

■

ESTADOS UNIDOS

Marzo 2017
VERSIÓN PRELIMINAR

**391.015**

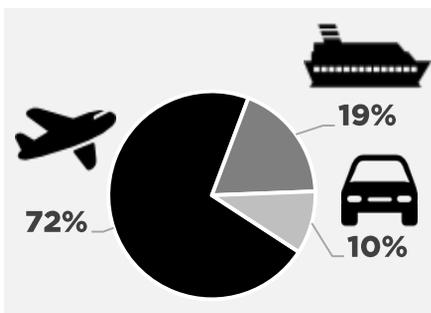
arribos 2017 (+1,6% i.a.)

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

Puesto

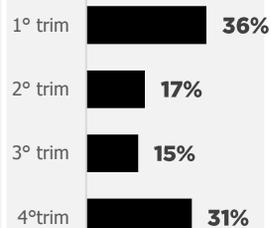
6°

Perfil del turista por todas las vías

Edad de
los turistas

9%	menores de 18 años
15%	entre 18 y 29 años
21%	entre 30 y 44 años
25%	entre 45 y 59 años
31%	mayores de 60 años

Estacionalidad



Perfil del turista por vía aérea

Gasto

**427,4**Gasto total
(millones US\$)**1.527**Gasto medio por estada
(US\$)**106**Gasto medio diario
(US\$)**4,05 millones**
Pernoctaciones totales**14,5 noches**
Estadía media

Motivo de la visita a Argentina

Vacaciones/
ocio
41%Visita a familiares
y amigos
30%Negocios
26%Educación
2%Otros
1%

Tipo de alojamiento utilizado

4 y 5
estrellas**39%**1, 2 y 3
estrellas**15%**Casa de familiares
y amigos**29%**Hostel, albergue
juvenil**5%**

Otros

12%

Fuente: Mintur en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI) y Migraciones

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



US\$ 1.635
Gasto medio por estada

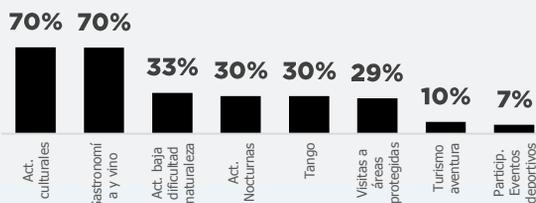
US\$ 126
Gasto medio diario



13 noches
Estadía media



Qué actividades realizan



Tipo de alojamiento



25% usa paquetes turísticos



16% ya había visitado Argentina previamente



50% visitó Argentina por recomendación de familiares/amigos



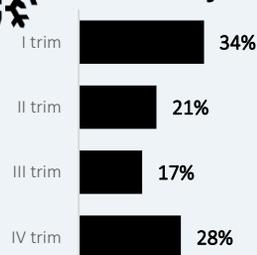
35% decidió visitar Argentina por promoción en medios digitales



Qué aspectos influyeron en la decisión de viajar a Argentina



Cuándo viajan



Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (ETI)

PERFIL DEL TURISTA QUE VISITA FAMILIARES/AMIGOS EN ARGENTINA* (por vía aérea)



US\$ 1.063
Gasto medio por estada

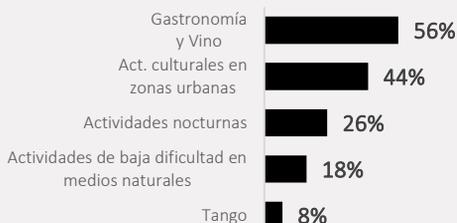
US\$ 56
Gasto medio diario



18,8 noches
Estadía media



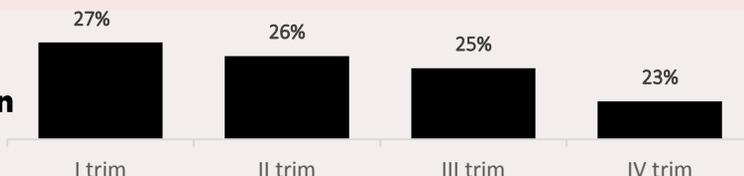
Qué actividades realizan



Qué tipos de alojamiento utilizan



Cuándo viajan



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



US\$ 1.591
Gasto medio por estada

US\$ 213
Gasto medio diario



7,5 noches
Estadía media



Qué actividades realizan



Qué tipos de alojamiento utilizan



Cuándo viajan



Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (ETI)

