INFORMES DE MERCADOS ESTRATÉGICOS

Japón

Octubre 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 Japón muestra una muy marcada predominancia de la **vía aérea** (79% del total de turistas), seguida por la terrestre (13%), y la fluvial/marítima (8%).
- ✓ **Edad:** la mayor parte de los turistas pertenece al grupo entre **30 y 44 años** de edad (29%). Más de la mitad (53%) del total de turistas japoneses son mayores de 45 años.
- ✓ **Estacionalidad:** La mayor cantidad de turistas japoneses llegan a nuestro país en verano, particularmente en los meses de enero y febrero (30%).

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

- ✓ **Edad:** los grupos mayoritarios son los turistas de **30 a 44 años** de edad (26%), le siguen en importancia los de **45 a 59 años** (24%).
- ✓ **Motivo del viaje:** el principal es **vacaciones y ocio** (34%). Le siguen, visitas a familiares y amigos y negocios, congresos y conferencias.
- ✓ **Gasto:** el turista de Japón realiza un **gasto por estadía de US$ 2.033** y un **gasto promedio diario de US$ 119**.
- ✓ **Tipo de alojamiento:** predominancia de **los hoteles de 4 y 5 estrellas** (40%), con un bajo nivel de utilización de casas de familiares y amigos, en línea con los motivos de viaje.
- ✓ **Estacionalidad:** la estacionalidad del conjunto del turismo japonés por vía aérea replica al observado en todas las vías.

FICHA DEL MERCADO JAPONÉS EN ARGENTINA

21.800 *arribos 2016 (-5% i.a.)*

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

Puesto **23°**

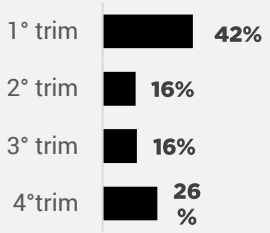
Perfil del turista por todas las vías (2016)

Vías de ingreso a Argentina

Edad de los turistas

3%	menores de 18 años
15%	entre 18 y 29 años
29%	entre 30 y 44 años
25%	entre 45 y 59 años
28%	mayores de 60 años

Estacionalidad



Perfil del turista por vía aérea (2016)

Gasto

US$ 35 millones	**US$ 2.033**	**US$ 119**
Gasto total	Gasto medio por estada	Gasto medio diario

292 mil	**17 noches**
Pernoctaciones totales	Estadía media

Motivo de la visita a Argentina

Vacaciones y ocio	Otros motivos
34%	66%

Tipo de alojamiento

4 y 5 estrellas	Otros
40%	60%

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

** Datos correspondientes a 2016 ** Datos correspondientes al promedio de los años 2010-2016*

PERFIL DEL TURISMO EMISIVO JAPONÉS AL MUNDO

Resumen del mercado japonés - *Principales datos: Años 2012 y 2013*

En esta sección se realiza un resumen de algunos de los principales informes internacionales sobre el mercado turístico japonés.

Población: 127,3 millones

Viajes internacionales:
2012: 18.49 millones (+8,8% i.a)
2013: 17,47 millones (-5,5% i.a.)

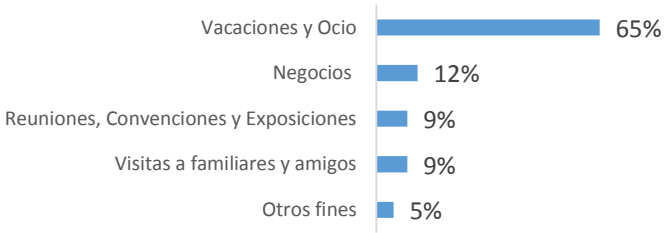
Gasto en el extranjero:
Japón en 2015 se situó en el puesto 20 en el registro de los países líderes de la OMT según los gastos en el extranjero.
2015: U$S 16.000 millones
2016: U$S 18.500 millones

