

# INFORME DE MERCADO TURÍSTICO



# CANADÁ

**Febrero 2017**  
**VERSIÓN PRELIMINAR**

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

- ✓ **Vía de ingreso:** el turismo proveniente de Canadá muestra una predominancia de la **vía aérea** (66% del total de turistas), seguida por la fluvial/marítima (24%) y una baja utilización de la vía terrestre (10%).
- ✓ **Edad:** la mayor parte de los turistas pertenece al grupo de **más de 60 años** de edad (40%). El 64% del total de turistas canadienses son mayores de 45 años.
- ✓ **Estacionalidad:** la temporada con mayor afluencia de canadienses a Argentina es el verano (meses de enero, febrero y marzo).

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

- ✓ **Motivo del viaje:** los principales son **visita a familiares y amigos** (41%) y **ocio y vacaciones** (40%).
- ✓ **Gasto:** el turista de Canadá realiza un **gasto por estadía de US\$ 1.211** y un **gasto promedio diario de US\$ 101**.
- ✓ **Tipo de alojamiento:** predominancia de **casa de familiares o amigos** (38%) y de **hoteles de 4 y 5 estrellas** (29%).
- ✓ **Estacionalidad:** en el caso de turismo de ocio, la mayor parte se concentra en el 1er trimestre (47% de los turistas), y en el de negocios se distribuye de manera homogénea, con la menor afluencia en el 1er trimestre.
- ✓ **Organización del viaje (turistas de ocio ingresados por vía aérea):** utilizan **paquetes turísticos** en una proporción relativamente alta (30%).
- ✓ **Decisión de viaje a Argentina:** esos turistas mayoritariamente deciden viajar a Argentina por la recomendación de familiares y amigos (49%) y la promoción en medios digitales (redes sociales y páginas web – 47%). A su vez, se destaca que tan solo un 4% de los turistas decidió viajar a Argentina por haber visitado ferias de turismo en donde se promocioe al país o por recomendación de agencias de viaje.
- ✓ **Aerolíneas más utilizadas:** la más utilizada por los turistas canadienses es Air Canada con el 43,4% de las llegadas de canadienses, seguida de LATAM con 15,4%. Aerolíneas Argentinas sólo trae el 6,5%.



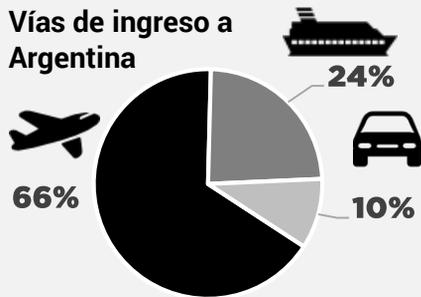
**43.000** arribos 2016 (+9,9% i.a.)

Ranking 2016 de llegadas de turistas extranjeros (por todas las vías)

**Puesto 17°**

**Perfil del turista por todas las vías\***

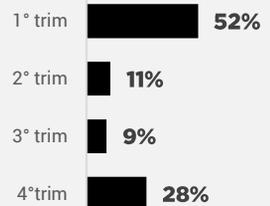
Vías de ingreso a Argentina



Edad de los turistas

- 6%** menores de 18 años
- 12%** entre 18 y 29 años
- 18%** entre 30 y 44 años
- 24%** entre 45 y 59 años
- 40%** mayores de 60 años

Estacionalidad 



**Perfil del turista por vía aérea\*\***



**US\$ 35 millones**

Gasto total

**US\$ 1.211**

Gasto medio por estada

**US\$ 101**

Gasto medio diario



**492.546**

Pernotaciones totales



**17,3 noches**

Estadía media

Motivo del viaje



Vacaciones/ ocio

**40%**



Visita a familiares y amigos

**41%**



Negocios

**13%**



Otros

**6%**

Tipo de alojamiento utilizado



4 y 5 estrellas

**29%**



1, 2 y 3 estrellas

**9%**



Casa de familiares y amigos

**38%**



Hostel, albergue juvenil

**10%**



Otros

**14%**

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

\* La información corresponde al año 2016. \*\* La información corresponde al promedio de los años 2015 y 2016.

