

El Patronato Provincial de Turismo refuerza su apuesta estratégica por el turismo chino con un foro clave para el sector

El objetivo del evento es capacitar, inspirar y preparar al sector turístico granadino ante el nuevo contexto de este perfil de viajero internacional

miércoles 25 de junio 2025



La diputada de Turismo y Patrimonio, Marta Nievas, junto al presidente de la Federación Granadina de Hostelería y Turismo, Gregorio García, y la CEO de Asialink, Jennifer Zhang, ha inaugurado el Foro Estratégico 'El nuevo turista chino. Estimulación de la demanda y herramientas de captación y comercialización'. Esta jornada, impulsada por el Patronato Provincial de Turismo de la institución provincial, tiene el objetivo de capacitar y preparar al sector turístico local ante el creciente interés del mercado chino por los destinos europeos.

Nievas ha destacado "el compromiso de la Diputación con la internacionalización del destino y con la diversificación de mercados. La reactivación del turismo chino no es solo una oportunidad, sino una necesidad estratégica para Granada, que puede ofrecer al visitante asiático experiencias culturales, patrimoniales y gastronómicas únicas y grandes beneficios para nuestra provincia".

Además, la diputada ha subrayado que “la atracción del turismo chino puede generar un impacto directo en el empleo, en la actividad económica y en la visibilidad internacional de nuestra provincia. Desde la Diputación trabajamos para que estos beneficios se distribuyan de forma equilibrada por el territorio, reforzando especialmente a los municipios con potencial turístico que aún no han sido descubiertos por este mercado. Es una apuesta clara por un desarrollo turístico sostenible e inclusivo”.

Por su parte, el presidente de la Federación Granadina de Hostelería y Turismo, Gregorio García, ha indicado que “este encuentro es muy importante para el destino Granada. Es crucial conocer los cambios que se están produciendo en China para atraer ese tipo de turista. Tenemos que organizarnos para que vengan a disfrutar de nuestra tierra”.

La CEO de Asialink, Jennifer Zhang, ha señalado que “estamos de enhorabuena porque los datos son muy buenos y debemos hablar de las tendencias de cómo adaptarnos a ese mercado. Llevamos 20 años trabajando el turismo chino en España y esperamos aportar todo nuestro saber a la comunidad de Granada. Los datos que manejamos son de récords históricos de llegada de turistas chinos a España y a Granada y debemos aprovechar esa oportunidad”.

Este foro es una consecuencia directa del viaje institucional que realizó la Diputación de Granada a China en octubre de 2024. Durante esa misión, el presidente Francis Rodríguez y la diputada de Turismo, Marta Nievas, presentaron la oferta de Granada ante una treintena de agencias de viaje, turoperadores, aerolíneas como Air China y medios chinos en Pekín, con el apoyo de Turespaña.

Asimismo, mantuvieron encuentros estratégicos con China Tourism Group (CTG), con quien se establecieron canales de colaboración para incluir a Granada en sus catálogos. La reactivación de este foro se inscribe así en una acción coordinada de promoción que ya está dando sus primeros frutos.

Programación

La cita ha reunido a profesionales del sector, instituciones y empresas en una sesión orientada a analizar el perfil del viajero chino y a identificar herramientas efectivas para su captación y fidelización.

A su vez, la jornada ha contado con la participación de Asialink Spain, agencia líder en marketing turístico especializado en el mercado chino, cuya CEO, Jennifer Zhang, ha abordado las nuevas tendencias y oportunidades de colaboración para destinos como Granada. Entre los temas tratados han destacado la hiperdigitalización del turista chino, el papel clave de las redes sociales y los influencers, así como los canales de comercialización más eficaces, como la plataforma Ctrip, líder en el país asiático. El foro ha concluido con una sesión de networking donde se han abierto vías de colaboración entre el tejido turístico granadino y los representantes de Asialink.

Esta acción forma parte de la estrategia del Patronato Provincial de Turismo para fortalecer la competitividad de Granada en mercados internacionales de alto potencial, como es el caso del turismo chino, cuyo gasto medio por visitante en España supera los 2.800 euros.