



REINO UNIDO

Enero 2017
VERSIÓN PRELIMINAR

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

- ✓ **Vía de ingreso:** la vía de ingreso más importante para los turistas del Reino Unido (como es común en los destinos de larga distancia) es la aérea (70%). Sin embargo, en el período 2010-2015, se verifica un retroceso de las entradas por esta vía (-12,4%) y un crecimiento de las fluvial (47,5%) y terrestre (16,1%).
- ✓ **Edad:** la estructura etaria de los turistas británicos al país es muy pareja: todos los rangos mayores a 18 años tienen entre el 20% y el 30% de participación dentro de las llegadas totales; el más importante es el de 18 a 29 años, que representa el 29% del total
- ✓ **Estacionalidad:** los turistas británicos llegan al país principalmente en los meses de febrero (14,4%), enero (12,8%) y diciembre (12,7%). Los meses de menor intensidad son junio (3,8%), septiembre (4,4%) y agosto (5,3%).

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

- ✓ **Gasto:** el gasto total de 2015 fue de 48 millones de dólares. El gasto medio por estada fue de 1.096 dólares (menor que el promedio europeo en el país, de 1.429 dólares) y el gasto medio por día fue 61,2 dólares (también menor que el promedio europeo, de 86,5 dólares).
- ✓ **Motivo del viaje:** el 46% viene por vacaciones y el 34% por visita de familiares y amigos. Un 16% viene por motivo de negocios.
- ✓ **Tipo de alojamiento:** el 34% se hospeda en casa de familiares y/o amigos, el 27% en hoteles de 4 y 5 estrellas, y el 12% en hoteles de 1, 2 y 3 estrellas. Entre los otros tipos de establecimiento destacan los hostels, con 19%.
- ✓ **Estacionalidad:** la mayor cantidad de turistas británicos por motivo de ocio llega a Argentina en el primer trimestre del año (40,1%). El último trimestre es el segundo más escogido (24,3%) mientras que el segundo (19,2%) y el tercero (16,4%) presentan un menor flujo.
- ✓ **Uso de paquetes turísticos:** el 24,5% de los turistas por ocio utiliza paquetes.
- ✓ **Fuentes de información:** un 39,2% de los turistas por ocio visitó el país por recomendación de familiares o amigos y un 21,2% por promoción en medios digitales.
- ✓ **Destinos:** el 95,2% visita la CABA. Los otros destinos más visitados son las Cataratas del Iguazú (25,7%), Mendoza/Aconcagua (20,7%) y Calafate/Perito Moreno (19,4%).
- ✓ **Conectividad:** la Argentina tiene vuelo directo al Reino Unido mediante la ruta Buenos Aires-Londres realizada por British Airways, de frecuencia diaria.

FICHA DEL MERCADO BRITÁNICO EN ARGENTINA



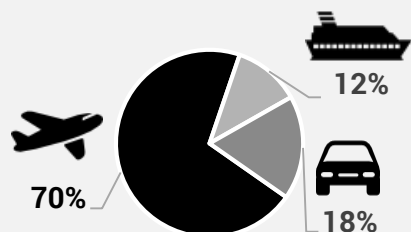
62.000 arribos 2015 (2,2% i.a.)

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

Puesto
14°

Perfil del turista por todas las vías (2015)

Vías de ingreso a Argentina



Edad de los turistas

4% menores de 18 años
29% entre 18 a 29 años
27% entre 30 a 44 años
20% entre 45 a 59 años
20% mayores de 60 años

Estacionalidad



I trim **39%**
 II trim **15%**
 III trim **15%**
 IV trim **32%**

Perfil del turista por vía aérea*

Gasto



US\$ 76 millones

Gasto total

US\$ 1.724

Gasto medio por estada

US\$ 96

Gasto medio diario



787 millones
 Pernotaciones totales



18 noches
 Estadía media

Motivo de la visita a Argentina



Vacaciones/
ocio
46%



Visita a familiares
y amigos
34%



Negocios
16%



Educación
1%



Otros
3%

Tipo de alojamiento



4 y 5
estrellas
27%



1,2 y 3
estrellas
12%



Casa de familiares
y amigos
34%



Hostel
19%



Otros
8%

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

*El perfil es construido mediante la agregación de los datos correspondientes a 2014-2015