## PERFIL DEL TURISTA DE OCIO EN ARGENTINA\* (por vía aérea)

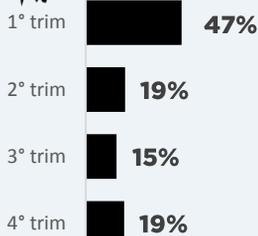
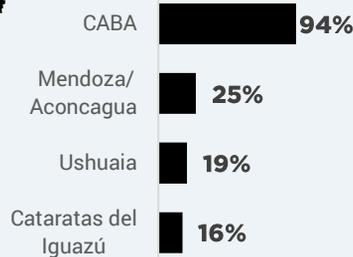


**US\$ 1.634**  
Gasto medio por estada

**US\$ 118**  
Gasto medio diario



**13,8 noches**  
Estadía media

**Qué actividades realizan****Qué tipos de alojamiento utilizan****Cuándo viajan****Qué lugares visitan****30%**

usa paquetes turísticos

**16%**

ya había visitado Argentina previamente

**49%**

visitó Argentina por recomendación de familiares/amigos

**47%**

decidió visitar Argentina por promoción en medios digitales

**4%**

decidió visitar Argentina por visitas a ferias o recomendación de agencias de viaje

**Qué aspectos influyeron en la decisión de viajar a Argentina**

Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

\* La información corresponde al promedio de los años 2013-2016. \*\* La información corresponde al promedio de los años 2007-2016.

## PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA FAMILIARES/AMIGOS EN ARGENTINA\* (por vía aérea)



**US\$ 789**  
Gasto medio por estada

**US\$ 33**  
Gasto medio diario



**23,6 noches**  
Estadía media



### Qué lugares visitan



### Qué actividades realizan



### Qué tipos de alojamiento utilizan



## PERFIL DEL TURISTA DE NEGOCIOS, CONGRESOS Y CONFERENCIAS EN ARGENTINA\*\* (por vía aérea)



**US\$ 1.875**  
Gasto medio por estada

**US\$ 178**  
Gasto medio diario



**10,6 noches**  
Estadía media



### Cuándo viajan



### Qué tipos de alojamiento utilizan



Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

\* La información corresponde al promedio de los años 2012-2016. \*\* La información corresponde al promedio de los años 2007-2016.

**Análisis comparativo: turismo emisoro canadiense al mundo y a Argentina**

Entre 2010 y 2015 las llegadas de canadienses a la Argentina cayeron un 12% (-3% entre 2010 y 2016), mientras que las llegadas totales al resto del mundo crecieron 12%. Por este motivo, Argentina perdió participación en el turismo emisoro total canadiense durante los últimos años. Esto puede explicarse por la fuerte pérdida de competitividad de Argentina, medida a partir del Tipo de Cambio Real (TCR) bilateral, el cual se ha apreciado continuamente desde el año 2008 hasta la actualidad (ver sección Resumen Económico).

El crecimiento del emisoro canadiense al Mundo también se refleja en el aumento del gasto turístico en el exterior, el cual muestra un comportamiento similar.

**Turismo emisoro canadiense a la Argentina**

**Llegadas de turistas canadienses a Argentina**  
Miles de turistas



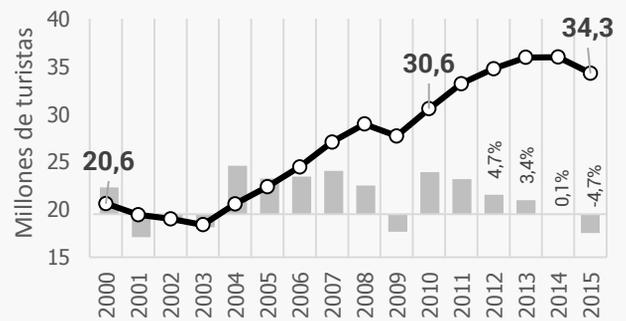
**Participación de Argentina en las llegadas de turistas canadienses al mundo**

Participación % en el total de salidas al mundo



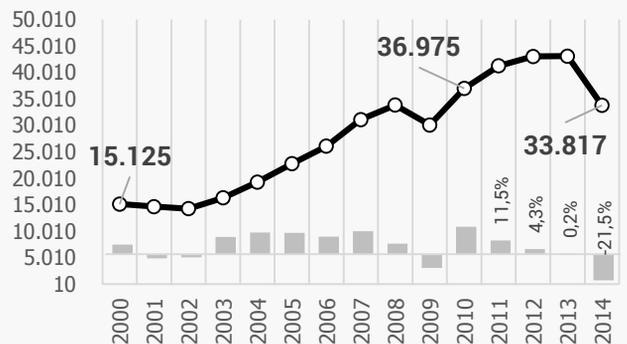
**Turismo emisoro canadiense en el mundo**

**Llegadas de canadienses al mundo**  
Millones de turistas y variación i.a.



**Gasto turístico de turistas canadienses en viajes al exterior**

Millones de dólares y variación i.a.



