

INFORME DE MERCADO TURÍSTICO



ALEMANIA

Mayo 2018
VERSIÓN PRELIMINAR

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

- ✓ **Alemania ocupa el 12º puesto** en el ranking de llegadas de turistas extranjeros a la Argentina con un total de 124.780 (-0,4% i.a.).
- ✓ **Vía de ingreso:** el turismo proveniente de Alemania muestra una predominancia de la **vía aérea** (49% del total de turistas), seguida por la terrestre (32%) y la fluvial/marítima (19%).
- ✓ **Edad:** la mayor parte de los turistas pertenece al grupo de **45 a 59 años** de edad (26%).
- ✓ **Estacionalidad:** la mayor parte de los viajes se concentran en el **primer trimestre (40%)**. Los meses de mayor concentración se ubican de enero a marzo. El período de baja es de abril a 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\$ 1.615 y su gasto diario medio es de US\$ 72.
- ✓ **Motivo del viaje:** el principal fue “**vacaciones/ocio**” (45%), a partir del año 2015 inicia una recuperación cuya participación venía cayendo desde el año 2005, en segundo lugar el motivo “**visita a familiares /o amigos**” (34%) con una tendencia creciente entre el periodo 2005-2015 que luego comienza a bajar.
- ✓ **Tipo de alojamiento:** predominancia de “**casa de familiares y amigos**” (34%), mientras que la hotelería concentra el 23% en aquellos de categorías altas y el 19% en hostels de los turistas por vía aérea. En el caso de los turistas de ocio se destaca como principal tipo de alojamiento utilizado los hostels (36%).
- ✓ **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 (38% 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 (30% de las llegadas).
- ✓ **Organización del viaje (turistas de ocio ingresados por vía aérea):** utilizan **paquetes turísticos** en una proporción relativamente baja (15%).
- ✓ **Información para el viaje:** los métodos mayoritarios de información para el viaje de esos turistas es la **recomendación de familiares y amigos (59%)** y la **promoción en medios digitales (38%)**.
- ✓ **Destinos:** el turista alemán de ocio que vino por vía aérea tuvo como destino principal la **Ciudad de Buenos Aires**, seguido de la región **Patagonia** en las ciudades de El Calafate/G. Perito Moreno, Bariloche/V.La Angostura/S.M.de los Andes y Ushuaia).
- ✓ **Aerolíneas más utilizadas:** Argentina cuenta con una ruta aérea directa hacia Alemania, Buenos Aires – Frankfurt, que es cubierta por la empresa Lufthansa. El 39% de los alemanes que ingresan al país por vía aérea lo hacen por esa ruta.

 **124.800** arribos 2017
(-0,4% i.a.)

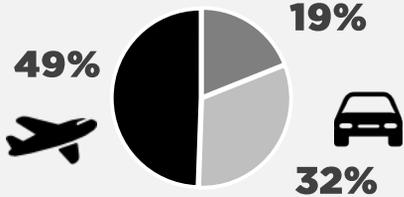
Puesto

12°

Ranking 2017 de llegadas de turistas extranjeros (por todas las vías)

Perfil del turista por todas las vías (2017)

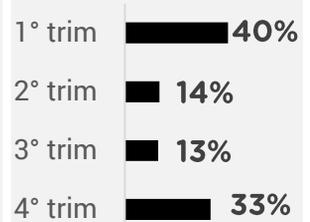
Vías de ingreso a Argentina



Edad de los turistas

5% menores de 18 años
22% entre 18 y 29 años
21% entre 30 y 44 años
26% entre 45 y 59 años
25% mayores de 60 años

Estacionalidad 



Perfil del turista por vía aérea (2017)

Gasto 

99,6
Gasto total
(millones US\$)

1.615
Gasto medio por estada
(US\$)

72
Gasto medio diario
(US\$)



1,4 millones
Pernoctaciones totales



22 noches
Estadía media

Motivo de la visita a Argentina



Vacaciones/ ocio
45%



Visita a familiares y amigos
34%



Negocios
16%



Otros
5%

Tipo de alojamiento



4 y 5 estrellas
23%



1,2 y 3 estrellas
15%



Casa de familiares y amigos
34%



Hostal
19%



Otros
9%

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

PERFIL DEL TURISTA DE VACACIONES EN ARGENTINA*

(por vía aérea)



US\$ 1.607

Gasto medio por estadía

US\$ 93

Gasto medio diario



17 noches

Estadía media



Cuándo viajan



Qué actividades realizan



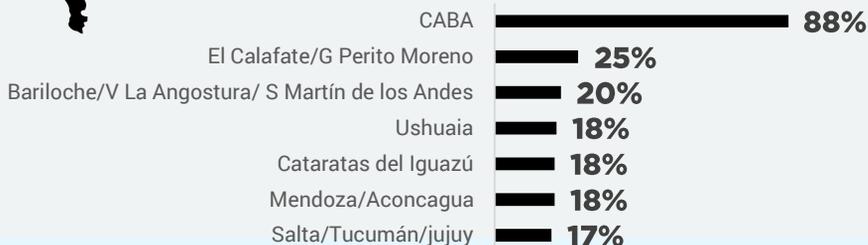
Qué tipos de alojamiento utilizan



- 15% usa paquetes turísticos
- 18% ya había visitado Argentina antes
- 59% visitó Argentina por recomend. de fliares/amigos
- 38% decidió visitar Argentina por promoción en medios digitales



Qué lugares visitan



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



US\$ 1.874

Gasto medio por estada

US\$ 127

Gasto medio diario



15 noches

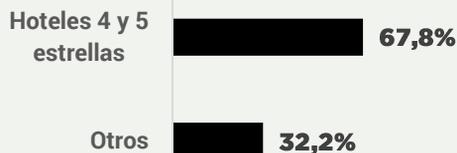
Estadía media



Cuándo viajan



Qué tipos de alojamiento utilizan



Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI), encuestas realizadas en Aeroparque, Ezeiza y Pajas Blancas. *La información corresponde a los años 2015 a 2017 **La información corresponde a los años entre 2011 y 2017

Análisis comparativo: turismo emisor alemán al mundo y a Argentina

En el período 2007-2016 de acuerdo a la OMT el turismo emisor alemán al mundo creció un 11%, sin embargo presenta un comportamiento estable en el volumen con algunos picos de crecimiento en los años 2008 y 2013 (5,0% y 5,7% respectivamente) como el año 2016 con un incremento del 8,6% respecto del año anterior.