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



US\$ 1.376

Gasto medio por estada

US\$ 91

Gasto medio diario

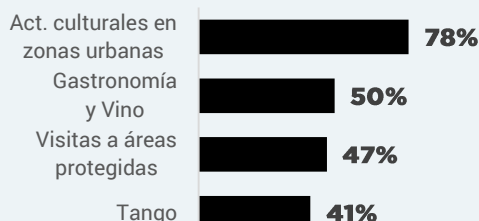


15,1 noches

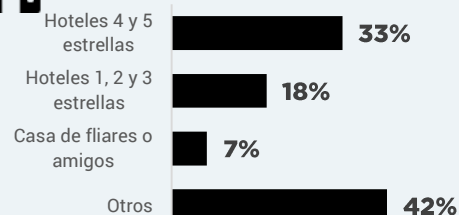
Estadía media



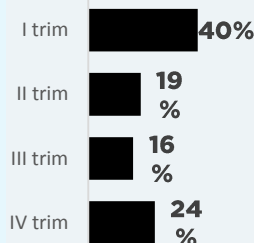
Qué actividades realizan



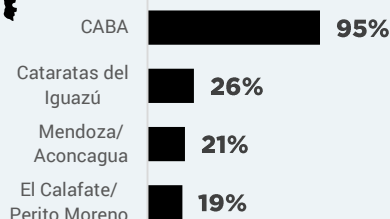
Qué tipos de alojamiento utilizan



Cuándo viajan



Qué lugares visitan



25% usa paquetes turísticos



12% ya había visitado Argentina previamente



39% visitó Argentina por recomendación de familiares/amigos



21% decidió visitar Argentina por promoción en medios digitales

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



US\$ 1.626

Gasto medio por estada

US\$ 105

Gasto medio diario

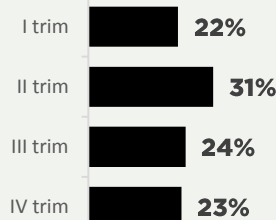


15,5 noches

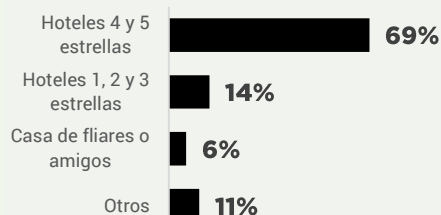
Estadía media



Cuándo viajan



Qué tipos de alojamiento utilizan



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

*El perfil es construido mediante la agregación de los datos correspondientes a 2012-2015

** El perfil es construido mediante la agregación de los datos correspondientes a 2006 -2015.

Análisis comparativo: turismo emisor británico al mundo y a Argentina

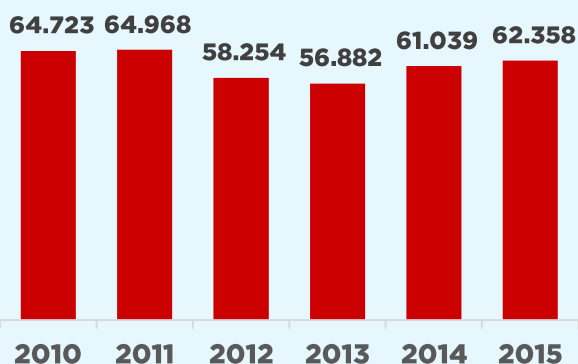
El turismo británico hacia la Argentina viene recuperándose en los últimos años (62.358 turistas en 2015) luego de romper el piso de los 60.000 viajeros en 2012 y 2013. En los turistas arribados a la Argentina por vía aérea, se observa un estancamiento en torno a las 45.000 llegadas desde 2012, luego de un techo de 57.000 en 2008.

Este pico coincide con el máximo del turismo emisor británico hacia el mundo (65,7 millones en 2008). El impacto de la crisis internacional fue notorio para los viajeros del Reino Unido: dos años después (2010), emitieron 10 millones de turistas menos. Sin embargo, a partir de dicho año se observa un crecimiento moderado pero sostenido de las salidas al exterior y el gasto turístico; esto parece haber comenzado a reflejarse en las llegadas totales a la Argentina recién a partir de 2013, cuando las mismas retoman la senda del crecimiento. En las llegadas vía aérea, en cambio, la recuperación no se ha hecho sentir con claridad debido al estancamiento previamente mencionado, aunque 2016 probablemente concluya como el mejor año en llegadas de británicos desde 2011.

Turismo emisor británico a la Argentina

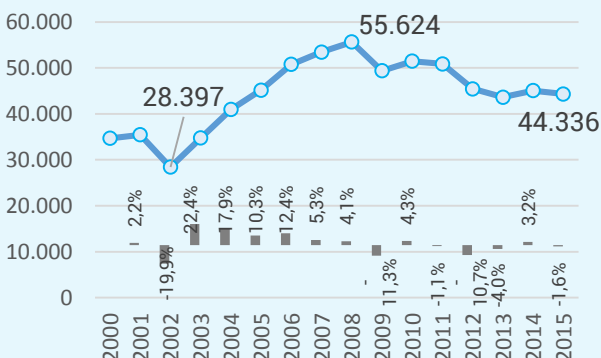
Llegadas de turistas británicos a Argentina