Fuente: MINTUR en base a Dirección Nacional de Migraciones, Organización Mundial de Turismo (OMT) y Banco Mundial.

## Análisis de la estacionalidad

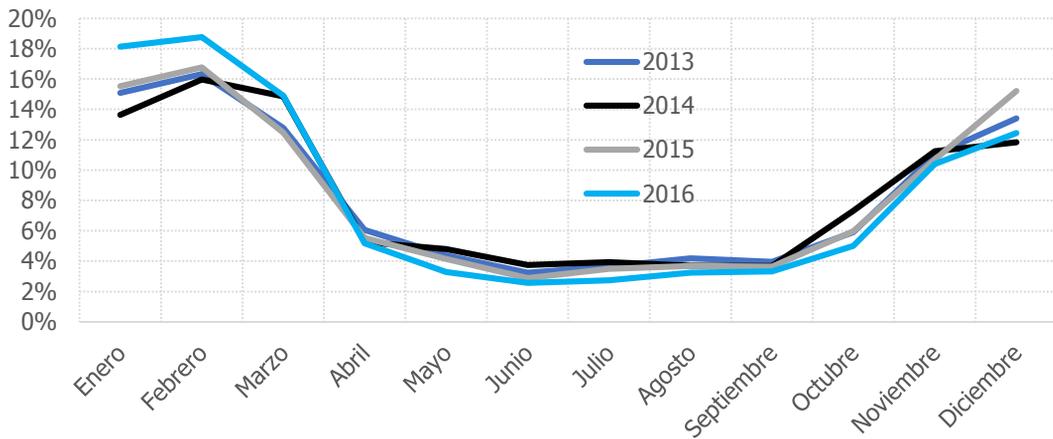
La mayor cantidad de turistas canadienses llegan a Argentina en los meses de enero, febrero y marzo.

Casi la mitad de los turistas canadienses deciden viajar a Argentina con una antelación de entre 1 y 6 meses. En segundo lugar, un 26% de los turistas decide viajar a Argentina entre una semana y un mes antes de realizar el viaje.

Se observa que la distribución mensual de las llegadas abierta por edades arroja una fuerte concentración del grupo etario de mayores de 60 años en la época de mayor afluencia de turistas canadienses (primer trimestre).

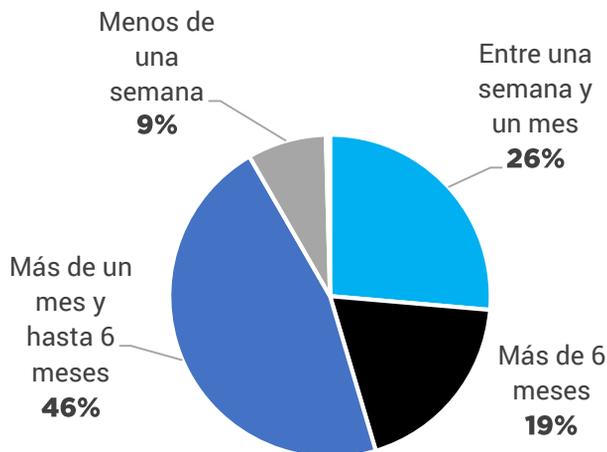
## Llegadas de turistas canadienses a Argentina por mes

