

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Gestión Turística

---



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

# **“Análisis de la Comunidad Valenciana como atractivo del turista chino”**

**TRABAJO FINAL DE GRADO**

Autor/a:  
**Jiawei Ma**

Tutor/a:  
**Michaela Muszynski**

**GANDIA, 2013**

# ÍNDICE

<b>1. Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>2. Objetivo .....</b>	<b>8</b>
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos.....	9
<b>3. Metodología .....</b>	<b>10</b>
<b>4. El turismo al exterior.....</b>	<b>12</b>
4.1 Los últimos 20 años.....	13
4.2 Una mirada al futuro de la actividad turística en China .....	15
<b>5. El perfil del turista chino .....</b>	<b>18</b>
5.1 Características básicas de los visitantes chinos.....	20
5.2 De dónde venimos, a donde vamos.....	20
5.3 Los turistas chinos que viajan a Europa.....	21
5.4 Elección de fechas .....	23
5.5 Diferencias interculturales entre el turista chino y europeo .....	23
<b>6. El viajero chino en la Comunidad Valenciana .....</b>	<b>25</b>
6.1 Tipos de turistas. ....	27
6.2 La selección de los hoteles.....	28
6.3 El tiempo de permanencia en la Comunidad Valenciana.....	29
6.4 La motivación del viaje.....	30
6.5 Nivel del gasto.....	31
<b>7. Análisis de las preferencias de los turistas chinos respecto a los productos turísticos de la Comunidad Valenciana.....</b>	<b>32</b>
7.1 Productos turísticos .....	33
7.2 Productos turísticos especiales (necesidades básicas) .....	35
<b>8. DAFO.....</b>	<b>38</b>
8.1 Ventajas .....	39
8.2 Desventajas.....	40
8.3 Oportunidades.....	41
8.4 Amenaza.....	41
<b>9. Conclusión .....</b>	<b>42</b>
<b>10. Bibliografía.....</b>	<b>46</b>
<b>11. Anexo .....</b>	<b>48</b>

## Resumen

En vista del aumento de la importancia del turista chino en el mundo se intenta dar respuesta a la necesidad de la industria turística valenciana de adaptar su oferta y servicios a este mercado. Se ha intentado realizar un estudio completo y dar una visión global sobre el turismo chino emisor. Pueden encontrarse datos y estadísticas sobre el origen, estado actual y perspectivas futuras del turismo emisor en China, así como un extenso análisis del perfil y las características básicas del turista chino, en base a una encuesta de opinión realizada en Valencia en primavera de 2013 a 130 turistas chinos. Se realiza un análisis de los productos turísticos en la Comunidad Valenciana, en función de los datos y los intereses del visitante chino y se proponen medidas de adaptación y promoción de los productos turísticos valencianos cara a este mercado emergente.

Palabras claves:

Turismo emisor, China, Valencia, encuesta, promoción

## Abstract

In view of the increasing importance of the Chinese tourist in the world attempt to respond the needs of the tourist industry in the land of Valencia to adapt its services and offers to this Market. I tried to do a complete research and give an overview of the Chinese tourism issuer. Data and statistics can be found on the origin, current state and future prospects of the Chinese outbound tourism, as well as an extensive analysis of the profile and the basic characteristics of Chinese tourists, according to an opinion inquest conducted in Valencia in spring 2013 about 130 Chinese tourists. An analysis of tourism products in the land of Valencia region, depending on the data and Chinese visitor's interests and suggests adaptation and promotion of tourism products Valencian face this emerging market.

Key words:

Tourism outbound, China, Valencia, inquest, promotion

# 1. Introducción

Desde el año 1978, tras la reforma y la apertura de China, junto con el rápido desarrollo económico de China, el nivel de vida del pueblo chino ha dado un salto cualitativo. Entre 1978 y 2006, la economía de China aumentó muy rápidamente, el PIB subió de 365 billones de yuanes (aprox. 45 billones de euros) a 21087 billones de yuanes (2600 billones de euros). ¡Es un aumento de 60 veces! Cada vez más ciudadanos chinos empezaron a entender como disfrutar de la vida, viajar por el mundo y conocer costumbres diferentes. Ya no solo buscan la satisfacción material, sino que también han comenzado a perseguir el placer espiritual. Las estadísticas de la Oficina Nacional de Turismo de China muestran que, en 2011, el número de turistas que China emitió fue de 70.250.000 personas, lo que supone un 22% de aumento, una multiplicación por 5 en diez años.<sup>1</sup>

Hoy en día, ya sea en la Quinta Avenida de Nueva York o la Puerta de Brandemburgo en Berlín, el Museo Louvre, en París, o la Catedral de la Sagrada Familia en Barcelona, siempre podemos ver turistas chinos. Sus visitas se han extendido por todos los rincones del mundo. Con cada vez más viajeros chinos, las exigencias de estos turistas, sus costumbres y su imagen a nivel internacional han experimentado un gran cambio e influyen en las tendencias del turismo mundial. De acuerdo con el análisis de la Organización Mundial del Comercio, en el año 2015, China emitirá más de un millón de turistas.<sup>2</sup> Parece que en los próximos 20 años China se vaya a convertir en una superpotencia mundial y liderará el desarrollo de la economía mundial.

Cuando pensamos en símbolos turísticos de los lugares culturales en Europa, seguramente todos pensamos en el Big Ben de Londres o la Torre Eiffel, en París. España quizás es un referente en lo que refiere al turismo de sol y playa, pero, al menos en Asia, y en concreto en China, donde a los turistas no les gustan el turismo de sol y playa, España es casi una desconocida en cuanto a sus monumentos y otros atractivos turísticos.

Lo cierto es que la posición de España en el turismo mundial es muy destacada. “Es el segundo país en el mundo justo después de Estados Unidos en el turismo receptor,”<sup>3</sup> seguido de Francia y China. En 2011 visitaron España 52,7 millones de turistas internacionales, un 7,6% más que en 2010.<sup>4</sup> En cuanto al número de turistas extranjeros que recibe España, a lo largo de los años, turistas alemanes y británicos se han turnado para ocupar el primer puesto, El Reino Unido fue el primer mercado emisor de turistas hacia España y también el que más creció en valores absolutos respecto a 2011. Esto se ha traducido en 13,6 millones de llegadas. En el mismo año, hay 9 millones turistas alemanes llegada a España. Reino Unido, Alemania y Francia emitieron cerca del 55%

---

<sup>1</sup> Fuente: informe del Gobierno de la República de China de la gente del pueblo centrales, 2011, página 21.

<sup>2</sup> Fuente: Globalasia

<http://www.globalasia.com/actualidad/economia/omt-100-millones-turistas-chinos-2015>, 04/2013

<sup>3</sup> Fuente: <http://atlas.marcasrenombradas.com/articulo/espana-como-destino-turistico-internacional>, 02/2013

<sup>4</sup> Fuente: : IET Frontur, *informe anual 2011*, página 6

de los turistas internacionales recibidos en España en 2011.<sup>5</sup> Pero es interesante observar el aumento de turistas chinos que se ha producido en los últimos años. En el año 2000, solo hubo 18.000 turistas chinos visitando España<sup>6</sup>, pero en 2012, el número se había incrementado hasta los 177.100<sup>7</sup>. Dado el gran potencial que se puede observar, parece sumamente importante analizar a fondo las características de estos clientes, por lo que más adelante se dedica un capítulo a este tema.

---

<sup>5</sup> Fuente: IET Frontur, *informe anual 2011*, página 58

<sup>6</sup> Fuente: Plan turismo China. 2012, página 4

<sup>7</sup> Fuente: ICEX, Red de Oficinas Económicas y Comerciales de España

<[http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,,5280449\\_5282899\\_5283038\\_0\\_CN\\_00.html](http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,,5280449_5282899_5283038_0_CN_00.html)> (03/2013)

## **2. Objetivo**



## **Objetivo General**

- Realizar propuestas para la promoción la Comunidad Valenciana en China, como un destino turístico puntero y atraer así a un mayor número de visitantes a los lugares turísticos de las ciudades valencianas

## **Objetivos Específicos**

- Realizar propuestas para la promoción del potencial turístico la Comunidad Valenciana entre la comunidad china
- Documentar la artesanía tradicional valenciana
- Exponer los destinos turísticos
- Describir los gustos del turista chino
- Formular proposiciones para la adaptación de los productos turísticos Valencianos a los intereses de los viajeros chinos
- Sugerir iniciativas para la implementación de la imagen positiva de la Comunidad Valenciana

## **3. Metodología**

### **Métodos de investigación**

Recolección de información: se recopilará en la presente investigación toda la información verídica y necesaria para el desarrollo del TFG.

Inductivo-Deductivo: Durante las prácticas en una agencia de viajes localizada en la ciudad de Valencia y especializada en servicios para ciudadanos chinos, se realizaron encuestas a 130 usuarios chinos que llegaron a Valencia entre abril y mayo de 2013. A partir de los resultados obtenidos en estas encuestas de opinión respecto a su percepción de Valencia como destino turístico en particular, se analizarán las necesidades de los viajeros chinos en general.

Histórico-Lógico: en esta parte de la investigación se analizará e interpretará la evolución del número de viajeros chinos.

### **Técnicas de investigación**

Encuesta: se analizará el conocimiento que tienen los viajeros chinos sobre la Comunidad Valenciana. En base a los resultados obtenidos, determinaremos el conocimiento de los turistas chinos sobre Valencia en general y realizaremos propuestas de mejora.

## **4. El turismo al exterior**

## 4.1 Los últimos 20 años

Durante treinta años, desde que en el año 1949 fuera fundada la República Popular de China hasta el año 1978, se ha estado aplicando una reforma de apertura política. Con anterioridad, el Gobierno chino había visto el turismo como una parte integral de las relaciones exteriores, siempre al servicio de la política, sin darle un valor económico.<sup>8</sup> En el año 1978, China llevó a cabo una reforma de apertura después de la cual los ciudadanos chinos tenían permiso de viajar con la única condición de disponer de los medios económicos suficientes. En tan solo 20 años, el sector turístico de China ha experimentado un colosal. En China, la industria turística partía desde cero, desarrollándose poco a poco hasta convertirse en una industria propia e independiente; internacionalmente, siendo en un principio un pequeño grupo de turistas anónimos, “se ha convertido en la potencia turística asiática que es actualmente y se encuentra en las primeras filas de los emisores turísticos del mundo.”<sup>9</sup>

China ha entrado en el Siglo XXI con una imagen completamente nueva, con una situación política estable, una economía en continuo crecimiento y un fuerte impulso hacia el desarrollo de la industria turística. La globalización económica supone un cambio importante en la tendencia del desarrollo mundial y esta aceleración del proceso de globalización está obligando a promover una profunda reforma del mercado chino. Sin lugar a dudas, la dinámica industria del turismo en China jugará, junto a la profundización de la reforma y el desarrollo socio-económico, un papel cada vez más destacado.

En China, el turismo emisor comenzó en el año 1983.<sup>10</sup> Debido al rápido aumento del nivel de la renta nacional y el desarrollo del mercado turístico chino, el país ha experimentado un cambio sin precedentes, ya que el consumo turístico emisor se ha convertido en un sector fundamental en el consumo en China, y, por ello, en una nueva oportunidad para el crecimiento económico. El mercado chino de turismo emisor ha atraído la atención mundial: en 2012, el número de turismo de salida fue de 83 millones; los ingresos totales fueron de 102.000 millones de dólares. Tras esta forma, China se ha convertido en el país del mundo con mayor gasto en turismo internacional y también en el primer emisor de turistas.<sup>11</sup> China tiene 1,3 mil millones de habitantes y este potencial turístico tan abundante puede realizar una importante función estabilizadora en el crecimiento del mercado mundial de viajes.