Turistas



Arribos de británicos a la Argentina (vía aérea)

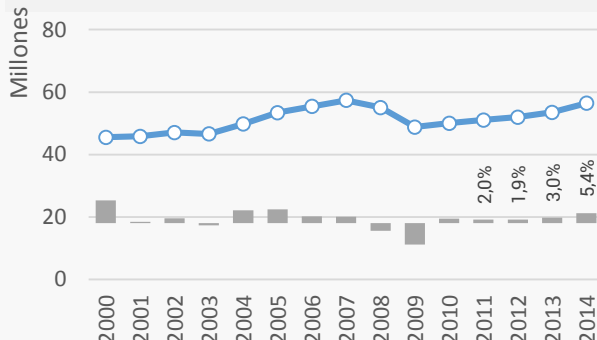
Turistas



Turismo emisor británico en el mundo

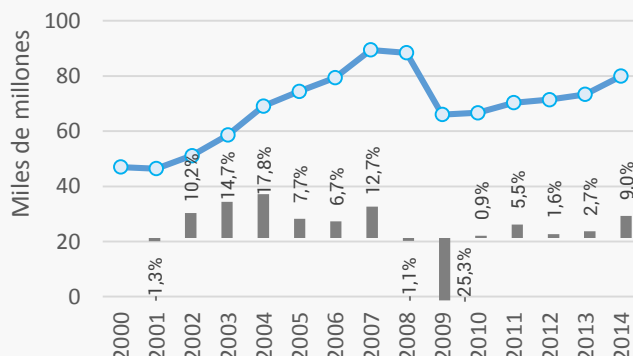
Salidas de británicos al mundo

Millones de turistas y variación i.a.



Gasto por turismo en el exterior de Reino Unido

En millones de dólares



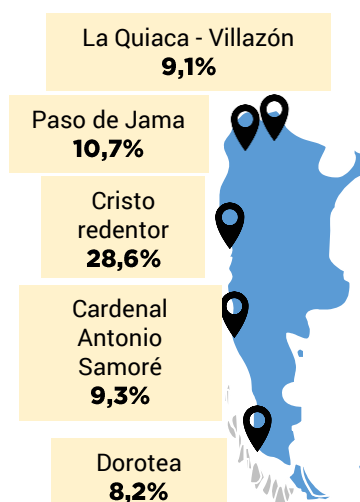
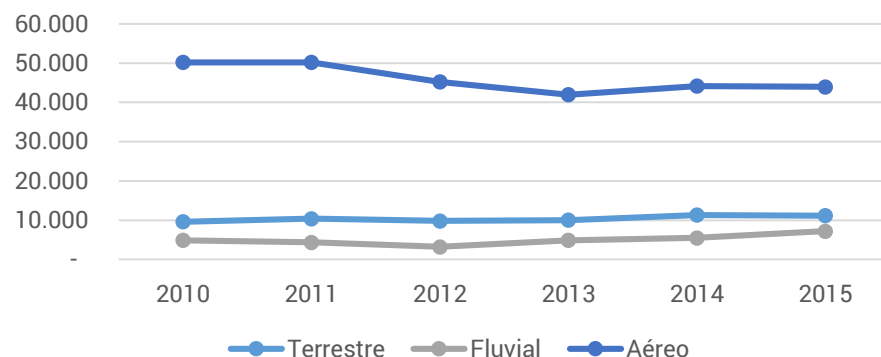
Fuente: MINTUR en base a Dirección Nacional de Migraciones y Organización Mundial de Turismo (OMT).

EVOLUCIÓN DEL MERCADO

Análisis por vía de ingreso

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

Turistas



La participación de la vía aérea retrocedió en los últimos años, pasando de representar el 78% de las entradas en 2010 al 70% en 2015.

En este sentido, mientras las llegadas vía aérea fueron en 2015 un 12,4% menores que en 2010, las llegadas vía fluvial crecieron 47,5% (de 4.900 a 7.200) y 16,1% (9.600 a 11.100) vía terrestre.

Dentro de los pasos terrestres, el Cristo Redentor es por una gran diferencia el más transitado por los turistas británicos con el 28,6% del total de los que ingresan vía terrestre. Los pasos del Norte como Paso de Jama (10,7%) y La Quiaca-Villazón (9,1%) también presentan flujos importantes

Fuente: Dirección Nacional de Migraciones

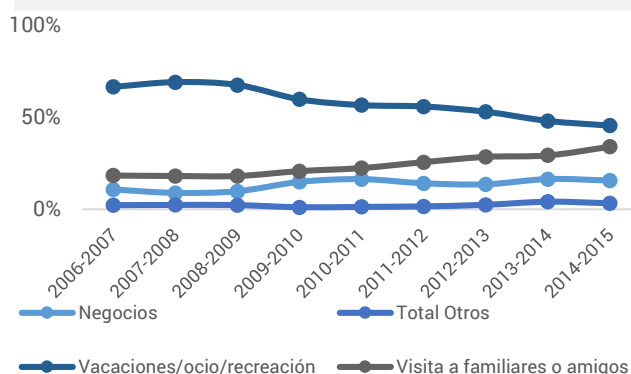
Análisis por motivo de viaje

En cuanto al motivo del viaje, el ocio ha caído 21 pp. en participación (67% en 2006/07 a 46% en 2014/15), aunque se mantiene en primer lugar.

