



JAPÓN

Mayo 2018
VERSIÓN PRELIMINAR

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

- ✓ **Japón ocupa el puesto 24º** en el ranking de llegadas de turistas extranjeros a la Argentina con un total de 25.500 turistas (-11% i.a.) en el año 2017.
- ✓ **Vía de ingreso:** el turismo proveniente de Japón muestra una predominancia de la **vía aérea** (65% del total de turistas), seguida por la terrestre (24%) y la fluvial/marítima (12%).
- ✓ **Edad:** la mayor parte de los turistas pertenece al grupo de edad que tiene entre **30 y 44 años** (30%) y mayores de 60 años (26%).
- ✓ **Estacionalidad:** la temporada alta para el turismo japonés es de **enero a marzo y diciembre**.
- ✓ **Destinos:** dentro del turismo emisor japonés a Sudamérica, Argentina se encuentra en el 3er. lugar concentrando el 14% de las llegadas.

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

- ✓ **Gasto:** el gasto promedio por estada de un japonés es de US\$ 1.765 y su gasto diario medio es de US\$ 84.
- ✓ **Estadía:** la media de los turistas japoneses es de 21 noches.
- ✓ **Motivo del viaje:** el principal es **vacaciones y ocio** (39% del total), seguido por negocios (29%) y visita a familiares/amigos (28%).
- ✓ **Tipo de alojamiento:** en línea con los motivos hay predominancia por los **hoteles de 4 y 5 estrellas** (39%).
- ✓ Los turistas japoneses por vía aérea utilizaron **paquetes turísticos (12%)** en una magnitud relativamente baja.



25.439 arribos 2017

(-11,1% i.a.)

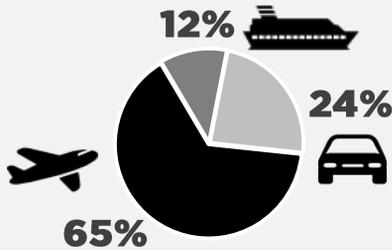
Puesto

24°

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

Perfil del turista por todas las vías (año 2017)

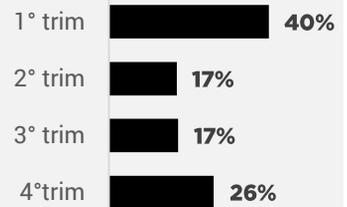
Vías de ingreso a Argentina



Edad de los turistas

- 5%** menores de 18 años
- 15%** entre 18 y 29 años
- 30%** entre 30 y 44 años
- 25%** entre 45 y 59 años
- 26%** mayores de 60 años

Estacionalidad



Perfil del turista por vía aérea**

Gasto



86
Gasto total
(millones US\$)

1.765
Gasto medio por estada
(US\$)

84
Gasto medio diario
(US\$)



1 millón
Pernoctaciones totales



21 noches
Estadía media

Motivo del viaje



Vacaciones/ocio

39%



Visita a familiares y amigos

28%



Negocios

29%



Otros

4%

Tipo de alojamiento



4 y 5
estrellas

39%



1,2 y 3
estrellas

18%



Casa de familiares y
amigos

27%



Otros

15%

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

* Datos correspondientes al promedio de los años 2004-2017

Análisis comparativo: turismo emisor japonés al mundo y a Argentina

Entre 2013 y 2017 las llegadas de turistas japoneses a la Argentina cayó ininterrumpidamente, excepto en el año 2012 que creció 6% i.a. ubicándose en torno a los 36 mil turistas. Por su parte, el emisor 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 emisor 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.

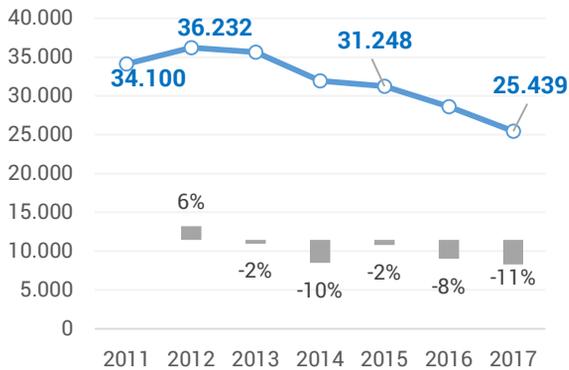
En términos de gasto medido en dólares, se ve la caída de 2013 y 2015 como resultado del proceso de devaluación que inició el Yen en ese período, con el objetivo de acelerar el crecimiento económico de Japón.