➢ **Perfil del turista japonés en el mundo:**

- Los turistas japoneses viajan principalmente por ocio y vacaciones (65% del total).
- Los principales factores que influencian su elección de destinos son: la seguridad, la comida y el vino y la existencia de atracciones "interesantes".
- La decisión de viajar en los turistas de ocio se encuentra muy afectada por los días festivos de Japón: tres de cada cinco viajes de turistas japoneses se realizaron en coincidencia con feriados del país (dato de 2012).
- Estados Unidos sigue siendo el principal destino de ultramar de los viajeros japoneses.
- Los países de la región más competitivos para este mercado son Brasil y México, por sus destinos naturales y culturales. Las debilidades se encuentran en el marco regulatorio y la infraestructura.
- En los últimos diez años la tendencia se mantuvo marcada en favor de los destinos de corta distancia. Los viajes al noreste de Asia aumentaron un 57% y los del sudeste asiático un 12%. Por el contrario, los viajes a América del Norte cayeron un 41% ya Oceanía un 44%.
- Los turistas japoneses prefieren viajar al exterior por vía aérea.

Hechos importantes:
Prolongado período de estancamiento económico (15 años) y deflación seguida por la desaceleración económica mundial en 2008-09 y el terremoto de Tohoku y tsunami en marzo de 2011.
Su economía está muy impactada por los factores demográficos. Japón registra una de los ratios de dependencia (población de más de 65 años/población activa) más altos del mundo; además de una tasa de natalidad inferior a la de mortalidad lo que hace que la fuerza de trabajo se reduzca año tras año.
Para salir del estancamiento, el Banco Central de Japón se ha embarcado en un proceso de expansión monetaria que ha debilitado el Yen japonés, mermando el poder de compra en el exterior de los ciudadanos. Un Yen más débil favoreció el turismo receptivo que registra un buen desempeño en los últimos años. Recíprocamente, se debilitó el poder de compra de los japoneses en el exterior, desalentando su emisivo.

Motivo de viaje
% sobre el total de viajes al extranjero.



Fuente: Tourism Research Australia, Market Insights Japón (European Travel Comission, septiembre de 2013) y *Marketing Strategies for Tourism Destinations - Target market JAPAN (European Travel Commission), Barómetro OMT del Turismo Mundial (OMT), marzo de 2017*

Análisis comparativo: turismo emisivo japonés al mundo y a Argentina

Se puede observar un estancamiento en la llegada de japoneses a Argentina desde 2013, donde se tocó el pico máximo de 23.700 turistas. Por su parte, el emisivo japonés al mundo tuvo una caída también en el período 2013-15, en línea con lo sucedido con las llegadas a nuestro país. Sin embargo, se observa una mejora relevante del emisivo japonés en 2016 que no se vio reflejada en partidas hacia Argentina.

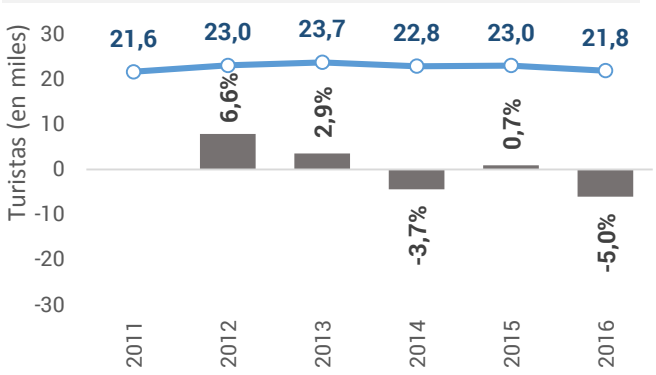
Puede observarse, a diferencia de lo sucedido en otros mercados como EE.UU. o Europa, luego de la crisis económico-financiera del 2008-2009, las salidas de japoneses al exterior continuaron creciendo en 2010-12.

En términos de gasto medido en dólares, se ve la caída de 2013 y 2015 como resultado del proceso de devaluación que inició el Yen en ese período, con el objetivo de acelerar el crecimiento económico de Japón.