Análisis de la estacionalidad

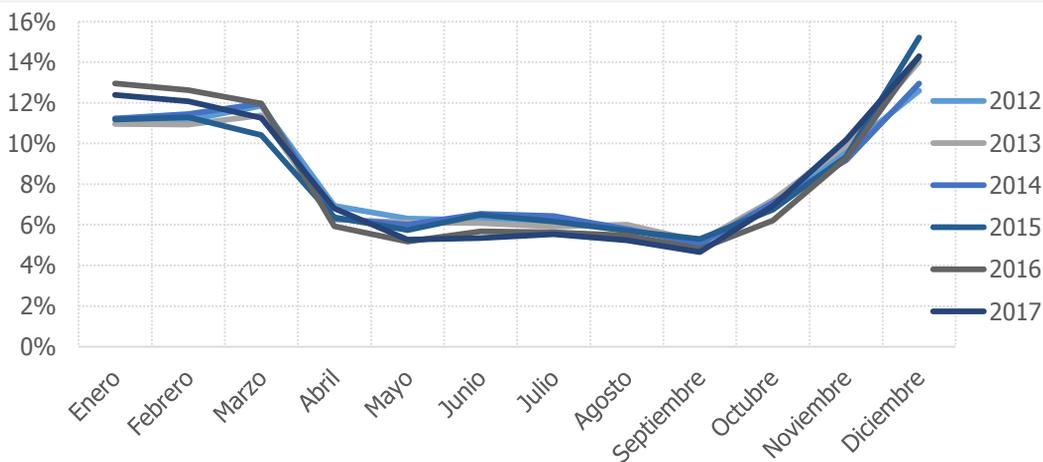
En 2016 y 2017 se verificó una mayor concentración de las llegadas en verano respecto a los años anteriores; los meses que resignaron participación fueron los comprendidos entre Abril y Octubre.

El 41% de los viajeros decide su viaje entre uno y seis meses antes de llegar, y el 37% entre una semana y un mes antes. Sólo el 13% decide el viaje con más de 6 meses de antelación.

Los viajeros de más de 60 años muestran una fuerte concentración en los meses de verano; los de 18 a 59 muestran una distribución más homogénea entre los distintos meses.

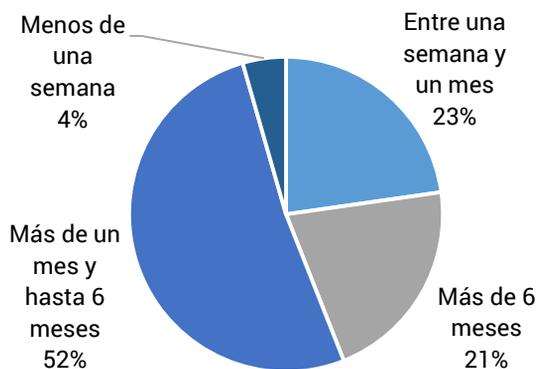
Llegadas de turistas estadounidenses a Argentina por mes