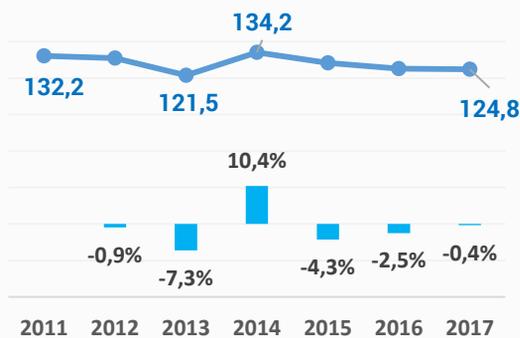
Por su parte, el mercado emisor alemán a la Argentina desde el año 2014 viene descendiendo aunque a menores tasas en el año 2017. Entre 2011 y 2017 por vía aérea cayó un 6,5%, ubicándose en torno a los 62 mil turistas.

Para el año 2017 el total del turismo alemán hacia Argentina tuvo una leve caída al igual que por la vía aérea (49% de las llegadas) del 0,4% en ambas respecto del año 2016, la vía terrestre (32% de las llegadas) disminuyó 3,7%, pero la vía fluvial/marítima creció 5,8% i.a. con una representación del 19% del total de arribos.

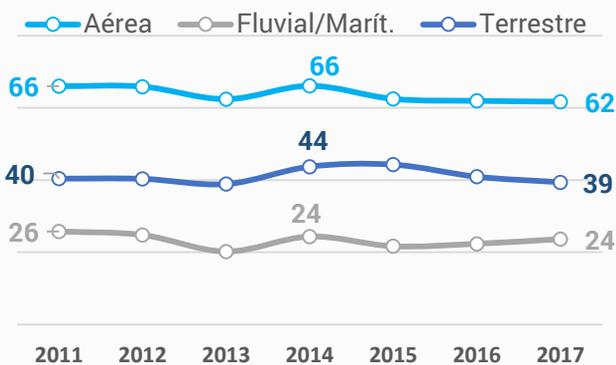
Turismo emisor alemán a la Argentina

Llegadas de turistas alemanes a Argentina

Miles de turistas



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



Turismo emisor alemán en el mundo

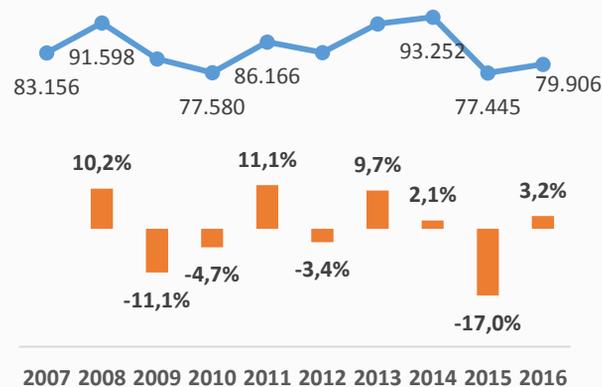
Llegadas de alemanes al mundo

Millones de turistas y variación i.a.



Gasto de turistas alemanes en el exterior

En millones de dólares



Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI) y Organización Mundial de Turismo (OMT).

* A partir del año 2017 se realizó un cambio en la metodología de estimación del turismo internacional de Argentina, aplicándose la nueva metodología a los datos desde enero de 2016. A su vez, se realizó un empalme provisorio de la serie para el período 2011-2015.

DESTINOS ELEGIDOS POR LOS TURISTAS ALEMANES

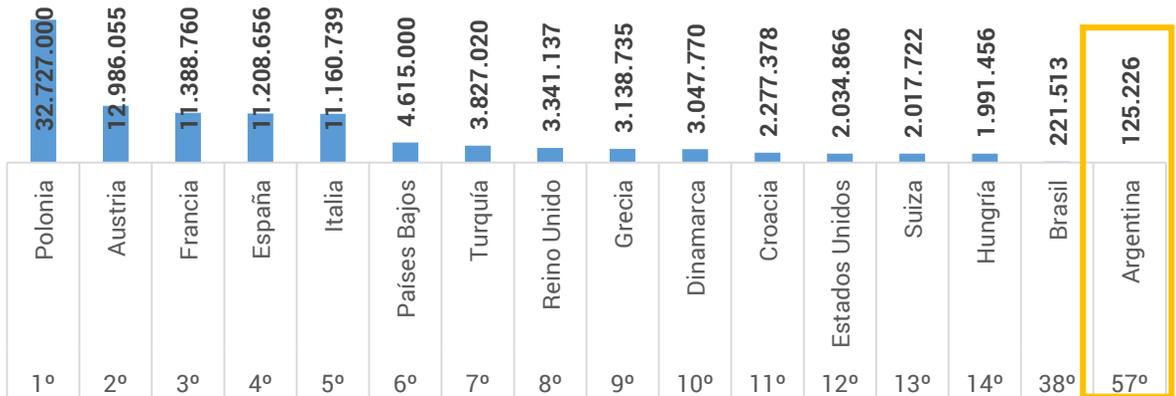
Los destinos europeos (91%) son los más escogidos por los alemanes: dentro de los 15 más importantes, sólo EEUU está fuera del viejo continente. Argentina se ubica en el puesto 57º y concentró sólo el 0,1% del emisor alemán en el año 2016.