---

<sup>8</sup> fuente: Wikipedia

<<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%94%B9%E9%9D%A9%E5%BC%80%E6%94%BE>>, (26/05/2013)

<sup>9</sup> fuente: Libro: 《中国旅游发展的形式分析与近期预测》 Análisis de la situación y predicción reciente del desarrollo turismo chino, 2011. Página 79.

<sup>10</sup> Fuente: libro: 《中国旅游 20 年》 20 años sobre el turismo de China, 2010. Página 148.

<sup>11</sup> Fuente: Organización Mundial del Turismo OMT, <<http://media.unwto.org/es/press-release/2013-04-04/china-se-convierte-en-el-numero-uno-mundial-de-los-mercados-emisores-de-tur>>, (04/04/2013)

Según los datos presentados por la Oficina Nacional de Estadística, en el año 1993, 3,7 millones de turistas chinos salieron del país; queremos destacar que en 2008, pese a sufrir la influencia de una crisis financiera y el declive de la economía occidental, tormentas de hielo y el azote de un terremoto de 5,12 grados en la escala Richter, el turismo emisor chino alcanzó un record de 46 millones de turistas, un 11,94% más que en el año anterior (41 millones).<sup>12</sup> En el año 2012, el mercado turístico emisor de China sigue en rápido desarrollo. Los destinos turísticos aumentan continuamente y el número de ciudadanos chinos que viajaron al extranjero alcanzo la cifra de 83 millones lo que supone un aumento de un 20,3% con respecto al año 2011 y 22 veces más que en el año 1993. Entre ellos, el número de salidas por los asuntos públicos fueron 39,3 millones; las salidas privadas fueron de 43,7 millones.<sup>13</sup>

La expansión del mercado turístico emisor chino y la política de gestión del turismo de los ciudadanos chinos por parte del gobierno de la República Popular y el crecimiento del número de destinos turísticos guardan una estrecha relación. Después de que China se convirtiera en miembro de la OMT en 1983<sup>14</sup>, China firmó acuerdos con más de 70 países en materia de comercio del turismo. En 1990 el gobierno chino publicó una normativa llamada el «Reglamento de viajes al exterior de China»<sup>15</sup>, según la cual se aligeran los requisitos para viajar fuera del país. Como consecuencia, muchos ciudadanos chinos que antes no tenían posibilidad de salir, ahora podían viajar al extranjero. Esto explica la velocidad del desarrollo del mercado turístico chino. Especialmente, en 2004 China y la UE firman un acuerdo para facilitar la llegada de turistas chinos a Europa<sup>16</sup>.

Con la paulatina introducción de la economía de mercado, el sector turístico chino no solo es una de las industrias de crecimiento más rápido dentro de la economía nacional, sino que también es la industria más madura, debido a que el gobierno de China introdujo una serie de normas y reglamentos, “como «La estrategia para la promoción del desarrollo del mercado turístico en China» para regular el comportamiento de la industria.”<sup>17</sup> Estas regulaciones no solo promulgan y protegen los derechos e intereses de los consumidores, sino también garantizan la calidad de los productos turísticos.

En los últimos 23 años, el desarrollo del “sector turística chino experimentó dos etapas”.<sup>18</sup> La primera etapa, en la que se estableció el turismo como un sector económico independiente, abarca “desde principio del año 1978 hasta el año 1991”<sup>19</sup>. En

---

<sup>12</sup> Fuente: informe de la oficina nacional de estadística de China, 2012. Página 41

<sup>13</sup> fuente: Agencia nacional de admisión de turistas de China, (08/2012), página 9.

<sup>14</sup> fuente: Baidu Baike <<http://baike.baidu.com/view/1249.htm#sub5839897>>, (05,2013)

<sup>15</sup> fuente: la oficina nacional del turismo de China, <[www.cnta.gov.cn](http://www.cnta.gov.cn)>, (08/2010)

<sup>16</sup> Fuente: Eroski Consumer, 2004 <<http://pre.www.gestioneroski.es/web/es/viajes/2004/02/13/95667.php>>, (13/04/2013)

<sup>17</sup> fuente: información de viaje 拓展了中国游客赴欧洲旅游的范围 <<http://www.wegohk.com/lyzx/other/11093.html>>, (02/2013)

<sup>18</sup> fuente: libro: 《中国旅游 20 年》 20 años sobre el turismo de China, 2011, página 231.

<sup>19</sup> Fuente: libro: 《中国旅游 20 年》 20 años sobre el turismo de China, 2011, página 233.

este período de tiempo, se divisó claramente el poder económico de la actividad turística y se comenzó a prestarle especial atención. Así, se dotó al sector gradualmente con reglamentos, hasta que en 1990, el gobierno publicó el documento «Reglamento de viajes al exterior de China»<sup>20</sup>, con el que concluye esta primera fase. Paralelamente, el sistema de gestión del mercado también fue madurando poco a poco.

La segunda etapa fue la etapa de crecimiento del sector turístico en sí, y abarca” desde comienzos del año 1992 hasta ahora.” En este período, cumpliéndose el desarrollo convencional del sector turístico. El sector turístico dio forma a tres tipos de mercado estable: turismo receptor, turismo emisor y turismo interno. En 1993, China ya contaba con 2.100 agencias de viajes, de las cuales 618 fueron elegidas para la organización de la emisión de turistas chinos y 733 agencias de viajes fueron seleccionadas para la recepción de los turistas extranjeros<sup>21</sup>. Desde entonces hasta hoy, el número de las agencias de viajes se ha multiplicado casi por 40. La industria turística ha continuado expandiéndose y su fuerza ha permitido una acción mayor, con la ayuda de las leyes y los reglamentos turísticos que se han mencionado anteriormente. La estructura de la economía del mercado turístico chino estaba formada<sup>22</sup> y China entró en las filas de las grandes potencias turísticas mundiales.

## 4.2 Una mirada al futuro de la actividad turística en China

La industria del turismo en China, al igual que el mercado, sigue evolucionando continuamente, el mercado turístico chino muestra cuatro tendencias:

**PRIMERO:** El mercado sigue ampliándose, el número de turistas chinos está creciendo muy rápidamente. Los clientes no solo provienen de las ciudades grandes como Pekín, Shanghái, sino también de municipios como Xi'an, Chengdu, Shenzhen, que, en términos de demografía china, son ciudades medianas. El mercado turístico de este tipo de ciudades tiene un crecimiento constante. En el primer semestre de 2013, hubo 19.321.000 de turistas de salida, de los que más del 60% provenían de ciudades medianas<sup>23</sup>.

**SEGUNDO:** Las excursiones tradicionales tienden a diversificarse, su calidad evoluciona y se eleva continuamente. El gobierno introdujo una serie de normas y reglamentos para regular el comportamiento de la industria, por ejemplo: «Disposiciones y medidas relativas a la protección de los derechos de los turistas»<sup>24</sup>, «regulación práctica del

---

<sup>20</sup> Fuente: Reglamento de viajes al exterior de China, 2009  
<<http://www.cnta.gov.cn/html/2009-5/2009-5-12-14-46-07314.html>>

<sup>21</sup> Fuente: the central people's Government of China, 2010  
<[http://www.gov.cn/zwqk/2009-12/03/content\\_1479523.htm](http://www.gov.cn/zwqk/2009-12/03/content_1479523.htm)>

<sup>22</sup> Fuente: informe de la revisión sobre el turismo en China  
<<http://travel.sohu.com/s2013/arcotd2013/index.shtml>>, (26/04/2013)

<sup>23</sup> fuente: Agencia nacional de admisión de turistas de China.

<sup>24</sup> Fuente: 出入境管理条例, 2007.  
<<http://wenku.baidu.com/view/0dd051a8dd3383c4bb4cd2bc.html>>, (03/2013)

mercado turístico», y «Acerca del turismo de salida de china»<sup>25</sup>. Estas regulaciones no solo promulgan la protección de los derechos e intereses de los consumidores turísticos, sino también garantizan la calidad de los productos turísticos.

**TERCERO:** crece la demanda de los productos de alto nivel y los productos personalizados. Con el aumento de la renta per cápita, las exigencias del viajero chino respecto a la calidad del viaje también aumentan gradualmente; el mercado de turismo de alto nivel está igualmente en auge.

**CUARTO:** el mercado libre crece de forma rápida. Como internet se desarrolla cada vez más, los hábitos de gestión del turista chino cambian. Los viajes en grupo ya no pueden satisfacer las necesidades de todos los turistas chinos y cada vez hay más viajeros que realizan por su cuenta la reserva del billete de avión, de hoteles, paquetes turísticos, o elaboran su propio itinerario.

En el primer trimestre del año 2013, hubo 16.150.000 de turistas de salida, lo que supuso un aumento de un 17% con respecto al año anterior. Se prevé aproximadamente un índice de crecimiento de un 15% durante todo el año, lo que hace suponer un total de 86.000.000 de turistas para el año 2013.<sup>26</sup>

**Tabla 4.1 Los destinos principales de turistas chinos en 2011**

Núm.	Top 20 destinos	visitantes
1	Hong Kong	23.213.000
2	Tailandia	16.121.000
3	Japón	2.456.800
4	Singapur	2.145.200
5	Corea	1.661.000
6	EEUU	1.211.000
7	Malaysia	1.130.261
8	Francia	1.077.600
9	Rusia	1.014.700
10	Taiwán	825.800
11	Macao	710.900
12	Vietnam	567.294
13	Alemania	510.611
14	Indonesia	470.000
15	Australia	454.000
16	Suiza	286.420
17	Canadá	194.979

<sup>25</sup> Fuente: Turismo Emisor Chino en su versión de 2011 (中国出境游发展研究报告 2011) (CTA, 2011)

<sup>26</sup> fuente: Agencia nacional de admisión de turistas de China, <<http://www.mps.gov.cn/n16/n84147/>>, (16/05/2013)



18	Filipinas	193.730
19	Italia	187.446
20	Austria	182.282

*Fuente: la Oficina Nacional de la Estadística de China*

Como se puede observar, a pesar de que los países asiáticos siguen siendo los destinos turísticos preferidos de los turistas chinos, el número de visitantes a Estados Unidos, Oceanía, África, Europa y otros destinos turísticos más lejanos, sigue aumentando claramente.

En los últimos veinte años, China ha pasado de ser un país con escasos recursos turísticos a la potencia turística de Asia y dentro de veinte años, es probable que pase a ser la primera potencia mundial del sector. De acuerdo con la previsión turística mundial, en el año 2015 China ya habrá pasado a ser el mayor destino turístico del mundo, y pasará a ser el cuarto país emisor. Se calcula que el volumen de turistas que China recibirá cada año alcanzara 80.000.000 y alrededor de 100.000.000 de turistas saldrán del país.<sup>27</sup>

Cada vez hay más y más turistas chinos que salen al extranjero y estos turistas no son como los de antes, que elegían su destino después de echar un vistazo superficial al lugar que iban a visitar, sino que son cada vez más exigentes y buscan productos especiales, como por ejemplo el turismo temático. Por la encuesta del Instituto de Investigación podemos ver que, ahora, la mitad de turistas salen entre 3 y 7 días, pero los que permanecen en el extranjero más de 7 días ya suponen más de un 25%<sup>28</sup>, por lo que a este tipo de turismo se le puede augurar un futuro prometedor.

