



# CHINA

**Abril 2020**  
**VERSIÓN PRELIMINAR**



## TURISMO POR TODAS LAS VÍAS DE INGRESO (AÉREA, FLUVIAL/MARÍTIMA Y TERRESTRE)

- ✓ **China ocupa el puesto 16°** en el ranking de llegadas de turistas extranjeros a la Argentina (mismo puesto que el año 2018) con un total de casi 76 mil arribos (+6,2% i.a.) en el año 2019.
- ✓ **Vía de ingreso:** el turismo proveniente de China muestra una predominancia de la **vía aérea** (73% del total de turistas), seguida por la terrestre (16%) y la fluvial/marítima (11%).
- ✓ **Edad:** la mayor parte de los turistas pertenece al grupo de edad que tiene entre **30 y 44 años** (33%) y entre 45 y 59 años (28%).
- ✓ **Estacionalidad:** la temporada alta para el turismo chino es en **febrero- marzo y noviembre-diciembre**.

## TURISMO POR VÍA AÉREA (EZEIZA, AEROPARQUE Y PAJAS BLANCAS). \*

- ✓ **Gasto:** el gasto promedio por estada de un chino es de US\$ 1.860 y su gasto diario medio es de US\$ 122.
- ✓ **Estadía:** la media de los turistas chinos es de 15 noches.
- ✓ **Motivo del viaje:** el principal es **vacaciones y ocio** (40% del total), seguido por negocios (39%) y visita a familiares/amigos (18%).
- ✓ **Tipo de alojamiento:** en línea con los motivos hay predominancia por los **hoteles de 4 y 5 estrellas** (50%).
- ✓ El 19% de los turistas chinos de ocio por vía aérea utilizan **paquetes turísticos**.

## CONECTIVIDAD AÉREA

- ✓ No hay conectividad directa entre China y Argentina.
- ✓ El 60% de los viajeros chinos llegaron a la Argentina desde algún aeropuerto en Sudamérica, de los cuales la mayor parte (38% del total de viajeros) son de Brasil (São Paulo y Río de Janeiro).
- ✓ Las aerolíneas más utilizadas por los turistas chinos para arribar a la Argentina son: Emirates (15%), KLM (14%), LATAM (13%), Qatar (12%), American Airlines (10%) y Aerolíneas Argentinas (7%).



**76.452** arribos 2019  
(+6,2% i.a.)

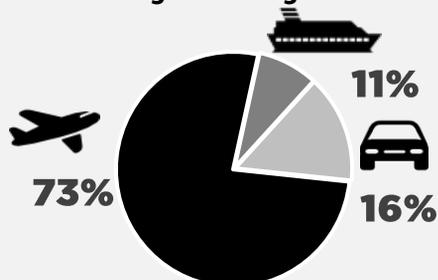
Puesto

**16°**

Ranking 2019 de llegadas de turistas extranjeros  
(por todas las vías)

### Perfil del turista por todas las vías (año 2019)

#### Vías de ingreso a Argentina



#### Edad de los turistas

**2%** menores de 18 años  
**15%** entre 18 y 29 años  
**33%** entre 30 y 44 años  
**28%** entre 45 y 59 años  
**21%** mayores de 60 años

#### Estacionalidad

Trimestre	Porcentaje
1° trim	32%
2° trim	21%
3° trim	18%
4° trim	29%

### Perfil del turista por vía aérea\*

Gasto



**104**  
Gasto total  
(millones US\$)

**1.860**  
Gasto medio por estada  
(US\$)

**122**  
Gasto medio diario  
(US\$)



**853 mil**  
Pernoctaciones totales



**15 noches**  
Estadía media

### Motivo del viaje



Vacaciones/ocio

**40%**

Visita a familiares y amigos

**18%**

Negocios

**39%**

Otros

**3%**

### Tipo de alojamiento



4 y 5 estrellas

**50%**

1, 2 y 3 estrellas

**15%**

Casa de familiares y amigos

**20%**

Otros

**15%**

Fuente: MinTur en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI) y Dirección Nacional de Migraciones Argentina.