Una visión de más largo plazo (basada en los arribos aéreos) indica que el crecimiento de las llegadas de japoneses ha tenido una evolución muy moderada desde comienzos de los años 2000.

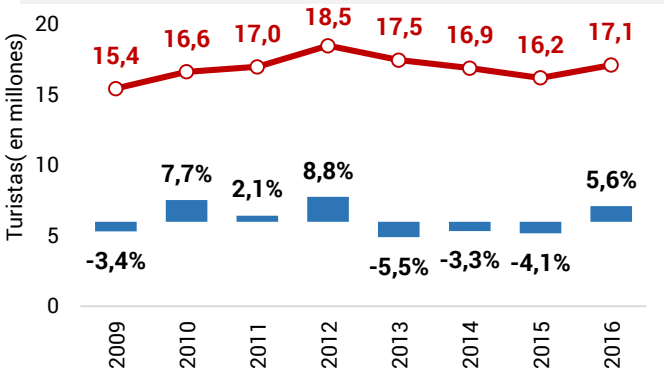
Turismo emisivo japonés a la Argentina

Llegadas de turistas japoneses a Argentina
Cantidad de turistas y variación i.a.

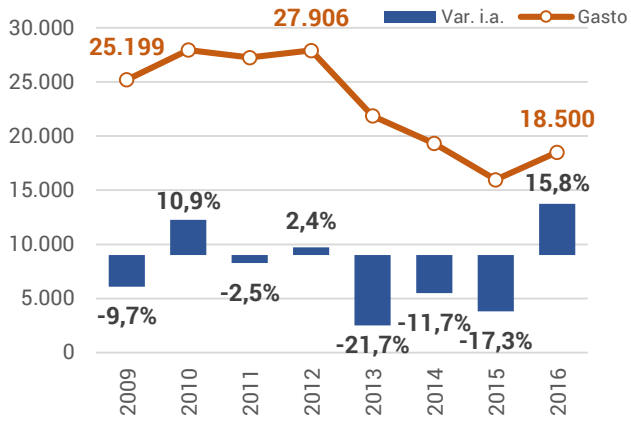


Turismo emisivo japonés en el mundo

Turismo emisivo japonés al mundo
Miles de turistas y variación i.a.



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



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

Principales destinos del turismo emisivo japonés

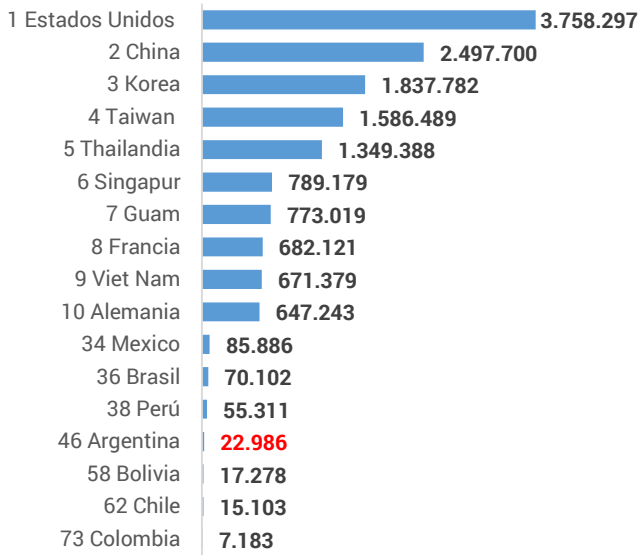
Aproximadamente el 54% de los viajes de japoneses se realizan dentro de Asia (2015). Dentro de los 10 principales destinos tan solo EE.UU, Francia y Alemania son no asiáticos. El turismo emisivo japonés por fuera de Asia se encuentra estancado desde 2012.

