



# Artículos

## En pandemia Argentina fortalece lazos en materia turística con China

*Samanta Solari*

El pasado 9 de marzo, el Ministro de Deportes y Turismo, Lammens Matias y Jane Sun, CEO de la agencia china Trip.com Group, firmaron un Memorandum de Entendimiento a fin de fortalecer el mercado de viajes entre ambos países, una vez que la pandemia del nuevo coronavirus (COVID-19) comience a quedar atrás.

El convenio busca consolidar la imagen de marca del turismo argentino con herramientas de multimarketing para alcanzar más consumidores chinos, y de este modo contribuir a la recuperación del mercado turístico argentino.

### La importancia del sector turístico en Argentina

En el año 2018 Argentina se ubicó en el puesto N°20 de países con mayor aporte del turismo a su PBI (Producto Bruto Interno), según el ranking elaborado por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTTC en inglés). Para dicho año, el sector turístico en nuestro país representó un 10 % del PBI y un 9,4% de los empleos generados, teniendo en consideración solo el trabajo formal de la actividad.

Según estadísticas del INDEC, presentadas en el 2019, llegaron al país 339.176 turistas extranjeros, lo que representó en el sector turístico un crecimiento del 25,7% con respecto al año anterior. En este sentido, sobre dicho total, el número de turistas chinos que visitó la Argentina ascendió a 76.569, lo cual significó un incremento del 6,4%, según fue manifestado por el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR).

### ¿Quién es CTRIP y por qué el interés de Argentina en la compañía?

Trip.com Group, también reconocida como CTRIP, es un proveedor chino de servicios de viaje que incluyen, entre ellos, reservas de alojamiento, transport ticketing, paquetes turísticos y administración de viajes corporativos.

La importancia de poseer a un distribuidor como CTRIP radica en que, en otros países, si bien las personas tienden a utilizar una combinación de teléfonos celulares, tablets y computadoras para buscar sus viajes, al final suelen reservar siempre a través de este último tipo de dispositivo. En este sentido y en forma general, son menos del 10% las reservas que se cierran a través de smartphones.

Sin embargo, en China, ese porcentaje ronda el 25%, según la empresa Worldpay, estrechamente relacionada con el procesamiento de pagos digitales. De hecho, el 97% de los viajeros chinos compran planes de datos para usar su teléfono cuando viajan al extranjero, otro certero indicio de que son grandes usuarios de teléfonos móviles.

CTRIP es denominada como la mayor OTA (Online Travel Agencies) de China. Su aplicación móvil, denominada Trip.com, se ha descargado más de 1.000 millones de veces. Los viajeros que la usan pueden reservar fácilmente alrededor de 800.000 hoteles en más de 5.000 ciudades. La aplicación también ofrece seguimiento de vuelos en tiempo real y reservas dentro del país. Está disponible en chino mandarín, inglés, español, francés, alemán, cantonés, japonés y coreano. Además, la App no ofrece sólo reservas, sino que además los usuarios también pueden publicar y leer más de 30 millones de reviews de hoteles, vuelos o trenes.

China, hasta el 2019, etapa previa a la pandemia, era el país con más turismo emisivo a nivel mundial y quienes mayor gasto turístico realizaban. Argentina, si bien era el país que más turistas chinos recibía en Sudamérica, logró captar menos del 1% de este mercado. Nuestro país cuenta con un gran abanico de atractivos para los turistas chinos, desde naturales como lo son las cataratas; los glaciares; la Antártida, hasta culturales como el tango, el fútbol, la gastronomía, y posee muchos más aún por potenciar.

El ministro Lammens, en entrevista con Télam, señaló: “nuestro objetivo es que más turistas chinos visiten nuestro país y que Argentina se establezca como la puerta de ingreso a la región sudamericana.” También agregó: “debemos seguir fortaleciendo la estrategia de promoción turística en el exterior, para el posicionamiento de nuestro país en el mercado asiático y especialmente en China”. Finalmente, resaltó que, en este camino, “es fundamental la colaboración público-privada para la reactivación del sector turístico y la recuperación económica del país”. Si bien aún quedan desafíos por atender, como el tema de la conectividad, el presente convenio representa una herramienta para fortalecer las relaciones entre ambos países.

## Fuentes

Télam (9 de marzo de 2021). Firma de convenio para impulsar el turismo en el mercado chino.

Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/noticias/firma-de-convenio-para-impulsar-el-turismo-en-el-mercado-chino>

Xinhua (15 de marzo de 2021). ENTREVISTA: Argentina espera la llegada de viajeros chinos para impulsar al sector turístico. Recuperado de: [http://spanish.xinhuanet.com/2021-03/15/c\\_139809886.htm](http://spanish.xinhuanet.com/2021-03/15/c_139809886.htm)

INDEC (2019). Estadísticas de Turismo internacional. Recuperado de: [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti\\_03\\_19.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti_03_19.pdf)

INDEC (2019). Estadísticas de Turismo internacional. Recuperado de: [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti\\_03\\_19.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eti_03_19.pdf)

Tecno Hotel News (5 de septiembre de 2018). Por qué debes tener en cuenta a CTRIP en tu estrategia de distribución. Recuperado de: [https://tecnohotel-](https://tecnohotel-news.com/2018/09/05/ctrip-estrategia-distribucion-hotelera/)

[news.com/2018/09/05/ctrip-estrategia-distribucion-hotelera/](https://tecnohotel-news.com/2018/09/05/ctrip-estrategia-distribucion-hotelera/)