\* Datos correspondientes al promedio de los años 2004-2019



Análisis comparativo: turismo emisoro chino al mundo y a Argentina

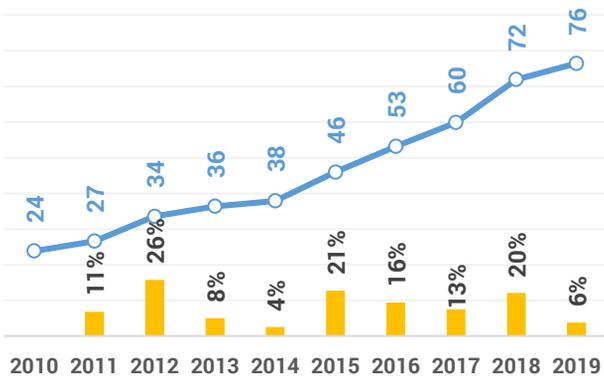
Argentina recibió 76 mil turistas provenientes de China en el año 2019. Las llegadas de chinos al país crecieron ininterrumpidamente en la última década, triplicando su volumen. El turismo emisoro de China al exterior tuvo el mismo desempeño en años anteriores, ubicándose en torno a 150 millones de turistas en el año 2018. Por su parte, el gasto turístico chino en el mundo también creció sostenidamente, llegando a un total de US\$ 277 mil millones en el año 2018.

El turismo chino hacia la Argentina, en el año 2019, mostró una predominancia de la vía aérea (73% del total), la vía terrestre tiene el 16%, mientras que la vía fluvial/marítima concentra el 11% de las llegadas.

En el año 2019, las llegadas de chinos al país se incrementó a una tasa del 6% interanual, por vía aérea se mantuvo casi constante (+1% i.a.) arribaron 56 mil turistas, por la terrestre (+13% i.a.) representaron 12 mil turistas y por la vía fluvial/marítima un fuerte crecimiento (+41% i.a.) traducido en 8 mil arribos.

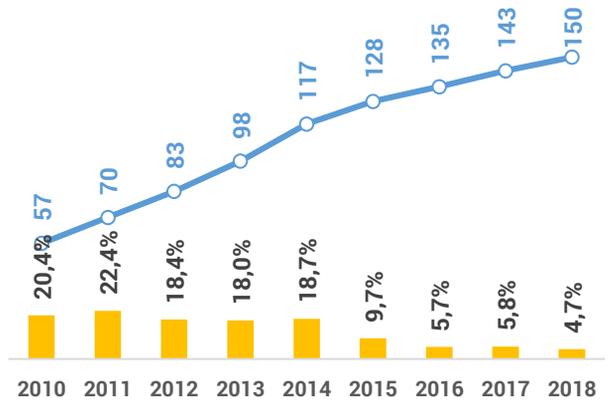
Turismo emisoro chino a la Argentina

Llegadas de turistas chinos a Argentina  
Miles de Turistas y variación i.a.

