

Turistas internacionales exploran el interior aprovechando la campaña «Viaje por China»

25/11/2024



CHANGSHA (Xinhua) – Atraído por las fotografías de su magnífica cascada y sus tradicionales casas construidas sobre pilotes en la ladera de la montaña, José Chaves, un costarricense de 40 años, visitó recientemente **el pueblo de Furong**, de la prefectura autónoma de las etnias tujia y miao de Xiangxi, en la provincia central china de Hunan.

«Es un lugar muy bonito y hermoso. El ingreso, la reserva de hotel y el transporte son convenientes en China», comenta Chaves, quien realizó recientemente un viaje de 12 días por el país asiático. «Recomendaré este lugar a mis amigos y compartiré mi viaje en las redes sociales», afirma.

Con una historia de más de 2.000 años y ubicado en el interior de las montañas Wuling, el pueblo de Furong, en el distrito de

Yongshun de Xiangxi, se está beneficiando de la creciente popularidad de la campaña **«Viaje por China»** en las redes sociales globales y ha experimentado un sensible aumento en el número de turistas.

«BOOM»

«Antes de la erradicación de la pobreza, muy pocos extranjeros venían a la prefectura. Ahora es común ver amigos extranjeros en las calles», dice Li Lichao, subdirector del Buró de Cultura, Turismo, Radio y Televisión de Xiangxi.

Fue en la aldea de Shibadong donde, en 2013, el concepto de **«mitigación focalizada de la pobreza»** fue presentado por primera vez. **Desde entonces, 98,99 millones de habitantes de las zonas rurales de China salieron de la miseria, y todos los 832 distritos pobres fueron reconocidos oficialmente como libertados de la pobreza en 2020.**

La estrategia defiende que el desarrollo es el método general para eliminar la pobreza, y que los Gobiernos de las regiones afectadas por la pobreza deben adaptar sus medidas a las diferentes condiciones y ayudar a los lugareños a encontrar formas de librarse de la pobreza.

En el proceso de mitigación de la pobreza y revitalización rural, el Gobierno de Xiangxi ha explorado la industria cultural y turística para potenciar el desarrollo rural.

En la actualidad, **la prefectura cuenta con 161 empresas de gran tamaño, definición que se aplica a aquellas con un volumen de negocio anual de al menos 20 millones de yuanes (2,8 millones de dólares), en la cadena de la industria cultural y turística. La industria del turismo ha contribuido más del 70 por ciento del crecimiento del PIB de Xiangxi en los últimos años, con más de 500.000 personas trabajando en ella.**

«Los pueblos antiguos, como Furong, Fenghuang y Aizhai, que

combinan maravillas naturales e intereses culturales, son particularmente populares entre los turistas extranjeros», señala Li.

Gracias a las medidas favorables para el turismo, incluida una serie de políticas de tránsito sin visado y servicios de facilitación de pagos, además de la creciente popularidad de la estrategia «Viaje por China», las visitas a esta región montañosa que alguna vez estuvo sumida en la miseria, hoy se han disparado.

En los primeros tres trimestres de este año, la prefectura recibió 254.000 visitas de turistas, con un aumento interanual de casi cuatro veces. Según el Ministerio de Cultura y Turismo, en los primeros nueve meses de este año, la parte continental de China registró un total de 95 millones de llegadas de turistas extranjeros, lo que constituye un aumento interanual del 55,4 por ciento.

«Mi agenda ha estado llena durante los últimos meses atendiendo a turistas extranjeros», celebra Xu Yan, un guía turístico que habla inglés y que prestó sus servicios a Chaves durante su viaje a Xiangxi. Xu hace notar, además, que la mayoría de sus clientes son de países con permiso de entrada sin visado, como Tailandia, Singapur y la República de Corea.

Según Sun Jiashan, investigador asociado de la Academia Central de Administración de Cultura y Turismo, cada vez más turistas extranjeros están explorando las áreas rurales y montañosas de China, en lugar de solo visitar las grandes ciudades.

Sun asegura que Xiangxi está atrayendo a más turistas extranjeros gracias a la mejora continua de las instalaciones y la infraestructura para el turismo rural, así como a la mejora de los servicios y el mercadeo en el extranjero.

«Este fenómeno es el resultado de las estrategias de mitigación de la pobreza y revitalización rural», afirma.

NEGOCIOS E INTERCAMBIOS

Para conectarse mejor con el mercado del turismo en el extranjero, desde el año pasado Xiangxi ha fortalecido la cooperación con plataformas de viajes, redes sociales e influenciadores en el extranjero. Otros esfuerzos incluyen la señalización en diferentes idiomas y la facilitación de los pagos.

«Hemos venido cooperando con la agencia de viajes en línea Trip.com para promocionar a Xiangxi entre los turistas extranjeros y facilitar su reserva de alojamiento y entradas a nuestros lugares escénicos», explica Su Jun, funcionario del departamento de mercadeo y promoción de Furong.

En marzo, más de 100 influenciadores extranjeros fueron invitados a Furong para experimentar y hacer promociones en línea. Para servir mejor a los visitantes de otros países, Furong ha conformado un equipo de guías turísticos en inglés, y también un grupo de talentos compuesto por más de 100 guías que hablan ruso, francés, japonés, coreano y otros idiomas, añade Su.

Deng Ni, una habitante local de 36 años, dejó su trabajo en el centro de Yongshun, regresó a su pueblo natal y, en mayo del año pasado, lanzó un negocio de hospedaje. Turistas extranjeros que han visitado su posada le han dado buenos comentarios en las plataformas de viajes en línea, elogiando su habilidad para comunicarse en un inglés fluido y la calidad de sus servicios.

«En el pasado, los visitantes a Furong eran en su mayoría turistas nacionales. Sin embargo, con el auge de 'Viaje por China', los turistas extranjeros han 'transformado' la tradicional temporada baja, como noviembre y diciembre, en una nueva temporada alta», dice emocionada Deng, y añade que más de la mitad de las reservas para esos dos meses han sido hechas por turistas extranjeros.

En Furong, otro propietario de alojamiento llamado Qu Zhangxun empezó a aprender inglés para servir mejor a los turistas extranjeros. Su casa de familia, que tiene habitaciones con excelente vista hacia la cascada, ha recibido huéspedes de más de 20 países, y ya tiene el cupo completo reservado para extranjeros hasta octubre del próximo año.

«He pedido a mi personal especializarse en el uso de aplicaciones de la traducción, y yo mismo lo estoy aprendiendo. Mi meta es que todos mis clientes quieran volver una y otra vez», comenta Qu.