de guantes y 10,000 pares de cubrezapatos. Además, gobiernos locales de China, como Fujian, Gansu y Nanning, hicieron donaciones directas a sus regiones hermanadas en España, como Cantabria, Navarra y Murcia

#### **6.1.2. Inversiones y contratos de compra de material sanitario**

Además de la ayuda humanitaria, China se convirtió en el mayor proveedor de suministros médicos para España. Durante la pandemia, tanto el gobierno español como las Comunidades Autónomas llevaron a cabo compras masivas de material sanitario en China, firmando contratos que sobrepasaron los 726 millones de euros. De esta cantidad, 628 millones fueron gestionados por el gobierno central, mientras que las adquisiciones en Madrid y Cataluña sumaron 35 y 23 millones de euros, respectivamente.

No obstante, este comercio no estuvo exento de controversias. Se reportaron problemas con la calidad de ciertos productos, como test de detección rápida, defectuosos y mascarillas que no cumplían con las especificaciones técnicas necesarias. Estas situaciones generaron críticas en España sobre la fiabilidad de los productos adquiridos a empresas chinas, lo que avivó el debate sobre la dependencia de la producción china en sectores clave.

#### **6.1.3. Rol de las empresas chinas y la comunidad china en España**

Las empresas chinas que están presentes en España también jugaron un papel fundamental en la respuesta a la crisis sanitaria. Gigantes tecnológicos como Alibaba y Huawei realizaron donaciones de material médico, un gesto que fue ampliamente reconocido y agradecido tanto por la Casa Real como por el gobierno español. Además, la comunidad china en España, que cuenta con más de 225.000 personas, se movilizó de manera activa para donar suministros médicos a hospitales y fuerzas de seguridad, y también para facilitar la conexión entre el gobierno español y los proveedores chinos.

### **6.2. Diplomacia pública y estrategia de comunicación de China**

Uno de los elementos más destacados de las relaciones entre China y España durante la pandemia fue la estrategia de diplomacia pública que implementó China para mejorar su imagen en nuestro país. Desde que comenzó la crisis sanitaria, el gobierno chino puso en marcha una serie de acciones comunicativas y

diplomáticas con el fin de mostrar su liderazgo en la gestión de la pandemia y responder a las críticas sobre el origen y la propagación del virus.

La diplomacia pública china en España a lo largo de la pandemia se puede dividir en tres fases principales: primero, la defensa de la imagen de China frente a las acusaciones iniciales sobre la falta de transparencia en la gestión del brote en Wuhan; en segundo lugar, la promoción de la cooperación internacional mediante el envío de suministros médicos y asistencia técnica a España; y por último, la conexión de la ayuda humanitaria con la estrategia geopolítica a largo plazo de China, todo ello enmarcado en su concepto de 'comunidad de destino compartido'.

#### **6.2.1. Defensa de la imagen de China durante la pandemia**

En los primeros meses de 2020, cuando el COVID-19 estaba concentrado en China, el gobierno de Pekín lanzó una intensa campaña para frenar la estigmatización tanto del país como de la comunidad china en el extranjero. En España, se comenzaron a difundir mensajes a través de la Embajada de China en Madrid, los consulados y los medios de comunicación para asegurar que el país estaba actuando con responsabilidad y transparencia.

A pesar de estos esfuerzos, las críticas hacia China fueron constantes, sobre todo de sectores políticos más conservadores y ciertos medios de comunicación occidentales. Se cuestionó la lentitud en la respuesta inicial del gobierno chino, la falta de información durante las primeras semanas del brote y la sospecha de que China podría estar ocultando datos sobre la verdadera magnitud del problema. Estas críticas generaron tensiones en la relación bilateral, aunque el gobierno español mantuvo una postura diplomática y evitó enfrentamientos públicos con Pekín.

Además, el brote de COVID-19 provocó incidentes de discriminación contra la comunidad china en España, con un aumento de casos de sinofobia en redes sociales y ataques verbales en espacios públicos. En respuesta, la embajada china en Madrid emitió comunicados condenando estos actos y promoviendo la idea de que la pandemia no conoce fronteras, subrayando la necesidad de una cooperación internacional basada en la solidaridad.

#### **6.2.2. Promoción de la cooperación y la "comunidad de destino compartido"**

A medida que la pandemia avanzaba y China empezaba a controlar contagios, la forma en que el gobierno chino se comunicaba cambió bastante. En esta nueva etapa, se enfocaron en la cooperación internacional, utilizando la idea de "comunidad de destino compartido para la humanidad" (人类命运共同体, Rénlèi mìngyùn gòngtóngtǐ), que es un concepto clave en la política exterior de Xi Jinping.

Este enfoque se convirtió en el corazón de la diplomacia pública china durante la pandemia, buscando mostrar a China como un socio comprometido en la lucha global contra el virus, en lugar de ser visto solo como su origen. A través de donaciones de material sanitario, asistencia técnica y cooperación científica, Pekín trató de aumentar su influencia en Europa y mejorar su imagen en países importantes como España.

En este contexto, China envió enormes cantidades de suministros médicos a España, como mascarillas, ventiladores y pruebas de diagnóstico. También promovió el intercambio de conocimientos médicos a través de videoconferencias entre expertos chinos y españoles, buscando afianzar su liderazgo en la gestión de pandemias. Esta estrategia fue bien recibida por el gobierno español, que expresó su agradecimiento de manera pública en varias ocasiones.

### **6.2.3. Relación entre la diplomacia china y la política española**

A pesar de los gestos de colaboración, la estrategia de diplomacia pública de China generó cierta controversia. En el contexto político español, las relaciones con China durante la pandemia fueron vistas de manera diferente según la inclinación ideológica de cada partido. Mientras que el gobierno de coalición de Pedro Sánchez y Unidas Podemos mantuvo una actitud conciliadora y subrayó la importancia de trabajar juntos con China, algunos sectores de la oposición, especialmente VOX y ciertas facciones del Partido Popular, adoptaron un enfoque más crítico.

Desde círculos conservadores se destacó la responsabilidad de China en la propagación del virus y se pusieron en duda los intereses geopolíticos detrás de su estrategia de ayuda internacional. En este contexto, varios líderes políticos de la derecha española comenzaron a referirse al término "el virus chino", replicando la retórica de Donald Trump en Estados Unidos. Esto provocó tensiones con la embajada china en Madrid, que respondió con comunicados oficiales rechazando ese tipo de afirmaciones y reafirmando la necesidad de una cooperación internacional sólida.

### **6.3. Impacto político y percepción española sobre China**

La pandemia tuvo un impacto significativo en la relación entre China y España, no solo desde el punto de vista diplomático, sino también en cómo los españoles ven a China. La crisis sanitaria y la forma en que el gobierno chino manejó la situación afectaron la imagen del país asiático en España, dando lugar tanto a opiniones positivas como a críticas.

Las encuestas de organizaciones como el Real Instituto Elcano y el European Council on Foreign Relations (ECFR) revelan que la percepción de China en España se tornó más ambivalente durante este periodo. Por un lado, muchos valoraron positivamente la ayuda recibida de China, pero al mismo tiempo, aparecieron

inquietudes sobre nuestra dependencia de productos de ese país y la falta de transparencia al inicio del brote.

#### **6.3.1. Cambios en la percepción de China en la opinión pública española**

Un estudio del Real Instituto Elcano de 2021 revela que el 42% de los españoles tiene una opinión negativa sobre China, un aumento significativo respecto al 25% en 2019. Este crecimiento en la desconfianza se puede atribuir, entre otras cosas, a las dudas sobre el origen del virus y a la percepción de que China no fue del todo transparente durante los primeros días de la pandemia.

A pesar de esto, la opinión sobre la ayuda que ofreció China también jugó un papel fundamental. Un 38% de los encuestados opinó que China había tenido un papel positivo en la gestión global de la pandemia, destacando su capacidad para controlar el virus y el apoyo brindado a otros países. Esto pone de manifiesto que la percepción de los españoles sobre China se ha vuelto más polarizada: algunos la ven como un socio estratégico, mientras que otros la consideran una amenaza.