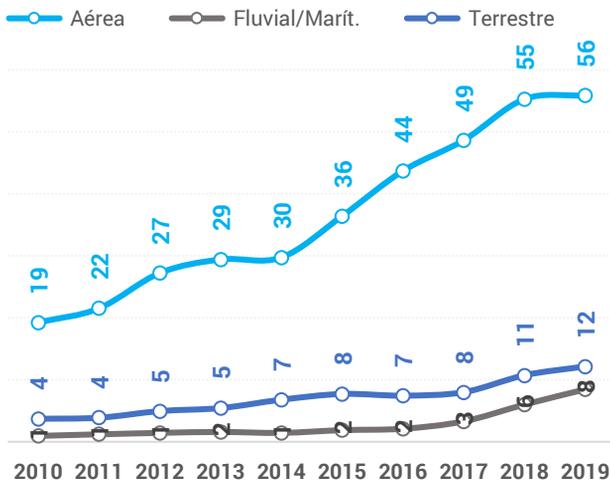


Turismo emisoro chino en el mundo

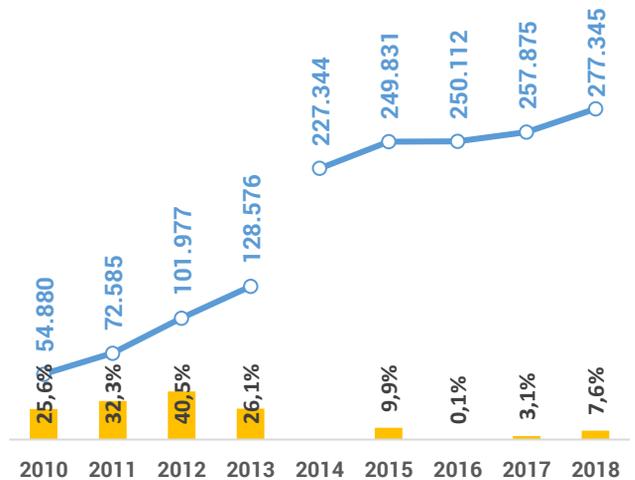
Salidas de chinos al exterior  
Millones de turistas y variación i.a.



Llegadas de turistas chinos a Argentina por vía de ingreso al país. Miles de turistas



Gasto de turistas chinos en el exterior  
En millones de dólares y variación i.a.



Fuente: MinTurDep en base a Dirección Nacional de Migraciones Argentina y Organización Mundial de Turismo (OMT).

PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISMO EMISIVO CHINO

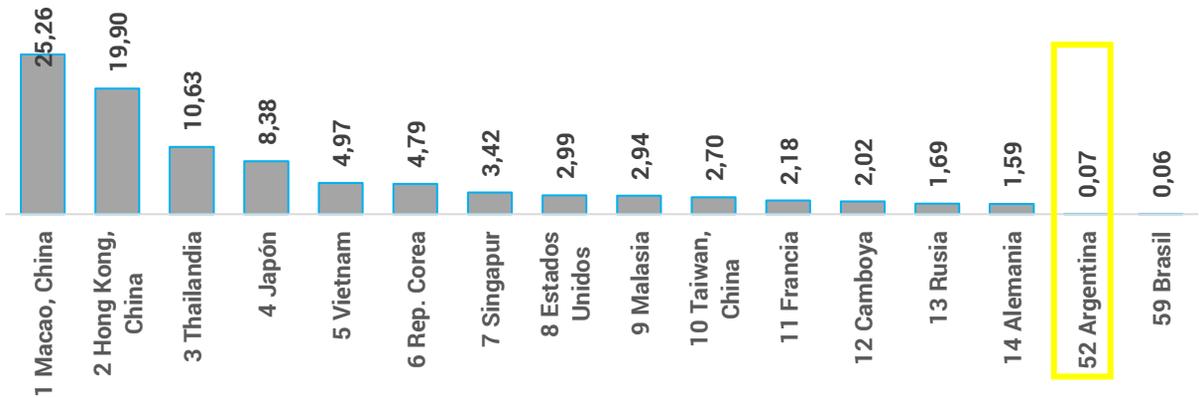
Los turistas chinos viajan principalmente hacia destinos cercanos como Macao, Hong Kong y Thailandia, siendo la región de Asia (58%) la que mayor volumen recibe del turismo emisor de China en el año 2018. Argentina se ubica en el puesto 52 y concentró el 0,05% del emisor chino en ese año.

Entre el top 10 de destinos del año 2018, se encuentra un solo como lejano: Estados Unidos en el 8vo puesto. Sudamérica recibe tan sólo un 0,2% del turismo emisor chino, en el cual Argentina logró ubicarse en el primer lugar y participa con el 28% de las llegadas de turistas chinos, Brasil en el segundo lugar con el 22%, Perú tercero (14%) y Chile cuarto (13%).

Al observar el desempeño de los mercados sudamericanos para el periodo 2010-2018, Brasil no logró sostener su crecimiento y descendió al segundo lugar, a contracara del resto de los mercados de la región que triplicaron o quintuplicaron el volumen de turistas.