<sup>27</sup> fuente: globalasia.com 22/04/2013,

< <http://www.globalasia.com/actualidad/economia/omt-100-millones-turistas-chinos-2015>> (04/2013)

<sup>28</sup> Fuente: 中国市场调查网 Encuesta de turismo emisor en China, 2013, página 21.

## **5. El perfil del turista chino**

Debido al hecho de que la economía del país ha tenido una evolución muy positiva, a la revalorización de la moneda y la relajación de los requisitos del visado, las características del turista chino tipo han experimentado grandes cambios en los últimos años.

- **MÁS INDEPENDIENTES**

A pesar de que los grupos turísticos recibieron muy buena acogida, hay cada vez más chinos que eligen viajar de forma independiente; pero según un estudio publicado en "Las oportunidades y desafíos de la industria turismo de China"<sup>29</sup>, tras comparar a los entrevistados de viajes en grupo y turistas que viajaban por cuenta propia, los participantes en la entrevista pensaban que para ellos es lo mismo viajar en grupo que viajar de forma independiente. Los lugares en los que hay más turistas independientes son algunos países asiáticos (60%) y Estados Unidos (59%). Los hosteleros europeos entrevistados dijeron que dentro de su media de clientes, el 53% corresponde a turistas independientes frente al 47% que pertenece a grupos de turistas, salvo en el caso Latinoamérica, donde los viajes en grupo son muy mayoritarios. Los entrevistados demuestran que allí el turismo en grupo recibe mejor acogida que el turismo independiente, la proporción es de 54% y 46% respectivamente.

- **MÁS JOVENES Y CON MÁS CONFIANZA**

La respuesta que dieron los hosteleros muestra que ahora los huéspedes chinos son más jóvenes, con más confianza en sí mismos, más competentes y comprenden mejor el desarrollo humano y las costumbres extranjeras. 500.000.000 de usuarios chinos demuestran que la red rápidamente<sup>30</sup> se convierte en el medio por el que los turistas chinos buscan información referente a viajes y el medio por el que hacen las reservas.

- **TIENDAS DE ALTA GAMA Y NUEVAS EXPERIENCIAS**

Los turistas chinos con altos ingresos tienen una predilección por la compra de productos de lujo, reconocidos como de alta gama. No solo viajan a los lugares habitualmente elegidos, como Nueva York y París, sino que cada vez más buscan también una experiencia cultural o lugares con una exquisita belleza paisajística. Por ejemplo, desde enero hasta septiembre del año 2011, los más grandes grupos de turistas chinos viajaron a las Maldivas y a Vietnam, y con relación al mismo período del año anterior, el número de visitante aumentó en un 61,8% y un 44,9%, respectivamente.<sup>31</sup>

- **LOS QUE MÁS CONSUMEN EN EL EXTRANJERO**

La lista de precios de la cadena hotelera HOTELS.COM muestra que cuando los chinos salen de turismo al extranjero, son igual de generosos que los turistas del resto del mundo y gastan más que otros en el costo del alojamiento.

---

<sup>29</sup> Fuente: libro 《中国旅游产业的机遇与挑战》 las oportunidades y desafíos de la industria turismo de China, 2010, página 78.

<sup>30</sup> Fuente: MR online-marketing, <[http://www.luoxianqing.com/emarketing/advice/20130119185643\\_479.shtml](http://www.luoxianqing.com/emarketing/advice/20130119185643_479.shtml)>, (19/01/2013).

<sup>31</sup> fuente: informe de la emisión y recepción de los turistas chinos. 2012, página 6.

En el año 2011, el gasto medio por pernoctación fue de 169 dólares, ocupando el segundo lugar, solo superado por Japón, que de media gastó 190 dólares por pernocta, los turistas suizos, que de media gastaron 182 dólares, los turistas austríacos, que gastaron 177 dólares y los turistas estadounidenses y noruegos que gastaron una media de 174 dólares<sup>32</sup> por pernoctación.

## 5.1 Características básicas de los visitantes chinos

Según la Red Nacional de Turismo de China, las características básicas son como vemos a continuación<sup>33</sup>:

- Edad: la mayor parte entre 18 y 44 años. (71,5%)
- Sexo: No hubo diferencias significativas en la proporción de hombres y mujeres.
- Ocupación: Una gran diversidad de profesiones: Empleados (21.63%), estudiantes (15.75%), dirección de la empresa (10.31%), Funcionario (7.91%), otros.
- Frecuencia de viaje: 78,1% de turistas viajaron al extranjero por primera vez, mientras que un 21,9% ya tenía experiencia previa.
- Compañía: familiares/cónyuge (46,98%), amigos (23,81%), Compañeros trabajo/estudios (13,66%) o individual (6.95%).

## 5.2 De dónde venimos, a donde vamos

Los turistas chinos que salen al extranjero vienen normalmente de ciudades y zonas donde la economía se ha desarrollado más. En el año 2004, las provincias de Pekín, Cantón, Shanghái, Zhejiang y Jiangsu aportaron el 72,16% de los viajeros.<sup>34</sup> Entre ellas, Pekín es la ciudad que más turistas emite, la Organización Nacional de Turismo ha contabilizado un 29,93% de turistas. La provincia de Cantón está en segundo lugar, con un 21,9% de salidas totales en un año. El tercer, cuarto y quinto lugar lo ocupan las provincias de Shanghái, Zhejiang y Jiangsu, respectivamente, con salidas del 11,70%, 4,31% y 4,25% respectivamente, según la Organización Nacional de Turismo<sup>35</sup>.

Cuando los turistas chinos eligen un lugar de destino, demuestran que tienen claras preferencias turísticas. Las principales son Hong Kong, Tailandia, Rusia, Singapur y Malasia<sup>36</sup>, como es natural, gracias a la cercanía geográfica. Las razones que influyen en

---

<sup>32</sup> Fuente: hotel.com hotel Price index 2011. (02/2012), página 5

<sup>33</sup> Disponible en: <<http://wenku.baidu.com/view/60149cd149649b6648d74797.html>>, (06/2013)

<sup>34</sup> Fuente: tourism commission.2006< [http://www.tourism.gov.hk/english/visitors/visitors\\_ind.html](http://www.tourism.gov.hk/english/visitors/visitors_ind.html)>, (15/05/2013)

<sup>35</sup> Fuente: la organización nacional de turismo en China.

<sup>36</sup> fuente: informe de la revisión sobre el turismo en China, 2007

<<http://news.sohu.com/20070131/n247947564.shtml>>, (31/05/2013), página 15.

la elección del destino turístico son muchas, por ejemplo, el nivel de la percepción sobre el lugar turístico, los ingresos económicos de los viajeros, el nivel de la educación, la distancia del destino, los medios de transporte, etc. En China, el turismo de salida es considerado un gasto de lujo, no es un gasto pequeño, por eso, al elegir un destino turístico, los países asiáticos más cercanos a China son los favoritos. Por otro lado, las agencias de viajes anuncian mediante los medios de comunicación que en el futuro Hong Kong y el Sud-este de Asia, debido a su ubicación geográfica, se convertirán en los puntos fuertes entre los destinos turísticos más publicitados y promocionados, por eso, el conocimiento de los turistas chinos sobre estos lugares es comparativamente más alto, y también por eso, estos países y territorios se han convertido en los primeros destinos turísticos que los turistas chinos eligen.

### 5.3 Los turistas chinos que viajan a Europa

Según muestra una encuesta de la Red Nacional de Turismo de China, los países que los turistas chinos prefieren al viajar por Europa son: Alemania, Suiza, Italia, Francia, Austria, Holanda, Bélgica, Suecia, España y la República Checa.<sup>37</sup> Europa es el continente con mayor cuota de turismo chino fuera de Asia y recibe el 46,7% de los turistas chinos de larga distancia.<sup>38</sup>

**Tabla 5.1 Los 10 principales destinos europeos del turismo chino en 2010**

Núm.	Top 10 destinos europeos	Visitantes chinos
1	Rusia	710.900
2	Francia	567.294
3	Alemania	510.611
4	Suiza	286.420
5	Austria	182.282
6	Italia	148.000
7	Holanda	126.000
8	República Checa	108.037
9	<b>España</b>	<b>102.000</b>
10	Bélgica	79.908

Fuente: China Outbound Tourism Research Institute

La llegada de los turistas chinos dio un nuevo empuje al desarrollo de la actividad turística europea. La historia y la cultura de Europa son radicalmente diferentes a las de

<sup>37</sup> fuente: Agencia nacional de admisión de turistas de China. 08/2011 < <http://www.cnta.gov.cn/> >

<sup>38</sup> fuente: Instituto de Turismo de España. Estudios de mercados turísticos emisores: China. Noviembre 2010

China. Son muchos los ciudadanos chinos con poder adquisitivo que han deseado poder conocer Europa. Al mismo tiempo, la actitud hacia los turistas chinos de algunos países europeos, incluyendo España, se ha vuelto mucho más abierta, debido al contacto directo con estos viajeros. El aumento del número de turistas chinos que vienen a España y otros países de Europa ha obligado a aumentar la oferta de alojamiento, de los medios de transporte y de las compras, así como el desarrollo de otras formas de negocio relacionadas con estos sectores. Así, la llegada de los turistas chinos ha estimulado el desarrollo del sector turístico en Europa.

España poco a poco se ha convertido en uno de los destinos turísticos preferidos de los turistas chinos. Siendo la tercera potencia turística del mundo, el gobierno de España espera que mediante el ajuste de distintos aspectos de la política, se pueda ampliar el número de turistas chinos que vienen al país. En el año 2009, 89.523 turistas chinos visitaron España; en 2010, el número de turistas chinos que viajaron por España alcanzó la cifra de 102.000.<sup>39</sup> En los últimos 10 años (2000-2010) el número de turistas chinos se ha multiplicado por cinco. Según un informe de Turespaña, la meta consiste en atraer entre los años 2012 al 2020, un 25% cada año, que en el año 2015 se alcancen 300.000 visitas de turistas chinos y que en el año 2020 se llegue al 1.000.000 de visitantes.<sup>40</sup>

Para atraer a mayor cantidad de turistas chinos, España planea relajar las exigencias para poder conseguir un visado, animar a que haya más vuelos directos entre ambos países y establecer más oficinas de turismo en China. Por otro lado, el gobierno español planea editar dentro del país guías de viaje en chino mandarín y pedir que haya más hoteles y restaurantes que ofrezcan delicias típicas para los turistas chinos y horarios más extensos.<sup>41</sup>

Actualmente, en Pekín y Cantón hay consulados españoles, la aviación internacional china ofrece a los turistas vuelos directos por China Airlines desde el aeropuerto de Pekín, con lo que se espera atraer la llegada de más turistas chinos a España. Dado que España es un país rico, más desarrollado que China y con buenos servicios, puede hacer que los extranjeros se sientan como en casa. Aunque actualmente los turistas chinos aun eligen Asia como destino preferido, gracias a la relajación de las exigencias del visado, está habiendo un aumento considerable de turistas que llegan a Europa y América del Norte.

Dado que España está de moda en China, muchos más viajeros chinos han deseado venir y experimentar el elegante ambiente de España, ratos agradables, orden social impecable, el estilo de vida y del ocio. Son cada vez más padres los que desean que sus hijos vengán a ese país a estudiar, a trabajar, a vivir... Las personas que solicitan poder ir a España a estudiar aumentan de año en año. Ir a España a estudiar ya se ha

---

<sup>39</sup> fuente: OMT

<sup>40</sup> Fuente: visión destino España <http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Paginas/default.aspx>

<sup>41</sup> Fuente: Las puertas de la Gran Muralla se abren al turismo. (2004). <http://www.uhu.es/uhutur/documentos/npturisticos2/Turismo%20chino.pdf>>, (abril de 2013)

convertido en la única opción de muchos estudiantes.

