



**TRADEWINDS**

CHINA \* EUROPE

# UTILIDAD PRACTICA DE HONG KONG PARA LAS EMPRESAS DE TURISMO.

**Alfonso Ballesteros**

TRADEWINDS  
Managing Director

# OPORTUNIDADES EN HONG KONG

---

Temas a tratar en la presentación

## HONG KONG: OPORTUNIDADES

1. DESTINO HOTELERO
2. OFICINA PARA ASIA
3. CASO DE ÉXITO A ESTUDIAR
- 4 . FUENTE DE TURISTAS CHINOS



# 1. DESTINO HOTELERO

## Situación del sector



## CARACTERÍSTICAS DE HK:

- Población de 7,2 millones de personas.
- A penas un tercio el tamaño de Mallorca.
- Únicamente un 25% está urbanizado.
- PIB superior al de todo Portugal (ppp).
- Alto poder adquisitivo.
- Muy especializado en lujo y negocios.
- Punto de parada de camino a otro sitio.
- Mercado muy dinámico.

## SECTOR HOTELERO:

- Turistas en 2012 (+16%): 48 millones
- De los cuales, turistas chinos: 34.9 millones
- En HK un total de: 190 hoteles.
- Habitaciones: 62.000
- Ocupación media del: 89%.
- Precio medio por habitación: 142 EUR/noche
- Estancia media: 3.5 noches
- Gasto medio diario: 746 EUR /día

# 1. DESTINO HOTELERO

Tendencias del sector y oportunidades

## SECTOR EN EXPANSIÓN:

- Uno de los 4 pilares de la economía.
- Nueva venta de terrenos del gobierno.
- Crecimiento de turistas chinos 23% de año en año.
- Turistas esperados en 2020: 95 millones
- Crecimiento hoteles 2012-2016 (+50 hoteles): 240
- Numero de habitaciones 2012-2016 (+9.000): 71.000

## OPORTUNIDADES:

- Nueva terminal de cruceros (abre el 18 de Octubre).
- Nuevo centro cultural.
- Apart-hoteles para expatriados.
- Boutique hotels.



# 2. OFICINA PARA ASIA

## Utilidad práctica

### VENTAJAS:

Varias ciudades tienen alguna de estas ventajas, ninguna otra ciudad tiene todas:

- Ubicación geográfica.
- Mano de obra cualificada y uso del inglés.
- Centro de compras a China.
- Varias de las mayores ferias del mundo en HK.
- Centro de creación de imagen en China.
- Lugar en el que firmar contratos.
- Lugar en el que salir a bolsa o lograr financiación.
- La versatilidad de la HK Ltd. (trabaja en 15 divisas)
- Calidad de vida (personal expatriado se queda)



### MULTINACIONALES EN HONG KONG:

En HK hay más de 3000 sedes de multinacionales que dirigen sus operaciones para Asia desde allí. En Shanghai solo hay 400.

# 3. HONG KONG CASO DE EXITO

Acertos estratégicos y perspectivas

## ACIERTOS DE HONG KONG:

### 1 – OFERTA DE OCIO, GASTRONOMIA Y LUJO.

- Disney y Ocean Park (con pandas).
- Monumentos en lugares emblemáticos.
- Primera ciudad de Asia con guía Michelin.
- De las mayores tiendas del mundo de lujo.
- De las mayores tiendas del mundo de electrónica.

### 2 – EXCELENTES CONEXIONES.

- De los mayores aeropuertos del mundo (#1 cargo).
- Próximamente, terminal de cruceros.

### 2 – DE LAS MAYORES FERIAS COMERCIALES.

- Varias de las mayores ferias de Asia y del mundo.
- Constantes festivales de comida o actos culturales.
- Clave de su desestacionalización.



# 3. HONG KONG CASO DE EXITO

Ejemplos concretos



# 3. HONG KONG CASO DE EXITO

## Ejemplos concretos



# 4. FUENTE DE TURISTAS DE HK

## Perfil del turista de Hong Kong

### HONG KONG: FUENTE DE TURISTAS

#### ELEMENTOS CLAVE:

- Estudio Ipsos sobre riqueza en Asia. Se analizaron los patrones de consumo de 19,890 personas de alto poder adquisitivo entre ellos 1,697 hongkoneses.
- De toda Asia, los ricos con mayor propensión a viajar.
- De toda Asia, los ricos con mayor propensión al lujo.