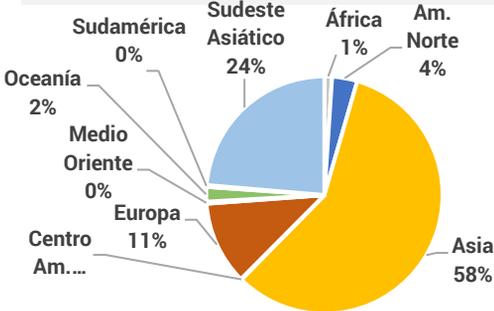
Top 10 de destinos de turismo emisor chino + Argentina y países de Sudamérica

En millones de turistas. Año 2018



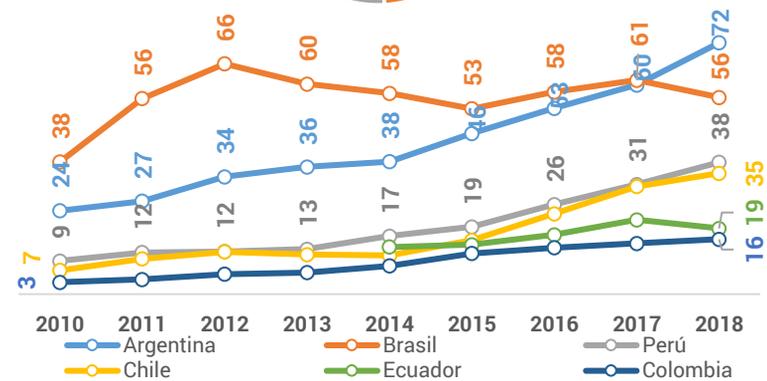
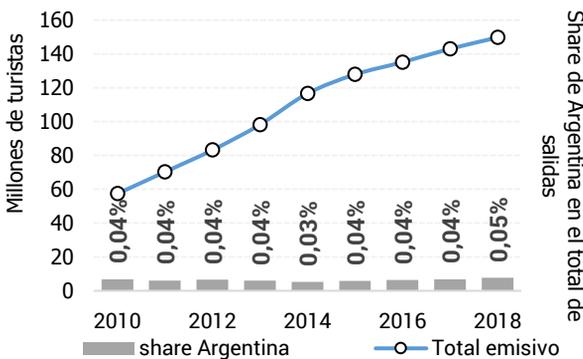
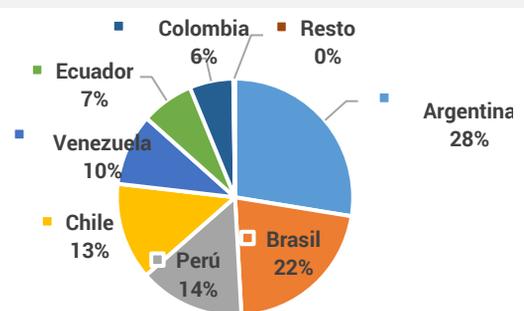
Turismo emisor chino al mundo

Participación % . Año 2018



Turismo emisor chino a Sudamérica

Participación % . Año 2018



Crecimiento de las salidas a Sudamérica 2010-2018	ARG	BRA	PERÚ	CHI
	+201%	+49%	+298%	+410%

Fuente: MiTurDep en base a Organización Mundial de Turismo (OMT).

**Análisis de la estacionalidad**

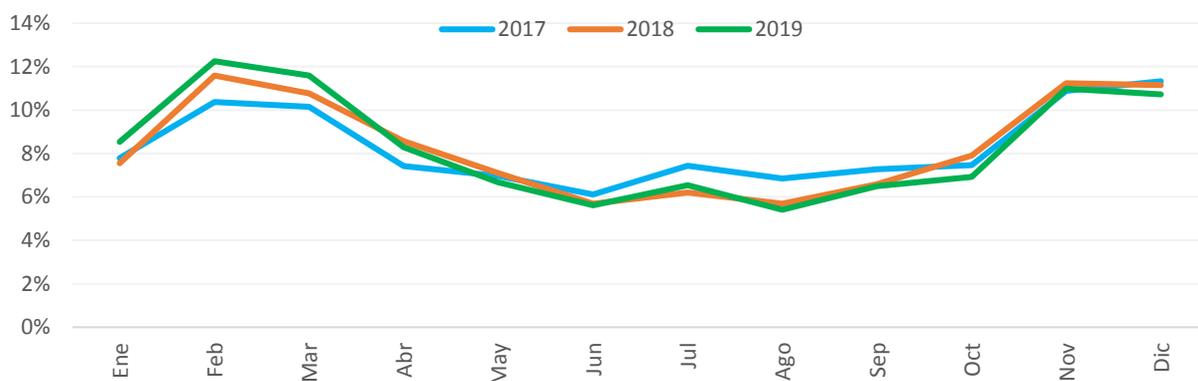
La mayor cantidad de turistas chinos llegan a Argentina en los meses de febrero, marzo, noviembre y diciembre (por todas las vías), por lo tanto los trimestres más importantes son el primero y el cuarto del año 2019.