De los viajes realizados a Sudamérica, Argentina recibió el 12,8% de los turistas japoneses en 2015, muy por detrás de Brasil, México y Perú, destinos que compiten con Argentina en términos geográficos, culturales, de idioma y de oferta turística en general.

Es notables el crecimiento de las llegadas de turistas japoneses a México. También se destaca la caída de arribos a Brasil y a Perú, similar a la evidenciada en Argentina.

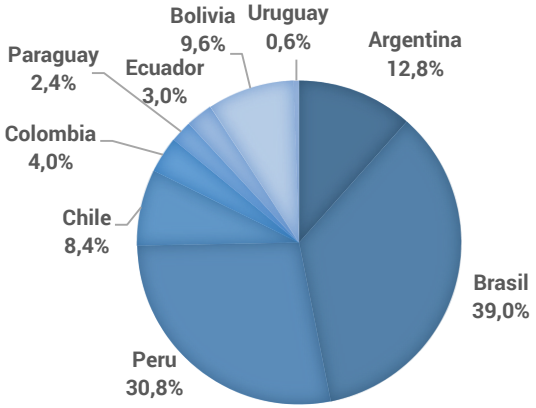
Ranking de destinos de turismo emisivo japonés

Turistas japoneses a cada país. Año 2015



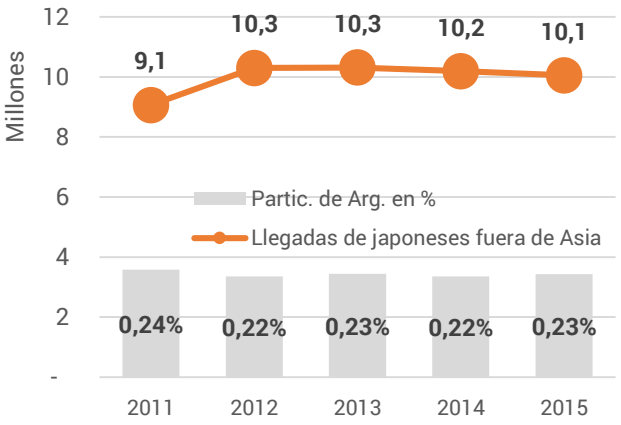
Turismo emisivo japonés a Sudamérica

Participación en las llegadas de turistas japoneses a la región. Año 2015

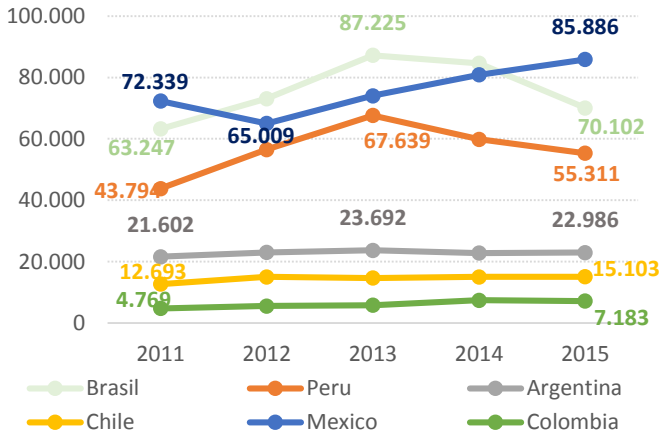


Llegadas de japoneses fuera de Asia y participación de Argentina

En miles de turistas y participación de mercado.



Llegadas de turistas japoneses hacia países seleccionados de la región.



