INFORME DE MERCADO TURÍSTICO

ALEMANIA

Enero 2017

VERSIÓN PRELIMINAR

GAET
GRUPO DE ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO

Secretaría de Turismo
Subsecretaría de Desarrollo Turístico
Dirección Nacional de Mercado y Estadísticas

Ministerio de Turismo
Presidencia de la Nación

RESUMEN

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

- ✓ **Vía de ingreso:** el turismo proveniente de Alemania muestra una predominancia de la **vía aérea** (68% del total de turistas), seguida por la terrestre (23%) y la fluvial/marítima (fundamentalmente los cruceros, 9%).
- ✓ **Edad:** la mayor parte de los turistas pertenece al grupo de **45 a 59 años** de edad (27%).
- ✓ **Estacionalidad:** la mayor parte de los viajes se concentran de **noviembre a marzo (64%)**. El pico de mayor concentración se ubica en enero y, luego, en diciembre. El período de baja es en mayo-octubre.

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

- ✓ **Gasto:** el gasto promedio por estada de un alemán en la Argentina es de US$ 1.566 y su gasto diario medio es de US$ 74.
- ✓ **Motivo del viaje:** el principal fue **ocio y vacaciones** (37%). A diferencia de lo sucedido en otros mercados este motivo mantuvo una participación estable por mayor tiempo (hasta 2013), mostrando caídas en 2014 y 2015.
- ✓ **Tipo de alojamiento:** predominancia de casa de **familiares y amigos** (36%), mientras que la hotelería concentra el (33%) de los turistas por vía aérea. En el caso de los turistas de ocio se destacan, como principal tipo de alojamiento utilizado, los hostels (42% de participación de los turistas de ocio).
- ✓ **Estacionalidad:** el conjunto del turismo alemán por vía aérea muestra una distribución temporal igual a la de todas las vías. Si se observa la estacionalidad por motivo, en el caso de turismo de ocio, la mayor parte se concentra en el 1er trimestre (37% de los turistas). Para los turistas con motivo negocios, la distribución a lo largo del año es más homogénea aunque con mayor concentración en el cuarto trimestre (28,5% de las llegadas).
- ✓ **Organización del viaje (turistas de ocio ingresados por vía aérea):** utilizan **paquetes turísticos** en una proporción relativamente baja (14,5%).
- ✓ **Información para el viaje:** los métodos mayoritarios de información para el viaje de esos turistas es la recomendación de familiares y amigos (48%) y la **promoción en medios digitales (43%).**
- ✓ **Destinos:** el turista alemán de ocio que vino por vía aérea tuvo como destino principal la **Ciudad de Buenos Aires**. Sin embargo, Ushuaia en la Patagonia, Salta en el NOA resultaron destinos con una elevado numero de visitas.
- ✓ **Aerolíneas más utilizadas:** Argentina cuenta con una ruta aérea directa hacia Alemania, Buenos Aires – Frankfurt, que es cubierta por la empresa Lufthansa. El 34% de los alemanes que ingresan al país por vía aérea lo hacen por esa ruta.

ALEMANIA

FICHA DEL MERCADO ALEMÁN EN ARGENTINA

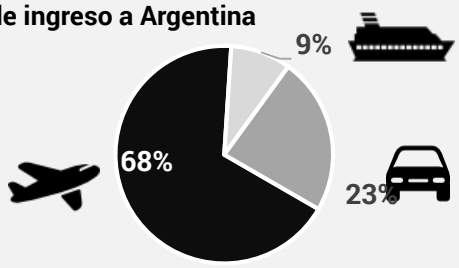
91.800 *arribos 2015 (-4,7% i.a.)*

Ranking 2015 de llegadas de turistas extranjeros (por todas las vías)

Puesto **12°**

Perfil del turista por todas las vías (2015)

Vías de ingreso a Argentina



Edad de los turistas

6%	menores de 18 años
22%	entre 18 a 29 años
24%	entre 30 a 44 años
27%	entre 45 a 59 años
23%	mayores de 60 años

Perfil del turista por vía aérea (2015)

Gasto

97 Gasto total (millones US$)	**1.566** Gasto medio por estada (US$)	**74** Gasto medio diario (US$)

1,7 millones Pernoctaciones totales

28 noches Estadía media

Motivo de la visita a Argentina

Vacaciones/ ocio	Visita a familiares y amigos	Negocios	Educación	Otros
37%	36%	18%	6%	3%

Tipo de alojamiento

4 y 5 estrellas	1,2 y 3 estrellas	Casa de familiares y amigos	Otros
22%	11%	36%	31%