Dentro de Sudamérica, Brasil se ubica primero y concentra el 34% de las llegadas de alemanes, Argentina en segundo lugar con 19%, Perú tercero con 12% y Chile cuarto con 11%.

Tanto Argentina como Brasil no lograron crecer en número de turistas alemanes durante el período 2011-2016, Chile tuvo un crecimiento del 32% y se ubica en el 4to. lugar de los países sudamericanos. El de mayor crecimiento en el período fue Colombia, que pasó de 36.000 turistas en el año 2011 a 56.000 en 2016 (último dato).

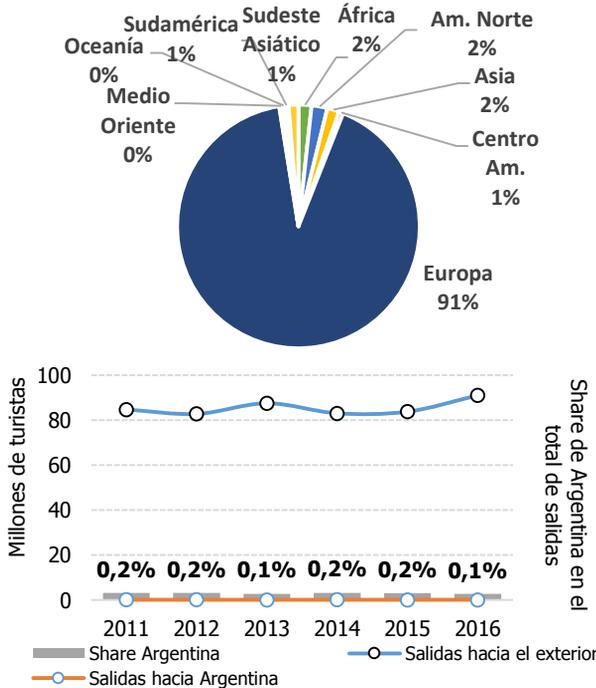
Top de destinos de turismo emisor alemán + Argentina

Millones de turistas británicos a cada país. Año 2016.



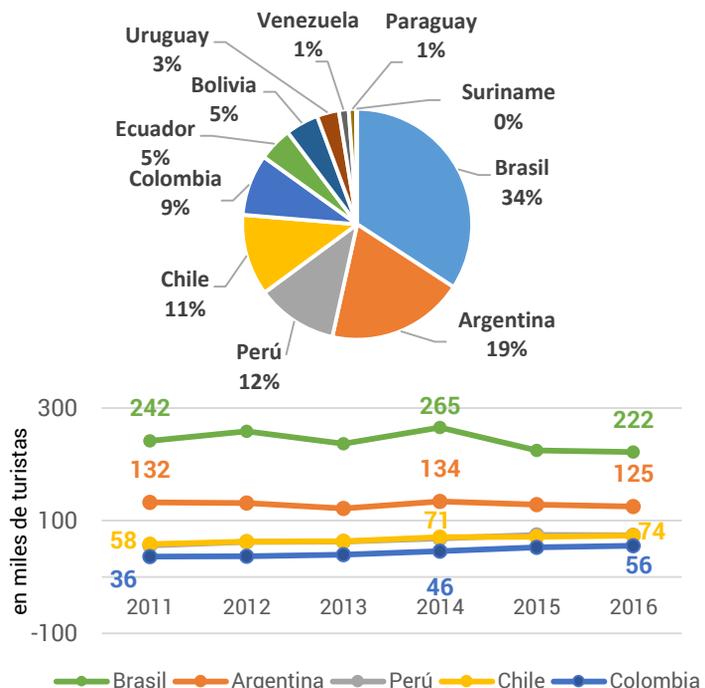
Turismo emisor alemán hacia el mundo

Participación de mercado. Año 2016



Turismo emisor alemán hacia Sudamérica

Participación de mercado. Año 2016



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

Crecimiento de las llegadas 2011-2016	-5%	-8%	+55%	+32%
	Arg.	Brasil	Colombia	Perú

Análisis de la estacionalidad

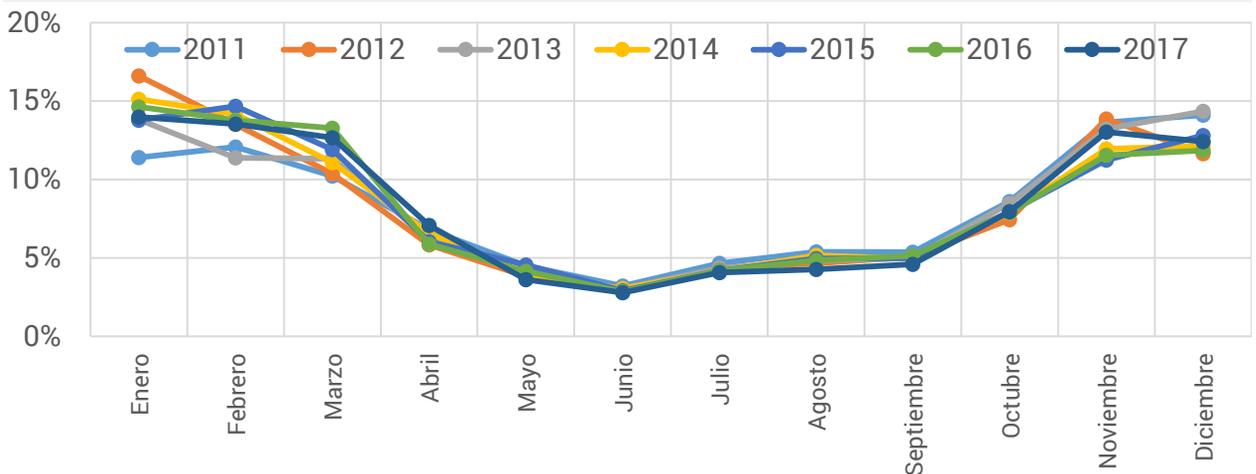
La mayor cantidad de turistas alemanes llegan a Argentina en los primeros meses (enero a marzo) y los últimos (noviembre y diciembre) del año.