#### **6.3.2. Implicaciones políticas de la crisis en la relación bilateral**

Desde un punto de vista político, la pandemia nos dejó varias enseñanzas sobre la relación entre China y España. Primero que nada, quedó claro que España depende de China en sectores críticos como la producción de material sanitario y tecnología médica. Esto ha abierto un amplio debate en la Unión Europea sobre la necesidad de diversificar nuestras cadenas de suministro y disminuir la dependencia de China en determinadas industrias.

Por otro lado, la crisis sanitaria también sirvió para fortalecer la cooperación bilateral en varios aspectos, como el intercambio de conocimientos científicos y la colaboración en investigación biomédica. Algunas empresas farmacéuticas españolas firmaron acuerdos con laboratorios chinos para desarrollar vacunas y tratamientos contra el COVID-19, lo que ayudó a afianzar los lazos en el ámbito científico.

#### **6.3.3. Perspectivas futuras de las relaciones hispano-chinas**

En los próximos años, la conexión entre China y España va a depender de varios factores, como cómo evoluciona la geopolítica a nivel global, las reglas del comercio internacional y el rol que desempeñará China en el mundo después de la pandemia. A pesar de las tensiones y de las diferencias ideológicas, ambos países han mostrado un claro interés en mantener una relación que sea estable y práctica.

## **MARCO PRÁCTICO**

### **1. Propuesta de marco práctico**

A partir de estas preguntas, los encuestados, de manera anónima han ido respondiendo a las preguntas en relación con su opinión respecto a ciertos ámbitos de la cultura china. Los encuestados son de



diferentes edades para poder tener una amplia variedad de respuestas a las preguntas proporcionadas en el cuestionario.

## 2. Análisis de las preguntas

### Pregunta 1: ¿Qué imagen general tienes de China como país?

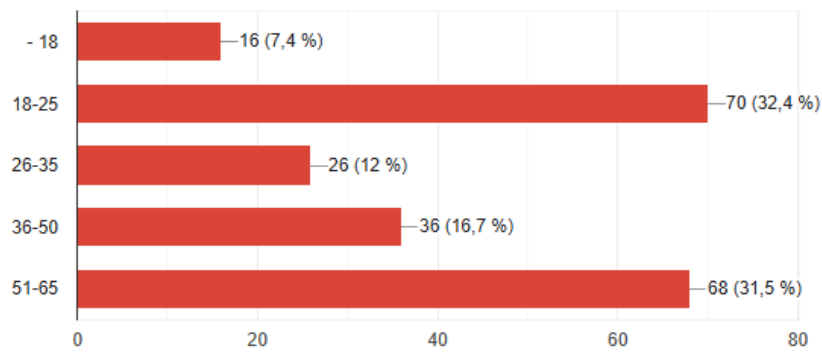


Figura 1. Diseño propio “2025”

#### Total de respuestas: 216

- **18:** 16 personas (7,4 %)
- **18-25:** 70 personas (32,4 %)
- **26-35:** 26 personas (12 %)
- **36-50:** 36 personas (16,7 %)
- **51-65:** 68 personas (31,5 %)

Este gráfico de distribución por edad nos ayuda a comprender mejor quiénes participaron en la encuesta. Se destaca claramente la presencia del grupo de 18 a 25 años, que representa el 32,4 %, seguido muy de cerca por el grupo de 51 a 65 años, con un 31,5 %. La presencia de estas dos franjas de edad muestra que tanto jóvenes como adultos con más experiencia aportan diferentes puntos de vista, haciendo que las opiniones sean más variadas y valiosas.

Además, el grupo de 36 a 50 años representa un 16,7 %, y el de 26 a 35 años llega al 12 %. Los menores de 18 años constituyen el 7,4 %, lo que indica que la participación de adolescentes es menor, pero aún significativa para el estudio. La variedad de edades en los participantes nos permite analizar los resultados con una visión más amplia, tomando en cuenta cómo la edad puede influir en la percepción sobre la relación entre China y España, así como en los posibles intereses de colaboración en el futuro.

## Pregunta 2: ¿Consideras que China es un socio estratégico importante para España?

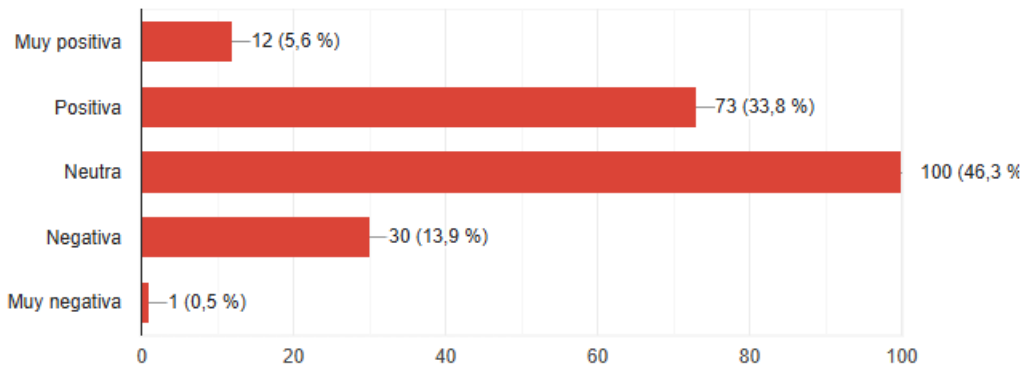


Figura 2. Diseño propio “2025”

Total de respuestas: **216**

### Resultados:

- **Muy positiva:** 12 respuestas (5,6 %)
- **Positiva:** 73 respuestas (33,8 %)
- **Neutra:** 100 respuestas (46,3 %)
- **Negativa:** 30 respuestas (13,9 %)
- **Muy negativa:** 1 respuesta (0,5 %)

En esta pregunta se puede ver cómo hay una tendencia a una percepción mayoritariamente neutral respecto a China, representando un 46,3% de los encuestados que no se posicionan ni negativa ni positivamente. Esta cifra refuerza la idea de que aún hoy en día, la imagen de China sigue siendo ambivalente para muchos. Esto puede deberse a una falta de información o por percepciones mixtas de diferentes opiniones que aún no se han consolidado en un juicio definitivo.

Por otro lado, el 33,8% de los encuestados expresan una percepción positiva del país, mientras que un 5,6% la califica de muy positiva. En conjunto, el 39,4% representa una valoración positiva de China. Esto sugiere que cerca del 40% de los encuestados reconocen que China tiene aspectos positivos a tener en cuenta y seguramente esos aspectos positivos estén relacionados con la economía, la tecnología o su papel como potencia mundial.

En contraposición, un 13,9% tiene una imagen negativa de China y solo un 0,5% declara que tiene una opinión muy negativa de China. Aunque la perspectiva negativa de China existe, no es dominante.

### **Pregunta 3: ¿Crees que la influencia de China en España ha aumentado en los últimos 10 años?**

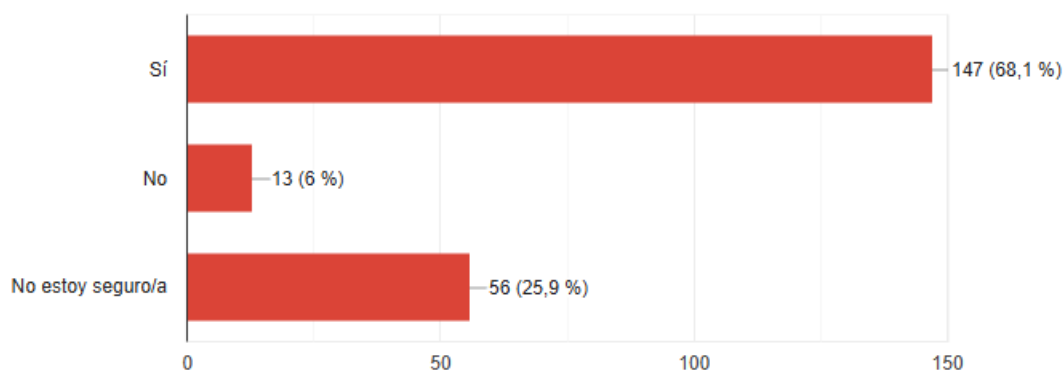


Figura 3. Diseño propio “2025”

Total de respuestas: **216**

#### **Resultados:**

- **Sí:** 147 respuestas (68,1 %)
- **No:** 13 respuestas (6 %)
- **No estoy seguro/a:** 56 respuestas (25,9 %)

Un 68,1% de los encuestados considera que China es un socio estratégico importante para España, lo que reafirma la concepción de su relevancia en el ámbito económico y político. Esta cifra abarca más de dos tercios de la muestra y respalda la idea de que la influencia económica y comercial de China es reconocida por una mayoría significativa de los participantes. Esto nos indica que independientemente de la imagen que se tiene de China, es difícil ignorar su peso como socio estratégico, especialmente en un contexto internacional donde las alianzas económicas y comerciales se están reconfigurando.