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

PERFIL DEL TURISTA Alemanes DE OCIO Y DE NEGOCIOS EN ARGENTINA

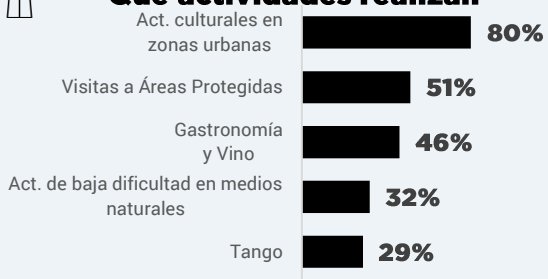
PERFIL DEL TURISTA DE OCIO EN ARGENTINA* (por vía aérea)

US$ 1.360
Gasto medio por estada

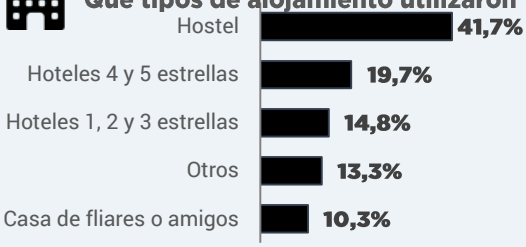
US$ 75
Gasto medio diario

18,3 noches
Estadía media

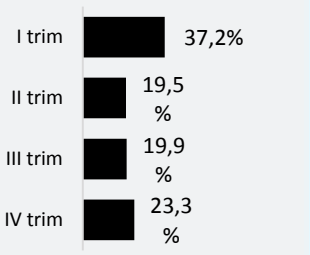
Qué actividades realizan



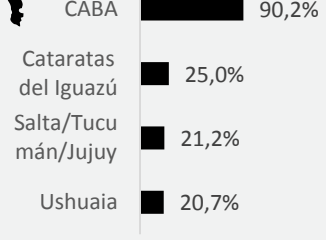
Qué tipos de alojamiento utilizaron



Cuándo viajan



Qué lugares visitan



14,5% usa paquetes turísticos

16,4% ya había visitado Argentina previamente

48,5% visitó Argentina por recomendación de familiares/amigos

43,6% decidió visitar Argentina por promoción en medios digitales

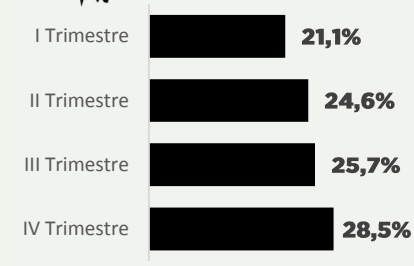
PERFIL DEL TURISTA DE NEGOCIOS, CONGRESOS Y CONFERENCIAS EN ARGENTINA** (por vía aérea)

US$ 1.970
Gasto medio por estada

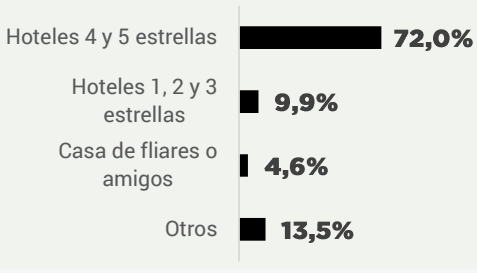
US$ 106
Gasto medio diario

18,6 noches
Estadía media

Cuándo viajan



Qué tipos de alojamiento utilizan



Fuente: *MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI)*
**La información corresponde a los años 2013, 2014 y 2015 ** La información corresponde a los años entre 2009 y 2015*

Análisis comparativo: turismo emisivo alemán al mundo y a Argentina

Entre 2001 y 2014 las llegadas de alemanes a la Argentina por vía aérea crecieron un 72%, ubicándose en torno a los 65 mil turistas [1]. En el mismo período, de acuerdo a la OMT el turismo emisivo Alemania al mundo creció un 8,6%.

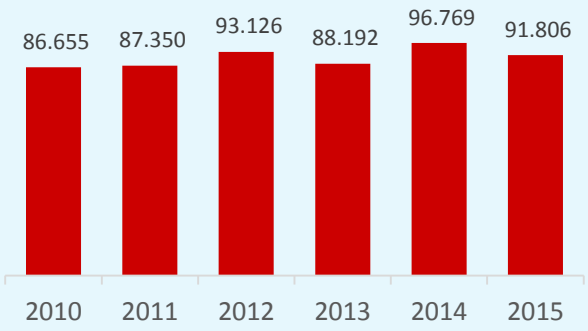
Sin embargo, la tendencia de las llegadas de turistas alemanes presenta dos periodos con un comportamiento diferenciado. Un primer periodo, entre los años 2001 y 2007, que registra una tendencia ascendiente en el número de arribos; y un segundo periodo, comprendido entre los años 2008-2015, en el que el número de arribos se mantuvo estancado.