## 5.4 Elección de fechas

Los días festivos chinos son en fechas muy diferentes a las de España. Generalmente, los picos de salida de turistas se reparten en tres periodos: principios de Mayo (fiesta del trabajo), principios de Octubre (Coincidiendo con la fiesta Nacional de China), y el momento en el que se celebra la fiesta de Año Nuevo chino, a final de enero o en febrero, en función del calendario lunar. En China se suele llamar a estos periodos vacacionales 'Semanas de Oro'. Si sumamos las festividades oficiales a los fines de semana, los ciudadanos chinos (aunque no todos ellos) disfrutan de un total de 55 días vacacionales al año.

Por otro lado, todos los estudiantes chinos disfrutan de dos períodos vacacionales. La diferencia respecto a España reside en el hecho de que se trata de un mes antes y después del Año Nuevo Lunar (enero o febrero) y las vacaciones de verano, que abarcan los meses de julio y agosto. De acuerdo con lo que hemos visto hasta ahora, la mitad los períodos vacacionales chinos coinciden con los períodos de temporada baja en España, lo que constituye un atractivo adicional para los empresarios del sector turístico, dado que la implementación de este tipo de turismo puede ayudar a desestacionalizar el sector. Sería recomendable aprovechar esta ventaja y, con ayuda de paquetes turísticos con buen precio, para atraer a más turistas chinos.

## 5.5 Diferencias interculturales entre el turista chino y europeo

Existen grandes diferencias entre el concepto que tiene del turismo un chino y un europeo del turismo. Para los europeos, viajar es una necesidad vital. Para los chinos, el turismo es un lujo. Respecto a la diferencia en la actitud hacia el consumo, hay diferencias de tipo cultural. En España y otros países europeos hay muchas vacaciones y, cuando las personas tienen suficiente dinero, no dudan en ir de viaje y de vacaciones. Muchos españoles creen que los viajes y las vacaciones son una parte muy importante de la vida. Se trabaja duro para ganar suficiente dinero para ir de vacaciones, relajarse y disfrutar de la vida. Por supuesto, esto se basa en el sistema español de bienestar social. A los españoles no les gusta viajar con prisas. Les gusta el sol, la playa, disfrutar de un viaje tranquilo y confortable. Sin embargo, en las prioridades que se establecen desde una mentalidad china, primero hay que comprar una casa, luego, guardar dinero para los hijos y el día de mañana y si después sobra presupuesto, se puede considerar la

posibilidad de viajar. Así, en muchos casos, este tipo de turista viaja al extranjero por primera vez y quiere aprovechar esta oportunidad única de conocer otros países y visitar tantos lugares como sea posible. Quieren ver más, visitar más lugares, comer más cosas, y comprar más. Y aquellos que no viajan por primera vez porque disponen de más ingresos y suficiente tiempo para viajar, tienen el objetivo principal de poder comprender más profundamente la cultura local, entender cómo viven las personas del lugar y disfrutar del estilo del país extranjero.

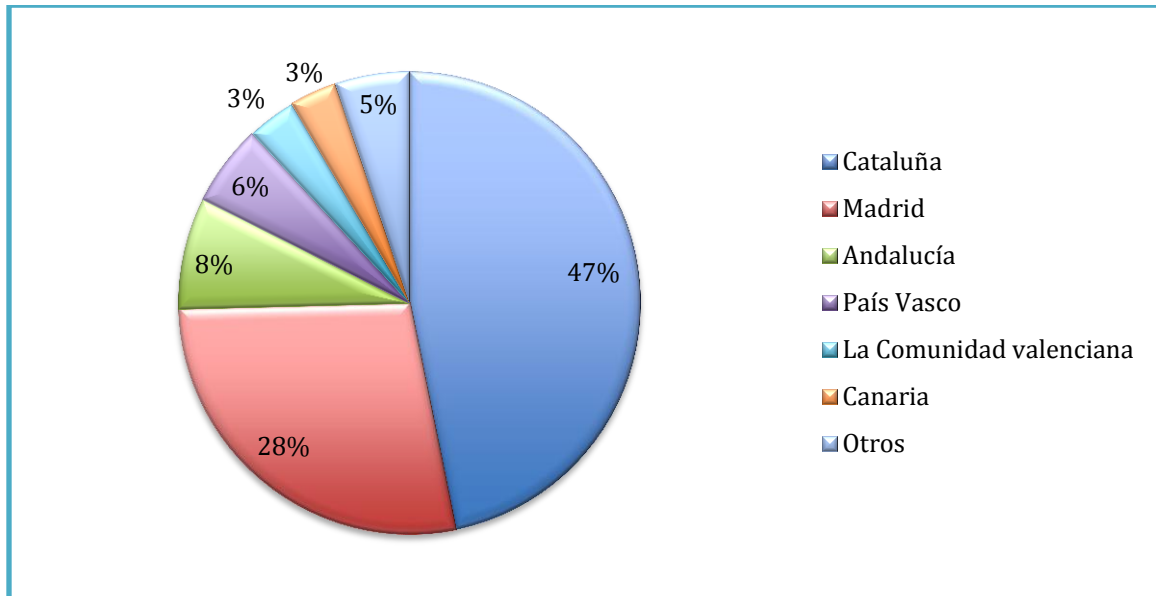


## **6. El viajero chino en la Comunidad Valenciana**

Como tercera ciudad más grande de España, Valencia, y también la Comunidad Valenciana en su conjunto, está recibiendo también cada vez más turistas chinos. China ha emitido 4.683 turistas a la Comunidad entre enero y noviembre. La Comunidad Valenciana es el cuarto destino español más visitado por los turistas chinos. Esto supone una oportunidad a la vez que un desafío. Hemos de pensar en cómo atraer a los turistas chinos e introducir más productos turísticos que se adapten a sus preferencias.

La Comunidad Valenciana es el quinto destino español más visitado por los turistas chinos, por detrás de Cataluña, Madrid, Andalucía y País Vasco, con una cuota del 2,9%. Y China es el 34º emisor internacional para la Comunidad.<sup>42</sup>

**Tabla 6.1 Los principales destinos del turista chino en España**



*Fuente: IET Frontur*

En la ciudad de Valencia, las pernoctaciones de turistas procedentes de China se han triplicado en los últimos cuatro años y se ha duplicado la cifra de viajeros a la ciudad. En lo que va de año, el porcentaje de turistas chinos en Valencia se ha incrementado en un 24% y la estancia media, en un 20%.<sup>43</sup>

Desde un punto de vista general, la Comunidad Valenciana recibió en 2010 algo más de 5 millones de turistas extranjeros, de los que 1.341 procedían de China. China representa una cuota del 0,027% de la demanda de turismo extranjero que recibe la CV.<sup>44</sup> En 2012, China emitió 5.683 turistas a la Comunidad, un 2,6% menos que el año anterior.<sup>45</sup>

<sup>42</sup> Fuente: IET Frontur

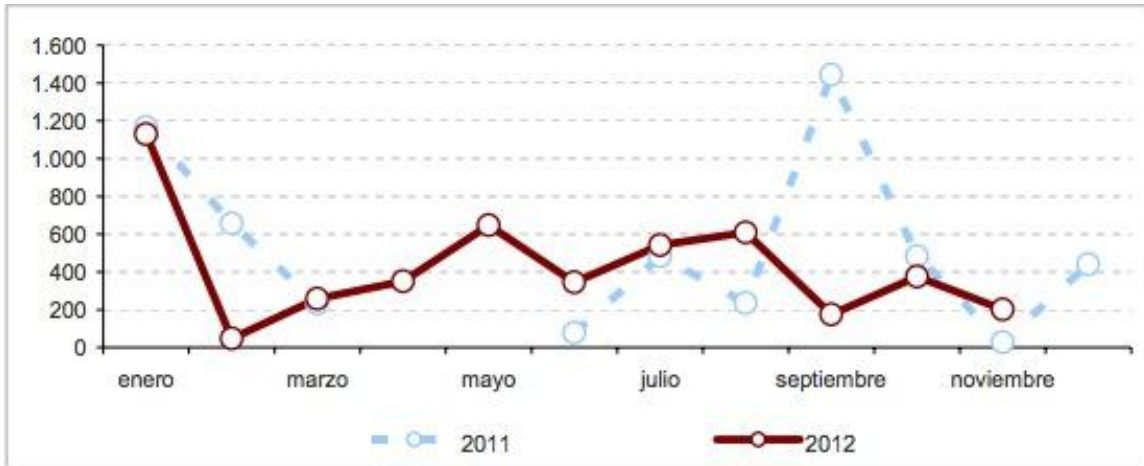
<sup>43</sup> Fuente: instituto valenciano de tecnología turísticas

<sup>44</sup> Fuente: Mercado emisor

Chino ,2012,<[http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios\\_mercado/China\\_octubre2011.pdf](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/China_octubre2011.pdf)>, (página41)

<sup>45</sup> fuente: observatorio turístico de la Comunidad Valenciana.

**Tabla 6.2 Turistas chinos con destino Comunidad Valenciana 2012**



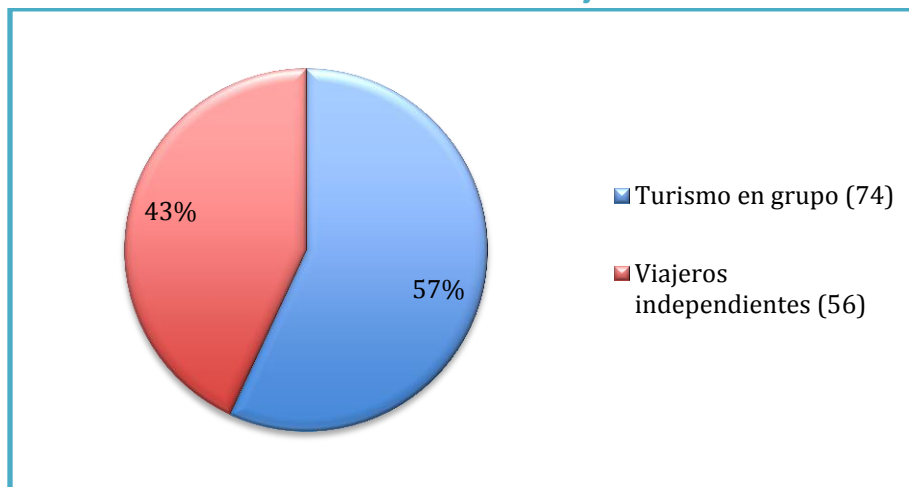
Fuente: IET Frontur

De esta cifra, podemos deducir que los turistas chinos viajan a la Comunidad Valenciana sin seguir pautas estacionales.

## 6.1 Tipos de turistas.

El turismo en grupo es la forma más habitual para los turistas chinos de salir al extranjero. Tras entrevistar a 130 turistas chinos en la Comunidad Valenciana nos damos cuenta de que, entre los turistas que han salido de China, los que eligen el turismo de grupo como forma de viajar hay un 57%, mientras un 43% decide viajar de forma independiente.

