

El resurgimiento de China en la economía mundial es uno de los acontecimientos de mayor trascendencia en los primeros años de este siglo. Su crecimiento promedio anual de 9,5% en los últimos 25 años, unido con una política de liberación y apertura, ha convertido a su economía en la tercera más grande del mundo, después de EEUU y Japón, y en la primera potencia exportadora. De persistir este crecimiento, la economía china podría superar a la de Estados Unidos antes de 40 años.

Durante el último tiempo, el mayor ingreso per cápita de sus habitantes, ha impulsado el turismo Chino hacia el exterior, generando una afluencia de alrededor de 20 millones de viajeros chinos por el mundo. De acuerdo a estudios realizados por la Organización Mundial de Comercio (OMC), China se ha convertido en el mercado emisor de turistas de mayor desarrollo en el mundo. Las proyecciones indican que hacia el 2020 China se convertiría en el cuarto país emisor de turistas, alcanzando los 100 millones de viajeros.

En el año 2008 los turistas chinos que viajaron fuera del país llegaron a totalizar 45 millones, mostrando un crecimiento de 12% en relación al 2007 (unos 40 millones de viajeros). Actualmente se estima que entre 200 y 250 millones de ciudadanos chinos cuentan con capacidad financiera para viajar fuera del territorio nacional, esto es, un 15% de la población total del país. Cantón (Guangdong) es la principal provincia emisora, cuya población urbana alcanza un PIB per cápita de USD 5.420.

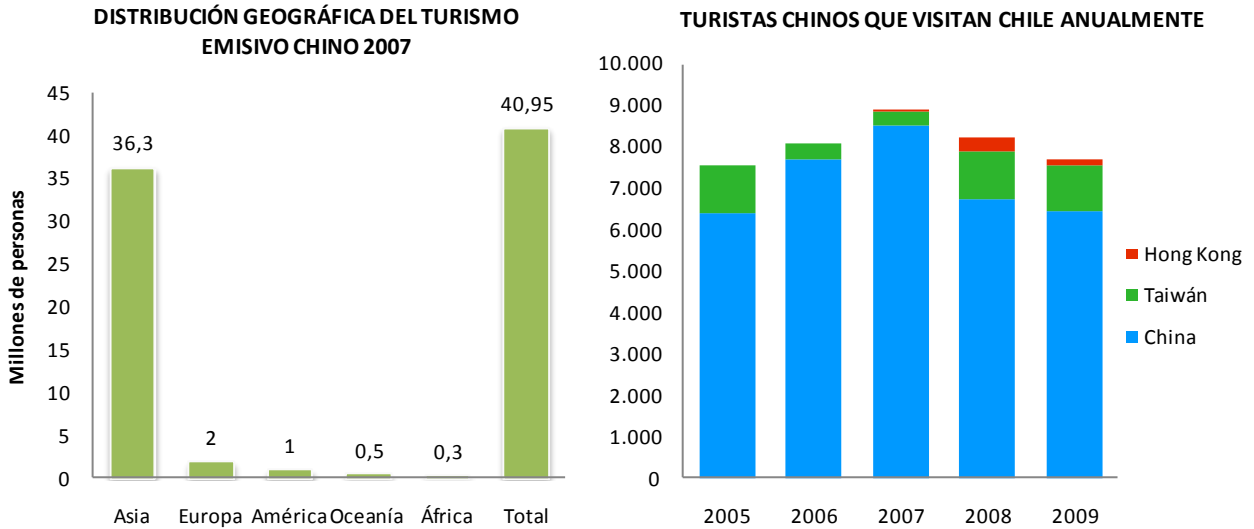
Durante el 2009 los destinos preferidos por el turista chino fueron Hong Kong, Macao, Japón, Corea del Sur, Japón, Vietnam, Rusia, Singapur, Australia, EEUU y Malasia. Por su parte, las principales motivaciones para viajar al exterior fueron: placer (53%), visita a familiares o amigos (23%) y negocios (12%).

En lo relativo al rango etario, el grupo que exhibe las mayores tasas de crecimiento es el de 18 – 40 años, representando un 25% de la población de China. Adicionalmente este segmento contiene al subgrupo de 15 – 22 años, que es el de mayor consumo en el país.

Medio por el que deciden su viaje	Fuera de Asia	Dentro de Asia
Agencia de Viajes	63%	78%
Directamente en la Aerolínea	33%	14%
Por Internet	3%	4%
Directamente en los hoteles de destino	3%	2%
Otros	3%	6%

Es importante destacar que el turista chino presenta una fuerte estacionalidad en sus viajes, limitados por las denominadas “semanas doradas” (feriados de alrededor de cinco días), únicos períodos permitidos por el gobierno central para tomar vacaciones.

En el caso particular de Chile, la llegada de turistas chinos al país ha sido oscilatoria con una tendencia a la baja en los dos últimos años, situándose en el 2009 en 6.456 visitantes. Con una estadía promedio de 8.3 días y un gasto aproximado diario de USD 123.5, los viajeros chinos se ubican como los de mayor gasto en Chile, casi triplicando al turista europeo (USD 47.6) y duplicando al estadounidense (USD 61.9).



El Estudio “Turismo Emisivo Chino” realizado por el centro Asia Pacífico de la Universidad Diego Portales, proporciona análisis e información estadística sobre el creciente aumento de turistas chinos por el mundo. Con una investigación evolutiva del comportamiento de la industria y un enfoque en el potencial del mercado, el estudio proporciona datos clave considerando:

- Características de la Industria Turística (mundial, nacional y china)
- Condiciones de la Demanda (distribución de la población en China, mercado potencial, cantidad de viajes que realizan, tiempo de estadía, temporada en que viajan, motivos del viaje, actividades que realizan, gasto en destino, entre otros)
- Perfil del Turista Chino que visita Chile (motivo de viaje, composición etaria y de género, estructura del gasto, actividades que realizan y lugares visitados)
- Benchmark de los principales países receptores de turistas chinos en Sudamérica

Este tema será tratado con mayor profundidad durante los Programas Ejecutivos “Estrategias de Negocios en China”. Para más información sobre estos programas contactarse a asia@udp.cl.