La participación de Argentina como destino turístico en el total del emisor japonés en el año 2017 fue de 0,17%, se podría decir que no ha perdido participación en los últimos años pero sigue siendo muy baja.

Turismo emisor japonés a la Argentina

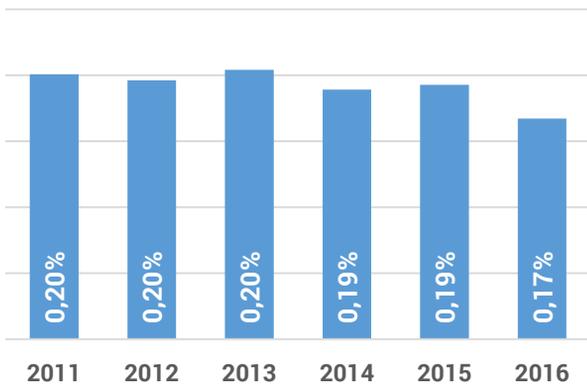
Llegadas de turistas japoneses a Argentina

Miles de Turistas



Participación de Argentina en las salidas de turistas japoneses al mundo

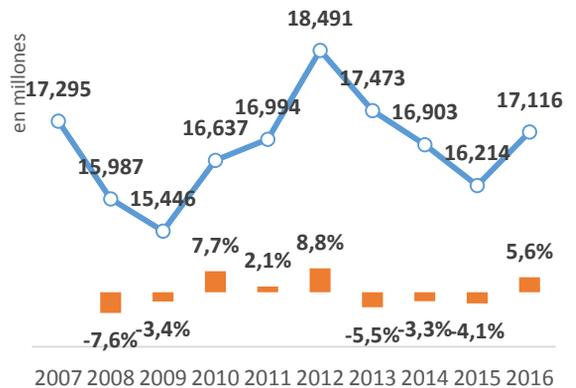
Participación % en el total de salidas al mundo



Turismo emisor japonés en el mundo

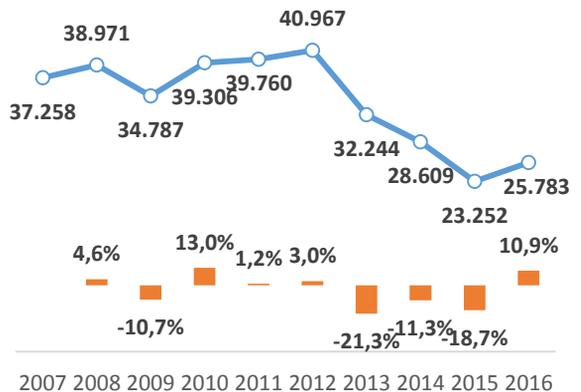
Turismo emisor japonés

Millones de turistas y variación i.a.