En la distribución mensual de las llegadas por edades, se observa que la mayoría de los grupos de viajan hacia el país lo hacen principalmente en el primero y último trimestre. Sin embargo al observar al grupo "menor de 18 años de edad", ellos lo hacen fuertemente en el mes de julio, representando así a viajes de grupos familiares.

En el análisis por tipo de transporte para arribar al país, el grupo de edad de 30 a 44 años tiene preferencia por la aérea (36%) y la terrestre (28%), en cambio los mayores de 60 años por la fluvial/marítima (43%) principalmente cruceros.

**Llegadas de turistas chinos a Argentina por mes**

Participación % en el total de llegadas de cada año. Años 2017-2019

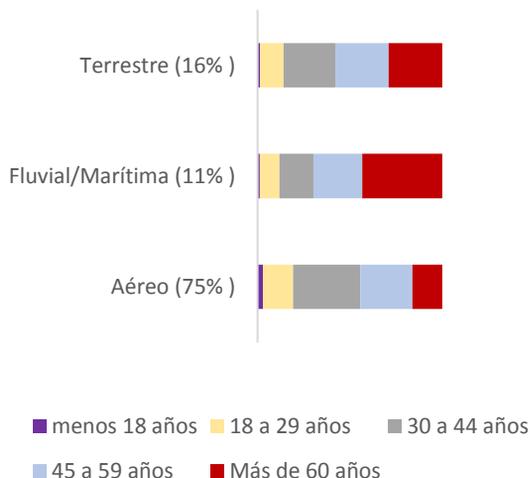


**Estacionalidad por mes y edad de los turistas**

En participación % de cada grupo etario por mes. Año 2019

	Menos de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	Más de 60 años
Enero	8%	9%	8%	9%	10%
Febrero	15%	10%	11%	13%	15%
Marzo	7%	11%	11%	11%	15%
Abril	3%	8%	8%	8%	9%
Mayo	3%	8%	7%	6%	6%
Junio	8%	7%	6%	5%	4%
Julio	30%	8%	7%	6%	3%
Agosto	9%	7%	7%	5%	2%
Septiembre	4%	7%	9%	6%	4%
Octubre	4%	7%	7%	7%	7%
Noviembre	4%	9%	10%	12%	13%
Diciembre	6%	9%	9%	12%	13%
	100%	100%	100%	100%	100%

**Grupos de edad de los turistas por vías de ingreso. En participación %. Año 2019**



Fuente: MinTurDep en base a Dirección Nacional de Migraciones de Argentina.

Análisis del turismo chino por vía terrestre

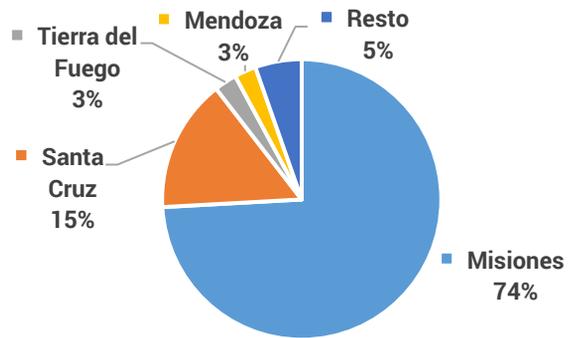
Vía Terrestre. Llegadas de turistas chinos

Participaciones porcentuales y variaciones interanuales. Año 2019

El ingreso de turistas chinos que visitaron Argentina por, vía terrestre, muestra que las provincias con mayor movimiento en los pasos fronterizos fueron **Misiones concentrando el 74% de las llegadas** por esta vía, en segundo lugar Santa Cruz con el 15% de las llegadas terrestres y como tercera se ubica Tierra del Fuego (3%) junto a Mendoza (3%).