Participación % en el total de llegadas de cada año. Años 2013-2016



## Período de antelación a decidir viajar a Argentina

Participación porcentual. Promedio años 2014-2015



## Estacionalidad por mes y edad de los turistas

En participación % de cada grupo etario por mes. Promedio 2014-2016

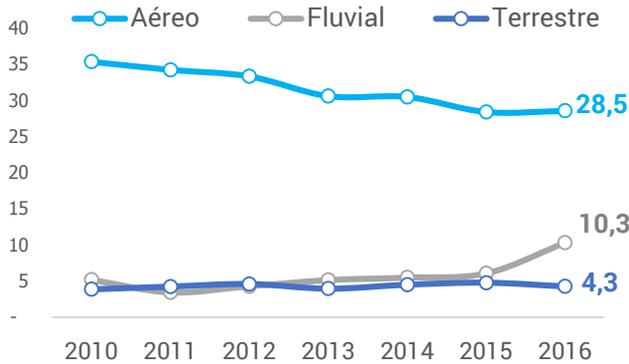
	Menos de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	Más de 60 años
Enero	3%	11%	15%	24%	47%
Febrero	3%	9%	14%	22%	52%
Marzo	6%	11%	15%	23%	45%
Abril	5%	19%	29%	29%	19%
Mayo	3%	26%	28%	28%	15%
Junio	7%	26%	29%	27%	11%
Julio	12%	27%	27%	24%	10%
Agosto	11%	23%	29%	25%	12%
Septiembre	5%	19%	30%	28%	18%
Octubre	4%	15%	24%	29%	26%
Noviembre	3%	13%	22%	25%	36%
Diciembre	11%	15%	22%	22%	29%

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

Análisis por vía de ingreso al país

Llegadas de turistas canadienses a Argentina por vía de ingreso al país

Miles de turistas



Dada la distancia geográfica entre Canadá y Argentina, el turismo proveniente de ese país muestra una predominancia de la vía aérea (66% del total). Sin embargo, en el último año se ha consolidado la vía marítima/fluviial.

Pasos terrestres más utilizados por turistas canadienses en su entrada a Argentina

Participación porcentual. Año 2016



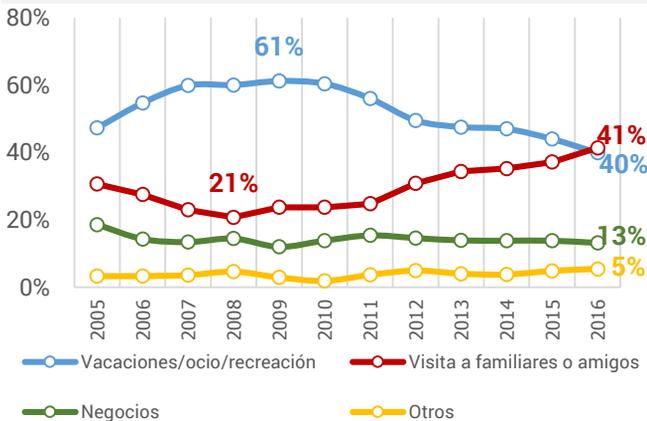
En cuanto a la vía terrestre, el detalle de los pasos terrestres muestra que los más utilizados por turistas canadienses son los que limitan con Chile en el centro-sur de nuestro país. El más utilizado es Cristo Redentor (29% del total terrestre) que conecta las ciudades de Mendoza, en Argentina y Santiago, en Chile. También se destaca el paso de Cardenal Antonio Samoré que conecta las ciudades de Bariloche y Villa La Angostura en Argentina con Osorno y Puerto Montt en Chile.

Fuente: Dirección Nacional de Migraciones de Argentina.

Análisis por motivo de viaje

Llegadas de turistas canadienses a Argentina por motivo (por vía aérea)

En participación % de cada motivo sobre el total de llegadas.



Los turistas canadienses que llegan a Argentina por vía aérea históricamente en su mayoría venían con motivo de ocio y vacaciones. Sin embargo, en el año 2016, éste fue superado por el motivo de visita a familiares o amigos que se ha ido consolidando fuertemente en los últimos años.

El motivo de ocio y vacaciones alcanzó un máximo de 61% en el año 2009 y cayó a 40% en el 2016. Por su lado, el motivo de visita a familiares tocó un mínimo de 21% en el 2008 y creció hasta el 41% del 2016.

