

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



TRABAJO FINAL DE MÁSTER ***Máster Oficial Interuniversitario en Gestión Cultural***

TÍTULO:
Los gustos turísticos de la población china sobre
España

Dirigido por: Dr. Vicent Giménez Chornet

Presentado por: Yi Qin

CURSO

2016-2017

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, deseo agradecer a mi tutor Vicent Giménez Chornet, director del Máster en Gestión Cultural, su inestimable ayuda y continua guía a la hora de elegir e investigar este tema tan interesante y que espero pueda colaborar a la mejora y desarrollo del turismo chino en España.

En segundo lugar, me gustaría dar las gracias a mis padres que me han apoyado a la hora estudiar este máster. Estoy especialmente agradecida por su apoyo y ánimo durante la elaboración de este trabajo fin de máster.

En tercer lugar, quiero agradecer a mis amigas, Iciar González y Gabriela Ruiz Ocaña, sus ayudas en la corrección de estilo de este trabajo de fin de máster.

También me gustaría agradecer a todos los encuestados que completaron el cuestionario o participaron en las entrevistas por su paciencia, dedicación y tiempo.

Y, por último, quiero también mencionar y agradecer a todas aquellas personas que me han aconsejado, ayudado y apoyado durante el proceso de elaboración de este trabajo de fin de máster.

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTOS.....	2
1 Definición del Trabajo Fin de Master	11
1.1 Introducción.....	11
1.2 Objetivos del Trabajo Fin de Máster.....	11
1.3 Metodología.....	12
2. LAS PREFERENCIAS TURISTICAS DE LOS CHINOS PARA VIAJAR AL EXTRANJERO.	14
2.1 Evolución histórica de los viajes fuera de China.....	14
2.2 Las características de los turistas chinos que viajan al extranjero.	15
2.2.1 La cantidad de turistas chinos que viajan fuera ha aumentado.	15
2.2.2. Rango de edad de los turistas chinos.	17
2.2.3. Motivos de los turistas que viajan al extranjero.....	19
2.2.4. En qué temporada se va de viaje.....	21
2.2.5. Cuántas veces al año los chinos viajan fuera de China.....	23
2.2.6 En qué canal buscan información turística	24
2.2.7. De qué manera se prefiere viajar al extranjero.	26
2.2.8. Cuáles son los lugares a los que suelen viajar.	27
2.2.9. Cómo se puede mejorar.....	31
3 Cuestionario	39
3.1 Introducción del cuestionario.....	39
3.1.1 Motivos para la elaboración del cuestionario.	39
3.1.2 Datos esperados del cuestionario	39
3.2 Elaboración de las preguntas.....	40
3.2.1 ¿Usted ha viajado a España alguna vez?.....	40
3.2.2 ¿Cuáles son las ciudades a las que ha viajado?	41
3.2.3 ¿Con quién ha viajado a España?.....	41
3.2.4 ¿Cuánto tiempo ha durado su viaje a España?	42
3.2.5 El motivo de su viaje a España	42
3.2.6 ¿Qué tipo de recursos turísticos españoles ha experimentado?	43
3.2.7 Sobre estos recursos turísticos, ¿cuáles son sus comentarios?	45
3.2.8 Sobre otros factores turísticos españoles, ¿cuáles son sus comentarios?.....	46
3.2.9 ¿Con la experiencia de viajar a España que haya tenido, Volvería a viajar a España otra vez? ¿Recomendaría viajar a España a los demás?	47
3.2.10 ¿Por qué no quiere volver o no recomendaría viajar a España?	47
3.2.11 Para desarrollar el turismo español y servir mejor a los turistas chinos, ¿podría proponer algún consejo?	47
3.2.12 ¿Cuáles son las ciudades que le interesaría visitar?	47
3.2.13 ¿Con quién viajaría a España?	48
3.2.14 ¿Cuánto tiempo duraría su viaje a España?.....	48
3.2.15 Si elige viajar a España, ¿cuál sería el motivo de su viaje?.....	49
3.2.16 ¿Qué imágenes/ideas tiene de España?	49
3.2.17 Si tuviera la oportunidad de viajar a España, ¿qué recursos turísticos le interesan más?	50
3.2.18 ¿Qué factores turísticos españoles le atraen más?.....	51
3.2.19 ¿Qué tipo de producto le gustaría comprar?	51
3.2.20 Para desarrollar el turismo español, ¿podría proponer algún consejo o deseo?.....	52
3.2.21 Sexo.....	52
3.2.22 Edad	52
3.2.23 Título académico	53
3.2.24 ¿Dónde vive actualmente?.....	53

3.2.25 ¿Cuál es su profesión?.....	54
3.2.26 Salario mensual	55
3.2.27 La estructura familiar.....	55
3.2.28 ¿Cuántas veces viaja fuera de China al año?	56
3.2.29 ¿Normalmente en qué temporada prefiere hacer un viaje fuera de China?.....	56
3.2.30 Si quiere viajar fuera de China, ¿qué forma elegiría?	57
3.2.31 ¿Qué forma suele utilizar para recibir información turística?	57
3.2.32 ¿Cómo ha recibido información sobre España?	58
4 Análisis de resultados	59
4.1 Datos del cuestionario.....	59
4.2 Análisis de resultados por pregunta.....	59
4.2.1 ¿Usted ha viajado a España alguna vez?.....	59
4.2.2 ¿Cuáles son las ciudades a las que ha viajado?	60
4.2.3 ¿Con quién ha viajado a España?	61
4.2.4 ¿Cuánto tiempo ha durado su viaje a España?	61
4.2.5 El motivo de su viaje a España.	62
4.2.6 ¿Qué tipo de recursos turísticos españoles ha experimentado?	63
4.2.7 Sobre estos recursos turísticos, ¿cuáles son sus comentarios?	64
4.2.8 Sobre otros factores turísticos españoles, sus opiniones son :	65
4.2.9 ¿Con la experiencia de viajar a España que ha tenido, volvería a viajar a España otra vez? ¿Recomendaría viajar a España a los demás?	66
4.2.10 ¿Por qué no recomendaría volver a viajar a España?	66
4.2.11 Para desarrollar el turismo español y servir mejor a los turistas chinos, ¿podría proponer algún consejo?	67
4.2.12 ¿Cuáles son las ciudades que le interesaría visitar?	68
4.2.13 ¿Con quién viajaría a España?	69
4.2.14 ¿Cuánto tiempo duraría su viaje a España?.....	69
4.2.15 Si elige viajar a España, ¿cuál sería motivo de su viaje?.....	70
4.2.16 ¿Qué imágenes/ideas tiene de España?	71
4.2.17 Si tuviera la oportunidad a viajar a España, ¿qué recursos turísticos le interesa(n)?..	72
4.2.18 ¿Qué factores turísticos españoles le atraen más?.....	75
4.2.19 Cuando viaje a España, ¿qué tipo de producto le gustaría comprar?	76
4.2.20 Para desarrollar el turismo español, ¿podría proponer algún consejo o deseo?.....	77
4.2.21 Sexo.....	79
4.2.22 Edad	80
4.2.23 Título académico	81
4.2.24 ¿Dónde vive actualmente?.....	81
4.2.25 ¿Cuál es su profesión?.....	82
4.2.26 Salario mensual	83
4.2.27 La estructura familiar.....	84
4.2.28 ¿Cuántas veces viaja fuera de China al año?	85
4.2.29 ¿Normalmente en qué temporada prefiere hacer un viaje fuera de China?.....	86
4.2.30 Si quiere viajar fuera de China, ¿qué forma elegiría?	87
4.2.31 ¿Qué forma suele utilizar para recibir información turística?	87
4.2.32 ¿Cómo ha recibido información sobre España?.....	89
4.3 Análisis de datos cruzados—Especial para los turistas estudiantes.	90
4.3.1 ¿Usted ha viajado a España alguna vez?.....	90
4.3.2 ¿Cuáles son las ciudades a las que ha viajado?	91
4.3.3 ¿Con quién ha viajado a España?	92
4.3.4 ¿Cuánto tiempo ha durado su viaje a España?	92
4.3.5 El motivo de su viaje a España	93
4.3.6 ¿Que tipo de recursos turísticos españoles ha experimentado?	94

4.3.7 Sobre estos recursos turísticos, ¿cuáles son sus comentarios?	95
4.3.8 Sobre otros factores turísticos españoles, sus opiniones son :	96
4.3.9 ¿Con la experiencia de viaje a España que ha tenido, volvería a viajar a España otra vez? ¿Recomendaría viajar a España a los demás?	97
4.3.10 ¿Por qué no recomendaría volver a viajar a España? Describe los motivos en pocas palabras.	98
4.3.11 Para desarrollar el turismo español y servir mejor a los turistas chinos, ¿podría proponer algún consejo?	98
4.3.12 ¿Cuáles son las ciudades que le interesaría visitar?	99
4.3.13 ¿Con quién viajaría a España?	99
4.3.14 ¿Cuánto tiempo duraría su viaje a España?	100
4.3.15 Si elige a viajar a España, ¿Cuál sería el motivo de su viaje a España?	101
4.3.16 ¿Qué imágenes/ideas tiene de España?	102
4.3.17 Si tuviera la oportunidad de viajar a España, ¿qué recursos turísticos le interesaría(n)?	103
4.3.18 ¿Qué factores turísticos españoles le atraen más?	105
4.3.19 Cuando viaje a España, ¿qué tipo de producto le gustaría comprar?	105
4.3.20 Para desarrollar el turismo español, ¿podría proponer algún consejo o deseo?	106
4.3.21 Su sexo	110
4.3.22 Edad	110
4.3.23 Título académico	111
4.3.24 ¿Dónde vive actualmente?	111
4.3.25 ¿Cuál es su profesión?	112
4.3.26 Salario mensual	113
4.3.27 La estructura familiar	114
4.3.28 ¿Cuántas veces viaja fuera de China al año?	114
4.3.29 ¿Normalmente en qué temporada prefiere hacer un viaje fuera de China?	116
4.3.30 Si quiere viajar fuera de China, ¿qué forma elegiría?	116
4.3.31 ¿Qué forma suele utilizar para recibir información turística?	117
4.3.32 ¿Cómo ha recibido información sobre España?	118
4.4 Propuestas de mejoras para incrementar el turismo chino en España	122
4.4.1 Por qué las agencias de viajes chinas no hacen más rutas por España	122
4.4.2 Visita al Museo	124
4.4.3 Seguridad Pública	125
4.4.4 Calidad de los Hoteles	127
4.4.5 Trámites administrativos	127
4.4.6 Información turística de España: Llegar a conocer al público chino	128
4.4.7 Información turística en chino o servicios chinos	132
4.4.8 Información de transporte	133
4.4.9 Rutas turísticas y culturales especializadas	135
4.4.10 Horario de comida	136
5 Conclusión	137
5.1 Los gustos turísticos de la población china sobre España	137
5.2 Futuras líneas de investigación	141
Bibliografía	144
Anexos	147

ÍNDICE DE GRÁFICOS O TABLAS

Gráfico 2.2.1 ^a La cantidad de turistas chinos que viajan fuera cada año aumenta.....	15
Gráfico 2.2.1 ^b Relación entre la renta personal disponible y viajar al extranjero.	16
Gráfico 2.2.2 ^a Datos sobre la edad de los turistas chinos que viajaron fuera en 2014.....	17
Gráfico 2.2.2 ^b . Turismo familiar en 2014.....	18
Gráfico 2.2.3 ^a . Los motivos de los turistas para viajar al extranjero en 2014.	19
Gráfico 2.2.3 ^b . Factores determinantes del destino para el turista chino.	20
Gráfico 2.2.4 ^a . En qué temporada el turista chino suele viajar al extranjero.	21
Gráfico 2.2.4 ^b . Duración de los viajes al extranjero.....	22
Gráfico 2.2.5. Cuántas veces al año los turistas chinos viajan al extranjero.	23
Gráfico 2.2.6 ^a . A través de que canal buscan información turística.	24
Gráfico 2.2.6 ^b . Después del viaje al extranjero, en qué canales suele compartir sus experiencias.	26
Gráfico 2.2.7. De qué manera se prefiere viajar al extranjero.....	27
Gráfico 2.2.8 ^a . El destino al que los viajeros chinos planeaban ir en 2016.	27
Tabla 2.2.8 ^b . Los 20 países más apreciados por los viajeros chinos en 2016.	28
Tabla 2.2.8 ^c . Las 10 islas con mejor acogida entre los chinos en 2016.....	30
Tabla 2.2.8 ^d . Los 10 museos con mejor acogida entre los viajeros chinos en 2016.	30
Tabla 2.2.9 ^a . Restaurantes: problemas encontrados.	32
Gráfico 2.2.9 ^b . Alojamiento: problemas encontrados.....	32
Gráfico 2.2.9 ^c . Transporte: problemas encontrados.	33
Gráfico 2.2.9 ^d . Rutas del viaje: problemas encontrados.	34
Gráfico 2.2.9 ^e . Compras: problemas encontrados.	35
Gráfico 2.2.9 ^f . Mejoras en las instalaciones públicas.	36
Gráfico 4.2.1 Usted ha viajado a España alguna vez.....	59
Gráfico 4.2.2 Ciudades españolas visitadas por los viajeros chinos	60
Gráfico 4.2.3 Con quién ha viajado a España	61
Gráfico 4.2.4 La duración del viaje a España	61
Gráfico 4.2.5 El motivo del viaje a España	62
Tabla 4.2.6 Los recursos turísticos españoles han experimentado	63
Tabla 4.2.7 Comentarios sobre los recursos turísticos.....	64
Tabla 4.2.8 Comentarios sobre otros factores turísticos españoles.....	65
Gráfico 4.2.9 Respuestas de los viajeros chinos sobre si desean volver y recomendar España a otros.	66
Tabla 4.2.10 La razón para no querer volver o no quiere recomendar	66
Tabla 4.2.11 Consejos para mejorar turismo español	67
Gráfico 4.2.12 las ciudades que les interesarían visitar	68
Gráfico 4.2.13 Con quién viajaría a España	69
Gráfico 4.2.14 La duración deseada del viaje a España.	69
Gráfico 4.2.15 El motivo de viaje a España.	70
Gráfico 4.2.16 Las imágenes que tienen los turistas chinos sobre España	71
Tabla 4.2.17 los recursos turísticos que interesan a los viajeros chinos que aún fueron a España.	72
Tabla 4.2.18 Los factores turísticos españoles que atraen más a los turistas chinos que aún no	

han viajado a España.	75
Gráfico 4.2.19 Qué tipo de productos españoles comprarían los viajeros chinos	76
Tabla 4.2.20 Los consejos o deseos de los viajeros chinos que aún no han ido a España.....	78
Tabla 4.2 Comparación de los gustos turísticos de los turistas chinos que ya han ido a España y los que aún no han ido.	79
Gráfico 4.2.21 La distinción por sexo de los viajeros chinos	79
Gráfico 4.2.22 la edad de los turistas chinos	80
Gráfico 4.2.23 El título académico de los turistas chinos	81
Tabla 4.2.24 De qué zona vienen los turistas chinos.....	81
Gráfico 4.2.25 La profesión de los turistas chinos.....	82
Gráfico 4.2.26 El salario de los viajeros chinos	83
Gráfico 4.2.27 La estructura de la familia de los viajeros chinos	84
Gráfico 4.2.28 Cuántas veces los turistas chinos viajan fuera de China al año	85
Gráfico 4.2.29 La temporada alta para los turistas chinos que viajan fuera	86
Gráfico 4.2.30 La forma que los turistas chinos prefieren a la hora de viajar	87
Gráfico 4.2.31 La manera utilizada por los viajeros chinos para recibir información turística	87
Gráfico 4.2.32 El método empleado para recibir información sobre España	89
Gráfico 4.3.1 El porcentaje de los estudiantes chinos que ya ha ido a España	90
Gráfico 4.3.2 Ciudades españolas visitadas por los estudiantes chinos	91
Gráfico 4.3.3 Con quién ha viajado a España el estudiante chino.....	92
Gráfico 4.3.4 la duración para los estudiantes chinos viaja a España	92
Gráfico 4.3.5 El motivo del viaje a España para los estudiantes chinos	93
Tabla 4.3.6 los recursos turísticos españoles experimentados por los estudiantes chinos.	94
Tabla 4.3.7 comentarios de los estudiantes chinos que viajaron a España sobre los recursos turísticos.....	95
Tabla 4.3.8 Comentarios sobre otros factores turísticos españoles observados por los estudiantes chinos que ya han viajado a España	96
Gráfico 4.3.9 Respuesta de los estudiantes chinos sobre un nuevo viaje por España y si recomendarían España	97
Tabla 4.3.11 Consejos de los estudiantes chinos para mejorar turismo español.....	98
Gráfico 4.3.12 Ciudades que a los estudiantes chinos les interesarían visitar	99
Gráfico 4.3.13 Con quién viajaría el estudiante chino a España	99
Gráfico 4.3.14 La duración del viaje para los estudiantes chinos que desean ir a España	100
Gráfico 4.3.15 Motivos para viajar a España de los estudiantes chinos que aún no han visitado el país.	101
Gráfico 4.3.16 Las imágenes que tienen los estudiantes chinos sobre España	102
Tabla 4.3.17 Los recursos turísticos españoles que interesarían a los estudiantes chinos	103
Tabla 4.3.18 Los factores turísticos españoles que atraen a más estudiantes chinos.....	105
Gráfico 4.3.19 Qué tipo de producto turísticos desearían comprar los estudiantes chinos.....	105
Tabla 4.3.20 ^a Consejos o deseos de los estudiantes chinos que aún no han ido a España.....	106
Tabla 4.3.20 ^b Comparación de los gustos turísticos de los viajeros chinos y de los estudiantes chinos.....	108
Gráfico 4.3.21 La distinción por sexo de los estudiantes chinos	110
Gráfico 4.3.22 El rango de edad de los estudiantes chinos	110
Gráfico 4.3.23 El título académico que tiene los estudiantes chinos	111
Tabla 4.3.24 La residencia actual de los estudiantes chinos	111

Gráfico 4.3.25 La profesión de los estudiantes	112
Gráfico 4.3.26 Salario mensual de los estudiantes chinos.....	113
Gráfico 4.3.27 la estructura de la familia de los estudiantes chinos.....	114
Gráfico 4.3.28 La frecuencia en que los estudiantes chinos viajan fuera de China.....	114
Gráfico 4.3.29 La temporada alta para los estudiantes chinos que viajan fuera de China	116
Gráfico 4.3.30 Las formas más elegidas por los estudiantes chinos para viajar	116
Gráfico 4.3.31 La manera de recibir información turística.....	117
Gráfico 4.3.32 El método utilizado por los estudiantes chinos para recibir información de España	118
Tabla 4.3 Comparación de los datos personales de los turistas chinos en general y de los estudiantes chinos.....	120

ÍNDICE DE FOTOS O IMAGENES

Fotografía 3.2.6 ^a . Los Jóvenes en Barcelona.....	44
Fotografía 3.2.6 ^b . La escritora San Mao con su marido español José María	45
Fotografía 4.2.17 ^a El paisaje que salen en “The Legend of the Blue Sea”	74
Fotografía 4.2.17 ^b Palau de la Muisca Catalana (uno de los escenarios elegidos en “The Legend of the Blue Sea”).....	75
Imagen 4.4.6 ^a Pantallazo de la Plataforma de WeChat de Turismo Valencia	130
Imagen 4.4.6 ^b Pantallazo del contenido sobre Turismo Valencia en WeChat	131

一个没有知识的旅行者就像一只没有翅膀的鸟

*Un viajero sin conocimiento
es como si fuera un pájaro sin alas,
navega sin rumbo fijo.*

1 Definición del Trabajo Fin de Master

1.1 Introducción

El turismo es una parte muy importante del sector servicios y también juega un papel fundamental en el impulso del crecimiento económico de un país. En los últimos años, con motivo del desarrollo de la economía china, la mejora en la calidad de vida de sus ciudadanos y la relajación de las leyes que regulan el turismo en China, el interés de la población china por viajar fuera es cada vez mayor y además los destinos a elegir, más variados.

Según los datos de *China National Tourism Administration* en 2017, los tres países europeos más visitados por los turistas chinos son: Italia, Alemania e Inglaterra. Además, se observa que el porcentaje de visitantes chinos al norte de Europa y Europa Oriental se ha incrementado rápidamente en los últimos años, mientras que el crecimiento de visitantes a Europa Occidental está sufriendo una clara deceleración. Por lo tanto, consideramos de gran interés el estudio del cambio en las tendencias de viaje de la población china: ¿Cuáles son los gustos turísticos de la población china en la actualidad? Y en el contexto de la diversidad cultural, ¿Cómo podemos aprovechar estos gustos turísticos de la población china para mejorar los recursos y servicios del turismo español? Deseamos que esta investigación aporte información nueva, ayude a entender las particularidades del turista chino y ofrezca datos útiles para impulsar el desarrollo del turismo chino en España.

1.2 Objetivos del Trabajo Fin de Máster.

Objetivo General del Trabajo Fin de Master.

El objetivo general de este trabajo fin de máster consiste en investigar los gustos

turísticos de la población china sobre España y averiguar qué mejoras podrían introducirse en su opinión para favorecer el turismo chino en el país. Además, tras el análisis de estos datos propondremos una serie de mejoras prácticas para la captación de turistas chinos.

Objetivos Específicos.

- Analizar las distintas etapas de la apertura de China en materia de viajes al exterior.
- Buscar bibliografía relacionada con estadísticas públicas sobre los viajeros chinos.
- Analizar las estadísticas públicas.
- Elaborar un cuestionario específico para recoger información de los gustos turísticos de la población china sobre España.
- Analizar los resultados del cuestionario elaborado.
- Analizar los datos cruzados del cuestionario, especialmente aquellos relacionados con los turistas estudiantes.
- Entrevistar a chinos relacionados con el turismo chino en España sobre los posibles puntos a mejorar en el turismo español.
- Establecer conclusiones basadas en los resultados relevantes del cuestionario y las entrevistas realizadas.
- Proponer futuras líneas de investigación.
- Realizar una propuesta para el fomento del turismo chino en el caso concreto del turismo chino en Valencia.

1.3 Metodología.

Para llevar a cabo los objetivos mencionados, utilizaremos la siguiente metodología:

- Análisis bibliográfico y documental:

Para conocer mejor el proceso histórico de apertura en China que ha permitido a

su población viajar fuera, hemos recogido datos de una gran cantidad de tesis chinas relacionada con turismo emisor y también de estudios realizados por organismos oficiales en este ámbito.

- **Análisis estadístico:**

Con el fin de obtener datos generales relevantes sobre los gustos de la población china, tales como: cuándo suelen viajar, motivo del viaje, duración del viaje etc., hemos consultado estadísticas de varios institutos de turismo oficiales (como por ejemplo, *China Tourism Academy* y *China National Tourism Administration*) o compañías estadísticas especializadas en turismo (como las compañías Ipsos o Iresearch).

- **Elaborar el cuestionario y analizar los datos cumplimentados por ciudadanos chinos que han viajado o desean viajar a España.**

Utilizaremos la página web de estadísticas china Wen Juan Xing (traducción: "Estrella estadística" <https://www.sojump.com>) para recoger los datos y elaborar las tablas y gráficos pertinentes. El cuestionario se entregará a los encuestados a través de redes sociales chinas como WeChat (aplicación china con características de Facebook y WhatsApp), QR (mediante el escaneo de un código QR en el aeropuerto, el turista chino podrá acceder al cuestionario online) y correo electrónico.

- **Comparación de datos comunes.**

Compararemos los datos más relevantes para encontrar puntos comunes y diferenciadores a través de unos formularios.

- **Entrevista a chinos relacionados con el turismo chino en España para recoger más información sobre los gustos turísticos y los problemas existentes. En esta parte, primero, haremos entrevistas a ciudadanos chinos que han trabajado en este ámbito y turistas que han viajado o desean viajar a España. Y a partir del análisis de dichas entrevistas, realizaremos una serie de propuestas de mejora que podrían beneficiar considerablemente el desarrollo del turismo chino en España.**

2. LAS PREFERENCIAS TURISTICAS DE LOS CHINOS PARA VIAJAR AL EXTRANJERO.

2.1 Evolución histórica de los viajes fuera de China.

China ha atravesado por tres fases desde el inicio del turismo en el extranjero: fase embrionaria, fase de desarrollo y fase de madurez.

Desde finales de los años 40 hasta los años 70, el ciudadano chino no pudo viajar fuera de China fácilmente debido a la Revolución Cultural. En aquella época, sólo se permitía a las delegaciones oficiales o estudiantes con permiso especial que viajaran al extranjero.

Después del año 1978, con motivo de la reforma económica china y la necesidad de los ciudadanos de visitar a sus parientes en Hong Kong, Macao y Taiwán, el gobierno empezó a desarrollar una nueva política para viajar fuera de la llamada "China Continental". Al final, la política permitió que los ciudadanos de Cantón pudiesen visitar a sus parientes en Hong Kong, Macao y Taiwán con la condición de que estos últimos pagaran todos los gastos y se garantizase que los cantoneses podrían volver antes de su fecha límite. En 1984, esta política se extendió a toda la población china. Gradualmente, hasta el año 1992 y bajo estas estas condiciones, los chinos pudieron visitar más país de los alrededores como Corea del Norte, Tailandia, Singapur, Malasia y Filipinas. Esa fue la fase embrionaria.

En 1997, la Administración de Turismo Nacional Chino estableció como símbolo del comienzo de la fase de desarrollo una norma llamada "Medidas provisionales de la administración para los ciudadanos chinos cuando viajan al extranjero en tours con los gastos a su cargo" (siglas en inglés: Interim Measures for the Administration of Chinese Citizens Going Abroad on Tours at Own Expenses, 1997). Esta medida definió que los ciudadanos chinos podrían viajar fuera de China asumiendo todos los gastos y únicamente a través de agencias de viaje;

examinó y ratificó 67 agencias de viaje que tenían derecho exclusivo para llevarles de viaje al extranjero. A medida que se producía la transferencia de soberanía de Hong Kong y Macao, la Administración de Turismo Nacional de China amplió el ámbito de los lugares y/o países donde los ciudadanos chinos podrían viajar. Entonces, se permitió que los ciudadanos chinos pudieran viajar a Hong Kong y Macao, tanto para visitar a sus parientes como por viajes de placer. El 11 de diciembre de 2001, China se convirtió en un miembro de La Organización Mundial del Comercio (OMC). Para poder cumplir los compromisos de las normas de La OMC, el estado reajustó de nuevo las normas para que los ciudadanos pudieran viajar a más destinos y se facilitó el proceso para tramitar el viaje. Desde entonces, la cantidad de viajeros chinos que salía de China fue aumentando cada vez más. Según los datos del Instituto de Turismo Chino (en inglés China Tourism Academy), en el año 2016 los destinos a los que la población china podía viajar superaron los 150 país; hubo 122 millones de personas que viajaron fuera de China; y esta cantidad aumentó un 4,3% más que el año 2015. Sin duda, hoy en día podemos decir que la historia de los viajes al extranjero se encuentra en la tercera fase: Madurez.

2.2 Las características de los turistas chinos que viajan al extranjero.

2.2.1 La cantidad de turistas chinos que viajan fuera ha aumentado.

Gráfico 2.2.1^a La cantidad de turistas chinos que viajan fuera cada año aumenta.



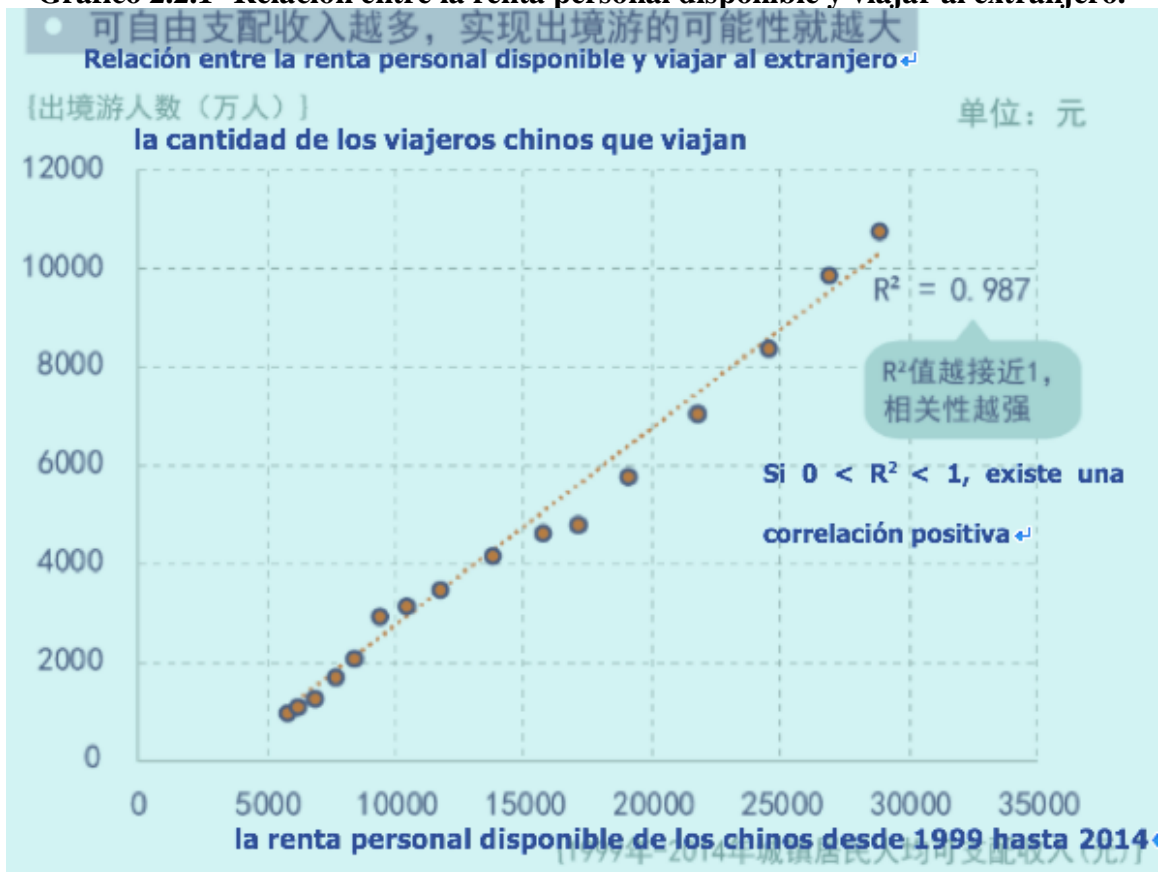
(Fuente: China Tourism Academy)

<http://www.ctaweb.org/html/2017-1/2017-1-22-10-41-66902.html>

Según una investigación de China Toursim Academy, la cantidad de turistas chinos que viajan fuera cada año aumenta progresivamente. En la tabla se puede apreciar como en 2014 la cantidad fue de 107 millones de turistas mientras que en 2016 ya ha alcanzado la cifra de 122 millones, con una tasa de crecimiento del 4,3%. Es equivalente a toda la población japonesa que ha viajado fuera.

Sin embargo, aparte de que el gobierno chino ha facilitado el trámite para viajar fuera, ¿por qué hoy en día la cantidad de los turistas chinos que viajan al extranjero está aumentando cada vez más? Encontramos datos interesantes en el siguiente gráfico.

Gráfico 2.2.1^b Relación entre la renta personal disponible y viajar al extranjero.



Fuente: World Tourism Cities Federation (WTCF)
<http://www.pinchain.com/article/91922>

Se puede apreciar en el gráfico que la ordenada representa la cantidad de los

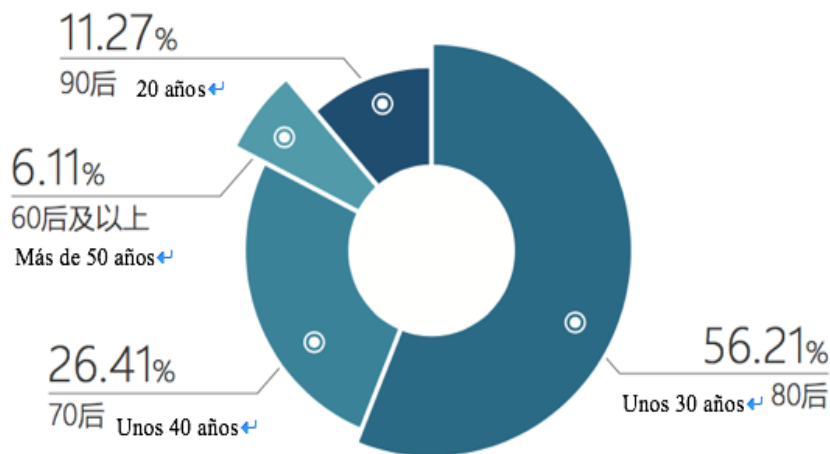
viajeros chinos que viajan fuera, mientras que la abscisa señala la renta personal disponible de los chinos desde 1999 hasta 2014. En la elaboración del gráfico se ha empleado el “Coeficiente de correlación de Pearson” (R), así que si $R^2=1$, existe una correlación positiva perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables denominada relación directa: cuando una de ellas aumenta, la otra también lo hace en proporción constante. Si $0 < R^2 < 1$, existe una correlación positiva. Entonces como el valor de R^2 se aproxima a 1, significa que la relación entre la ordenada y la abscisa está más cercana. Como aquí el valor de $R^2=0.987$, quiere decir que la cantidad de turistas chinos ha aumentado porque tienen más dinero disponible para gastar en viajes.

2.2.2. Rango de edad de los turistas chinos.

En el gráfico 2.2.2 encontramos datos sobre la edad de los turistas chinos que viajaron fuera en 2014.

Gráfico 2.2.2ª Datos sobre la edad de los turistas chinos que viajaron fuera en 2014.

中国出境游客年龄分布
encontramos datos sobre la edad de los turistas chinos que viajaron fuera en 2014



数据来源：益普索 (Ipsos)

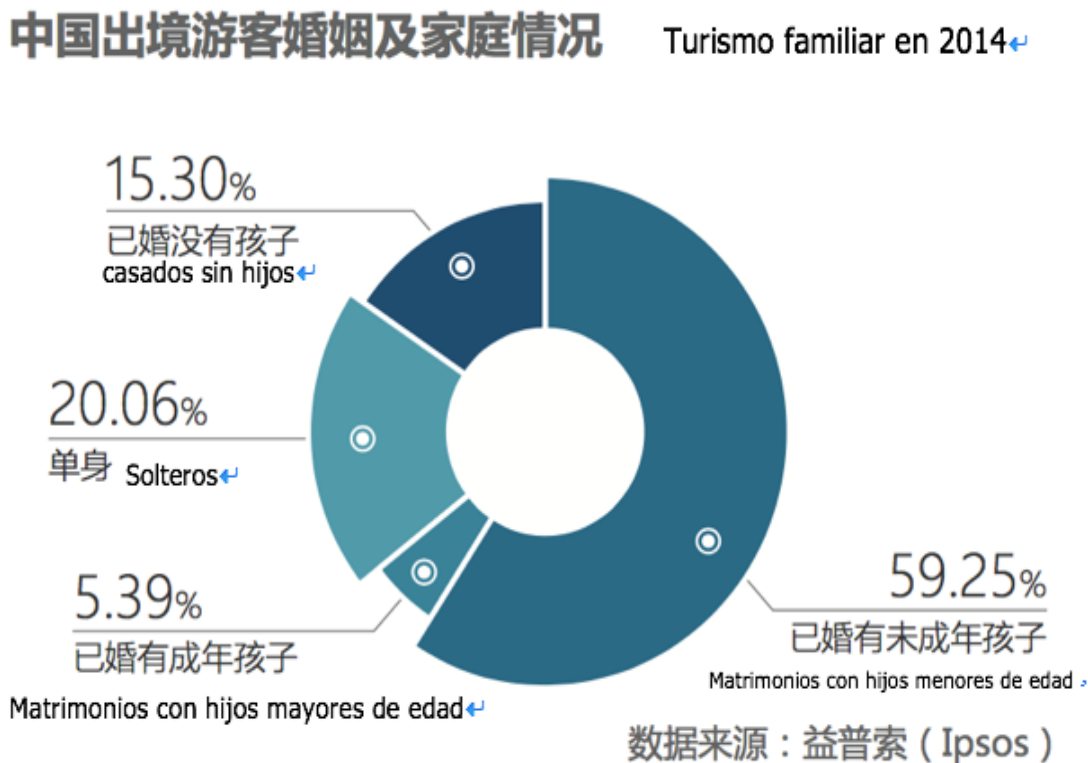
Fuente: Compañía Ipsos.

http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/10.2014CH_tourism.pdf

Según una investigación de la compañía Ipsos sobre el mercado de los turistas que viajaron al extranjero en 2014, podemos observar como un 56,21% de los turistas tenían una edad media de 30 años; un 26,41 %, entorno a los 40 años. Y sólo un 6,11% con más de 50 años. Es decir, la mayoría de los turistas tenían entre 30 y 40 años.

Si hablamos de turismo familiar – miembros de una misma familia viajando juntos – se encontraron los siguientes datos:

Gráfico 2.2.2^b. Turismo familiar en 2014.



Fuente: Compañía Ipsos

http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/10.2014CH_tourism.pdf

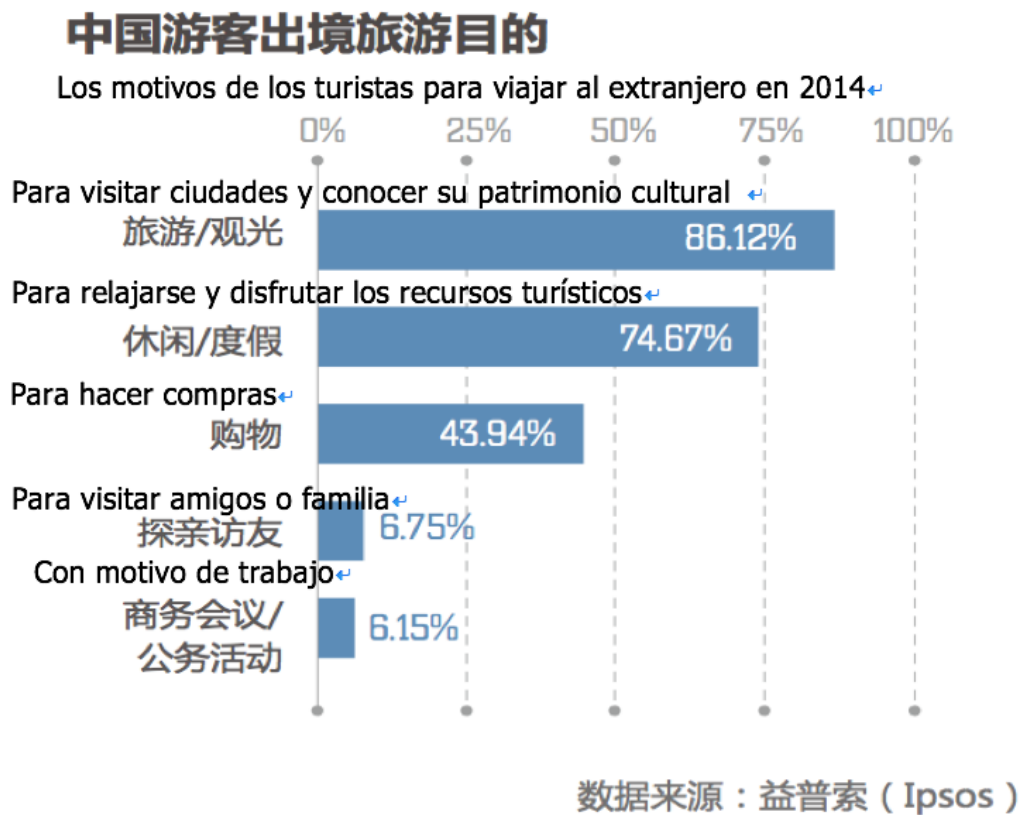
El gráfico presenta un 59,25% de familias formadas por matrimonios con hijos menores de edad y sólo un 5,39% de matrimonios con hijos mayores de edad. Además, el 20,06% de turistas estaban solteros y el resto, un 15,3%, casados

sin hijos. Así que la mayoría de los turistas chinos son matrimonios con hijos.

2.2.3. Motivos de los turistas que viajan al extranjero.

A partir del estudio que realizó esta compañía en 2014, podemos averiguar las motivaciones de los turistas chinos que viajaron al extranjero.

Gráfico 2.2.3ª. Los motivos de los turistas para viajar al extranjero en 2014.



Fuente: Compañía Ipsos.

http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/11.2014CH_tourism.pdf

La mayoría de los turistas chinos que viajaron fue para visitar ciudades y conocer su patrimonio cultural: un 86,12% y un 74,67% buscaba relajarse y disfrutar los recursos turísticos. También un 43,94 % deseaba hacer compras. Sólo un 6,75% y un 6,15% realizaron el viaje para visitar amigos o familia y trabajo, respectivamente.

En cuanto a qué factores determinan el destino del turismo chino y qué lugares suelen atraer a más turistas, en el estudio de Ipsos también quedan reflejados los siguientes resultados en el gráfico 2.2.3^b.

Gráfico 2.2.3^b. Factores determinantes del destino para el turista chino.

境外旅游城市吸引中国游客的因素

Factores determinantes del destino para el turista chino



数据来源：益普索 (Ipsos)

Fuente: Compañía Ipsos.

http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/11.2014CH_tourism.pdf

Los destinos que ocupan los porcentajes más altos son los paisajes bonitos (73,56%) y la cultura exótica (68,64%). Además, la historia (53,06%), la gastronomía (48,49%), el clima agradable (48,26%) y la arquitectura (40,09%) también son factores importantes. Por último, el buen precio del viaje (33,34%), los productos prácticos (29,09%), la cantidad de museos (22,05%) y la amabilidad de la gente local (17,07%) son los factores menos determinantes.