**Tabla 6.3 Forma de viajar**



Fuente: la encuesta de 130 turistas chinos en la Comunidad Valenciana

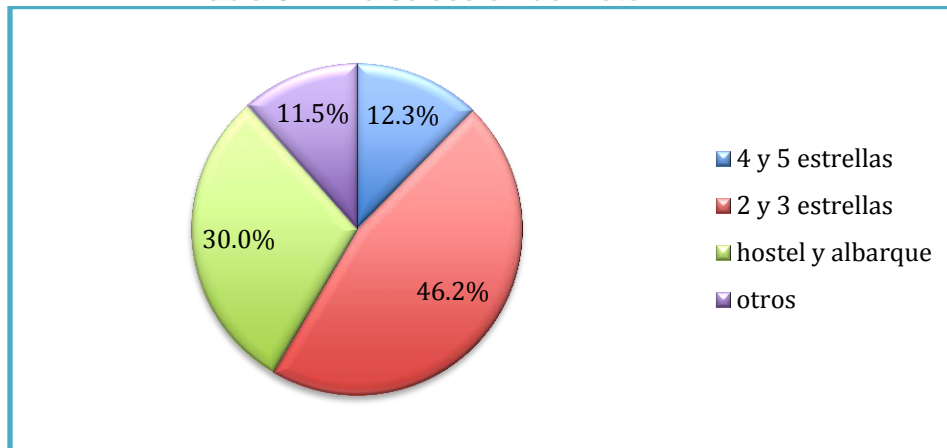
Esto demuestra que actualmente la gran mayoría de turistas cuando viajan al extranjero prefieren el viaje en grupo cuando se trata de salir al extranjero por actividades turísticas.

Esta situación ha sido provocada en gran medida por las agencias de viajes chinas, que operan principalmente con productos de turismo de salida en grupo, mientras los productos de turismo independiente son relativamente pocos. Por otro lado, la mayoría de turistas chinos no están familiarizados con la situación en el extranjero, tienen poca experiencia en viajar, su nivel en el idioma extranjero es bajo, etc.

Sin embargo, con la popularización del uso de la tecnología de la información, la gente experimentará la riqueza de viajar y la mejora del nivel de los idiomas extranjeros. En el futuro, habrá muchos más turistas que, mediante la red, elegirán servicios completos en agencias de viaje extranjeras o reservarán directamente servicios de viajes individuales en el extranjero. Por esta razón vemos en este segmento un enorme potencial para los profesionales del turismo valencianos.

## 6.2 La selección de los hoteles.

Tabla 6.4 La selección del hotel



Fuente: la encuesta de 130 turistas chinos en la Comunidad Valenciana

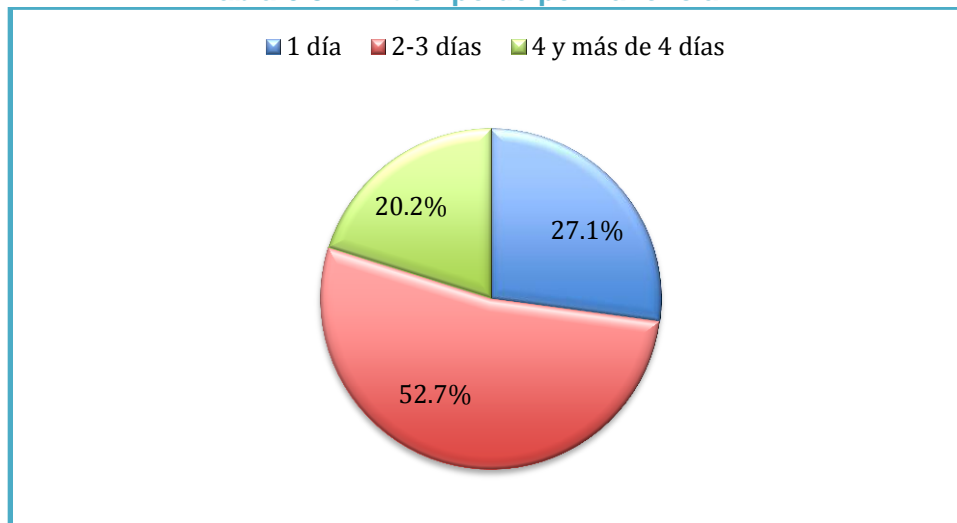
En el caso de no considerar factores de precio, cuando los turistas chinos deciden el alojamiento, en primer lugar tienen en cuenta, si el alojamiento en cuestión se adapta en alguna medida a la cultura china, ya que, por ejemplo, la dieta china es muy diferente a la de otros países extranjeros, los horarios son distintos, existen dificultades lingüísticas, etc. Dado que las exigencias con respecto a la comida son elevadas y no existen hoteles en Valencia que se hayan adaptado a estas necesidades (imagínese viajar por China y tener que desayunar fideos durante todo el viaje), quizás este sea uno de los motivos por los que no hay más turistas chinos que decidan venir a Valencia. Sería necesario

implementar la adecuación de los hoteles a estas exigencias para asegurar el éxito del turismo chino en la CV.

Lo que a continuación se tiene en cuenta es el precio, principalmente debido a que el nivel económico de cada turista chino es diferente y hace que los visitantes se diferencien en la toma de decisiones. La mayoría de turistas que forman parte de grupos turísticos eligen hoteles de alta calidad, hoteles por encima de cuatro estrellas de puntuación. Por otro lado, la mayoría de turistas que viajan de forma independiente suelen elegir hoteles de clase media, de dos o tres estrellas. Por encima del 50% de jóvenes o estudiantes universitarios eligen hospedarse en albergues juveniles.

### 6.3 El tiempo de permanencia en la Comunidad Valenciana.

**Tabla 6.5 El tiempo de permanencia**

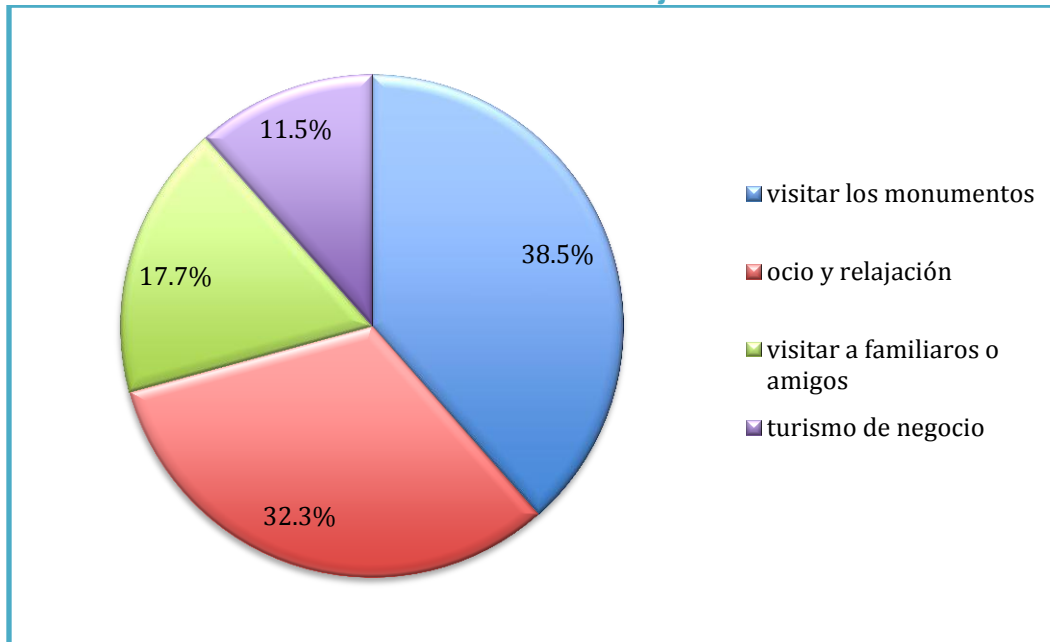


*Fuente: la encuesta de 130 turistas chinos en la Comunidad Valenciana*

El 52,7% de turistas chinos permanecerán de 2 a 3 días en la Comunidad Valenciana, un 20,2% permanecerán en la Comunidad Valenciana más de 4 días, un 27,1% solo permanecerá solo 1 día en la Comunidad Valenciana. Debido a que la mayoría de turistas chinos que visitan Europa pertenecen a grupos de turistas con ingresos altos y estables, su tiempo vacacional es limitado y suele oscilar entre 7 y 10 días. La limitación temporal también influye en la elección de la gira turística, priorizando, por ejemplo, ciudades como Barcelona y Madrid, pero también estimamos que podría haber un aumento considerable de afluencia a la Comunidad Valenciana, si Valencia dispusiera de conexión aérea directa con China.

## 6.4 La motivación del viaje

Tabla 6.6 La motivación de viajar

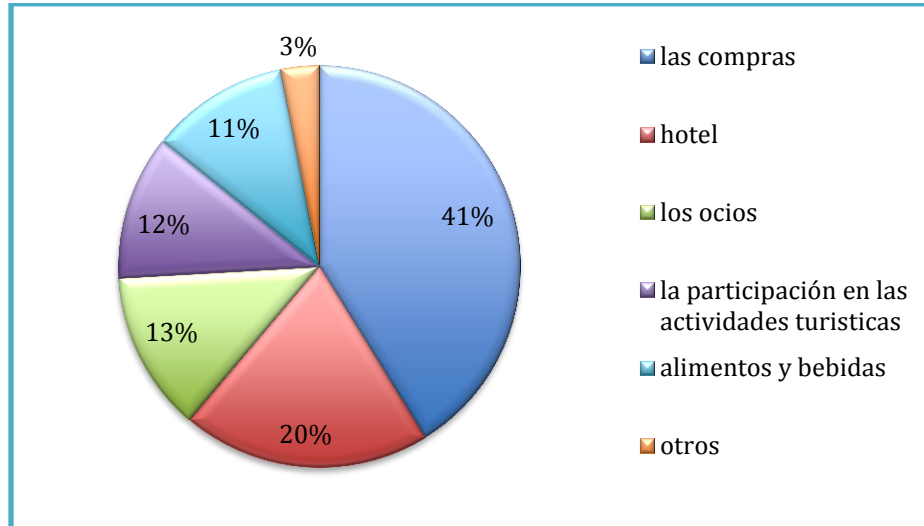


*Fuente: la encuesta de 130 turistas chinos en la Comunidad Valenciana*

Debido a la apertura de China hacia el extranjero, el desarrollo del sector turístico y la mejora de la calidad de vida, la motivación para viajar tampoco es única, como antes. La gente viaja por la necesidad de conocer otras culturas, por intercambio académico, por visita de monumentos o por motivos científicos, entre otros. Especialmente, los bajos aranceles sobre los productos de los países europeos y los precios bajos han favorecido a los motivos comerciales y el turismo derivado del comercio. Según la encuesta de opinión realizada, existen cuatro principales motivos por los que los turistas chinos viajan: 1. visitar los monumentos y lugares de interés turístico (38,5%), 2. Ocio y relajación (32,3%), 3. Visitar a familiares o amigos (17,7%), 4. Turismo de negocio (11,5%).

## 6.5 Nivel del gasto.

Tabla 6.7 Gatos



*Fuente: la encuesta de 130 turistas chinos en la Comunidad Valenciana*

Tras entrevistar a 130 personas, nos damos cuenta de que el gasto medio por turista chino en la Comunidad valenciana es de 3879 yuanes (sin incluir el billete de avión, ni otros gastos, como el seguro, propinas durante el viaje, etc.). Las compras suponen un 41,2% del gasto, el hotel representa un 20%, el entretenimiento influye con un 12,9%, la participación en actividades turísticas un 11,6% y el gasto en alimentos y bebidas un 11,2%. El resto de gastos supone un 3,1% del total. Con respecto a la forma de pago, un 77% de turistas utilizó dinero en efectivo y un 24% de los turistas utilizó tarjeta en los pagos, exclusivamente o en parte.

