

■
**ESTADOS
UNIDOS**

Febrero 2019



419.845

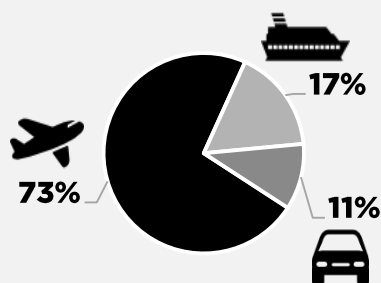
arribos 2018 (+7,2% i.a.)

Ranking 2018 de llegadas de turistas extranjeros (por todas las vías)

Puesto

6°

Perfil del turista por todas las vías



9%	menores de 18 años
15%	entre 18 y 29 años
21%	entre 30 y 44 años
24%	entre 45 y 59 años
31%	mayores de 60 años

Estacionalidad

1° trim	37%
2° trim	18%
3° trim	17%
4° trim	28%

Perfil del turista por vía aérea

Gasto



410,7
Gasto total
(millones US\$)

1.346
Gasto medio por estada
(US\$)

101
Gasto medio diario
(US\$)



4,1 millones
Pernotaciones totales



13,4 noches
Estadía media

Motivo de la visita a Argentina



Vacaciones /
ocio
40%



Visita a familiares
y amigos
29%



Negocios
27%



Educación
3%



Otros
1%

Tipo de alojamiento utilizado



4 y 5
estrellas
39%



1, 2 y 3
estrellas
19%



Casa de familiares
y amigos
27%



Casa o depto.
alquilado
9%



Otros
7%

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



US\$ 1.276
Gasto medio por estada

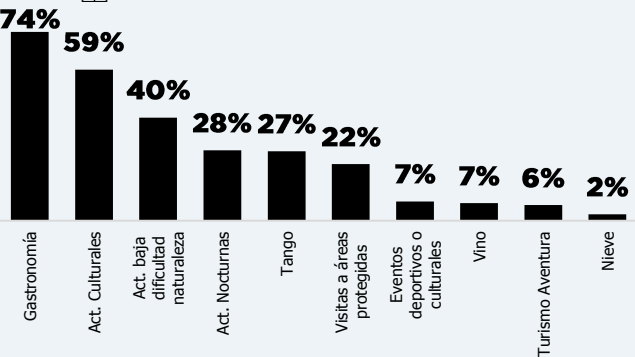
US\$ 124
Gasto medio diario



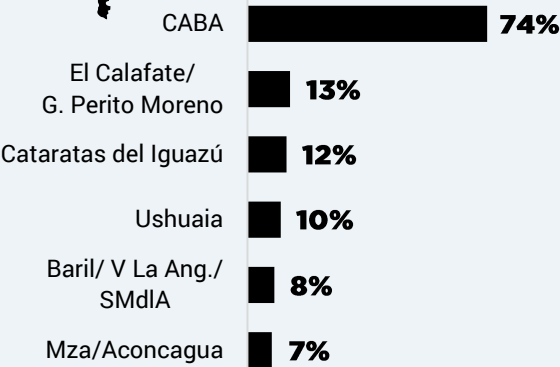
10 noches
Estadía media



Qué actividades realizan



Qué lugares visitan



Qué tipos de alojamiento utilizan



37% usa paquetes turísticos



20% ya había visitado Argentina previamente



38% visitó Arg. por recomendación de familiares / amigos



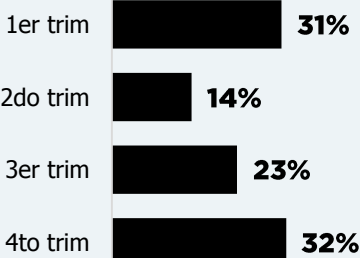
30% decidió visitar Argentina por promoción en medios digitales