Estos puntos perdidos por los viajes de ocio fueron ganados principalmente por las visitas por motivo familiar o de amigos, que crecen 16 pp. en el mismo período (de 18% a 34%). También crece el motivo Negocios, del 11% al 16%. Otros motivos como el estudio o el turismo de salud se mantienen estancados en niveles muy bajos.

Participación de motivo de viajes de turistas británicos en Argentina

En porcentaje



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

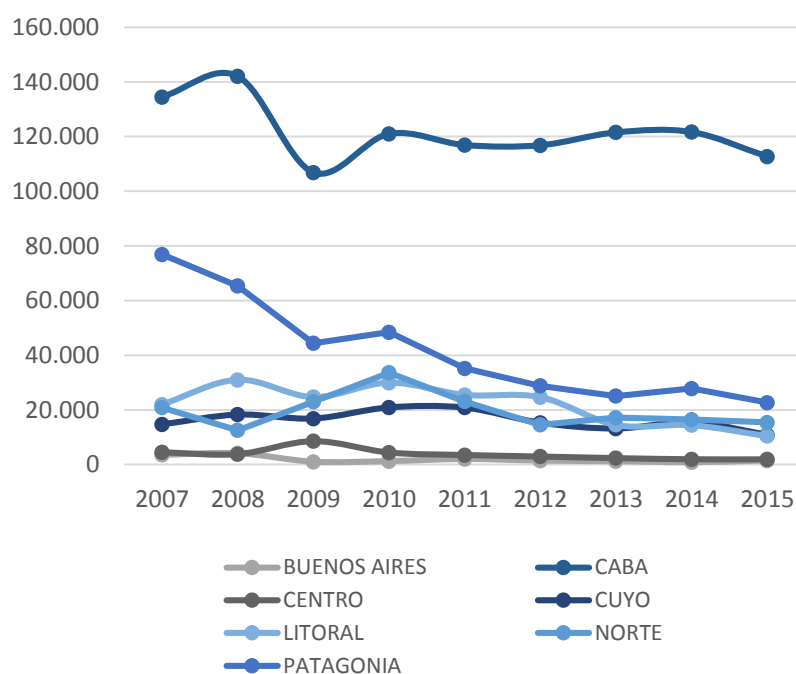
Regiones turísticas de Argentina visitadas

De los viajeros británicos registrados en establecimientos hoteleros y para-hoteleros en 2015, el 64% se alojó en CABA, siendo así el destino más concurrido del país. La Patagonia es la segunda región con más visitantes (13%), concentrados en Bariloche, Ushuaia y Calafate, aunque viene en continuo retroceso.

El Norte, el Litoral y Cuyo atraen al 9%, 6% y 6% respectivamente. Salta, Iguazú y Mendoza son los destinos más importantes. Buenos Aires y Córdoba sólo alcanzan el 1% cada una, principalmente por visitantes a Mar del Plata y Ciudad de Córdoba.

Viajeros británicos alojados en establecimientos hoteleros y para-hoteleros según región visitada

En viajeros



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

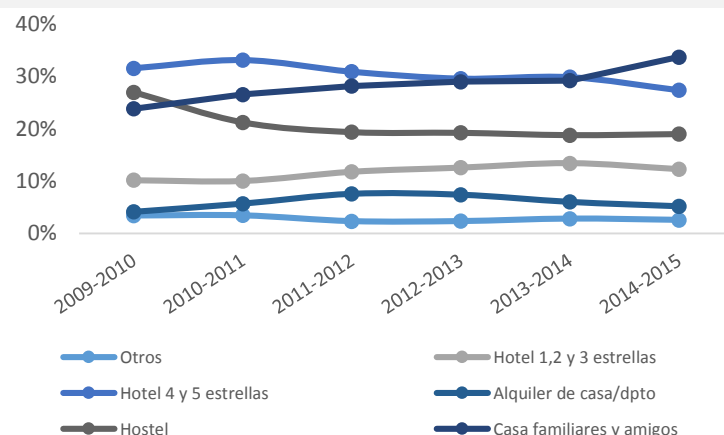
Análisis por alojamiento utilizado

Los alojamientos utilizados muestran una diversificación importante y una variación heterogénea en los últimos años. Los más significativos son Casa de Familiares y Amigos, que pasa de 23,8% en 2009/10 a 33,6% en 2014/15, y Hotel 4 y 5 estrellas, que cae de 31,5% a 27,3% en el mismo período. Los hostels también tienen un retroceso considerable, del 26,9% al 19%.