El 45% de los turistas alemanes en el año 2017 decidieron viajar a Argentina con una antelación de entre 1 y 6 meses. En segundo lugar, un 28% de los turistas decidió viajar a Argentina entre 1 semana y 1 mes antes de realizar el viaje.

En los meses de abril, julio y diciembre 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 en los primeros meses. Los adultos mayores (de más de 60 años) tienen menor peso en el total de turistas de Alemania entre abril y octubre, en el resto de los meses del año es mayor su participación en los viajes.

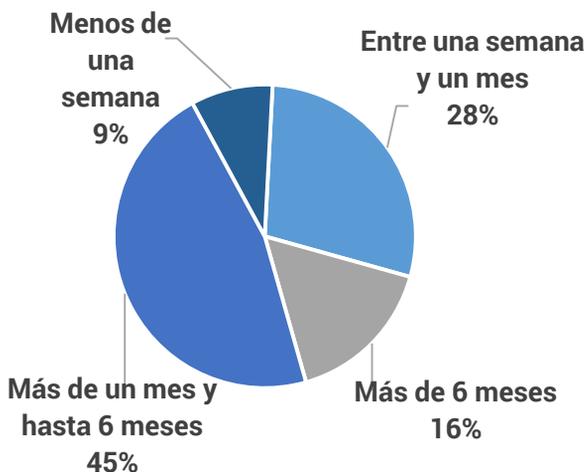
Llegadas de turistas alemanes a Argentina por mes

Participación % en el total de llegadas de cada año. Años 2011-2017



Período de antelación a decidir viajar a Argentina

Participación porcentual. Año 2017



Estacionalidad por mes y edad de los turistas

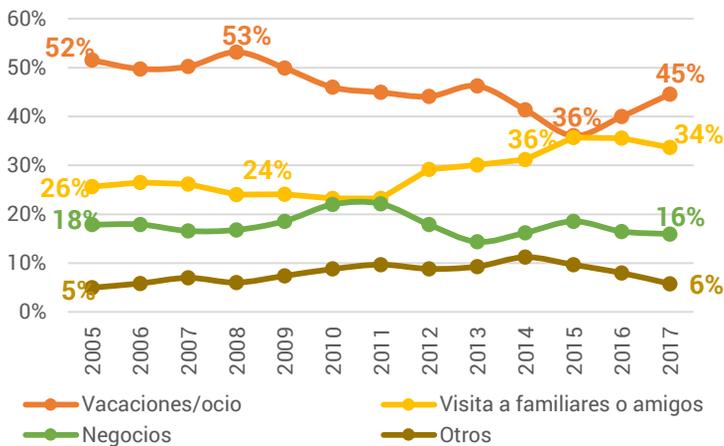
En participación % de cada grupo etario por mes. Año 2017

	Menos de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	Más de 60 años
Enero	8%	12%	13%	14%	18%
Febrero	8%	11%	11%	13%	19%
Marzo	7%	14%	12%	12%	14%
Abril	12%	8%	7%	7%	5%
Mayo	3%	5%	4%	4%	2%
Junio	4%	3%	3%	3%	1%
Julio	14%	5%	4%	4%	2%
Agosto	9%	6%	4%	4%	2%
Septiembre	3%	7%	5%	4%	3%
Octubre	6%	8%	9%	9%	7%
Noviembre	5%	9%	14%	14%	17%
Diciembre	19%	11%	14%	12%	11%

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

Análisis del turismo alemán por motivo

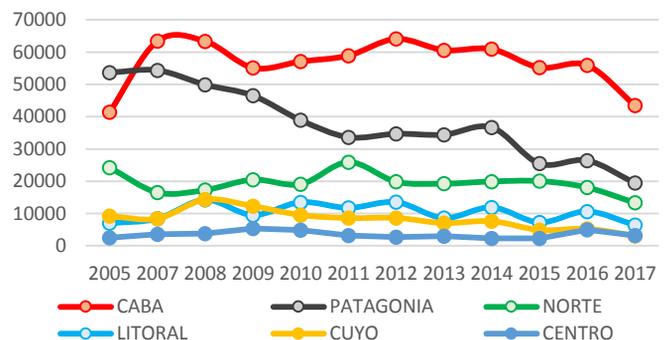
Participación de motivo de viajes por vía aérea en Argentina. En porcentaje



En el análisis del motivo de viajes para el turismo alemán por vía aérea se observa un cambio en la tendencia decreciente a partir del año 2015 de “vacaciones y ocio” hacia una creciente; durante el período 2005-2015 perdió 15 puntos porcentuales en importancia aunque se mantiene en 1er. lugar. El segmento ganador fue “visitas a familiares y amigos” que creció del 26% al 36% en proporción del total de turistas para el mismo periodo. Para el año 2017 el 45% de los turistas vinieron a la Argentina por motivo “vacaciones”, en segundo lugar con el 34% por “visita a familiares o amigos” y el tercero “negocios” con el 16%.

Regiones turísticas de Argentina visitadas

De los viajeros alemanes registrados en establecimientos hoteleros y para-hoteleros en 2017, el 49% se alojó en CABA, siendo así el destino más concurrido del país. La Patagonia es la segunda región con más visitantes (22%), concentrados en Ushuaia, Bariloche y Calafate, aunque viene en continuo retroceso. El Norte, Litoral y Centro al 15%, 7% y 4% respectivamente con Salta, Iguazú y Ciudad de Córdoba como los destinos más importantes. Cuyo alcanza el 3% principalmente por visitantes a Ciudad de Mendoza.



