**BTS MUC**

**SESSION 2017**

Madrid, a la conquista del turismo chino con el fútbol y las compras como reclamo

[*www.abc.es*](http://www.abc.es) *- 18/01/2017*

Más de 300.000 turistas chinos visitaron la Comunidad de Madrid en 2016, una cifra que prácticamente triplica la de 2011. Pero el chino es un[mercado aún en expansión](http://www.abc.es/espana/madrid/abci-turistas-gastan-madrid-52-ciento-mas-media-espana-201701160148_noticia.html)y que puede dar grandes alegrías a los responsables madrileños del turismo. Por eso, el objetivo que se han fijado es atraer a este tipo de visitante de alto poder adquisitivo --, con las compras y el fútbol -Real Madrid y Atlético de Madrid- como «ganchos»[[1]](#footnote-1).

 De momento, la Comunidad de Madrid ha abierto un «escaparate» en el mayor portal turístico de venta online asiático, que cuenta con más de 300 millones de usuarios. El espacio digital Portal de Madrid se va a incluir en la página web ccc.ctrip.com, el grupo turístico de reservas online líder en el país asiático.

La Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid ha puesto sus ojos en esta clase media alta procedente del gigante asiático, y es a ellos a quienes se dirigirán a través de este portal de Madrid. Pondrá a disposición de los usuarios chinos un servicio de call center para que puedan consultar todo lo relativo a la cultura, la gastronomía o las compras en la región madrileña.

La promoción del turismo madrileño comenzará el próximo 28 de enero, con la campaña «Mi año nuevo empieza desde aquí, Madrid». En febrero, se promociona «Me enamora Madrid», y en marzo, «Un día de relax en Madrid». Otros atractivos para «enganchar» al visitante son los eventos deportivos relacionados con el Real Madrid y el Atlético de Madrid, dos clubes muy conocidos en el mundo asiático.

El perfil tradicional del turista chino es el de persona de clase media-alta, jubilado en un porcentaje importante, sin dominio de idiomas extranjeros, que valora el lujo.

En general, los asiáticos son turistas que no buscan sol y playa (…) sino el ocio -en un 81 por ciento de los casos-. La conectividad de España con China ha mejorado mucho: de sólo dos rutas (Pekín-Madrid y Pekín-Barcelona) se ha pasado a cinco: Shanghái-Madrid (en dos líneas diferentes, Iberia y China Eastern) y Hong Kong-Madrid.

1. Un appât [↑](#footnote-ref-1)