En lo específico a los pasos fronterizos, el primero en importancia entre Argentina y Brasil es el **“Puente Internacional Tancredo Neves”** (72% de las llegadas terrestres) que une las localidades de **Puerto Iguazú** la provincia de Misiones y Foz do Iguazú del lado brasilero, a pocos kilómetros de este paso se encuentra el Parque Nacional argentino Iguazú y su homónimo en Brasil, donde se puede disfrutar de una de las siete maravillas naturales del mundo “Las Cataratas del Iguazú”.

Con menores tránsito se encuentra, el **“Paso Río Don Guillermo”** (10% de las llegadas terrestres) en la provincia de Santa Cruz donde a pocos kilómetros se encuentra el **Parque Nacional Los Glaciares** del lado argentino y Torres del Paine en Chile; le sigue el paso **“San Sebastián”** (3% llegadas terrestres) en Tierra del Fuego.

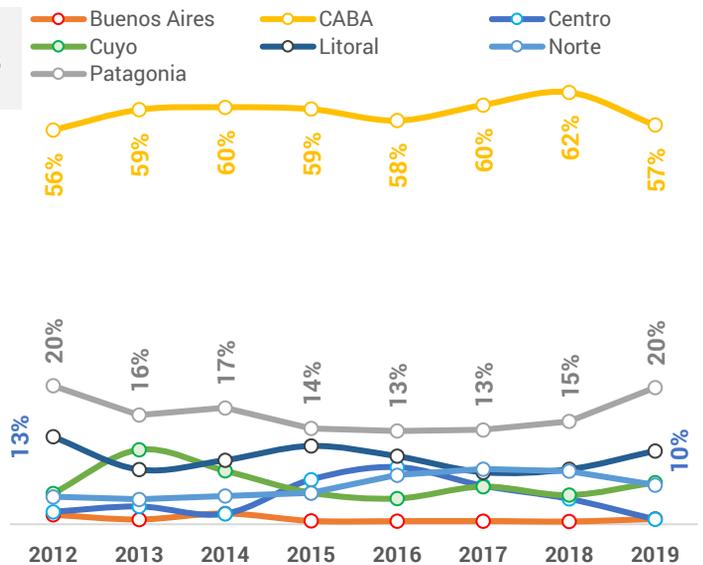


Regiones turísticas de Argentina visitadas por asiáticos (total vías)

Turistas asiáticos hospedados en alojamientos hoteleros y para-hoteleros. Total país. Año 2018

Participaciones porcentuales.

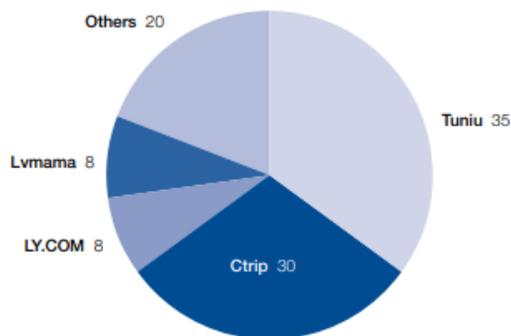
De los viajeros asiáticos registrados en establecimientos hoteleros y para-hoteleros en el año 2019, el 57% se alojó en CABA y el 20% en la región Patagonia principalmente en las ciudades El Calafate, Bariloche y Ushuaia, siendo así los destinos más concurrido del país. La región Litoral es la tercera aunque con menos visitantes (10%) se concentraron en Puerto Iguazú (Misiones) y las ciudades de Rosario y capital de Santa Fe. En Cuyo y Norte (6% c/u) siendo las ciudades de Mendoza y Salta las más relevantes. Por último Córdoba y Buenos Aires con el 1% de turistas hospedados.



Fuente: MinTurDep en base a Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH) y Dirección Nacional de Migraciones de Argentina.