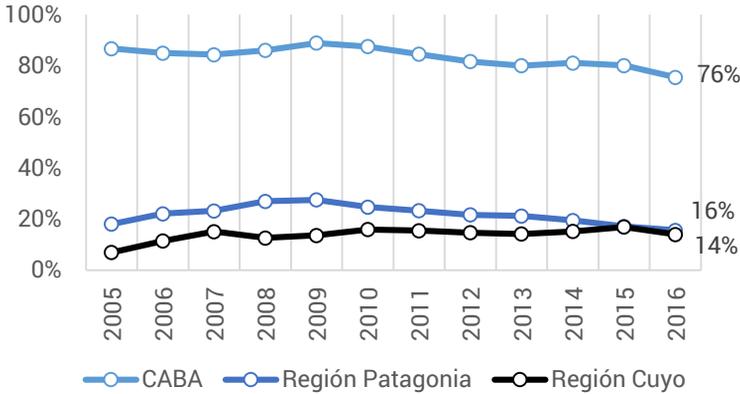
El motivo de negocios se mantuvo relativamente estable en una participación de alrededor de 14%.

Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

Regiones turísticas de Argentina visitadas (turismo por vía aérea)

Turismo canadiense en regiones turísticas del país

En porcentaje de viajes a cada región sobre el total de turistas.



Tomando como base el turismo por vía aérea, se observa una fuerte predominancia de la Ciudad de Buenos Aires: el 76% de los viajeros totales por vía aérea la visitaron durante su estadía en Argentina en el 2016. Le siguieron, aunque rezagadas, Patagonia (16%) y Cuyo (14%).

Es importante notar que el peso de la Ciudad de Buenos Aires y la Patagonia se han reducido con el paso de los años, al tiempo que el de Cuyo tuvo un moderado crecimiento.

Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

Gasto turístico canadiense en Argentina

El gasto promedio por viaje de los turistas canadienses que llegaron por vía aérea a Argentina se ubicó en US\$ 1.253 en el año 2016. Esto representa una contracción respecto del pico observado en 2012, cuando alcanzó los casi US\$ 2.000.

Por su lado, el gasto diario muestra una tendencia negativa desde 2011, hasta alcanzar los US\$ 71 diarios del año 2016.

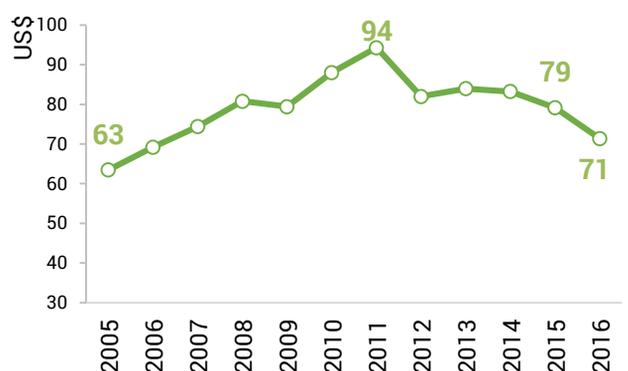
Gasto promedio por estada de turistas canadienses en Argentina (por vía aérea)

En US\$



Gasto promedio diario de turistas canadienses en Argentina

En US\$



Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

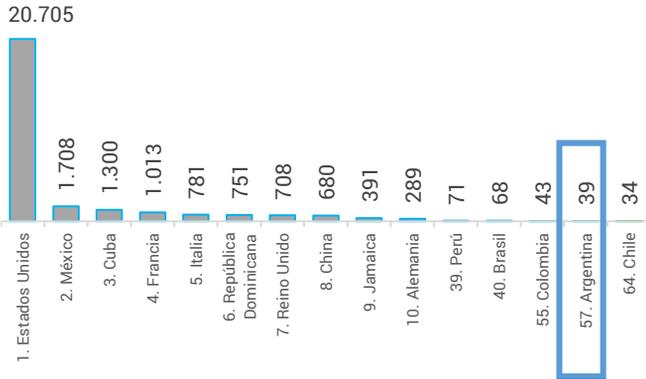
Los turistas canadienses viajan principalmente hacia América del Norte (60% del turismo emisor total), en particular a Estados Unidos (20,7 millones de canadienses los visitaron en 2015). El siguiente país más visitado, luego de los Estados Unidos, aunque bastante rezagado, es México, con un total de 1,7 millones.

