

14/01/2016

## El turisme xinès, un nou repte per a la indústria turística a Espanya



El turisme xinès, que destaca pel seu increment sostingut i la seva capacitat de despesa, està començant a conèixer Espanya. Aquests turistes no estan interessats pel sol i la platja i tenen una cultura, costums i idioma molt diferents. El repte d'adaptació a aquest nou turisme també suposa l'oportunitat de posicionar-nos com un destí atractiu per a aquests turistes. El Grup de Recerca TUDISTAR de la UAB ha obert una nova línia d'investigació i està estudiant les característiques d'aquest turisme a Barcelona i Espanya, al costat d'altres turismes emergents.

Fa 15 anys el turisme xinès a Espanya era pràcticament inexistent a causa de l'aïllament exterior de la Xina. No obstant això, a partir de 2004, quan Espanya va ser una destinació aprovada per l'agència xinesa de turisme, la *Xina National Tourism Administration* (CNTA), les xifres de visitants han anat en augment. Aquest fenomen no és únic d'Espanya, sinó que el turisme xinès ha agafat volada a nivell mundial. Des de 2013, els turistes xinesos que surten fora del seu país superen en nombre als de qualsevol altre país del món. És a dir, és

la primera potència emissora de turistes. La importància i el pes d'aquests turistes han obligat a replantejar l'adaptació del producte turístic a aquest col·lectiu creixent.

A nivell global, el 2014 es va superar la xifra de 100 milions de turistes que van viatjar fora de la Xina. Aquests turistes són els que realitzen major despesa en els seus viatges i en el mateix any van gastar 164.8 mil milions de dòlars. A Espanya aquesta xifra és molt més moderada, i el 2014 ens van visitar 287.873 turistes, un 14% més que l'any anterior. El turista xinès a Espanya gasta una mitjana de 2.040 €. A més, a causa del descens en la despesa del turista rus, els turistes xinesos van realitzar la despesa més elevada en compres, de 975 € de mitjana per visitant. Segons un article realitzat pel Grup de Recerca TUDISTAR de la UAB (Lojo i Cànoves, 2015), quan visiten Espanya, Barcelona és el seu destí predilecte. En els viatges organitzats, els operadors turístics permeten estar més dies en aquesta ciutat, a més hi ha temps lliure i el turista pot conèixer la ciutat al seu aire.

L'anàlisi de les ofertes dels principals 4 operadors turístics de la Xina Continental amb viatges a Europa mostra que els clients que arriben a Barcelona no vénen a la recerca de l'oferta de sol i platja. A aquest viatger li interessa entrar en contacte amb elements culturals propis dels llocs que visita: patrimoni cultural, llocs pintorescos, monuments i espais escènics. A més, s'interessa per les compres, sobretot del sector de luxe. En els seus viatges per Europa al turista, que acostuma a tenir un poder adquisitiu mitjà-alt, aprecia comprar marques occidentals. Complementos, joies i sabates són els productes més ben valorats i en els que gasten més diners. Gucci, Louis Vuitton, Prada, Chanel, Cartier i Tiffany són algunes de les boutiques de Passeig de Gràcia de Barcelona que més han notat l'afluència de turistes xinesos.

En definitiva, el turisme xinès, al costat d'altres turismes emergents, suposa una oportunitat per ampliar l'oferta turística del país i els beneficis de la indústria. Tot i que Espanya està consolidada com una destinació de vacances de "sol i platja", convé ampliar i adaptar el producte turístic. Per augmentar la sostenibilitat de la indústria, aquesta s'ha de reorientar cap a un producte mixt en el qual tinguin més cabuda altres activitats. D'aquesta manera es facilitarà la conversió cap a un turisme de "qualitat" i no de "quantitat", més respectuós amb l'entorn local. Això permetrà que Espanya sigui un destí cosmopolita, cultural, modern i atractiu per a turistes amb altres interessos i major capacitat adquisitiva.

#### **Aureli Lojo**

Grup de Recerca [TUDISTAR](#)

Departament de Geografia

[Aureli.Lojo@uab.cat](mailto:Aureli.Lojo@uab.cat)

#### **Referències**

[View low-bandwidth version](#)