Estos datos van en línea con el retroceso del turismo por ocio como motivo del viaje de los británicos al país, proceso que se observó en los últimos años.

Viajeros británicos según establecimiento utilizado

En viajeros



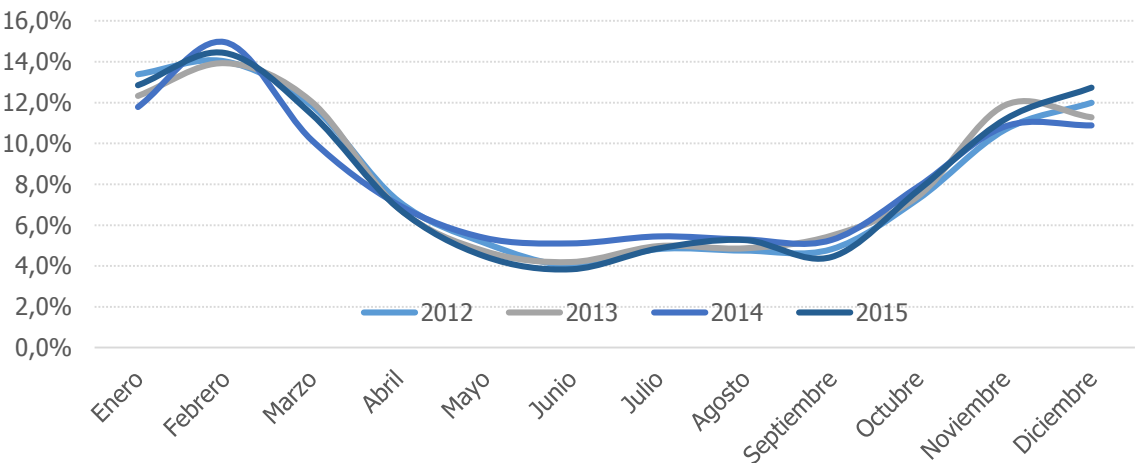
Fuente: MINTUR en base a Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH)

Análisis de la estacionalidad

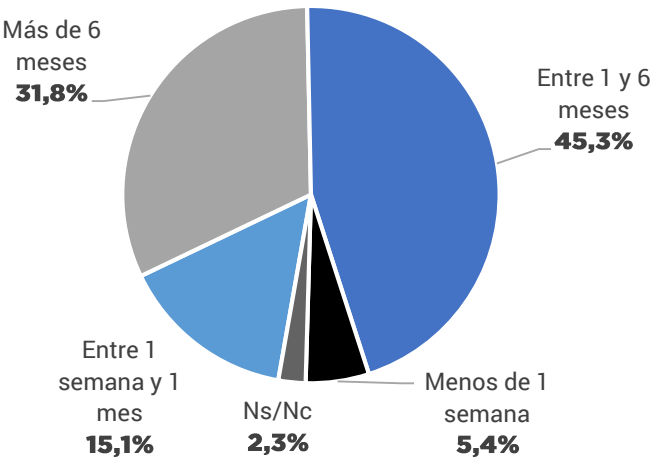
La mayor cantidad de turistas británicos llegan a Argentina en los primeros y últimos meses del año (noviembre, diciembre, enero y febrero). La estacionalidad en los meses de verano es considerable, ya que estos concentran entre 2 y 3 veces la cantidad de turistas que llegan durante las restantes estaciones.

En cuanto a la antelación con la que deciden el viaje, el 45,3% lo hace con un período de entre uno y seis meses de anticipación; es decir que quienes llegan en verano deciden en general su viaje en el invierno o la primavera del año anterior. El 31,8% que planifica el viaje con más de 6 meses de antelación lo hace probablemente entre el otoño y el invierno, siendo por lo tanto esta última la principal estación en la cuál los turistas británicos concentran la planificación de sus viajes al país.

Llegadas de turistas británicos a Argentina por mes
Participación % en el total de llegadas de cada año. Años 2012-2015



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 2013-2015.