Sudamérica recibe tan solo un 1% de las llegadas de canadienses al mundo, equivalente a un total aproximado de 350.000 llegadas. Dentro de esta región, Perú es el que más turistas canadienses recibe, seguido de Brasil, Colombia y, en cuarto lugar, Argentina.

En el período 2010-2015 las llegadas a Ecuador crecieron un 36% y a Colombia un 41%, mientras que a Argentina cayeron un 12%. Estos países son competidores de Argentina tanto en distancia geográfica como en oferta cultural. Los crecimientos registrados por estos países dan cuenta del espacio que tiene Sudamérica para crecer como destino del turismo emisor canadiense, espacio que Argentina debe aprovechar.

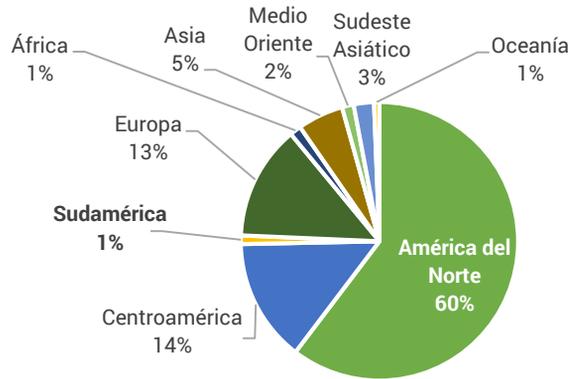
**Top 10 de destinos de turismo emisor canadiense + países de Sudamérica**

En miles de turistas. Año 2015



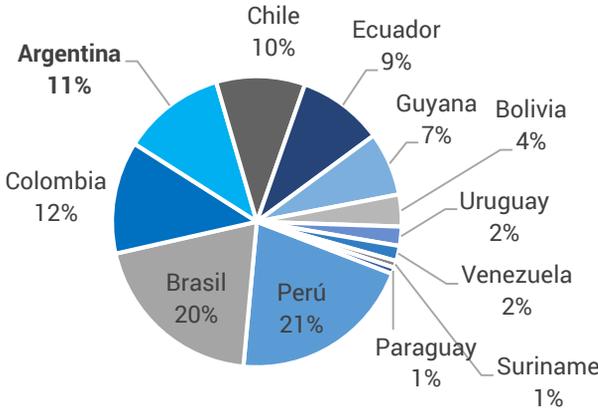
**Turismo emisor canadiense al mundo**

Participación % de cada región en las llegadas de turistas canadienses. Año 2015

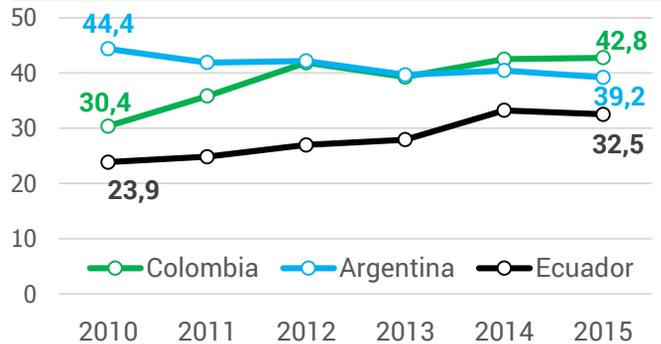


**Turismo emisor canadiense a Sudamérica**

Participación % de cada país sudamericano en las llegadas de turistas canadienses a la región. Año 2015



**Llegadas de turistas canadienses hacia Argentina, Colombia y Ecuador. Miles de turistas. Años 2010-2015**



Crecimiento de las llegadas 2010-2015: Argentina -12%, Ecuador +36%, Colombia +41%

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

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA AÉREA ENTRE CANADÁ Y ARGENTINA

Rutas aéreas Canadá – Argentina

Destino	Línea Aérea	Frec semanal prom	Cantidad asientos anual	Ocup (ene-ago '16)*	Tasa de Extranj. (ene-ago '16)**
<b>TORONTO</b>					
Bs.As. (escala en Santiago de Chile)	Air Canada	5	76.300	72,4%	54%