Qué aspectos influyeron en la decisión de viajar a Argentina



Cuándo viajan



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

PERFIL DEL TURISTA DE EE.UU. EN ARGENTINA

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



US\$ 1.052 **US\$ 54**
Gasto medio por estada Gasto medio diario



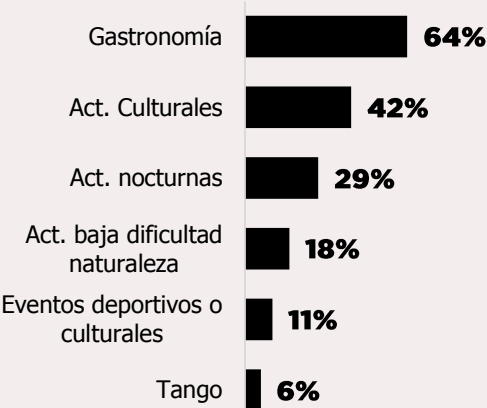
19,6 noches
Estadía media



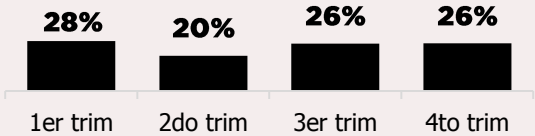
Qué tipos de alojamiento utilizan



Qué actividades realizan



Cuándo viajan



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



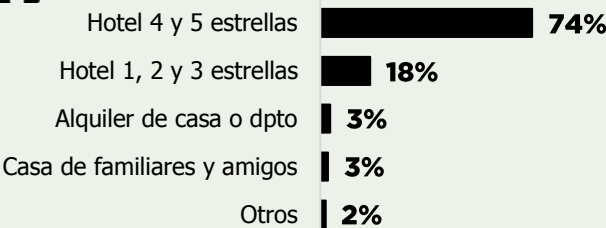
US\$ 1.503 **US\$ 201**
Gasto medio por estada Gasto medio diario



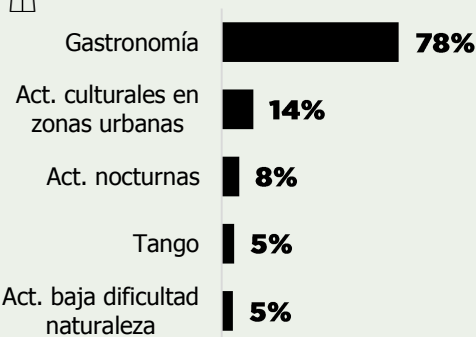
7,5 noches
Estadía media



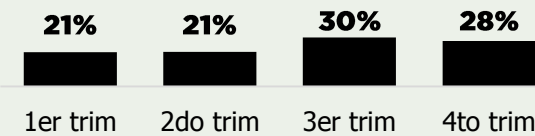
Qué tipos de alojamiento utilizan



Qué actividades realizan



Cuándo viajan



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

Análisis comparativo: turismo emisor estadounidense al mundo y a Argentina

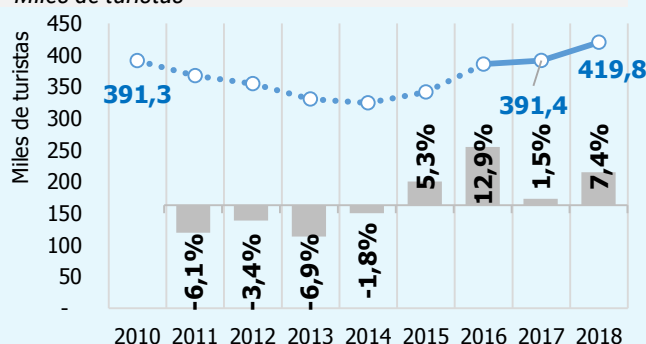
El emisor total de turistas estadounidenses al mundo creció un 44% entre 2010 y 2017. En el mismo período, las llegadas de estadounidenses a la Argentina se mantuvieron estancadas en torno a los 391 mil turistas. Sin embargo, ese período se dividió en dos etapas: primero, entre 2010 y 2014, donde hubo una caída acumulada de 17%, y segundo, entre 2015 y 2018, un crecimiento de 23%. El receptivo a la Argentina de este mercado se vio favorecido por la eliminación de la tasa de reciprocidad en 2016 y un crecimiento de la conectividad aérea.