Gasto por turismo en el exterior de Japón

millones de dólares



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

Análisis de la estacionalidad

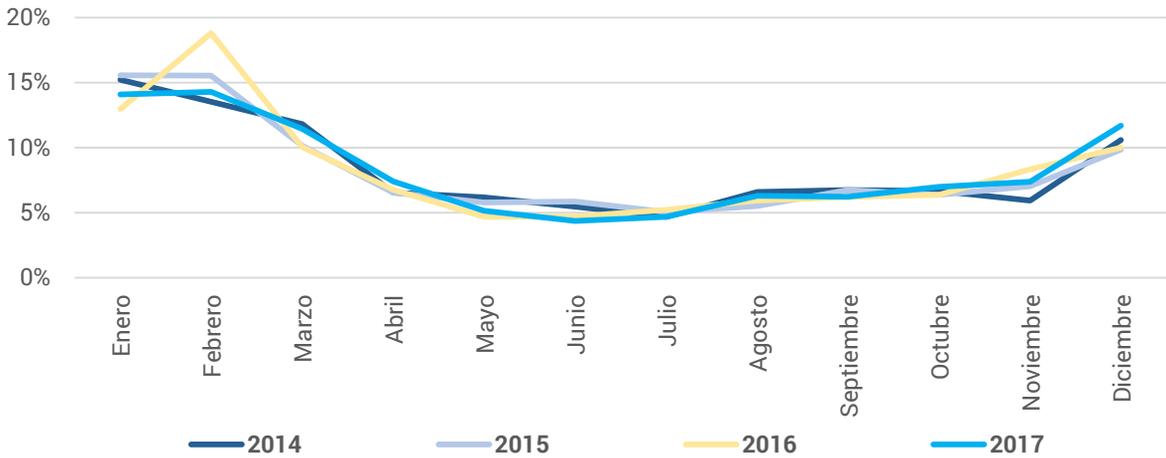
La mayor cantidad de turistas japoneses llegan a Argentina en los meses de enero, febrero, marzo y diciembre (por todas las vías), por lo tanto, al considerar el volumen de llegadas el trimestre más importante sería el primero (40% de las llegadas).

Dentro de la estructura etaria de los turistas japonés por todas las vías los más importante son de 30 a 44 años de edad (30%) y los mayores de 60 años de edad (26%).

En la distribución mensual de las llegadas por edades se observa el grupo de 30 años a 44 años viaja en los meses de diciembre, enero, febrero y marzo; los mayores de 60 años de edad lo hace fuertemente en enero, febrero y marzo. Un dato a destacar es la fuerte participación de los menores de 18 años en el mes de diciembre donde podríamos pensar que se trata de viajes familiares.

Llegadas de turistas japoneses a Argentina por mes

Participación % en el total de llegadas de cada año. Años 2014-2017



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%	14%	11%	10%	22%
Febrero	10%	17%	11%	11%	20%
Marzo	8%	16%	11%	10%	12%
Abril	10%	7%	9%	7%	6%
Mayo	3%	4%	6%	7%	4%
Junio	2%	3%	5%	5%	4%
Julio	9%	3%	5%	6%	3%
Agosto	10%	6%	6%	8%	5%
Septiembre	6%	6%	6%	8%	5%
Octubre	6%	5%	8%	9%	6%
Noviembre	5%	6%	8%	9%	6%
Diciembre	21%	12%	15%	11%	7%

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

Análisis por vía de ingreso al país

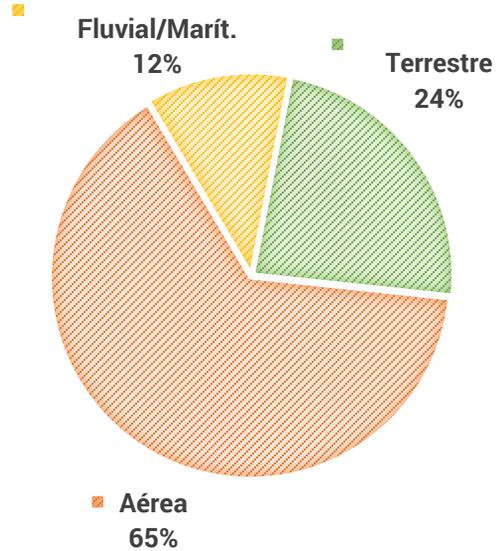
El turismo proveniente de ese país muestra una predominancia obvia de la vía aérea (65% del total). La vía terrestre tiene el 24%, mientras que la vía fluvial/marítima concentra el 12% de las llegadas.

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

El detalle de los pasos terrestres muestra que en el año 2017 el más utilizado fue el de la localidad de Puerto Iguazú en provincia de Misiones (42% de las llegadas por paso internacional Tancredo Neves) por su cercanía al **Parque Nacional Iguazú (Cataratas del Iguazú)** y en la provincia de Santa Cruz (17% de las llegadas por el paso Río Don Guillermo) donde a pocos kilómetros se encuentra el **Parque Nacional Los Glaciares**.