Por otra parte, un 25,9% de los encuestados declara no estar seguro/a sobre el papel de China en España. Al ser esta cifra ligeramente superior a la muestra anterior, se puede interpretar como una brecha informativa que podría ser abordada a través de acciones divulgativas o educativas que permitan mejorar la comprensión del impacto económico y estratégico de China en España.

Finalmente, solo un 6% niega que China sea un socio estratégico, lo que sugiere que las percepciones abiertamente negativas sobre el papel estratégico de China son minoritarias, lo cual podría estar relacionando con una visión más generalizada de China como un actor económico global consolidado.

**Pregunta 4: ¿Con qué aspectos de la cultura china tienes mayor contacto en tu vida diaria? (Puedes marcar varias opciones)**

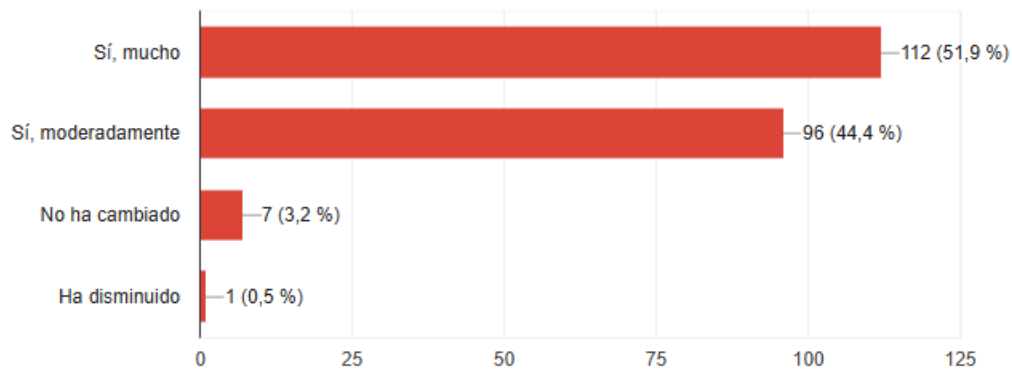


Figura 4. Diseño propio “2025”

Total de respuestas: **216**

**Resultados:**

- **Sí, mucho:** 112 respuestas (51,9 %)
- **Sí, moderadamente:** 96 respuestas (44,4 %)
- **No ha cambiado:** 7 respuestas (3,2 %)
- **Ha disminuido:** 1 respuesta (0,5 %)

La percepción del aumento de la influencia de China en España es contundente. Más de la mitad de los encuestados (51,9 %) considera que esta influencia en los últimos diez años ha aumentado considerablemente, mientras que un 44,4% opina que ha aumentado de manera moderada. En conjunto, está claro que un 96,3% de los encuestados percibe un crecimiento de la presencia o impacto de China en el contexto español.

Esta percepción puede deberse a el incremento de productos chinos en diferentes mercados españoles, como tecnológico o textil. También el incremento de la gastronomía o la influencia cultural a través de la

música o el cine. Además, si le sumamos el contexto geopolítico actual, también puede haber contribuido a esta percepción de mayor influencia.

En contraste, nos encontramos con que solo un 3,2% considera que el impacto de China no ha cambiado, y un 0,5% percibe una disminución. Estas cifras, prácticamente insignificantes en comparación con la mayoría, refuerzan la idea de que la presencia china es percibida como creciente. Como conclusión, los resultados indican que el impacto de China es un fenómeno evidente y ha tenido un impacto significativo en la última década.

**Pregunta 5: ¿Con qué aspectos de la cultura china tienes mayor contacto en tu vida diaria? (Puedes marcar varias opciones)**

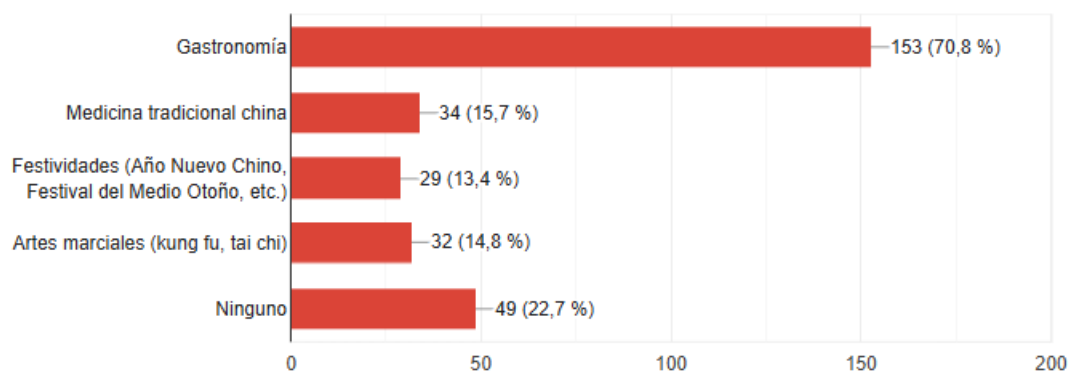


Figura 5. Diseño propio “2025”

Total de respuestas: **216**

**Resultados:**

- **Gastronomía:** 153 respuestas (70,8 %)
- **Medicina tradicional china:** 34 respuestas (15,7 %)
- **Festividades (Año Nuevo Chino, Festival del Medio Otoño, etc.):** 29 respuestas (13,4 %)
- **Artes marciales (kung fu, tai chi):** 32 respuestas (14,8 %)
- **Ninguno:** 49 respuestas (22,7 %)

Los datos muestran un incremento de las relaciones con la cultura china, destacando el uso cotidiano de la gastronomía, con un 70,8 % de los encuestados que afirman que este es el aspecto cultural con el que

más interactúan en su día a día. Esta cifra nos muestra cómo poco a poco la comida china ha logrado posicionarse y normalizarse dentro de la gastronomía española.

En segundo lugar, nos encontramos con el uso de la medicina tradicional china, la cual capta a un 15,7% de los participantes. Esta cifra indica un interés creciente en prácticas alternativas como la acupuntura, el uso de hierbas como remedios medicinales.

Le siguen las artes marciales chinas, representando un 14,8%, y las festividades tradicionales, tales como el Año Nuevo Chino, con un 13,4%. Estos dos aspectos reflejan un contacto más específico y, en muchos casos, se asocian a actividades deportivas, recreativas o culturales, lo que nos sugiere una interacción más puntual o dirigida a nichos concretos.

Por último, tenemos a un 22,7% de los encuestados que declaran no tener contacto alguno con ningún aspecto de la cultura china. Esta cifra es relevante debido a que a pesar del creciente impacto económico, cultural y comercial de China en España, aún existe un segmento considerable de la población que no identifica elementos culturales chinos en su vida diaria.

#### **Pregunta 6: ¿Has participado alguna vez en alguna festividad china organizada en España?**

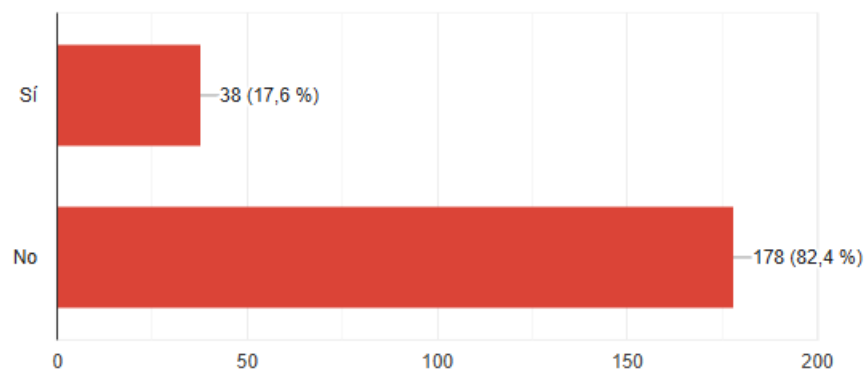


Figura 6. Diseño propio "2025"

**Total de respuestas: 216**

#### **Resultados:**

- **Sí:** 38 respuestas (17,6 %)
- **No:** 178 respuestas (82,4 %)

Los datos nos revelan que un 82,4% de los encuestados no ha participado en una festividad china organizada en España, mientras que solo un 17,6%, afirma haberlo hecho. Esta diferencia tan marcada pone en evidencia que, a pesar de la existencia de estas festividades y eventos culturales —como celebraciones del Año Nuevo Chino en ciudades como Madrid o Barcelona—, su alcance y repercusión en la población general aún es bastante limitado.