Los datos preliminares de 2018 muestran un robusto crecimiento de las llegadas de turistas estadounidenses a la Argentina (+7,4% y +9% la vía aérea), constituyendo uno de los mercados destacados de este año. El crecimiento fue parejo a lo largo de todo el año, aunque se aceleró a partir de agosto, impulsado por la devaluación del peso argentino.

Turismo emisor estadounidense a la Argentina

Llegadas de turistas estadounidenses a Argentina. Años 2010-2018*

Miles de turistas

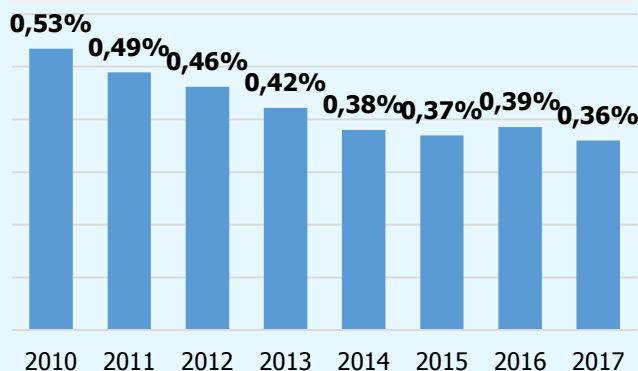


2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018

* Entre 2010 y 2015 los datos no son los originales, sino empalmados con la nueva serie desde 2016.

Participación de las llegadas a Argentina en el total de llegadas de turistas estadounidenses al mundo. Años 2010-2017

En porcentaje

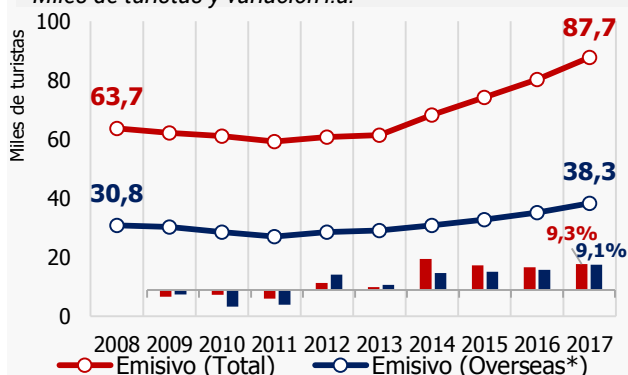


2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017

Turismo emisor estadounidense en el mundo

Salidas de turistas estadounidenses al exterior. Años 2006-2017

Miles de turistas y variación i.a.



2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017

—●— Emisor (Total) —●— Emisor (Overseas*)

* Overseas refiere a destinos no limítrofes, es decir, sin México y Canadá.

GASTO TURÍSTICO ESTADOUNIDENSE EN ARGENTINA

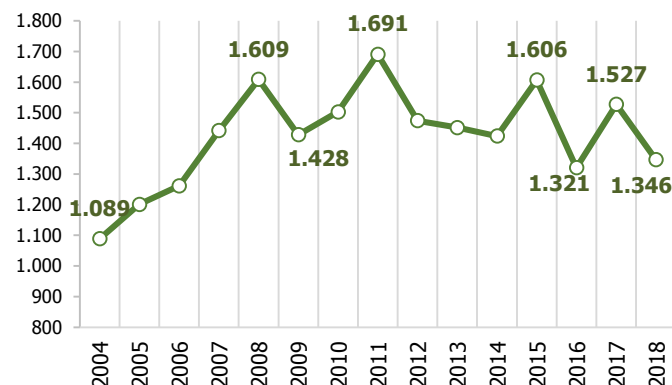
El gasto promedio por viaje de los turistas estadounidenses que llegaron por vía aérea a Argentina se ubicó en US\$ 1.346 en el año 2018. Esto representa una caída del 12% frente al año 2017, quedando en igual nivel que en 2016. Esta caída en el gasto de 2018 se relaciona con la fuerte devaluación sufrida por el peso argentino que implica un aumento del poder adquisitivo del dólar en nuestro país. Sin embargo, al analizarlo en pesos y quitando el efecto de la inflación, podemos concluir que el gasto promedio por viajero en términos reales ha aumentado 4%.