Mediante el análisis de este estudio, podemos ver que, entre los gastos de los turistas chinos en la Comunidad Valenciana, la partida más importante son las compras. Este hecho no solo demuestra el fuerte poder de compra de los turistas chinos, también refleja que los guías turísticos locales inducen a los turistas chinos en gran manera al gasto.

Por otro lado, debido a la cultura y las tradiciones chinas, a menudo los turistas chinos necesitan comprar regalos o recuerdos para los miembros de la familia o amigos, lo que es una razón importante por la que los turistas chinos tienden a gastar más en sus compras.

## **7. Análisis de las preferencias de los turistas chinos respecto a los productos turísticos de la Comunidad Valenciana**



La Comunidad Valenciana, situada al sureste de España, con el Mar Mediterráneo al este, el respaldo de grandes llanuras siempre verdes y un clima agradable, es conocida como la perla del Mediterráneo. Es una ciudad portuaria e industrial, con un total de 5.129.000 de habitantes<sup>46</sup>. Valencia es la capital de la Comunidad Autónoma Valenciana. La Comunidad Valenciana es conocida como una importante zona turística de España, por sus hermosas playas, un gran número de monumentos y ricas festividades que atraen a numerosos turistas nacionales y extranjeros. Cada vez más turistas chinos empiezan a considerar la Comunidad Valenciana como un importante destino turístico.

## 7.1 Productos turísticos

- Paisajes naturales

### Playa

La ubicación de la Comunidad Valenciana, sus playas de arena fina, aguas limpias, el vasto mar y las montañas que hay alrededor, hacen de las playas de la Comunidad Valenciana lugares con encanto. Las playas de Valencia son famosas. Cada verano miles de turistas europeos vienen aquí a disfrutar sus vacaciones. Debido a su ubicación en China en número de ciudades costeras es muy limitado, la calidad de las playas y del agua no son muy buenas. Por ejemplo no se dispone de un sistema de calidad como las banderas azules europeas. Por eso, para los turistas chinos los tramos costeros de la Comunidad Valenciana, con sus aguas de color azul oscuro y sus playas de arena fina, tienen un gran atractivo. Aunque el tiempo que permanecen en la Comunidad Valenciana no es largo, gastan medio día en pasear por la playa o tomar el sol en la playa. Es lo que muchos turistas chinos más desean hacer.

Aparte de las playas de la ciudad de Valencia, otras playas las encontramos en las ciudades de Cullera, Gandía, Oliva, también con un paisaje muy hermoso.

### La laguna de la Albufera

La laguna de la Albufera se encuentra a unos 15 kilómetros de la ciudad de Valencia, es un lago formado por las dunas y los pinos de los alrededores. Por su especial ecosistema natural atrae a muchos tipos de aves, que se reúnen aquí. Actualmente, hay 250 especies protegidas y se pueden ver también muchos tipos de peces y plantas acuáticas. La calidad del arroz proveniente del territorio de la Albufera y es bien conocida en toda España. Así, se puede degustar aquí la cocina más típica de España, la Paella. Cuando los turistas chinos vienen aquí, hay tres cosas que seguro han de hacer: pasear por el lago en barca, ver la puesta de sol y saborear la Paella. Los chinos llevan el romanticismo y la búsqueda de la serenidad en los huesos. Les encanta permanecer al

---

<sup>46</sup> Fuente: Wikipedia [http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad\\_Valenciana](http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad_Valenciana) (16/06/2013)

lado del lago, disfrutar del hermoso paisaje de la puesta de sol y saborear el exquisito sabor de los platos típicos. Y que les encanta comer, también es algo que todo el mundo sabe. Cuando van a algún sitio, les gusta mucho disfrutar de comida y los productos típicos del lugar. Si vienen a la Comunidad Valenciana, como no van a probar el plato más típico, la Paella.

- Monumentos

### **El Ayuntamiento y Correos**

Es el edificio que alberga el gobierno de la ciudad de Valencia y fue construido en los siglos XV-XVI, de estilo gótico. El magnífico interior del Ayuntamiento es lo que más llama la atención de la gente. El patio tiene forma cuadrada y una galería, el más hermoso de toda España. En Europa, existen estilos arquitectónicos magníficos, uno de los principales motivos que atraen a los turistas chinos.

### **La Catedral**

La Catedral de Valencia <sup>47</sup>se encuentra en el mismo lugar que el primer templo romano y, más tarde, la mezquita árabe. Su construcción comenzó en el año 1262 y finalizada en el año 1426. Más tarde fue ampliada de nuevo, lo que hizo que se añadieran elementos de otros estilos al estilo original. El núcleo arquitectónico de este edificio hasta ahora está incompleto, pues no se ha completado el campanario octogonal, el título es “La catedral Micalet”. Muchas fotos paisajísticas de Valencia tienen al Micalet de fondo. Debido a la diferencia cultural entre China y Europa, la mayoría de turistas chinos no tienen forma de comprender las creencias religiosas que el diseñador y el constructor querían expresar, pero debido a su aspecto majestuoso, su interior exquisitamente decorado, además de las valiosas pinturas al óleo, hacen que bien valga la pena visitarla.

- Paisaje urbano

### **Ciudad de las Artes y las Ciencias**

En una encuesta realizada entre turistas chinos se preguntó: “¿Cuál cree usted que es el monumento más representativo e interesante de Valencia?”, El 89% de los turistas chinos respondieron que era la Ciudad de las Artes y las Ciencias.<sup>48</sup> La Ciudad de las Artes y las Ciencias fue construida entre los años 1996 y 2005<sup>49</sup>. Se encuentra en el cauce del Río Turia. El edificio muestra un estilo completamente futurista, pero sin perder la elegancia. Muchos turistas chinos dicen que, antes de llegar a Valencia, sólo sabían que había un famoso arquitecto español, Gaudí, pero después de visitar la Ciudad de las

---

<sup>47</sup> Fuente: Wikipedia, *catedral de Santa María de Valencia*, <[http://es.wikipedia.org/wiki/Catedral\\_de\\_Santa\\_Mar%C3%ADA\\_de\\_Valencia](http://es.wikipedia.org/wiki/Catedral_de_Santa_Mar%C3%ADA_de_Valencia)>, (26/06/2013)

<sup>48</sup> Fuente: la encuesta de los turistas chinos en la Comunidad Valenciana

<sup>49</sup> Fuente: Wikipedia, *ciudad de las Artes y las Ciencias* <[http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad\\_de\\_las\\_Artes\\_y\\_las\\_Ciencias](http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_de_las_Artes_y_las_Ciencias)>, (10/03/2013)

Artes y las Ciencias, recuerdan al arquitecto de renombre internacional nacido en Valencia: Santiago Calatrava. El diseñador tardó catorce años en construir un complejo lleno de impacto visual e imaginación al sureste de la ciudad.

La Ciudad de las artes y las ciencias, incluye L'Hemisfèric, el Museo de las Ciencias Príncipe Felipe ,L'Umbracle, El Oceanográfico y el Palacio de las Artes Reina Sofía

### **Cultura de bares**

A los españoles les gusta disfrutar de la vida. Después del almuerzo, les gusta tomar en la calle una taza de café o un poco de vino, charlar con amigos y relajarse.

La ciudad de Valencia es especialmente rica en cultura de bares y pubs. Durante el fin de semana, hay mucha gente que viene a Valencia desde los alrededores, para ir a las discotecas y los pubs.

En el Centro Histórico hay muchas casas especiales por su estilo antiguo, calles estrechas, muy tranquilas durante el día, con muy poco tráfico y poca gente, pero por la noche, especialmente los fines de semana, el Centro Histórico se ilumina y se llena de gente. Se trata de una de las mayores concentraciones de bares en la Comunidad Valenciana y se encuentran en muchos locales turistas de todo el mundo. Es un lugar atractivo en la Comunidad Valenciana para los turistas chinos que llegan a Valencia y quieren experimentar su vida nocturna.

## **7.2 Productos turísticos especiales (necesidades básicas)**

Las necesidades básicas para la vida (ropa, alimentos, vivienda y transporte) son el resumen de la vida de un chino. Del mismo modo, para los turistas chinos que salen a viajar estos cuatro aspectos también son los más importantes. Con el rápido desarrollo de la economía China, cada vez más turistas chinos comenzaron a prestar atención a la calidad del turismo. Quieren: vestir ropa bonita, comer comida deliciosa, una vida cómoda y un transporte conveniente.

### **Compra de ropa**

El poder adquisitivo de los turistas chinos es, sin lugar a dudas, sorprendente, debido a que los impuestos sobre los artículos de lujo son más bajos en los países europeos que en China, el tipo de cambio es favorable y los precios de los productos de alta gama son mucho más bajos en España que en China. En las avenidas de Valencia, a menudo se puede ver a los turistas chinos llevando grandes bolsas de compra. En Valencia existen grandes centros comerciales, como El Corte Inglés y también puntos de calles

comerciales, como la calle Colón, donde podemos encontrar las marcas de renombre españolas Zara, Mango y Bershka. Si se desea ir a comprar artículos de lujo, uno se puede asomar a la Calle Poeta Querol: allí encontramos marcas famosas, como, por ejemplo, LOEWE, LOUIS VITTON, GUCCI y otras. En los últimos años, a medida que más y más turistas chinos han venido a España, muchas tiendas de gama alta tienen personal que habla chino, para que estos clientes se sientan mucho más a gusto.

### La comida

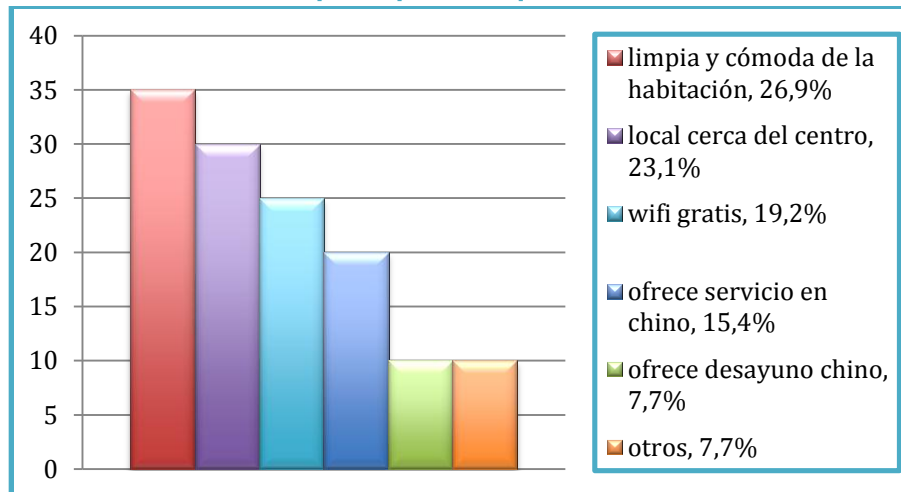
China tiene un dicho: el hambre genera descontento. El significado es que en China "comer" es lo esencial en la vida. Tanto en el sabor como en la forma de preparar los alimentos, la cocina china y la cocina española son muy diferentes y es precisamente esta diferencia la que ha atraído a muchos turistas chinos a Valencia para saborear la auténtica cocina ibérica.