Participación % en el total de llegadas de cada año. Años 2012-2017



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. Promedio 2015-2017

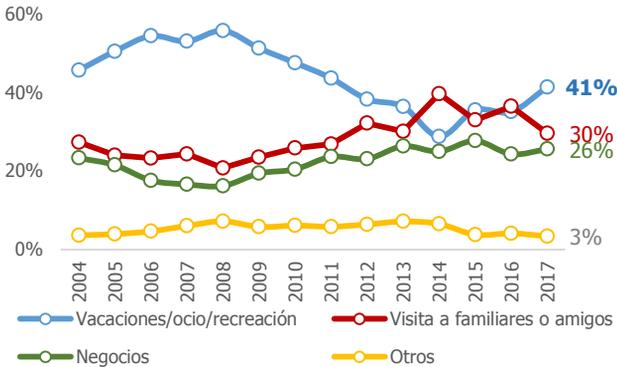
	Menos de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	Más de 60 años
Enero	5%	16%	16%	19%	45%
Febrero	6%	11%	16%	19%	48%
Marzo	7%	15%	20%	22%	35%
Abril	8%	17%	25%	27%	24%
Mayo	6%	25%	25%	27%	18%
Junio	18%	22%	21%	25%	13%
Julio	21%	23%	20%	24%	13%
Agosto	11%	22%	25%	27%	15%
Septiembre	6%	17%	27%	29%	21%
Octubre	5%	15%	24%	27%	29%
Noviembre	6%	15%	25%	25%	29%
Diciembre	15%	18%	21%	21%	25%

Fuente: Dirección Nacional de Migraciones de Argentina y Encuesta de Turismo Internacional (ETI) INDEC-MINTUR.

Análisis por motivo de ingreso de vía aérea

Motivo del viaje de turistas hacia Argentina (vía aérea)

Participación porcentual sobre el total de turistas



Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (ETI)

El período de auge del turismo estadounidense (2002-2008) consistió en un gran crecimiento de los arribos de turistas con motivo ocio.

A partir del año 2009, los arribos con motivo ocio registran una caída sostenida hasta ubicarse por debajo de los niveles observados en 2004.

Se revierte la tendencia en la relevancia del motivo ocio en los últimos años, destacándose el incremento de 2017. Al mismo tiempo, comienza a perder peso la visita de familiares y amigos.

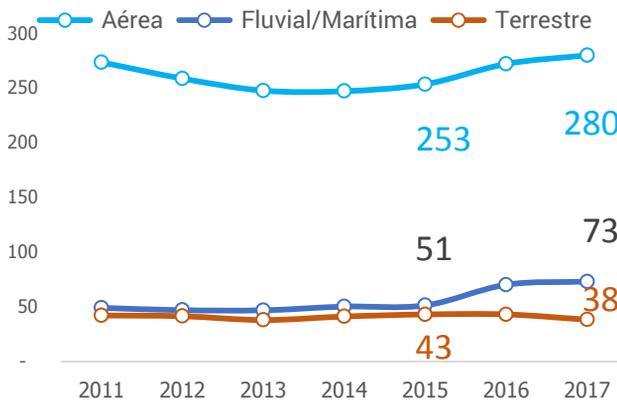
Análisis por vía de ingreso al país

Por tratarse de un mercado lejano, el turismo estadounidense muestra una predominancia de la vía aérea (72% del total). La vía terrestre tiene el 10% del total, mientras que la vía fluvial/marítima concentra el 19% de las llegadas, evidenciando la relevancia del turismo de cruceros en este mercado.

Puede observarse que la caída en el turismo estadounidense desde 2007 se produjo esencialmente en la vía aérea, así como la recuperación posterior.

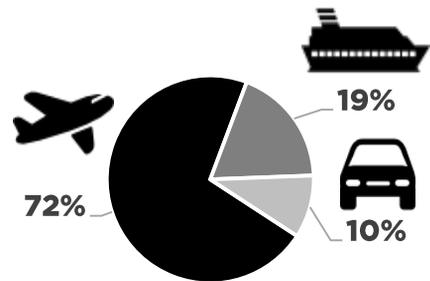
Llegadas de turistas estadounidenses a Argentina por vía de ingreso al país

En turistas



Vías de ingreso al país

Participación porcentual. Año 2017



Fuente: Dirección Nacional de Migraciones de Argentina.