2.2.4. En qué temporada se va de viaje.

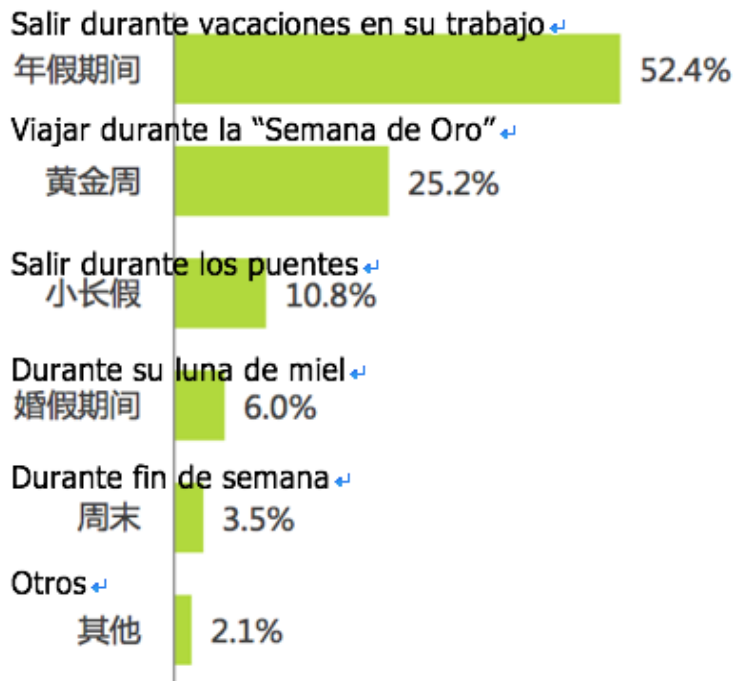
Para saber en qué temporada los turistas chinos suele viajar, primero tenemos que conocer el calendario vacacional de China.

En primer lugar, nos detendremos en las vacaciones de empresa. Normalmente, los empleados tienen entre 2 y 4 semanas, dependiendo del trabajo. En segundo lugar, las vacaciones de verano y/o de invierno, suelen ser únicamente para estudiantes y profesores. Las vacaciones de verano duran mes o mes y medio, mientras que las de invierno son más cortas y normalmente se unen a las vacaciones por el Año Nuevo Chino. En tercer lugar, "la Semana de Oro", se refiere a los primeros 7 días del Año Nuevo Chino y la semana del Día Nacional de China, también alrededor de 7 días. Y por último, los puentes de 1 a 5 días, debidos a distintas fiestas tradicionales de China.

Gráfico 2.2.4ª. En qué temporada el turista chino suele viajar al extranjero.

在线出境游用户最近一次出境游选择的时间段

En qué temporada el turista chino suele viajar al extranjero ↕



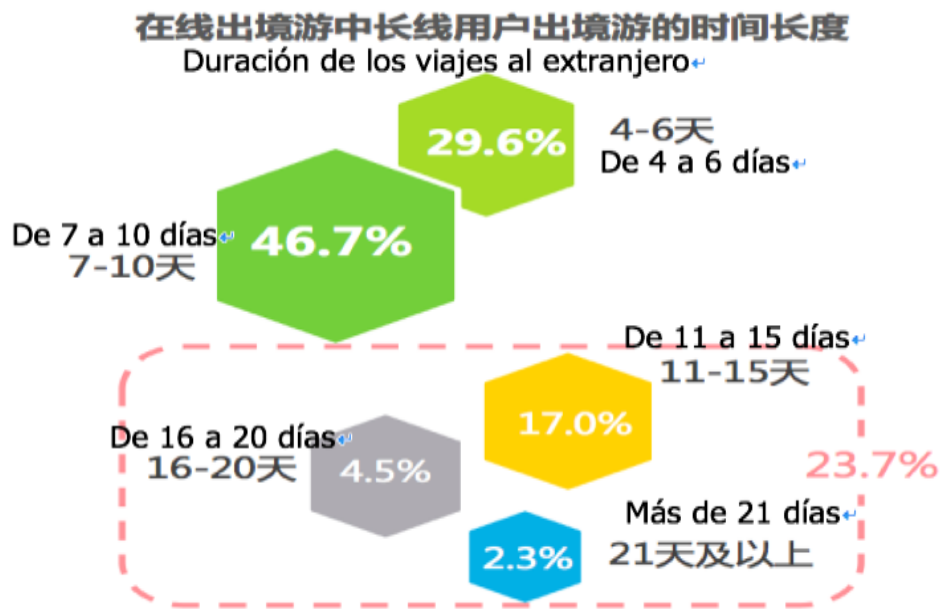
Fuente: Compañía IResearch

<http://www.imxdata.com/archives/8897>

Según un estudio de la compañía IResearch que investigó el mercado de los turistas chinos que viajan al extranjero por contrataciones por internet, el gráfico 2.2.4^a nos muestra las temporadas en que viajaron al extranjero la última vez. Un 52,4% eligió salir durante vacaciones en su trabajo; un 25,2% viajó durante la "Semana de Oro": hay un 10,8% que salió durante los puentes; y sólo un 6,0% y un 3,5% de los turistas viajaron al extranjero durante su luna de miel o el fin de semana. Podemos concluir que los chinos suelen viajar durante las vacaciones anuales del trabajo y "la Semana de Oro".

Con respecto a cuantos días suele durar un viaje al extranjero, observemos los datos derivados del gráfico 2.2.4^b.

Gráfico 2.2.4^b. Duración de los viajes al extranjero.



Fuente: Compañía IResearch

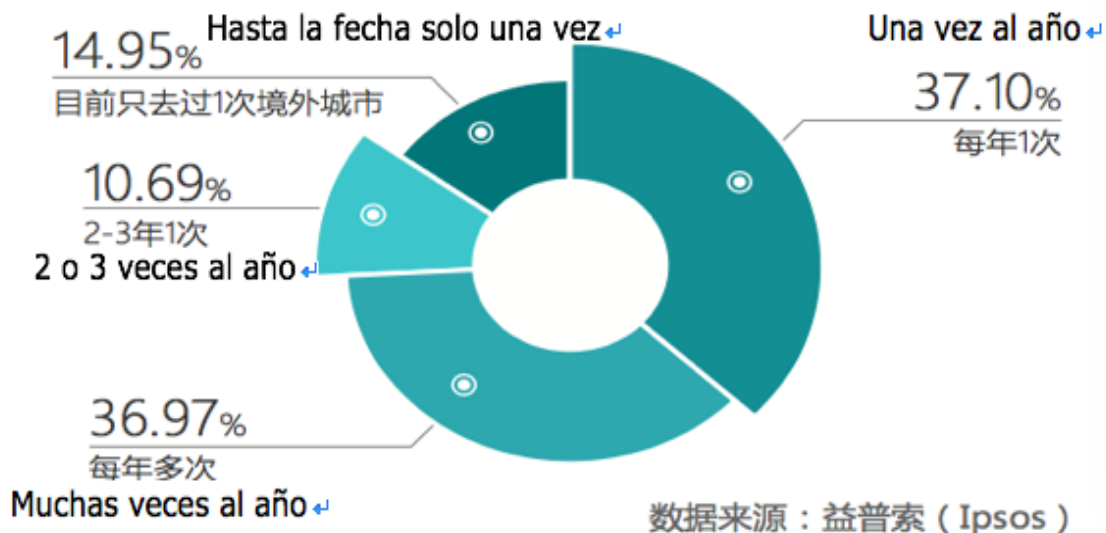
<http://www.imxdata.com/archives/8897>

Es evidente que el viaje suele durar de 7 a 10 días. Además, un 29,6% de los turistas eligieron viajar de 4 a 6 días. Sólo un 23,7% de los turistas prefirieron viajar más de 10 días.

2.2.5. Cuántas veces al año los chinos viajan fuera de China

Gráfico 2.2.5. Cuántas veces al año los turistas chinos viajan al extranjero.

Cuántas veces al año los turistas chinos viajan al extranjero ↵ 中国游客出境旅游频次



Fuente: Compañía Ipsos

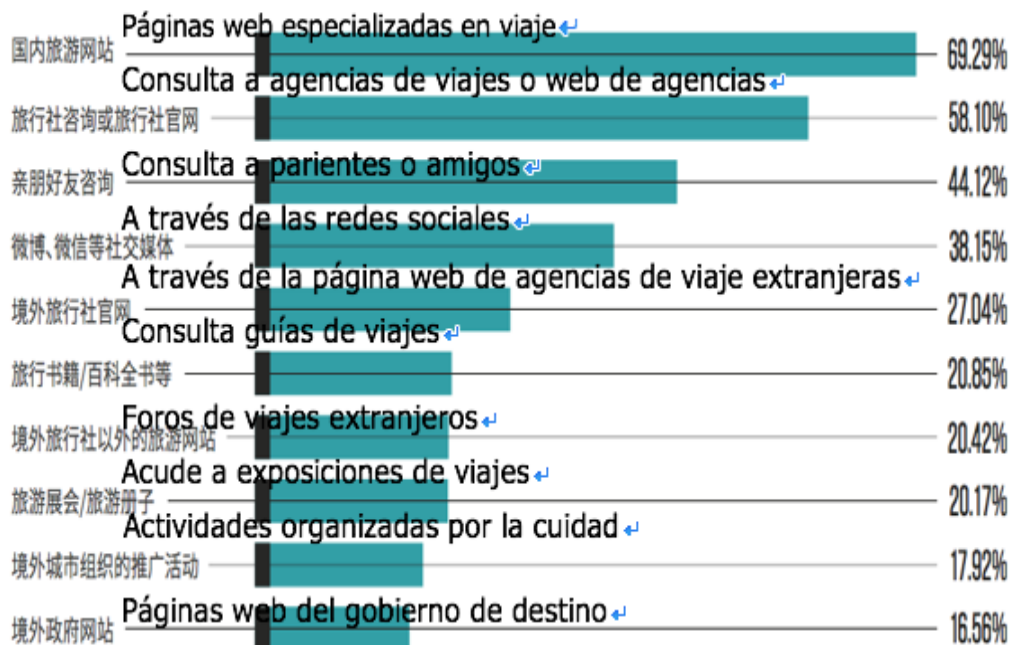
http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/10.2014CH_tourism.pdf

A través del estudio de la compañía Ipsos en 2014 anteriormente mencionado, sorprende que un 37,10 % haya viajado al extranjero una vez al año y un 36,97% viajó al extranjero muchas veces al año. También el 14,95% de los turistas chinos hasta la fecha, sólo ha viajado una vez al extranjero. Es evidente que hoy en día, muchos turistas chinos ya cuentan con la experiencia de viajar al extranjero y la mayoría de ellos cada año hacen más de un viaje.

2.2.6 En qué canal buscan información turística

Gráfico 2.2.6^a. A través de que canal buscan información turística.

A través de que canal buscan información turística ↵
中国出境游客信息查询渠道



数据来源: 益普索 (Ipsos)

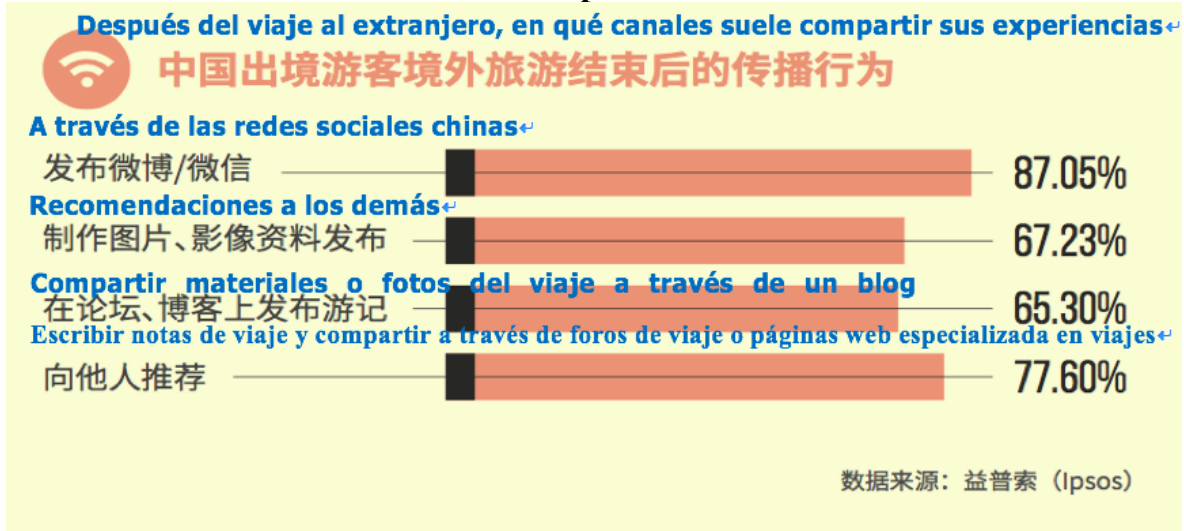
Fuente: Compañía Ipsos

http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/01.2016CH_travel_0.pdf

En cuanto a los canales, el turista chino lo que primero mira es que el destino tenga un buen “Kou bei” (en español, “comentarios”). Luego, empieza a buscar información por los siguientes canales: páginas web especializadas en viajes (69,29%), agencias de viajes o web de agencias nacionales (58,10%), parientes o amigos (44.12%), redes sociales (8,15%), página web de agencias de viaje extranjeras (ocupa 27,04%). Además, también consulta guías de viajes (20,85%), foros de viajes extranjeros (20,42%), acude a exposiciones de viajes (20,17%) y actividades organizadas por la ciudad (17,92%) y por último, en páginas web del gobierno de destino (16,56%).

Sin embargo, ¿a través de qué canales reciben “Kou bei”? Observemos el gráfico 2.2.6^b

Gráfico 2.2.6^b. Después del viaje al extranjero, en qué canales suele compartir sus experiencias.



Fuente: Compañía Ipsos

http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/01.2016CH_travel_0.pdf

Los canales donde se leen los comentarios son los mismo donde los demás comparten sus comentarios y experiencias. Por lo tanto, según la tabla lo más común son las redes sociales chinas¹ (87,05%), recomendaciones de los demás (77,6%), compartir materiales o fotos del viaje a través de un blog (67,23%), escribir notas de viaje y compartir a través de foros de viaje o páginas web especializada en viajes (65,30%).

2.2.7. De qué manera se prefiere viajar al extranjero.

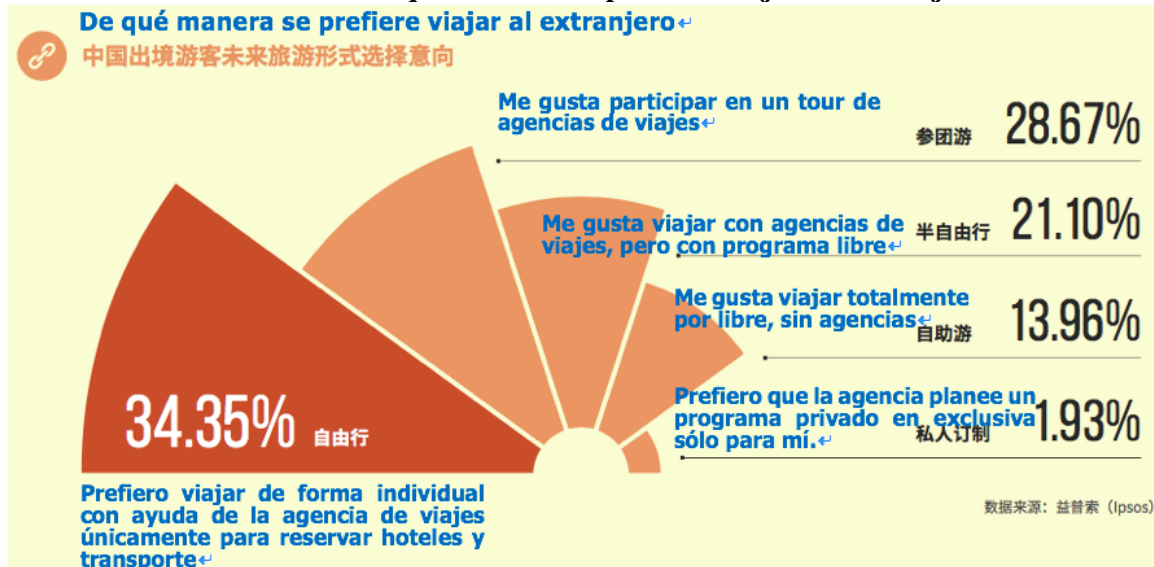
Como la agencia de viaje era la única forma para viajar fuera de China al principio, la mayoría de los chinos sigue prefiriendo elegir esta opción. Sin embargo, hoy en día en el contexto de la revolución tecnológica, la gente puede encontrar toda la información necesaria sin salir de casa para viajar por libre o para un viaje semiprogramado y estas alternativas también juegan un papel

1

En China, las redes sociales más común son WeChat y Weibo

importante.

Gráfico 2.2.7. De qué manera se prefiere viajar al extranjero.



Fuente: Compañía Ipsos

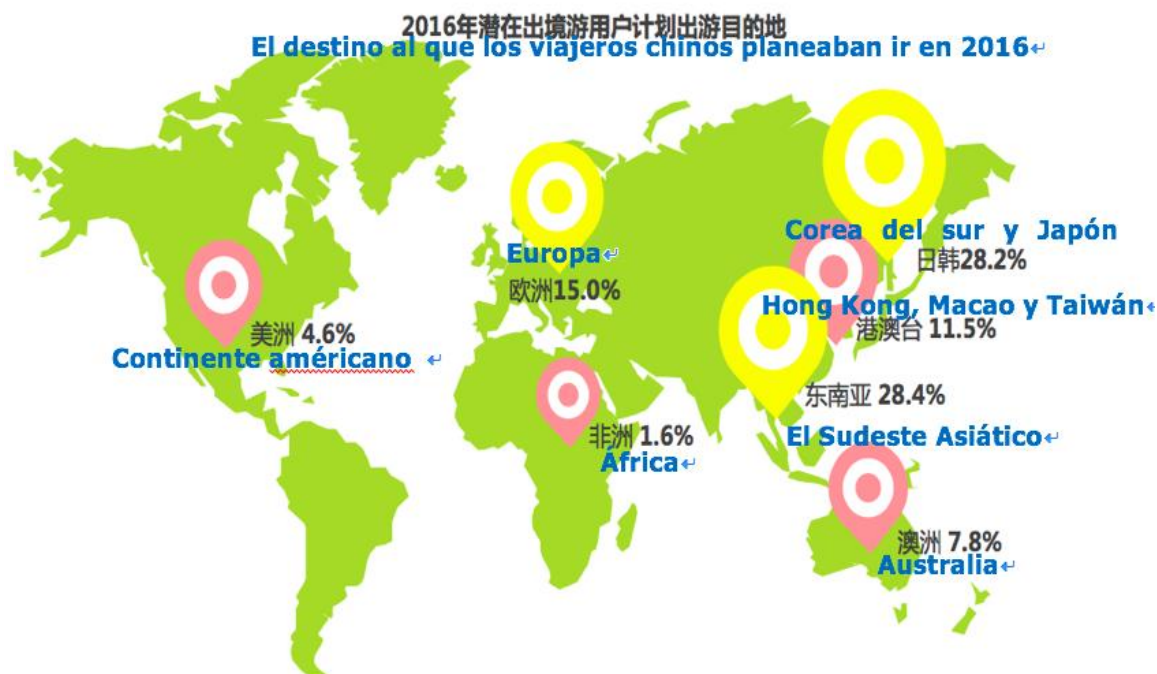
http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/01.2016CH_travel_0.pdf

Según el estudio de la compañía Ipsos, sorprende comprobar que un 34,35% de los turistas chinos prefirió viajar de forma individual con ayuda de la agencia de viajes únicamente para reservar hoteles y transporte; a un 28,67% de ellos le gusta participar en algún tour de agencias de viajes; a otro 21.10% le gusta viajar con agencias de viajes, pero con un programa más libre. También hay que tener en cuenta que a un 13,96% le gusta viajar totalmente por libre, sin agencias, y un 1,93% prefiere que la agencia planee un programa privado en exclusiva sólo para ellos.

2.2.8. Cuáles son los lugares a los que suelen viajar.

¿En qué países o a qué ciudades suelen viajar? Esta sería una pregunta bastante interesante.

Gráfico 2.2.8ª. El destino al que los viajeros chinos planeaban ir en 2016.



Fuente: Compañía IResearch.

<http://www.imxdata.com/archives/8897>

Según el estudio de la compañía IResearch anteriormente mencionado, el gráfico 2.2.8^a muestra que el Sudeste Asiático, Corea del sur y Japón son los destinos más deseables (un 28,4% y un 28,2%). En segundo lugar, se encuentran Europa, Hong Kong, Macao y Taiwán (un 15% y 11,5%). Los destinos en la tercera posición son Australia y el continente americano (un 7,8% y 4,6%). Sólo un 1,6% de los turistas chinos desean ir África.

Tabla 2.2.8^b. Los 20 países más apreciados por los viajeros chinos en 2016.

Los países más apreciados por los viajeros chinos en 2016



Los 20 países más apreciados por los viajeros chinos

2016 年排名

最受我国游客欢迎的目的地国家:

1	Tailandia 泰国	11	Camboya 柬埔寨
2	Corea del Sur 韩国	12	Rusia 俄罗斯
3	Japón 日本	13	Australia 澳大利亚
4	Indonesia 印尼	14	Islas 毛里求斯
5	Singapur 新加坡	15	Italia 意大利
6	Estado Unidos 美国	16	Emiratos 阿联酋
7	Malasia 马来西亚	17	Sri Lanka 斯里兰卡
8	Islas Maldivas 马尔代夫	18	Inglaterra 英国
9	Vietnam 越南	19	Egipto 埃及
10	Filipinas 菲律宾	20	Alemania 德国

Fuente: China Toursim Academy.

<http://www.ctaweb.org/html/2017-1/2017-1-22-10-41-66902.html>

Según una investigación de China Toursim Academy, en 2016 los 20 países con mejor acogida entre los viajeros chinos son (de mayor a menor): Tailandia, Corea del Sur, Japón, Indonesia, Singapur, Estado Unidos, Malasia, Islas Maldivas, Vietnam, Filipinas, Camboya, Rusia, Australia, Islas Mauricio, Italia, Emiratos Árabes, Sri Lanka, Inglaterra, Egipto y Alemania. Se puede apreciar como la mayoría de los países a los que los viajeros chinos desearían ir se encuentran en Asia y el Sudeste Asiático, por su proximidad y el menor coste que supone.

Actualmente, los turistas chinos prefieren descansar y desconectarse en una preciosa isla. Entonces, ¿cuáles son las islas con mejor acogida entre los chinos en 2016?

Tabla 2.2.8^c. Las 10 islas con mejor acogida entre los chinos en 2016.



Fuente: China Tourism Academy

<http://www.ctaweb.org/html/2017-1/2017-1-22-10-41-66902.html>

Según Tabla 2.2.8^c, las 10 islas fueron (de mayor a menor): Phuket, Bali, Jeju, Okinawa, Long Beach, Maldivas, Sabah, Nha Trang, Saipan y Sri Lanka. Es evidente que la mayoría de las islas también se encuentran en Asia y el Sudeste Asiático.

Por último, también es interesante saber cuáles son los museos más interesantes para los viajeros chinos. En la figura 2.2.8^d encontramos:

Tabla 2.2.8^d. Los 10 museos con mejor acogida entre los viajeros chinos en 2016.

Los 10 museos con mejor acogida entre los viajeros chinos

- | | | |
|----|---|------------------|
| 1 | Museo Metropolitano | 纽约大都会艺术博物馆 |
| 2 | Museo del Louvre | 巴黎卢浮宫 |
| 3 | Museos Vaticanos | 梵蒂冈博物馆 |
| 4 | Museo Británico | 伦敦大英博物馆 |
| 5 | Galería Uffizi | 乌菲兹美术馆 |
| 6 | Museo Nacional de Biología Marina y Acuario de Taiwán | 垦丁海洋生物博物馆 |
| 7 | Museo de Dubái | 迪拜博物馆 |
| 8 | Museo Teddy Bear en la Isla de Jeju | 济州泰迪熊博物馆 |
| 9 | Museo Play K-Pop en la Isla de Jeju | 济州 playk-pop 博物馆 |
| 10 | Museo Nacional del Aire y el Espacio | 华盛顿航空航天博物馆 |



Fuente: China Toursim Academy

<http://www.ctaweb.org/html/2017-1/2017-1-22-10-41-66902.html>

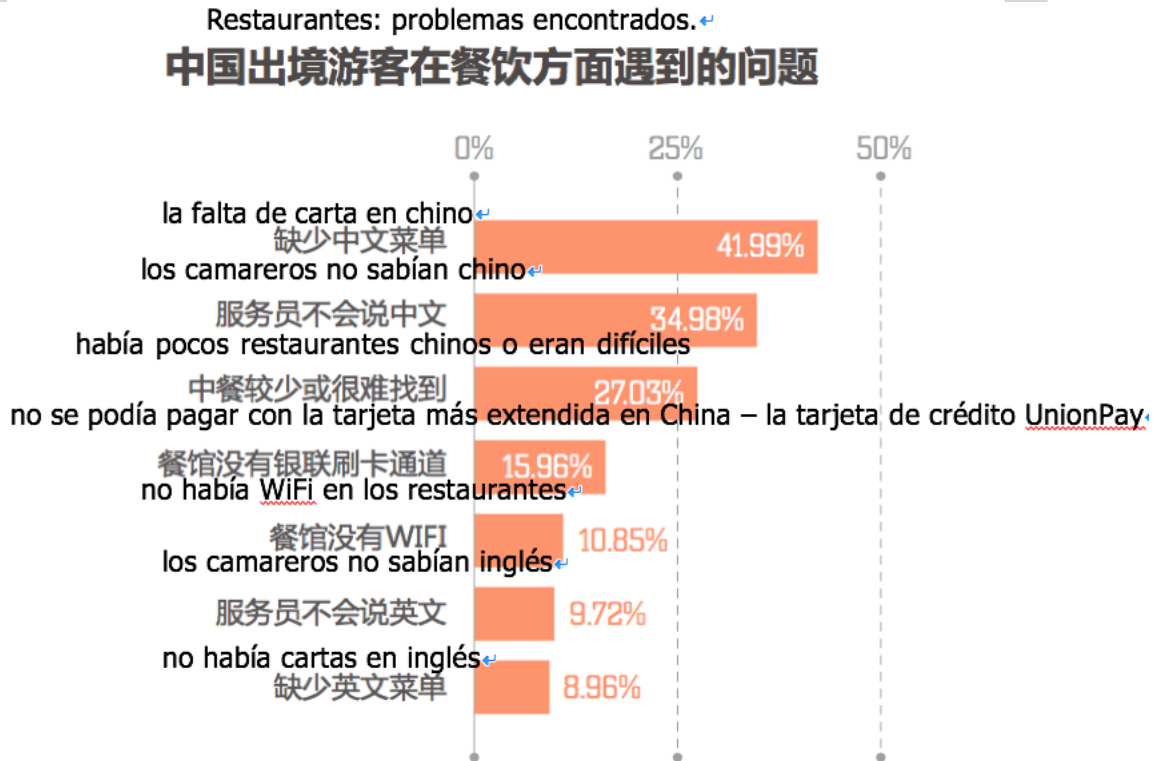
Los 10 museos preferidos por los viajeros chinos en 2016 fueron (de mayor a menor): Museo Metropolitano, Museo del Louvre, Museos Vaticanos, Museo Británico, Galería Uffizi, Museo Nacional de Biología Marina y Acuario de Taiwán, Museo de Dubái, Museo Teddy Bear en la Isla de Jeju, Museo Play K-Pop en la Isla de Jeju, Museo Nacional del Aire y el Espacio de Estado Unidos. Podemos observar que el gusto de los viajeros chinos es muy variado.

2.2.9. Cómo se puede mejorar.

Para mejorar el servicio turístico y servir mejor para los turistas chinos, es necesario conocer sus deseos e intereses. Según el estudio realizado por la compañía Ipsos sobre el mercado chino en 2014, se desprenden los siguientes

datos para mejorar en los ámbitos de la restauración, el alojamiento, el transporte, las rutas a realizar, las compras y las instalaciones públicas.

Tabla 2.2.9^a. Restaurantes: problemas encontrados.



Fuente: Compañía Ipsos.

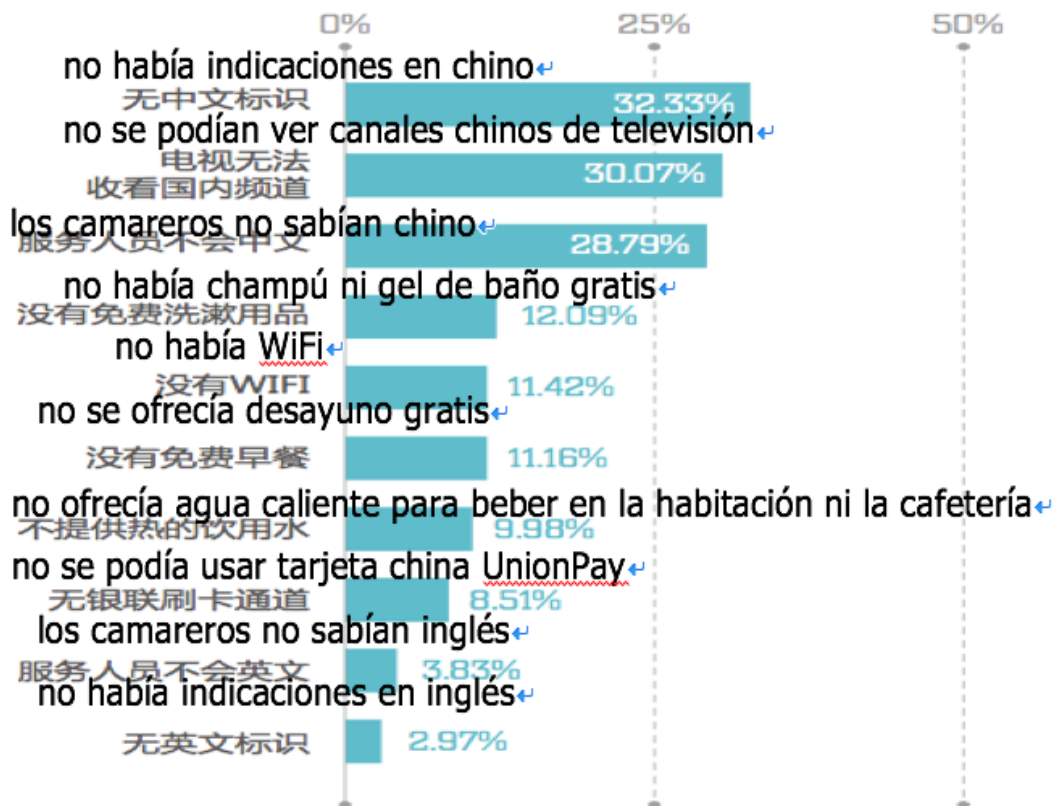
http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/11.2014CH_tourism.pdf

Los problemas encontrados (de muy común a poco común) fueron: la falta de carta en chino, los camareros no sabían chino, había pocos restaurantes chinos o eran difíciles de encontrar, no se podía pagar con la tarjeta más extendida en China – la tarjeta de crédito UnionPay -, no había WiFi en los restaurantes, los camareros no sabían inglés y no había cartas en inglés.

Gráfico 2.2.9^b. Alojamiento: problemas encontrados.

Alojamiento: problemas encontrados

中国出境游客在住宿方面遇到的问题



Fuente: Compañía Ipsos.

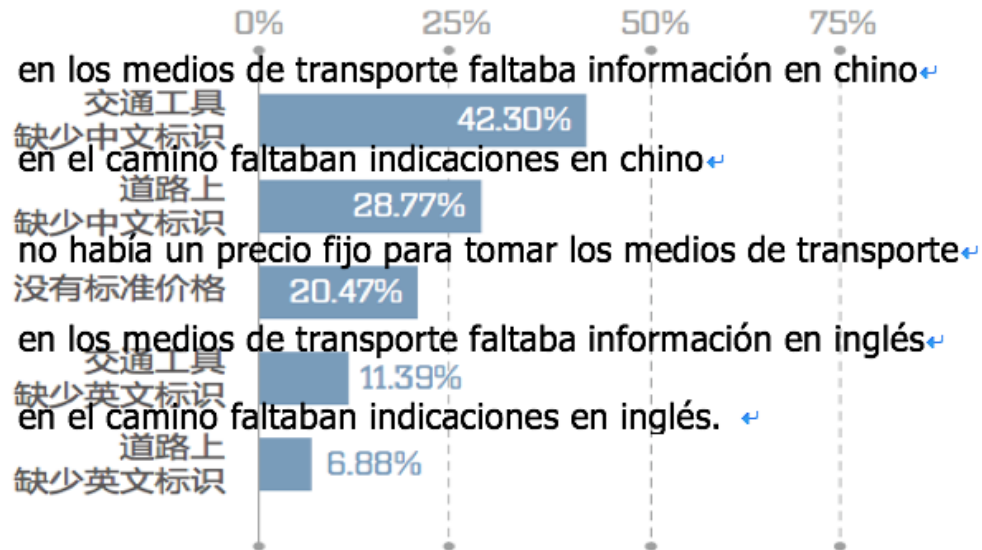
http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/11.2014CH_tourism.pdf

Los problemas encontrados (de muy común a poco común) fueron: no había indicaciones en chino, no se podían ver canales chinos de televisión, los camareros no sabían chino, no había champú ni gel de baño gratis, no había WiFi, no se ofrecía desayuno gratis, no ofrecía agua caliente para beber en la habitación ni la cafetería, no se podía usar tarjeta china UnionPay, los camareros no sabían inglés y no había indicaciones en inglés.

Gráfico 2.2.9°. Transporte: problemas encontrados.

Transporte: problemas encontrados

中国出境游客在交通出行方面遇到的问题



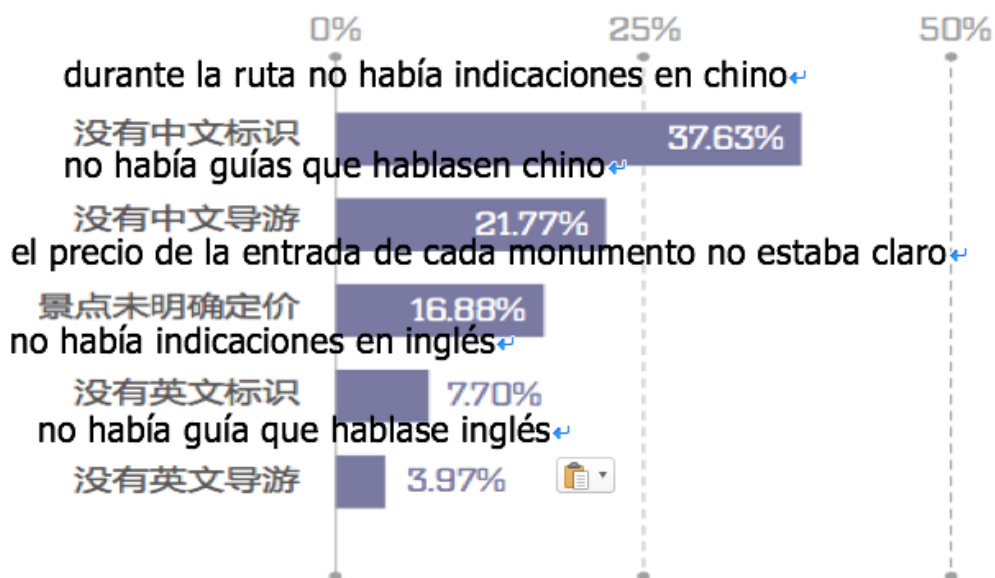
Fuente: Compañía Ipsos.

http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/11.2014CH_tourism.pdf

Los problemas encontrados (de muy común a poco común) fueron: en los medios de transporte faltaba información en chino, en el camino faltaban indicaciones en chino, no había un precio fijo para tomar los medios de transporte, en los medios de transporte faltaba información en inglés y en el camino faltaban indicaciones en inglés.

Gráfico 2.2.9^d. Rutas del viaje: problemas encontrados.

Rutas del viaje: problemas encontrados
中国出境游客在游览方面遇到的问题



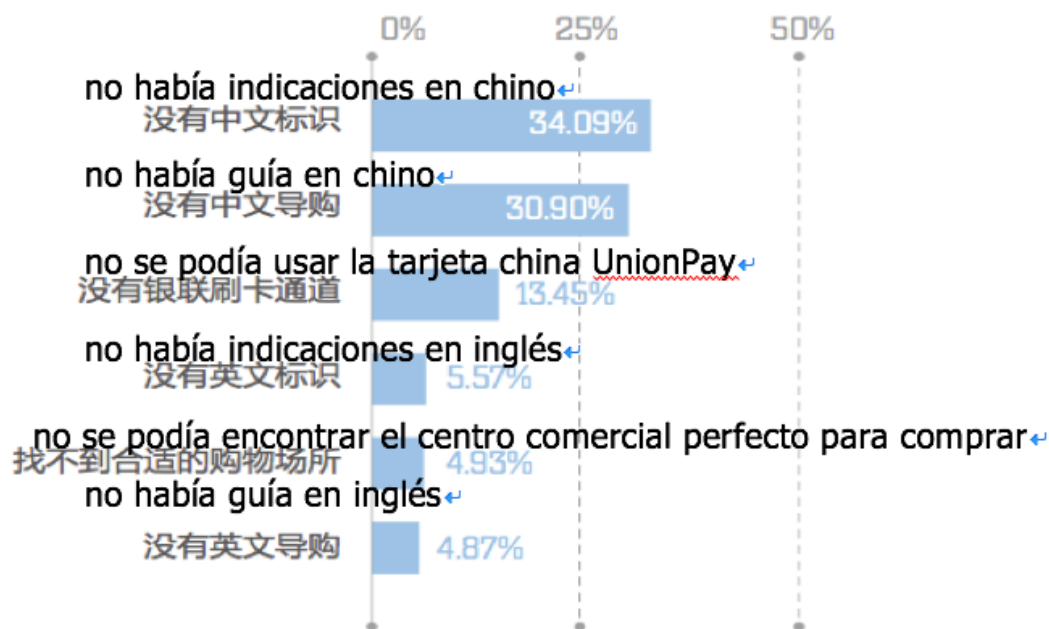
Fuente: Compañía Ipsos.

http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/11.2014CH_tourism.pdf

Los problemas encontrados (de muy común a poco común) fueron: durante la ruta no había indicaciones en chino, no había guías que hablasen chino, el precio de la entrada de cada monumento no estaba claro, no había indicaciones en inglés y no había guía que hablase inglés.

Gráfico 2.2.9°. Compras: problemas encontrados.

Compras: problemas encontrados↵
中国出境游客在购物方面遇到的问题



Fuente: Compañía Ipsos.

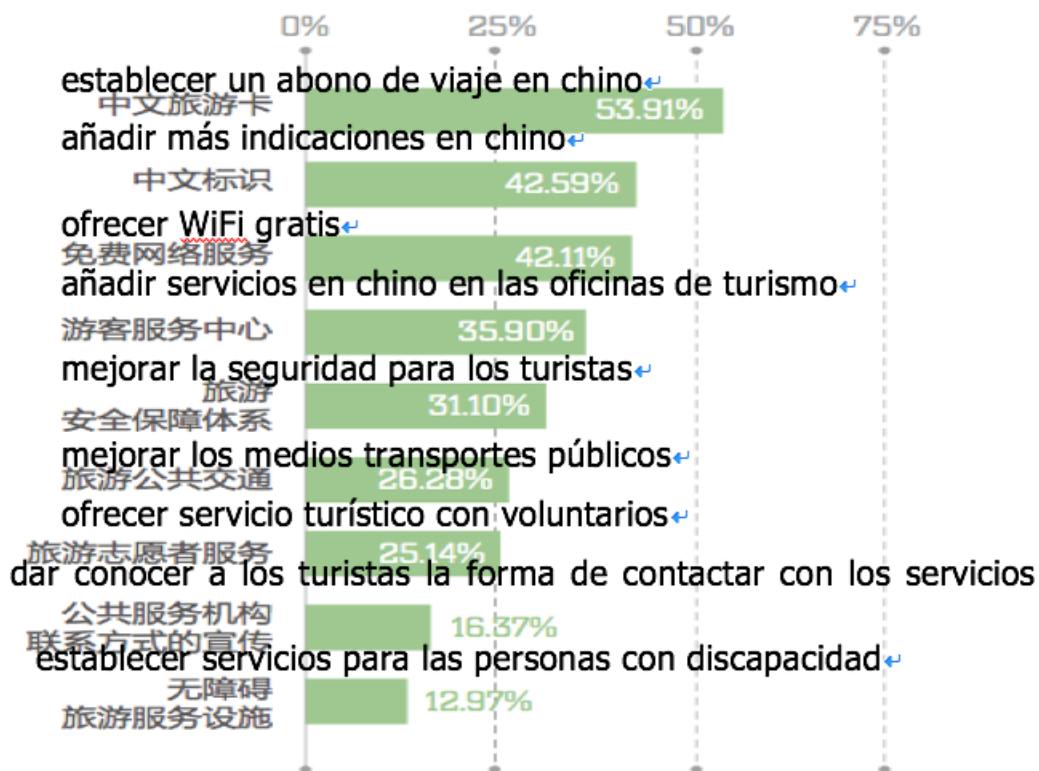
http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/11.2014CH_tourism.pdf

Los problemas encontrados (de muy común a poco común) fueron: no había indicaciones en chino, no había guía en chino, no se podía usar la tarjeta china UnionPay, no había indicaciones en inglés, no se podía encontrar el centro comercial perfecto para comprar y no había guía en inglés.

Gráfico 2.2.9^f. Mejoras en las instalaciones públicas.

Compras: problemas encontrados

中国出境游客认为未来需加强的公共服务体系



Fuente: Compañía Ipsos

http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/11.2014CH_tourism.pdf

Las mejoras propuestas (de mayor a menor necesidad) fueron: establecer un abono de viaje en chino, añadir más indicaciones en chino, ofrecer WiFi gratis, añadir servicios en chino en las oficinas de turismo, mejorar la seguridad para los turistas, mejorar los medios transportes públicos, ofrecer servicio turístico con voluntarios, dar conocer a los turistas la forma de contactar con los servicios públicos y establecer servicios para las personas con discapacidad.

En resumen, según el resultado se debería mejorar los siguientes aspectos para dar un mejor servicio a los turistas chinos: primero, es necesario añadir más información e indicaciones en chino o inglés. Segundo, ampliar los servicios en chinos o inglés como por ejemplo: proporcionar guías de turismo o guías para

realizar compras. Tercero y último, permitir y generalizar el uso de la tarjeta de crédito UnionPay, que es la forma de pago más común en China.

3 Cuestionario

3.1 Introducción del cuestionario

3.1.1 Motivos para la elaboración del cuestionario.

España es un país con una gran cantidad de recursos turísticos y también ha sido uno de los países más visitados del mundo. Sin embargo, según los resultados del cuestionario realizado por *China Tourism Academy* (Tabla 2.2.8^b. Los 20 países más apreciados por los viajeros chinos en 2016), España no se encontraba entre los 20 primeros países que los turistas chinos eligieron.

¿Por qué España no es uno de los destinos preferidos por los viajeros chinos? ¿Por las diferencias culturales? ¿Por los servicios que ofrece? ¿O por alguna otra razón más? Para dar respuesta a estas preguntas y averiguar qué opinan los viajeros chinos sobre España se ha diseñado el siguiente cuestionario. Y en base a los datos obtenidos, se propondrán mejoras para el turismo chino en España.