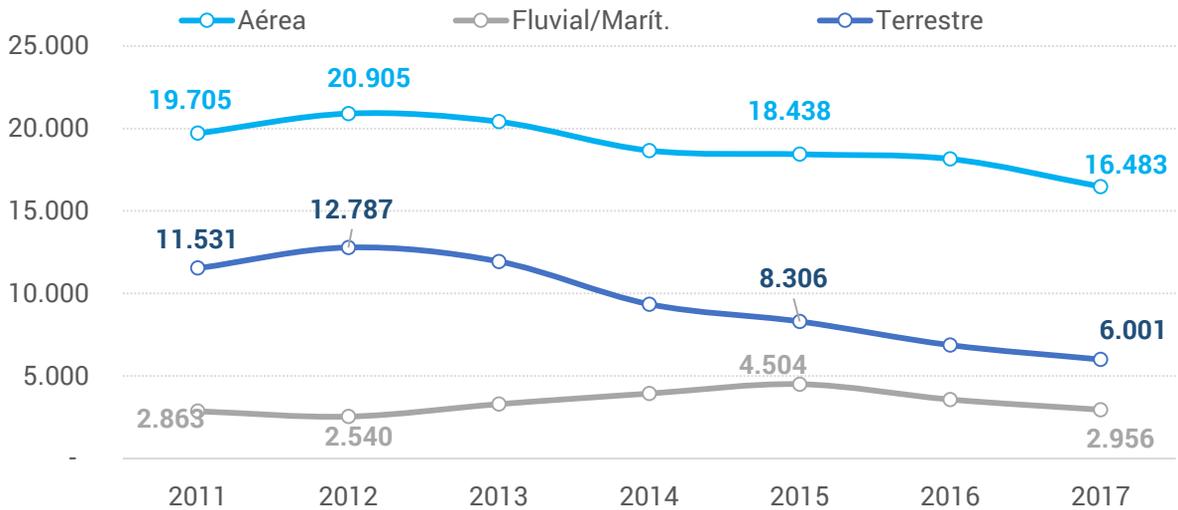
Vías de ingreso al país

Participación porcentual. Año 2017



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

Miles de turistas



Fuente: SGTur en base a Dirección Nacional de Migraciones de Argentina

PRINCIPALES DESTINOS DEL TURISMO EMISIVO JAPONÉS

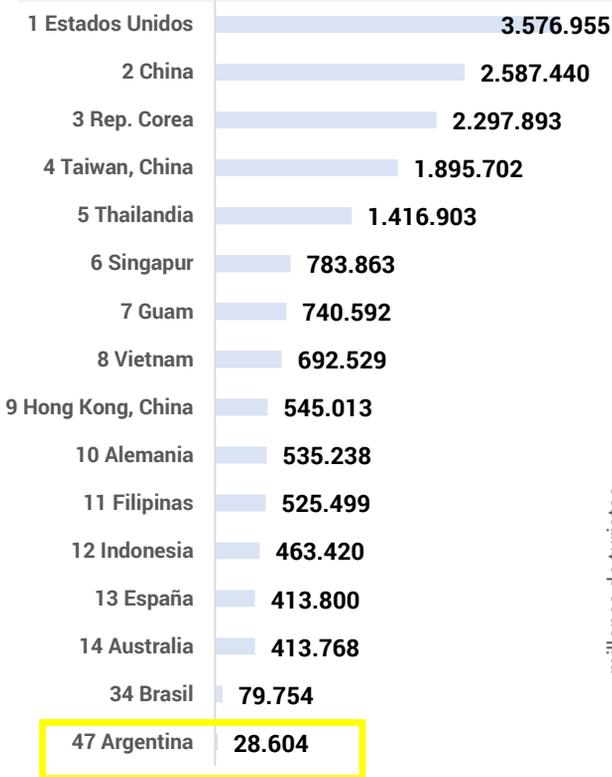
El principal destino de los turistas japoneses es Estados Unidos (año 2016) seguido de lugares asiáticos (57%) tales como China, Corea, Taiwan y Tailandia en los primeros puestos.

Sudamérica recibe tan sólo un 1% del turismo emisor japonés, en primer lugar se encuentra Brasil que tuvo un crecimiento del 9% i.a. entre el período 2011-2016 y logra concentrar el 38% de estas llegadas, como segundo destino estuvo Perú (22% de las llegadas) y una caída del 17% en el periodo, Argentina fue el tercero dentro de la región con una participación del 14% en 2016 y también un decrecimiento del 21% i.a. entre los años mencionados.