Análisis comparativo: gasto turístico alemán en Argentina

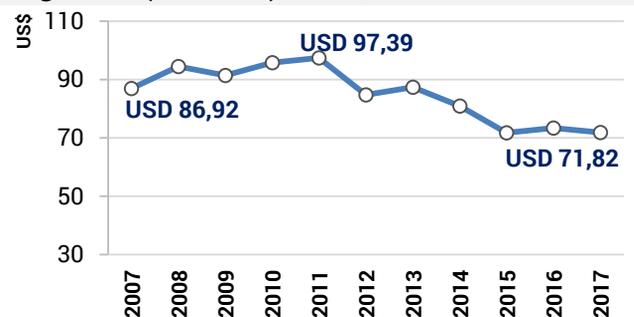
El gasto promedio por viaje de los turistas alemanes en Argentina se ubicó en US\$ 1.615 cuando consideramos llegadas por vía aérea para el año 2017, esto representa un desmejoramiento del gasto si consideramos al año 2010 cuando el gasto alcanzó los US\$ 2.831.

En términos del gasto promedio diario en el año 2017 éste alcanzó los US\$ 72 para los turistas alemanes que visitaron la Argentina por vía aérea, dicho gasto se mantiene constante en torno a este valor desde año 2015.

Gasto promedio por estada de turistas alemanes en Argentina (vía aérea). En US\$



Gasto promedio diario de turistas alemanes en Argentina (vía aérea). En US\$



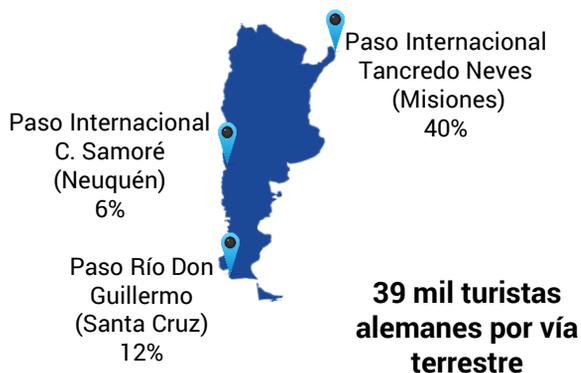
Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI) y Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). Para los perfiles por vía aérea se utiliza un promedio móvil de 2 años.

Análisis del turismo alemán por vía de terrestre

Vía Terrestre. Llegadas de turistas alemanes

Participaciones porcentuales. Año 2017

El detalle de los pasos terrestres muestra que los más utilizados por los turistas alemanes fueron en la provincia de **Misiones** (40% de las llegadas por vía terrestre) en la localidad de Puerto Iguazú por su cercanía al **Parque Nacional Iguazú** y en la provincia de **Santa Cruz** (12% de las llegadas terrestres) donde a pocos kilómetros se encuentra el **Parque Nacional Los Glaciares**, en tercer lugar se encuentra el de **Neuquén** (6% de las llegadas por esta vía) cercana a las localidades de Villa La Angostura, S.C. Bariloche y el **Parque Nacional Nahuel Huapi** del lado argentino y el Parque Nacional Puyehue del lado chileno.

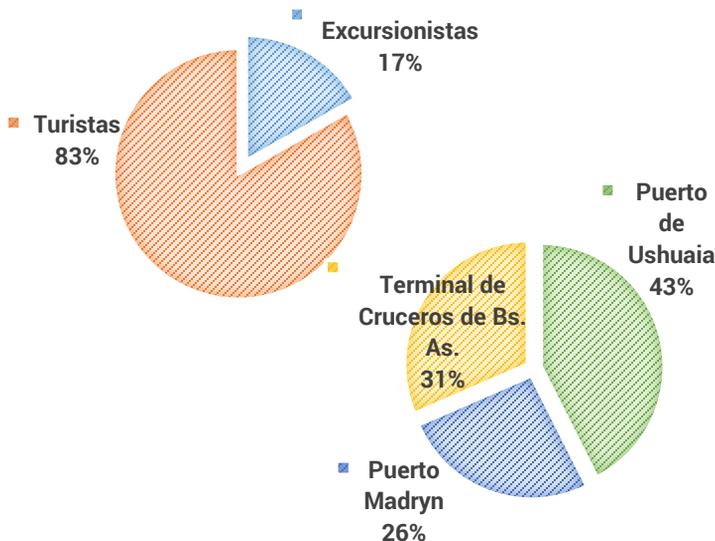
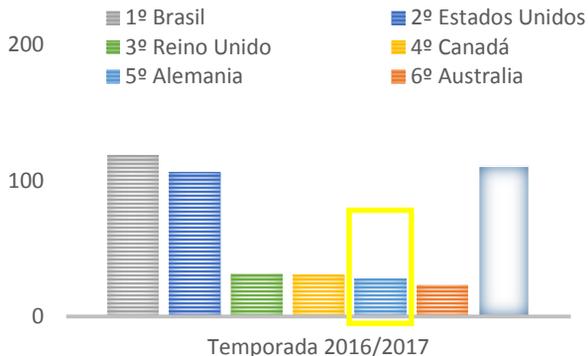


Análisis del turismo alemán en cruceros

Vía Marítima. Temporada 2016/2017

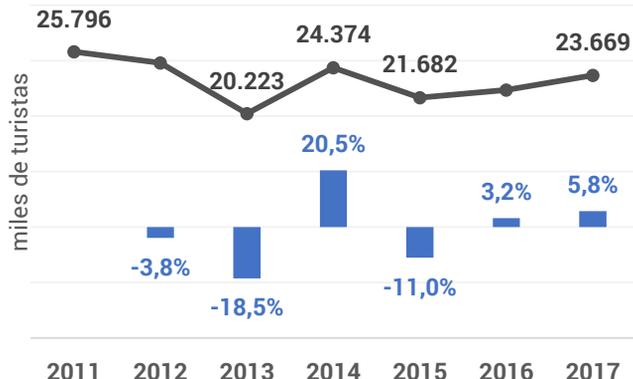
Crucelistas alemanes en Argentina

Participaciones porcentuales y miles de crucelistas según país de residencia



Vía Fluvial/Marítima

Miles de pasajeros y variación interanual. Año 2011-2017



Durante el período 2011-2017 en la vía fluvial/marítima (no cruceros y cruceros) el volumen de pasajeros alemanes cayó 8% i.a. y su participación para el período se mantiene estable en torno al 18% en el total de llegadas (todas las vías).