Con la finalidad de conocer en profundidad los detalles y ordenar las respuestas, la muestra estadística ha sido dividida en dos grupos a investigar: aquellos que ya han viajado a España y otros que desean ir a España.

3.1.2 Datos esperados del cuestionario

En cuanto a quiénes van a completar el cuestionario, serán tanto los viajeros chinos que ya han viajado a España como aquellos que desean viajar, pero aún no han estado, sin la limitación del lugar de residencia, es decir, pueden estar viviendo en China o en el extranjero.

En cuanto a en qué temporada repartiremos los cuestionarios, se realizará durante el periodo comprendido entre febrero y mayo, puesto que en China se celebran dos periodos vacacionales largos: Año Nuevo Chino y el Día de los Trabajadores. Por eso, habrá más encuestados que podrán rellenar el

cuestionario pacientemente.

En cuanto a la cantidad requerida de cuestionarios, espero analizar entre 300 y 350 ejemplares. Sobre todo, sería importante recibir la misma cantidad de los dos grupos.

En cuanto a qué medio se empleará para conseguirlos y dónde se repartirá el cuestionario, contaremos con los siguientes tres medios: en primer lugar, será publicitado a través de una página web china llamada "Wen juan xing", similar que Google Forms. En segundo lugar, se compartirá el enlace del cuestionario a través de las redes sociales chinas: Wechat y Weibo. Y por último, además se imprimirán algunos ejemplares y se procederá a su distribución en el el aeropuerto, universidad, agencias de viajes y algunos lugares turísticos españoles, etc.

3.2 Elaboración de las preguntas

El cuestionario se divide en dos partes: las preguntas comprendidas entre la cuestión número 1 y la número 19 tienen como intención averiguar qué opinan sobre España. De la cuestión número 21 a la 32, se pretenden recoger los datos personales de los encuestados. La razón por la que se diseñó el cuestionario en este orden es porque el momento en el que los encuestados acaban de recibir el cuestionario es justo cuando su nivel de atención y paciencia son mayores. Así, contestarán con más detenimiento las preguntas de mayor importancia. Cuando su nivel de atención haya disminuido, sólo quedarán las preguntas más sencillas: los datos personales.

3.2.1 ¿Usted ha viajado a España alguna vez?

La primera pregunta tiene como intención discriminar entre los dos grupos propuestos de viajeros chinos, es decir, los que han viajado a España, y los que no. Así pues, sólo cuenta con dos opciones de respuesta: "sí" y "no". Los que hayan ido a España contestarán en el rango de preguntas comprendido entre la

número 2 y 11. Por contrario, si la respuesta es negativa contestarán las preguntas del número 12 a la 19.

También será una manera de saber el porcentaje de personas que ha ido a España y cuántas desean viajar allí. Desearíamos que ambas opciones tuviesen la misma cantidad de respuestas.

3.2.2 ¿Cuáles son las ciudades a las que ha viajado?

Como muchas personas conocen Madrid y Barcelona, la mayoría de los turistas chinos posiblemente propongan estas dos ciudades en la lista. Sin embargo, en España hay muchas más ciudades con diferentes culturas y características. Sería interesante saber qué otras ciudades resultan interesantes para ofrecer en ellas más servicios adaptados al mercado chino.

Las opciones son: Madrid, Barcelona, Valencia, Santiago de Compostela, Granada, Sevilla, Toledo, Salamanca y otros (en esta opción el encuestado podrá escribir otros destinos no contemplados en las opciones anteriores)

Suponemos que junto a Madrid y Barcelona, Valencia, Toledo y Sevilla también serán las ciudades más visitadas.

3.2.3 ¿Con quién ha viajado a España?

Hoy en día y debido a la pluralidad de gustos, cada turista tiene su propia manera de viajar y elige a su/s compañero/s de viaje según sus preferencias. En función del compañero elegido, los viajeros chinos también seguirían diferentes rutas. Por lo tanto, para planificar rutas especializadas para turistas chinos, lo primero que hay que saber es quién o quiénes compran la ruta.

Las opciones propuestas son: "familia", "compañero/s de trabajo", "amigo/s", "pareja", "conocido/s a través de viajes o foros de turismo" o "viajo solo". Además, se ofrece la posibilidad de completar "más opciones".

Hay que tener en cuenta que en la actualidad se ha puesto de moda viajar solo o viajar con conocidos de otros viajes o foros de turismo. Esto se debe a que en

China, las páginas webs que ofrecen consejos y las experiencias de otras personas que ya han viajado a ese lugar son muy populares entre los viajeros jóvenes. Por su influencia, puede ser que los valores de ambas opciones suban.

3.2.4 ¿Cuánto tiempo ha durado su viaje a España?

En esta pregunta, pretendemos concretar cuántos días suelen emplear en España los viajeros chinos. El resultado obtenido ayudará a limitar las rutas y/o paquetes turísticos.

Las opciones son: "menos de 3 días", "de 4 a 7 días", "de 8 a 15 días", "de 16 a 30 días" y "más de 31 días"

En nuestra opinión, la mayoría optará por vacaciones largas a la hora de visitar España. Por eso, "de 8 a 15 días" será su opción más elegida.

3.2.5 El motivo de su viaje a España

Conocer la motivación de los viajeros resulta de gran importancia para cualquier planificador de programas turísticos o gestor de rutas, puesto que el motivo decide directamente el estilo o el tema del viaje.

Por lo tanto, los motivos propuestos son: "Para visitar la ciudad y conocer el patrimonio cultural", "Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España", "Para visitar amigos o familia", "Por necesidad de trabajo" u "Otros" (Este apartado ofrece la oportunidad a los encuestados de aportar otros motivos no contemplados en las opciones anteriores)

En la actualidad, los turistas chinos no sólo vienen a España para visitar las ciudades. Aunque es cierto que cerca de los monumentos siempre puede verse como los viajeros chinos se hacen selfis mientras el guía explica, su motivación está cambiando con relativa rapidez. Los selfis son típicos del turista que por primera vez visita un lugar. Sin embargo, gracias al desarrollo económico, la población china se ha ido enriqueciendo y comprendiendo el verdadero significado de disfrutar la vida y el tiempo de descanso. Por lo tanto, cada vez

más durante las vacaciones el turista chino decide disfrutar tranquilamente de un merecido descanso.

3.2.6 ¿Qué tipo de recursos turísticos españoles ha experimentado?

Esta pregunta sería la pregunta principal del cuestionario puesto que, a través de esta pregunta, se puede conocer cuáles son los recursos turísticos que suelen experimentar. Nos permitirá conocer los gustos turísticos de la población china y desarrollar mejor los recursos claves.

Los recursos turísticos se han dividido en: "Recursos históricos y culturales (por ejemplo : la Sagrada Familia, la Alhambra, el Acueducto de Segovia)", Recursos de museos (ej : el Museo Nacional del Prado), "Paisajes rurales (por ejemplo : Toledo)", "Recursos naturales (por ejemplo : sol y playa o lago y montaña)", "Recursos de artes escénicas (por ejemplo : toros, flamenco u otros conciertos y obras de teatro)", "Recursos festivos (por ejemplo : encierros, La Tomatina, Las Fallas etc.)", "Recursos de deporte extremo (por ejemplo : paracaidismo, esquí, surf)", "Los paisajes que sale en la literatura, programas de televisión o películas (por ejemplo: La Ruta de la Seda, La ruta de Don Quijote o la casa donde vivió la escritora San Mao)" , "Productos ecológicos (ej : vino tinto, jamón, aceite de oliva)", " Marcas españolas (por ejemplo: LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO etc.)", "Otros" (Este apartado ofrece la oportunidad a los encuestados de aportar otros recursos no contemplados en las opciones anteriores)

Suponemos que además de los "Recursos históricos y culturales", los "Paisajes rurales" y los "Recursos naturales", también "Los paisajes que sale en la literatura, los programas de televisión o las películas", las "Marcas españolas" y los "Productos ecológico" serán elegido por las siguientes dos razones: En primer lugar, hoy en día en China se han hecho populares una serie de programas de tipo "telerrealidad" donde un grupo viaja al extranjero realizando una serie de tareas que les han sido encomendadas anteriormente. El más famoso es sin duda "Los Jóvenes" (Fotografía 3.2.6a) que viajó por España. Desde entonces,

muchas agencias de viajes han diseñado sus rutas por España en función de los destinos visitados por el programa.

También resulta imprescindible mencionar a la escritora taiwanesa San Mao que escribió la novela "Diarios del Sáhara" (publicada en mayo del 1973). En esta relata tanto la romántica historia de amor con su marido español como su vida en común en el Sáhara y Gran Canarias (Fotografía 3.2.6b). Incluso en la actualidad, muchos jóvenes chinos se emocionan con su historia y desean viajar a España para buscar los lugares que descritos en el libro. Según el periódico digital de La Palma "El Apurón": *"En este punto, considera importante no perder de vista el ejemplo de la famosa escritora china San Mao, cuyo marido, el submarinista José María Quero, está enterrado en La Palma tras fallecer ahogado en las costas de Barlovento. Explica que tanto este lugar como Playa del Hombre, en Telde, donde la pareja residió durante años, se han convertido en lugares de peregrinaje para sus compatriotas."*

Gracias a estos canales, los turistas chinos conocen mejor España.

Fotografía 3.2.6^a Los Jóvenes en Barcelona



Fuente: Ying Shi You.

<http://www.yingshiyou.com/ozly/914.html>

Fotografía 3.2.6^b. La escritora San Mao con su marido español José María



Fuente: Li Zhi FM

<http://lizhi.fm/1925407/album/29402470761464603>

En segundo lugar, respecto a las compras, las marcas de lujo y los productos ecológicos extranjeros son muy populares en China. Sin embargo, debido a los impuestos de importación elevados, los productos se venden casi dos veces más caros que en España. Para aprovechar las oportunidades del viaje, muchos chinos cuando hacen un viaje al Europa, compran algún producto típico o de lujo para regalar de vuelta en China. Por eso, suponemos que la mayoría de los viajeros también seleccionarán las opciones “Marcas españolas” y “Productos ecológicos”.

3.2.7 Sobre estos recursos turísticos, ¿cuáles son sus comentarios?

Esta pregunta tiene como intención saber la valoración de los recursos referidos anteriormente. A partir de estas valoraciones podremos investigar el nivel de satisfacción de los turistas chinos.

El encuestado deberá contestar dentro del rango comprendido entre 0 y 5 correspondiente a los siguientes valores: “No he experimentado”, “Muy

descontento”, “Descontento”, “Más o menos contento”, “Contento” y “Muy contento”. Al analizar los resultados por recurso, se obtendrán conclusiones relevantes. Por ejemplo, si un recurso recibe una puntuación baja, significará que o dicho recurso no se ha desarrollado bien o que hay poca gente que lo haya experimentado.

Pensamos que todos recursos obtendrán buenas puntuaciones a excepción de los “Recursos de deporte extremo”. Los turistas chinos cuando viajan por España prefieren antes hacer visitas normales que otras que incluyan deportes extremos (salvo que no fueran la primera vez que vienen a España)

3.2.8 Sobre otros factores turísticos españoles, ¿cuáles son sus comentarios?

En cuanto a esta pregunta, los factores expuestos son: “El transporte, es fácil llegar a cada lugar turístico”, “El nivel amistoso de los españoles”, “La seguridad de la sociedad”, “Presentación en chino o servicios turísticos en chino”, “La calidad de los productos españoles”, “El nivel práctico para viajar a España”, “El clima agradable”, “El ambiente y la higiene del alojamiento” y “otros” (se deja una opción semi-abierta para que los encuestados puedan rellenar con su propia opinión). Es evidente que estos factores están relacionados con la infraestructura urbana y turística y los elementos que rodean al turismo. El encuestado podrá contestar entre 1 (Muy descontento) y 5 (Muy contento). Así podemos saber en qué factores el turismo español tiene que mejorar. Por lo tanto, esta pregunta juega un papel importante.

Posiblemente los valores “Presentación en chino o servicios turísticos en chino” o “La seguridad de la sociedad” serán dos de los valores más bajos. Puesto que, por un lado, en el cuestionario que hizo por Compañía Ipsos había muchas quejas sobre la falta de indicaciones o servicios turísticos en chino. Y, por otro lado, también según los foros turísticos, muchos turistas chinos han sufrido robos en Madrid o Barcelona. Por lo tanto, estos factores pueden ser dos de los valores

más bajos.

3.2.9 ¿Con la experiencia de viajar a España que haya tenido, Volvería a viajar a España otra vez? ¿Recomendaría viajar a España a los demás?

Esta pregunta está relacionada con la siguiente y tiene como intención averiguar si el turista chino ha disfrutado su viaje y contribuirá a hacer “propaganda positiva y de forma voluntaria” sobre España.

Las opciones son “Volvería y recomendaría”, “Volvería, pero no recomendaría”, “No volvería, pero recomendaría”, “No volvería y no recomendaría”.

En nuestra opinión, los turistas chinos que ya han viajado a España seguramente habrán disfrutado mucho y, entonces, muchos elegirán la opción “Volvería y recomendaría”.

3.2.10 ¿Por qué no quiere volver o no recomendaría viajar a España?

Esta pregunta sólo será respondida en el caso que hayan elegido: “Volvería, pero no recomendaría”, “No volvería, pero recomendaría”, “No volvería y no recomendaría”. Es una opción abierta para conocer las razones exactas que les impidieron disfrutar del viaje. Así, también podrán extraerse conclusiones sobre los aspectos a mejorar.

3.2.11 Para desarrollar el turismo español y servir mejor a los turistas chinos, ¿podría proponer algún consejo?

Esta opción también es abierta para que los encuestados puedan escribir sus recomendaciones. Los consejos pueden ser sobre el diseño de la ruta, establecer una mejor infraestructura turística, etc.

3.2.12 ¿Cuáles son las ciudades que le interesaría visitar?

Los turistas que aún no hayan ido a España contestarán desde esta pregunta hasta la pregunta número 19. Nuestra intención es conocer lo que piensan y

desean los turismos chinos potenciales sobre viajar a España.

Servirá para investigar qué ciudades desearían visitar y cuenta con las siguientes opciones: "Madrid", "Barcelona", "Valencia", "Santiago de Compostela", "Granada", "Sevilla", "Toledo", "Salamanca" y "Otros" (a completar con ciudades que no aparecieron en las opciones anteriores)

Madrid y Barcelona serán posiblemente las más elegidas, puesto que son también las más conocidas entre los turistas chinos.

3.2.13 ¿Con quién viajaría a España?

Como hemos dicho antes en la pregunta 3.2.3: "Hoy en día y debido a la pluralidad de gustos, cada turista tiene su propia manera de viajar y elige a su/s compañero/s de viaje según sus preferencias. Según el tipo de compañero elegido, los viajeros chinos también seguirían diferentes rutas. Por lo tanto, para planificar rutas especializadas para turistas chinos, lo primero hay que saber es quién o quiénes compran la ruta."

Las opciones propuestas son las mismas que la tercera pregunta: "familia", "compañero/s de trabajo", "amigo/s", "pareja", "conocido/s a través de viajes o foros de turismo" o "viajo solo". Además, se ofrece la posibilidad de completar "más opciones".

Creemos que aparte de las opciones "familia", "amigo/s", "pareja", también "conocido/s a través de viajes o foros de turismo" podrá ser ampliamente elegida. Hoy en día en China es muy popular entre los jóvenes viajar con otros turistas que han conocido a través de foros y que han elegido viajar al mismo destino.

3.2.14 ¿Cuánto tiempo duraría su viaje a España?

En esta pregunta, se solicita información sobre cuántos días desean viajar a España los turistas chinos. El resultado obtenido ayudará delimitar las rutas y/o paquetes turísticos.

Las opciones son las mismas que en la pregunta 4: "menos de 3 días", "de 4 a 7 días", "de 8 a 15 días", "de 16 a 30 días" y "más de 31 días"

En nuestra opinión, la mayoría optará por vacaciones largas para visitar Europa o España. Por eso, el resultado también sería similar al de la pregunta 4 y la opción más elegida, "de 8 a 15 días"

3.2.15 Si elige viajar a España, ¿cuál sería el motivo de su viaje?

La motivación de los viajeros que desean viajar a España es un factor muy importante para un planificador de programas turísticos o gestor de rutas puesto que esta decidirá directamente el estilo o el tema del viaje.

Por lo tanto, los motivos propuestos son: "Para visitar la ciudad y conocer el patrimonio cultural", "Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España", "Para visitar amigos o familia", "Por necesidad de trabajo" u "Otros" (Este apartado ofrece la oportunidad a los encuestados de aportar otros motivos no contemplados en las opciones anteriores)

Posiblemente, la mayoría de los viajeros chinos que desean ir a España elegirán la opción "Para visitar la ciudad y conocer el patrimonio cultural" y "Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España". También hay que tener cuenta que, según "20 minutos", hasta 2016 el número de residentes chinos en España asciende a 199.661. Y, por tanto, cabe suponer que una cantidad considerable de viajeros chinos vendrá para visitar amigos o familiares.

3.2.16 ¿Qué imágenes/ideas tiene de España?

Esta pregunta es muy interesante. Será contestada sólo por los turistas potenciales, ya que deseamos conocer qué imagen tienen de España los chinos antes de visitarla. De esta forma, cuando realicemos la promoción turística al mercado chino haremos hincapié en aquellos factores que así lo requieran.

Las imágenes o ideas propuestas son las siguientes: "Tiene mucho patrimonio cultural", "Tiene la playa y el sol muy bonitos", "Tiene una gastronomía muy rica

como paella, tapas etc.", "El fútbol, el tenis y el baloncesto tienen buena fama en el mundo", "Tiene muchas fiestas como los encierros, Las Fallas, etc.", "Muchas películas y programas de televisión se realizan en España", "Es el hogar de Don Quijote y también es el origen de la novela de la escritora San Mao", "Es famoso por los toros y el flamenco", "Esta famoso por su vino tinto y aceite de oliva", "Hay muchas marcas española famosa como LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO", "Otros"(se puede completar las que no ha salido en las opciones)

En mi opinión, "Tiene mucho patrimonio cultural", "El fútbol, tenis y baloncesto tienen buena fama del mundo" y "Es famoso por los toros y el flamenco" serán más las opciones más elegidas. En primer lugar, cuando hablamos de España, es inevitable que aparezca la imagen de los toros. En segundo lugar, debido a la influencia del "Real Madrid Club de Fútbol" y "Fútbol Club Barcelona", muchos chinos se han convertido en sus seguidores. Además, pensamos que habrá una cantidad de los encuestados que también elegirá "Muchas películas y programa de televisiones se realizan en España", "Es el hogar de Don Quijote y también es el origen de la novela de la escritora San Mao". Para profundizar en las razones, se puede consultar a el apartado 3.2.6.

3.2.17 Si tuviera la oportunidad de viajar a España, ¿qué recursos turísticos le interesan más?

Tal y como comentamos en el apartado 3.2.6, esta pregunta es muy importante para conocer mejor qué recursos turísticos resultan más interesantes para los turistas chinos. A partir de ellos, podremos conocer los gustos turísticos de la población china y desarrollar mejor los recursos claves.

Las opciones de esta pregunta son similares a las de la pregunta 6, excepto estas dos: "Los paisajes que salen en programas de televisión o películas (por ejemplo: "Vicky Cristina Barcelona", "Las hermanas Hua Yang")" y "Buscar las rutas que aparecen en la literatura o las novelas (por ejemplo : "Don Quijote", "Diarios del Sáhara" de San Mao etc.)". nuestro objetivo es averiguar si el turista

potencial se siente más influido por películas y televisión o por la literatura. Además de los "Recursos históricos y culturales", los "Paisaje rurales" y los "Recursos naturales" estarán entre los más elegidos. Y también mostrarán interés por comprar "Productos ecológicos" y "Marcas españolas".

3.2.18 ¿Qué factores turísticos españoles le atraen más?

Esta pregunta está motivada por la necesidad de conocer qué factores turísticos resultan cruciales antes de planear un viaje a España. Según los resultados, los factores que alcanzan una puntuación alta son aquellos a los que debemos prestar más atención.

Los encuetados deberán dar una puntuación de 0 (No tiene importancia) hasta 5 (Muy importante) a cada factor turístico: "El transporte, es fácil llegar a cada lugar turístico", "El nivel amistoso de los españoles", "La seguridad de la sociedad", "Información turística en chino o servicios turísticos en chino", "La fama de los lugares turísticos", "El nivel práctico para viajar a España", "El clima agradable", "El ambiente y la higiene del alojamiento" y "La calidad de los productos españoles" .

Imaginamos que los valores: "La seguridad de la sociedad" e "Información turística en chino o servicios turísticos en chino" obtendrán notas altas, puesto que los turistas mayores no hablan bien inglés ni conocen el castellano. Por lo tanto, cuando visitan una ciudad, especialmente cuando quieren conocer la historia de los monumentos, tomar transportes o comen en restaurantes extranjeros, les gustaría disponer de información en chino.

3.2.19 ¿Qué tipo de producto le gustaría comprar?

Como hemos explicado antes, en el apartado 3.2.6, debido a la gran cantidad de impuestos con los que los productos de importación están grabados en China, los viajeros chinos suelen comprar una gran cantidad de artículos. Puede resultar interesante averiguar qué tipo de producto desearían comprar. Las opciones

presentadas son: "Productos ecológicos (por ejemplo : vino tinto, jamón, aceite de oliva)", "Perfume o cosméticos", "Recuerdos de artesanía", "Medicina o cosméticos de parafarmacia", "Joyas", "Ropa, zapatos, gorra, etc.", "Bolsos o maletas", "Marcas de lujo", "Otros" (puede completarse si su opción no se encontraba entre las presentadas).

En nuestra opinión, "Productos ecológicos", "Perfume o cosméticos", "Bolsos o maletas" y "Marcas de lujo" serán los más elegidos.

3.2.20 Para desarrollar el turismo español, ¿podría proponer algún consejo o deseo?

Esta pregunta es de respuesta abierta para que los viajeros chinos que no hayan ido a España propongan algunos consejos sobre el turismo español. Los consejos pueden ser sobre cómo planificar la ruta turística, qué es lo que les espera o qué desean en la ruta turística o en los monumentos, cuál sería la mejor manera para dar a conocer la información turística a los turistas chinos, etc.

3.2.21 Sexo

A partir de esta pregunta y hasta final de la encuesta son preguntas sobre los datos personales de los encuestados. Como son más fáciles de responder y de menor importancia, se ha decidido dejarlas al final del cuestionario.

Si conocemos en qué porcentaje los viajeros son hombres o mujeres, se podrá inferir el tipo de ruta turística, las marcas de regalos que les gustan, etc.

Suponemos que habrá más encuestadas que encuestados respondiendo nuestra encuesta.

3.2.22 Edad

Al saber la edad del turista chino, se podrá planificar mejor la ruta turística diferenciando tres grupos: rutas para jóvenes (entre 18 hasta 35 años), rutas para trabajadores (entre 36 hasta 55 años) y rutas para jubilados (más de 56

años).

Las opciones por tanto son: "Menor de 18 años", "Entre 18 años y 25 años", "Entre 26 años y 35 años", "Entre 36 años y 45 años", "Entre 46 años y 55 años", "Entre 56 años y 65 años" y "Más de 66 años"

En nuestra opinión, por influencia del método elegido para completar el cuestionario (por internet), la mayoría de los encuestados tendrán entre 18 y 45 años. En esta franja de edad, generalmente todos saben usar ordenador para rellenar el cuestionario.

3.2.23 Título académico

El título académico refleja el nivel educativo del encuestado. Normalmente, los viajeros que poseen un título académico más alto, tienen una mayor renta disponible y posiblemente su motivación para viajar sea relajarse y disfrutar. Quieren una ruta más de calidad. Al contrario, si tienen título académico bajo, cuentan con menor renta disponible, su motivación será experimentar lo máximo posible los recursos disponibles y optarán por una ruta más económica.

Las opciones son: "Escuela secundaria", "Formación personal de grado superior", "Grado", "Posgrado", "Doctorado".

Suponemos que la mayoría de los encuestados tendrán títulos académicos de "Grado" y "Posgrado".

3.2.24 ¿Dónde vive actualmente?

Esta pregunta nos proporcionará datos sobre qué parte de la población china suele viajar o desea viajar a España. Así se podrán mejorar los servicios turísticos para llevarles a España. Por ejemplo, abrir una nueva ruta aérea directa a España desde la ciudad o la zona que tenga más necesidad.

China se dividen en 8 partes: "China del Norte (incluyendo las siguientes provincias: Pekín, Tianjin, Hebei, Shanxi, Mongolia interior)", "China del Noreste (incluyendo las siguientes provincias: Heilongjiang, Jilin, Liaoning)", "China del

Este (incluyendo las siguientes provincias: Shanghái, Jiangsu, Zhejiang, Anhui, Jiangxi, Shandong, Fujian)", "China del Centro (incluyendo las siguientes provincias: Henan, Hubei, Hunan)", "China del Sur (incluyendo las siguientes provincias: Cantón, Guangxi, Hainan)", "China del Noroeste: (incluyendo las siguientes provincias: Shanxi , Gansu, Qinghai, Ningxia, Xinjiang)", "China del Suroeste (incluyendo las siguientes provincias: Sichuan, Guizhou, Yunnan, Chongqing, Tíbet" y "Región administrativa especial: Hong Kong, Macao, Taiwán". Además, teniendo en cuenta posibles excepciones, se ha añadido otra opción, "Fuera de China", que puede completarse con el nombre del país de residencia. En nuestra opinión, la mayoría de los turistas chinos viven en ciudades grandes que cuentan con aeropuerto propio al que resulta fácil acceder. Además, la población de las ciudades grandes cuenta con una mayor renta disponible para viajar. Por lo tanto, la mayoría de los viajeros chinos son de Pekín, Shanghái, Cantón, Hong Kong, Taiwán y Zhejiang.

3.2.25 ¿Cuál es su profesión?

La profesión influirá en el estilo de las rutas. Por ejemplo: si el turista es estudiante, posiblemente se interesará por productos turísticos más económicos. Si se trata de un artista, su viaje podría girar alrededor de los monumentos artísticos, museos de arte, exposiciones del arte, etc. Si este fuese funcionario o gestor de empresa, la ruta elegida se caracterizará por su buena calidad. Y, por último, si fuera jubilado, seguro que optaría por una ruta más relajada que le permita visitar sin prisa los distintos lugares.

Las opciones elegidas son: "Funcionario", "Gestor de empresa", "Estudiante", "Técnico o informático", "Artista", "Obrero", "Profesor", "Jubilado", "Médico", "Trabajador autónomo" y "Otros" (podrá completarse con otras opciones)

nos gustaría que existiese cierto equilibrio en este punto, pero posiblemente el número de estudiantes será ligeramente superior porque hemos distribuido el cuestionario en las universidades.

3.2.26 Salario mensual

El salario es la base para hacer un viaje. Según la Pirámide de Maslow, "La idea básica es: sólo se atienden necesidades superiores cuando se han satisfecho las necesidades inferiores, es decir, todos aspiramos a satisfacer necesidades superiores. Las fuerzas de crecimiento dan lugar a un movimiento ascendente en la jerarquía, mientras que las fuerzas regresivas empujan las necesidades prepotentes hacia abajo en la jerarquía. Según la pirámide de Maslow tendríamos de: Necesidades básicas, Necesidades de seguridad y protección, Necesidades sociales (afiliación), Necesidades de estima (reconocimiento), Autorrealización". Está claro que, si contamos con más dinero, podremos satisfacer más las necesidades inferiores. Como la cultura y los viajes está dentro de las necesidades sociales, debe contarse con suficiente o abundante dinero para llegar a cubrir esta necesidad.

Respecto a las opciones, hemos optado por las siguientes: "Menos de 410 euros", "De 411 a 684 euros", "De 685 a 1095 euros", "De 1096 a 1369 euros", "De 1370 a 2739 euros" y "Más de 2740 euros".

Se estima que la mayoría de los encuestados tendrán un salario mensual entre 410 y 1369 euros.

3.2.27 La estructura familiar

La estructura familiar refleja, sin duda, las características de la sociedad china. Al conocer la estructura de la familia, podemos planear rutas para diferentes clientes: para una persona, para pareja, para familia (cuando los padres viajan con niños o jóvenes) e incluso para una familia grande (viajes de tres generaciones: niños, adultos y acianos), etc.

Las opciones son: "Soltero", "Con pareja", "Con hijo y pareja", "Con padres, hijo y pareja", "Otros" (se puede completar con otras opciones.)

En nuestra opinión, como China ya se está acercando a la etapa de "Envejecimiento de la población", habrá bastantes familias grandes. Es decir, o

“Con hijo y pareja” o “Con padres, hijo y pareja”

3.2.28 ¿Cuántas veces viaja fuera de China al año?

Pretendemos averiguar la frecuencia con la que los viajeros chinos suelen viajar al extranjero. Este factor también se reflejará directamente en las rutas o los lugares elegidos para viajar de nuevo. Por ejemplo: si un viajero chino ya ha visitado Madrid y Barcelona una vez, aún puede tener la oportunidad de viajar a España otra vez y disfrutar de otros lugares. A menos que se abran rutas nuevas y creativas para llevar al turista a visitar los lugares menos conocidos en Madrid y Barcelona, no volverán a elegir visitar estas dos ciudades más.

Las opciones son: “De 0 a 2 veces”, “De 3 a 4 veces”, “De 5 a 6 veces”, “7 o más veces”.

Creemos que la mayoría de los encuestados sólo habrá viajado fuera de China menor de 2 veces al año.

3.2.29 ¿Normalmente en qué temporada prefiere hacer un viaje fuera de China?

Debido a la diferencia cultura, la población china tiene un sistema de vacaciones bastante diferente al europeo (respecto al sistema de las vacaciones chinas, consulta el apartado 2.2.4). Por lo tanto, es interesante y necesario conocer cuándo tiene lugar la temporada alta para viajar en China. Así se podrá promocionar información turística relevante durante la temporada alta.

Las opciones son: “Durante el Año Nuevo Chino”, “La Semana de Oro por Día Nacional de China”, “Las vacaciones del trabajo”, “Vacaciones de verano o invierno”, “El puente”, “Me da igual, cualquier momento”, “Otros” (se puede con otras opciones).

Según los resultados del estudio del apartado 2.2.4 realizado por la Compañía IResearch, creemos que elegirán “Las vacaciones del trabajo”, “Durante el Año Nuevo Chino” y “La semana de Oro por el Día Nacional de China”.

3.2.30 Si quiere viajar fuera de China, ¿qué forma elegiría?

Las agencias de viaje nos facilitan mucho el proceso de viajar. Por eso, hasta ahora todavía hay mucha gente que prefiere viajar con agencias de viaje. Sin embargo, hoy en día, con el desarrollo de la tecnología "Plataformas Online de Viajes" también juegan un papel importante. Según *Finacial times weekend*, debido al mayor número de viajeros que reserva en línea, la plataforma online de viajes amenazaría a las agencias de viajes. Resulta curioso saber de qué manera elegiría el viajero chino hacer un viaje fuera de China, así podremos saber si colaborará con agencias de viajes o con plataformas online de viaje.

Las opciones propuestas son: "Con agencia de viajes", "Por libre, si hace falta, elegiré una ruta por un día", "Totalmente por libre", "Con empresa o alguna organización", "Otros" (se puede completar con otras opciones).

En nuestra opinión, puesto que todavía hay mucha gente que está acostumbrada a que la agencia de viaje le ayude a hacer todo, habrá mayor cantidad que elegirá "Con agencia de viajes".

3.2.31 ¿Qué forma suele utilizar para recibir información turística?

Pretende dar a conocer qué canales utilizan los chinos para recibir información turística y como consecuencia, utilizar los resultados para publicitar los viajes o paquetes turísticos a España.

Las canales son: "A través de agencias de viaje", "A través de recomendaciones de amigos o parientes", "A través de foros turísticos o aplicaciones", "A través de programas de televisión o radio", "Revistas o libros sobre turismo", "Otros" (se puede completar con otras opciones).

Como hemos explicado antes en el apartado 2.2.6, se valora mucho el "Kou bei" (comentarios de los demás) a la hora de hacer un viaje. Por lo tanto, posiblemente la mayoría recibirá información turística "A través de recomendaciones de amigos o parientes", "A través de foros turísticos o aplicaciones".

3.2.32 ¿Cómo ha recibido información sobre España?

Esta pregunta tiene como intención conocer de qué manera los viajeros chinos recibe información sobre España. Las maneras pueden ser tanto tangibles como intangibles. A través de los resultados, se podrán concluir cuales son las formas más útiles para llegar a los viajeros chinos.

Las maneras son: "A través de su deporte famoso (fútbol, tenis o baloncesto)", "A través de películas, series o videos turísticos", "A través de obras de la literatura", "A través de programas de televisión o radio", "A través de webs o aplicaciones de móvil (APP)", "A través de exposiciones sobre España", "A través del sector cultural en China (Embajada Española en China o Instituto Cervantes)", "A través de la enseñanza de Historia o Arte", "Boca a boca", "Otros"(se puede completar con otras opciones)

Es muy posible que "A través de su deporte famoso (fútbol, tenis o baloncesto)", "A través de obras literatura", "A través de webs o aplicaciones de móvil (APP)", "A través de exposiciones sobre España" y "A través de sector cultural en China (Embajada Española en China o Instituto Cervantes)" serán las más elegidas por los turistas chinos.

En conclusión, a través de estas 32 preguntas, podremos investigar los gustos turísticos de la población china así como elaborar una serie de propuestas de mejora partiendo del punto de vista y opiniones chinas.

4 Análisis de resultados

4.1 Datos del cuestionario

El cuestionario se publicó a través de la página web Wen Juan Xing el día 7 de febrero de 2017, finalizando el día 30 de abril de 2017. Durante todo ese periodo de tiempo, ha sido contestado por 345 personas; de ellos, 343 cuestionarios son válidos mientras que 2 son cuestionario no fueron cumplimentados correctamente.

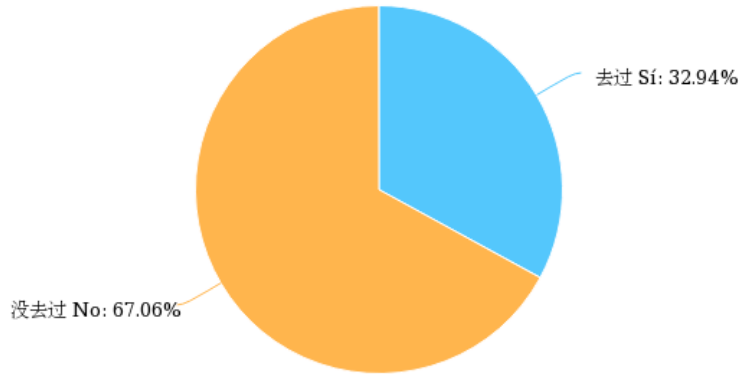
En cuanto a los medios utilizados, se repartieron de la siguiente forma: en primer lugar, 4 personas han contestado a través de la web “Wen juan xing”. En segundo lugar, 28 personas lo han completado en el aeropuerto mientras estaban esperando sus vuelos; 166 encuestas proceden de la universidad o la Escuela de Idioma (estudiantes de español) y además 4 viajeros chinos en Valencia también han completado el cuestionario; En tercer lugar, 142 personas han contestado a través de la red social china: WeChat.

En cuanto al análisis de datos, la web de estadística china Wen Juan Xing sólo permite ordenar por conceptos y no por resultado de cifras. Por lo tanto, aunque las tablas no están los resultados agrupados por cifras, las explicaremos por orden.

4.2 Análisis de resultados por pregunta

4.2.1 ¿Usted ha viajado a España alguna vez?

Gráfico 4.2.1 Usted ha viajado a España alguna vez

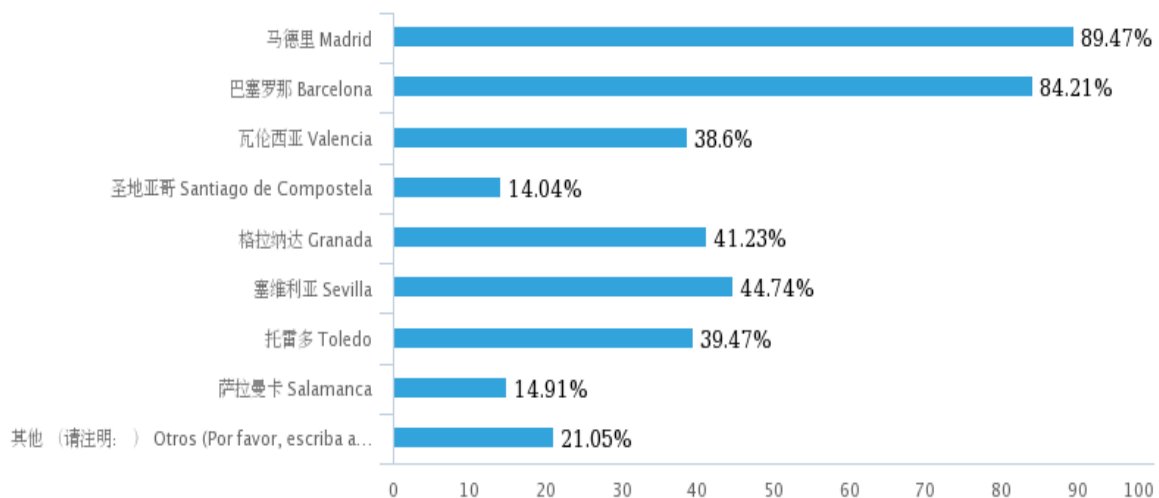


Fuente: Elaboración propia.

Según el resultado del cuestionario, el 67,06% de los turistas no han viajado a España todavía ninguna vez mientras que un 32,94% de los encuestados sí que han viajado a España.

4.2.2 ¿Cuáles son las ciudades a las que ha viajado?

Gráfico 4.2.2 Ciudades españolas visitadas por los viajeros chinos



Fuente: Elaboración propia.

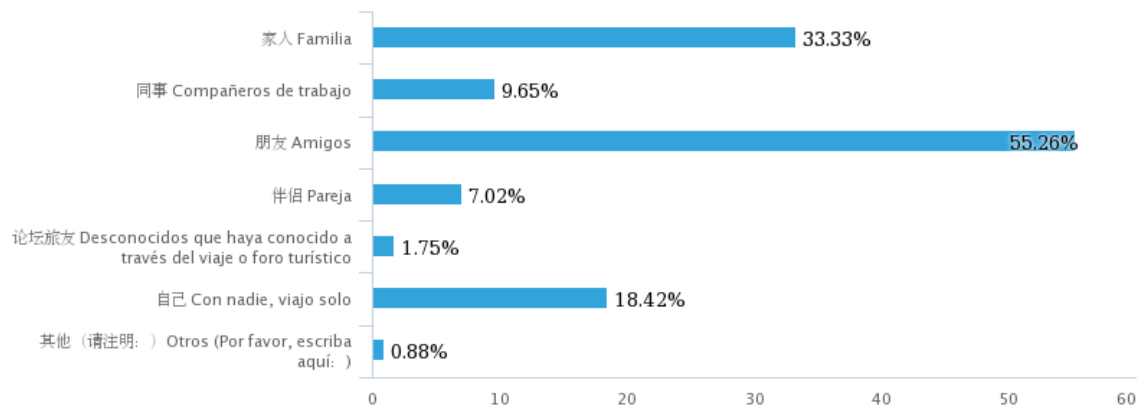
A partir de esta pregunta y hasta la pregunta número 11 fueron únicamente respondidas por los turistas que ya han visitado España.

Respecto a las ciudades más visitadas en España por los chinos, encontramos: Madrid (ocupa un 89,47%), Barcelona (84,21%), Sevilla (44,74%), Granada

(41,23%), Toledo (39,47%) y Valencia (38,6%). También un 21,05% de las personas han elegido otras ciudades: 6 personas visitaron Zaragoza; 4 personas han ido a Málaga; 4 personas, a Ronda; y 4 personas, a Córdoba. En menor medida también se han visitado otras ciudades: mientras que 2 personas han ido a Girona, 2 han ido a Mallorca; 2, a Bilbao y 2, a Mallorca. Además de Madrid y Barcelona es sorprendente que la zona de Andalucía es también una de las comunidades autónomas más visitadas.

4.2.3 ¿Con quién ha viajado a España?

Gráfico 4.2.3 Con quién ha viajado a España

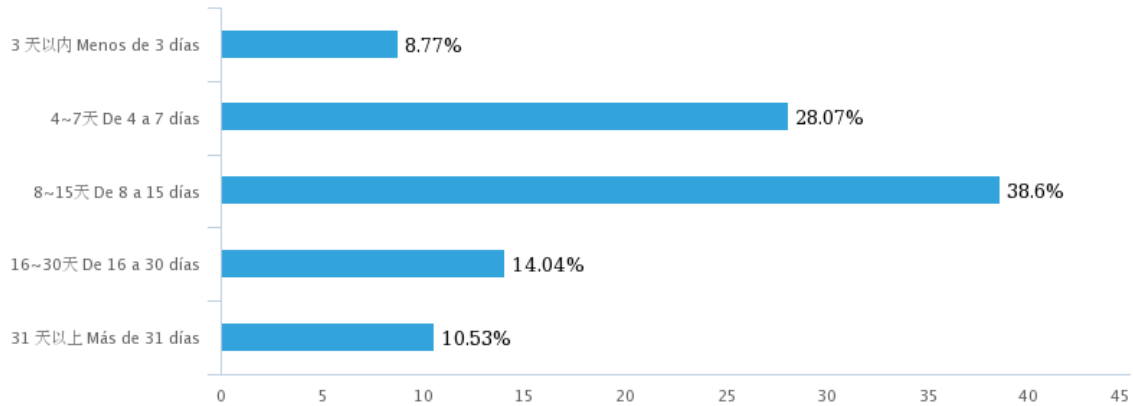


Fuente: *Elaboración propia*

Se aprecia en el gráfico que la mayoría de los turistas chinos (un 55,26%) viajó con amigos y un 33,33%, con la familia. También al 18,42% le gusta viajar solo o sola. Por contra, poca gente viaja con pareja (un 7,02%), otros viajeros que han conocido a través de otros viajes o foros de turismo (1,75%) o compañeros de trabajo (9,65%).

4.2.4 ¿Cuánto tiempo ha durado su viaje a España?