La Paella española es el tercer plato más famoso de la cocina europea, junto a los caracoles franceses y la pasta italiana. En Valencia, los turistas chinos no sólo pueden degustar deliciosas especialidades de paellas, también pueden degustar especialidades de toda España, como por ejemplo, el mariscos del noroeste de España, los fritos y gazpacho del sur, así como las barbacoas de la región central. Algunas cafeterías y restaurantes ofrecen tapas, que también despiertan gran interés en los turistas chinos.

### Alojamiento

En la región de Valencia, hay 28 hoteles de cinco estrellas, 96 hoteles de cuatro estrellas, 373 hoteles de tres estrellas, y 625 hostales y albergues juveniles.<sup>50</sup>

**Tabla7.1 Los principales requisito del turista chino**



Fuente: la encuesta de 130 turistas chinos en la Comunidad Valenciana

<sup>50</sup> Fuente: turista chino <[http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/otros/Plan\\_marketing\\_2012.pdf](http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/otros/Plan_marketing_2012.pdf)>04/2012

Los hoteles valencianos ofrecen muchas opciones a los turistas chinos. Según el estudio realizado, el 71% de los turistas chinos<sup>51</sup> se sienten muy satisfechos con los hoteles de Valencia y el servicio que se les ha prestado y piensan que las habitaciones de los hoteles valencianos están muy limpias, las instalaciones son completas, la actitud del personal del hotel es también muy cálida. El 61,5% de los turistas chinos dijo que si de nuevo tuviera la oportunidad de viajar a Valencia, elegirá el mismo hotel. Al mismo tiempo, también podemos ver que hay un 20% de los turistas chinos que no están satisfechos con su elección del hotel, el 9,2% de los visitantes se quejó de que hubo un problema de comunicación debido a que el nivel de inglés de los empleados del hotel era bajo y que el servicio solicitado no se cumple, el 6% de los turistas chinos no están satisfechos con el desayuno del hotel y piensa que ya que cada vez más chinos viajan a Valencia, el hotel debe estar preparado para el desayuno de los turistas chinos. El 4,8% restante de los turistas chinos se queja de que el hotel estaba lejos, el estado general de limpieza del hotel, que el hotel no disponía de Wi-Fi u otras razones.

### **Transportes.**

El resultado de la encuesta muestra que el 71,1 por ciento de los turistas chinos está satisfecho con el transporte en la Comunidad Valenciana. Creen que los principales lugares de interés de Valencia y las zonas comerciales se encuentran bien comunicados por autobuses y las estaciones están señalizadas de forma muy clara. La línea de metro también cubre toda la ciudad de Valencia, desde el aeropuerto de Valencia hasta el centro de la ciudad. Sin embargo, el 17,3 por ciento de turistas chinos en Valencia no está satisfecho porque el metro comienza su servicio muy tarde, por lo que no hay forma de tomar los primeros vuelos hacia otras ciudades. La única manera es coger un taxi y los precios son muy altos. Otra razón de descontento es que algunos conductores de autobús no hablan inglés, por lo que aparecieron barreras de comunicación y algunos turistas chinos no llegaron a tiempo a donde querían llegar.

---

<sup>51</sup> Fuente: a encuesta de los turistas chinos en la Comunidad Valenciana

## **8. DAFO**

Ya que cada vez más turistas chinos eligen como destino favorito la Comunidad Valenciana, ésta enfrenta a una gran cantidad de oportunidades y desafíos. Atraer a gran cantidad de turistas chinos puede hacer que Valencia suba al primer nivel de la industria turística y también puede promover el desarrollo económico de la región de Valencia.

Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none"> <li>● No hay vuelo directo entre la Comunidad Valenciana y China</li> <li>● Desconocimiento general de la lengua, cultura de China.</li> <li>● Hay pocos productos turísticos atractivos.</li> <li>● no hay desayuno apropiado para los chinos.</li> <li>● Valencia no está incluida en muchos circuitos por España o Europa que se ofrecen desde China</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● el sol, las playas, hermosos paisajes naturales.</li> <li>● El clima es muy buena.</li> <li>● Una variada oferta gastronómica.</li> <li>● Varias tipos de hoteles. Desde el hostel hasta el hotel lujo de 5 estrellas.</li> <li>● La combinación entre la historia y la modernidad.</li> </ul>
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>● la competencia de otras ciudades como Madrid, Barcelona y otros países europeos.</li> <li>● impacto de la crisis económica.</li> <li>● los turistas chinos que viajan al extranjero consumen de forma más racional.</li> <li>● La diferencia entre la forma de pensar y la cultura china y occidental.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Los chinos pueden conocer España y la Comunidad Valenciana por programas de TV.</li> <li>● Progresiva revalorización del Yuan o RMB con respecto al Euro.</li> </ul>

## 8.1 Ventajas

1) el sol, las playas, hermosos paisajes naturales: La Provincia de Valencia cuenta con las costas más bellas de España, que se extienden por cientos de kilómetros, Valencia tiene muchas playas con Bandera Azul.

2) El clima. La Comunidad Valenciana está situada al sureste de España, siempre verde, las temperaturas invernales son por encima de cero, muy cálido y veranos soleados. Es

el lugar que muchos extranjeros escogen para pasar sus vacaciones.

3) Una variada oferta gastronómica. A demás de la paella como plato representativo: en la Comunidad Valenciana también se puede disfrutar de los muchos platos de cocina italiana, japonesa, china, etc., las opciones son muchas y pueden satisfacer las exigencias de los turistas chinos.

4) La Comunidad Valenciana tiene muchas muestras de arquitectura de estilo español, muy popular entre los turistas chinos. Debido a que edificios de este estilo no se ven en China y el Centro Histórico de Valencia sigue manteniendo su estilo antiguo. En esta zona se concentran la mayoría de puntos de interés. Muchos turistas chinos vienen aquí para visitar la catedral de Valencia, el casco antiguo y el Museo de Historia.

5) La combinación entre la historia y lo moderno: A pesar de que Valencia es una ciudad portuaria histórica, los edificios modernos abundan en la ciudad. Llena de altos edificios por todas partes, Valencia demuestra su vitalidad.

6) En la Comunidad Valenciana, se pueden encontrar todo tipo de hoteles: desde lujosos y exclusivos hoteles de cinco estrellas, elegantes y confortables hoteles de tres y cuatro estrellas, hasta hoteles de tres estrellas asequibles, así como hostales rústicos acogedores, que satisfacen las diferentes necesidades de los turistas chinos.

## 8.2 Desventajas

1) La mayoría de los turistas chinos no hablan español, sólo pueden comunicarse en inglés, pero el nivel de inglés de muchos valencianos es muy básico, a menudo hay barreras de comunicación.

2) Hay pocos productos turísticos atractivos. La mayoría de los turistas chinos permanecen 1-2 días en la Comunidad Valenciana. La principal razón es que los productos turísticos de Valencia no son tan ricos y abundantes como en las ciudades de Madrid y Barcelona.

3) Que actualmente no existen vuelos directos de China a Valencia, por lo que el número de turistas que visitan Valencia es comparativamente menor.

4) En la Comunidad Valenciana actualmente no hay desayuno apropiado para los chinos, debido a que los hoteleros locales no han pensado en las necesidades o los deseos del viajero chino. Muchos turistas chinos esperan poder disfrutar de un desayuno chino.



## 8.3 Oportunidades

- 1) La CCTV de China (televisión más importante de China) emitió este año la fiesta de las Fallas y más de un millón de chinos vieron el show. Esta fue una buena oportunidad para que los chinos comprendieran Valencia y generó interés por la Comunidad Valenciana en muchos chinos.
- 2) La economía y el comercio entre España y China han estimulado la industria turística española. Habrá más turistas chinos que lleguen a España, a Valencia.
- 3) Apertura a Turoperadores extranjeros para operar en China con turismo emisor desde mayo de 2011.<sup>52</sup>
- 4) “Progresiva revalorización del Yuan o RMB con respecto al Euro, lo que hará nuestro destino más económico para el turismo chino”<sup>53</sup>.

## 8.4 Amenaza

- 1) Cada vez hay más turistas chinos que viajan a Europa y el poder adquisitivo de los turistas chinos hace que muchos países europeos deseen atraerlos. Valencia no sólo se enfrenta a la competencia de otras ciudades, como Madrid o Barcelona, sino también a la competencia de las ciudades de otros países europeos.
- 2) El impacto de la crisis económica, el transporte público, los precios de los alimentos están aumentando, el precio ya no es una de las ventajas del turismo en Valencia.
- 3) Aunque el crecimiento económico de China fue fuerte, en los últimos años la tasa de crecimiento se ha ralentizado, los turistas chinos que viajan al extranjero consumen de forma más racional.
- 4) Los mayores precios del petróleo conllevan un aumento de los costos de transporte.
- 5) La diferencia entre la forma de pensar y la cultura china y occidental puede, en ocasiones, dar lugar a muestras poco afortunadas de desprecio hacia los chinos.

---

<sup>52</sup> Fuente: Todo trip. septiembre de 2010 <<http://bbs.todotrip.com/simple/?t4187.html>>

<sup>53</sup> Fuente: Daniel Tomás Gaimundiz, 2011 *El turismo chino en España*. Página 61

## **9. Conclusión**

La industria turística China en los últimos años ha logrado un crecimiento notable. La gran capacidad de compra y el elevado número de turistas chinos suponen un potencial turístico y económico sin parangón que los profesionales del turismo valencianos deben tener en cuenta. En la industria del turismo mundial, el turismo emisor Chino supone un porcentaje alto y, en los próximos años, es de esperar que supere incluso a los EE.UU. En los últimos años, China también se ha enfrentado al problema de la crisis económica, el ritmo de crecimiento económico se ha desacelerado, pero, aunque esta realidad pueda limitar el número de turistas que viajan de China a España, la tendencia seguirá siendo ascendente y siempre se tratará de un número muy grande de turistas.

España es actualmente el noveno destino turístico más importante de Europa para los turistas chinos, pero ni siquiera está entre los 25 primeros destinos del mundo. Obviamente, este puesto está muy por debajo de su verdadero potencial y refleja el hecho de que hay muchos chinos que no saben lo suficiente acerca de España. La promoción de los productos turísticos españoles no es comparable con la de otros países europeos, como los países vecinos, Italia, Francia y Alemania. En los próximos años, la industria turística, debe realizar una política de comunicación eficaz que promueva España en este país asiático. Siendo un destino turístico muy popular en España, la Comunidad Valenciana no ha llegado a ser conocida por los turistas chinos. La mayoría de los chinos sólo conocen Madrid y Barcelona, lo que se debe remediar para acceder a esta gran cantidad de visitantes potenciales. Hay que aumentar los esfuerzos de publicidad, realizar más traducciones al chino, asistir a las ferias de referencia del sector en Asia, introducir nuevos productos turísticos de calidad, para provocar así la llegada de los turistas chinos.

En la actualidad, el mayor problema al que se enfrentan los turistas chinos que viajan a España es el visado. Es difícil de conseguir, requiere muchos documentos y el tiempo efectivo de estancia es relativamente corto, lo que significa que los turistas chinos con visado de turista sólo pueden permanecer en España quince días. Sin embargo, en países europeos como Italia, Francia etc., el visado es mucho más asequible, con permiso de permanencia de 30 a 45 días. Ahora, cada vez más países han reducido la dificultad para conseguir el visado, con el fin de atraer a mayor número de turistas chinos... De esta forma, aprovechan la oportunidad del desarrollo de este segmento turístico, animan a los ciudadanos chinos a venir a sus países y dan la bienvenida a la llegada de turistas chinos.