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

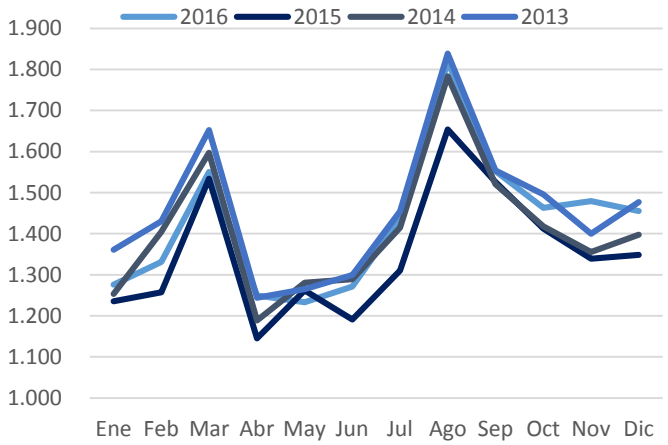
Análisis de la estacionalidad

Los viajes de los japoneses al exterior tienen una marcada estacionalidad, con picos en los meses de marzo y agosto. La temporada baja se ubica entre abril y junio.

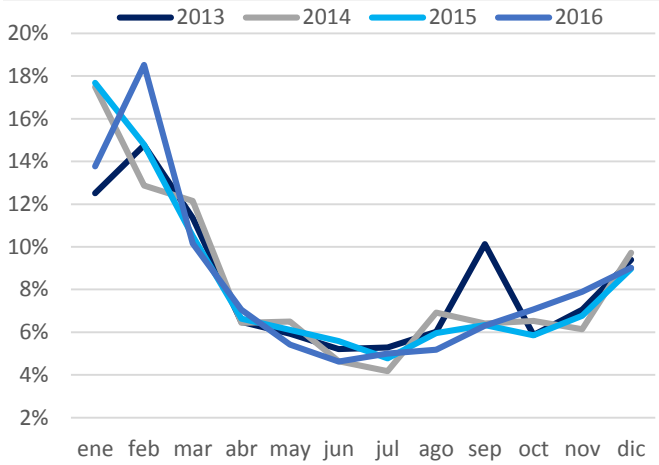
En nuestro país, la mayor cantidad de turistas japoneses llegan en los meses de verano, en el primer trimestre del año viaja el 42,4%.

El grupo de edad de mayor relevancia en Argentina es el de entre 30 y 44 años de edad (29%). Más de la mitad (53,3%) del total de turistas japoneses son mayores de 45 años, los cuales prefieren viajar a Argentina en los meses de enero y febrero.

Viajes al exterior de los turistas japoneses por mes
Años 2013-2016



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



Edad por mes de los turistas japoneses en Argentina
En participación % de cada grupo etario por mes. Promedio 2011-2016

Prom. 2011-2016	Menos 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	Más de 60 años
Enero	2%	15%	21%	15%	47%
Febrero	2%	20%	21%	16%	42%
Marzo	4%	23%	31%	22%	21%
Abril	4%	13%	36%	28%	19%
Mayo	3%	12%	37%	31%	18%
Junio	3%	13%	35%	31%	18%
Julio	7%	14%	32%	30%	17%
Agosto	6%	14%	32%	31%	18%
Septiembre	2%	12%	32%	30%	24%
Octubre	3%	12%	32%	31%	22%
Noviembre	2%	11%	33%	29%	24%
Diciembre	8%	16%	37%	24%	15%

Fuente: MINTUR en base a *Dirección Nacional de Migraciones de Argentina y Ministerio de Justicia de Japón (Estadísticas de control migratorio).*

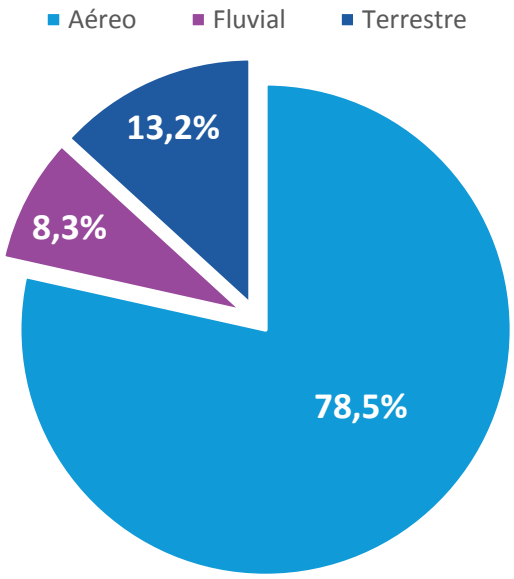
Análisis por vía de ingreso al país

El turismo proveniente de ese país muestra una predominancia obvia de la vía aérea (78,5% del total). La vía terrestre tiene el 13,2%, mientras que la vía fluvial/marítima concentra el 8,3% de las llegadas.