Gráfico 4.2.4 La duración del viaje a España



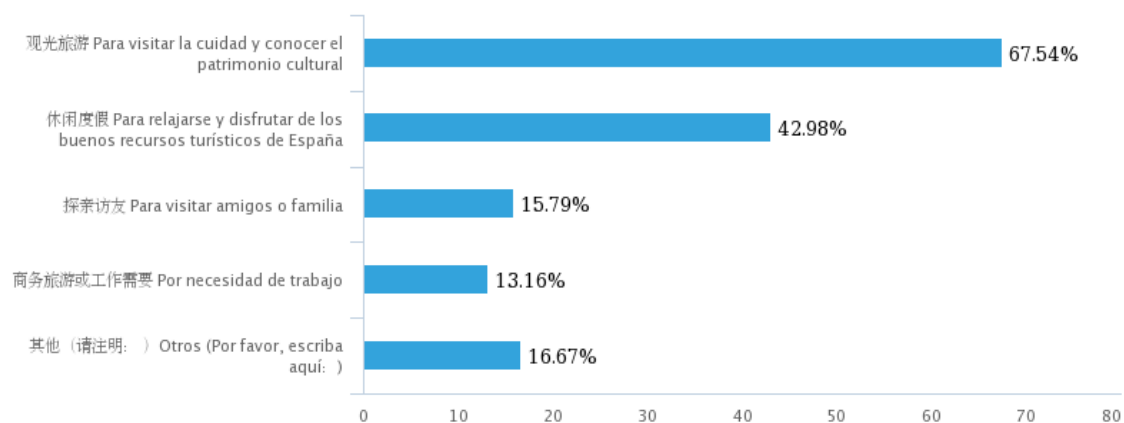
Fuente: Elaboración propia

Se aprecia en el gráfico que un 38,6% de los viajeros chinos viajaron a España entre 8 y 15 días. También hay un 28,07% de ellos viajó a España entre 4 y 7 días mientras que el 14.04% de ellos viajaron a España durante un periodo de 16 a 30 días. Sólo el 10,53% de los turistas chinos se quedaron en España más de 31 días y un 8,77%, menos de 3 días.

En resumen, la mayoría de los viajeros chinos prefieren hacer viajes de larga duración (de 4 a 15 días).

4.2.5 El motivo de su viaje a España.

Gráfico 4.2.5 El motivo del viaje a España



Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de los turistas chinos viene para visitar las ciudades y conocer su patrimonio cultural (ocupa un 67,54%) y también para relajarse y disfrutar de los

buenos recursos turísticos de España (42,98%). Hay que tener en cuenta que “para visitar amigos o familiares”, “Por necesidad de trabajo” y “otros” ocupan un 15,79%, 13,16% y 16,67%, respectivamente. La persona que ha elegido “otros”, sus motivos fueron “intercambio” o “estudios durante un periodo breve”.

4.2.6 ¿Qué tipo de recursos turísticos españoles ha experimentado?

Tabla 4.2.6 Los recursos turísticos españoles han experimentado

Opciones	Subtotal	Porcentaje
选项	小计	比例
Recursos históricos y culturales (ej : Sagrada Familia, Palacio Alhambra, Acueducto de Segovia) 历史文化古迹 (如: 圣家堂、阿尔罕布拉宫、塞戈维亚水渠等)	105	92.11%
Recursos de museo (ej : Museo Nacional de Prado) 博物馆 (如: 普拉多博物馆)	70	61.4%
Paisajes rurales (ej : Toledo) 小镇的纯朴风光 (如: 托雷多古城)	75	65.79%
Recursos natural (ej : el sol y la playa o el lago y montaña) 自然风光 (海滩阳光或湖泊山景)	77	67.54%
Los paisajes que sale en literatura, programas de televisión o películas 文学作品或电影电视中出现的景色 (如: 丝绸之路, 堂吉珂德之路, 三毛之家等)	28	24.56%
Recursos gastronomía (ej : Paella, Tapas, Jamón) 特色美食 (如: 海鲜饭, 塔帕斯, 西班牙火腿等)	96	84.21%
Recursos de artes escénicas (ej : Toros, El flamenco u otros conciertos y teatros) 特色演出 (如: 斗牛、弗拉门戈舞蹈、音乐戏剧演出等)	57	50%
Recursos festivos (ej : Encierro, La Tomatina, Las Fallas etc.) 特色节日 (如: 奔牛节、番茄节、法雅节、三王节、四月鲜花节等)	29	25.44%
Las competiciones deportivas (ej : futbol , tenis, motos etc.) 观看体育比赛 (如: 足球赛、网球赛和摩托车赛等)	27	23.68%
Recursos de deporte extremo (ej : Paracaidismo, Esquí, Surf) 体验极限运动 (如: 跳伞、滑雪、冲浪等等)	6	5.26%
Productos ecológicos (ej : Vino, Jamón, aceite de oliva) 西班牙的特色生态产品 (如: 红酒、火腿、橄榄油)	69	60.53%
Marcas españolas (ej : LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO etc.) 西班牙的特色品牌 (如: 罗意威、桃丝猴、ZARA、MANGO 等)	65	57.02%
Otros (Por favor, escriba aquí :) 其他 (请注明:)	1	0.88%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 4.2.6, por un lado, los recursos turísticos que ha experimentado el turista chino son: “Recursos históricos y culturales” (ocupa un 92,11%), “Recursos gastronómicos” (84,21%), “Recursos naturales” (67,54%), “Paisajes rurales” (65,79%), “Recursos del museo” (61,40%), “Productos ecológicos” (60,53%), “Marcas española” (57,02%) y “Recursos de artes escénicas” (50%). Por otro lado, poca gente ha experimentado “Recursos Festivos” (ocupa un 25,44%), “Las competiciones deportivas” (23,68%), “Los paisajes que salen en

la literatura, programas de televisión o películas” (24,56%) y “Recursos de deporte externo” (5,26%).

4.2.7 Sobre estos recursos turísticos, ¿cuáles son sus comentarios?

En esta pregunta los encuestados tienen que puntuar cada recurso según su experiencia, desde 1 (Muy descontento) hasta 5 (Muy contento) y si no lo ha experimentado, su puntuación debería ser 0.

Tabla 4.2.7 Comentarios sobre los recursos turísticos

题目\选项 Opciones	未体验过 No he experimentado	非常不满意 Muy descontento	不满意 Descontento	还可以 Más o menos contento	满意 Contento	非常满意 Muy contento	平均分 Nota Media
历史文化古迹 Recursos históricos y culturales	4(3.51%)	0(0%)	0(0%)	2(1.75%)	31(27.19%)	77(67.54%)	4.52
博物馆 Recursos de museo	16(14.41%)	0(0%)	1(0.9%)	9(8.11%)	25(22.52%)	60(54.05%)	3.86
小镇的纯朴风光 Paisajes rurales	13(11.4%)	0(0%)	1(0.88%)	10(8.77%)	25(21.93%)	65(57.02%)	4.01
自然风光 Recursos naturales	3(2.68%)	0(0%)	3(2.68%)	8(7.14%)	25(22.32%)	73(65.18%)	4.42
文学作品或电影电视中出现的景色 Los paisajes que salen en literatura, programas de televisión o películas	22(19.82%)	0(0%)	2(1.8%)	10(9.01%)	36(32.43%)	41(36.94%)	3.45
特色美食 Recursos gastronomía	3(2.65%)	1(0.88%)	1(0.88%)	13(11.5%)	29(25.66%)	66(58.41%)	4.32
特色演出 Recursos de artes escénicas	26(23.01%)	1(0.88%)	4(3.54%)	10(8.85%)	32(28.32%)	40(35.4%)	3.25
特色节日 Recursos festivos	32(28.32%)	1(0.88%)	3(2.65%)	11(9.73%)	27(23.89%)	39(34.51%)	3.04
观看体育比赛 Las competiciones deportivas	44(38.6%)	0(0%)	1(0.88%)	12(10.53%)	22(19.3%)	35(30.7%)	2.64
体验极限运动 Recursos de deporte extremo	60(52.63%)	0(0%)	4(3.51%)	9(7.89%)	20(17.54%)	21(18.42%)	1.93
西班牙的特色生态产品 Productos ecológicos	17(14.91%)	2(1.75%)	1(0.88%)	11(9.65%)	33(28.95%)	50(43.86%)	3.68
西班牙的特色品牌 Marcas españolas	13(11.4%)	2(1.75%)	1(0.88%)	11(9.65%)	38(33.33%)	49(42.98%)	3.81

Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en la tabla 4.2.7, en primer lugar, los turistas chinos se muestran satisfechos tras haber experimentado “Recursos históricos y culturales”, “Recursos naturales”, “Recursos gastronómicos” y “Paisajes rurales” puesto que tienen una puntuación media de 4,52, 4,42, 4,32 y 4,01 respectivamente.

En segundo lugar, también se encuentran moderadamente satisfechos tras disfrutar de los “Recursos del museo” (3,86), “Marcas española” (3,81), “Productos ecológicos” (3,68), “Los paisajes que salen en la literatura, programas de televisión o películas” (3,45), “Recursos de artes escénicas” (3,25) y “Recursos Festivos” (3,04). Sobre todo, este último recurso ha tenido una

valoración media baja porque hay una gran cantidad de los turistas chinos que no los han experimentado.

En tercer lugar, "Las competiciones deportivas" (2,64) y "Recursos de deporte extremo" (1,93) han tenido una puntuación media muy baja. Esto puede deberse a que son recursos poco atractivos para los viajeros chinos, porque la mayoría de ellos (ocupan un 38,6% y 52,63%) no ha experimentado estos dos recursos.

4.2.8 Sobre otros factores turísticos españoles, sus opiniones son :

Esta pregunta es similar a la pregunta anterior, pero esta incide sobre la experiencia de viaje del turista con puntuaciones de 0 (Muy descontento) a 5 (Muy contento)

Tabla 4.2.8 Comentarios sobre otros factores turísticos españoles

行标题	Factores turísticos españoles	平均值	Nota media
景点间的交通连接便利程度	El transporte es fácil llegar a cada lugar turístico	4.17	[详情]
西班牙人的友好程度	El nivel amistoso de los españoles	4.28	[详情]
社会治安	La seguridad de la sociedad	3.71	[详情]
中文介绍或讲解服务	Información turística en chino o servicios turísticos en chino	2.89	[详情]
产品质量	La calidad de los productos españoles	3.97	[详情]
旅游花销性价比	El nivel práctico para viajar a España	4.04	[详情]
适宜的气候	El clima agradable	4.31	[详情]
住宿环境及卫生	El ambiente e higiene del alojamiento	4.05	[详情]

Fuente: Elaboración propia

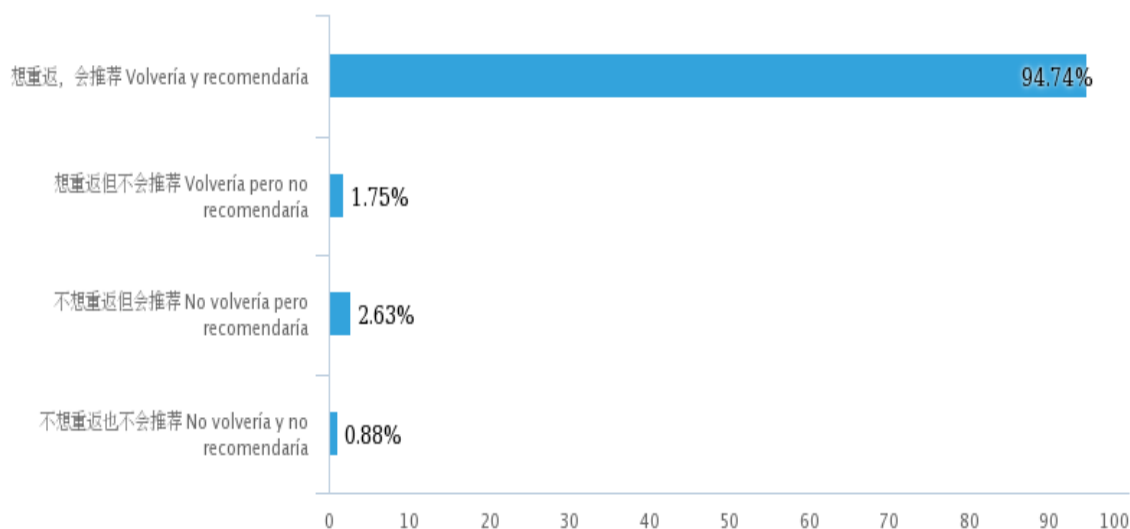
Según la tabla 4.2.8, los factores "El clima agradable" (puntuación: 4,31), "El nivel amistoso de los españoles" (4,28), "El transporte, es fácil llegar a cada lugar turístico" (4,17), "El ambiente e higiene del alojamiento" (4,05) y "El nivel práctico para viajar a España" (4,04) han sido los más satisfactorios.

Mientras que los factores de "La calidad de los productos españoles" (3,97) y "La seguridad de la sociedad" (3,71) no han sido tan satisfactorios.

Por último, el factor "Información turística en chino o servicios turísticos en chino" es el que produce mayor satisfacción y, por ello, es necesario mejorarlo puesto que sólo obtuvo un 2,89.

4.2.9 ¿Con la experiencia de viajar a España que ha tenido, volvería a viajar a España otra vez? ¿Recomendaría viajar a España a los demás?

Gráfico 4.2.9 Respuestas de los viajeros chinos sobre si desean volver y recomendar España a otros.



Fuente: *Elaboración propia*

En el gráfico 4.2.9 podemos apreciar como el 94,74% de los turistas chinos “volvería y recomendaría”. Un 1,75%, “Volverían, pero no recomendarían” y el 2,63%, contestó “No volvería, pero recomendaría”. Tan solo el 0,88% “No volverían ni recomendarían”.

Es decir, la mayoría de turistas chinos ha construido una imagen positiva sobre España y poseen experiencia. Es por eso que eligen volver y recomendar a los demás.

4.2.10 ¿Por qué no recomendaría volver a viajar a España?

Tabla 4.2.10 La razón para no querer volver o no quiere recomendar

Número	Fecha	Contenido
序号	提交答卷时间	答案文本
157	2月10日 07:18	。
248	2月10日 21:03	贵 Es caro
280	2月11日 22:48	再看一次一般没有第一次感觉好 No quiero volver a ver la misma cosa
332	2月16日 16:04	治安差 La seguridad Pública no está muy bien
335	2月17日 00:07	不会西班牙语有些不方便, 还要去更多的地方玩 No hablo español, me siento incomodo
337	2月17日 19:20	治安差 La seguridad Pública no está muy bien

Los encuestados contestaron a esta pregunta sólo en caso de no haber elegido “volvería y recomendaría”. La motivación de esta pregunta consiste en saber el porqué no desean volver o no quieren recomendar.

Según la tabla 4.2.10, sólo 6 persona han contestado. Sobre todo, cabe destacar que 2 personas no volverían o no recomendarían el viaje debido a la deficiencia en materia de Seguridad Pública. Un encuestado no se sintió cómodo por no hablar español. Otra encuestada también preferiría no volver a repetir la misma ruta o ver el mismo recurso turístico. Y, finalmente, otro no satisfecho debido a los gastos del viaje.

4.2.11 Para desarrollar el turismo español y servir mejor a los turistas chinos, ¿podría proponer algún consejo?

Se han recogido 104 respuestas a esta pregunta. Para poder extraer conclusiones, se ha elaborado un resumen de los consejos ofrecidos y elaborado la tabla 4.2.11.

Tabla 4.2.11 Consejos para mejorar turismo español

Consejo	Subtotal	Porcentaje
Añadir información turística en chino o servicios turísticos en chino	36	34,6%
No hay nada más que mejorar	34	32,6%
Proporciononar al público chino más información turística sobre cultura, festivos, etc. de España	9	8,6%
Facilitar el transporte público para llegar a cada lugar turístico	7	6,7%
Mejorar la situación de la seguridad pública	4	3,8%
Cuando la agencia de viajes diseña un paquete por Europa, ampliar el tiempo de estancia en España	3	2,8%
Mejorar las rutas turísticas	2	1,9%
Aumentar el número de ascensores en los lugares públicos	2	1,9%
Mejorar la calidad de los hoteles	2	1,9%
Mejorar el ambiente y la higiene alrededor de los lugares turísticos	2	1,9%

Establecer nuevas rutas para los ancianos que no hablen español ni inglés.	2	1,9%
No se debe viajar a España a través de agencias de viajes	1	0,9%

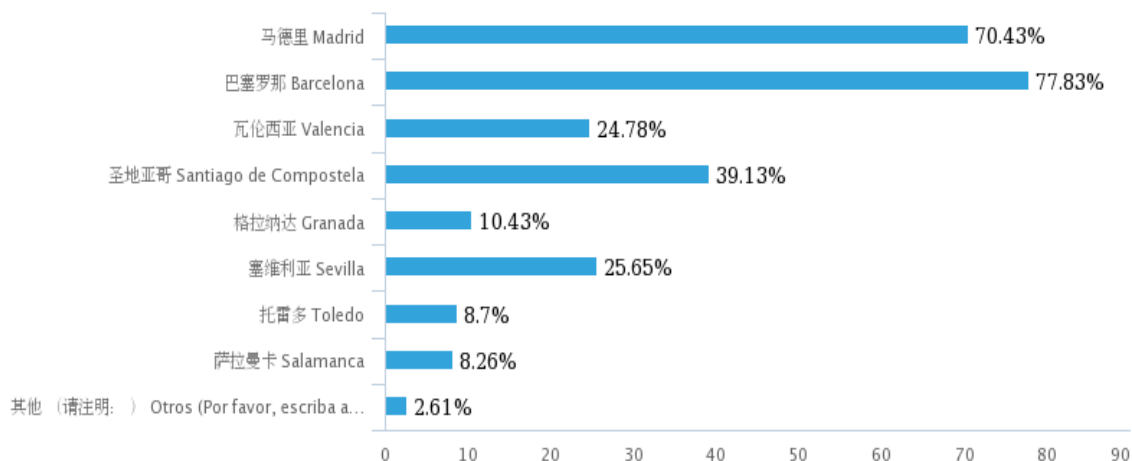
Fuente: Elaboración propia

Los consejos que propuestos por los viajeros chinos que ya han ido a España abarcan una multitud de aspectos. A continuación, analizaremos los más significativos:

- Primero, un 34,6% espera que la oficina de turismo o las organizaciones responsables de los monumentos turísticos de España proporcionen información turística en chino o servicios turísticos en chino.
- Segundo, un 8,6% esperan recibir más promociones del turismo, cultural o festivo.
- Tercero, un 6,7% desea que el transporte público que les lleva a los distintos lugares turísticos o al aeropuerto sea más fácil de encontrar y accesible.
- Curato, un 3,8% espera que mejore la situación negativa de seguridad Pública.

4.2.12 ¿Cuáles son las ciudades que le interesaría visitar?

Gráfico 4.2.12 las ciudades que les interesarían visitar



Fuente: Elaboración propia

Es evidente que Madrid (ocupa un 30,43%) y Barcelona (un 77,83%) son dos de

las ciudades que los viajeros chinos tienen más interés en visitar. Hay que tener en cuenta que Santiago de Compostela, Sevilla y Valencia también ocupan valores altos: un 39,13%, un 25,65% y un 24,78% respectivamente. Además, también hay gente que desea visitar Granada (10,43%), Toledo (8,7%) y Salamanca (8,26%). Aquellos que eligieron “otros”, desearon también viajar a Ronda y San Sebastián.

4.2.13 ¿Con quién viajaría a España?

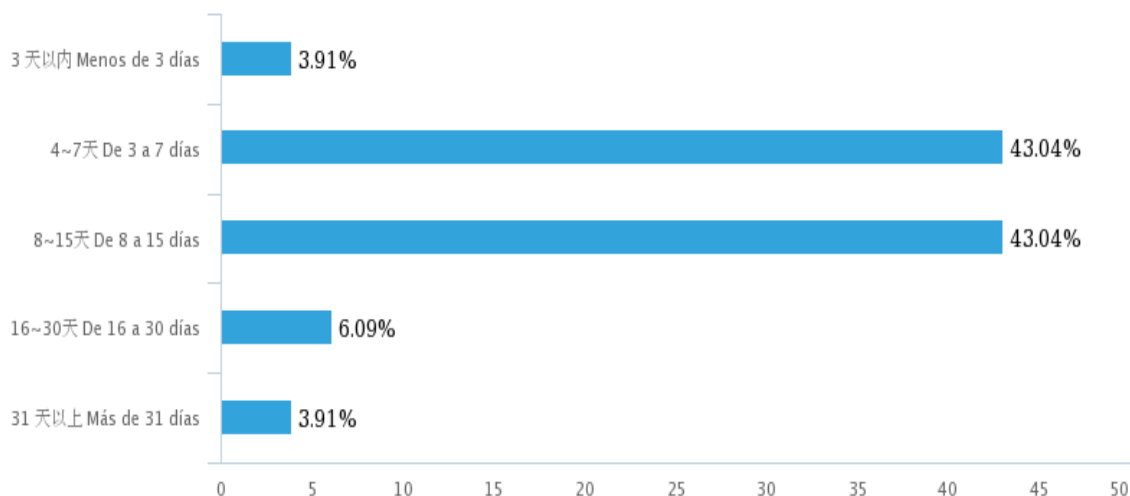


Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico 4.2.13, los viajeros chinos que aún no han ido a España desean viajar con su familia (ocupa un 58,26%), amigos (49,57%) o pareja (45,65%). Sin embargo, no hay que olvidar que un 16,52% desea viajar solo. Y, por último, poca gente viaja con compañeros de trabajo (6,96%) o personas que han conocidos a través de viajes o foros turísticos (6,96% y 3,04% respectivamente).

4.2.14 ¿Cuánto tiempo duraría su viaje a España?

Gráfico 4.2.14 La duración deseada del viaje a España.



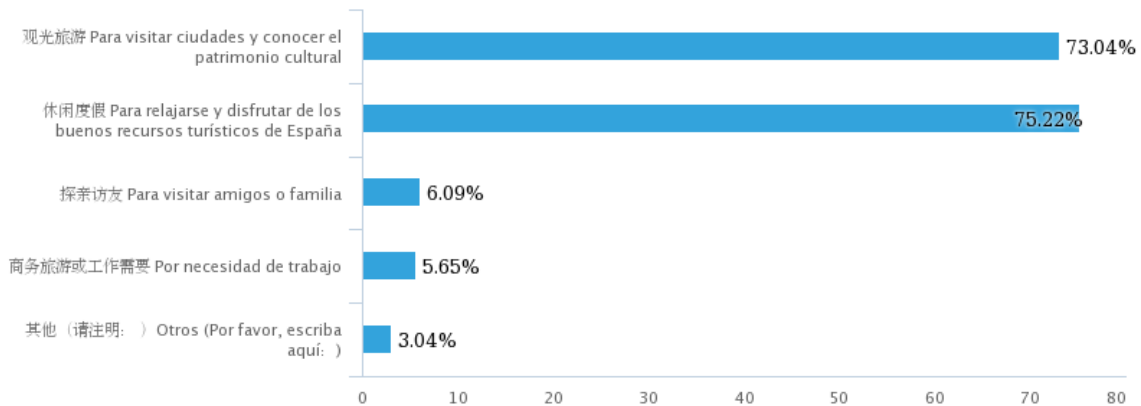
Fuente: Elaboración propia

Como hemos mencionado antes en el apartado 2.2, el sistema de vacaciones chino difiere significativamente del europeo. En China, los ciudadanos normalmente sólo disfrutan de un mes de vacaciones. Por lo tanto, para un viajero chino viajar entre 7 y 15 días ya constituye un viaje de media o larga duración.

Según el gráfico 4.2.14, a muchos viajeros chinos les gustaría hacer un viaje a España de larga duración puesto que la valoración de las opciones “de 4 a 7 días” y “de 8 a 15 día” ocupan mismo porcentaje: 43.04%. También hay gente que desea alargar el viaje más el tiempo: de 16 a 30 día (ocupa un 6,09%) y más de 31 días (3,91%). Por último, también un 3,91% de los viajeros chinos desean viajar a España menor de 3 días.

4.2.15 Si elige viajar a España, ¿cuál sería motivo de su viaje?

Gráfico 4.2.15 El motivo de viaje a España.



Fuente: *Elaboración propia*

Los motivos de la mayoría de los turistas chinos que desean viajar a España son: para visitar las ciudades y conocer el patrimonio cultural (ocupa un 73,04%) y relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España (75,22%). Hay que tener en cuenta que “para visitar amigos o familia”, “Por necesidad de trabajo” y “otros” ocupan un 6,09%, 5,65% y 3,04% respectivamente. La persona que eligió “otros”, tenía como motivos “intercambio”, “estudiar durante un corto periodo” y “visitar los paisajes mencionados en la novela de San Mao”.

4.2.16 ¿Qué imágenes/ideas tiene de España?

Gráfico 4.2.16 Las imágenes que tienen los turistas chinos sobre España



Fuente: *Elaboración propia*

En cuanto a las imágenes que ya tenían de España, un 65,22% y un 59,57% de los viajeros chinos piensan que "Tiene la playa y el sol muy bonito" y "Tiene muchos recursos históricos y culturales".

También un 49,13%, un 46,96% y un 43,91% tienen la imagen de "toros y flamenco", "buena gastronomía" y "mucho fiesta".

Además, hay viajeros chinos que también conocen las siguientes imágenes: "El fútbol, tenis y baloncesto tienen buena fama en el mundo" (ocupa un 39,57%), "Es famoso por su vino y aceite de oliva" (36,96%), "Es el hogar de Don Quijote y también es el origen de la novela de la escritora San Mao" (31,74%) y "Muchas películas y programas de televisión se realizan en o sobre España" (29,57%).

Por último, pocos turistas chinos (un 18,7%) saben que "Hay muchas marcas españolas famosas como LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO". Aquellos que han elegido "otros" también tienen una buena imagen de recuerdos de artesanía española.

4.2.17 Si tuviera la oportunidad a viajar a España, ¿qué recursos turísticos le interesa(n)?

Tabla 4.2.17 los recursos turísticos que interesan a los viajeros chinos que aún fueron a España.

Opciones	Subtotal	Porcentaje
选项	小计	比例
Recursos históricos y culturales (ej : Sagrada Familia a, Palacio Alhambra, Acueducto de Segovia)↵ 历史文化古迹 (如: 圣家堂、阿尔罕布拉宫、塞戈维亚水渠等)	162	70.43%
Recursos de museo (ej : Museo Nacional de Prado)↵ 博物馆 (如: 普拉多博物馆)	103	44.78%
Paisajes rurales (ej : Toledo)↵ 小镇的纯朴风光 (如: 托雷多古城)	169	73.48%
Recursos natural (ej : el sol y la playa o el lago y montaña)↵ 自然风光 (海滩阳光或湖泊山景)	179	77.83%
Los paisajes que sale programas de televisión o películas ↵ 电影电视中出现的景色 (如: 如: 《花样姐姐》、《非诚勿扰》等 真人秀节目和《午夜巴塞罗那》等电影)	48	20.87%
Buscar las rutas que sale en literatura o novela ↵ 寻找那些文学作品的足迹 (如: 《堂吉珂德》、《西班牙旅行笔记》、作家三毛的作品)	45	19.57%
Recursos gastronomía (ej : Paella, Tapas, Jamón)↵ 特色美食 (如: 海鲜饭, 塔帕斯, 西班牙火腿等)	149	64.78%
Recursos de artes escénicas (ej : Toros, El flamenco u otros conciertos y teatros)↵ 特色演出 (如: 斗牛、弗拉门戈舞蹈、音乐戏剧演出等)	109	47.39%
Recursos festivos (ej : Encierro, La Tomatina, Las Fallas etc.)↵ 特色节日 (如: 奔牛节、番茄节、法雅节、三王节、四月鲜花节等)	82	35.65%
Las competiciones deportivas (ej : futbol , tenis, motos etc.)↵ 观看体育比赛 (如: 足球赛、网球赛和摩托车赛等)	58	25.22%
Recursos de deporte extremo (ej : Paracaidismo, Esquí, Surf)↵ 体验极限运动 (如: 跳伞、滑雪、冲浪等等)	53	23.04%
Productos ecológicos (ej : Vino , Jamón, aceite de oliva)↵ 西班牙的特色生态产品 (如: 红酒、火腿、橄榄油)	71	30.87%
Marcas españolas (ej : LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO etc.)↵ 西班牙的特色品牌 (如: 罗意威、桃丝熊、ZARA、MANGO 等)	44	19.13%
Otros (Por favor, escriba aquí :)↵ 其他 (请注明:) [详细]	4	1.74%

Fuente: Elaboración propia

Según la Tabla 4.2.17, los turistas chinos tienen más interés en los "Recursos naturales" (ocupa un 77,83%), "Paisajes rurales" (73,48%), "Recursos históricos y rurales" (70,43%) y "Recursos gastronómicos" (64,78%).

Además, se muestran interesados por los "Recursos de artes escénicas" (47,39%), "Recursos de museos" (44,78%), "Recursos festivos" (35,65%) y además "Recursos ecológicos" (30,87%).

También a un 25,22%, 23,04% y 20,87% respectivamente le interesan "Las competiciones deportivas", "Recursos de deporte extremo" y "Los paisajes que sale en programas de televisión o películas".

Por último, a una menor cantidad de ellos le interesa "Buscar las rutas que aparecen en la literatura o novelas" (19,57%) y "Marcas españolas" (19,13%).

Es muy significativo que aquellos que han elegido "otros", muestran un elevado interés por los paisajes que aparecen en la serie coreana "The Legend of the

Blue Sea”. Se rodó parte en los alrededores de Barcelona, como por ejemplo, las imágenes en las fotografías 4.2.17 ^a y 4.2.17 ^b y varios encuestados desean conocer los lugares que aparecen en la serie.

Fotografía 4.2.17 ^a El paisaje que salen en “The Legend of the Blue Sea”



Fuente: Weibo-El Corte Inglés

<http://www.weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404048623116637104>

Fotografía 4.2.17^b Palau de la Muisca Catalana (uno de los escenarios elegidos en “The Legend of the Blue Sea”)



Fuente: Weibo-El Corte Inglés

<http://www.weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404048623116637104>

4.2.18 ¿Qué factores turísticos españoles le atraen más?

Para completar esta pregunta, los viajeros chinos deben puntuar cada factor turístico español de 0 (no tiene ninguna importancia) a 5 (Muy importante) según su experiencia de viaje en España.

Tabla 4.2.18 Los factores turísticos españoles que atraen más a los turistas chinos que aún no han viajado a España.

行标题 Los factores turísticos	平均值 Nota media
景点间的交通连接便利程度 El transporte es fácil llegar a cada lugar turístico	4.13 [详情]
西班牙人的友好程度 El nivel amistoso de los españoles	4.16 [详情]
社会治安 La seguridad de la sociedad	4.45 [详情]
中文介绍或讲解服务 Información turística en chino o servicios turísticos en chino	3.5 [详情]
旅游景点的知名度 El nivel famosos de los sitios turísticos	3.16 [详情]
旅游花销性价比 El nivel práctico para viajar a España	3.68 [详情]
适宜的气候 El clima agradable	3.86 [详情]
住宿环境及卫生 El ambiente e higiene del alojamiento	4.18 [详情]
所购买的产品质量 La calidad de los productos españoles	4.06 [详情]

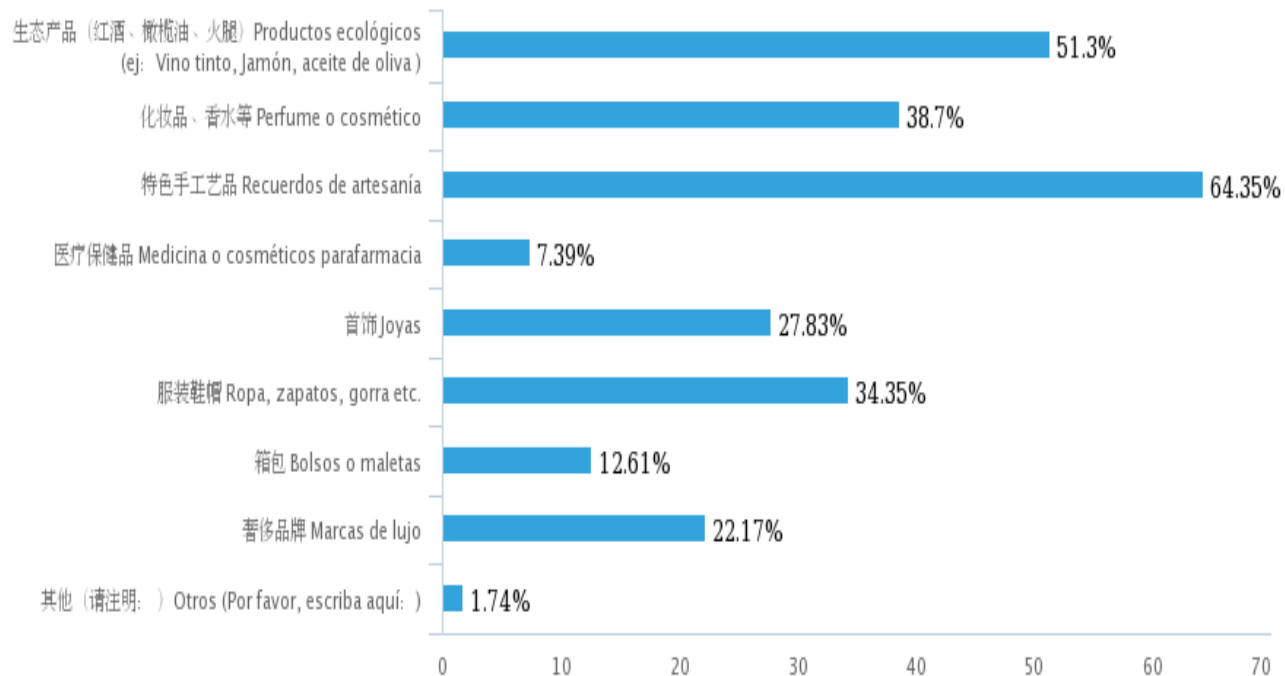
Fuente: Elaboración propia

Los factores que reciban las puntuaciones más altas, serán los más relevantes para los viajeros chinos. Según los datos de la tabla 4.2.18, destacan: “La seguridad de la sociedad” (4,45), “El ambiente y la higiene del alojamiento” (4,18), “El nivel amistoso de los españoles” (4,16), “El transporte, es fácil llegar a cada lugar turístico” (4,13), “La calidad de los productos españoles” (4,06).

Los factores considerados de menor importancia son: “El clima agradable” (3,86), “El nivel práctico para viajar a España” (3,68). “Información turística en chino o servicios turísticos en chino” (3,5) y “La fama de los sitios turísticos” (3,16).

4.2.19 Cuando viaje a España, ¿qué tipo de producto le gustaría comprar?

Gráfico 4.2.19 Qué tipo de productos españoles comprarían los viajeros chinos



Fuente: Elaboración propia

Es conocido por todo el mundo que a los viajeros chinos generalmente les gusta gastar su dinero en marcas de lujo. Sin embargo, según el gráfico 4.2.19, un 64,35% desea comprar recuerdos de artesanía y un 51,3% de ellos prefieren los productos ecológicos.

También es evidente que a un 38,7% les gusta comprar perfumes o cosméticos, un 34,35% prefiere comprar ropa, zapatos y gorras.

No obstante, no hay que menospreciar que un 27,83% y 22,17% de los turistas chinos emplearía su dinero en joyas y marcas de lujo, respectivamente.

Por último, poca gente compraría "Bolsos y maletas" (12,61%) y "Medicinas o cosméticos de parafarmacia" (7,39%). Los turistas que seleccionaron "otros", desearían comprar productos turísticos para visitar los alrededores de las ciudades y libros españoles de su interés.

4.2.20 Para desarrollar el turismo español, ¿podría proponer algún consejo o deseo?

Ha sido planteada como una pregunta opcional y, por tanto, recibió 61

respuestas. Los consejos o deseos expuestos han sido sintetizados en la siguiente tabla 4.2.20.

Tabla 4.2.20 Los consejos o deseos de los viajeros chinos que aún no han ido a España

Consejo o deseos	Subtotal	Porcentaje
Ampliar los medios para dar a conocer la información turística española al público chino	17	27,8%
De momento no tengo consejos o deseos	15	24,5%
Sería genial poder participar en las fiestas españolas	9	14,75%
Impulsar más rutas turísticas relacionadas con actividades lúdicas y culturales diferentes a las rutas turísticas comerciales	6	9,8%
Ampliar la información turística en chino o los servicios turísticos en chino	4	6,5%
Facilitar el proceso de tramitación del visado español	3	4,9%
Facilitar el transporte público para llegar cada lugar turístico	3	4,9%
Mejorar la situación de la seguridad Pública	2	3,2%
Abaratar el coste del viaje a España	2	3,2%

Fuente: Elaboración propia

Los consejos propuestos por los viajeros chinos que aún no han visitado España son muy variados, especialmente llamaron nuestra atención los siguientes aspectos:

- Primero, un 27,8% desean que el turismo español amplie los medios para dar a conocer la información turística española al público chino.
- Segundo, un 14,75% muestra su interés por participar en las festividades españolas.
- Tercero, un 9,8% de los turistas chinos desearían participar en rutas turísticas más divertidas, diferentes a las rutas turísticas comerciales.
- Cuarto, un 6,5% esperan que los monumentos, museos o las estaciones de transporte público tengan información o servicios turísticos en chino.

A continuación, nos disponemos a realizar una comparación de los gustos turísticos de los dos grupos de encuestados (Tabla 4.2)

Tabla 4.2 Comparación de los gustos turísticos de los turistas chinos que ya han ido a España y los que aún no han ido.

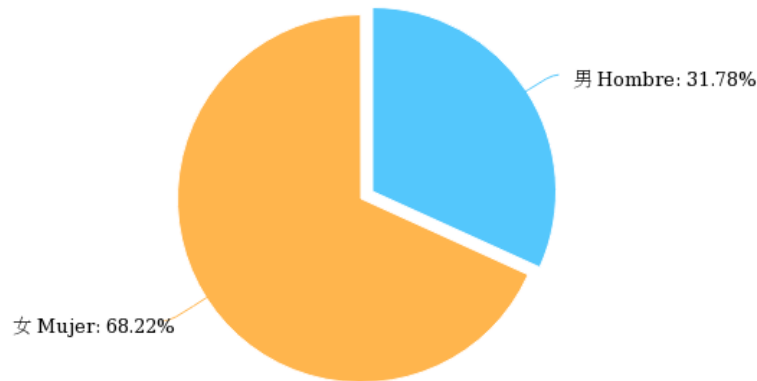
Los gustos turísticos	Turistas que ya visitaron España	Turistas potenciales
Las ciudades preferidas	Madrid, Barcelona, Sevilla, Granada	Madrid, Barcelona, Santiago de Compostela, Sevilla
Con quién prefieren viajar a España	Amigo, Familia, Solo	Amigo, Familia, Pareja
La duración del viaje	De 4 a 7 días De 8 a 15 días	De 4 a 7 días De 8 a 15 días
El motivo del viaje a España	Para visitar ciudades y conocer el patrimonio cultural Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España	Para visitar ciudades y conocer el patrimonio cultural Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España
Los recursos turísticos que han experimentado o desean experimentar	Recursos históricos y culturales Recursos gastronómicos Recursos naturales	Recursos naturales Recursos rurales Recursos históricos y culturales
Otros factores turísticos por los que muestran interés	Información turística o servicios turísticos en chino La seguridad de la sociedad La calidad de los productos españoles	La seguridad de la sociedad El ambiente y la higiene del alojamiento El transporte, es fácil llegar a cada lugar turístico

Fuente: Conclusión de elaboración propia

4.2.21 Sexo

A partir de esta pregunta se realiza la recolección de los datos personales de los encuestados

Gráfico 4.2.21 La distinción por sexo de los viajeros chinos

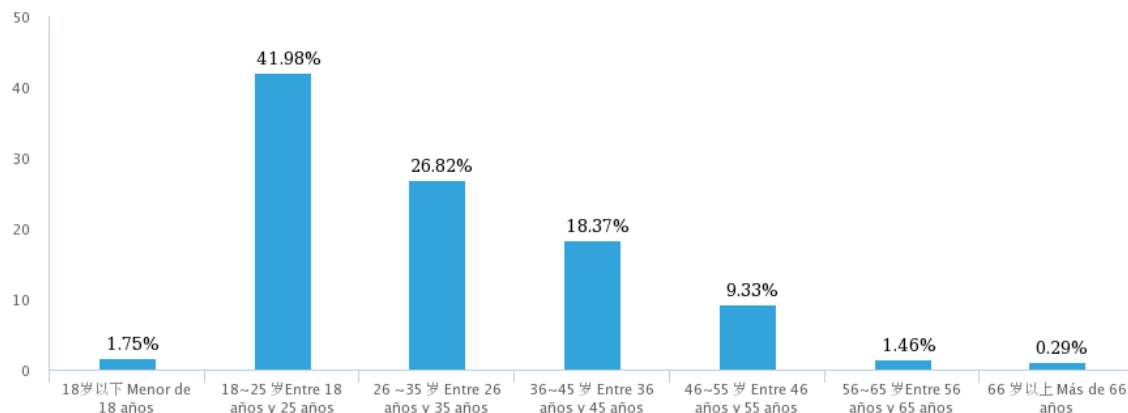


Fuente: Elaboración propia

Tal y como se presenta en el gráfico, las turistas chinas (68,22%) que han visitado o desean visitar España son un grupo más numeroso. Y sólo un 31,78% de los turistas son hombres.

4.2.22 Edad

Gráfico 4.2.22 la edad de los turistas chinos



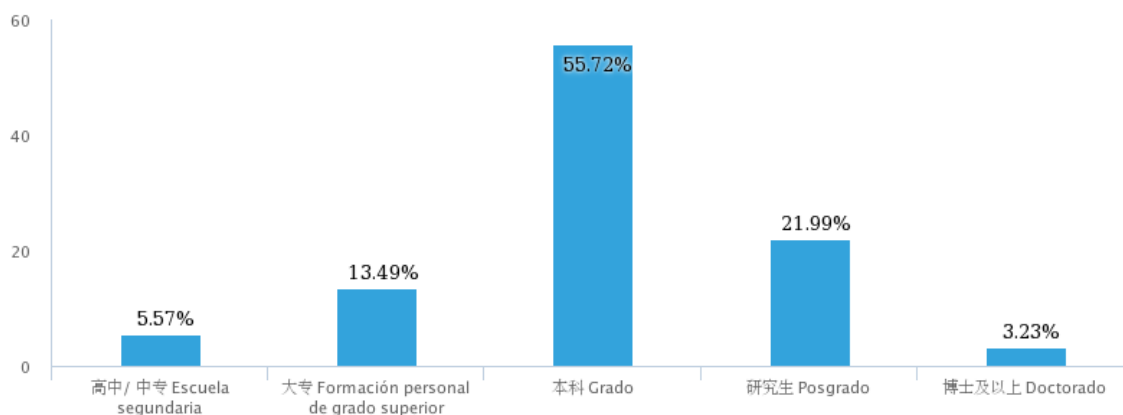
Fuente: Elaboración propia

Se observa en el gráfico 4.2.22 como un 41,98% de los turistas chinos tienen entre 18 y 25 años; un 26,82% de ellos, entre 26 y 35 años; el 18,37%, entre 36 y 45 años. Los turistas mayores ocupan un pequeño porcentaje: el 9,33% se sitúa entre los 46 y los 65 años; sólo un 1,46% de los turistas chinos, entre los 56 y 65 años; y un 0,29% tienen más de 66 años. Por último, no debemos olvidar que un 1,75% de los turistas chinos son menores de 18 años.