Además, las agencias de viajes de la Comunidad Valenciana no han prestado la suficiente atención al comercio con turistas chinos: en la actualidad, una gran cantidad de agencias de viajes chinas están empezando a cooperar con las agencias de viajes extranjeras para operar en el mercado de viajes exterior. El gobierno chino está abriendo poco a poco el mercado, esperando que haya una situación en la que ganen ambas partes.

Actualmente, otro factor que impide que los turistas chinos viajen a la Comunidad

Valenciana es que no hay vuelos directos de China a Valencia, lo que hace que los turistas procedentes de China no elijan a Valencia como su ciudad preferida. El 78% de los turistas chinos llega a través de otras ciudades europeas a Valencia. Solo Madrid cuenta con vuelos directos desde China. Actualmente, está en la decimotercera posición respecto a los vuelos más baratos desde China.<sup>54</sup> De hecho, todavía queda mucho espacio para crecer y creo que la tecnología para aumentar el número de vuelos directos a las ciudades es factible.

Cataluña, Madrid, Andalucía, País Vasco y la Comunidad Valenciana son los cinco destinos turísticos de España preferidos por los turistas chinos.<sup>55</sup> Esto no es sólo debido a las preferencias de los turistas, sino porque muchos turistas chinos viajan en grupo y la mayoría de las compañías de viajes ofrecen estas cuatro rutas turísticas. Hay que prestar más atención a los turistas chinos independientes y experimentados. Cada vez son más los que optan por viajar de forma independiente, eligiendo su destino turístico según sus propias preferencias. Este segmento está creciendo muy rápidamente. Valencia tiene grandes áreas con productos turísticos adecuados para los turistas chinos. Debe abrir sus puertas para la llegada de estos turistas. Así, se podría alcanzar un aumento considerable del número de turistas en la CV, especialmente en temporada media y baja, muy deficitaria de clientes en estos momentos.

A corto plazo, la proporción de turistas chinos ricos sigue siendo relativamente alta. Sin embargo, de acuerdo con el desarrollo a largo plazo de la economía de China, se supone que habrá un aumento sustancial de turistas de clase media<sup>56</sup>.

En cuanto a la procedencia geográfica, cada vez más personas pueden comprar productos turísticos en el exterior. Los gestores turísticos valencianos no deberían fijarse solo en las grandes ciudades chinas, los turistas proceden de Pekín, Shanghái y las ciudades costeras del sudeste de China. Las ciudades chinas de 2º o 3er nivel se pueden convertir en el principal mercado turístico de la comunidad Valenciana. Pekín, Shanghái y Guangzhou son las ciudades de primer nivel, con una población superior a 20 millones de habitantes cada una. Las ciudades con entre 10 millones y 20 millones de habitantes son las consideradas de segundo nivel, como por ejemplo, Xi'an, Chengdu y Harbin. Además, también pueden ser de interés, las ciudades con una población entre 5 y 10 millones de habitantes, llamadas "de tercer nivel", como Wenzhou o Lijiang. Es decir, si se promociona la Comunidad Valenciana en esas ciudades de 2º o 3er nivel, la clientela potencial es enorme y está esperando ser tenido en cuenta.

Ya se ha comentado que el período vacacional en China es diferente al de los países europeos. Básicamente coincide en su mayoría con la temporada baja en las tasas de ocupación hotelera, por lo que sería una importante oportunidad para Valencia y contribuiría a la desestacionalización de los hoteles de las zonas costeras.

La principal motivación para viajar de los turistas chinos es el nuevo recorrido de ocio y

---

<sup>54</sup> Fuente: Fuente: libro: 《中国旅游 20 年》 20 años sobre el turismo de China, 2010. Página 101.

<sup>55</sup> Fuente: instituto de estudios turísticos

<sup>56</sup> Fuente: informe de la revisión sobre el turismo en China, 2012, página 21.

excursiones. Se sienten atraídos por los paisajes hermosos de Europa, su riqueza histórica, su magnífica arquitectura, el encanto de las ciudades y la cultura, exótica desde el punto de vista oriental y estas son las virtudes que han ido atrayendo a los turistas chinos a la Comunidad Valenciana poco a poco. Para aumentar su competitividad, la Comunidad Valenciana necesita desarrollar un plan de promoción turística en China, ya sea a través de la red, la prensa escrita y televisión chinas o las ferias más relevantes, y conseguir así que más ciudadanos chinos comprendan y se familiaricen con la Comunidad Valenciana y tengan interés en conocerla personalmente. Este es el primer paso para atraer a los turistas chinos. Además, respecto a los servicios de viajes, hay que organizar y coordinar los distintos estamentos, para dar la atención adecuada y atender a los intereses de los turistas chinos. Hay que crear una marca turística única e innovadora de Valencia, estableciendo una buena imagen turística de la ciudad. Por último, habría que conocer mejor la realidad china, para que China no siga “sonando a chino” y estos potenciales clientes se sientan en Valencia como en casa.

## 10. Bibliografía

### LOBROS

1. An he. y Liu chao. Agencia nacional de admisión de turistas de China. (2011). Informe sobre el turismo del Gobierno de la República de China. Pekín: Renming ediciones.
2. Chen yeling y Deng shuang. (2011). 《中国旅游发展的形式分析与近期预测》 Análisis de la situación y predicción reciente del desarrollo turismo chino. Sichuan: estrella rojo ediciones.
3. Liu Jun, Ma zihui. (2012). Plan turismo China. Pekín: Wanhua ediciones.
4. wei Tianli. y Wei Feng. (2010) 《中国旅游产业的机遇与挑战》 las oportunidades y desafíos de la industria turismo de China. Shanghai: Dongfang ediciones.
5. Zhang wenbing. (2010)《中国旅游 20 年》20 años sobre el turismo de China. Pekín: Renming ediciones.
6. Zheng jianguo. Oficina nacional del turismo de China.(2011). El Informe Anual del Turismo Emisor Chino en su versión de 2011 (中国出境游发展研究报告 2011)
7. Oficina nacional del turismo de China. (2012). Informe de la emisión y recepción de los turistas chinos. (2012 中国出入境市场研究报告), Pekín: Renming ediciones

### CITACIÓN DE PÁGINAS WEB

1. Baidu baike <http://baike.baidu.com/view/1249.htm#sub5839897>>, (15 de mayo de 2013).
2. Eroski Comsumer, (2004) <<http://pre.www.gestioneroski.es/web/es/viajes/2004/02/13/95667.php>>, (febrero de 2013)
3. Hoteltur. *Las puertas de la Gran Muralla se abren al turismo*. (2004). <http://www.uhu.es/uhutur/documentos/npturisticos2/Turismo%20chino.pdf>>, (abril de 2013)
4. IET Frontur. (2010). *informe anual 2010*. <<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/paginas/default.aspx>>, (febrero de 2013).
5. IET Frontur. (2011). *informe anual 2011*. <<http://www.iet.tourspain.es/es-es/estadisticas/frontur/paginas/default.aspx>>, (abril de 2013).
6. Instituto de Estudios Turísticos. Informe anual de Frontur, 2012 <[www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)>, (mayo de 213).
7. Li Yue. *Informe de la revisión sobre el turismo en China*, 2013 <<http://travel.sohu.com/s2013/arcotd2013/index.shtml>>, (26/04/2013)
8. La oficina nacional del turismo de China, <[www.cnta.gov.cn](http://www.cnta.gov.cn)>, (04/2013)
9. MANUEL BUTLER, *España como un destino internacional*. Atlas de marcas

- <<http://atlas.marcasrenombradas.com/articulo/espana-como-destino-turistico-internacional/>> (27 de febrero de 2013)
10. Ministerio de Industria Energía y Turismo. *visión destino España*,2012 <<http://www.tourspain.es/es-es/VDE/Paginas/default.aspx>>, (Mayo de 2013)
  11. Ofical nacional del turismo de china <[http://www.tourism.gov.hk/english/visitors/visitors\\_ind.html](http://www.tourism.gov.hk/english/visitors/visitors_ind.html)>, (mayo de 2013)
  12. Observatorio turístico de la Comunidad Valenciana, *Mercado emisor Chino*,(2012) <[http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios\\_mercado/China\\_octubre2011.pdf](http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/China_octubre2011.pdf)>. (abril de 2013)
  13. Organización Mundial del Turismo OMT< <http://www2.unwto.org/es>>. ( 4 de marzo de 2013)
  14. Sai Jie. información de viaje 拓展了中国游客赴欧洲旅游的范围, 2010 <<http://www.wegohk.com/lyzx/other/11093.html>>, (febrero de 2013)
  15. Turismo emisor< <http://bbs.todotrip.com/simple/?t4187.html>>, (mayo de 2013)
  16. Todo trip. *Turismo emisor*, 2010<<http://bbs.todotrip.com/simple/?t4187.html>>, (11 de febrero de 2013)
  17. Tourism commission.2006 < [http://www.tourism.gov.hk/english/visitors/visitors\\_ind.html](http://www.tourism.gov.hk/english/visitors/visitors_ind.html)>, (15 de mayo de 2013)
  18. Wikipedia, *catedral de Santa María de Valencia*, < [http://es.wikipedia.org/wiki/Catedral\\_de\\_Santa\\_Mar%C3%ADa\\_de\\_Valencia](http://es.wikipedia.org/wiki/Catedral_de_Santa_Mar%C3%ADa_de_Valencia)>, (26 de marzo de 2013)
  19. Wikipedia. *Reforma económica china*,17de enero,2013<<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%94%B9%E9%9D%A9%E5%BC%80%E6%94%BE>>(6 de marzo de 2013)
  20. Wikipedia. *Comunidad Valenciana*,2013 <[http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad\\_Valenciana](http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad_Valenciana)>, (15 de abril de 2013)

# 11. Anexo

## ENCUESTA

Número de encuestas realizadas: 130

Tipo de los encuestado: los visitantes chinos en la ciudad Valencia (84), los estudiantes chinos en UPV campus de Gandia (46)

El destino que realizó la encuesta: en Viajes Sanhe, una agencia de viaje en Valencia.

Plazo de la encuesta: abril y mayo de 2013. (2 meses)

1. ¿de dónde viene?
2. El propósito y motivación del viaje.
  - a. Turismo y ocio
  - b. Visita a familia o amiga.
  - c. Negocios
  - d. Otros
3. Fuente de información sobre la Comunidad Valenciana
  - a. Por internet
  - b. Agencia de viajes
  - c. TV o radio
  - d. Revista
  - e. Las promociones
  - f. Amigos
  - g. Otros
4. ¿Qué es importante para Ud. a la hora de elegir un destino?
  - a. lugares de interés
  - b. comida
  - c. alojamiento
  - d. transporte
  - e. precio
  - f. posibilidad de ocio
  - g. otros
5. ¿qué comida quiere comer en el restaurante?

---

---

---

6. En qué tipo de hotel se suele alojar?
  - a. 4-5 estrellas
  - b. 2-3 estrellas
  - c. hostales
  - d. Otros



7. ¿Qué quiere hacer cuando viaja a la Comunidad Valenciana?

- a. visitar monumentos y edificios históricos
- b. visitar museos
- c. hacer compras
- d. disfrutar las comidas y bebidas
- e. ir al fútbol
- f. ir a los toros
- g. tomar el sol en la playa
- h. otros

8. motivos de satisfacción

---

---

---

9. motivos de insatisfacción

---

---

---

10. Observaciones / Comentarios

---

---

---

NOTA: La encuesta es para los turistas chinos en la Comunidad Valenciana, por eso, la encuesta original es en chino. Aquí es el archivo traducido