Organización del viaje

**Mercado chino OTA's por transacciones. Reservas por vacaciones. Participaciones %. Año 2017**



Note: Transaction values are referred to the total value of tourism products and services of vacation bookings that are booked and paid by customers through OTA (online travel agency) platforms and call centres. The market share of Chinese OTAs (transportation and accommodation booking) is not included in this graph.

Source: Analysis of China Online Travel Market 2017.

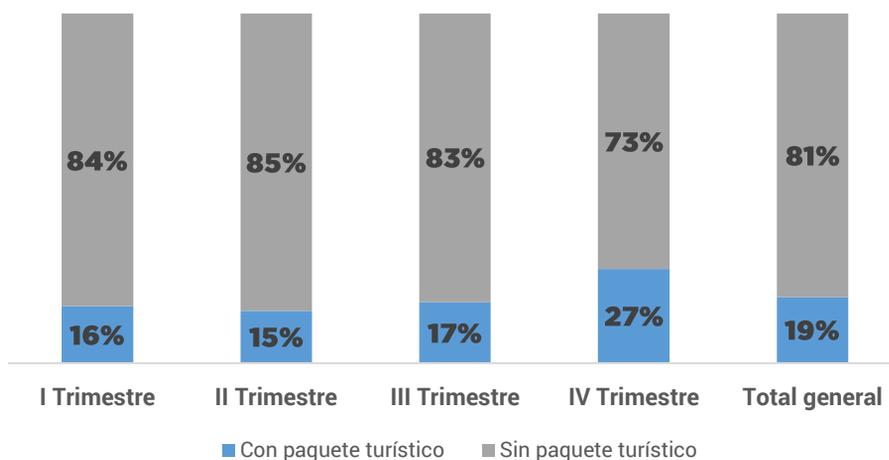
Internet ha influenciado considerablemente las salidas de turistas chinos al mundo.

Las OTA's y móviles inteligentes son los principales canales para que estos viajeros busquen información y reserva de productos turísticos.

Es así como las agencias de viajes tradicionales (mayoristas o minoristas) también están haciendo uso de portales de terceros para promover sus productos.

Los principales portales de viajes online que dominan en el mercado chino son Tuniu.com y Ctrip.com con el 65% de participación entre otras (Ly.com, Qunar.com, Tongcheng.com, Alitrip.com, fliggy.com).

**Tipo de organización del viaje de los turistas chinos a la Argentina (por vía aérea). Participaciones %. Año 2019\***



• Fuente: SGTur en base a The UNWTO/GTERC Asia Tourism Trends – 2018 Edition.

• \*Se realiza como promedio de los años 2004-2019.

### SIN CONECTIVIDAD DIRECTA ENTRE CHINA Y ARGENTINA

#### TIPO DE CONEXIÓN AÉREA DE LOS TURISTAS CHINOS EN LA ARGENTINA

- El 60% de los viajeros chinos llegaron a la Argentina desde algún aeropuerto en Sudamérica, de los cuales la mayor parte (38% del total de viajeros) son de Brasil (São Paulo y Río de Janeiro). A Sudamérica le sigue Europa, desde donde provienen en forma directa el 24% de los pasajeros chinos, destacándose allí la ciudad de Ámsterdam.
- Se observa una distribución bastante pareja de los pasajeros por aerolínea: Emirates (15%), KLM (14%), LATAM (13%), Qatar (12%), American Airlines (10%) y Aerolíneas Argentinas (7%). Vale resaltar que Emirates y Qatar, además de su origen/destino inmediato (São Paulo y Río de Janeiro, respectivamente), conectan con ciudades asiáticas (Dubai y Doha, respectivamente).