Este resultado puede deberse a diferentes motivos. Uno de ellos puede ser la escasa promoción de estos eventos, otro puede ser una percepción de lejanía cultural o incluso, falta de integración en el calendario festivo habitual. También podría ser posible que estas celebraciones se concentren en núcleos urbanos específicos, lo cual dificulta de manera significativa la participación para personas fuera de estos entornos.

### **Pregunta 7: ¿Has consumido productos culturales chinos (películas, libros, música) en los últimos 2 años?**

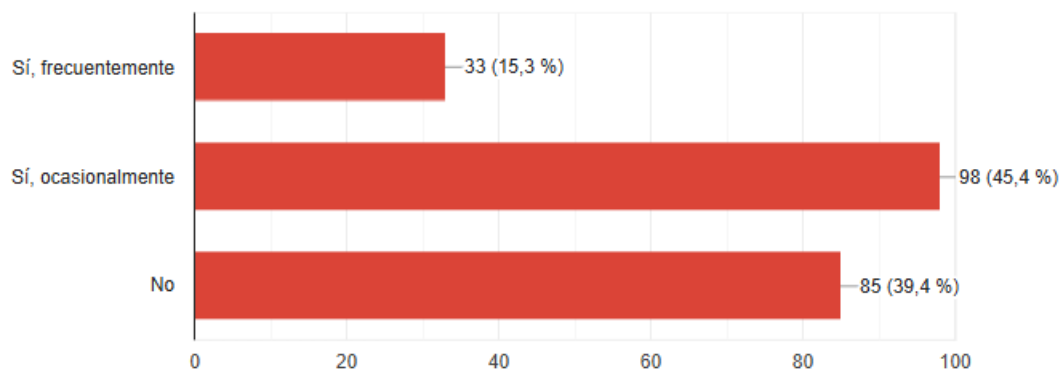


Figura 7. Diseño propio “2025”

**Total de respuestas: 216**

#### **Resultados:**

- **Sí, frecuentemente:** 33 respuestas (15,3 %)
- **Sí, ocasionalmente:** 98 respuestas (45,4 %)
- **No:** 85 respuestas (39,4 %)

Este gráfico presenta una distribución bastante equilibrada entre quienes han consumido productos culturales chinos y aquellos que no lo han hecho. El 60,7 % del total, incluyendo quienes lo hacen ocasionalmente o con frecuencia, indica que han tenido contacto reciente con la cultura china a través de películas, libros o música. Esto muestra que, aunque cada vez hay más presencia, todavía es parcial en el

panorama cultural español. El 15,3 % que lo hace con regularidad probablemente corresponde a un grupo que ya está más familiarizado o que tiene un interés mayor en la cultura china, quizás impulsado por la globalización digital, la expansión de plataformas como Netflix con contenido asiático, o el auge de la música y literatura chinas traducidas.

En cambio, el 45,4 % que lo consume ocasionalmente refleja un contacto más informal o circunstancial, posiblemente a través de recomendaciones, festivales de cine o contenidos virales en redes sociales. Por otro lado, un 39,4 % indica que no han consumido ninguno de estos productos culturales chinos en los últimos dos años. Esto sugiere que todavía existe una barrera de acceso, interés o visibilidad en el entorno cultural español para muchas personas.

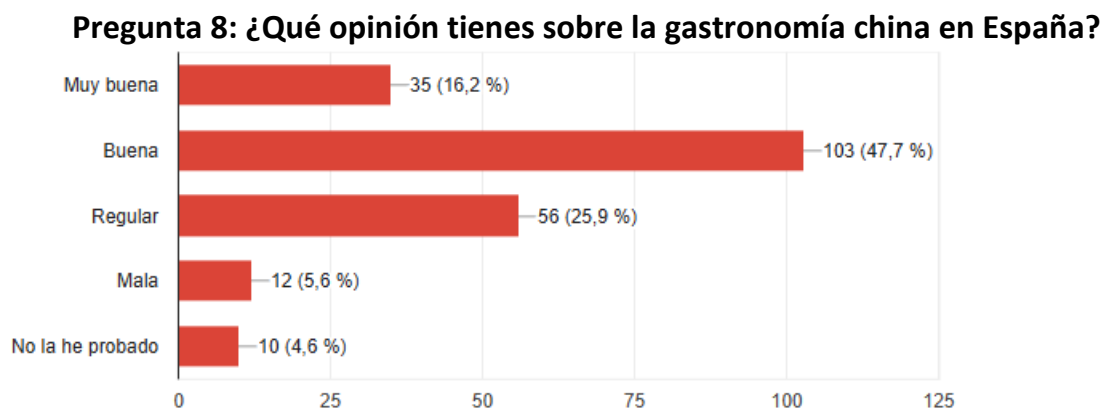


Figura 8. Diseño propio “2025”

**Total de respuestas: 216**

**Resultados:**

- **Muy buena:** 35 personas (16,2 %)
- **Buena:** 103 personas (47,7 %)
- **Regular:** 56 personas (25,9 %)
- **Mala:** 12 personas (5,6 %)
- **No la he probado:** 10 personas (4,6 %)

La comida china es muy valorada entre las personas que participaron en la encuesta. Sumando las respuestas de quienes la calificaron como "muy buena" y "buena", la cifra alcanza un 63,9 % del total, lo que muestra que la mayoría tiene una opinión positiva sobre ella. Solo un 10,2 % expresa una opinión negativa o no ha probado suficiente para tener una valoración clara, lo que también es importante. Este



dato es importante porque indica que la comida china es uno de los principales pilares en cómo se introduce la cultura china en España.

Incluso más que otras expresiones culturales como las festividades o los productos culturales. Esto se refleja en la gran cantidad de restaurantes chinos que hay en ciudades y pueblos por todo el país, algunos ya adaptados a los gustos locales, pero todavía manteniendo sus características originales.

La percepción de “regular” (25,9 %) también es relevante, ya que puede significar que algunas experiencias fueron poco memorables, o que en algunos lugares no se ofrecía una comida auténtica. Sin embargo, en general, la opinión es muy favorable, y la gastronomía china se ve como una de las mejores maneras de conectar las culturas de China y España.

### **Pregunta 9: ¿Consumes habitualmente productos de origen chino (ropa, tecnología, electrodomésticos)?**

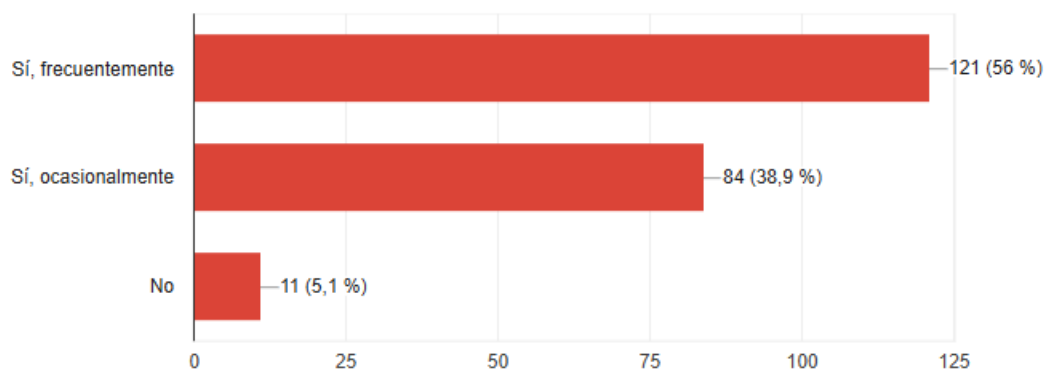


Figura 9. Diseño propio “2025”

**Total de respuestas: 216**

#### **Resultados:**

- **Sí, frecuentemente:** 121 personas (56 %)
- **Sí, ocasionalmente:** 84 personas (38,9 %)
- **No:** 11 personas (5,1 %)

Este gráfico nos muestra algo muy claro: el 94,9 % de las personas encuestadas suelen consumir productos chinos de manera regular, ya sea con frecuencia o de forma ocasional. Solo un 5,1 % afirma no hacerlo, lo cual refleja claramente cuánto están integrados los productos chinos en la vida diaria de los consumidores en España.