	Menos de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	Más de 60 años
Enero	2%	18%	22%	20%	38%
Febrero	2%	14%	18%	21%	46%
Marzo	4%	19%	24%	22%	31%
Abril	5%	27%	31%	23%	15%
Mayo	2%	33%	29%	22%	13%
Junio	3%	39%	28%	22%	9%
Julio	11%	37%	25%	19%	8%
Agosto	8%	34%	26%	22%	10%
Septiembre	2%	25%	29%	25%	19%
Octubre	4%	21%	27%	25%	23%
Noviembre	1%	18%	28%	25%	28%
Diciembre	10%	19%	30%	22%	20%

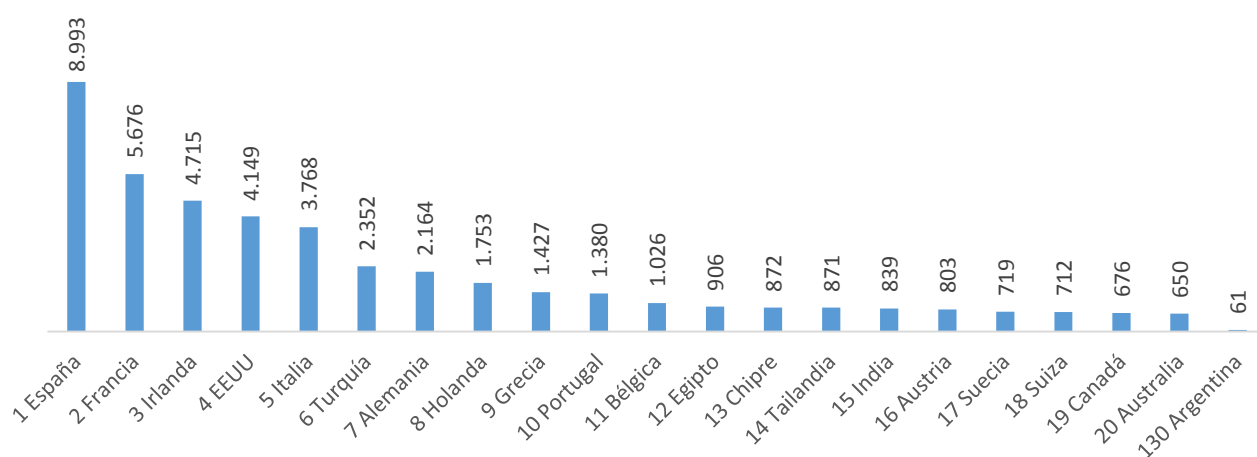
Fuente: MINTUR en base a Dirección Nacional de Migraciones de Argentina y Encuesta de Turismo Internacional (ETI).

DESTINOS ELEGIDOS POR LOS TURISTAS BRITÁNICOS

- Los destinos europeos son los más escogidos por los británicos: dentro de los 10 más importantes, sólo EEUU está fuera del viejo continente. Argentina se ubica en el puesto 130.
- Dentro de Sudamérica, Brasil concentra cerca de la mitad (44,8%) de las llegadas de británicos. Perú y Argentina se ubican segundos con 12,6%, Chile tercero con 9,3% y Colombia cuarto con 6,6%.
- Argentina es uno de los pocos países sudamericanos que vio caer su llegada de británicos (-3,7%) en el período 2010-2015. Perú tuvo un crecimiento del 16,7%, lo que le permitió alcanzar la línea de Argentina. El de mayor crecimiento en el período fue Colombia, que pasó de 20.000 turistas en 2010 a 32.000 en 2014 (último dato).

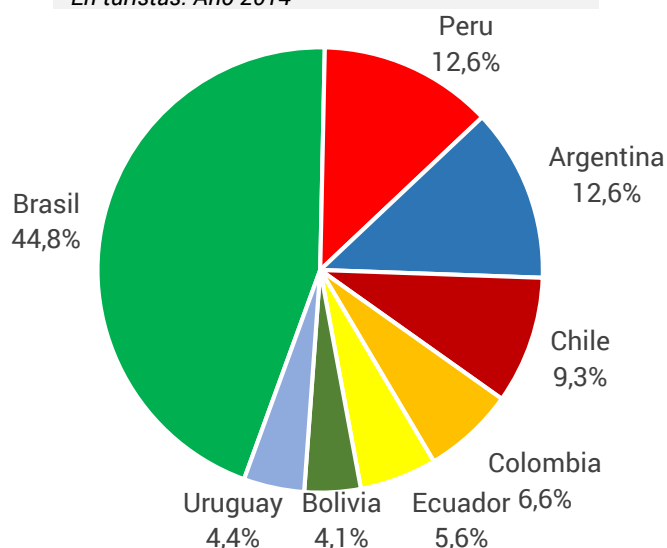
Top 20 de destinos de turismo emisor británico + Argentina

Miles de turistas británicos a cada país. Año 2014.