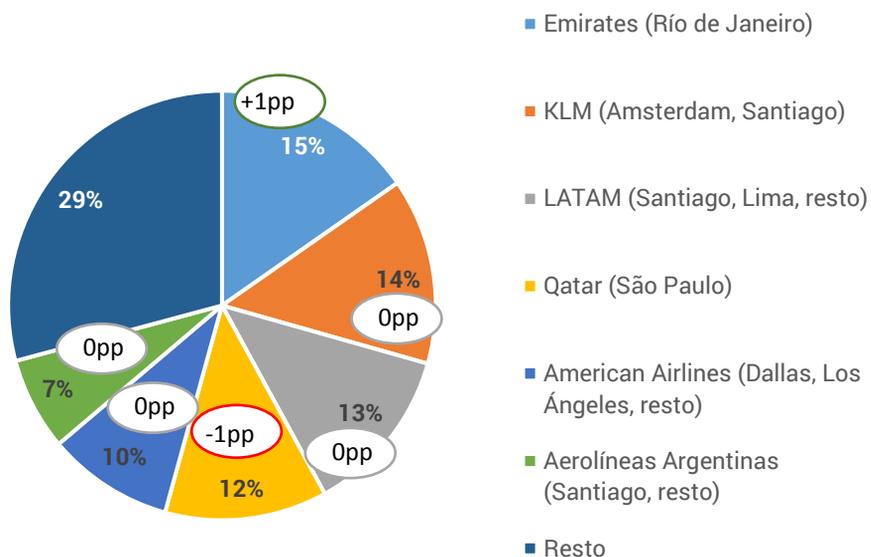
### TIPO DE CONEXIÓN AÉREA DE LOS TURISTAS CHINOS CON ARGENTINA - AÑO 2019

#### Llegadas de pasajeros con nacionalidad china a la Argentina según rutas directas / indirectas . Año 2019.

Región de origen	País de origen	Ciudad de origen	Ciudad de destino	Pax	Pax participación %	Var. % I.A en la cant. pax
Sudamérica	Brasil	São Paulo	Buenos Aires	11.667	21%	1%
		Río de Janeiro	Buenos Aires	9.264	17%	12%
	Chile	Santiago de Chile	Buenos Aires	6.408	11%	16%
	Perú	Lima	Buenos Aires	3.105	6%	-4%
	Resto Sudamérica			2.729	5%	-8%
<b>Total Sudamérica</b>				<b>33.173</b>	<b>59%</b>	<b>5%</b>
Europa	Holanda	Amsterdam	Buenos Aires	7.361	13%	4%
	Resto Europa			5.911	11%	7%
<b>Total Europa</b>				<b>13.272</b>	<b>24%</b>	<b>6%</b>
Norteamérica	EE.UU.	Dallas	Buenos Aires	3.521	6%	-21%
		New York	Buenos Aires	2.200	4%	-6%
	Resto Norteamérica			2.470	4%	62%
<b>Total Norteamérica</b>				<b>8.191</b>	<b>15%</b>	<b>-2%</b>
<b>Resto regiones</b>				<b>1.424</b>	<b>3%</b>	<b>-18%</b>
<b>Total</b>				<b>56.060</b>	<b>100%</b>	<b>3%</b>

# TPO DE CONEXIÓN AÉREA DE LOS TURISTAS CHINOS CON ARGENTINA – AÑO 2019

Llegadas de pasajeros con nacionalidad china a la Argentina por empresa. Año 2019.



Llegadas de pasajeros con nacionalidad china a la Argentina según empresas y rutas. Año 2019.

Empresa	Ciudad de origen	Ciudad de destino	Pax	Pax participació en la cant. n %	Var. % I.A pax
Emirates	Doha-Río de Janeiro	Buenos Aires	8.592	15%	13%
KLM	Amsterdam	Buenos Aires	7.361	13%	4%
Qatar Airways	Dubai-São Paulo	Buenos Aires	6.885	12%	-2%
American Airlines	Dallas	Buenos Aires	3.521	6%	-21%
LATAM	Santiago de Chile	Buenos Aires	3.466	6%	16%
Resto			26.235	47%	5%

**INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA  
Y  
DIRECCIÓN NACIONAL DE MERCADOS Y ESTADÍSTICA  
DEL  
MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTES DE  
ARGENTINA**

**Para mayor información:**

[economia@turismo.gob.ar](mailto:economia@turismo.gob.ar)

[www.yvera.gob.ar/estadistica](http://www.yvera.gob.ar/estadistica)

[www.turismo.gob.ar](http://www.turismo.gob.ar)