Este dato no resulta sorprendente, considerando la fuerte presencia de productos chinos en muchos sectores: tecnología (como teléfonos móviles y gadgets), electrodomésticos, moda, bazares y plataformas de comercio electrónico como AliExpress o Shein. Está claro que China tiene un impacto muy profundo en el ámbito comercial y en los productos que forma parte de nuestro día a día.

Desde un punto de vista académico, este dato refuerza la idea de que, aunque la integración cultural pueda ser más superficial o parcial, la presencia económica y comercial de China en España es enorme y transversal. Además, el consumo constante de estos productos también afecta la percepción general que tenemos de China, ya que su calidad, innovación o precio pueden influir en cómo percibimos al país.

### Pregunta 10: ¿Te preocupa la dependencia de productos chinos en España?

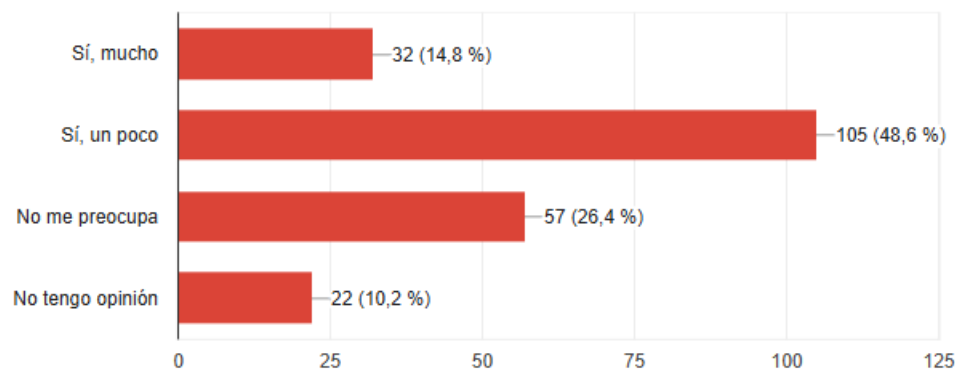


Figura 10. Diseño propio “2025”

**Total de respuestas: 216**

#### Resultados:

- **Sí, mucho:** 32 personas (14,8 %)
- **Sí, un poco:** 105 personas (48,6 %)
- **No me preocupa:** 57 personas (26,4 %)
- **No tengo opinión:** 22 personas (10,2 %)

Este gráfico muestra que existe una preocupación moderada, aunque generalizada, respecto a la dependencia de España hacia productos provenientes de China. El 63,4 % de los encuestados expresa cierto nivel de inquietud, ya sea leve o significativa, lo que sugiere que más de la mitad de la población considera este tema como algo importante.

Por otro lado, un 26,4 % no se siente preocupado y un 10,2 % no tiene una opinión clara al respecto, lo que indica que todavía no se ha convertido en una prioridad para la mayoría.

Este hallazgo es relevante desde el punto de vista académico, ya que revela una especie de tensión entre el alto consumo de productos chinos —como se observó en gráficos anteriores— y una creciente preocupación por sus implicaciones estratégicas, económicas y políticas. La percepción de dependencia puede estar influenciada por factores como la geopolítica, las crisis globales o la presencia destacada de sectores chinos en tecnología y manufactura.

**Pregunta 11: ¿Confías en la calidad de los productos tecnológicos chinos (Huawei, Xiaomi, etc.)?**

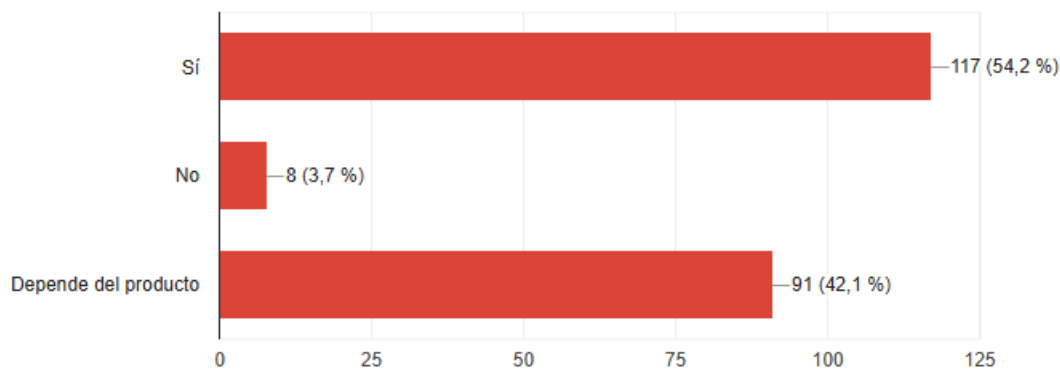


Figura 11. Diseño propio “2025”

**Total de respuestas: 216**

**Resultados:**

- **Sí:** 117 personas (54,2 %)
- **Depende del producto:** 91 personas (42,1 %)
- **No:** 8 personas (3,7 %)

Los datos que aquí presentamos son bastante reveladores: una mayoría clara del 54,2 % de los encuestados confía en la calidad de la tecnología china, mientras que un 42,1 % expresa que su confianza depende del producto específico. Solo una pequeña minoría, del 3,7 %, desconfía por completo.

Esto demuestra que la percepción de calidad de las marcas chinas ha mejorado notablemente entre los españoles, especialmente en el sector tecnológico, donde empresas como Xiaomi, Huawei, Lenovo y otras han incrementado su presencia, reputación y competitividad.

El elevado porcentaje de respuestas que indican que la confianza varía según el producto refleja una actitud pragmática por parte del consumidor, que evalúa cada marca o categoría de manera individual, desafiando los estereotipos anteriores de productos 'baratos pero poco duraderos'.

Este gráfico complementa al anterior: aunque persiste cierta preocupación sobre la dependencia económica, la confianza en los productos chinos, en particular en el ámbito tecnológico, continúa siendo alta, sugiriendo una relación ambivalente pero efectiva con China como proveedor.

**Pregunta 12: ¿Cómo valoras la colaboración entre China y España durante la pandemia de COVID-19?**

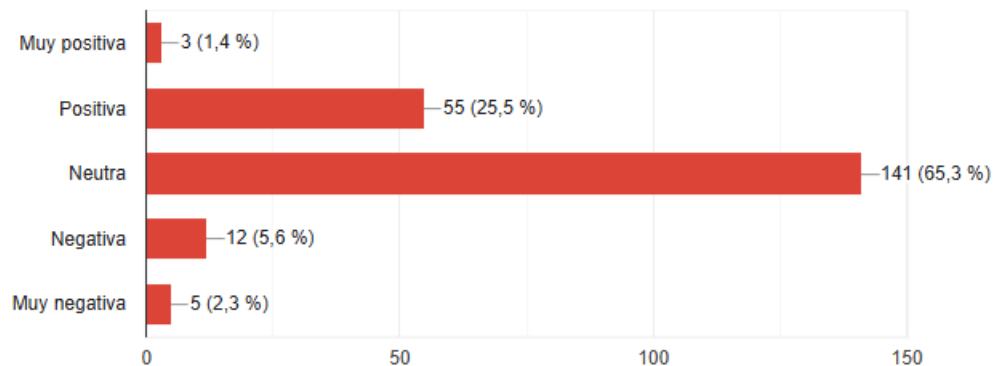


Figura 12. Diseño propio "2025"

**Total de respuestas: 216**

- **Muy positiva:** 3 personas (1,4 %)
- **Positiva:** 55 personas (25,5 %)
- **Neutra:** 141 personas (65,3 %)
- **Negativa:** 12 personas (5,6 %)
- **Muy negativa:** 5 personas (2,3 %)

Los resultados de esta pregunta muestran que la percepción predominante entre los encuestados es neutral: el 65,3 % piensa que la colaboración entre China y España durante la pandemia fue ni buena ni mala. Sin embargo, un cuarto de los participantes (25,5 %) la valoró positivamente, mientras que un 7,9 % expresó una opinión negativa o muy negativa.