4.2.23 Título académico

El título académico refleja el nivel cultural y también está relacionado con la capa social a la que pertenecen los encuestados.

Gráfico 4.2.23 El título académico de los turistas chinos



Fuente: Elaboración propia

Apreciamos en el gráfico 4.2.23 que la mayoría de los turistas chinos han obtenido su título "Grado" (55,72%). Además, el 21,99% y 3,23% de ellos poseen título de "posgrado" y "doctorado" respectivamente, mientras que un 13,49% "han recibido formación profesional de grado superior". Sólo un 5,57 tienen el título de la "escuela secundaria". Es decir, la mayoría de los turistas chinos que ya han ido o quieren ir a España tienen un nivel cultural medio-alto.

4.2.24 ¿Dónde vive actualmente?

Tabla 4.2.24 De qué zona vienen los turistas chinos

Opciones	Subtotal	Porcentaje
Norte de China (Pekín, Tianjin, Hebei, Shanxi, Mongolia Interior)	235	68.31%
Noreste de China (Heilongjiang, Jilin, Liaoning)	9	2.62%
Este de China (Shanghai, Jiangsu, Zhejiang, Anhui, Jiangxi, Shandong, Fujian)	41	11.92%
Central de China (Henan, Hubei, Hunan)	7	2.03%
Sur de China (Cantón, Guangxi, Hainan)	13	3.78%
Noroeste de China (Shanxi, Gansu, Qinghai, Ningxia, Xinjiang)	5	1.45%
Suroeste de China (Sichuan, Guizhou, Yunnan, Chongqing, Tíbet)	13	3.78%
Región administrativa especial (Hong-Kong, Macao, Taiwán)	2	0.58%
Fuera de China (Por favor, escriba aquí :)	19	5.52%

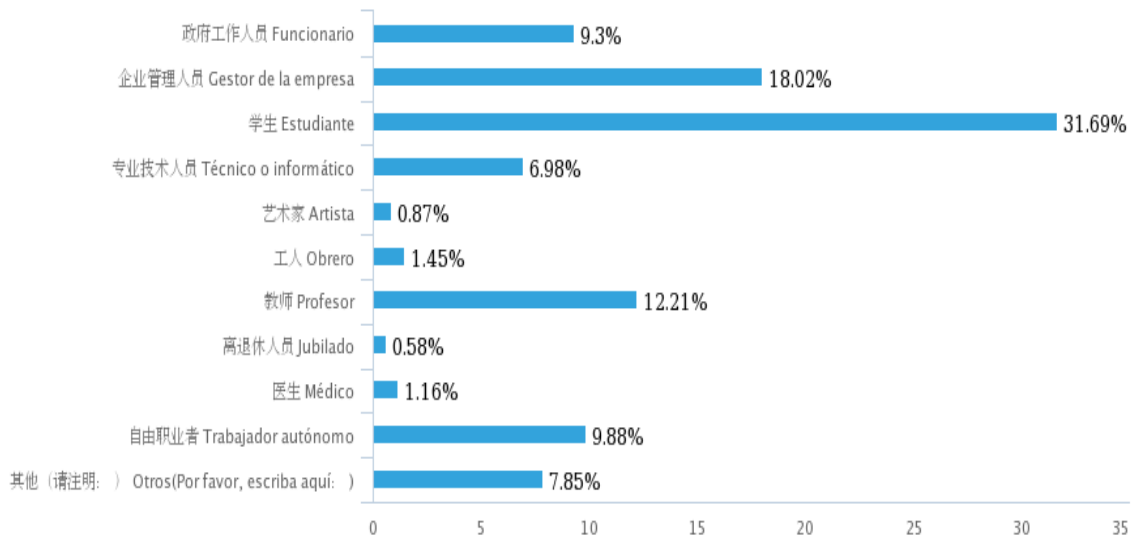
Fuente: *Elaboración propia*

Como hemos distribuido la mayoría de los cuestionarios en Pekín y, por tanto, es muy evidente que la mayoría de los turistas chinos vienen de Norte de China (68,31%). También se aprecia un número relativamente considerable de encuestados del este de China (11,92%). Además, no hay que descuidar el valor de aquellos turistas que residen fuera de China (5,52%), entre ellos hay 10 personas que viven dentro del Espacio de Schengen; 1, en Canadá; 1, en Perú y 3, en los Estados Unidos. Es evidente que el "Acquis de Schengen" ha facilitado mucho el proceso del viaje a España.

Por último, también cabe señalar que hay una menor cantidad de turistas chinos procedentes de las siguientes zonas: norte de China (2,62%), China central (2,03%), sur de China (3,78%), noroeste de China (1,45%), Suroeste de China (3,78%), Regiones Administrativas Especiales (0,58%).

4.2.25 ¿Cuál es su profesión?

Gráfico 4.2.25 La profesión de los turistas chinos



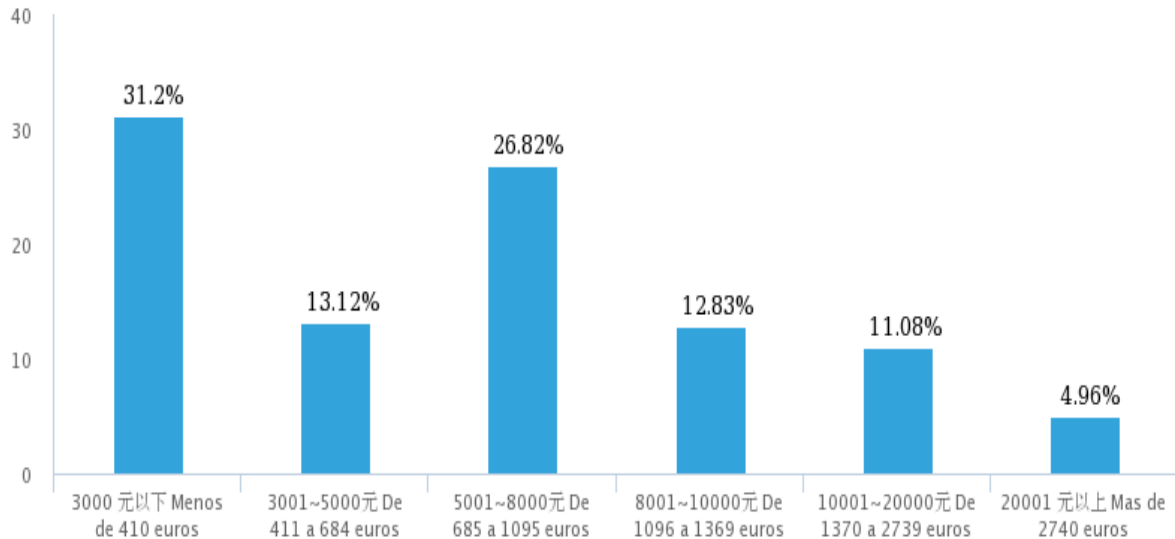
Fuente: Elaboración propia

Puesto que la mayoría de los cuestionarios han sido repartidos en universidades y centros académicos, como se puede apreciar en el gráfico 4.2.25 un 31,69% de los viajeros chinos son estudiantes; también hay un 18,02% de ellos que son gestores de empresa y un 12,21%, profesores. En menor medida, un 9,88% son trabajadores autónomos; un 9,3%, funcionarios y un 6,98%, técnicos o informáticos. Por último, hay una menor cantidad de turistas que trabajan como obreros (1,45%), médicos (1,16%), artistas (0,87%) o que están ya jubilados (0,58%).

4.2.26 Salario mensual

El salario es uno de los factores decisivos para los turistas chinos a la hora de elegir un producto turístico.

Gráfico 4.2.26 El salario de los viajeros chinos



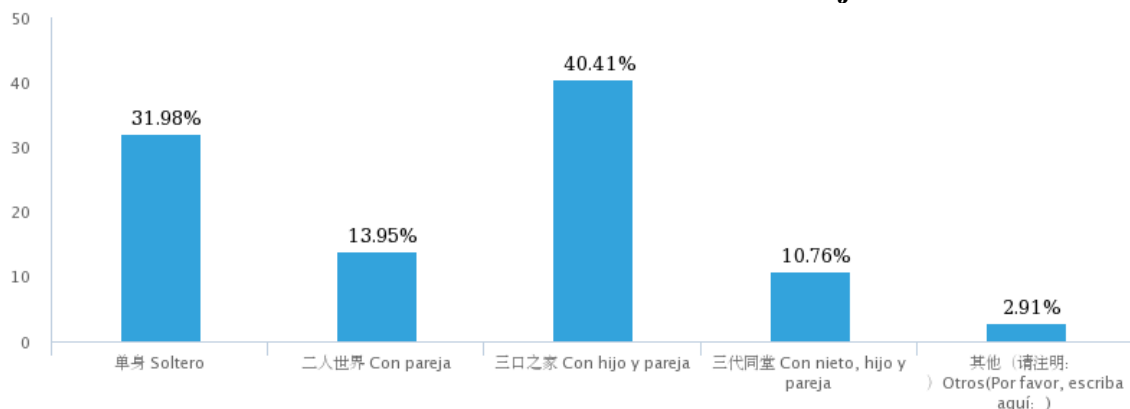
Fuente: Elaboración propia

En el gráfico parece evidente que un 31,2% de los turistas chinos reciben un sueldo inferior a 410 euros, puesto que la mayoría de los encuestados son estudiantes. Sin embargo, un 39,94% de ellos cuenta con un salario entre 411 y 1095 euros al mes. Y también debemos tener en cuenta que un 28,87% recibe un salario superior, entre 1096 y 2740 euros mensuales o más.

En resumen, excepto en el caso de los estudiantes, la mayoría de los viajeros chinos cuentan con un dinero flexible para viajar, es decir, pueden emplear una mayor cantidad de dinero dependiendo de sus necesidades y/o gustos.

4.2.27 La estructura familiar

Gráfico 4.2.27 La estructura de la familia de los viajeros chinos



Fuente: Elaboración propia

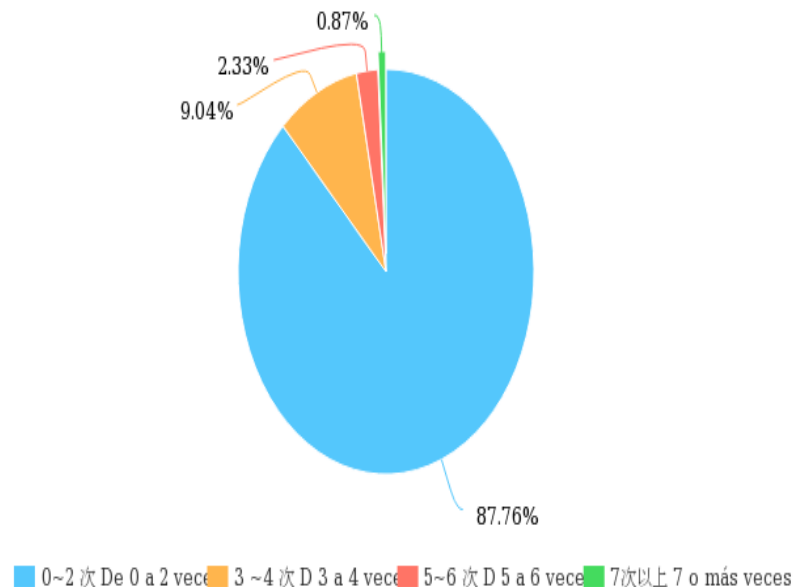
Según el gráfico 4.2.27, primero es evidente de que la estructura familiar de la mayoría de los turistas chinos está formada por un hijo y la pareja (40,41%). También hay una considerable cantidad de encuestados solteros (31,98%). Por lo tanto, estos datos explican la razón por la que los viajeros prefieren viajar con familia.

En segundo lugar, también un 13,95% de ellos tiene pareja. Es posible que este grupo eligiera la ruta turística más romántica.

Y en tercer lugar, un 10,76% de los viajeros realiza el viaje a España con su nieto, hijo y pareja. Normalmente, por motivos de salud o cuidar a la familia, etc. este grupo de gente no suele hacer viajes largos al extranjero.

4.2.28 ¿Cuántas veces viaja fuera de China al año?

Gráfico 4.2.28 Cuántas veces los turistas chinos viajan fuera de China al año



Fuente: Elaboración propia

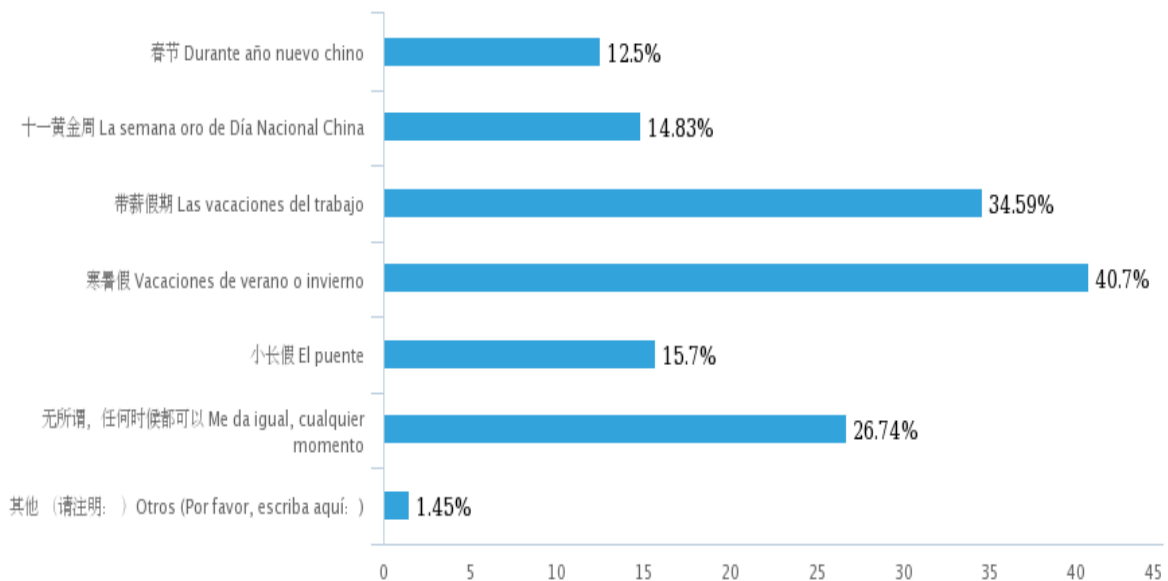
Aunque el 87,76% de los viajeros chinos sólo viaja al extranjero un máximo 2 veces al año, también hay una pequeña cantidad que viaja entre 3 y 4 veces al año (9,04%). Además, un 3,2% de los viajeros chinos viaja fuera de China más

de 5 veces.

Aquí debemos mencionar un error que se produjo en la elaboración de las preguntas del cuestionario. Establecimos la opción “de 0 a 2 veces” en lugar de separar esta en dos partes: primero, “nunca ha viajado fuera de china” y segundo, “ha viajado una o dos veces al año”. Sin embargo, sí que es verdad que la mayoría de los viajeros chinos que ha viajado a España, podemos presuponer que mínimo ha salido fuera de China una vez al año, y el resto es posible que no haya viajado fuera ninguna vez. Por lo tanto, como 301 encuestados han elegido la opción “de 0 a 2 veces” y 113 de los encuestados ya han visitado España, entonces podríamos inferir que un 44,18% de los viajeros chinos viajan fuera de China una o dos veces al año, mientras que un 55,81% no lo hacen.

4.2.29 ¿Normalmente en qué temporada prefiere hacer un viaje fuera de China?

Gráfico 4.2.29 La temporada alta para los turistas chinos que viajan fuera



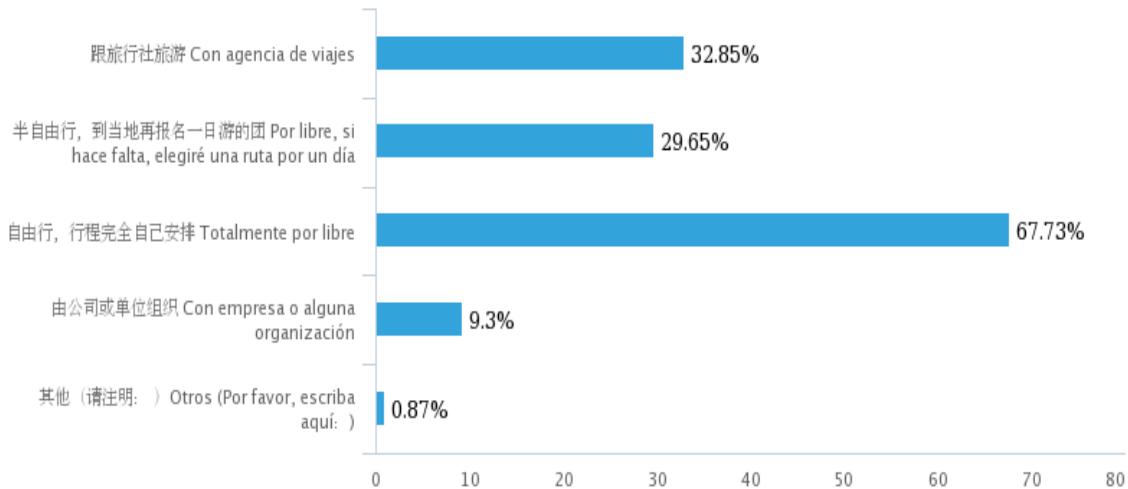
Fuente: *Elaboración propia*

Según el gráfico 4.2.29, la temporada alta para los viajeros chinos son las “Vacaciones de verano o invierno” (40,7%), “las vacaciones por el Día de los

Trabajadores” (34,59%) y “Cualquier momento cuando este libre” (26,74%). También hay una cantidad menor de viajeros a los que les gusta aprovechar “El puente” (5,7%), “La Semana de Oro por el Día Nacional de China” (14,83%) y “Durante el Año Nuevo Chino” (12,5%) para viajar fuera de China.

4.2.30 Si quiere viajar fuera de China, ¿qué forma elegiría?

Gráfico 4.2.30 La forma que los turistas chinos prefieren a la hora de viajar

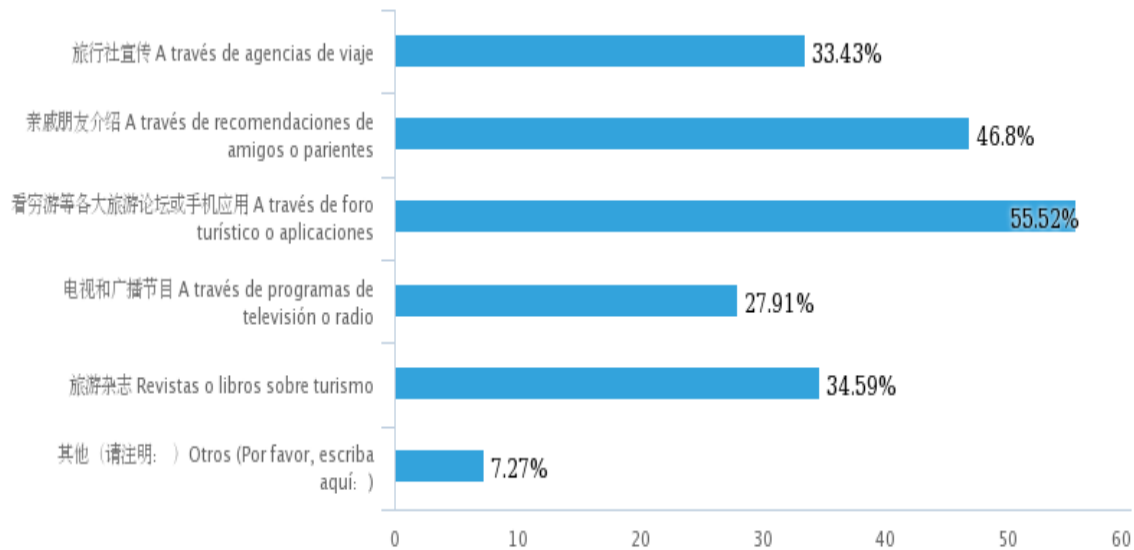


Fuente: Elaboración propia

Nos sorprende comprobar como en la actualidad hay una gran cantidad de turistas chinos que prefiere hacer un viaje al extranjero totalmente por libre (67,73%). También hay un 29,65% de ellos prefieren viajar por libre y si hace falta, elegirán una ruta por un día. Sin embargo, debemos también tener en cuenta que todavía hay un 32,85% de los viajeros chinos que prefieren viajar con agencia de viajes, mientras que un 9,3% de ellos viajan con la empresa o alguna organización.

4.2.31 ¿Qué forma suele utilizar para recibir información turística?

Gráfico 4.2.31 La manera utilizada por los viajeros chinos para recibir información turística



Fuente: Elaboración propia

El desarrollo de la tecnología nos ha facilitado mucho la vida. Actualmente, China cuenta con un foro turístico muy famoso llamado "Qiong You" (traducción: "viaje a la manera pobre"). En él, mucha gente deja sus consejos y comentarios sobre el viaje realizado, tanto dentro como fuera de China. Además, también ofrece distintos tipos de recomendaciones, desde gastronómicas hasta qué tipo de recuerdos comprar. Esta web es bastante popular entre los estudiantes. Por lo tanto, tal y como muestra el gráfico 4.2.31, hay una gran cantidad de turistas chinos que recibe información turística a través de foros turísticos o aplicaciones como WeChat, WeiBo y Qiong You (55,52%). También un grupo considerable de encuestados tiene en alta estima los comentarios de sus parientes. Por lo tanto, apreciamos que un 46,8% de ellos reciben información turística a través de recomendaciones de amigos o parientes.

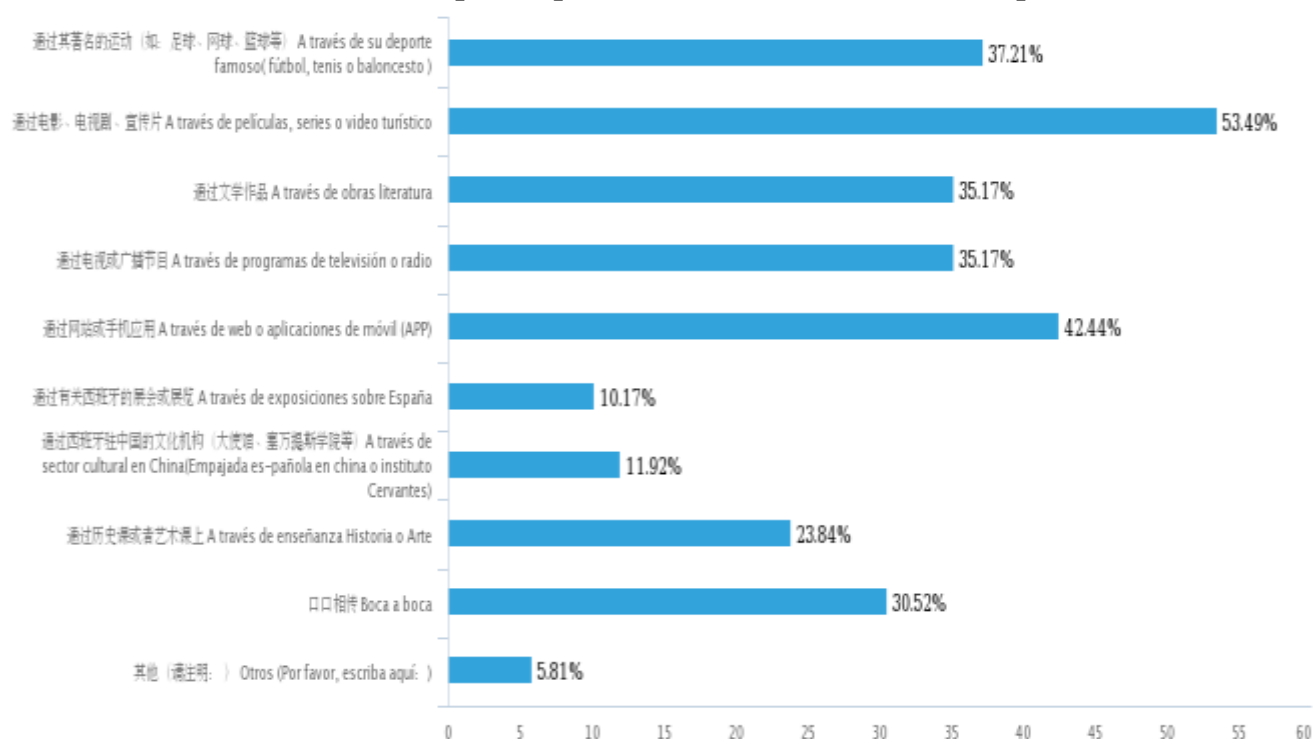
También los viajeros chinos reciben información turística a través de revistas o libros sobre turismo (34,59%) y agencias de viajes (33,43%).

Y, por último, los programas de televisión o radio también son formas empleadas para obtener información relevante (27,91%)

4.2.32 ¿Cómo ha recibido información sobre España?

Para realizar futuras campañas de promoción turística de España en el mercado chino, lo primero que tendremos que saber cómo reciben los turistas chinos información sobre España en este momento

Gráfico 4.2.32 El método empleado para recibir información sobre España



Fuente: Elaboración propia

Tal y como se muestra en el gráfico, los dos métodos más comúnmente empleados para recibir información sobre España son: "A través de películas, series o video turísticos" (53,49%) y "A través de programas de televisión o radio" (42,44%).

En segundo lugar, "A través de su deporte famoso (fútbol, tenis o baloncesto)" (37,21%), "A través de obras de literatura" (35,17%), "A través de programas de televisión o radio" (35,17%), "Boca a boca" (30,52%) también son los métodos a través de los que suelen recoger dicha información.

Y, por último, también pueden recibirla "A través de la enseñanza de la historia o el arte" (23,84%), "A través de sector cultural en China (Embajada Española en

China o Instituto Cervantes)” (11,92%) y “A través de exposiciones sobre España” (10,17%).

En resumen, las características de los viajeros chinos observadas en este estudio son las siguientes: la mayoría son estudiantes y gestores de empresa del norte de China, jóvenes entre 18 y 35 años que prefieren viajar a España durante las vacaciones del Día de los Trabajadores y las vacaciones de verano o invierno puesto que disponen de más tiempo.

Muchos de ellos viajan fuera de China entre 1 y 2 veces al año y normalmente, prefieren viajar solos o con familia, debido a las características de la estructura familiar china.

Con respecto a la forma de recibir información turística, prefieren realizar consultas a través de páginas web, foros turísticos, aplicaciones de móvil, redes sociales chinas y recomendaciones de sus amigos o parientes.

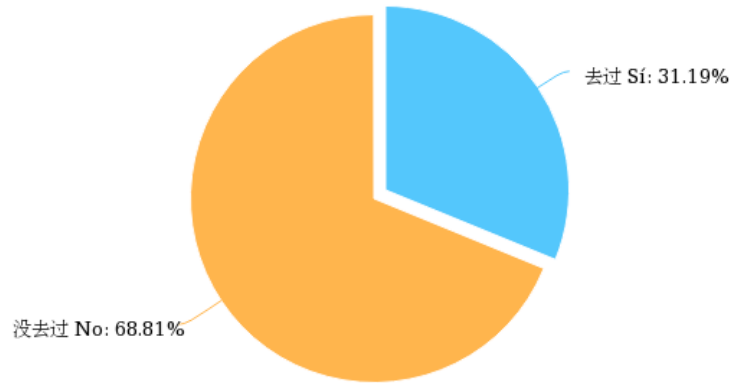
Y, por último, la mayoría de las ideas previas que tenían sobre España procedían de: Películas, series y programa de televisión donde aparecen paisajes españoles; vídeos turísticos; webs y aplicaciones de móvil; deportes famosos en España; obras de literatura y recomendaciones de los demás.

4.3 Análisis de datos cruzados—Especial para los turistas estudiantes.

Según los resultados anteriores, la mayoría de los encuestados fueron estudiantes. Por lo tanto, nos gustaría aprovechar dichos datos para conocer mejor sus gustos y diseñar productos turístico especiales para ellos.

4.3.1 ¿Usted ha viajado a España alguna vez?

Gráfico 4.3.1 El porcentaje de los estudiantes chinos que ya ha ido a España

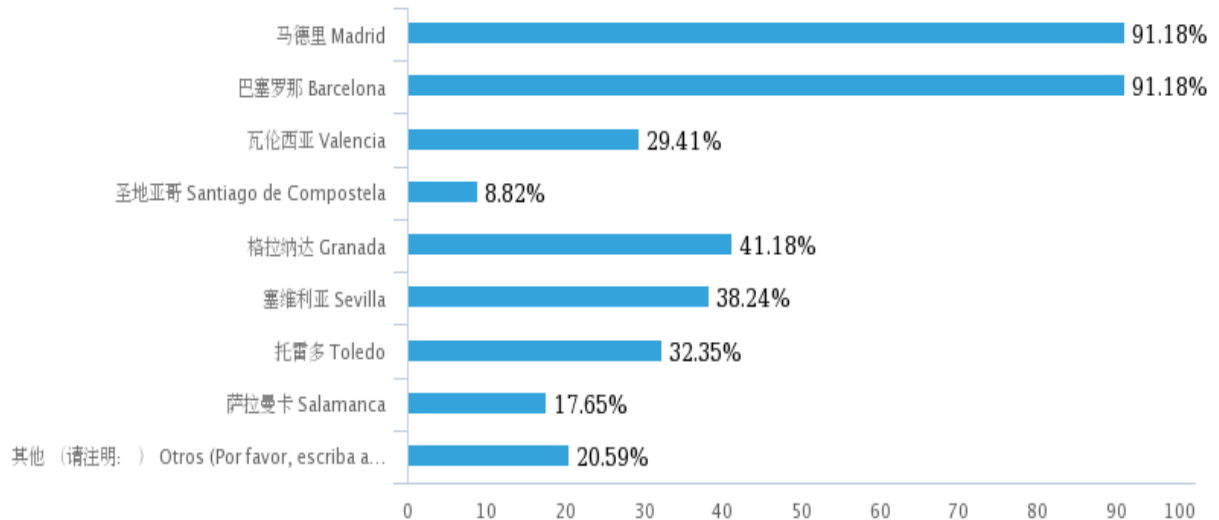


Fuente: Elaboración propia

En total, 109 estudiantes han completado el cuestionario. Entre ellos, un 31,19% que ya ha visitado España mientras que el 68,81% aún no ha ido.

4.3.2 ¿Cuáles son las ciudades a las que ha viajado?

Gráfico 4.3.2 Ciudades españolas visitadas por los estudiantes chinos



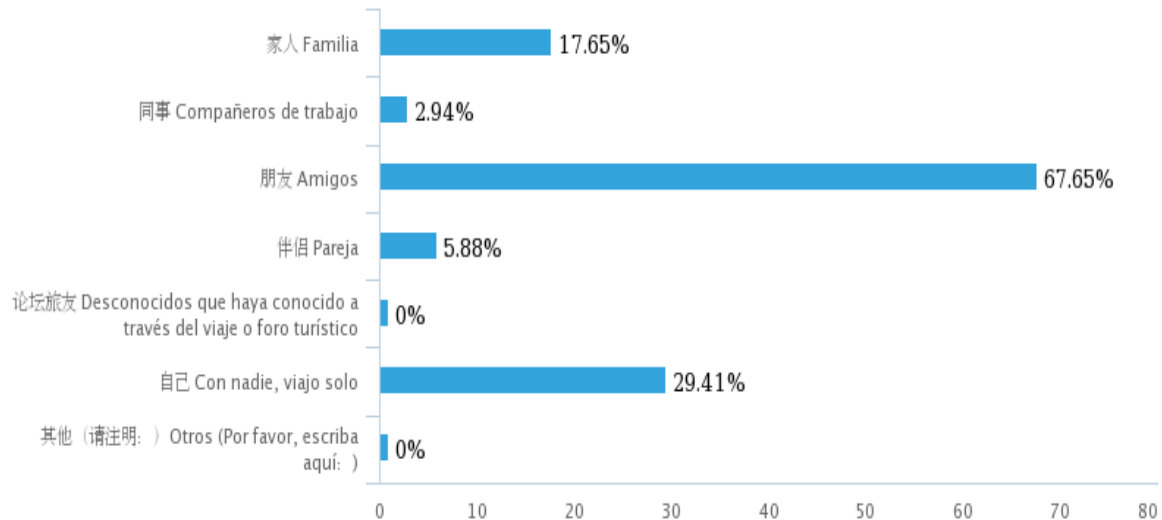
Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico 4.3.2, las ciudades más visitadas fueron: Madrid (91,18%), Barcelona (91,18%), Gramada (41,18%), Sevilla (38,24%) y Toledo (32,25%). Nos sorprende que relativamente pocos estudiantes chinos visitasen Valencia (29,41%), Salamanca (17,65%) y Santiago de Compostela (8,82%). Entre los estudiantes que eligieron "otros", hay 2 estudiantes que han viajado a Zaragoza

mientras que 2, han viajado a Córdoba; 1, a Málaga y 1, a Bilbao.

4.3.3 ¿Con quién ha viajado a España?

Gráfico 4.3.3 Con quién ha viajado a España el estudiante chino

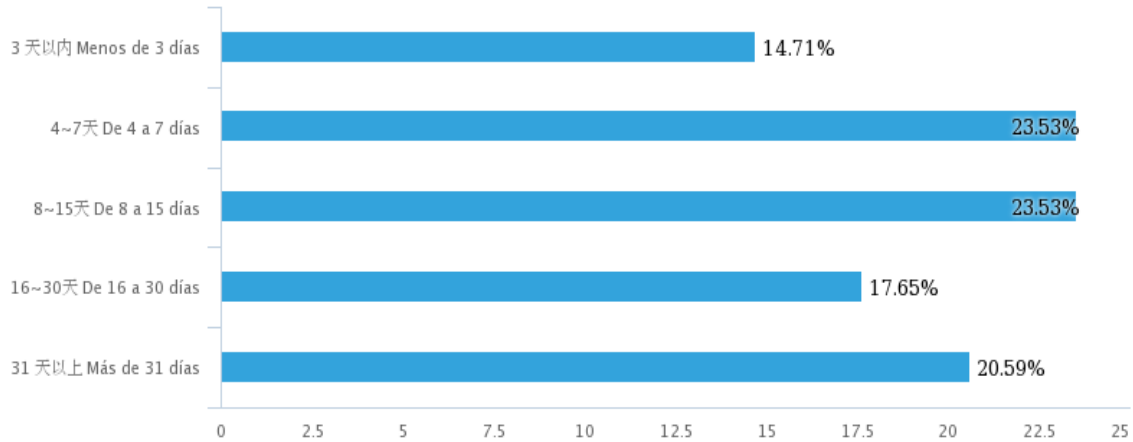


Fuente: *Elaboración propia*

Apreciamos en el gráfico 4.3.3 que un 67,65% de los estudiantes chinos quieren viajar con amigos mientras que un 29,41% de ellos prefieren viajar solos. Y tan solo un 17,65% de los estudiantes chinos prefieren viajar en familia. Por último, en menor medida los estudiantes chinos prefieren viajar con pareja (5,88%) o con compañeros de trabajo (2,94%).

4.3.4 ¿Cuánto tiempo ha durado su viaje a España?

Gráfico 4.3.4 la duración para los estudiantes chinos viaja a España

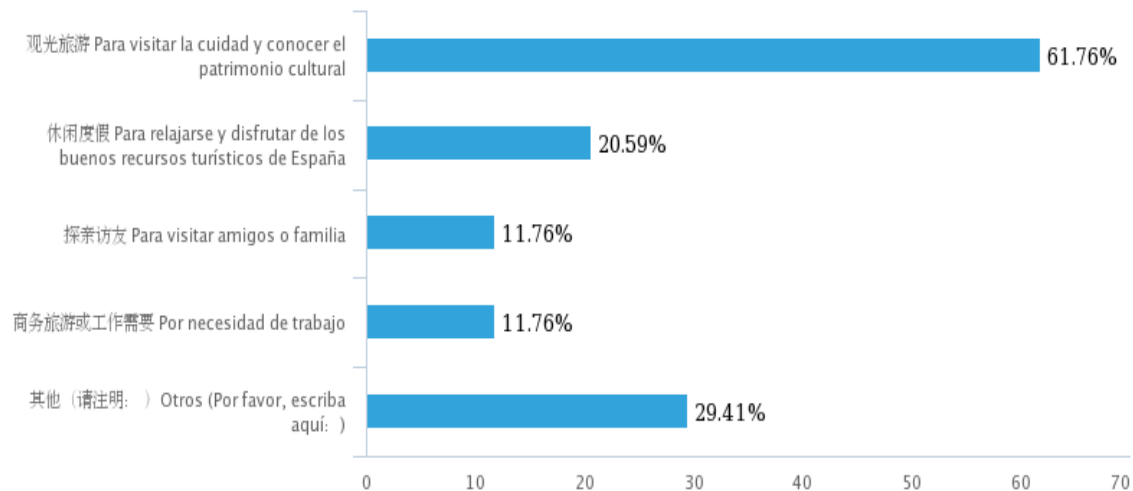


Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 4.3.4 apreciamos que el estudiante dispone de mayor flexibilidad y, por tanto, los valores en la gráfica no varían en gran medida. Sobre todo, con el mismo porcentaje encontramos aquellos viajes con una duración de 4 a 7 días y de 8 a 15 días (23,53%). Hay un 20,59% de ellos que han viajado más de 31 días y el 17,65% de los estudiantes han viajado de 16 a 31 días. Sólo hay un 14,71% que han viajado a España menos de 3 días.

4.3.5 El motivo de su viaje a España

Gráfico 4.3.5 El motivo del viaje a España para los estudiantes chinos



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico 4.3.5, es evidente que un 61,76% de los estudiantes chinos

viajan a España para visitar las ciudades y conocer el patrimonio cultural. Sin embargo, un 29,41% de ellos viajan por otras razones: ver un partido de fútbol o participar en un campamento de verano. También un 20,59% de los estudiantes dijeron viajar para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España.

Por último, los estudiantes que vinieron para visitar amigos o familia y por necesidades de trabajo obtuvieron el mismo valor: 11,76% y ocupan una menor cantidad.

4.3.6 ¿Que tipo de recursos turísticos españoles ha experimentado?

Tabla 4.3.6 los recursos turísticos españoles experimentados por los estudiantes chinos.

Opciones	Subtotal	Porcentaje
选项	小计	比例
Recursos históricos y culturales (ej : Sagrada Familia, Palacio Alhambra, Acueducto de Segovia) 历史文化古迹 (如: 圣家堂、阿尔罕布拉宫、塞戈维亚水渠等)	30	88.24%
Recursos de museo (ej : Museo Nacional de Prado) 博物馆 (如: 普拉多博物馆)	23	67.65%
Paisajes rurales (ej : Toledo) 小镇的纯朴风光 (如: 托雷多古城)	21	61.76%
Recursos natural (ej : el sol y la playa o el lago y montaña) 自然风光 (海滩阳光或湖泊山景)	23	67.65%
Los paisajes que sale en literatura, programas de televisión o películas 文学作品或电影电视中出现的景色 (如: 丝绸之路, 堂吉河德之路, 三毛之家等)	10	29.41%
Recursos gastronomía (ej : Paella, Tapas, Jamón) 特色美食 (如: 海鲜饭, 塔帕斯, 西班牙火腿等)	29	85.29%
Recursos de artes escénicas (ej : Toros. El flamenco u otros conciertos y teatros) 特色演出 (如: 斗牛、弗拉门戈舞蹈、音乐戏剧演出等)	16	47.06%
Recursos festivos (ej : Encierro, La Tomatina, Las Fallas etc.) 特色节日 (如: 奔牛节、番茄节、法雅节、三王节、四月鲜花节等)	8	23.53%
Las competiciones deportivas (ej : futbol , tenis, motos etc.) 观看体育比赛 (如: 足球赛、网球赛和摩托车赛等)	4	11.76%
Recursos de deporte extremo (ej : Paracaidismo, Esquí, Surf) 体验极限运动 (如: 跳伞、滑雪、冲浪等等)	0	0%
Productos ecológicos (ej : Vino , Jamón, aceite de oliva) 西班牙的特色生态产品 (如: 红酒、火腿、橄榄油)	19	55.88%
Marcas españolas (ej: LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO etc.) 西班牙的特色品牌 (如: 罗意威、桃丝熊、ZARA、MANGO 等)	23	67.65%
Otros (Por favor, escriba aquí :) 其他 (请注明:) [详细]	0	0%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 4.3.6, apreciamos en primer lugar, como los recursos gastronómicos e históricos son los recursos que atraen más estudiantes. Por lo tanto, ocupan

valores más altos: 85,29% y 88,24%.

En segundo lugar, los siguientes recursos también han sido experimentados por mayor cantidad de estudiantes: “recursos de museos” (67,65%), “recursos naturales” (67,65%), “Marca españolas” (67,65%), “paisajes rurales” (61,76%). “productos ecológicos” (55,88%) y “Recursos de artes escénicas” (47,06%).

Por último, los recursos menos populares entre los estudiantes fueron: “Los paisajes que salen en la literatura, programas de televisión o películas” (29,41%), “recursos festivos” (23,53%) y “las competiciones deportivas” (11,76%).