En particular, en el cuarto trimestre y luego de los efectos de la devaluación de fines de agosto, el gasto en dólares cayó 17%, pero en pesos y en términos reales aumentó 20%.

En términos del gasto promedio diario, en el año 2018, éste alcanzó los US\$ 100,5, para los turistas que visitaron la Argentina por vía aérea. Se visualiza una caída con respecto al 2017, aunque se mantiene en un nivel alto en comparación con la historia del gasto de estos turistas.

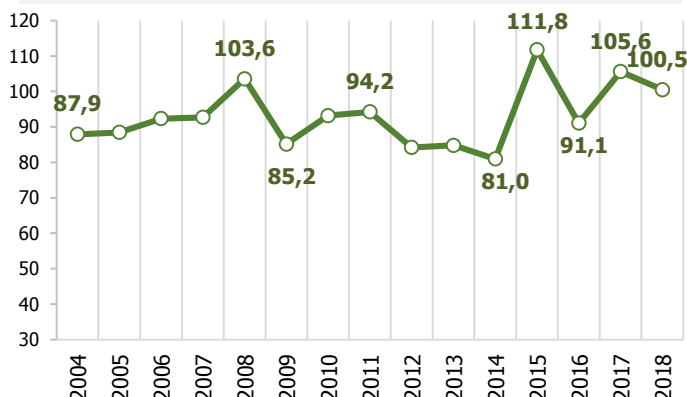
Gasto promedio por estada de turistas estadounidenses en Argentina por vía aérea.

En dólares estadounidenses



Gasto promedio diario de turistas estadounidenses en Argentina por vía aérea.

En dólares estadounidenses

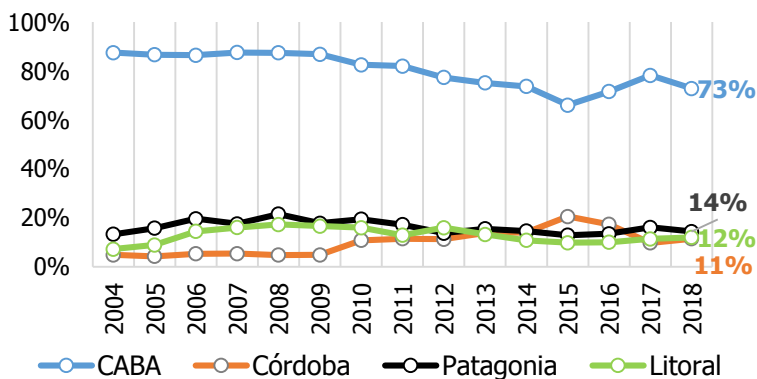


Regiones turísticas de Argentina visitadas (turismo por vía aérea)

Tomando como base al turismo por vía aérea, se observa una fuerte predominancia de la Ciudad de Buenos Aires: el 73% de los viajeros totales por vía aérea la visitaron durante su estadía en Argentina en el año 2018. La segunda región, aunque rezagada, es la Patagonia (14% de los viajeros por vía aérea).

Mientras que en la participación de las llegadas a CABA se observa una tendencia negativa, región Córdoba muestra un crecimiento en su participación.