Por su parte, el mercado emisivo alemán se mantiene estancado aunque en niveles muy elevados: en 2014 se realizaron más de 80 millones de viajes al exterior desde Alemania.

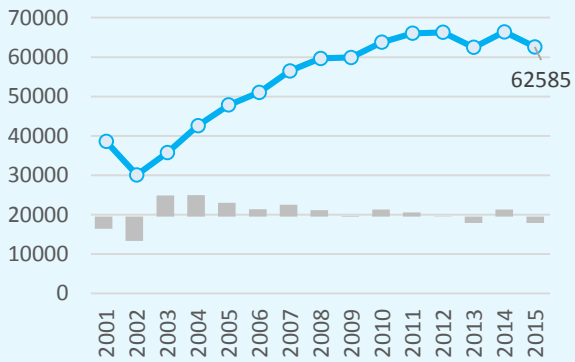
[1] Nos focalizamos en la vía aérea por contar con una serie histórica de mayor extensión.

Turismo emisivo alemán a la Argentina

Llegadas de turistas Alemanes a Argentina
Turistas

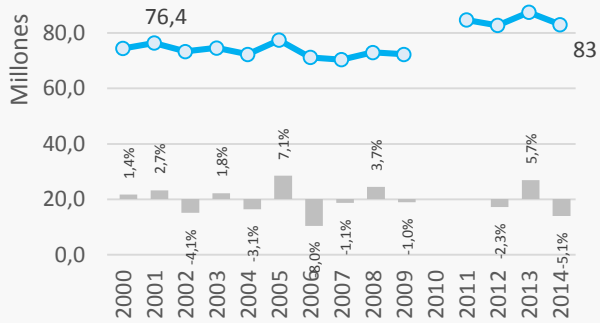


Arribos de Alemanes a la Argentina (vía aérea)
Turistas

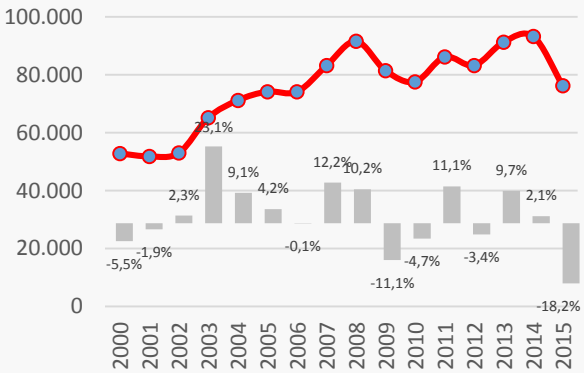


Turismo emisivo alemán en el mundo

Salidas de Alemanes al mundo
Millones de turistas y variación i.a.



Gasto por turismo en el exterior de Alemania
En millones de dólares



Fuente: *MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI), Dirección Nacional de Migraciones Argentina y Organización Mundial de Turismo (OMT).*

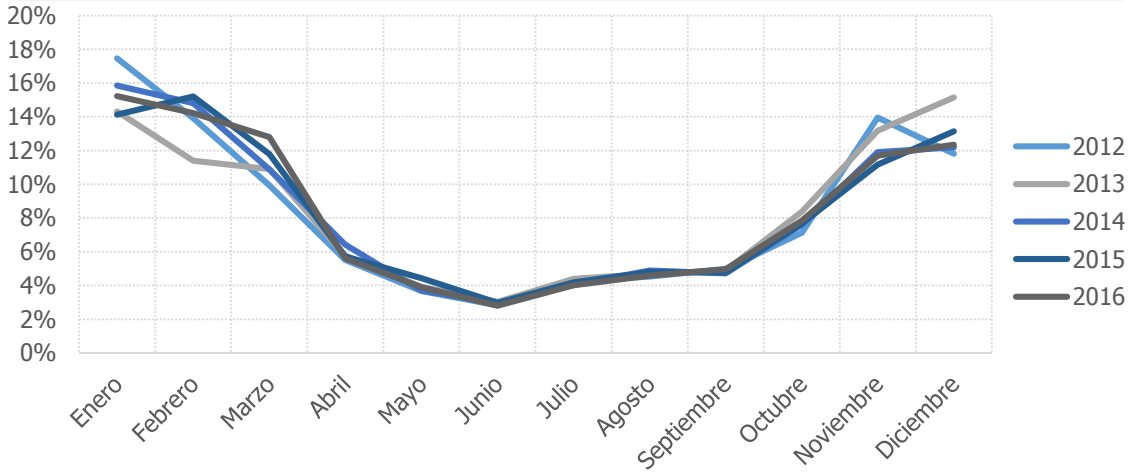
Análisis de la estacionalidad

La mayor cantidad de turistas alemanes llegan a Argentina en los últimos y los primeros meses del año.