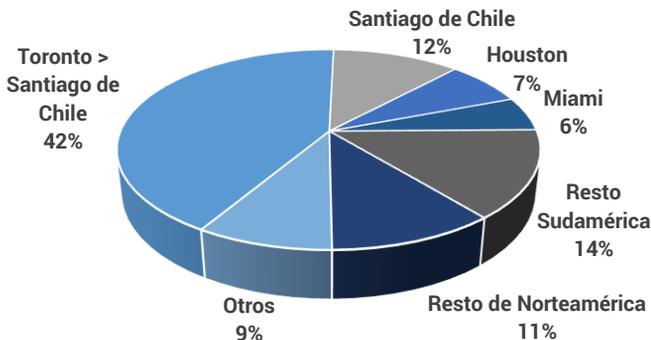


- **CONECTIVIDAD:** Argentina no tiene rutas directas con Canadá. Buenos Aires tiene una ruta a Toronto con escala en Santiago de Chile. Es una de las rutas internacionales a Argentina con menor cantidad de asientos. El nivel de ocupación está en el orden del promedio argentino (72%, bajo en relación a los niveles internacionales).
- **TASA DE EXTRANJEROS:** con 54% en los primeros 8 meses del año 2016, es una de las rutas con mejor tasa de extranjeros del período. Al tener escala en Santiago, trae una cantidad importante de chilenos.

ORÍGEN Y ENTRADA DE LOS TURISTAS DE CANADÁ VÍA AÉREA

Vías de entrada de pasajeros canadienses (2015)

Según origen de la ruta aérea utilizada para ingresar al país



Fuente: Dirección Nacional de Migraciones de Argentina

- **VÍAS DE ENTRADA:** el 42% de los canadienses ingresa por la ruta Toronto > Santiago, mientras que 12% ingresa por otros vuelos desde Santiago, un 24% ingresan desde EE.UU., y sólo un 14% vía otras rutas de Sudamérica.
- **PASAJES POR CIUDAD DE ORIGEN:** Toronto es la principal emisora de turistas, pero destaca la cantidad de pasajes vendidos desde otras ciudades canadienses, lo cual marca una buena diversificación dentro del mercado.
- **AEROLÍNEAS:** Air Canada es la más importante con el 43,4% de las llegadas de canadienses, seguida de LATAM con 15,4%, American Airlines con 9,8% y United Airlines con 7,2%. AR sólo trae el 6,5%.

Uso de escalas

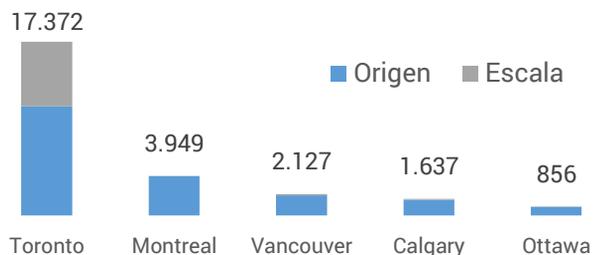
Pasajes con origen en Canadá y destino en Argentina comprados en Canadá, según uso o no de escala (2015)

Pasajes sin escala	0%
Pasajes con una escala	87,2%
Pasajes con dos escalas	12,8%

- **USO DE ESCALAS:** la inexistencia de vuelo directo obliga a los pasajeros que parten de Canadá a utilizar al menos una escala. Como aspecto positivo, el uso de dos escalas está en el nivel de otros países que sí poseen vuelo directo, como es el caso de los europeos.

Pasajes desde Canadá a Argentina vendidos en Canadá según ciudad por la que transitan.

Año 2015



Fuente: MINTUR en base a OAG

\* La ocupación se calcula como pasajeros registrados por la Dirección Nacional de Migraciones sobre la cantidad de asientos.

\*\* La tasa de extranjeros se calcula como la cantidad de pasajeros extranjeros registrados por Migraciones sobre la cantidad total de pasajeros

\*\*\* Pasajes vendidos en Canadá con origen en Canadá y destino Argentina.

**MINISTERIO DE TURISMO DE LA NACIÓN**  
**SECRETARÍA DE TURISMO**  
**SUBSECRETARÍA DE DESARROLLO TURÍSTICO**  
**DIRECCIÓN NACIONAL DE MERCADOS Y ESTADÍSTICA**  
**GRUPO DE ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO**

Suipacha 1111 - Piso 21 - (C1008AAW)

Tel.: +54 (011) 4316-1600 Int. 2004

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

República 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)