Regiones visitadas por los turistas estadounidenses en Argentina (vía aérea)



Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (ETI) INDEC-SGTur

Análisis de la estacionalidad

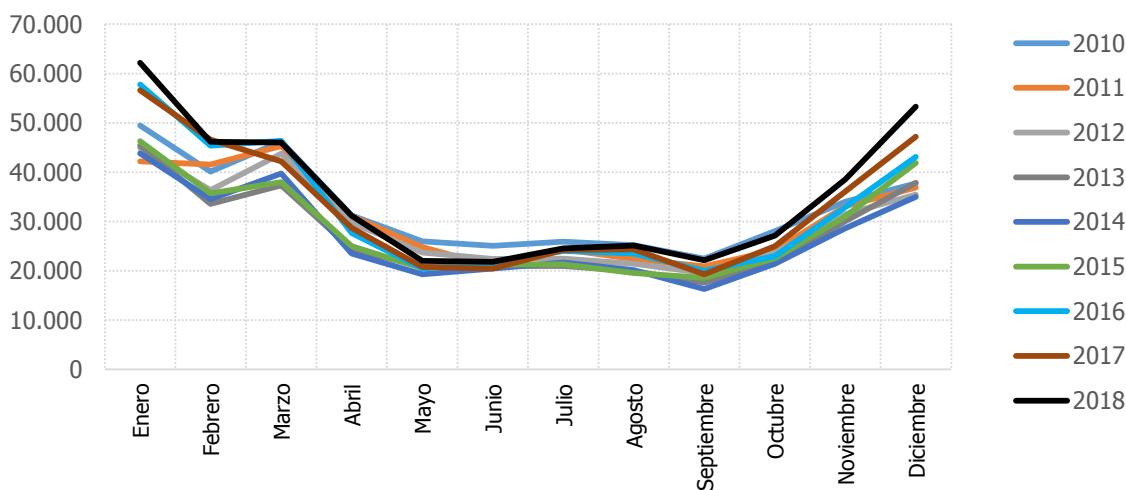
Entre 2016 y 2018 se verificó una mayor concentración de las llegadas en verano respecto a los años anteriores; los meses que resignaron participación fueron los comprendidos entre abril y octubre.

El 69% de los viajeros decide su viaje hasta 3 meses antes de llegar, de los cuales un 32% lo hace entre una semana y un mes antes. Solo el 13% decide el viaje con más de 6 meses de antelación.

Los meses de verano muestran una fuerte concentración de viajeros de más de 60 años; el resto de los meses se distribuye de manera más homogénea.

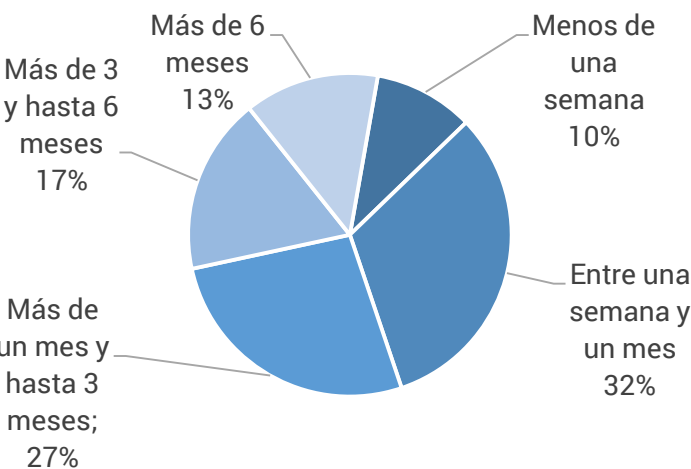
Llegadas de turistas estadounidenses a Argentina por mes