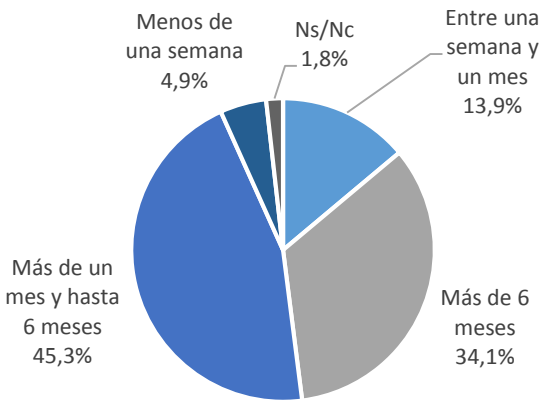
El 45,3% de los turistas alemanes en el 2015 decidieron viajar a Argentina con una antelación de entre 1 y 6 meses. En segundo lugar, un 34,1% de los turistas decidió viajar a Argentina entre una semana y un mes antes de realizar el viaje.

En los meses de julio y agosto crece en relevancia la participación del grupo menores de 18 años lo que estaría mostrando mayor incidencia de viajes de grupos familiares. El grupo de 18 a 29 años tiene mayor relevancia relativa entre marzo y septiembre. Los adultos mayores (de más de 60 años) tienen mayor peso en el total de turistas de EEUU entre noviembre y marzo (particularmente en enero y febrero).

Llegadas de turistas alemanes a Argentina por mes
Participación % en el total de llegadas de cada año. Años 2012-2016



Período de antelación a decidir viajar a Argentina
Participación porcentual. Año 2015



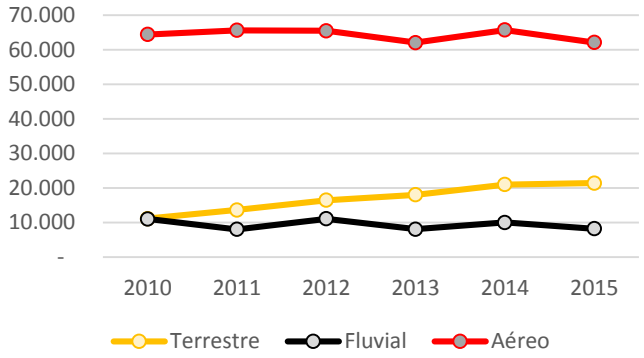
Estacionalidad por mes y edad de los turistas
En participación % de cada grupo etario por mes. Promedio 2014-2016

	Menos de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	Más de 60 años
Enero	3%	17%	19%	26%	35%
Febrero	3%	18%	18%	26%	35%
Marzo	5%	24%	22%	26%	23%
Abril	5%	25%	26%	27%	16%
Mayo	4%	28%	28%	28%	13%
Junio	8%	26%	27%	27%	12%
Julio	15%	31%	22%	23%	9%
Agosto	11%	33%	21%	24%	11%
Septiembre	4%	30%	25%	26%	16%
Octubre	5%	20%	25%	29%	21%
Noviembre	2%	17%	24%	30%	27%
Diciembre	8%	20%	24%	26%	22%

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

Análisis por vía de ingreso y motivo

Llegadas de turistas Alemanes a Argentina por vía de ingreso al país
Turistas

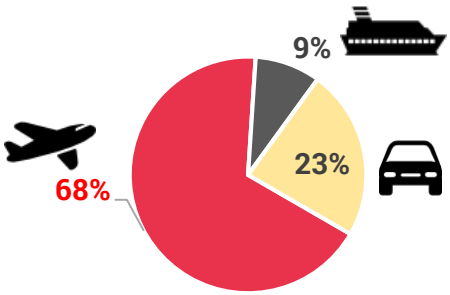


Los flujos de turistas alemanes hacia la Argentina muestra una predominancia de la vía aérea (68% del total). La vía terrestre tiene el 23%, mientras que la vía fluvial/marítima concentra el 9% de las llegadas.