4.3.7 Sobre estos recursos turísticos, ¿cuáles son sus comentarios?

Tabla 4.3.7 comentarios de los estudiantes chinos que viajaron a España sobre los recursos turísticos

题目\选项	未体验过 No he experimentado	非常不满意 Muy descontento	不满意 Descontento	还可以 Más o menos contento	满意 Contento	非常满意 Muy contento	平均分
历史文化古迹 Recursos históricos y culturales	1(2.94%)	0(0%)	0(0%)	0(0%)	8(23.53%)	25(73.53%)	4.62
博物馆 Recursos de museo	6(17.65%)	0(0%)	0(0%)	1(2.94%)	8(23.53%)	19(55.88%)	3.82
小镇的纯朴风光 Paisajes rurales	4(11.76%)	0(0%)	0(0%)	3(8.82%)	6(17.65%)	21(61.76%)	4.06
自然风光 Recursos naturales	0(0%)	0(0%)	1(2.94%)	5(14.71%)	7(20.59%)	21(61.76%)	4.41
文学作品或电影电视中出现的景色 Los paisajes que salen en literatura, programas de televisión o películas	9(26.47%)	0(0%)	0(0%)	2(5.88%)	9(26.47%)	14(41.18%)	3.29
特色美食 Recursos gastronomía	1(2.94%)	0(0%)	0(0%)	3(8.82%)	11(32.35%)	19(55.88%)	4.35
特色演出 Recursos de artes escénicas	10(29.41%)	0(0%)	2(5.88%)	4(11.76%)	8(23.53%)	10(29.41%)	2.88
特色节日 Recursos festivos	10(29.41%)	0(0%)	0(0%)	4(11.76%)	11(32.35%)	9(26.47%)	2.97
观看体育比赛 Las competiciones deportivas	15(44.12%)	0(0%)	0(0%)	3(8.82%)	10(29.41%)	6(17.65%)	2.32
体验极限运动 Recursos de deporte extremo	18(52.94%)	0(0%)	1(2.94%)	3(8.82%)	8(23.53%)	4(11.76%)	1.85
西班牙的特色生态产品 Productos ecológicos	6(17.65%)	1(2.94%)	0(0%)	3(8.82%)	11(32.35%)	13(38.24%)	3.5
西班牙的特色品牌 Marcas españolas	3(8.82%)	1(2.94%)	0(0%)	3(8.82%)	14(41.18%)	13(38.24%)	3.85

Fuente: Elaboración propia

Para completar esta pregunta, los estudiantes chinos que han ido a España debían dejar una puntuación según su experiencia, desde 1 (Muy descontento) hasta 5 (Muy contento). Y en caso de no haberla experimentado, la puntuación debía ser 0.

Según la tabla 4.3.7, en primer lugar, encontramos que los cuatro factores que

tienen una puntuación media-alta son: “recursos históricos y culturales” (4,62), “recursos naturales” (4,41), “recursos gastronómicos” (4,35) y “Paisajes rurales” (4,06). Es decir, los estudiantes han mostrado su satisfacción al disfrutar de esos recursos turísticos.

En segundo lugar, los recursos turísticos por los cuales los estudiantes chinos han mostrado una satisfacción media son “marcas españolas” (3,85), “Recursos de museos” (3,82), “productos ecológicos” (3,50) y “Los paisajes que salen en la literatura, programas de televisión o películas” (3,29).

En tercer lugar, los que tienen puntuación media-baja son: “recursos festivos” (2,97), “recursos de artes escénicas” (2,88), “las competiciones deportivas” (2,32) y “recursos de deporte extremo” (1,85). Aunque estos recursos han obtenido una puntuación inferior no significa que el estudiante chino esté descontento, puede ser simplemente que la mayoría no experimentase aún estos recursos.

4.3.8 Sobre otros factores turísticos españoles, sus opiniones son :

Tabla 4.3.8 Comentarios sobre otros factores turísticos españoles observados por los estudiantes chinos que ya han viajado a España

行标题	Factores turísticos españoles	平均值	Nota media
景点间的交通连接便利程度	El transporte es fácil llegar a cada lugar turístico	4.35	[详情]
西班牙人的友好程度	El nivel amistoso de los españoles	4.32	[详情]
社会治安	La seguridad de la sociedad	3.76	[详情]
中文介绍或讲解服务	Información turística en chino o servicios turísticos en chino	2.76	[详情]
产品质量	La calidad de los productos españoles	4.06	[详情]
旅游花销性价比	El nivel práctico para viajar a España	4.29	[详情]
适宜的气候	El clima agradable	4.53	[详情]
住宿环境及卫生	El ambiente e higiene del alojamiento	4.24	[详情]

Fuente: Elaboración propia

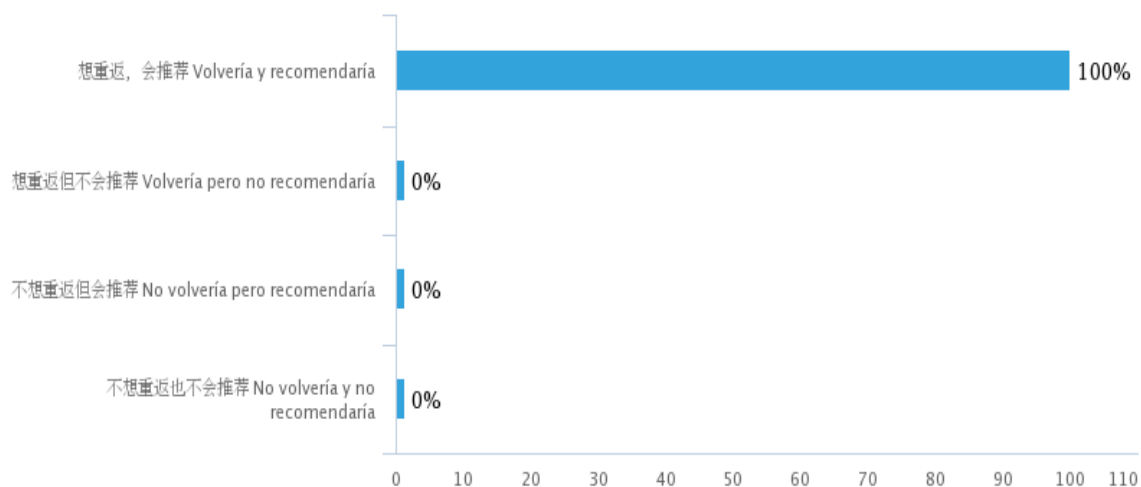
Esta pregunta es similar a la pregunta anterior, el estudiante chino que han viajado a España deja una puntuación para cada factor turístico español, de 0 (Muy descontento) a 5 (Muy contento) según su experiencia de viaje en España. Observando la tabla 4.3.8, comprobamos como la mayoría de los estudiantes están satisfechos con otros recursos turísticos como “El clima agradable” (4,53), “el transporte, es fácil llegar a cada lugar turístico” (4,35), “El nivel amistoso de

los españoles" (4,32), "el nivel práctico para viajar a España" (4,29), "el ambiente y la higiene del alojamiento" (4,24) y "la calidad de los productos españoles (4,06).

Sin embargo, hay dos factores que los estudiantes chinos han valorado menos positivamente: "La seguridad de la sociedad" (3,76) e "información turística o servicios turísticos en chino" (2,76). Por lo tanto, son dos factores donde deben proponerse mejoras.

4.3.9 ¿Con la experiencia de viaje a España que ha tenido, volvería a viajar a España otra vez? ¿Recomendaría viajar a España a los demás?

Gráfico 4.3.9 Respuesta de los estudiantes chinos sobre un nuevo viaje por España y si recomendarían España



Fuente: Elaboración propia

Se aprecia en el gráfico 4.3.9 que las respuestas de los estudiantes chinos son muy positivas porque de los 34 estudiantes que ha contestado esta pregunta, todo quieren volver a España y recomendarían a otras personas viajar a España. Estos valores sirven para demostrar que los estudiantes chinos han tenido una experiencia muy positiva durante su viaje a España y serán buenos promotores para la difusión de información turística sobre España.

4.3.10 ¿Por qué no recomendaría volver a viajar a España? Describe los motivos en pocas palabras.

Como la respuesta de la pregunta anterior fue siempre positiva, por tanto aquí no se obtuvo ninguna respuesta.

4.3.11 Para desarrollar el turismo español y servir mejor a los turistas chinos, ¿podría proponer algún consejo?

Se han recibido 34 respuestas para esta pregunta. Se ha elaborado la tabla 4.3.11. para ofrecer una visión más clara de los consejos obtenidos.

Tabla 4.3.11 Consejos de los estudiantes chinos para mejorar turismo español

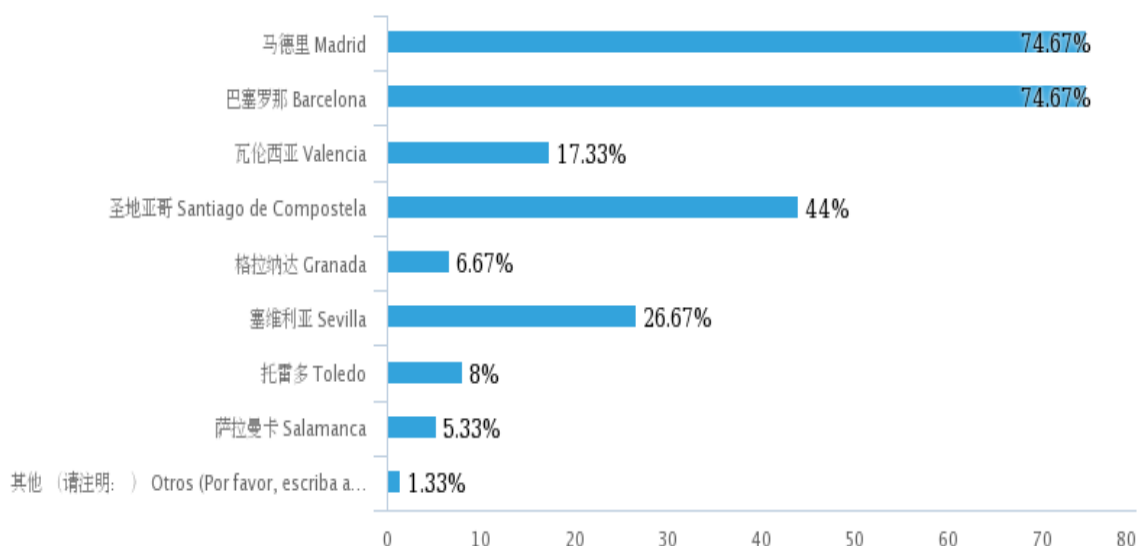
Consejo o deseos	Subtotal	Porcentaje
Añadir información turística o servicios turísticos en chino o inglés	12	35,2%
No hay nada más que mejorar	9	26,4%
Impulsar más rutas turísticas relacionadas con actividades lúdicas y culturales diferentes a las rutas turísticas comerciales	8	23,5%
Ofrecer más información sobre España al público chino (turismo, cultura, festivos, etc.). Hacer más promoción	3	8,8%
Mejorar la situación de la seguridad pública	1	2,9%
Facilitar el transporte público para llegar cada lugar turístico	1	2,9%

Fuente: Elaboración propia

Según la tabla 4.3.11, aunque sean estudiantes, la mayoría de ellos desean que la información turística o servicios turísticos sean más accesibles. Para ello, es imprescindible que haya más información en chino o inglés (35,2%). Además, un 23,5 % cree que sería útil impulsar rutas turísticas más divertidas y diferentes a las rutas turísticas comerciales. También un 8,8% piensa en la necesidad de ampliar las formas en que se promociona la información turística española al público chino. Por último, un 26,4% de ellos cree que de momento no hace falta mejorar nada más el turismo español.

4.3.12 ¿Cuáles son las ciudades que le interesaría visitar?

Gráfico 4.3.12 Ciudades que a los estudiantes chinos les interesarían visitar

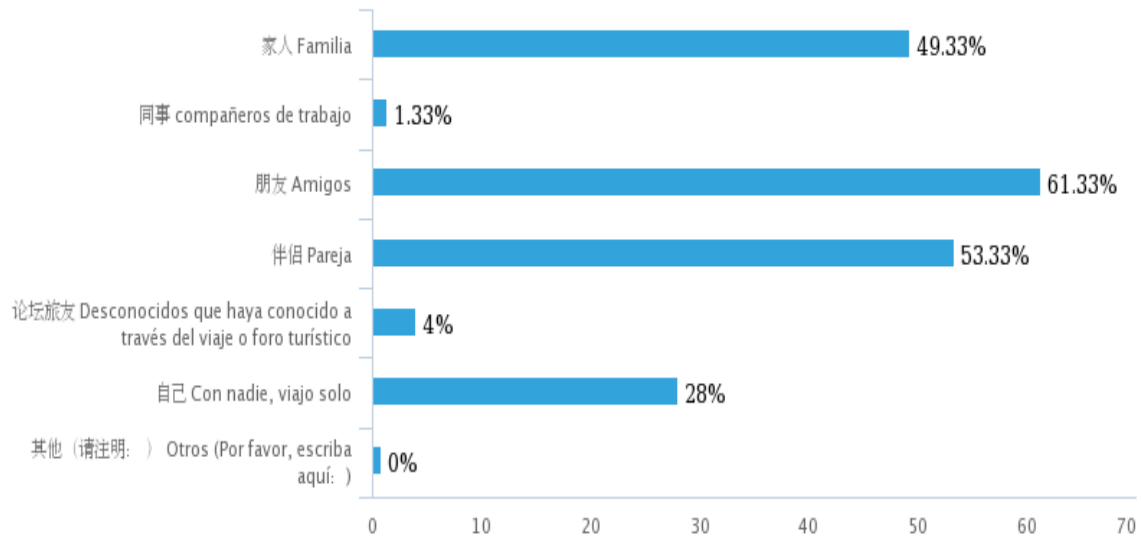


Fuente: Elaboración propia

Observamos en el gráfico 4.3.12 como las ciudades con mejor acogida entre los estudiantes chinos son: Madrid, Barcelona, Santiago de Compostela y Sevilla (74,67%, 74,67%, 44% y 26,67% respectivamente). Además, un 17,33% desea viajar a Valencia; un 8%, a Toledo; un 6,67%, a Granada y un 5,33%, a Salamanca.

4.3.13 ¿Con quién viajaría a España?

Gráfico 4.3.13 Con quién viajaría el estudiante chino a España

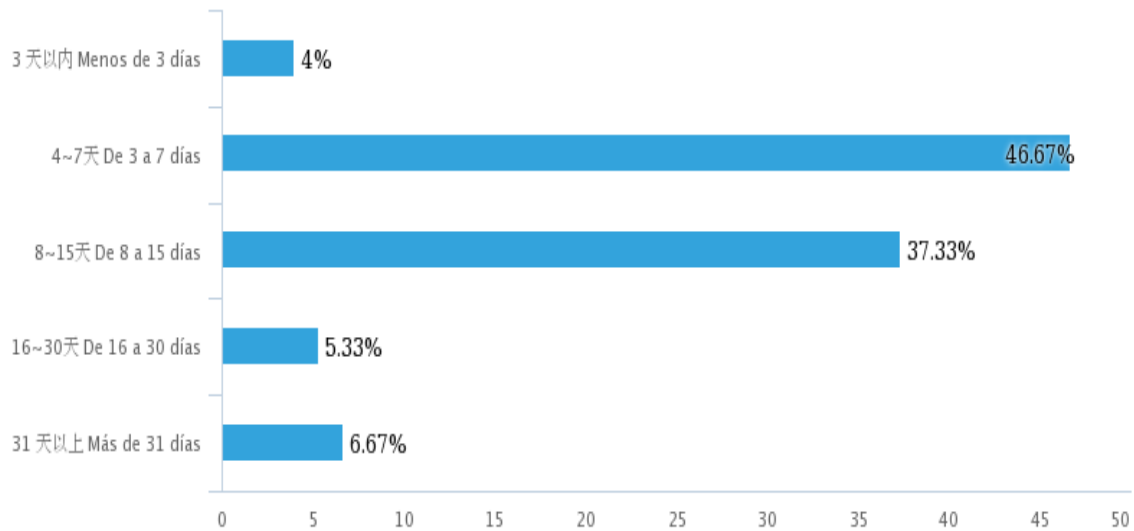


Fuente: Elaboración propia

Según los datos del gráfico 4.3.13, un 61,33% de los estudiantes chinos desea viajar con amigos, mientras que un 53,33% de ellos desea viajar con pareja y un 49,33% de ellos querría viajar en familia. Además, un 28% de los estudiantes chinos desea viajar solo. Sólo el 4% de ellos querría viajar con desconocidos que han conocido a través de otros viajes y un 1,33% que realizaría el viaje con un compañero de trabajo.

4.3.14 ¿Cuánto tiempo duraría su viaje a España?

Gráfico 4.3.14 La duración del viaje para los estudiantes chinos que desean ir a España

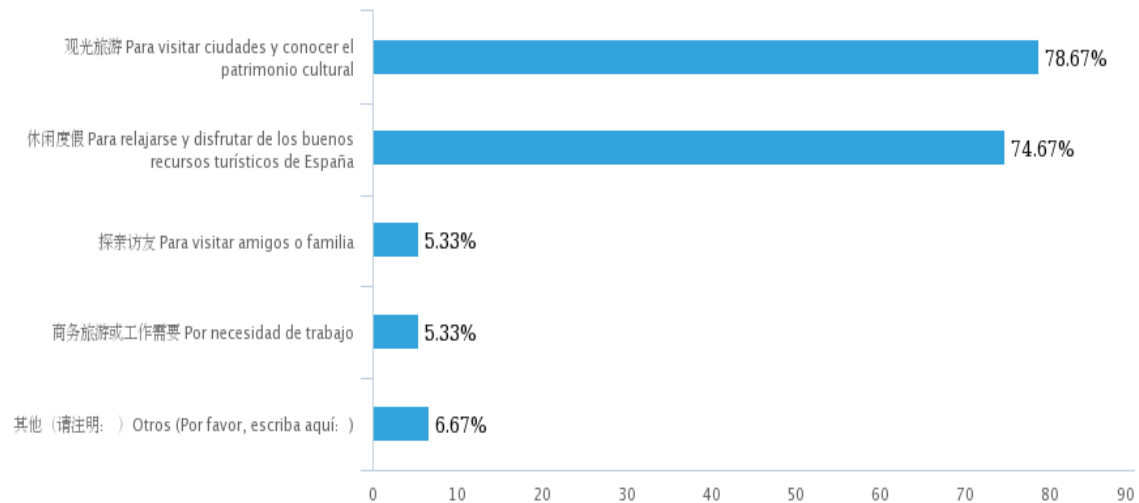


Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 4.3.14 podemos apreciar como la mayoría de los estudiantes chinos querría realizar un viaje de larga duración a España, puesto que un 46,67% de ellos desea viajar entre 3 y 7 días y además, un 37,33% viajaría de 8 a 15 días. El grupo de estudiantes que viajaría más de 16 día ocupa un 12%. Y también hay que tener en cuenta que sólo hay un 4% de los estudiantes chinos que consideran viajar menos de 3 días.

4.3.15 Si elige a viajar a España, ¿Cuál sería el motivo de su viaje a España?

Gráfico 4.3.15 Motivos para viajar a España de los estudiantes chinos que aún no han visitado el país.



Fuente: Elaboración propia

Según el gráfico 4.3.15, es evidente que los motivos de la mayoría de los estudiantes chinos que desean viajar a España son: visitar ciudades y conocer el patrimonio cultural (78,67%) y relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España (74,67%).

Además, debemos tener en consideración a aquellos estudiantes que desean visitar amigos o familia y también por las necesidades laborales, estos dos motivos cuentan con un 5,33%.

Por último, el 6,67% de los estudiantes chinos que desean viajar a España han elegido "otros" y los motivos expuestos son: "Para realizar estudios a corto plazo", "para participar en campamentos de verano" y "para visitar ferias o exposiciones de dibujos animados".

4.3.16 ¿Qué imágenes/ideas tiene de España?

Gráfico 4.3.16 Las imágenes que tienen los estudiantes chinos sobre España



Fuente: *Elaboración propia*

Tal y como observamos en el gráfico 4.3.16, los estudiantes chinos que desean viajar a España tienen las siguientes imágenes en común sobre España: "Tiene la playa y sol muy bonitos" (64%), "tienen muchos recursos históricos y culturales" (54,67%), "tiene una gastronomía muy rica, como: paella, tapas" (50,67%), "Es famosa por los toros y el flamenco" (46,67%), "tiene muchas fiestas" (45,33%). Además, un 36% conoce la fama de sus vinos y aceite de oliva; un 36% también han visto muchas películas y programas de televisión que se grabaron en España; un 34,67% son lectores de San Mao, conocen El Quijote, etc.; un 33,33% se consideran seguidores del fútbol, tenis y baloncesto; y también hay un 24% de ellos que conocen las marcas famosas españolas.

4.3.17 Si tuviera la oportunidad de viajar a España, ¿qué recursos turísticos le interesaría(n)?

Tabla 4.3.17 Los recursos turísticos españoles que interesarían a los estudiantes chinos

Opciones	Subtotal	Porcentaje
Recursos históricos y culturales (ej : Sagrada Familia a, Palacio Alhambra, Acueducto de Segovia)	52	69.33%
Recursos de museo (ej : Museo Nacional de Prado)	32	42.67%
Paisajes rurales (ej : Toledo)	51	68%
Recursos natural (ej : el sol y la playa o el lago y montaña)	54	72%
Los paisajes que sale programas de televisión o películas	14	18.67%
Buscar las rutas que sale en literatura o novela	15	20%
Recursos gastronomía (ej : Paella, Tapas, Jamón)	48	64%
Recursos de artes escénicas (ej : Toros, El flamenco u otros conciertos y teatros)	32	42.67%
Recursos festivos (ej : Encierro, La Tomatina, Las Fallas etc.)	28	37.33%
Las competiciones deportivas (ej : futbol , tenis, motos etc.)	16	21.33%
Recursos de deporte extremo (ej : Paracaidismo, Esquí, Surf)	26	34.67%
Productos ecológicos (ej : Vino , Jamón, aceite de oliva)	21	28%
Marcas españolas (ej : LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO etc.)	17	22.67%
Otros (Por favor, escriba aquí :)	3	4%

Fuente: Elaboración propia

Podemos ver en la tabla 4.3.17 como los recursos turísticos españoles más interesantes para los estudiantes chinos son: "Recursos natural" (72%) "Recursos históricos y culturales" (69,33%), "Paisajes rurales" (68%), "Recursos gastronómicos" (64%),

Además, también muestran su interés por "Recursos de artes escénicas" y "Recursos de museos", ambos con el mismo porcentaje (42,67%)

A continuación, también podemos apreciar como una pequeña cantidad está interesada en los "Recursos festivos" (37,33%), "Recursos de deporte extremo" (34,67%), "productos ecológicos" (28%), "marcas españolas" (22,67%), "Las competiciones deportivas" (21,33%), "Buscar las rutas que salen en la literatura o novelas" (20%) y "Visitar los paisajes que aparecen en programas de televisión o películas" (18,67%).

4.3.18 ¿Qué factores turísticos españoles le atraen más?

Tabla 4.3.18 Los factores turísticos españoles que atraen a más estudiantes chinos

Para completar esta pregunta, los estudiantes chinos debieron puntuar cada factor turístico entre 0 (no tiene ninguna importancia) hasta 5 (Muy importante) según su experiencia de viaje en España.

行标题 Los factores turísticos	平均值 Nota Media
景点间的交通连接便利程度 El transporte es fácil llegar a cada lugar turístico	4.16 [详情]
西班牙人的友好程度 El nivel amistoso de los españoles	4.27 [详情]
社会治安 La seguridad de la sociedad	4.52 [详情]
中文介绍或讲解服务 Información turística en chino o servicios turísticos en chino	3.43 [详情]
旅游景点的知名度 El nivel famosos de los sitios turísticos	2.92 [详情]
旅游花销性价比 El nivel práctico para viajar a España	3.88 [详情]
适宜的气候 El clima agradable	3.89 [详情]
住宿环境及卫生 El ambiente e higiene del alojamiento	4.33 [详情]
所购买的产品质量 La calidad de los productos españoles	4.05 [详情]

Fuente: Elaboración propia

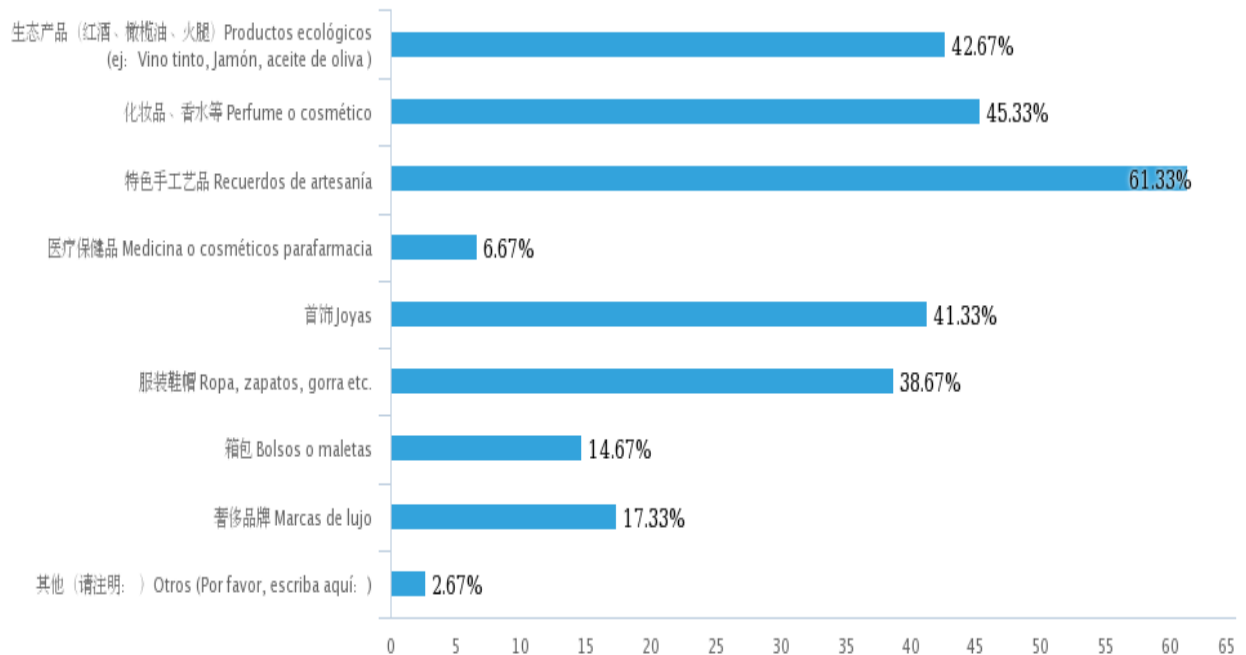
Aquellos factores que puntúen más alto, serán los mejor valorados por los turistas potenciales. Según la tabla 4.3.18, "La seguridad de la sociedad" (4,52), "El ambiente y la higiene del alojamiento" (4,33), "El nivel amistoso de los españoles" (4,27), "el transporte, es fácil llegar a cada lugar turístico" (4,16) y la calidad de los productos españoles (4,05).

Los factores menos relevantes son: "El clima agradable" (3,89), "El nivel práctico para viajar a España" (3,88). "Información turística o servicios turísticos en chino" (3,43) y "La fama de los sitios turísticos" (2,92).

En conclusión, parece ser que los estudiantes chinos que aún no han visitado España, valoran mucho la seguridad mientras que no consideran tan relevante que la fama de los lugares turísticos a visitar.

4.3.19 Cuando viaje a España, ¿qué tipo de producto le gustaría comprar?

Gráfico 4.3.19 Qué tipo de producto turísticos desearían comprar los estudiantes chinos



Fuente: Elaboración propia

Aunque está en nuestra mente colectiva que a los viajeros chinos les encanta comprar marcas de lujo, sin embargo, según el gráfico 4.3.19, los productos turísticos con mejor aceptación entre este grupo de estudiantes son: "Recuerdos de artesanía" (61,33%), "Perfume o cosméticos" (45,33%), "Productos ecológicos" (42,67%) "Joyas" (41,33%) y "Ropa, zapatos y gorras" (38,67%), Los productos por los cuales los estudiantes chinos sienten menor interés son: las "Marcas de lujo" (17,33%), "Bolsos o maletas" (14,67%) y "Medicina o cosméticos parafarmacia" (6,67%). Aquellos que eligieron la opción "otros", estaban interesados por libros y rutas turísticas para visitar los alrededores.

4.3.20 Para desarrollar el turismo español, ¿podría proponer algún consejo o deseo?

Los datos ofrecidos por los 14 estudiantes encuestados que han completado esta pregunta se presentan en la tabla 4.3.20

Tabla 4.3.20^a Consejos o deseos de los estudiantes chinos que aún no han ido a España

Consejo o deseos	Subtotal	Porcentaje
Ampliar los medios para dar a conocer la información turística española al público chino	7	50%
Tener información turística o servicios turísticos en chino	3	21,42%
Facilitar el proceso de tramitación del visado español	1	7,1%
Mejorar la situación de la seguridad pública	1	7,1%
Impulsar más rutas turísticas relacionadas con actividades lúdicas y culturales, diferentes a las rutas turísticas comerciales	1	7,1%
De momento no tengo consejos o deseos	1	7,1%

Fuente: Elaboración propia

Observamos que el 50% de estudiantes chinos desea que se amplíe los medios para dar a conocer la información turística española al público chino, puesto que todavía a mucha gente carece de la suficiente información turística sobre España. Un 21,42%, también piensa que sería útil facilitar información turística o servicios turísticos en chino. Además, también valorarían que se facilitase el proceso de tramitación del visado español, la mejora de seguridad pública y contar con unas rutas turísticas diferentes y divertidas.

Por el momento hemos analizado los gustos turísticos de los viajeros chinos en general y de los estudiantes chinos en particular. Para analizar si existen diferencias, se presenta la Tabla 4.3.20^b

Tabla 4.3.20^b Comparación de los gustos turísticos de los viajeros chinos y de los estudiantes chinos

Los gustos turísticos	Los turistas chinos que ya han visitado España	Los turistas chinos que aún no han ido	Los estudiantes chinos que ya han visitado España	Los estudiantes chinos que aún no han ido
Las ciudades preferidas	Madrid, Barcelona Sevilla, Granada	Madrid, Barcelona Santiago de Compostela, Sevilla	Madrid, Barcelona Granada, Sevilla	Madrid, Barcelona Sevilla, Valencia
Con quién prefieren viajar a España	Amigo, Familia Solo	Amigo, Familia Pareja	Amigo, Solo	Amigo, Familia Pareja
La duración del viaje	De 4 a 7 días De 8 a 15 días	De 4 a 7 días De 8 a 15 días	De 4 a 7 días De 8 a 15 días	De 4 a 7 días De 8 a 15 días
El motivo del viaje a España	Para visitar ciudades y conocer el patrimonio cultural Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España	Para visitar ciudades y conocer el patrimonio cultural Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España	Para visitar ciudades y conocer el patrimonio cultural Para realizar estudios a corto plazo	Para visitar ciudades y conocer el patrimonio cultural Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España
Los recursos turísticos que han experimentado o desean experimentar	Recursos históricos y culturales Recursos gastronómicos Recursos naturales	Recursos naturales Recursos rurales Recursos históricos y culturales	Recursos históricos y culturales Recursos gastronómicos Recursos naturales	Recursos naturales Recursos históricos y culturales Recursos rurales
Otros factores turísticos importantes	Información en chino o servicios turísticos en chino La seguridad de la sociedad La calidad de los productos españoles	La seguridad de la sociedad El ambiente y la higiene del alojamiento El transporte, es fácil llegar a cada lugar turístico	Información en chino o servicios turísticos en chino La seguridad de la sociedad La calidad de los productos españoles	La seguridad de la sociedad El ambiente y la higiene del alojamiento El nivel amistoso de los españoles

Fuente: Conclusión de elaboración propia

A partir del análisis de los datos contenidos en la tabla 4.3.20^b sobre los gustos turísticos consideramos de interés los siguientes resultados:

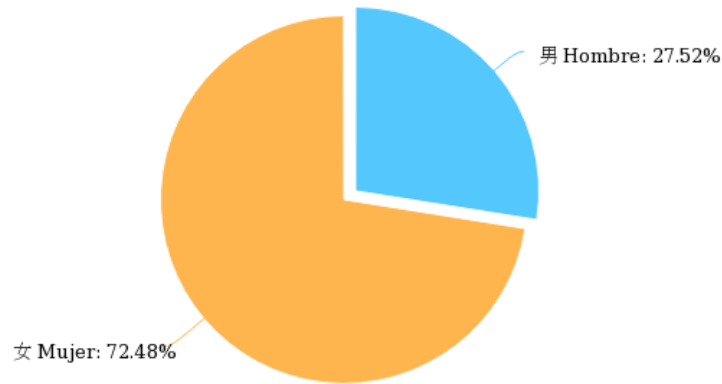
- Las ciudades más visitadas o que desearían visitar son: Madrid, Barcelona y

Sevilla

- Los compañeros de viaje más solicitados son: amigo/s, familia o pareja, aunque también el turista viaja en solitario. Podemos observar como aquellos turistas que ya han visitado España, vinieron con amigos o viajaron solos, mientras que para aquellos que aún no visitaron el país, el compañero de viaje deseado suele ser un amigo, la familia o la pareja. Es decir, cuando planean un viaje, suelen pensar en un viaje romántico o en un ambiente familiar. Sin embargo, a la hora de realizarlo, posiblemente porque es complicado hacer coincidir los calendarios, etc. al final suelen viajar con un amigo o en solitario.
- La duración del viaje suele ser media-larga o larga, es decir, de 4 a 7 días o de 8 a 15 días.
- Los motivos del viaje a España suelen ser "para visitar la ciudad y conocer el patrimonio cultural" y "para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos".
- En cuanto a los recursos turísticos de España, los que reciben mejor acogida son: recursos históricos y culturales, recursos gastronómicos, recursos naturales y recursos rurales. Nos sorprende comprobar como los museos no han sido tan bien valorados como esperábamos tanto por los turistas en general como por los estudiantes chinos.
- Respecto a los demás factores turísticos, los turistas chinos en general y los estudiantes chinos que ya han ido a España, consideran urgente mejorar los siguientes tres factores: "información turística o servicios turísticos en chino", "la seguridad de la sociedad" y "la calidad de los productos españoles". Por otro lado, aquellos que desean visitar España muestran su preocupación por "la seguridad de la sociedad", "el ambiente y la higiene del alojamiento", "el transporte, es fácil llegar a lugar turísticos" y "el nivel amistoso de los españoles".

4.3.21 Su sexo

Gráfico 4.3.21 La distinción por sexo de los estudiantes chinos

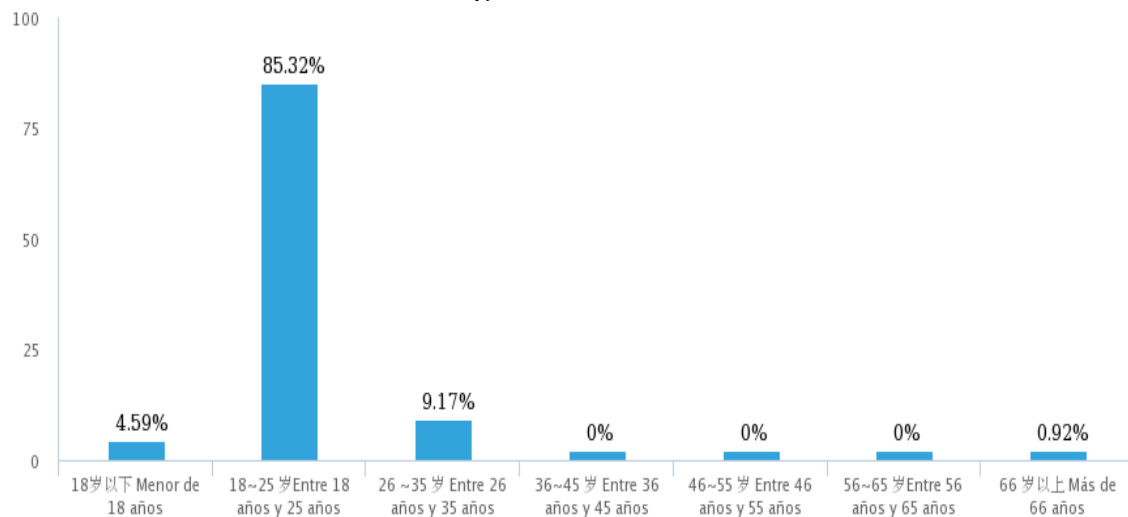


Fuente: elaboración propia

Según el gráfico 4.3.21, observamos que hay más estudiantes encuestadas (72,48 %) que encuestados (27,52%) que han viajado o desean viajar a España

4.3.22 Edad

Gráfico 4.3.22 El rango de edad de los estudiantes chinos



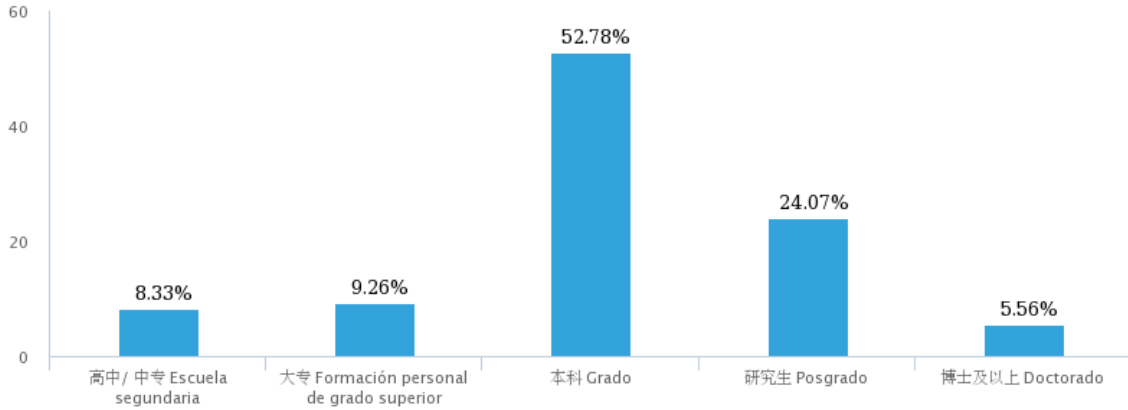
Fuente: elaboración propia

En el gráfico 4.3.22 apreciamos como la mayoría de los estudiantes chinos encuestados están dentro del rango de edad comprendido entre los 18 y 25 años (85,32%), mientras que un 9,17%, entre los 26 y 35 años. También el 4,59% de

ellos son menores de 18 años. Es decir, la mayoría de los estudiantes son muy jóvenes, con edades comprendidas entre los 18 y 35 años.

4.3.23 Título académico

Gráfico 4.3.23 El título académico que tiene los estudiantes chinos



Fuente: elaboración propia

En el gráfico 4.3.23 se evidencia como el 52,78% de los estudiantes ya han obtenido el título de grados; un 24,07%, son posgrados; e incluso hay un 5,56%, de doctorados. Sin embargo, también un 9,26% de los estudiantes tienen un título de "Formación profesional de grado superior" y el 8,33% han completado la "Escuela Secundaria".

En resumen, la mayoría de los estudiantes chinos poseen una titulación académica bastante alta.

4.3.24 ¿Dónde vive actualmente?

Tabla 4.3.24 La residencia actual de los estudiantes chinos

Opciones	Subtotal	Porcentaje
选项	小计	比例
Norte de China (Pekín, Tianjin, Hebei, Shanxi, Mongolia Interior) 华北地区 (北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古自治区)	71	65.14%
Noreste de China (Heilongjiang, Jilin, Liaoning) 东北地区 (黑龙江省、吉林省、辽宁省)	1	0.92%
Este de China (Shanghai, Jiangsu, Zhejiang, Anhui, Jiangxi, Shandong, Fujian) 华东地区 (上海市、江苏省、浙江省、安徽省、江西省、山东省、福建省)	13	11.93%
Central de China (Henan, Hubei, Hunan) 中部地区 (河南省、湖北省、湖南省)	2	1.83%
Sur de China (Cantón, Guangxi, Hainan) 华南地区 (广东省、广西壮族自治区、海南省)	6	5.5%
Noroeste de China (Shanxi, Gansu, Qinghai, Ningxia, Xinjiang) 西北地区 (陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区)	1	0.92%
Suroeste de China (Sichuan, Guizhou, Yunnan, Chongqing, Tibet) 西南地区 (四川省、贵州省、云南省、重庆市、西藏自治区)	3	2.75%
Región administrativa especial (Hong-Kong, Macao, Taiwán) 港澳台地区	1	0.92%
Fuera de China (Por favor, escriba aquí :) 境外 (请注明:) [详细]	11	10.09%

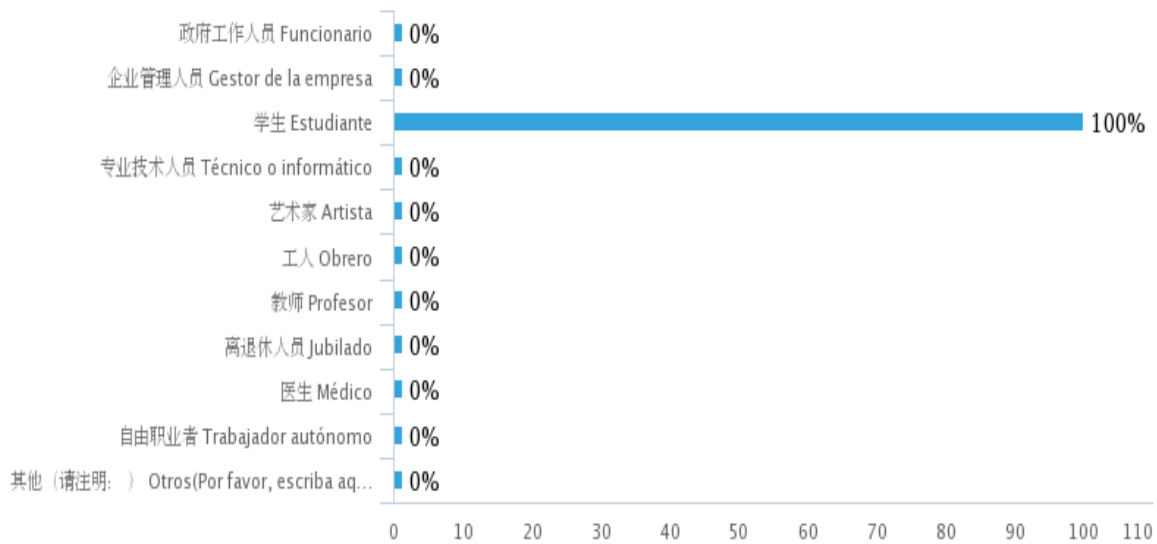
Fuente: elaboración propia

En la tabla 4.3.24 apreciamos como la mayoría de los estudiantes, un 65,14%, son de Norte de China, aunque también un 11,93% de ellos procede del este de China. Además, un 10,09% de ellos vive fuera de China.

Sin embargo, también una pequeña cantidad de estudiantes viene de sur de China (5,5%), el suroeste de China (2,75%), China central (1,83%), alguna Región Administrativa Especial (0,92%), noroeste de China (0,92%) y noreste de China (0,92%).

4.3.25 ¿Cuál es su profesión?