Alemania ocupa el 5to. puesto en el arribo de turistas a la Argentina por vía marítima (cruceros). Para la temporada 2016/2017 Argentina recibió más de 13 mil crucelistas alemanes (83% turistas y 17% excursionistas). Los principales puertos son el de Ushuaia en Tierra del Fuego concentrando el 43%, la Terminal de Cruceros de Ciudad de Buenos Aires con 31% y Puerto Madryn en la provincia de Chubut con el 26% de los arribos en el movimiento total de pasajeros.

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

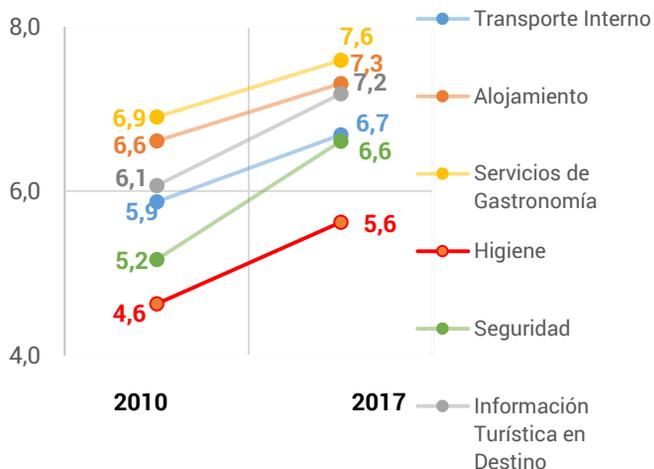
Análisis comparativo calidad de los servicios

Puntuación de 1 a 10 de la calidad de los servicios en Argentina (vía aérea). En absolutos

Puede verse un mejoramiento en la calidad de los servicios recibidos en Argentina por los turistas alemanes entre el periodo 2010-2017.

El servicio que mejor desempeño tuvo en estos años fue el de "Seguridad" pasando de una calificación de 5,2 a 6,6 puntos junto a "Información Turística en Destino" que pasó de 6,1 a 7,2 puntos.

Para la evaluación en el año 2017 los "Servicios de Gastronomía" y "Alojamiento" obtuvieron las mejores puntuaciones con 7,6 y 7,3 puntos respectivamente.



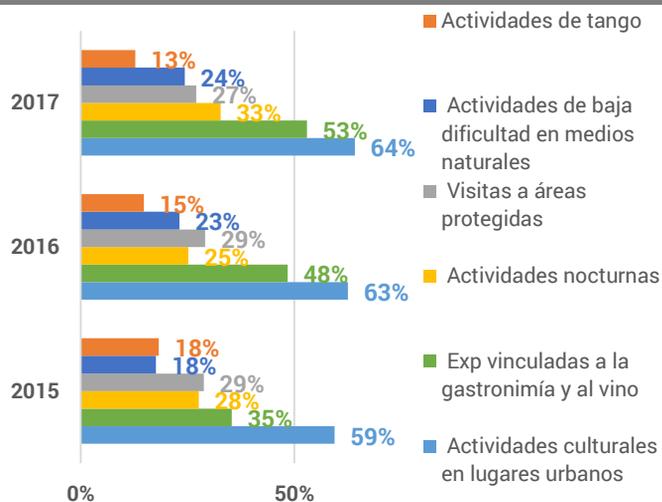
Actividades realizadas durante el viaje

Participación de las actividades realizadas durante el viaje en Argentina (vía aérea). En porcentaje

En porcentaje

Las principales actividades realizadas por los turistas alemanes por vía aérea están relacionadas con las actividades "culturales en lugares urbanos" (museos, templos, parques temáticos).

También puede verse como otras de ellas cobraron importancia en los últimos años, siendo las experiencias vinculadas con la "gastronomía y el vino" (visitas a bodegas, restaurantes tradicionales, etc.) y las "actividades nocturnas" (visitas a bares, pubs, discotecas, etc.). A su vez, una de las actividades que perdió interés frente a otras fue la de "Tango".

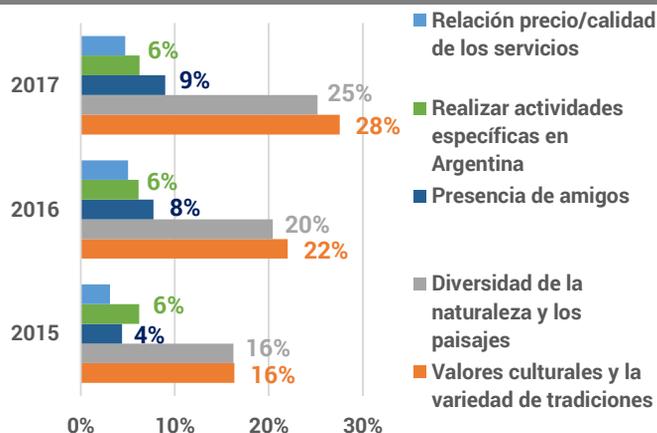


Factores que influyeron en la elección de Argentina

Participación de los aspectos que influyeron en la decisión del viaje a la Argentina (vía aérea). En porcentaje

En porcentaje

La elección del destino Argentina de los turistas alemanes, por vía aérea, estuvo influenciada por los aspectos que tienen que ver con los "valores culturales y la variedad de tradiciones (comidas)", el segundo factor en importancia es la "diversidad de la naturaleza y los paisajes" y como tercero la "presencia de amigos" en el país.



Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI). Para los perfiles por vía aérea se utiliza un promedio móvil de 2 años.