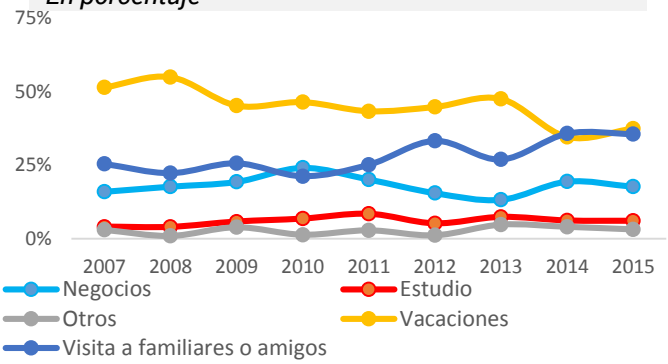
Puede observase la vía terrestre presenta una tendencia creciente producto de los mayores ingresos por los pasos de Cristo redentor (paso Chile-Mendoza) y San Sebastián (Ushuaia).

En cuanto al motivo de viaje, se repite el mismo fenómeno que en el resto de los mercados europeos: una contracción del motivo ocio y vacaciones. Sin embargo, en el caso alemán ésta se produjo más marcadamente en los años 2014-2015.

Vías de ingreso al país
Participación porcentual. Año 2015



Participación de motivo de viajes de turistas alemanes en Argentina
En porcentaje



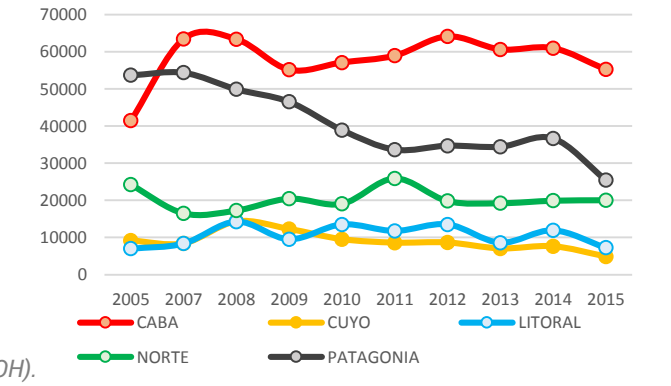
Fuente: *MINTUR en base a Dirección Nacional de Migraciones y Encuesta de Turismo Internacional (ETI).*

Análisis por vía de regiones visitadas

Tomando como base los viajeros alojados en establecimientos hoteleros y parahoteleros de todo el país, se observa una fuerte predominancia de la Ciudad de Buenos Aires, con el 47% de los viajeros totales. En segundo lugar, se ubica la Patagonia (22%) y luego Norte (17%).

Dentro de esas regiones, los viajeros se concentraron mayormente en Ushuaia por un lado, y en Salta por el otro.

Viajeros Alemanes en establecimientos hoteleros y parahoteleros por región, según EOH
En viajeros



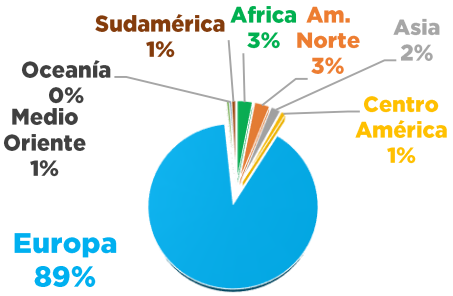
Fuente: *MINTUR en base a Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH).*

DESTINOS ELEGIDOS POR LOS TURISTAS ALEMANES

- El 90% de los viajes de turistas alemanes al exterior se realizan a destinos europeos. América del Norte y África concentran un 3% cada uno, mientras que Sudamérica recibe el 1%.
- Entre los principales destinos elegidos por el turista alemán se encuentran los destinos de playa: en Europa: España, Italia, Turquía y Grecia; en Latinoamérica: Brasil, México y Cuba; en el sudeste asiático: Tailandia y Vietnam.
- A la hora de elegir el destinos de viaje, lo más valorado por el turista alemán es la seguridad, los destinos de playa, el precio, la riquezas naturales y la buena comida y vino.
- Entre 2010 y 2014, la Argentina recibió un 12% más de turistas alemanes. No obstante, en el mismo periodo, todos los países de la región con excepción de Uruguay presentaron un mejor desempeño.