Gráfico 4.3.25 La profesión de los estudiantes

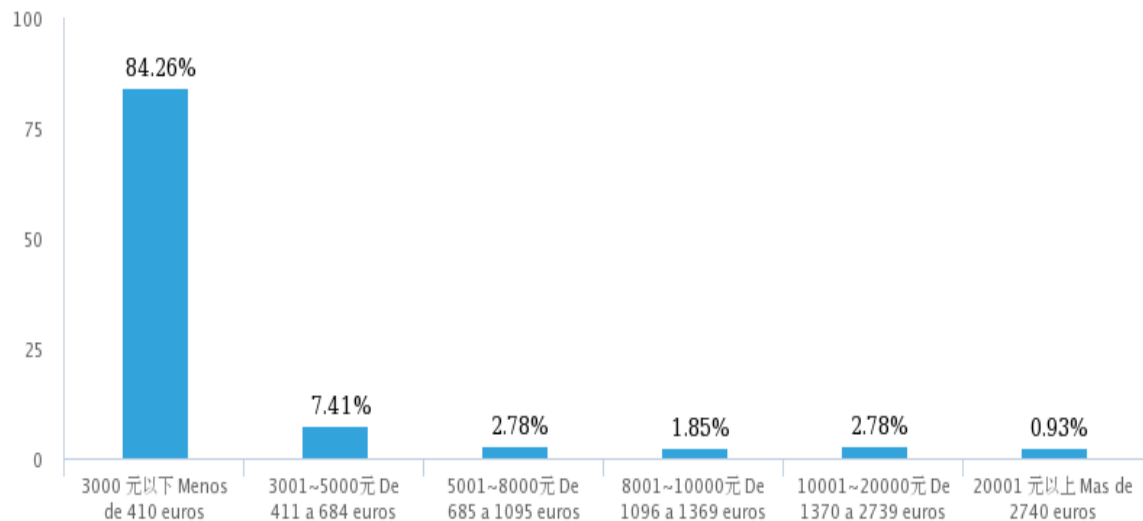


Fuente: elaboración propia

La ocupación de este grupo presenta un valor único: Estudiantes 100%

4.3.26 Salario mensual

Gráfico 4.3.26 Salario mensual de los estudiantes chinos



Fuente: elaboración propia

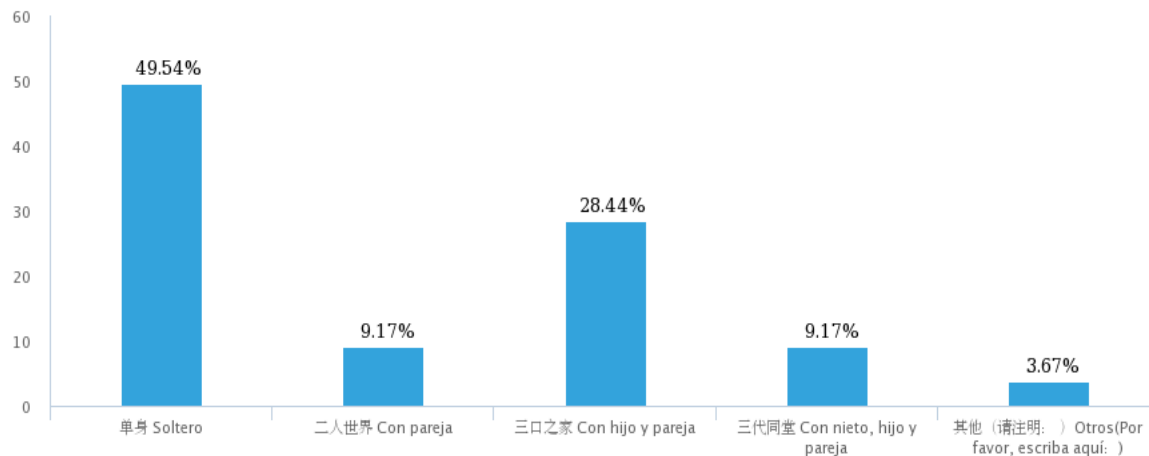
Los estudiantes se dedican por completo a sus estudios y suelen depender económicamente de sus familias, por lo tanto, no suelen tener una asignación muy alta.

Según el gráfico 4.3.26, un 84,26% de ellos cuentan con una asignación mensual

inferior a 410 euros; un 7,41%, dispone de un salario mensual entre 411 y 684 euros. Sólo un 2,78% de los estudiantes cuenta con un salario mensual entre 685 y 1095 euros; un 1,85%, entre 1096 y 1369 euros; un 2,78% , entre 1370 y 2739 euros; y una parte muy pequeña, un 0,93%, recibe más de 2740 euros al mes.

4.3.27 La estructura familiar

Gráfico 4.3.27 la estructura de la familia de los estudiantes chinos

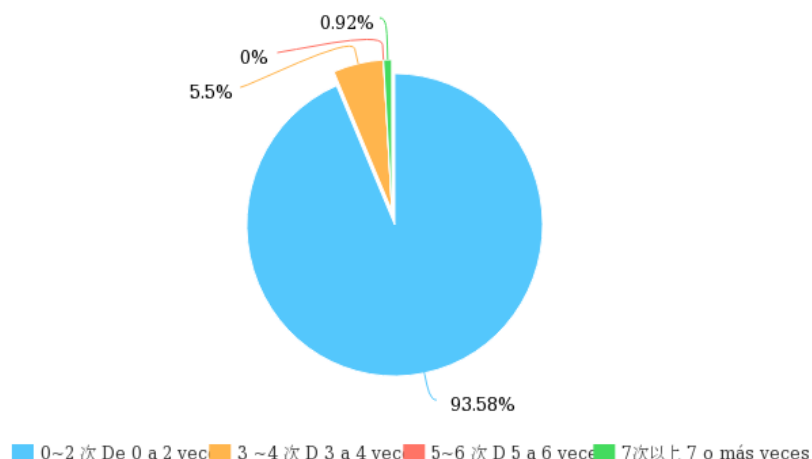


Fuente: elaboración propia

El gráfico muestra que el 49,54% de los estudiantes están solteros, mientras que un 9,17% declararon tener pareja; un 28,44% ya tiene familia e hijos y sorprendentemente un 9,17% de los estudiantes "mayores" ya tiene nieto, hijos y pareja. Estos datos nos ayudan a explicar las razones por las cuales a la hora de realizar un viaje, la mayoría de los estudiantes prefieren ir con amigos, familia o realizar el viaje en solitario.

4.3.28 ¿Cuántas veces viaja fuera de China al año?

Gráfico 4.3.28 La frecuencia en que los estudiantes chinos viajan fuera de China al año.



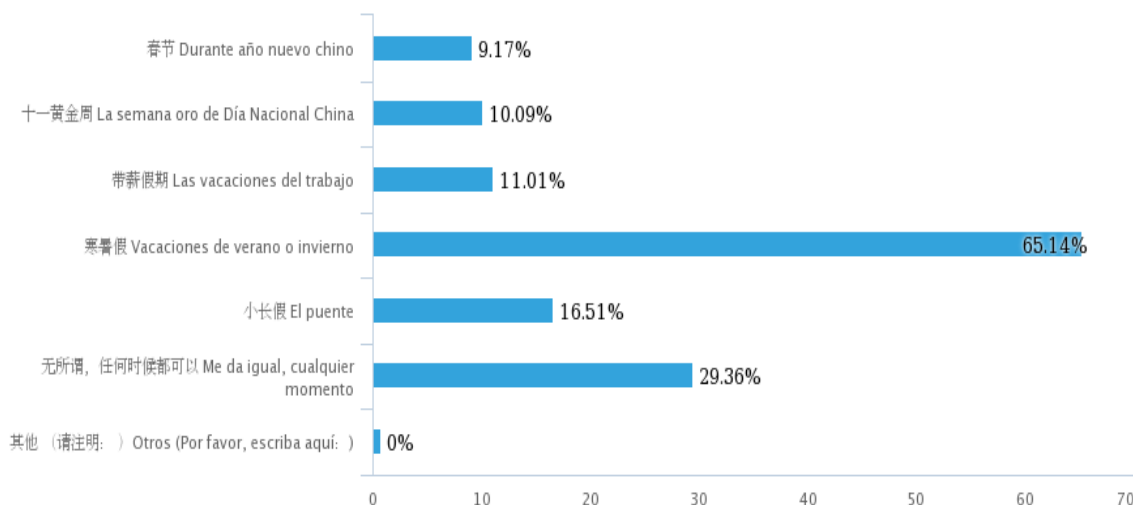
Fuente: elaboración propia

Puesto que la principal tarea de los estudiantes es dedicarse a sus clases, no disponen de tanto tiempo libre durante el curso escolar pero si cuentan con las vacaciones de verano y en invierno. Por lo tanto, en el gráfico 4.3.28 podemos apreciar claramente que la mayoría de los estudiantes, un 93,68%, viajan fuera de China entre 0 y 2 veces, mientras que un 5,5%, viaja de 3 a 4 veces. Sin embargo, también una cantidad muy pequeña, el 0,92%, que viaja fuera más de 7 veces por año.

Volvemos a mencionar el error que se produjo durante la elaboración de las preguntas del cuestionario cuando una de las opciones incluyó los parámetros “de 0 a 2 veces”. De esta forma, no se estableció una clara distinción entre aquellos estudiantes que nunca viajaron fuera de China y los que han viajado una o dos veces al año. Sin embargo, sí que es verdad que podemos considerar que la mayoría de los estudiantes chinos que ya han viajado a España, al menos han debido salir una vez fuera de China y el resto, el subgrupo formado por los que nunca han visitado España, posiblemente no hayan salido de China tampoco. Por lo tanto, como 102 encuestados eligieron la opción “de 0 a 2 veces”, y entre ellos, 34 de los encuestados sí que han ido a España, entonces se entiende que un 33,3% de los estudiantes chinos viajaron fuera de China una o dos veces al año, mientras que el 66,6% de los estudiantes no viajaron fuera de China.

4.3.29 ¿Normalmente en qué temporada prefiere hacer un viaje fuera de China?

Gráfico 4.3.29 La temporada alta para los estudiantes chinos que viajan fuera de China



Fuente: elaboración propia

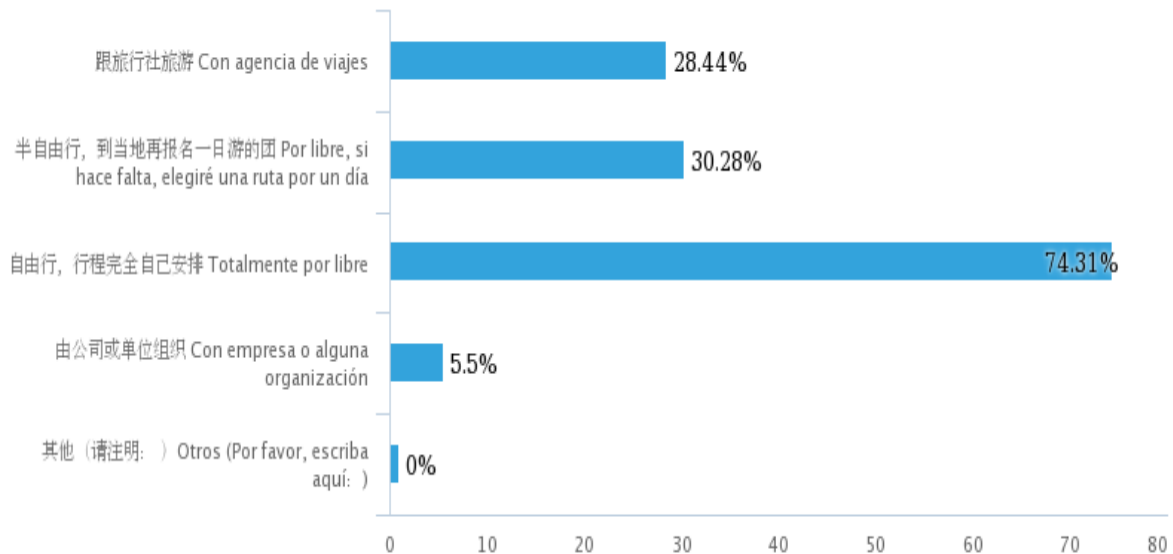
Según el resultado las gráficas 4.3.4 y 4.3.14, a los estudiantes chinos les gusta venir a España en viajes de larga duración. Por lo tanto, es lógico que a un 65,14% de ellos les guste viajar durante las vacaciones de verano o invierno. Además, un 29,36% de ellos tiene un calendario más flexible y por eso pueden viajar en cualquier momento.

Además, un 16.51% prefiere viajar durante los puentes y un 11,01% de los estudiantes que están haciendo prácticas o trabajando también suele aprovechar las vacaciones del Día de los Trabajadores.

Por último, un 10.09% de los estudiantes chinos prefiere viajar durante la Semana de Oro y un 9,17% de ellos durante el Año Nuevo Chino.

4.3.30 Si quiere viajar fuera de China, ¿qué forma elegiría?

Gráfico 4.3.30 Las formas más elegidas por los estudiantes chinos para viajar

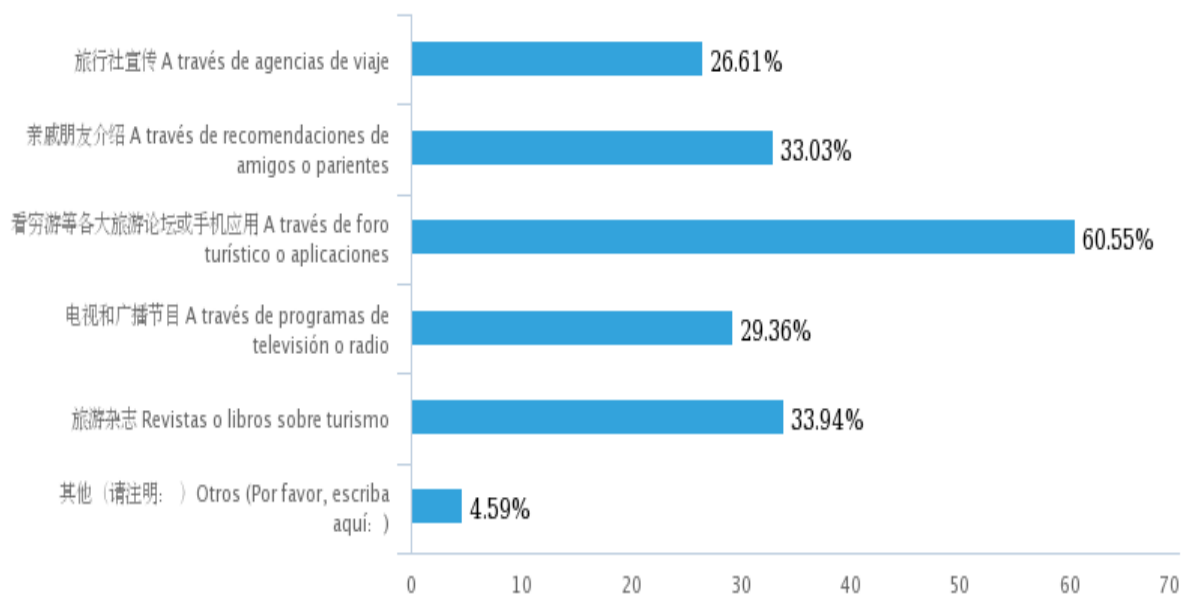


Fuente: elaboración propia

Según el gráfico 4.3.30, un 74,31% de los estudiantes prefiere viajar totalmente por libre y mientras que un 30,28% de ellos prefieren ir por libre y si hace falta, elegirán una ruta de un día. Es evidente que debido a que los estudiantes son más jóvenes, tienen una mayor capacidad para conseguir información turística útil y no tendrán demasiados problemas con el idioma. También un 28,44% de los estudiantes prefiere elegir la manera tradicional para viajar y recurre a agencias de viajes. Además, debemos prestar atención al 5,5% que viaja con empresa o alguna organización.

4.3.31 ¿Qué forma suele utilizar para recibir información turística?

Gráfico 4.3.31 La manera de recibir información turística



Fuente: elaboración propia

En China, como ya hemos mencionado anteriormente el foro turístico “Qiong You” es bastante popular entre los estudiantes. Esto explica los datos del gráfico 4.3.31, donde encontramos que un 60,55% recibe información a través de foros turísticos o aplicaciones, ya que para los estudiantes es más fácil aceptar la nueva tecnología y en China hay una gran cantidad de página web de turismo a consultar.

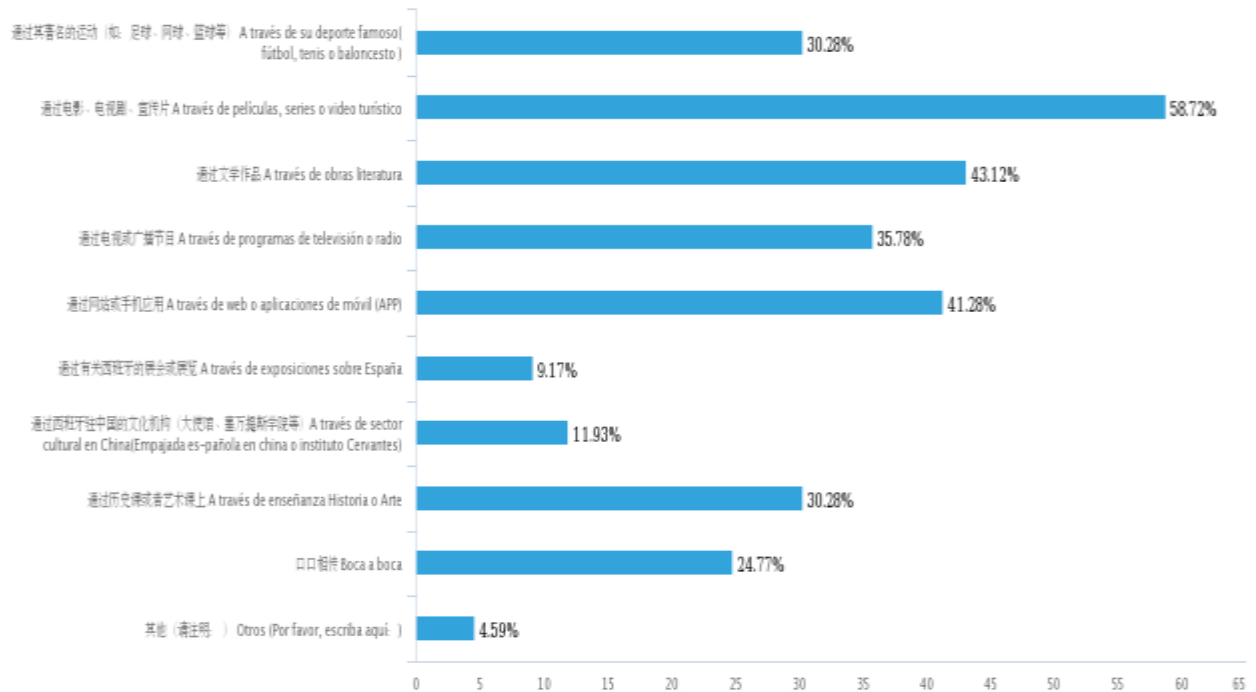
Además, reciben información también a través de recomendaciones de amigos o parientes (33,03%) y revistas o libros sobre turismo (33,94%).

Por último, hay un 29,36 % obtiene información turística a través de programas de televisión o radio y un 26,61% mediante agencias de viaje.

Para concluir, es evidente que los estudiantes chinos prefieren recibir información a través de aplicaciones, páginas web y redes sociales chinas.

4.3.32 ¿Cómo ha recibido información sobre España?

Gráfico 4.3.32 El método utilizado por los estudiantes chinos para recibir información de España



Fuente: elaboración propia

Como hemos dicho antes en referencia al gráfico 4.3.31, los estudiantes chinos son capaces de aceptar los experimentos nuevos y las nuevas tecnologías, por lo tanto, la forma más útil para ellos es a través de las nuevas tecnologías.

Un 58,72% de los estudiantes chinos reciben información a través de películas, series o videos turísticos; un 41,28%, a través de webs o aplicaciones de móvil (APP); un 35,78%, mediante programas de televisión o radio; y también un 30,28% a través de uno de los deportes famosos en España.

Por otro lado, los estudiantes reciben información también a través de los siguientes medios: obras de literatura (43,12%), boca a boca (24,77%), historia o arte (30,28%), el sector cultural en China, ya sea a través de la Embajada Española en China o el Instituto Cervantes (11,93%) y a través de exposiciones sobre España (9,17%).

En resumen, la mejor manera para dar a conocer España a los estudiantes chinos será siempre a través de las nuevas tecnologías.

A la hora de establecer una comparación entre los datos personales de los turistas chinos en general y de los estudiantes chinos.

Tabla 4.3 Comparación de los datos personales de los turistas chinos en general y de los estudiantes chinos

Datos personales	Los turistas chinos	Los estudiantes chinos
Sexo	Mujer Hombre	Mejer Hombre
Edad	De 18 a 25 años De 26 a 35 años De 36 a 45 años	De 18 a 25 años De 26 a 35 años
La duración del viaje	De 4 a 7 días De 8 a 15 días	De 4 a 7 días De 8 a 15 días
Título académico	Grado Posgrado Formación Profesional de Grado Superior	Grado Posgrado Formación Profesional de Grado Superior
Residencia actual	Norte de China Este de China Fuera de China	Norte de China Este de China Fuera de China
Salario mensual	Menos de 410 euros De 685 a 1095 euros De 411 a 684 euros	Menos de 410 euros De 411 a 684 euros
Estructura de familia	Con hijo y pareja Soltero Con pareja	Soltero Con hijo y pareja
EN qué temporada se prefieren ir de viaje al extranjero	Vacaciones de verano o invierno Vacaciones de trabajo Cualquier momento	Vacaciones de verano o invierno Cualquier momento
Manera de viajar	Totalmente por libre Por libre, pero es posible que elija alguna ruta turística de un día Agencias de viaje	Totalmente por libre Por libre, pero es posible que elija alguna ruta turística de un día Agencias de viaje
Medios para recibir información turística	Por foros o aplicaciones de móvil Recomendaciones de otros Revistas o libros	Por foros o aplicaciones de móvil Revistas o libros Recomendaciones de otros
Manera de recibir información de España	Películas, series, vídeos de o sobre España Webs o apps de móvil Deportes famosos en España	Películas, Serie, Video de o sobre España Literatura Webs o apps de móvil

Fuente: Conclusión de elaboración propia

Según los datos presentados en la tabla 4.3, los siguientes aspectos: el sexo, la

duración del viaje, el título académico, la residencia actual y manera de viajar no presentan diferencias significativas. Sin embargo, las diferencias se hacen más evidentes en el resto de los aspectos.

En primer lugar, la edad media de los turistas chinos se sitúa en el rango comprendido entre los 18 y 45 años, mientras que la edad del estudiante chino es inferior, oscila en el rango de 18 a 35 años. Es decir, debemos tener en cuenta que hoy en día, la mayor parte de los turistas chinos son jóvenes o adultos.

En segundo lugar, en cuanto al salario mensual, los viajeros chinos que han viajado o desean viajar a España obtienen una ganancia mensual entre 410 a 1095 euros, mientras que la asignación media recibida por los estudiantes es inferior a 684 euros. Por tanto, al preparar paquetes turísticos para estudiantes, quizá sería conveniente optar por paquetes "Low Cost" accesibles a una amplia mayoría.

En tercer lugar, respecto a la estructura familiar. La mayoría de los turistas chinos se encuentran en una de las siguientes tres situaciones: con hijo y pareja, soltero y con pareja. Sin embargo, en general los estudiantes chinos están solteros, aunque también encontramos algunas excepciones (algunos estudiantes ya se han casado y tienen hijos). Según estos datos, observamos que el mercado chino podría demandar paquetes turísticos dirigidos a la familia y también para solteros.

En cuarta lugar, se considerarán temporada alta para los turistas chinos las vacaciones de verano e invierno, las vacaciones del Día de los Trabajadores y ocasionalmente, cualquier momento en el que dispongan de días libres. Sin embargo, los estudiantes disponen de una mayor flexibilidad puesto que aparte de las vacaciones de verano e invierno, también están disponible en cualquier otro momento. Así que los turistas chinos elegirán la fecha para la ruta turística en temporada alta mientras que los estudiantes chinos preferirán el periodo de las vacaciones de verano o invierno.

En quinta lugar, ambos grupos coinciden en utilizar foros – Qiong You - y

aplicaciones de móvil – redes sociales: WeChat o Weibo – para obtener información de primera mano. Luego, los turistas chinos suelen optar por consultar los comentarios de los demás y posteriormente, libros o revistas. Sin embargo, los estudiantes chinos hacen justamente lo contrario. Basándonos en los datos obtenidos, parece prioritario crear plataformas de WeChat y Weibo en chino para que dispongan de toda la información necesaria y lograr una buena imagen de España. También hay que mejorar la infraestructura urbana y turística para que los que viajen puedan dejar en la red buenos comentarios y recomendaciones que atraigan a nuevos turistas.

Por último, la manera más utilizada de recibir información de España tanto para los viajeros como para los estudiantes chinos es mediante películas, series o vídeos de o sobre España. Después los turistas chinos también han utilizado webs o aplicaciones de móvil. Además, a mucha gente le gustan los deportes famosos en España y a partir de ellos, los chinos han conocido España. Sin embargo, los estudiantes reciben información a través de la literatura y web o aplicaciones de móvil.

4.4 Propuestas de mejoras para incrementar el turismo chino en España

Durante la elaboración del cuestionario, también han sido entrevistadas algunas personas sobre su opinión acerca del turismo chino en España, sus propuestas de mejora etc. Del análisis de la información obtenida hemos considerado altamente relevantes los siguientes aspectos:

4.4.1 Por qué las agencias de viajes chinas no hacen más rutas por España

Interlocutora: Yinuo Na, 25 años, trabajadora de agencia de viajes que ofrece paquetes turísticos a Europa.

Respecto a las razones por las cuales las agencias de viajes no hacen más rutas

por España, ella nos explicó que la agencia para la que está trabajando oferta paquetes turísticos por España y Portugal pero que muchos clientes prefieren comprar paquetes a Europa en lugar de elegir la Península Ibérica. El principal problema no parece residir en la falta de recursos turísticos interesantes en España o Portugal sino en su elevado coste. De esta forma, aquellos viajeros chinos que nunca han viajado a España parecen preferir gastar 1500 euros en un viaje a Francia, Italia, Alemania o algún otro país conocido para ellos que gastar 1000 euros y viajar a España y Portugal. Por otro lado, los clientes que eligen paquetes que incluyen España, normalmente son aquellos que ya han viajado a Europa alguna vez, quieren conocer nuevos lugares y desconectar mediante ese viaje.

La razón del coste comparativamente alto del viaje según Yinuo Na se debe a que las agencias en Europa han establecido colaboraciones con restaurantes chinos, tiendas, algunos lugares turísticos, etc. De esta forma, consiguen ganancias adicionales por llevar a sus clientes a dichos lugares y el precio final del paquete baja. Sin embargo, aún no existen tantas relaciones de colaboración en España y Portugal. Los viajes ofertados suelen ser paquetes de visita sin compra y de gran calidad, pero al no existir una ganancia extra, el precio se ve considerablemente incrementado.

Conclusión:

Primero, los viajeros chinos que nunca han visitado España suelen elegir paquetes turísticos "más prácticos", puesto que quieren gastar menos dinero para visitar más países. El paquete turístico por España y Portugal suele gustar a los viajeros chinos que ya han viajado alguna vez a Europa y quieren conocer más países y desconectar.

Segundo, como las agencias no tienen tantas relaciones de colaboración en España y Portugal, el coste sube y, por tanto, el precio del paquete también asciende, pero es de buena calidad (los viajeros no tendrán que perder tiempo en las tiendas colaboradoras de las agencias de viaje).

Propuesta de mejora:

En primer lugar, según los resultados del cuestionario, podemos observar que hoy en día a mucha gente le gusta viajar sin agencia, por su cuenta. Por lo tanto, las agencias de viaje tienen que cambiar la manera de vender productos turísticos, adaptándose a las necesidades individuales del cliente. Por ejemplo, si los jóvenes quieren viajar por su cuenta, las agencias siempre pueden encargarse de reservar el avión, el alojamiento y la visita a algunos lugares famosos. Si el cliente desea viajar a Europa, las agencias pueden explicar la situación y darles a conocer que, aunque el precio a España y Portugal sea más alto, la calidad es considerablemente mejor.

En segundo lugar, según el cuestionario, a la mayor parte de los turistas chinos les gusta viajar con amigos o familia, así que las agencias pueden diseñar algunos paquetes adaptados a esta particularidad y ofrecer un descuento en el precio si los clientes son más de dos personas.

4.4.2 Visita al Museo

Interlocutor: Señor Li, 42 años, Gerente de empresa, ha viajado a España por libre.

El señor Li en general ha disfrutado su viaje a España. Él sabe que Europa es la cuna del arte y la cultura y por este motivo decidió visitar algunos museos. Sin embargo, considera que no ha disfrutado suficientemente estas visitas puesto que al no ser católico ni experto en arte no logró entender el significado de las pinturas y otras piezas de los museos. Al final, se cansó y decidió no utilizar su tiempo en visitar más museos.

El Señor Li nos explicó que tiene algún conocimiento de historia de Europa, pero que su conocimiento no es tan detallado en el ámbito de la historia del arte. Además, sólo habla inglés básico, no habla español y no podía entender completamente las explicaciones dispuestas en las exposiciones.

Conclusión:

Según el cuestionario, aunque los turistas chinos o estudiantes chinos tienen un

nivel cultural medio-alto o alto, los museos no han sido seleccionados entre los primeros puestos entre los recursos turísticos experimentados o que desean ser experimentados. La razón principal consiste en que el turista no tiene conocimientos muy detallados sobre la historia y/o historia del arte de España o Europa (salvo aquellos que estudian esta carrera) y, por lo tanto, no entienden las piezas del museo. Esto se acentúa aún más en aquellos casos donde no saben español ni hablan muy bien inglés. Entonces, será aún más difícil entender las explicaciones de las piezas de museo y, al final, se acabarán aburriendo.

Propuesta de mejora:

Es importante que los museos ofrezcan servicios en chino puesto que la mayoría de los turistas no entiende muy bien las explicaciones de cada pieza.

Los servicios pueden ser: visita guiada en chino, audio guía en chino, folletos o explicaciones en chino. Aunque sea difícil ofrecer explicaciones de la totalidad de la historia del arte de España o Europa, pero siempre se puede usar un lenguaje más sencillo para facilitar la comprensión de las obras de arte. También podría ser de gran utilidad hacer una comparación sencilla con la historia china en aquella época que facilitase su comprensión.

4.4.3 Seguridad Pública.

Interlocutor: Señor Wang, 36 años, ha viajado a España por libre.

El Señor Wang sufrió un robo en Barcelona, donde perdió el pasaporte y cartera. Le resultó muy difícil explicar en inglés los hechos en comisaría. Al final, necesitó la ayuda de un estudiante chino para solucionarlo todo. Después de esta experiencia, el señor Wang desea que pueda mejorar la seguridad pública de España.

Interlocutora: Señora Wu, 27 años, desea viajar a España.

Cuando planea hacer un viaje, el primer factor que la Señora Wu valora para considerar un país como destino es la seguridad pública. Como deseaba viajar a

España, buscó mucha información, pero está preocupada por el problema de la seguridad pública. La señora Wu ha visto el capítulo del programa de televisión *Los Jóvenes* (mencionado en 3.2.6) donde el grupo fue cenar a un restaurante en Barcelona y una chica que había colocado su bolso tras el respaldo de la silla fue robada. Cuando acabaron de cenar y la chica quiso pagar, se dio cuenta de que su bolso ya no estaba. Al final, la chica pudo solucionar todo con la ayuda de traductora del programa. La señora Wu se muestra preocupada porque piensa que si ella tuviese el mismo problema, no sabría cómo solucionarlo sin ayuda.

Conclusión:

Ambos interlocutores sienten preocupación por la seguridad pública en España, ya sea porque han sufrido la experiencia de un hurto o porque han escuchado que le sucedió a otra persona. Además, podemos apreciar en los resultados de cuestionario que los encuestados que ya han viajado a España no están muy contentos de la situación de seguridad pública, mientras que los que aún no han viajado, el tema que más les preocupa es este. Para concluir, es necesario prestar especial atención a este problema, especialmente, en lo que respecta a los hurtos.

Propuesta de mejora:

En primer lugar, sería necesario incrementar el número de efectivos de la policía local alrededor de los monumentos más importantes para evitar la posibilidad de que se produzcan robos.

En segundo lugar, cuando los viajeros chinos salgan del aeropuerto o estación de tren, autobús, etc. las oficinas de turismo cercanas deberían avisarles para que presten especial atención a sus pertenencias.

En tercer lugar, es necesario repartir folletos en chino sobre como gestionar una denuncia en España y también donde están los consulados chinos por si necesitan pedir ayuda allí.

4.4.4 Calidad de los Hoteles

Interlocutora: Señora Zhang, 30 años, ha viajado a España con una agencia de viajes

La señora Zhang se queja de la calidad de hotel puesto que la agencia de viajes le ha reservado alojamientos de tres o cuatro estrella. Pensaba que la habitación sería muy grande y luminosa como en los hoteles chinos de similares características. Sin embargo, en los hoteles donde se alojó las habitaciones eran estrechas y antiguas. Incluso un hotel de cuatro estrellas no contaba con ascensor y tuvo que hacerse cargo de subir y bajar sus grandes maletas por las escaleras. En su opinión los hoteles en los que se ha alojado en España no podrían tener tres estrellas si siguen las normas de valoración estándar.

Conclusión:

Algunos de los hoteles españoles son antiguos y sus habitaciones, estrechas en comparación con hoteles de la misma categoría en China. Además, algunos no cuentan con ascensor. Es evidente que las normas para evaluar los hoteles chinos y europeos son diferentes y esto causa que los turistas chinos se quejen de la calidad de hotel.

Propuesta de mejora:

En primer lugar, los hoteles deben mostrar información real sobre sus instalaciones a los turistas chinos para que no se produzcan malentendidos.

En segundo lugar, cuando un hotel no pueda cambiar sus instalaciones, si podrá hacer hincapié en mejorar su calidad de servicio, sus desayunos y la limpieza para compensar sus puntos débiles.

4.4.5 Trámites administrativos

Interlocutor: Señor Qin, 49 años, su visado de turista estaba en trámite

El señor Qin no está muy satisfecho con los trámites de visado porque para solicitar un visado español de turista es necesario preparar mucha documentación, por ejemplo: plan de viaje, reserva de billetes y hoteles,

movimientos del banco, permiso de vacaciones, etc. Y, además, en el caso de ser su primera visita a España, también sería necesario solicitar una cita para tomar sus huellas digitales. Por último, para saber el resultado, tuvo que esperar 15 días laborables. Se queja por la duración de la espera porque sin el resultado no podía confirmar el billete de avión.

Conclusión:

Los turistas chinos se quejan de la complejidad del proceso de solicitud de visados de turista y la larga duración de espera.

Propuesta de mejora:

Con el motivo de la iniciativa de “Una franja, una ruta”, la cultura, el turismo y el comercio entre Asia, Europa, África y América Latina se fortalecerán cada vez más. Por eso, esta será una buena oportunidad para la promoción del turismo español y atraer más turistas chinos. Así que sería perfecto que se simplificara el proceso de solicitud del visado turista y se redujese la duración de espera.

4.4.6 Información turística de España: Llegar a conocer al público chino.

Interlocutora: Señora Zhao, 60 años, ha viajado por libre.

La señora Zhao está encantada con los recursos culturales encontrados. Sin embargo, antes de venir no conocía nada sobre España, aparte de los toros y el flamenco. Por casualidad, vio fotos de un pariente suyo en WeChat durante una visita a España y le parecieron preciosas. También vio sus fotos en Las Fallas y llamaron poderosamente su atención. Como resultado, decidió organizar un viaje a España.

Conclusión:

Todavía el público chino no conoce en profundidad los recursos turísticos que ofrece España. En general sólo tienen ligereas referencias sobre los toros, el flamenco y el fútbol. Así que es importante de dar a conocer la riqueza cultural del país a un público chino más amplio.

Propuesta de mejora:

Según el resultado del cuestionario anterior (capítulo 4.2.32), los medios más comunes en que los turistas chinos reciben información sobre España son: "A través de películas, series o video turístico", "A través de programas de televisión o radio", "A través de su deporte famoso (fútbol, tenis o baloncesto)", "A través de web o aplicaciones de móvil".

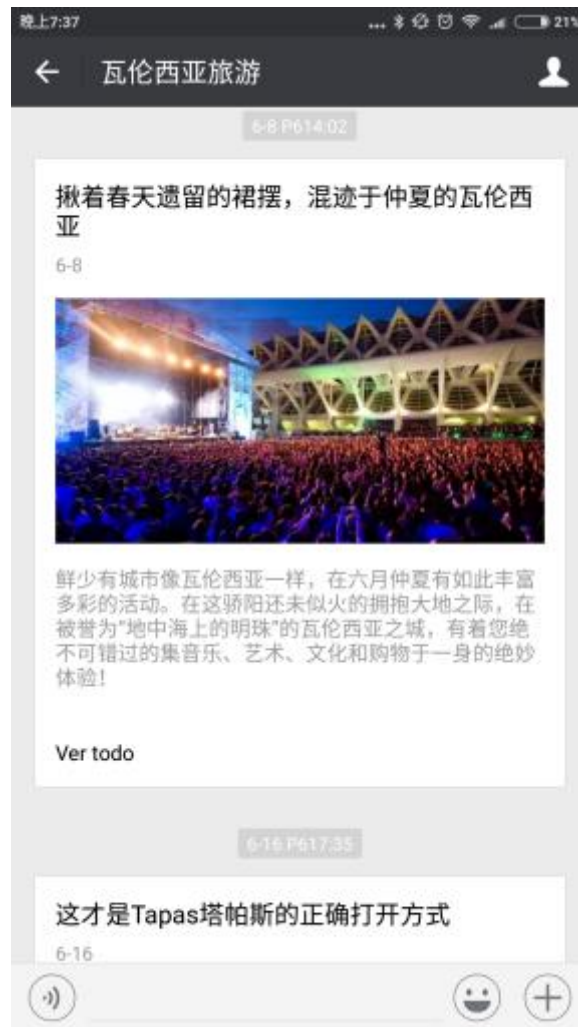
En primer lugar, es necesario posicionarse en las redes sociales chinas. Como ya hemos mencionado anteriormente, las aplicaciones WeChat, Weibo y Qiong you son las redes sociales más utilizadas para recibir información o recomendaciones turísticas en China. Por lo tanto, el turismo español, más específicamente los museos o monumentos que deseen recibir más turistas chinos, deberían abrir cuentas o plataformas en estas dichas redes. Téngase en cuenta la plataforma de WeChat de Turismo Valencia

Imagen 4.4.6^a Pantallazo de la Plataforma de WeChat de Turismo Valencia



Fuente: Pantallazo de WeChat Turismo Valencia

Imagen 4.4.6^b Pantallazo del contenido sobre Turismo Valencia en WeChat



Fuente: Pantallazo de WeChat Turismo Valencia

En segundo lugar, es necesario conocer de primera mano las necesidades del público chino. Por ejemplo, en el sector cultural, el Instituto Cervantes colabora con la Embajada Española en China para organizar eventos, ferias y exposiciones sobre aspectos culturales españoles en las ciudades más grandes. Y a través de dichas actividades, los turistas chinos puedan conocer mejor España.

En tercer lugar, como los programas de televisión, las series y las películas pueden atraer más turistas chinos, también podemos colaborar con algunas cadenas de televisión o series chinas para que vengan a España a rodar sus paisajes, monumentos y fiestas. De esta forma, llegaremos a mayor cantidad de

público chino de una manera muy visual y directa.

4.4.7 Información turística en chino o servicios chinos

4.4.7.1 Información turística en chino o servicios chinos

Interlocutora: Señora Li, 42 años, ha viajado por libre.

A la señora Li le han gustado mucho los pasajes y monumentos de España. Sin embargo, el principal inconveniente que ha encontrado fue que no podía entender toda la información turística. Por un lado, no habla muy bien inglés y además, no entiende español. Por eso, le costó entender lo que decían o escribían. Y, por otro lado, sí que ha comprado una vez audio guía en chino en un museo, pero ha notado bastantes errores de la traducción.

Conclusión:

Aunque algunos lugares turísticos ya cuentan con folletos o audio guías en chino, todavía falta mucho por mejorar; sobre todo a la hora de ampliar los servicios en chino y perfeccionar la calidad de las traducciones.

Propuesta de mejora:

Respecto a mejorar el servicio en chino, creemos que tanto folletos como planos y audio guías en chino no pueden faltar. También sería perfecto que se facilitase la comprensión de informaciones útiles, como por ejemplo: el menú del día, las tiendas de recuerdos o información para evitar hurtos. Además, si es posible, también podrían ofrecerse rutas turísticas con guías nativos chinos.

En cuanto a la calidad de la traducción, para evitar errores de traducción, es conveniente buscar traductores o redactores nativos chinos que hayan estudiado historia de España o historia de arte.

4.4.7.2 Ofrecer servicios especiales para los viajeros chinos mayores

Interlocutor: Señor Sun, 39 años, quiere buscar una agencia de viaje para ir a España, pero lo no ha conseguido.

El señor Sun ha viajado a España por trabajo, le ha gustado mucho y quiere que sus padres también puedan viajar a España, pero al final no lo ha conseguido. La primera razón es que él por motivos laborales no les puede acompañar; en segundo lugar, las agencias de viajes chinas no aceptan clientes de más de 70 años por problemas de seguridad y responsabilidad. El señor Sun desea que encontrar un servicio de guía que recogiese a sus padres en el aeropuerto español y les acompañase permanentemente durante el viaje. Al terminar, también deberían acompañarles al aeropuerto y él les recogería en Pekín. Al señor Sun no le importa pagar más por las características especiales de este servicio.

Conclusión:

Los mayores chinos tienen dificultades para salir fuera de China puesto que no tienen conocimiento de idioma aparte del chino ni sus hijos les pueden acompañar por motivos laborales principalmente. Además, las agencias chinas no quieren aceptar clientes que superen los 70 años.

Propuesta de mejora:

Existe una gran oportunidad en este sector del mercado. El turismo español podría abrir un nuevo producto específico para mayores chinos en dichas situaciones. Estos paquetes deberían contar con un guía nativo chino que les recogería al llegar al aeropuerto español y les acompañara a los lugares turísticos. Debido a las características de estos turistas, el programa del día no debería ser muy intenso puesto que ya son mayores. Este tipo de paquete turístico sería de alta calidad y muy solicitado.

4.4.8 Información de transporte

4.4.8.1 Información de transporte público para llegar los lugares turísticos

Interlocutor: Señor Sun, 39 años, ha viajado a España por libre.