El factor demográfico en Alemania

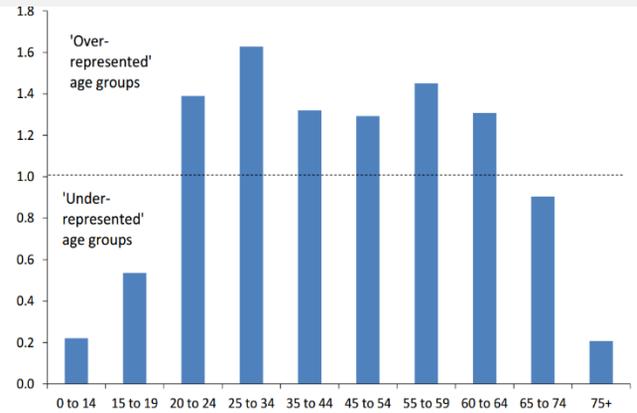
En Alemania está ocurriendo un cambio demográfico de mayor magnitud que en otros países de Europa. Se espera que este cambio tenga impactos relevantes en el sector turístico, dado que la población económicamente activa tiene una tasa de viaje mucho mayor que la no activa (ver gráfico).

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

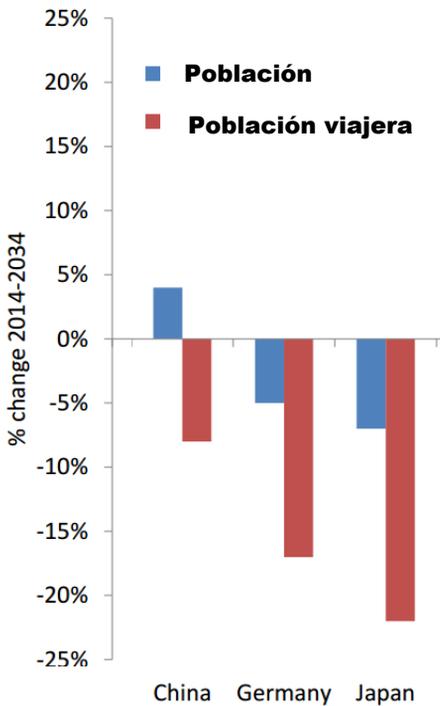
Proyecciones de turismo Alemán

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

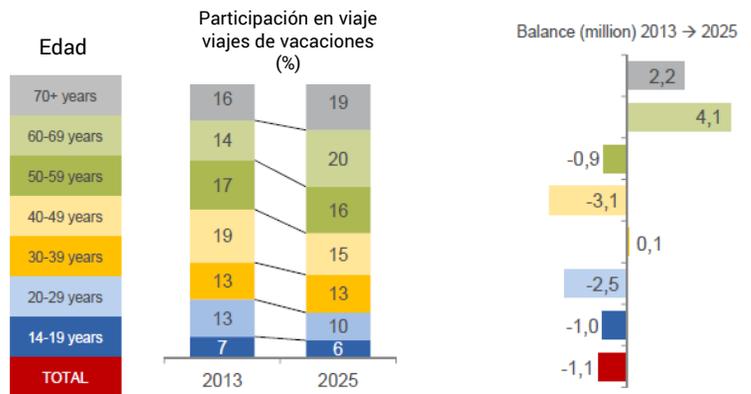
Variación proyectada de población y la población viajera 2014-2024

En porcentaje



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)

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA AÉREA ENTRE ALEMANIA Y ARGENTINA

Rutas aéreas Alemania-Argentina

Año 2017

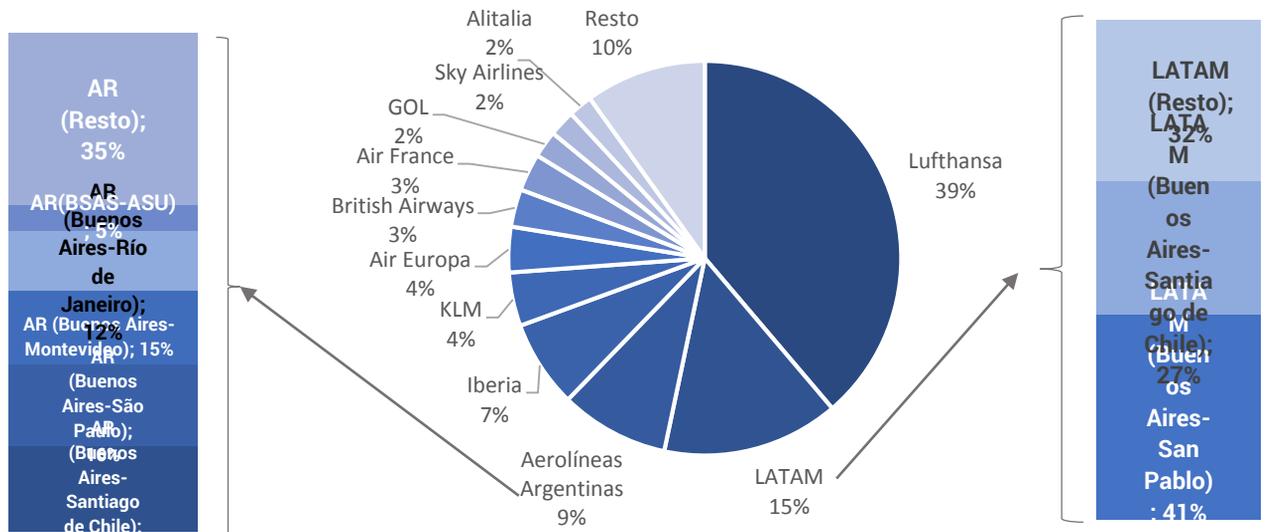
Ruta	Aerolínea	Oferta		Demanda		Composición		
		Asientos	Var. i.a. % de asientos	Pasajeros	Var i.a. % pasajeros	Tasa ocup.	Tasa de extranjeros	Alemanes
Buenos Aires- Frankfurt	Lufthansa	132.132	-0,5%	118.563	9,1%	90%	63%	20%