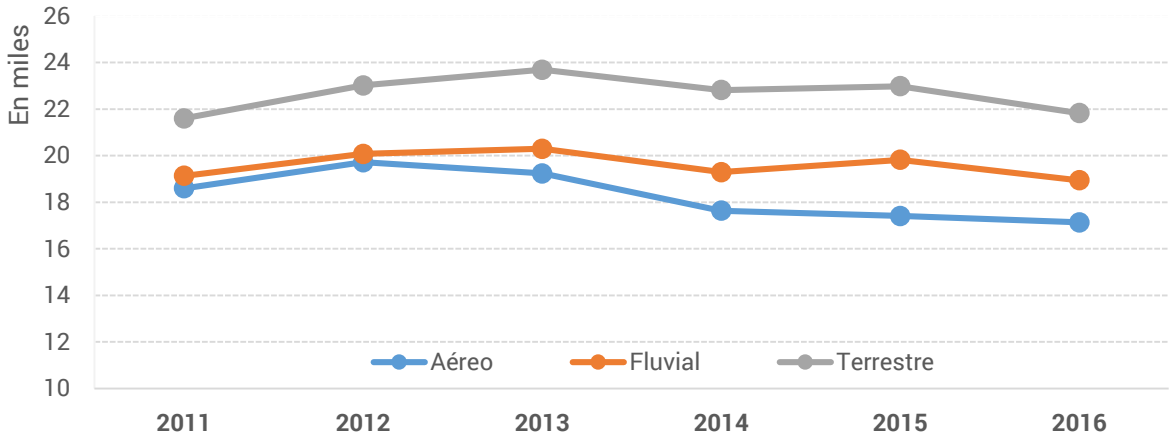
El 96,9% de los viajeros que llegan al país por la vía aérea, ingresan por los aeropuertos de Ezeiza y Jorge Newbery.

El detalle de los pasos terrestres muestra que en 2016 el más utilizado fue el Puente Internacional San Roque González de Santa Cruz (20,2%), que comunica a la ciudad de Posadas con Encarnación (Paraguay). Seguido por el paso (Cristo Redentor) fronterizo entre Chile y Argentina (13,9%).

Vías de ingreso al país
Participación porcentual. Año 2016



Llegadas de turistas japoneses a Argentina por vía de ingreso al país
Miles de turistas



Fuente: *MINTUR en base a Dirección Nacional de Migraciones de Argentina*

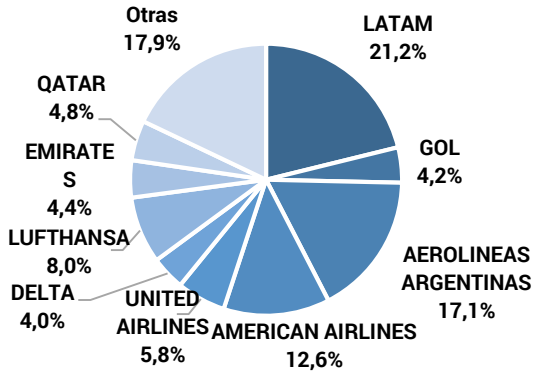
CONECTIVIDAD AÉREA CON ARGENTINA

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA AÉREA ENTRE JAPON Y ARGENTINA

La gran distancia entre Japón y Argentina hace imposible la existencia de un vuelo directo entre ambos países: 18.370 km separan Tokio de Buenos Aires. Hoy, el vuelo sin escalas más largo es el que conecta Dubái con Auckland, de Emirates, con 14.200 kms. Las aerolíneas japonesas no llegan a Latinoamérica, sí a EE.UU.