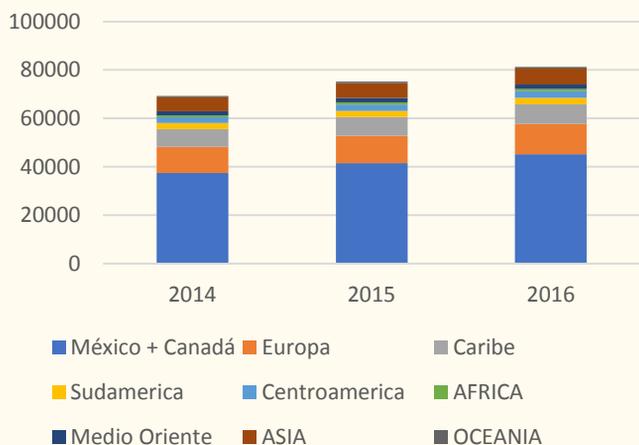
Análisis del turismo emisor de EE. UU.

Estados Unidos es el segundo emisor global de turistas. En 2016, viajaron a destinos extranjeros más de 80 millones de turistas. Sudamérica recibe un 3% del total de turistas estadounidenses que viajan al exterior. En 2016, la Argentina ocupó el puesto 33° entre los destinos del turismo emisor estadounidense, con sólo 0,5% del total de turistas de ese mercado.

- Entre los principales destinos elegidos por el turista estadounidense se encuentran importantes destinos de playa: México, República Dominicana, Jamaica, Colombia, Brasil y Grecia que concentran casi el 50% del emisor americano.
- Si bien entre 2011 y 2016 toda la región sufrió un gran crecimiento, este fue dispar, mientras Colombia y Perú incrementaron el número de visitantes estadounidenses muy significativamente, en Argentina y en Brasil el número total de visitantes de dicha nacionalidad se incrementó en menor medida.

Turismo emisor estadounidense por región de destino

Miles de turistas



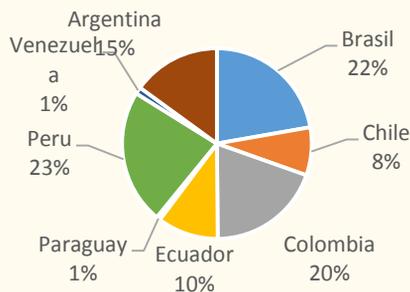
Ranking destinos turísticos de estadounidenses

Año 2016, en miles de turistas.

Destino	Llegadas
1 - México	31.194
2 - Canadá	13.895
3 - Reino Unido	3.197
4 - República Dominicana	2.706
5 - Italia	2.214
6 - Francia	2.178
7 - Alemania	1.968
8 - Jamaica	1.476
9 - España	1.405
18 - Colombia	773
22 - Perú	562
26 - Grecia	527
30 - Rep. Checa	387
31 - Brasil	387
32 - Emiratos Aabes	387
33 - Argentina	385
34 - Hungría	351
35 - Vietnam	351
36 - Islandia	316
37 - Polonia	316
38 - Sudáfrica	281

Turismo emisor estadounidense hacia Sudamérica

Miles de turistas (2016)

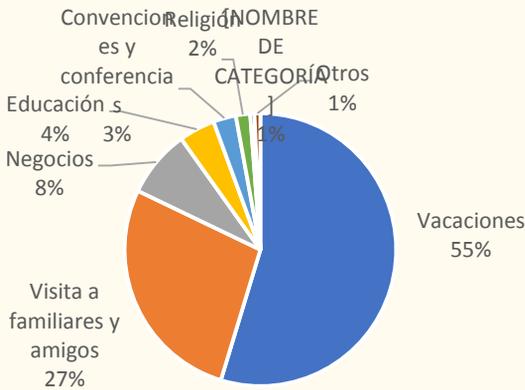


Fuente: International Trade Administration • Industry & Analysis • National Travel and Tourism Office except emisor estadounidense a Sudamérica, en base a OMT

Perfil del turista estadounidense que viaja a destinos de larga distancia*

En esta sección se presenta un perfil global del turista estadounidense que viaja al exterior. Los consumidores de turismo emisor se concentran en las regiones de mayores ingresos. Se destacan, por el volumen de turismo emisor, los estados de California, Nueva York, Texas y Florida: en conjunto estos cuatro estados registran más de 13 millones de viajes a destinos no limítrofes*.