- **CONECTIVIDAD:** Alemania es el tercer país europeo con mayor oferta aérea de asientos hacia el país, luego de España e Italia. La única ciudad conectada en forma directa hacia Buenos Aires es Frankfurt, con un vuelo diario a través de Lufthansa la aerolínea de bandera del país.
- **TASA DE OCUPACIÓN:** La ocupación que presenta esta ruta es muy superior a la media, alcanzando el 90% en 2017 lo cual muestra una posibilidad concreta para el aumento de la oferta en la misma.
- **TASA DE EXTRANJEROS:** alcanzó el 63% en 2017, significando así el ingreso de más de 74.000 extranjeros en el año, así también es una de las principales vías de ingreso de ciudadanos europeos (52%) y sobre todo alemanes (20%) . Lo cual sitúa a esta ruta como una de las principales para el ingreso de turistas de larga distancia.

ORÍGEN Y ENTRADA DE LOS TURISTAS ALEMANES VÍA AÉREA

Aerolíneas por las cuales ingresan los alemanes (2017)

Participación en %.



- **AEROLINEAS UTILIZADAS:** el 39% de los alemanes que ingresan lo hacen a través de Lufthansa la cual es la vía principal de entrada de estos. Es para destacar que mas de 9.000 alemanes ingresaron por LATAM (15%) de los cuales el 41% lo hicieron vía San Pablo. AR también tuvo un buen desempeño, superior a las aerolíneas europeas, y lo que resulta más interesante es que las rutas más utilizadas de dicha aerolínea no corresponden a las rutas que comunican de forma directa con Europa (17% vía Santiago de Chile, 16% vía San Pablo ,15% vía Montevideo y 12% vía Rio de Janeiro)

* 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.

ORÍGEN Y ENTRADA DE LOS TURISTAS ALEMANES VÍA AÉREA

Uso de escalas

Pasajes con origen en Alemania. y destino en Argentina, según uso o no de escala (2017)

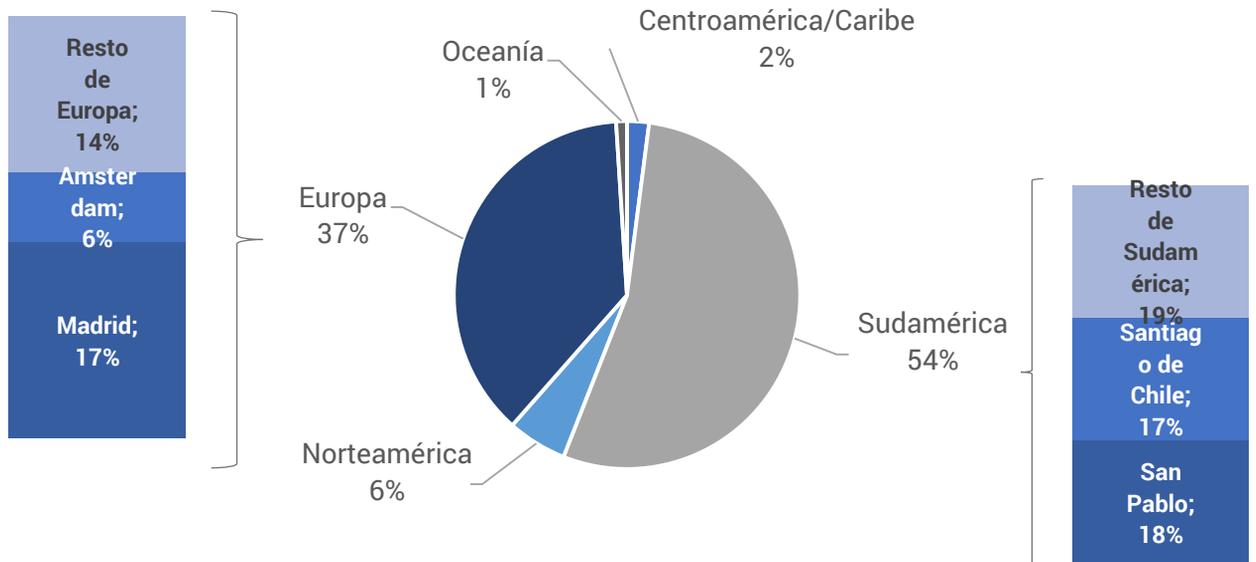
Pasajeros sin escala	39%
Pasajes con escala	61%

USO DE ESCALAS: el 39% de los pasajeros alemanes ingresan al país sin escalas, a través de la única ruta, Buenos Aires-Frankfurt, mediante Lufthansa.

Del 61% de los pasajeros que vuelan hacia la Argentina utilizando escalas, mas de la mitad lo hace realizando escalas en Sudamérica (destacándose San Pablo y Santiago de Chile) y casi el 40% lo hace realizando escalas dentro de Europa (sobre todo en Madrid).

Vías de entrada de pasajeros alemanes en vuelos con escala (2017)

Participación del total de alemanes con escala, en %.



CONCLUSIONES SOBRE LA CONECTIVIDAD CON ALEMANIA:

- La única ruta existente con Alemania (Buenos Aires-Frankfurt) presenta una ocupación significativamente alta (90% en 2017).
- Lufthansa cuenta con una alta tasa de extranjeros en la composición de sus vuelos (63% en 2017)
- Solo el 39% de los Alemanes utilizan la oferta existente con su país.
- Un 37% de los pasajeros que viajan con escala lo hacen vía otra ciudad dentro de Europa.
- Lufthansa es la principal aerolínea utilizada la región escandinava y el este de Europa, que no cuentan con oferta directa (Polonia, Suiza, Suecia, Finlandia, Dinamarca, Rep. Checa, Croacia, etc.)

Por lo mencionado se puede pensar firmemente en la conveniencia de un aumento de la oferta con Alemania.

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