El señor Yu se ha quejado de que la información del transporte no estaba clara. Él se alojó en Madrid en la zona de Chamartín y quería ir a Toledo. Compró el

billete de tren a Toledo a través de la ventanilla de Chamartín y pensaban que podría coger el tren desde allí. Al final perdió su tren porque el billete sólo contaba con la abreviación de la estación Atocha y él desconocía dicha estación o que el tren no pasaba por Chamartín. Los viajeros que visitan por primera vez España o Madrid, no saben que hay tantas estaciones y/o cuáles son sus nombres abreviados.

Conclusión:

La información de transporte para llegar a cada uno de los lugares turísticos aún debe ser completada, especialmente en chino. Aquellos turistas que vienen por primera vez de viaje y/o que viajan por libre, tienen más problemas para encontrar el transporte correcto que les permita llegar a los lugares turísticos.

Propuesta de mejora:

En primer lugar, para evitar malentendidos sobre las estaciones de ciudades como Madrid o Barcelona, es muy importante poner un aviso con todos los nombres de las estaciones y sus abreviaturas cerca de las máquinas expendedoras.

En segundo lugar, sería perfecto disponer de folletos en chino sobre cómo llegar a los monumentos famosos en los alrededores de aeropuertos, estaciones de tren o autobús y también en las oficinas centrales de turismo.

4.4.8.2 Información de transporte para viajar por libre con coche alquilado

Interlocutora: Señora Zhao, 32 años, ha viajado a España por libre.

La señora Zhao ha viajado a muchas ciudades usando coche de alquiler. Se sintió descontenta por no contar con suficiente información acerca del estacionamiento del vehículo. Por ejemplo: dónde se puede aparcar coche, cuándo y cuánto hace falta pagar, en qué caso no es necesario, etc. Además, algunas indicaciones estaban sólo escritas en español y ella tampoco pudo entenderlas.

Conclusión:

Los turistas chinos que desean viajar en coche no saben dónde y cómo puede

conseguir información para resolver sus dudas al respecto. Y, además, algunas normas varían dependiendo de la comunidad autónoma.

Propuesta de mejora:

Primero, las compañías de alquiler de coches deberían responsabilizarse y proporcionar a los clientes la información necesaria en cada caso sobre dónde se puede apagar, el significado del color de las líneas en las plazas de aparcamiento público, etc.

Segundo, sería perfecto desarrollar una aplicación de móvil que contase con distintos idiomas y que contase con información actualizada de las regulaciones de aparcamiento por comunidades.

4.4.9 Rutas turísticas y culturales especializadas

Interlocutor: Señor Wang, 49 años, ha viajado a España con agencia de viajes. Al preguntarle al señor Wang si volvería a España, su respuesta fue tajante: no volvería si la ruta fuese similar a la que acaba de realizar. La mayoría de las rutas ofrecidas por las agencias de viajes para visitar a España son más o menos similares. Por ejemplo, en el caso de la visita a Madrid, generalmente incluye el Palacio Real, la Plaza mayor y el Parque de El Retiro. Sin embargo, al señor Li, le interesan más el fútbol y la gastronomía, así que en su opinión ofrecer rutas adaptadas a los gustos del viajero sería prioritario.

Conclusión:

Los turistas chinos no suelen volver a visitar los lugares que ya conocen, puesto que siempre quieren experimentar sitios nuevos y atractivos.

Propuesta de mejora:

Para atraer a más turistas chinos que ya hayan viajado alguna vez a España, primero deberíamos conocer en qué ámbitos están interesados y luego elaborar rutas especializadas que tengan en cuenta estos aspectos. Por ejemplo, combinar la ruta gastronómica con una ruta de productos ecológicos; establecer rutas especializadas para visitar los estudios de arquitectura y también los

talleres de diseño de trajes de novia. También pueden resultar muy atractivas rutas que articuladas entorno a las festividades, por ejemplo: Las Fallas o la Semana Santa. Debemos tener en cuenta que los lugares incluidos en estas rutas, no debe ser lugares demasiados turísticos puesto que la mayoría de los clientes que compra rutas especializadas ya ha visitado alguna vez España.

4.4.10 Horario de comida

Interlocutor: Señora Cao, 37 años, ha viajado a España con agencia de viajes. La señora Cao no está muy satisfecha con el horario de comida puesto que es muy difícil para un viajero cambiar su horario de comidas en un plazo corto de tiempo. El horario chino de comidas es muy diferente al español: la comida se sirve a las 12am y la cena, entre 6 y 7pm. Sin embargo, a estas horas generalmente los restaurantes todavía no están abiertos (sólo algún bar ofrece comidas). La señora Cao preferiría no tener que comer a diario bocadillos en bares o ir a restaurantes chinos.

Conclusión:

Puesto que los chinos tienen un horario diferente de comidas, a los turistas chinos les resulta difícil cambiar su horario al español tan rápidamente.

Propuesta de mejora:

La oficina turismo puede responsabilizarse de explicar el horario de comidas español, ya que esta costumbre es parte de la cultura española. Por supuesto, no se puede obligar a que todos los restaurantes cambien su horario de comidas, pero sus beneficios podrían verse considerablemente incrementados si el horario se ampliase para atender las necesidades de un mayor número de clientes

5 Conclusión

5.1 Los gustos turísticos de la población china sobre España

Históricamente, China ha atravesado por tres fases en el desarrollo del turismo al extranjero: fase embrionaria, fase de desarrollo y fase de madurez. Antes de 1978, la población china no podía viajar fácilmente debido a la Revolución Cultural. A partir de 1987, los habitantes de Cantón fueron los primeros que pudieron visitar a sus parientes en Hong Kong, Macao y Taiwán, a la condición de que estos últimos pagaran todos los gastos y se garantizase que los cantoneses podrían volver a China antes de su fecha límite. A partir de 1997, gracias a la norma conocida como "Medidas provisionales de la administración para los ciudadanos chinos cuando viajan al extranjero en tours con los gastos a su cargo", se permitió al ciudadano chino viajar al exterior a condición de que el viaje estuviese gestionado a través de agencias de viajes y el destino ya no se limitaba a los tres anteriormente mencionados. En 2011, para poder cumplir los compromisos de China con la OMC, el estado reajustó de nuevo las normas y a partir de ese momento, se amplió el número de destinos y se facilitó el proceso para tramitar el viaje. Desde entonces, la cantidad de viajeros chinos que sale de China ha aumentado cada vez más.

Con motivo de subida en la renta personal disponible, hasta 2016 viajaron al extranjero 122 millones de ciudadanos chinos. Se aprecia una tasa de crecimiento del 4,3%. En los cuestionarios realizados por distintas organizaciones y estados podemos apreciar las siguientes preferencias de los ciudadanos chinos en materia de viajes fuera de China: la mayoría de los viajeros son jóvenes menores de 37 años, están casados y algunos tienen hijos. Cuando deciden viajar fuera, suelen hacerlo una vez al año, el viaje es de larga duración, es decir, entre 7 y 10 días, y siempre aprovechando las vacaciones del Día del Trabajo y la Semana de Oro. Los motivos más habituales son visitar ciudades y relajarse.

Paisaje, cultura e historia siempre reciben una alta consideración. En cuanto al canal para recibir información turística, las páginas web sobre turismo y las recomendaciones realizadas por parientes son los medios más populares. Sobre todo, recibe una alta consideración las recomendaciones a través de redes sociales chinas como WeChat. Respecto a la manera de viajar, mucha gente prefiere viajar de forma individual con la ayuda de agencias de viajes únicamente para reservar hoteles y vuelos, aunque también algunos turistas prefieren que la agencia se encargue por completo de su viaje. Debido a la distancia, los destinos favoritos son: el Sudeste Asiático, Corea del Sur y Japón. Sin embargo, entre los 20 país más apreciados por los viajeros chinos se encuentran también Italia, Inglaterra y Alemania. En cuanto a las 10 islas con mejor acogida entre los chinos, no hay ninguna que pertenezca a la Unión Europea. Sin embargo, cuando hablamos de los 10 museos mejor valorados, 4 museos europeos están entre los primeros de la lista: el Museo del Louvre, los Museos Vaticanos, el Museo Británico y la Galería Uffizi. Por último, en referencia a los puntos a mejorar, encontramos que el principal problema es la falta de explicaciones o servicios en chino en restaurantes, hoteles, medios de transporte, museos y centros comerciales.

Según la investigación que hemos hecho, podemos sacar los siguientes resultados acerca de los gustos turísticos de la población china sobre España:

- Primero, la mayoría de los turistas chinos que desean venir o ya han visitado España tienen como objetivo visitar las ciudades y relajarse. Las ciudades españolas más visitadas o con mayor demanda son: Madrid, Barcelona, Granada y Sevilla.
- Segundo, respecto a qué recursos turísticos españoles son los favoritos de los turistas chinos, encontramos que prefieren los recursos históricos y culturales, la gastronomía y los recursos naturales y rurales. Por otro lado, durante el viaje a España o cuando planean dicho viaje, sus preocupaciones se centran en torno a los siguientes factores: la seguridad pública, contar

con información en chino o servicios turísticos en chino, si es fácil llegar a los lugares turísticos en transporte público, el ambiente y la higiene del alojamiento así como la calidad de los productos españoles. Además, es curioso que los turistas chinos prefieran comprar recuerdos de artesanía española y productos ecológicos frente a otro tipo de artículos.

- Tercero, los viajeros chinos suelen aprovechar sus vacaciones de verano o invierno y vacaciones de trabajo para viajar a España y la duración suele ser de 4 a 15 días.
- Cuarto, respecto a la manera de viajar, los turistas chinos prefieren viajar a España totalmente por libre. Si lo consideran necesario realizarán una ruta turística de un día. La compañía preferida durante el viaje suele ser: amigo(s), familia o pareja, aunque también viajan solos.
- Quinto, la mayoría de los turistas chinos tienen una imagen muy concreta acerca de España como un país con buenas playas y abundantes recursos históricos y culturales. En China son especialmente famosos el flamenco y los toros. Respecto a la forma de recibir información turística, las principales son: series, películas, aplicaciones de móvil, deporte, literatura y programas de televisión. Además, los turistas chinos también tienen en gran estima la información proporcionada por foros de turismo o recomendaciones de amigos.
- Por último, en cuanto a datos básicos de los viajeros chinos, la mayoría de ellos son mujeres de entre 18 y 35 años, del norte o este de China. Tienen un nivel cultural medio-alto o alto, puesto que la mayoría de ellos son estudiantes, gerente de empresa, profesores y funcionarios con títulos de grado o posgrado. Respecto al salario medio, por un lado, puesto que la mayoría de los viajeros chinos encuestados fueron estudiantes, su asignación es inferior a 410 euros al mes. Por otro lado, los viajeros chinos que ya han comenzado a trabajar contarán con un salario superior, entre los 411 y 1095 euros mensuales. Este dato influirá a la hora de organizar su viaje. En referencia a la estructura, hay una gran cantidad de los turistas

chinos solteros, pero también otro grupo tiene pareja e hijo. Así también se explica por qué al hacer un viaje, los turistas chinos suelen viajar con amigos, familia o en solitario.

Gracias al análisis de las entrevistas a ciudadanos chinos relacionados con el turismo en España, hemos encontrado 10 razones por las que en la actualidad el turismo español no puede atraer a más visitantes chinos:

- Debido a la distancia geográfica y el precio de paquete, España y Portugal suelen ser elegidas por los viajeros chinos que ya han viajado alguna vez a Europa y quieren conocer lugares nuevos y desconectar.
- Aunque la mayoría de los viajeros chinos poseen un nivel cultural alto, no tienen conocimientos específicos sobre la historia del arte de España ni la religión. Por este motivo, les cuesta entender las obras de los museos o las pinturas de las catedrales y no muestran mucho interés en visitarlos.
- Debido a los comentarios negativos de otros turistas chinos que ya han viajado a España sobre la seguridad pública o programas de televisión chinos que incluyen información negativa, los turistas chinos que desean visitar España muestran una gran preocupación al respecto.
- Puesto que los sistemas de evaluación de la calidad hotelera en China y Europa son diferentes, hay hoteles incluso de cuatro estrellas que por su infraestructura, no recibirían dicha consideración en China. Por tanto, los turistas chinos tienden a sentirse engañados.
- Puesto que los trámites administrativos para la solicitud del visado español son complicados y la duración, larga, muchos turistas chinos se sienten desanimados a la hora de viajar por su cuenta.
- Una amplia mayoría del público chino tiene un conocimiento muy limitado sobre las posibilidades turísticas que ofrece España. En ocasiones, incluso sólo conocen el flamenco y los toros.
- El turismo de España aún debe completar su oferta de servicios en chino en museos, medios de transporte, restaurantes y centros comerciales.

Especialmente, debe prestarse la debida atención a los viajeros chinos de la tercera edad, puesto que no habla inglés ni español y requerirán más información turística en chino o servicios turísticos especiales en chino.

- Puesto que no hay indicaciones muy claras en los transportes públicos españoles ni en los aparcamientos, a los turistas chinos les resulta difícil viajar por libre.
- Los turistas chinos no suelen repetir visita de aquellos lugares que ya han visitado con anterioridad, ya que siempre quieren conocer sitios nuevos y atractivos. Por eso, hay que diseñar distintas rutas turísticas y culturales especializadas adaptadas a sus preferencias y gustos.
- Los turistas chinos encuentran difícil adaptarse al horario de comidas, ya que en China se come sobre las 12 m. y se cenan de 6 a 7 p.m.

Para concluir, destacamos como reflexión final los principales problemas del turismo español para atraer turistas chinos.

Primero, debido a la considerable distancia geográfica, Europa y España no suelen ser elegidas para viajes cortos.

Segundo, España no es tan conocida por el público chino como otros países europeos.

Tercero, la seguridad pública es un factor clave para el público chino a la hora de elegir un destino turístico. En China, a través de programas de televisión se ha transmitido a la población china cierta preocupación sobre los problemas seguridad en España.

Cuatro, en España no hay suficiente información turística disponible en chino (museos, medios de transporte, restaurantes y centros comerciales)

5.2 Futuras líneas de investigación

La presente investigación realizada en el marco de este trabajo fin de máster trata de llenar un vacío existente en el estudio del turismo en España. Se trata

de la primera vez que un estudio sobre este tema combina un cuestionario con entrevistas a chinos con interés por el turismo español. Además, las preguntas del cuestionario tienen en cuenta las preferencias de dos grupos bien diferenciados: los gustos turísticos de los turistas chinos que ya han viajado a España y los gustos turísticos de los turistas potenciales que aún no han viajado a España.

No obstante, será necesario trazar futuras líneas de investigación con el fin de renovar y mantener la información acerca de los gustos turísticos chinos.

Es necesario tener en cuenta que en futuras investigaciones sería conveniente ampliar el grupo de encuestados para incluir chinos de otras provincias. Los encuestados que participaron en el este estudio fueron en su mayoría del norte y este de China. Sería muy interesante averiguar si las preferencias turísticas varían dependiendo de la procedencia de los participantes.

Además, en la actualidad la mayoría de los encuestados fueron estudiantes. Sería necesario ampliar la muestra a otras capas sociales para diseñar productos turísticos específicos para los distintos grupos.

Al haber estudiado en Valencia, hemos aprendido a amar esta ciudad y conocemos mejor su cultura, especialmente su estrecha vinculación con la historia de la seda. Debido a esta característica especial de la región, en 2016 Valencia fue declarada punto final de la Ruta de la Seda por la Unesco. Y en mayo de 2017, también fue celebrado con éxito en Pekín el primer foro chino sobre la iniciativa "Una Franja, Una Ruta". Deben aprovecharse estas circunstancias excepcionales para estrechar relaciones y establecer nuevos vínculos de colaboración entre los países pertenecientes a la Ruta de la Seda. Además, esta sería una gran oportunidad para promover el turismo chino en la Comunidad Valenciana bajo esta nueva iniciativa china. Por tanto, proponemos que en el futuro se realice, desde el planteamiento de un modelo DAFO, un análisis de las características de Valencia para la recepción de turistas chinos. De

este modo, se podría investigar la promoción del turismo chino en Valencia contando con el apoyo de la iniciativa china “Una Franja, Una Ruta”.

Bibliografía

CARLOS GARZÁN, 2016. La Ruta de la Seda o la oportunidad de Valencia de reparar su imagen exterior. *Cultura plaza* [en línea]. [Consulta:10-06-2017]. Disponible en: <http://valenciaplaza.com/la-ruta-de-la-seda-o-la-oportunidad-de-valencia-de-reparar-su-imagen-exterior>

CHINA NATIONAL TOURISM ADMINISTRATION, 2017. 行业动态我国赴欧洲旅游市场复苏 跟团游依然是主流. *行业动态* [en línea]. [Consulta:10-05-2017]. Disponible en: http://www.cnta.gov.cn/xxfb/hydt/201704/t20170406_821532.shtml

CHINA TOURISM ACADEMY, 2017. 向中国游客致敬 2016 年我国出境游达 1.22 亿人次——中国旅游研究院、携程旅行网发布《2016 中国出境旅游者大数据》. *热点评论* [en línea]. [Consulta:10-02-2017]. Disponible en: <http://www.ctaweb.org/html/2017-1/2017-1-22-10-41-66902.html>

CHINA'S LEADER IN ONLINE LEGAL, 2002. Interim Measures for the Administration of Chinese Citizens Going Abroad on Tours at Own Expenses en China leader in online Legal Research [Expired]. *Laws & Regulation Researchs* [en línea]. Pekín: [Consulta:03-12-2016]. Disponible en: <http://www.lawinfochina.com/display.aspx?lib=law&id=6365&CGid=>

COLABORADORES DE WIKIPEDIA, s. f. *Acquis de Schengen* [en línea]. [Consulta:01-04-2017]. Disponible en: https://fr.wikipedia.org/wiki/Acquis_de_Schengen

COLABORADORES DE WIKIPEDIA, s. f. *Pirámide de Maslow* [en línea].

[Consulta:15-03-2017]. Disponible en:
https://es.wikipedia.org/wiki/Pirámide_de_Maslow

EDUARDO TZILI, 2017. La iniciativa "Una Franja, Una Ruta" como símbolo de potencia. *Redchina.es* [en línea]. [Consulta:15-06-2017]. Disponible en:
<https://redchina.es/la-iniciativa-una-franja-una-ruta-simbolo-potencia/>

EIROA, E., 2106. A Coruña será escenario de una teleserie que arrasa en Corea del Sur. *La voz de Galicia* [en línea]. [Consulta:20-03-2017]. Disponible en:
http://www.lavozdegalicia.es/noticia/coruna/coruna/2016/09/18/coruna-sera-escenario-teleserie-arrasa-corea-sur/0003_201609H18C4991.htm

EL APURÓN, 2016. La huella de San Mao en La Palma debe hacernos pensar en la importancia del turismo chino. *ElApuron* [en línea]. [Consulta:02-03-2017]. Disponible en: <http://elapuron.com/noticias/politica/94561/la-huella-san-mao-la-palma-hacernos-pensar-la-importancia-del-turismo-chino/>

EL CORTE INGLÉS, 2016. 《蓝色大海的传说》西班牙取景地全攻略（上）. *WEIBO* [en línea]. [Consulta:20-03-2017]. Disponible en:
<http://www.weibo.com/ttarticle/p/show?id=2309404048623116637104>

FINAL TIMES WEEKEND, 2017. Cinco industrias que podrían desaparecer por el avance tecnológico. *El mostrador* [en línea]. [Consulta:11-02-2017]. Disponible en: [http://www.elmostrador.cl/vida-en-linea/2017/01/02/cinco-industrias-que-podrian-desaparecer-por-el-avance-tecnologico/?php%20bloginfo\(%27url%27\);%20?%3E/cultura](http://www.elmostrador.cl/vida-en-linea/2017/01/02/cinco-industrias-que-podrian-desaparecer-por-el-avance-tecnologico/?php%20bloginfo(%27url%27);%20?%3E/cultura)
http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/01.2016CH_travel_0.pdf

IPSOS, 2016. 2015 年度中国公民出境（城市）旅游消费调查报告. *热点调查*[en

línea]. [Consulta:10-02-2017]. Disponible en:
<http://microsite.20minutos.es/china-datos-chinos-espana-empresas/>

IPSOS, 9-2014. 中国公民出境（城市）旅游消费市场调查报告（上）. *热点调查*
[en línea]. [Consulta:10-02-2017]. Disponible en:
http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/10.2014CH_tourism.pdf

IPSOS, 9-2014. 中国公民出境（城市）旅游消费市场调查报告（下）. *热点调查*
[en línea]. [Consulta:10-02-2017]. Disponible en:
http://www.ipsos.com.cn/sites/default/files/11.2014CH_tourism.pdf

IRESEARCH, 2016. 2016 年中国在线出境游市场研究报告. *报告* [en línea] .
[Consulta:07-02-2017]. Disponible en:
<http://report.iresearch.cn/report/201606/2607.shtml>

JAVIER ASUAR, 2016. Chispaña. Radiografía de los chinos en España.
20minutos.es [en línea]. [Consulta:17-02-2017]. Disponible en:
<http://microsite.20minutos.es/china-datos-chinos-espana-empresas/>

PIN CHAIN TURISMO, 2016. 中国公民出境旅游消费市场调查 2016. *出入境旅游*
[en línea]. [Consulta:05-02-2017]. Disponible en:
<http://www.pinchain.com/article/91922>

盛晓帆 (Sheng Xiaofan) , 2012. *城市居民出境旅游决策行为意愿影响因素研究——以沈阳市居民为例*. Liaoning: LIAONING UNIVERSITY

张炜 (Zhang wei) ,2013. *欧盟旅游业可持续发展研究*. Jilin: JILIN UNICERSITY

邹佳因 (Zou Jianan) ,2008. *中国公民赴欧洲旅游市场发展态势及开发策略研究*.
Shan

Anexos

中国游客赴西班牙旅游偏好调查问卷

Cuestionario de los gustos turísticos de la población china sobre España

您好，我是一名西班牙瓦伦西亚理工大学的硕士留学生，现正在做关于《中国游客赴西班牙旅游偏好》的毕业论文，需要了解一些关于您旅游方面的信息。希望您予以支持，提出您的宝贵意见。本次问卷调查采取不记名方式，并会对您的个人信息严格保密。如有打扰，请您谅解。最后感谢您在百忙之中填写问卷！

iHola! Soy una estudiante de Universidad Politécnica de Valencia de España. Estoy haciendo una investigación sobre "Los gustos turísticos de la población China sobre España", quería saber alguna información sobre usted. Espero que me pueda ayudar a rellenar este cuestionario y conocer su opinión para mejorar el turismo español. No se preocupe por la seguridad de la información personal porque no revelaré ninguno de los datos de carácter personal de este cuestionario. Disculpe por la molestia. Por ultimo , gracias por apoyarme. ¡Que tenga un buen día!

1. 您是否去过西班牙旅游

¿Usted ha viajado a España alguna vez?

- 去过 Sí
- 没去过 No (请跳至第 12 题 [Por favor, pase a la pregunta número 12](#))

2. 您去过哪些西班牙的城市：

¿Cuáles son las ciudades a las que ha viajado?

- 马德里 Madrid
- 巴塞罗那 Barcelona
- 瓦伦西亚 Valencia
- 圣地亚哥 Santiago de Compostela
- 格拉纳达 Granada
- 塞维利亚 Sevilla
- 托雷多 Toledo
- 萨拉曼卡 Salamanca
- 其他 (请注明：) Otros (Por favor, escriba aquí：) _____

3. 您最近一次西班牙之旅的同伴是：

¿Con quién ha viajado a España?

- 家人 Familia
- 同事 Compañeros de trabajo
- 朋友 Amigos
- 伴侣 Pareja
- 论坛旅友 Desconocidos que haya conocido a través del viaje o foro turístico
- 自己 Con nadie, viajo solo
- 其他（请注明：） Otros (Por favor, escriba aquí：) _____

4. 您最近一次的西班牙之旅持续了多长时间

¿Cuánto tiempo ha durado su viaje a España?

- 3 天以内 Menos de 3 días
- 4~7 天 De 4 a 7 días
- 8~15 天 De 8 a 15 días
- 16~30 天 De 16 a 30 días
- 31 天以上 Más de 31 días

5. 您来西班牙旅游是目的

El motivo de su viaje a España：

- 观光旅游 Para visitar la ciudad y conocer el patrimonio cultural
- 休闲度假 Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España
- 探亲访友 Para visitar amigos o familia
- 商务旅游或工作需要 Por necesidad de trabajo
- 其他（请注明：） Otros (Por favor, escriba aquí：) _____

6. 您都体验到了哪些西班牙的旅游资源？

¿Qué tipo de recursos turísticos españoles ha experimentado?

- 历史文化古迹（如：圣家堂、阿尔罕布拉宫、塞戈维亚水渠等）
Recursos históricos y culturales (ej：la Sagrada Familia, la Alhambra, el Acueducto de Segovia)
- 博物馆（如：普拉多博物馆）
Recursos de museo (ej：Museo Nacional de Prado)

- 小镇的纯朴风光 (如 : 托雷多古城)
Paisajes rurales (ej : Toledo)
- 自然风光 (海滩阳光或湖泊山景)
Recursos naturales (ej : sol y playa o lago y montaña)
- 文学作品或电影电视中出现的景色 (如 : 丝绸之路, 堂吉诃德之路, 三毛之家等)
Los paisajes que salen en la literatura, programas de televisión o películas (ej : La Ruta de la Seda, la ruta de Don Quijote o la casa en que vivió la escritora San Mao)
- 特色美食 (如 : 海鲜饭, 塔帕斯, 西班牙火腿等)
Recursos gastronómicos (ej : paella, tapas, jamón)
- 特色演出 (如 : 斗牛、弗拉门戈舞蹈、音乐戏剧演出等)
Recursos de artes escénicas (ej : toros, flamenco u otros conciertos y obras de teatro)
- 特色节日 (如 : 奔牛节、番茄节、法雅节、三王节、四月鲜花节等)
Recursos festivos (ej : encierro, La Tomatina, Las Fallas etc.)
- 观看体育比赛 (如 : 足球赛、网球赛和摩托车赛等)
Las competiciones deportivas (ej : fútbol , tenis, motos, etc.)
- 体验极限运动 (如 : 跳伞、滑雪、冲浪等等)
Recursos de deporte extremo (ej : paracaidismo, esquí, surf)
- 西班牙的特色生态产品 (如 : 红酒、火腿、橄榄油)
Productos ecológicos (ej : vino , jamón, aceite de oliva)
- 西班牙的特色品牌 (如 : 罗意威、桃丝熊、ZARA、MANGO 等)
Marcas españolas (ej: LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO, etc.)
- 其他 (请注明 :) _____
Otros (Por favor, escriba aquí :)

7. 对于这些旅游资源, 您的评价是
¿Sobre estos recursos turísticos, cuales son sus comentarios?

请您根据实际情况选择最符合的 : 从 **1** (非常不满意) 到 **5** (非常满意) ,
若您未曾体验过某项旅游项目, 请选 **0** (未体验过)

Por favor, según su experiencia de viaje a España, elija desde 1 (Muy descontento) hasta 5 (Muy contento). Si nunca no ha experimentado algún recursos, elija 0 (No he experimentado)

	未体验过 No he experimenta do	非 常 不 满 意 Muy descontent o	不 满 意 Descontent o	还 可 以 Más o menos contento	满 意 Contento	非常 满意 Muy contento
--	------------------------------------	-------------------------------------	--------------------------	-------------------------------------	-----------------	-----------------------------

历史文化古迹 Recursos históricos y culturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
博物馆 Recursos de museo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
小镇的纯朴风光 Paisajes rurales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
自然风光 Recursos naturales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
文学作品或电影电视中出现的景色 Los paisajes que salen en la literatura, programas de televisión o películas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
特色美食 Recursos gastronómicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
特色演出 Recursos de artes escénicas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
特色节日 Recursos festivos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
观看体育比赛 Las competiciones deportivas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
体验极限运动 Recursos de deporte extremo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
西班牙的特色生态产品 Productos ecológicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

西班牙的特色品牌 Marcas españolas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
----------------------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------

8. 对于西班牙旅游的其他方面，您的评价是？

Sobre otros factores turísticos españoles, ¿Cuales son sus opiniones?

请您根据实际情况选择最符合的数值：从 0（非常不满意）到 5（非常满意）

Por favor, según su experiencia de viaje a España, elija desde 0 (Muy descontento) hasta 5 (Muy contento)

景点间的交通连接便利程度 **El transporte, es fácil para llegar a cada lugar turístico** _____

西班牙人的友好程度 **El nivel amistoso de los españoles** _____

社会治安 **La seguridad de la sociedad** _____

中文介绍或讲解服务 **Información turística o servicios turísticos en chino** _____

产品质量 **La calidad de los productos españoles** _____

旅游花销性价比 **El nivel práctico para viajar a España** _____

适宜的气候 **El clima agradable** _____

住宿环境及卫生 **El ambiente e higiene del** _____

alojamiento

9. 有了此次西班牙旅游的经历，您是否还想重返西班牙游览？您是否会向他人推荐西班牙作为出境游目的地？

¿Con la experiencia de viajar a España que haya tenido, volvería a viajar a España otra vez? ¿Recomendaría viajar a España a los demás?

- 想重返，会推荐 Volvería y recomendaría (请跳至第 **11** 题 Por favor, pase a numero **11**)
- 想重返但不会推荐 Volvería pero no recomendaría
- 不想重返但会推荐 No volvería pero recomendaría
- 不想重返也不会推荐 No volvería y no recomendaría

10. 您不会推荐或者不想重返西班牙游览的原因是？**请用关键词描述**

¿Por qué no recomendaría volver a viajar a España? Describe los motivos en pocas palabras

11. 为了西班牙旅游业更好地为中国游客服务，您是否还有一些建议？（可关于路线、基础设施建设等）

Para desarrollar el turismo español y servir mejor a los turistas chinos, ¿podría proponer algún consejo?

12. 您计划去哪个或者哪些西班牙的城市：

¿Cuáles son las ciudades que le interesaría visitar?

- 马德里 Madrid
- 巴塞罗那 Barcelona
- 瓦伦西亚 Valencia
- 圣地亚哥 Santiago de Compostela
- 格拉纳达 Granada
- 塞维利亚 Sevilla
- 托雷多 Toledo
- 萨拉曼卡 Salamanca
- 其他（请注明：） Otros (Por favor, escriba aquí :) _____

13. 您计划同谁一起去西班牙？

¿Con quién viajaría a España?

- 家人 Familia
- 同事 compañeros de trabajo
- 朋友 Amigos
- 伴侣 Pareja
- 论坛旅友 Desconocidos que haya conocido a través del viaje o foro turístico
- 自己 Con nadie, viaje solo
- 其他（请注明：） Otros (Por favor, escriba aquí :) _____

14. 您计划在西班牙停留多长时间？

¿Cuánto tiempo duraría su viaje a España?

- 3 天以内 Menos de 3 días
- 4~7 天 De 3 a 7 días
- 8~15 天 De 8 a 15 días
- 16~30 天 De 16 a 30 días
- 31 天以上 Más de 31 días

15. 如果您选择到西班牙旅游，那您旅游的目的将会是？

Si elige a viajar a España , ¿cuál sería el motivo de su viaje a España?

- 观光旅游 Para visitar ciudades y conocer el patrimonio cultural
- 休闲度假 Para relajarse y disfrutar de los buenos recursos turísticos de España
- 探亲访友 Para visitar amigos o familia
- 商务旅游或工作需要 Por necesidad de trabajo
- 其他（请注明：） Otros (Por favor, escriba aquí :) _____

16. 您对于西班牙**已有的**印象有哪些？

¿Qué imágenes/ideas tiene de España?

- 历史文化遗产众多
Tiene muchos recursos históricos y culturales

海滩阳光丰富

Tiene la playa y el sol muy bonitos

是众多电影、电视节目的取景地

Muchas películas o programas de televisión se realizan en o sobre España

是《堂吉诃德》的故乡，也与作家三毛有不解的渊

Es el hogar de Don Quijote y también el origen de la novela de la escritora San Mao

有海鲜饭、塔帕斯等美食

Tiene una gastronomía muy rica como paella ,tapas, etc.

足球、网球和篮球在世界上享有盛誉

El fútbol, tenis y baloncesto tienen buena fama en el mundo

有奔牛节、法雅节、五月鲜花节等众多特色节日

Tiene muchas fiestas como los encierros, Las Fallas, etc.

斗牛士和弗拉门戈等特色演出

Es famoso por sus toros y flamenco

西班牙红酒和橄榄油很出众

Esta famoso por su vino y aceite de oliva

罗意威、桃丝熊、ZARA、MANGO 等是西班牙的品牌

Hay muchas marcas española famosas como LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO

其他（请注明：） _____

Otros (Por favor, escriba aquí :)

17. 如果有机会到西班牙旅游，您对哪些西班牙的旅游资源感兴趣？

Si tuviera la oportunidad de viajar a España, ¿qué recursos turísticos le interesaría(n)?

历史文化古迹（如：圣家堂、阿尔罕布拉宫、塞戈维亚水渠等）

Recursos históricos y culturales (ej : la Sagrada Familia, la Alhambra, el Acueducto de Segovia)

博物馆（如：普拉多博物馆）

Recursos de museo (ej : el Museo Nacional del Prado)

小镇的纯朴风光（如：托雷多古城）

Paisajes rurales (ej : Toledo)

自然风光（海滩阳光或湖泊山景）

Recursos natural (ej : sol y playa o lago y montaña)

电影电视中出现的景色（如：如：《花样姐姐》、《非诚勿扰》等真人秀节目和《午夜巴塞罗那》等电影）

Los paisajes que sale en programas de televisión o películas (ej : "Vicky Cristina Barcelona", " Las hermas Hua yang ")

- 寻找那些文学作品的足迹（如：《堂吉诃德》、《西班牙旅行笔记》、作家三毛的作品）
 Buscar las rutas que sale en la literatura o novelas (ej : "Don Quijote" , "Un cuento del Sahara" de San Mao etc.)
- 特色美食（如：海鲜饭，塔帕斯，西班牙火腿等）
 Recursos gastronómicos (ej : paella, tapas, jamón)
- 特色演出（如：斗牛、弗拉门戈舞蹈、音乐戏剧演出等）
 Recursos de artes escénicas (ej : toros, flamenco u otros conciertos y teatros)
- 特色节日（如：奔牛节、番茄节、法雅节、三王节、四月鲜花节等）
 Recursos festivos (ej : encierros, La Tomatina, Las Fallas etc.)
- 观看体育比赛（如：足球赛、网球赛和摩托车赛等）
 Las competiciones deportivas (ej : fútbol , tenis, motos etc.)
- 体验极限运动（如：跳伞、滑雪、冲浪等等）
 Recursos de deporte extremo (ej : paracaidismo, esquí, surf)
- 西班牙的特色生态产品（如：红酒、火腿、橄榄油）
 Productos ecológicos (ej : vino , jamón, aceite de oliva)
- 西班牙的特色品牌（如：罗意威、桃丝熊、ZARA、MANGO 等）
 Marcas españolas (ej: LOEWE, TOUS, ZARA, MANGO, etc.)
- 其他（请注明： ） _____
 Otros (Por favor, escriba aquí :)

18. 对于西班牙旅游的一些其他因素，您的态度是：
 ¿Qué factores turísticos españoles le atraen más?

请您根据实际情况选择最符合的：从 0（对我来说非常重要）到 5（对我来说非常重要）
 Por favor, según su situación personal, elija qué corresponde más a sus gustos desde 0 (No tiene ninguna importancia) hasta 5 (Muy importante)

- 景点间的交通连接便利程度 **El transporte, es fácil llegar a cada lugar turístico** _____
- 西班牙人的友好程度 **El nivel amistoso de los españoles** _____
- 社会治安 **La seguridad de la** _____

sociedad

中文介绍或讲解

服务 **Información**

turística en chino

o servicios _____

turísticos en

chino

旅游景点的知名

度 **La fama de los** _____

sitios turísticos

旅游花销性价比

El nivel práctico

para viajar a _____

España

适宜的气候 **El**

clima agradable _____

住宿环境及卫生

El ambiente e

higiene del _____

alojamiento

所购买的产品质

量 **La calidad de**

los productos _____

españoles

19. 在西班牙的旅途中，您更倾向于购买哪些类型的商品？

Quando viaje a España, ¿qué tipo de producto le gustaría comprar?

生态产品（红酒、橄榄油、火腿） **Productos ecológicos** (ej : vino tinto, jamón, aceite de oliva)

化妆品、香水等 **Perfume o cosméticos**

特色手工艺品 **Recuerdos de artesanía**

医疗保健品 **Medicina o cosméticos de parafarmacia**

首饰 **Joyas**

服装鞋帽 **Ropa, zapatos, gorras etc.**

箱包 **Bolsos o maletas**

奢侈品牌 **Marcas de lujo**

其他（请注明：） **Otros** (Por favor, escriba aquí :) _____

20. 关于西班牙的旅游业的发展，您还有哪些建议或愿景？

Para desarrollar el turismo español , ¿podría proponer algún consejo o deseo?

21. 您的性别

Sexo

- 男 Hombre
- 女 Mujer

22. 您的年龄

Edad

- 18 岁以下 Menor de 18 años
- 18~25 岁 Entre 18 años y 25 años
- 26 ~35 岁 Entre 26 años y 35 años
- 36~45 岁 Entre 36 años y 45 años
- 46~55 岁 Entre 46 años y 55 años
- 56~65 岁 Entre 56 años y 65 años
- 66 岁以上 Más de 66 años

23. 您的最高学历

Título académico

- 高中/ 中专 Escuela secundaria
- 大专 Formación personal de grado superior
- 本科 Grado
- 研究生 Posgrado
- 博士及以上 Doctorado

24. 您现居住地

¿Dónde vive actualmente?

- 华北地区（北京市、天津市、河北省、山西省、内蒙古自治区）

Norte de China (Pekín, Tianjin, Hebei, Shanxi ,Mongolia Interior)

- 东北地区 (黑龙江省、吉林省、辽宁省)

Noreste de China (Heilongjiang, Jinlin, Liaoning)

- 华东地区 (上海市、江苏省、浙江省、安徽省、江西省、山东省、福建省)

Este de China (Shanghái, Jiangsu, Zhejiang, Anhui, Jiangxi, Shandong, Fujian)

- 中部地区 (河南省、湖北省、湖南省)

Central de China (Henan, Hubei, Hunan)

- 华南地区 (广东省、广西壮族自治区、海南省)

Sur de China (Cantón, Guangxi, Hainan)

- 西北地区 (陕西省、甘肃省、青海省、宁夏回族自治区、新疆维吾尔自治区)

Noroeste de China (Shanxi, Gansu, Qinghai, Ningxia, Xinjiang)

- 西南地区 (四川省、贵州省、云南省、重庆市、西藏自治区)

Suroeste de China (Sichuan, Guizhou, Yunnan, Chongqing, Tíbet)

- 港澳台地区

Región administrativa especial (Hongkong, Macao, Taiwán)

- 境外 (请注明 :) _____

Fuera de China (Por favor, escriba aquí :)

25. 您的职业

¿Cuál es su profesión ?

- 政府工作人员 Funcionario

- 企业管理人员 Gestor de la empresa

- 学生 Estudiante

- 专业技术人员 Técnico o informático

- 艺术家 Artista

- 工人 Obrero

- 教师 Profesor

- 离退休人员 Jubilado

- 医生 Médico

- 自由职业者 Trabajador autónomo

- 其他 (请注明 :) Otros (Por favor, escriba aquí :) _____

26. 您的月收入 Salario mensual

- 3000 元以下 Menos de 410 euros
- 3001~5000 元 De 411 a 684 euros
- 5001~8000 元 De 685 a 1095 euros
- 8001~10000 元 De 1096 a 1369 euros
- 10001~20000 元 De 1370 a 2739 euros
- 20001 元以上 Mas de 2740 euros

27. 您的家庭结构

La estructura familiar

- 单身 Soltero
- 二人世界 Con pareja
- 三口之家 Con hijo y pareja
- 三代同堂 Con nieto, hijo y pareja
- 其他（请注明：）Otros (Por favor, escriba aquí :) _____

28. 您一年出境游的次数

¿Cuántas veces viaja fuera de China al año?

- 0~2 次 De 0 a 2 veces
- 3 ~4 次 D 3 a 4 veces
- 5~6 次 D 5 a 6 veces
- 7 次以上 7 o más veces

29. 您一般会在何时选择出境旅游？

¿Normalmente en qué temporada prefiere hacer un viaje fuera de China?

- 春节 Durante el Año Nuevo Chino
- 十一黄金周 La Semana de Oro por el Día Nacional de China
- 带薪假期 Las vacaciones del trabajo
- 寒暑假 Vacaciones de verano o invierno
- 小长假 El puente
- 无所谓，任何时候都可以 Me da igual, cualquier momento
- 其他（请注明：）Otros (Por favor, escriba aquí :) _____

30. 您一般选择出境旅游的方式

Si quiere viajar fuera de China, ¿qué forma elegiría?

- 跟旅行社旅游 A través de agencia de viajes
- 半自由行, 到当地再报名一日游的团 Por libre, si hace falta, elegiré una ruta por un día
- 自由行, 行程完全自己安排 Totalmente por libre
- 由公司或单位组织 Con empresa o alguna organización
- 其他 (请注明:) Otros (Por favor, escriba aquí:) _____

31. 您是通过什么方式来了解旅游信息的

¿Qué forma suele utilizar para recibir información turística?

- 旅行社宣传 A través de agencias de viaje
- 亲戚朋友介绍 A través de recomendaciones de amigos o parientes
- 看穷游等各大旅游论坛或手机应用 A través de un foro turístico o aplicaciones
- 电视和广播节目 A través de programas de televisión o radio
- 旅游杂志 Revistas o libros sobre turismo
- 其他 (请注明:) Otros (Por favor, escriba aquí:) _____

32. 您是如何获取到关于西班牙的信息?

¿Cómo ha recibido la información sobre España ?

- 通过其著名的运动 (如: 足球、网球、篮球等) A través de su deporte famoso (fútbol, tenis o baloncesto)
- 通过电影、电视剧、宣传片 A través de películas, series o videos turísticos
- 通过文学作品 A través de obras de literatura
- 通过电视或广播节目 A través de programas de televisión o radio
- 通过网站或手机应用 A través de webs o aplicaciones de móvil (APP)
- 通过有关西班牙的展会或展览 A través de exposiciones sobre España
- 通过西班牙驻中国的文化机构 (大使馆、塞万提斯学院等) A través del sector cultural español en China (Empajada española en China o Instituto Cervantes)
- 通过历史课或者艺术课上 A través de la enseñanza de historia o arte
- 口口相传 Boca a boca

其他（请注明：） Otros (Por favor, escriba aquí：) _____