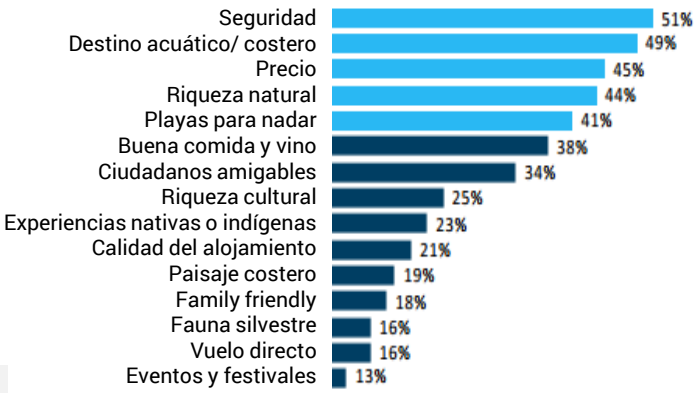
Participación de destinos según continente

En porcentaje. Año 2014



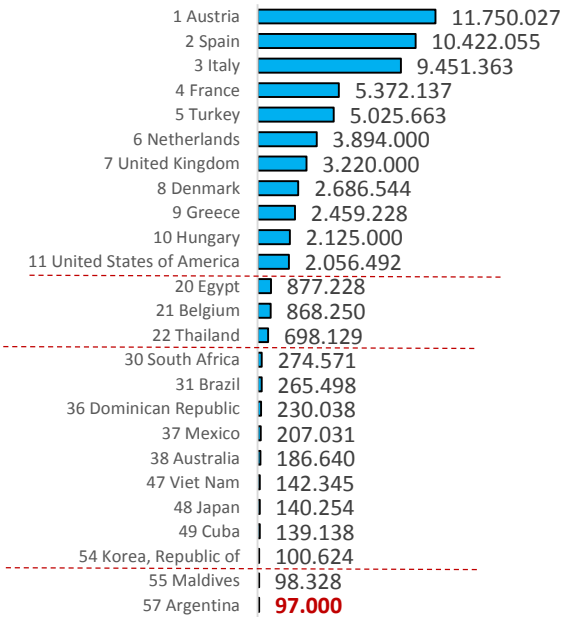
Factores más importantes a la hora de decidir el lugar de viaje

(respuestas múltiples)



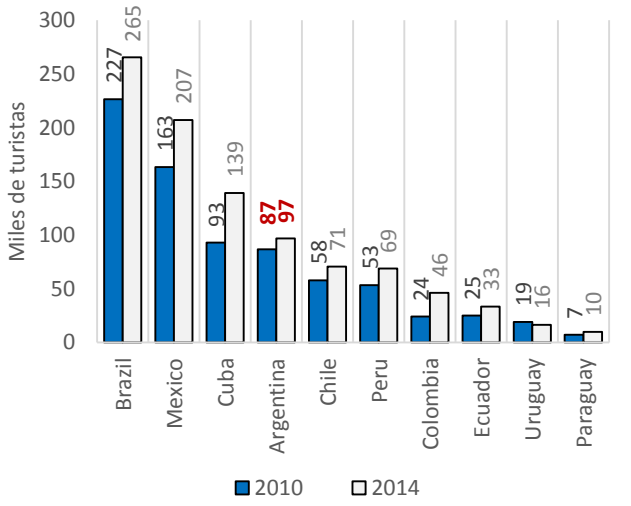
Ranking destino de turistas alemanes

En turistas. Año 2014



Arribos de turistas Alemanes 2010 vs 2014.

En miles de turistas y variación interanual.



Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT).

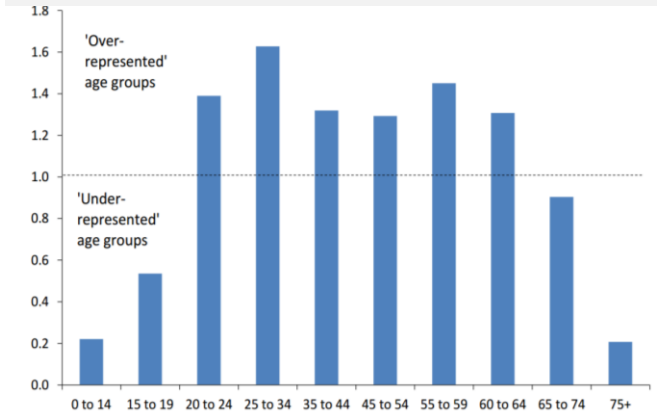
El factor demográfico en Alemania

En Alemania está ocurriendo un cambio demográfico de mayor magnitud que en otros países de Europa. Se espera que este cambio tenga impactos relevantes en el sector turístico, dado que la población económicamente activa tiene una tasa de viaje mucho mayor que la no activa (ver gráfico).

Para 2024, IATA proyecta que la población total de Alemania se contraerá un 5% y la población viajera más de un 15%.