Este conjunto de datos sugiere que, aunque no hubo un entusiasmo generalizado por la cooperación bilateral, sí hubo cierta percepción de utilidad o eficacia por parte de algunos ciudadanos. La postura mayoritariamente neutral puede interpretarse como una señal de que la información en los medios no fue del todo clara o que, durante la pandemia, los temas internacionales despertaron un interés relativo reducido. No obstante, la baja proporción de respuestas negativas indica que, en general, la colaboración no fue vista como perjudicial o contraproducente.

**Pregunta 13: ¿Crees que la ayuda sanitaria de China a España durante la pandemia fue principalmente altruista o tuvo intereses políticos?**

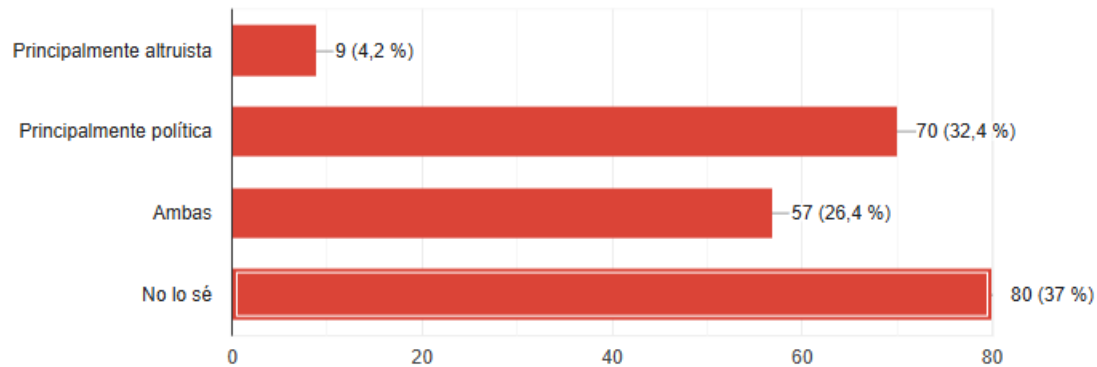


Figura 13. Diseño propio "2025"

**Total de respuestas: 216**

- **Principalmente altruista:** 9 personas (4,2 %)
- **Principalmente política:** 70 personas (32,4 %)
- **Ambas:** 57 personas (26,4 %)
- **No lo sé:** 80 personas (37 %)

Este gráfico nos revela una notable incertidumbre entre los encuestados, ya que el 37 % afirmó no saber si la ayuda sanitaria enviada por China tuvo motivaciones altruistas o políticas. Sin embargo, un 32,4 % piensa que fue principalmente motivada por cuestiones políticas, mientras que un 26,4 % considera que ambas razones estuvieron en juego.

Solo un 4,2 % ve en la ayuda china una intención claramente altruista, lo que refleja un cierto escepticismo en la sociedad española. Este resultado puede estar influenciado por el discurso mediático en torno a la polémica conocida como la 'diplomacia de las mascarillas', donde algunos países habrían utilizado la ayuda médica como una estrategia para mejorar su imagen internacional.

La distribución de las respuestas, entre lo político, lo mixto y la falta de conocimiento, indica una visión crítica, aunque no necesariamente hostil, respecto al rol de China durante la pandemia.

**Pregunta 14: ¿Crees que la relación entre España y China debería fortalecerse en el futuro?**

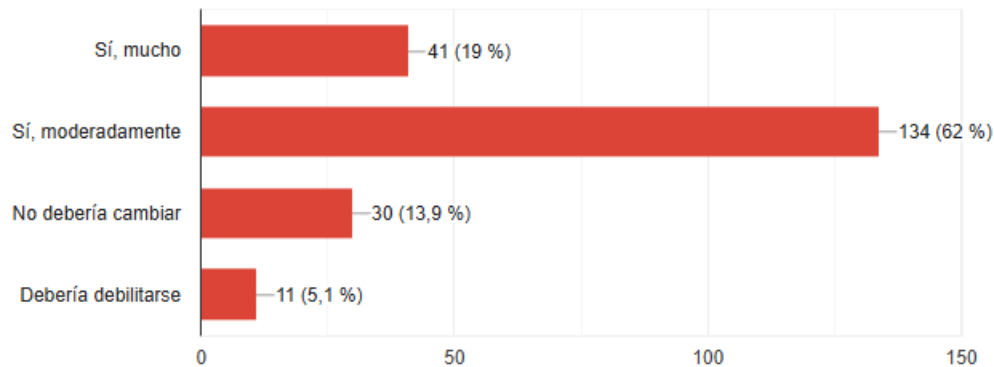


Figura 14. Diseño propio “2025”

**Total de respuestas: 216**

- **Sí, mucho:** 41 personas (19 %)
- **Sí, moderadamente:** 134 personas (62 %)
- **No debería cambiar:** 30 personas (13,9 %)
- **Debería debilitarse:** 11 personas (5,1 %)

Los resultados de esta encuesta muestran claramente que la mayoría de los participantes favorecen fortalecer las relaciones entre España y China. El 62 % opina que ambas naciones deberían incrementar su vínculo de manera moderada, mientras que un 19 % apoya un acercamiento más intenso. Por otro lado, solo un pequeño porcentaje considera que la relación no debería cambiar (13,9 %) o incluso que sería mejor que se debilitara (5,1 %).

Este panorama refleja una actitud positiva y, a la vez, cautelosa, respecto a una mayor cooperación entre ambos países. La opción más elegida sugiere que las personas valoran el vínculo bilateral, pero prefieren que ese crecimiento sea equilibrado y estratégico, probablemente influido por el contexto económico, político o cultural a nivel global. La baja cantidad de personas que rechazan la idea indica que en general no se percibe una amenaza en acercarse a China, sino más bien una oportunidad potencial.

**Pregunta 15: ¿En qué áreas piensas que sería más beneficiosa una colaboración más estrecha con China? (Puedes marcar varias opciones)**

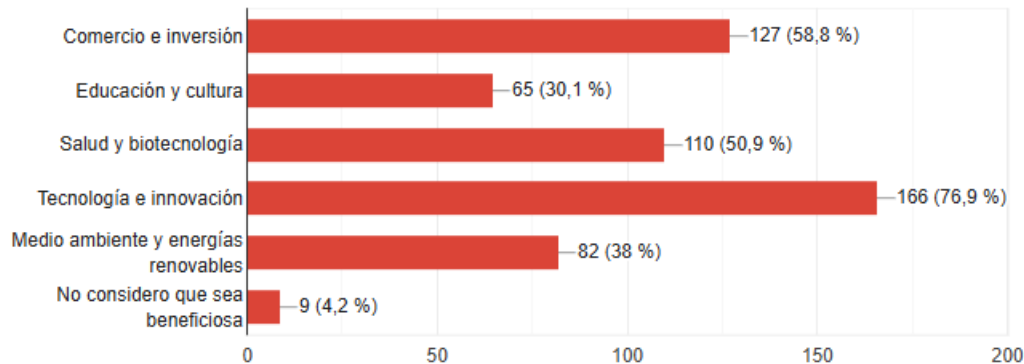


Figura 15. Diseño propio “2025”

**Total de respuestas: 216**

- **Comercio e inversión:** 127 personas (58,8 %)
- **Educación y cultura:** 65 personas (30,1 %)
- **Salud y biotecnología:** 110 personas (50,9 %)
- **Tecnología e innovación:** 166 personas (76,9 %)
- **Medio ambiente y energías renovables:** 82 personas (38 %)
- **No considero que sea beneficiosa:** 9 personas (4,2 %)

Este gráfico muestra claramente una preferencia por la colaboración en áreas de tecnología e innovación, elegida por un 76,9 % de los encuestados. Le siguen comercio e inversión con un 58,8 % y salud y biotecnología con un 50,9 %. Estos datos reflejan que la gente percibe a China como un socio valioso especialmente en sectores clave, altamente técnicos o económicos.

Aunque menos marcada, la colaboración en educación y cultura (30,1 %) sigue siendo importante, lo que indica un interés por parte de la población en promover también el entendimiento mutuo mediante intercambios académicos y culturales. Por otro lado, el porcentaje bajo de personas que piensan que no hay áreas de colaboración beneficiosa (4,2 %) refuerza la percepción general positiva sobre una relación con China basada en el crecimiento conjunto.