Motivo de viaje emisor de EE.UU. de larga distancia* (en %, año 2016)



El 55% de los viajes realizados por turistas estadounidenses tiene como principal motivo vacaciones. Le siguen en importancia las visitas a familiares y amigos (27%), los negocios (8%), la educación (4%) y las conferencias (3%).

Características del viajero estadounidense

Tiempo de anticipación para decidir viaje (promedio, en días)	104,4
Tiempo de anticipación para decidir viaje (mediana)	80
% paquete	11,8
% Primer viaje fuera de EEUU	7,3
Estadía (noches Promedio)	17,2
Estadía (noches - mediana)	10
% visitó un solo país en el viaje	83
Número de países visitados promedio	1,3
Hotel (% + 1 noche)	65,1
Noches en hotel (promedio)	10
Tamaño grupo de viaje	1,6
% masculino	49,4
Ingreso familiar promedio	\$122.219
Ingreso familiar (mediana)	\$100.000
Edad promedio mujeres	43,9
Edad promedio hombres	45,2

Estado de residencia de viajeros estadounidenses Año 2015, en miles de turistas.



California	4.849
Florida	3.127
Texas	2.706
New York	2.635
Pennsylvania	2.600
New Jersey	1.933
Massachusetts	1.230
Illinois	1.195
Virginia	1.160
Georgia	1.124
Maryland	1.054
North Carolina	949
Michigan	914
Washington	808
Colorado	703
Ohio	632
Arizona	527
Connecticut	457
Minnesota	457
South Carolina	422
Wisconsin	387
Indiana	351

*Consideramos larga distancia/ lejanos a los destinos no limítrofes, en este caso México y Canadá.

Fuente: International Trade Administration • Industry & Analysis • National Travel and Tourism Office

Perfil del turista estadounidense que viaja a destinos de larga distancia*

Actividades realizadas por estadounidenses en destinos

(respuestas múltiples)



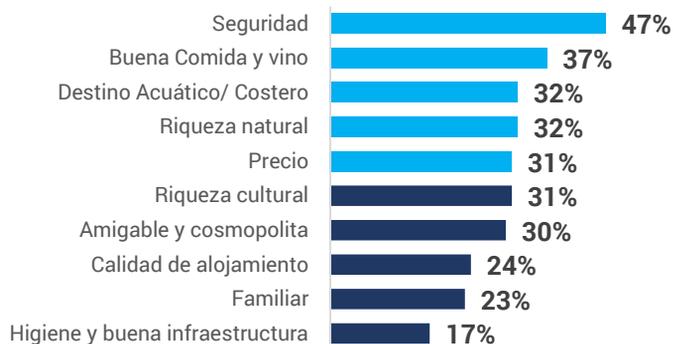
Fuente de información utilizada para planear el viaje

(respuestas múltiples)



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

(respuestas múltiples)



Se lee como: 47% de los turistas norteamericanos que viajan al exterior consideran a la seguridad entre los factores más importantes al elegir un destino de vacaciones.

Fuente: CONSUMER DEMAND Project Tourism Australia.

CONCLUSIONES DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE

- Es el principal mercado del mundo en turismo de ocio.
- Gran cantidad de las salidas se realizan a destinos de playa, lo cual reduce el mercado potencial para la Argentina, que debe focalizarse en los restantes segmentos de mercado (gastronomía, visitas a lugares turísticos, etc.),
- Es un mercado con buenas perspectivas de crecimiento dada la apreciación del dólar.
- A la hora de elegir un viaje las aerolíneas tienen un rol relevante para proveer información para la organización del viaje.
- Planifican sus viajes con 100 días de anticipación.
- Proporciones importantes del emisoro provienen del oeste del país, donde Argentina no tiene buena conectividad.
- La percepción de destino seguro es fundamental a la hora de elegir el viaje.
- Las actividades vinculadas a la gastronomía y vino son muy valoradas a la hora de elegir un viaje.

*Consideramos larga distancia a los destinos no limítrofes, en este caso México y Canadá.

Fuente: International Trade Administration • Industry & Analysis • National Travel and Tourism Office • Estados Unidos

GRUPO DE ANÁLISIS ECONÓMICO DEL 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.gov.ar