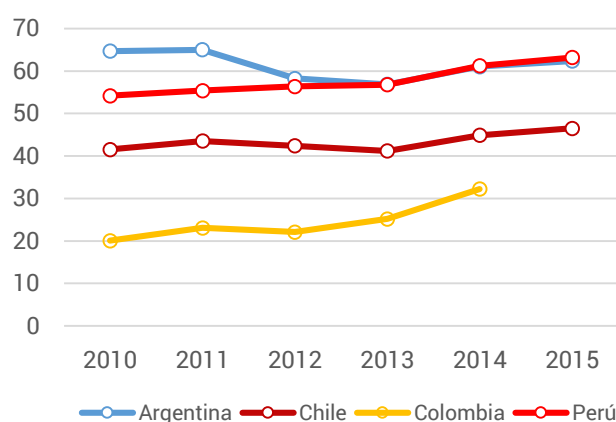
Ranking destino de turistas británicos en países de Sudamérica

En turistas. Año 2014



Arribos de turistas británicos 2010 vs 2015

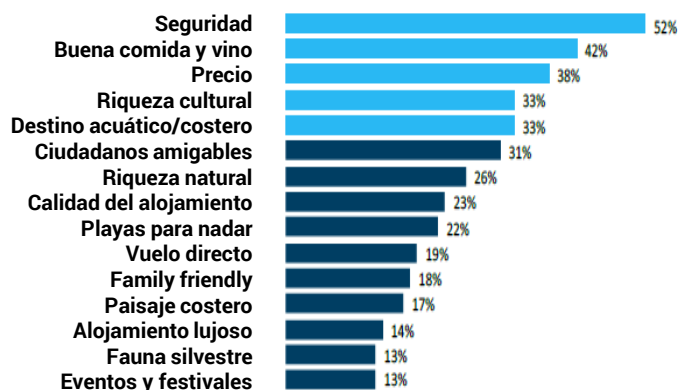
En miles de turistas y variación interanual.



Crecimiento de las llegadas 2010-2015	-3,7% Arg.	+12% Chile	+60,7% Colombia	+16,7% Perú
--	-----------------------------	-----------------------------	----------------------------------	------------------------------

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

Factores más importantes a la hora de decidir el lugar de viaje (respuestas múltiples)



El gasto de turistas británicos ascendió a 39 mil millones de libras en 2015. Esto representa un crecimiento de 9,8% respecto a 2014, el mayor desde el inicio del nuevo siglo.

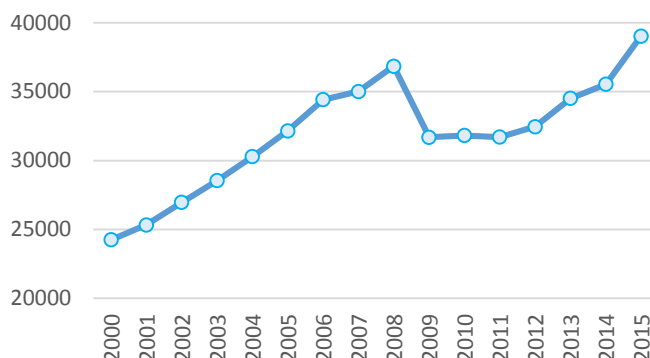
De esta forma, el gasto supera el anterior pico de 36.800 millones alcanzado en 2008, antes del impacto de la crisis internacional. Está así consolidada la tendencia al crecimiento luego de esa caída.

Pasando ahora a información sobre lo turistas británicos hacia el mundo en general, lo más valorado por ellos a la hora de decidir el lugar de viaje es la seguridad, con una distancia de 10 puntos sobre el segundo factor más elegido (la buena comida y el vino).

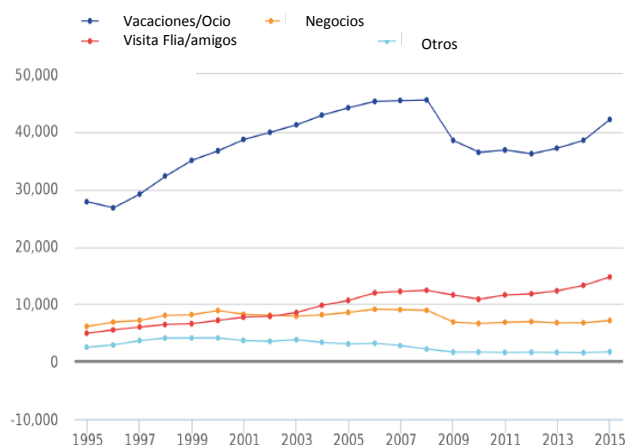
La relación precio calidad y la riqueza cultural también están dentro de los más requeridos. La preferencia por destinos de playa es ambigua: los destinos acuáticos rankean alto, pero no así las playas y paisajes costeros.

Lo menos relevante son los eventos y festivales, la fauna silvestre y el alojamiento lujoso.