Las escalas más utilizadas en los viajes hacia la Argentina se reflejan en las aerolíneas más elegidas. Por un lado, la llegada vía países sudamericanos generan el alto peso de LATAM, Gol y AR, mientras que la incidencia de las rutas con escala en EE.UU. hacen que las aerolíneas de ese país concentren un porcentaje relevante de las llegadas (American, Delta, United explican más del 22% del total de japoneses).

Aerolíneas por las que ingresan japoneses (2016)

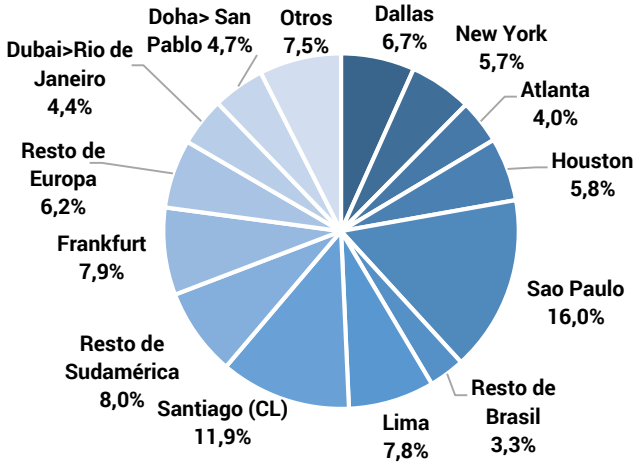


Fuente: MINTUR en base a Dirección Nacional de Migraciones y OAG

ORÍGEN Y ENTRADA DE LOS TURISTAS JAPONÉSES VÍA AÉREA

Vías de entrada de pasajeros Japoneses (2016)

Según origen de la ruta aérea utilizada para ingresar al país



Fuente: MINTUR en base a Dirección de Migraciones de Argentina

- VÍAS DE ENTRADA: Los turistas japoneses ingresan al país fundamentalmente vía EE.UU (22,2%) Brasil (19,3% + 9,1% de los vuelos desde Medio Oriente vía Río y San Pablo), Chile (11,9%) y Perú (7,8%) y Europa (14,2%).
- En general, los arribos de japoneses a la región hacen escala en Estados unidos, Canadá y/o en Europa. En el caso de Argentina, se observa una proporción relevante con una escala adicional en Sudamérica (Brasil, Chile y Perú).
- Los arribos con una sola escala son vía EE.UU., Inglaterra, Alemania y Francia. Aún así, insumen más de 20 horas y poco más de 20.000km de recorrido.

Uso de escalas

Pasajes con origen en Japón y destino en Argentina comprados en Japón, según uso o no de escala (2016)

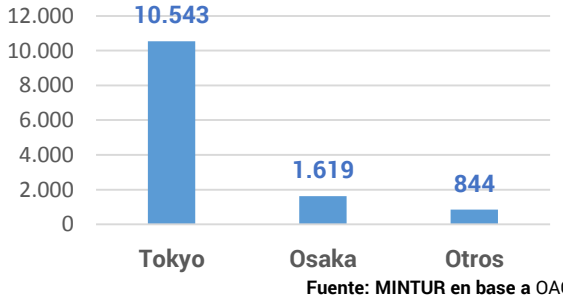
Pasajes sin escala	0%
Pasajes con una escala	16,3%
Pasajes con dos escalas	83,7%

Fuente: OAG

- USO DE ESCALAS: Puede observarse la no existencia de vuelos directos, como también una proporción más que significativa de vuelos con dos escalas.

Pasajes desde Japón a Argentina vendidos según ciudad de origen

Año 2016



Fuente: MINTUR en base a OAG

PASAJES POR CIUDAD DE ORIGEN: Tokio es la principal emisora, con amplia diferencia respecto a las otras ciudades de origen.

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