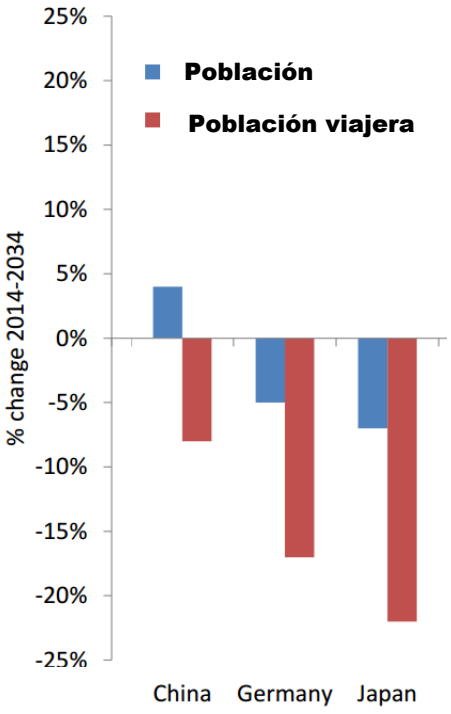
Otras proyecciones indican que en 2025 Alemania registraría 1,1 millones de viajes menos que en 2013. Y la participación de los viajes de adultos mayores sobre el total de viajes pasaría del 30% al 39%.

Los Adultos mayores registran menores tasas de viaje que el población activa
Tasa de viajes por grupo de edad



Source: UK CAA

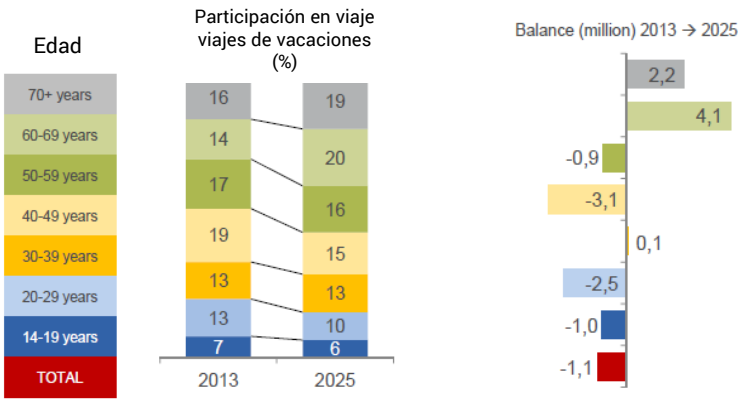
Variación proyectada de población y la población viajera 2014-2024
En porcentaje



Proyecciones de turismo Alemán
Viajes por grupo de edad y participación

	German population (14+) 2007		Holiday-makers 2007		German population (14+) 2020		Holiday-makers 2020*	
	%	m	%	m	%	m	%	m
Teenagers and young adults (14 to 29 years)	22	13.96	**22**	10.67	19	12.39	**19**	9.47
Adults (30 to 59 years)	50	32.37	**52**	25.18	48	31.01	**50**	24.13
Senior citizens (60+)	28	18.49	**26**	12.28	33	21.30	**31**	15.29
Total	100	64.82	**100**	48.13	100	64.70	**100**	48.89

Proyecciones de turismo Alemán
Viajes por grupo de edad, participación y variación



Fuente: *IATA y The impact of demographic change on tourism and conclusions for tourism policy* (Martin Lohmann)

CONCLUSIONES DEL PERFIL DE MERCADO

SE DESTACAN LAS PREFERENCIAS DEL TURISTA ALEMAN POR LA RIQUEZA NATURAL, LAS ACTIVIDADES VINCULADAS A VINO Y GASTRONOMÍA Y ACTIVIDADES CULTURALES.

EL SEGMENTO DE ADULTOS MAYORES ES EL DE MAYOR CRECIMIENTO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS EN ESTE MERCADO.

EN LA ACTUALIDAD, LA MAYOR PARTE DE LOS TURISTAS DE OCIO SON JOVENES QUE SE ALOJAN EN HOSTELS CON UNA ESTADÍA PROLONGADA (“BACKPACKERS”). AUSTRALIA ES UN MODELO A SEGUIR EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS PARA ESTE SEGMENTO.

EXISTE UN CRECIENTE INTERÉS DE LOS TURISTAS ALEMANES EN PERÚ.

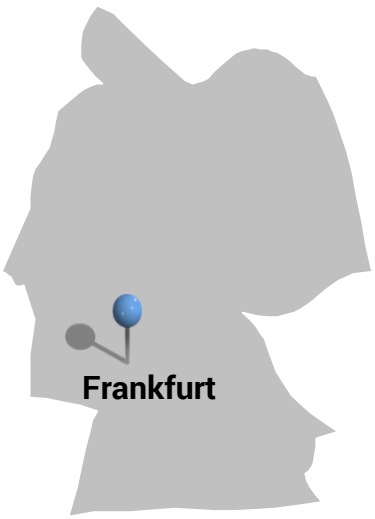
LOS ALEMANES DAN ALTO VALOR A LA SEGURIDAD AL TURISTA Y A LA PERCEPCIÓN DEL PAÍS COMO DESTINO SEGURO, UN FACTOR DE RELEVANCIA PARA NUESTRO PAÍS.