Gasto de los turistas británicos en el exterior En millones de libras



Viajes de británicos por motivo de viaje En miles



En cuanto a los motivos de viaje, en 2015 cerca de dos tercios de los mismos fueron orientados a vacaciones y ocio. Sin embargo, puede verse que los mismos aún no han alcanzado el nivel previo a la caída de 2009.

Se observa también que el motivo "Visita a familiares y amigos" no sintió sustantivamente el impacto de la crisis; son los viajes por ocio los que explican casi exclusivamente la merma en el emisor total.

En el caso del turismo de negocios, muestra un claro estancamiento en el período 2009-2015.

Fuente: International Passenger Survey, Office for National Statistics (Reino Unido)

CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA AÉREA ENTRE REINO UNIDO Y ARGENTINA

Rutas aéreas Reino Unido-Argentina



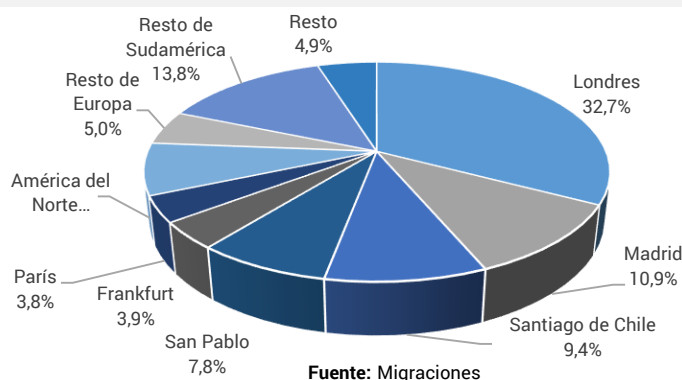
Destino	Línea Aérea	Frec semanal prom	Cantidad asientos anual	Ocupación (ene-ago '16)*	Tasa de Extranj. (ene-ago '16)**
LONDRES					
Buenos Aires (EZE)	British Airways	7	98.879	85,8%	42,0%

- **CONECTIVIDAD:** una sola ruta conecta a la Argentina directamente con el Reino Unido: Londres-Buenos Aires vía British Airways. De frecuencia diaria, como la mayoría de las rutas Argentina-Europa, totaliza 98.879 asientos anuales, siendo así la anteúltima ruta europea con mayor capacidad (sólo superando a Ámsterdam y lejos de las rutas a España e Italia).
- **TASA DE EXTRANJEROS:** con 42%, no llega a los niveles superiores al 50% que tienen Frankfurt, Ámsterdam o París, pero es superior a las de Madrid, Barcelona y Roma.

ORÍGEN Y ENTRADA DE LOS TURISTAS DE REINO UNIDO VÍA AÉREA

Vías de entrada de pasajeros británicos (2015)

Según origen de la ruta aérea utilizada para ingresar al país



- **VÍAS DE ENTRADA:** el 32,7% de los británicos llega desde Londres, en línea con los europeos que llegan vía directa desde su país de origen en Francia, Alemania y Holanda.
- **PASAJES POR CIUDAD DE ORIGEN:** El 81% de los pasajes desde el Reino Unido a Argentina se originan en Londres (este número es 52% para pasajes hacia resto del mundo); puede haber posibilidad de crecimiento en otras ciudades importantes de la región.
- **AEROLÍNEAS:** British es la que más británicos trae (el 32,7% que entra desde Londres). La siguen LATAM (17,5%), Iberia (9,5%) y AR (9,4%)

Uso de escalas

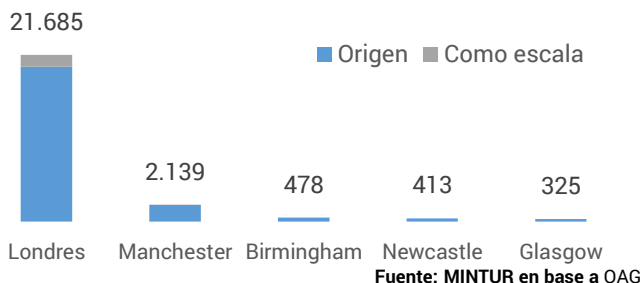
Pasajes con origen en Reino Unido y destino en Argentina comprados en Reino Unido, según uso o no de escala (2015)

Pasajes*** sin escala	35,1%
Pasajes con una escala	51,2%
Pasajes con dos escalas	13,8%

- **USO DE ESCALAS:** el 35,1% de los británicos llega sin realizar escala, porcentaje elevado en comparación con los viajes sin escala desde otros países europeos. Esto es entendible por la centralidad de Londres como origen de los turistas de Reino Unido.

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

Año 2015



* 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 Reino Unido con origen en Reino Unido 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