**Pregunta 16: ¿Te gustaría aprender más sobre la cultura o el idioma chino en el futuro?**

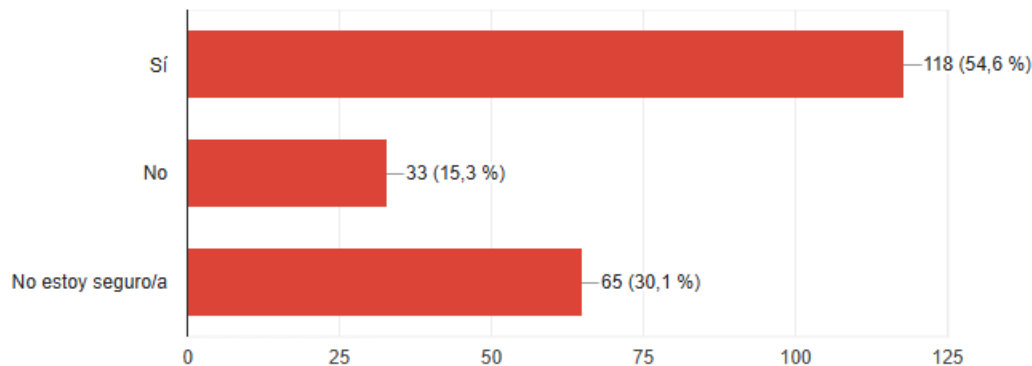


Figura 16. Diseño propio “2025”

**Total de respuestas: 216**

- **Sí:** 118 personas (54,6 %)
- **No:** 33 personas (15,3 %)
- **No estoy seguro/a:** 65 personas (30,1%)

En esta gráfica se puede ver claramente que más de la mitad de los encuestados, aproximadamente el 54,2 %, confía en la calidad de los productos tecnológicos de origen chino. Por otro lado, el 42,1 % indica que su confianza varía según el tipo de producto, lo que muestra que su postura es más matizada, aunque todavía abierta. Solo un pequeño porcentaje, alrededor del 3,7 %, expresa una desconfianza total hacia estos artículos.

Estos resultados reflejan un cambio notable en la percepción que las personas tienen sobre la tecnología china. Marcas como Xiaomi, Huawei o Lenovo han logrado posicionarse en el mercado español ofreciendo productos que combinan innovación, buen rendimiento y precios accesibles. Gracias a esto, cada vez más consumidores confían en ellos. La idea de que la confianza depende del producto en particular también resulta importante, porque demuestra que los consumidores son selectivos y críticos. No aceptan ciegamente, sino que evalúan cada artículo según su experiencia y la calidad que perciben.

Si comparas estos resultados con los datos anteriores sobre preocupaciones por depender demasiado de productos chinos, surge una relación interesante. Aunque algunos todavía sienten cierta inquietud por la dependencia, en la práctica, muchas personas compran estos productos y confían en ellos de manera habitual. Esto muestra que la relación entre los consumidores españoles y la tecnología china es compleja,



pero firme. Es una mezcla de prudencia y confianza que se ha ido integrando cada vez más en la vida cotidiana.

### **3. Reflexión y propuestas**

Los resultados muestran una visión matizada de China en España: en su mayoría, una percepción neutral, aunque con un reconocimiento claro de su creciente influencia en ámbitos económicos, tecnológicos y culturales. Aunque predominan ciertos recelos, especialmente respecto a la dependencia económica y las razones políticas, también se nota un interés general en fortalecer los lazos entre ambos países. La gastronomía surge como la principal forma de conexión cultural, mientras que otros aspectos como las artes, festividades o productos culturales todavía tienen un impacto limitado. El uso frecuente de productos chinos y cierta confianza en sus tecnologías sugieren una integración práctica más que un vínculo solo simbólico.

Propuestas:

1. Promover un intercambio cultural más profundo mediante eventos, becas y colaboraciones educativas.
2. Fomentar un conocimiento más crítico sobre China, superando los estereotipos, en la educación y los medios.
3. Fortalecer las relaciones económicas con un enfoque en equilibrio y sostenibilidad, evitando una excesiva dependencia.
4. Potenciar el diálogo entre instituciones y ciudadanos, creando espacios para cooperación en ciencia, salud y tecnología. Construir vínculos sólidos con China requiere un enfoque estratégico, informado y sensible a las particularidades culturales.

### **4. Conclusión**

El análisis indica que en España, la sociedad ve a China como un actor global importante, aunque con ciertos matices de precaución. La mayoría mantiene una visión neutral, pero también reconocen la influencia que China tiene en áreas como la economía, la tecnología y la cultura. Sin embargo, la presencia de China en nuestra vida cotidiana — ya sea a través del comercio, la comida o la tecnología — no siempre significa que comprendamos en profundidad su cultura o cómo funcionan sus dinámicas internas. Esto nos muestra la importancia de promover un conocimiento más equilibrado y completo. La relación entre ambos países ofrece muchas oportunidades, pero también presenta desafíos que requieren colaboración, educación y comunicación intercultural. Solo así, podremos fortalecer un vínculo que sea respetuoso, sólido y que beneficie a ambas partes.

## APÉNDICE

Para la parte práctica de este trabajo se creó un cuestionario que contiene las siguientes preguntas:

1. ¿Qué imagen general tienes de China?
  - Muy positiva / Positiva / Neutra / Negativa / Muy negativa
2. ¿Consideras que China es un socio estratégico importante para España?
  - Sí / No / No estoy seguro(a)
3. ¿Crees que la influencia de China en España ha aumentado en los últimos 10 años?
  - Sí, mucho / Sí, moderadamente / No ha cambiado / Ha disminuido
4. ¿Con qué aspectos de la cultura china tienes mayor contacto en tu vida diaria? (Puedes marcar varias opciones)
  - Gastronomía
  - Medicina tradicional china (acupuntura, fitoterapia, etc.)
  - Festividades (Año Nuevo Chino, Festival del Medio Otoño, etc.)
  - Artes marciales (kung fu, tai chi)
  - Ninguno
5. ¿Has participado alguna vez en alguna festividad china organizada en España?
  - Sí / No
6. ¿Has consumido productos culturales chinos (películas, libros, música) en los últimos 2 años?
  - Sí, frecuentemente / Sí, ocasionalmente / No
7. ¿Qué opinión tienes sobre la gastronomía china en España?
  - Muy buena / Buena / Regular / Mala / No he probado
8. ¿Consumes habitualmente productos de origen chino (ropa, tecnología, electrodomésticos)?
  - Sí, frecuentemente / Sí, ocasionalmente / No
9. ¿Te preocupa la dependencia de productos chinos en España?
  - Sí, mucho / Sí, un poco / No me preocupa / No tengo opinión
10. ¿Confías en la calidad de los productos tecnológicos chinos (Huawei, Xiaomi, etc.)?
  - Sí / No / Depende del producto
11. ¿Cómo valoras la colaboración entre China y España durante la pandemia de COVID-19?

- Muy positiva / Positiva / Neutra / Negativa / Muy negativa

12. ¿Crees que la ayuda sanitaria de China a España durante la pandemia fue principalmente altruista o tuvo intereses políticos?

- Principalmente altruista
- Principalmente política
- Ambas
- No lo sé

13. ¿Crees que la relación entre España y China debería fortalecerse en el futuro?

- Sí, mucho / Sí, moderadamente / No debería cambiar / Debería debilitarse

14. ¿En qué áreas piensas que sería más beneficiosa una colaboración más estrecha con China? (Puedes marcar varias opciones)

- Comercio e inversión
- Educación y cultura
- Salud y biotecnología
- Tecnología e innovación
- Medio ambiente y energías renovables
- No considero que sea beneficiosa

15. ¿Te gustaría aprender más sobre la cultura o el idioma chino en el futuro?