Argentina desde el año 2011 hasta el año 2016 ha mantenido constante su cuota de mercado en el total emisor japonés al mundo.

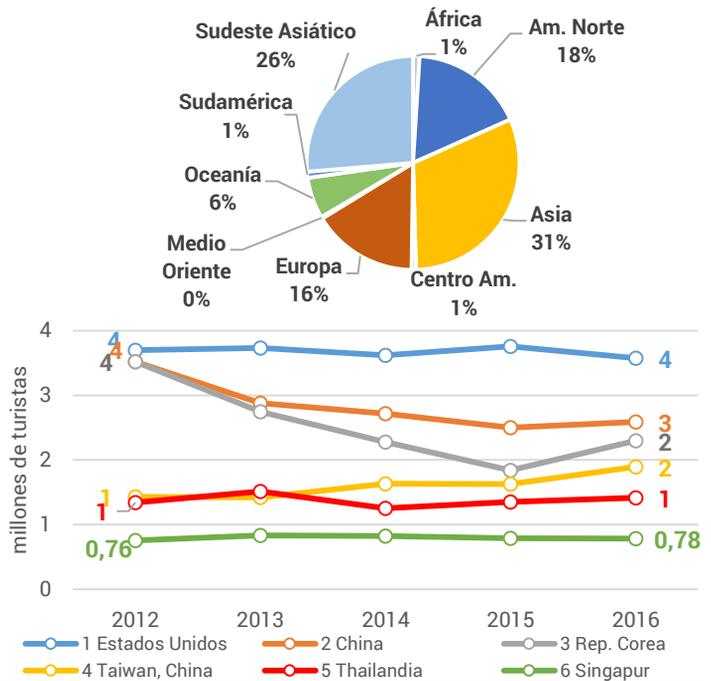
Top 10 de destinos de turismo emisor japonés + Argentina y países de Sudamérica

Total turistas. Año 2016



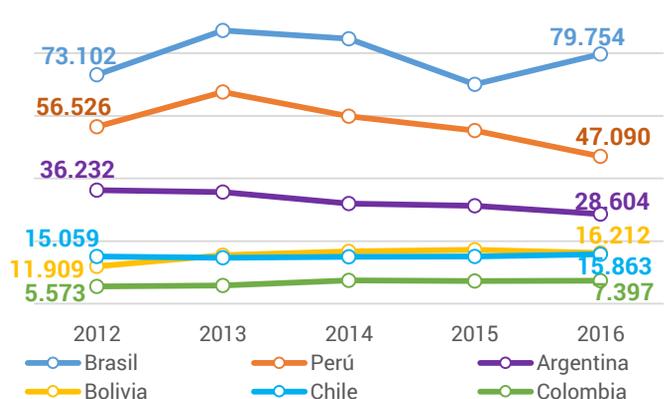
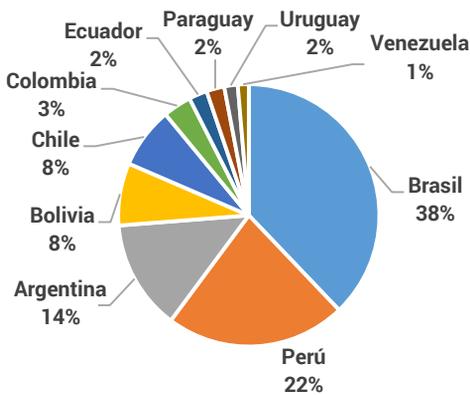
Turismo emisor chino al mundo

Participación % de cada región en las llegadas de turistas chinos. Año 2016



Turismo emisor japonés a Sudamérica

Participación % de cada país en las llegadas de turistas japoneses y emisor a los principales competidores. Año 2016



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

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 influyen en la 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 emisorio.

Motivo de viaje

% sobre el total de viajes al extranjero.



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

SECRETARÍA DE TURISMO

DIRECCIÓN NACIONAL DE MERCADOS Y ESTADÍSTICA

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