ALEMANIA

CONECTIVIDAD AÉREA CON ARGENTINA

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA AÉREA ENTRE ALEMANIA Y ARGENTINA

Rutas aéreas Alemania-Argentina



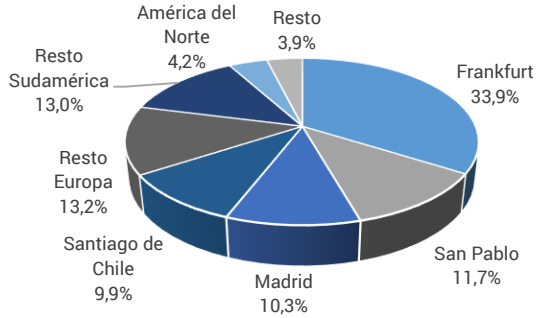
Destino	Línea Aérea	Frec. sem. prom.	Cantidad asientos anual	Ocup (ene-ago '16)*	Tasa de Extranj (ene-ago '16)**
FRANKFURT					
Buenos Aires (EZE)	Lufthansa	7	129.206	85,5%	55,0%

- **CONECTIVIDAD: Alemania es el tercer país europeo con mayor oferta aérea de asientos hacia el país, luego de España e Italia. La conectividad con el país germánico presenta características similares a las de los otros países europeos: una única ciudad (Frankfurt) conectada en forma directa hacia Buenos Aires, con un vuelo diario a través de la aerolínea de bandera del país germánico (Lufthansa).**
- **TASA DE EXTRANJEROS: alcanzó el 55% en el período enero-agosto de 2016, significando así el ingreso de más de 36.000 extranjeros en esos 8 meses, lo cual sitúa a esta vía como una de las principales para el ingreso de turistas de larga distancia.**

ORÍGEN Y ENTRADA DE LOS TURISTAS ALEMANES VÍA AÉREA

Vías de entrada de alemanes vía aérea (2015)

Alemanes según ruta aérea utilizada para ingresar al país



Fuente: Dirección Nacional de Migraciones

- **VÍAS DE ENTRADA: casi el 34% de los alemanes que ingresan lo hacen vía Frankfurt, un porcentaje similar al de franceses que ingresan vía París u holandeses que ingresan vía Ámsterdam.**
- **PASAJES POR CIUDAD DE ORIGEN: la mayor parte de los viajes aéreos se originan en Frankfurt, que es la ciudad con conectividad. Esto, sin embargo, no indica necesariamente que los turistas provienen de esa ciudad (por ej. los turistas viajan en tren a Frankfurt para tomar el avión).**
- **AEROLÍNEAS: Lufthansa es la aerolínea que más alemanes trae al país (34,4%). La nota destacada es la cantidad que llega por LATAM (18,3%), el doble que por AR (9,2%). Las otras europeas tienen poco peso.**

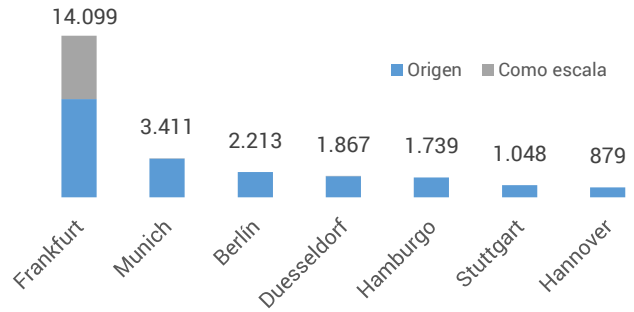
Uso de escalas

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

Pasajes*** sin escala	22,5%
Pasajes con una escala	68,7%
Pasajes con dos escalas	8,9%

- **USO DE ESCALAS: la conexión con una sola ciudad, sumada al hecho de que esta funciona como hub internacional pero no es el principal centro urbano alemán, tiene como resultado el uso intenso de escalas para los turistas que compran sus pasajes en Alemania.**

Pasajes desde Alemania a Argentina vendidos en Alemania según ciudad por la que transitan (2015).



Fuente: MINTUR en base a OAG

GAET
GRUPO DE ANÁLISIS ECONÓMICO DEL TURISMO

*** La ocupación se calcula como pasajeros registrados por Migraciones sobre 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 Alemania con origen en Alemania 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
www.yvera.gob.ar/estadistica
www.turismo.gob.ar