#### PERFIL.

- Varios destinos.
- A medio camino entre China y Occidente .
- Mas acostumbrado a comer comida occidental.
- Hablan inglés.
- Gran civismo.



# 4. FUENTE DE TURISTAS CHINOS

## Turistas del resto de China



## CARACTERÍSTICA CLAVE: POSICIÓN ESTRATÉGICA

- HK, primer lugar que visitan los chinos al salir de su país (BJ 79%, SH 75%, GZ 90%).
- Guangdong, la región china más poblada (95 millones).
- Cuatro ciudades por encima del umbral de Economía Desarrollada (10.000USD/cápita).
- Macao está a menos de una hora en Ferry.

# 4. FUENTE DE TURISTAS CHINOS

## Perfil del turista Chino

### PERFIL DEL TURISTA CHINO

#### ELEMENTOS CLAVE:

- Parcialmente acostumbrados a la cultura occidental.
- Propensión al gasto en especial en lujo.
- Hace poco que viajan al extranjero.
- Su manera de entender las vacaciones es otra.
- Sus periodos vacacionales son otros.
- Aun no existe un estereotipo fuertemente creado.
  
- Visitan destinos conectados con Mallorca.
- No buscan sol y playa, pero no los rehuyen.
  
- Asocian el mediterráneo con un estilo de vida saludable, de lujo y sinónimo de sofisticación.
  
- Pero necesitan infraestructura y oferta de ocio que aun no existe.



**PERIODOS VACACIONALES DISTINTOS:  
BASADOS EN 4 SEMANAS.**

**Spring Festival Week  
National Day Week.**

**SU FORMA DE DISFRUTAR NUESTRO  
CLIMA ES DISTINTA**

# CONCLUSIONES

---

## CONCEPTOS CLAVE

### CONCLUSIONES

#### 1. DESTINO TURISTICO

- De los mayores destinos turísticos del mundo.
- Tasas de ocupación altas.
- Costes operativos altos y limitación de espacio, pero sigue habiendo muchas oportunidades.

#### 2. OFICINA PARA ASIA

- Por sus características, el mejor sitio desde dónde dirigir la expansión en Asia.
- Mas de 3000 multinacionales usan esta ciudad como oficina regional.

#### 3. CASO DE ÉXITO A ESTUDIAR

- Oferta turística muy inteligente, labrada a conciencia.
- Clave a la hora de entender qué busca el turista chino.

#### 4 . FUENTE DE TURISTAS DE HONG KONG Y CHINA

- Hong Kong fuente de turistas (de los mejores turistas de Asia).
- Punto desde donde el cual redirigir el turismo chino hacia Mallorca.
- Lugar de creación de marca de cara al mercado chino.



# TRADEWINDS

CHINA · EUROPE

**ACOMPañAMOS A LA EMPRESA EN TODO EL PROCESO DE ENTRADA Y CRECIMIENTO EN HONG KONG Y CHINA.**

**ESTRATEGIA Y ACCIONES COMERCIALES:**

ESTUDIOS, FOCUS GROUPS, AGENDAS, FERIAS, EVENTOS.

**REPRESENTACIÓN COMERCIAL:**

IMPULSO DE VENTAS, SERVICIO DE OFICINA EN CHINA.

**DESARROLLO DE NEGOCIO:**

ASESORAMIENTO Y APOYO OPERATIVO EN TODO EL PROCESO DE ENTRADA AL MERCADO.

[www.tradewinds.hk](http://www.tradewinds.hk)



# TRADEWINDS

CHINA · EUROPE



**DATOS DE CONTACTO:**

**ALFONSO BALLESTEROS**

**MANAGING DIRECTOR**

TRADEWINDS BUSINESS GROUP LTD.  
20<sup>th</sup> FLOOR, CENTRAL TOWER,  
28 QUEEN'S ROAD, HONG KONG.

TEL: + (34) 679 920 220

EMAIL: [ballesteros@tradewinds.hk](mailto:ballesteros@tradewinds.hk)