- Sí / No / No estoy seguro(a)

## BIBLIOGRAFÍA

- Badillo, Á. (2017). *La lengua y la cultura en la relación de España y China*. Real Instituto Elcano. <https://www.realinstitutoelcano.org/documento-de-trabajo/la-lengua-y-la-cultura-en-la-relacion-de-espana-y-china/> Fecha de consulta: 25/09/2024
- Bartulo, A. (2022). *Análisis económico y comercial de las relaciones bilaterales entre España y China* [Trabajo de fin de grado, Universitat Politècnica de València]. Repositorio Institucional de la UPV. <https://riunet.upv.es/handle/10251/188287> Fecha de consulta: 25/09/2024
- Beltrán Antolín, J. (2009). *La presencia china en España: Globalización y transnacionalismo*. Universidad Autónoma de Barcelona. [https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2009/220363/emechiind\\_a2009p250.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2009/220363/emechiind_a2009p250.pdf) Fecha de consulta: 25/09/2024
- Cámara de Comercio de España en China. (2022). *Informe económico y comercial*. <https://ceinaseg.com/las-relaciones-entre-espana-y-china-evolucion-y-desafios-en-el-siglo-xxi/> Fecha de consulta: 02/10/2024
- El Periódico. (2021). *España y China consolidan sus relaciones comerciales después de la pandemia*. <https://www.elperiodico.com/es/economia/20211116/espana-china-consolidan-relaciones-comerciales-12853686> Fecha de consulta: 02/10/2024
- Esherick, J. W., Pickowicz, P. G., & Walder, A. G. (2006). *The Chinese Cultural Revolution as History*. Stanford University Press. Fecha de consulta: 13/10/2024
- Esteban, M. (2023). *Una mirada hacia el futuro de las relaciones entre España y China*. Real Instituto Elcano. <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/una-mirada-hacia-el-futuro-de-las-relaciones-entre-espana-y-china/> Fecha de consulta: 15/11/2024
- Esteban, M., & Armanini, U. (2020). *Las relaciones hispano-chinas y el COVID-19: luces y sombras de una cooperación imprescindible para España*. Real Instituto Elcano. <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/las-relaciones-hispano-chinas-y-el-covid-19-luces-y-sombras-de-una-cooperacion-imprescindible-para-espana/> Fecha de consulta: 21/11/2024

- Feenstra, R. C., & Wei, S. J. (2010). *China's Growing Role in World Trade*. University of Chicago Press. <https://www.nber.org/system/files/chapters/c10447/c10447.pdf> Fecha de consulta: 16/12/2024
- Fundación Consejo España China. (2018). *El papel de España en la Nueva Ruta de la Seda: oportunidades, retos, recomendaciones*. <https://www.idee.ceu.es/investigacion/areas-de-investigacion/relaciones-exteriores-de-la-ue/china/la-nueva-ruta-de-la-seda> Fecha de consulta: 16/12/2024
- Fundación Consejo España China. (2024). *España y China en cifras*. <https://spain-china-foundation.org/relaciones-economicas-espana-china/> Fecha de consulta: 15/01/2025
- Fundación Consejo España China. (2024). *Relaciones económicas entre España y China*. <https://spain-china-foundation.org/relaciones-economicas-espana-china> Fecha de consulta: 15/01/2025
- Fundación Consejo España China. (s.f.). *Relaciones España - China*. <https://spain-china-foundation.org/timeline-espana-china/> Fecha de consulta: 26/01/2025
- García, P. (2021). *Impacto de la pandemia COVID-19 en la población de origen chino en España*. *Compàs d'Amalgama*, (3), 1–15. <https://revistes.ub.edu/index.php/compas-amalgama/article/download/42452/39367> Fecha de consulta: 17/02/2025
- IberoEconomía. (2023). *España y China cierran doce acuerdos empresariales y culturales que afianzan las relaciones bilaterales entre ambos países*. <https://iberoeconomia.es/mercados/espana-y-china-cierran-doce-acuerdos-empresariales-y-culturales-que-afianzan-las-relaciones-bilaterales-entre-ambos-paises/> Fecha de consulta: 27/02/2025
- Lyu, W. (2023). *Percepciones y emociones de los chinos sobre la cultura china y española*. *Revista de Estudios Globales y Arte Contemporáneo*, 8, 67–89. <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/94277/Vol.8-art.4-30899%2BWeiyi%2BLyu.pdf> Fecha de consulta: 27/02/2025
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2023). *Informe Bilateral: China 2023*. Gobierno de España. [https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/bilateralchina2023\\_tcm30-683912.pdf](https://www.mapa.gob.es/es/ministerio/servicios/analisis-y-prospectiva/bilateralchina2023_tcm30-683912.pdf) Fecha de consulta: 17/03/2025
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2024). *Informes de Comercio Exterior*. Gobierno de España.

[https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes\\_Estadisticas/Paginas/Informes-periodicos.aspx](https://comercio.gob.es/ImportacionExportacion/Informes_Estadisticas/Paginas/Informes-periodicos.aspx) Fecha de consulta: 17/03/2025

- Molina Villalta, P. (2021). *Las Relaciones España-China y la Nueva Ruta de la Seda* [Trabajo de fin de grado, Universidad Pontificia Comillas]. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/47344/TFG-%20Molina%20Villalta%2C%20Paloma.pdf?sequence=1> Fecha de consulta: 22/03/2025
- Newtral. (2023). *Las claves de la relación política y comercial entre España y China*. <https://www.newtral.es/relaciones-espana-china/20230330/> Fecha de consulta: 25/04/2025
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. PublicAffairs.
- Observatorio de Complejidad Económica (OEC). (2024). *Comercio entre España (ESP) y China (CHN)*. <https://oec.world/es/profile/bilateral-country/esp/partner/chn> Fecha de consulta: 25/04/2025
- Palacios Bañuelos, L. (2020). *Las relaciones entre España y China, una larga historia*. *Historia Actual Online*, (51), 7–20. <https://historia-actual.org/Publicaciones/index.php/hao/article/view/821> Fecha de consulta: 25/04/2025
- Ramírez Ruiz, R., & Niu Guanjie. (2023). *Treinta mandarines: los funcionarios chinos que establecieron el modelo de relación entre China y España*. *Historia Actual Online*, (62), 61–75. <https://historia-actual.org/Publicaciones/index.php/hao/article/view/2374> Fecha de consulta: 07/05/2025
- Real Instituto Elcano. (2023). *Cincuenta años de relaciones diplomáticas entre España y China*. <https://www.realinstitutoelcano.org/analisis/cincuenta-anos-de-relaciones-diplomaticas-entre-espana-y-china/> Fecha de consulta: 07/05/2025
- Rivas, A. (2022, agosto 6). *Cómo citar una fuente en Normas APA: Ejemplos*. Guía Normas APA. <https://normasapa.in/citar-en-formato-apa/> Fecha de consulta: 07/05/2025
- Rolland, N. (2017). *China's Eurasian Century? Political and Strategic Implications of the Belt and Road Initiative*. National Bureau of Asian Research. <https://www.nbr.org/publication/chinas-eurasian-century-political-and-strategic-implications-of-the-belt-and-road-initiative/> Fecha de consulta: 27/05/2025
- Ruíz Aznar, A. (2020). *La Nueva Ruta de la Seda: Impacto en las relaciones entre la Unión Europea y China*. *Cuadernos de Inteligencia Geopolítica*, 1(2), 47–97. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8957494> Fecha de consulta: 27/05/2025

- Sierra de la Calle, B. (2003). *Museo Oriental: Arte de China, Japón y Filipinas en Valladolid*. *Artigrama*, 18, 171–190. [https://es.wikipedia.org/wiki/Museo\\_Oriental](https://es.wikipedia.org/wiki/Museo_Oriental) Fecha de consulta: 27/05/2025
- Valls, M. (2015). *El análisis sobre el estado e impacto de la actividad cultural china en España: el caso del Instituto Confucio de la Universitat de València*. *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 2(1), 45–60. <https://polipapers.upv.es/index.php/cs/article/view/4034> Fecha de consulta: 27/05/2025
- Vigo Navas, A. J. (2024). *A propósito de la Nueva Ruta de la Seda: análisis de la línea ferroviaria más larga del mundo, desde Yiwu a Madrid*. Universidad Rey Juan Carlos. <https://burjcdigital.urjc.es/bitstreams/beb3d1cf-c421-4253-8ed8-8b0543b72bab/download> Fecha de consulta: 27/05/2025
- Vogel, E. F. (2011). *Deng Xiaoping and the Transformation of China*. Harvard University Press. <https://archive.org/details/deng-xiaoping-and-the-transformation-of-china> Fecha de consulta: 27/05/2025