Llegadas de turistas. Años 2010-2018



Período de antelación a decidir viajar a Argentina

Participación porcentual. Año 2018



Estacionalidad por mes y edad de los turistas

En participación % de cada grupo etario por mes. Año 2018

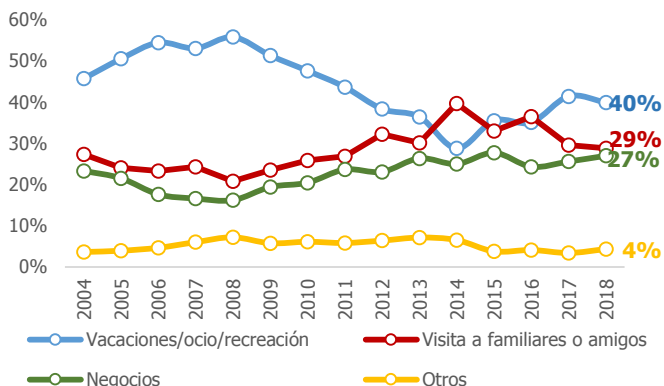
	Menos de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	Más de 60 años	Total
Enero	11%	14%	17%	19%	39%	100%
Febrero	4%	8%	16%	20%	52%	100%
Marzo	5%	14%	19%	23%	39%	100%
Abril	10%	15%	24%	27%	24%	100%
Mayo	4%	19%	24%	29%	24%	100%
Junio	12%	22%	22%	27%	17%	100%
Julio	20%	21%	20%	25%	14%	100%
Agosto	15%	18%	23%	28%	16%	100%
Septiembre	6%	15%	27%	30%	22%	100%
Octubre	5%	13%	23%	28%	30%	100%
Noviembre	6%	14%	26%	25%	28%	100%
Diciembre	9%	17%	21%	23%	30%	100%

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

Análisis por motivo de ingreso de vía aérea

Motivo del viaje de turistas hacia Argentina (vía aérea). Años 2004-2018

Participación porcentual sobre el total de turistas



Fuente: SGTur en base a 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 que no fue compensada por el crecimiento de las llegadas por el resto de los motivos.

En los últimos años se ve una mejora del perfil del turista estadounidense, ya que creció la participación relativa de aquellos que visitan nuestro país con motivo ocio, en detrimento de aquellos que vienen para visitar a familiares o amigos, los cuales, en general, presentan un nivel de gasto promedio menor.

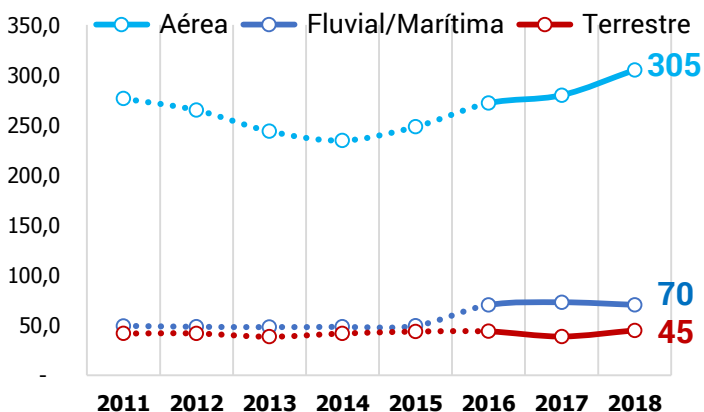
Análisis por vía de ingreso al país

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.

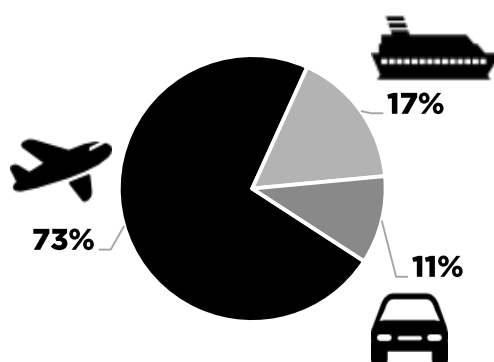
Llegadas de turistas estadounidenses a Argentina por vía de ingreso al país. Años 2011-2018*

En turistas



Vías de ingreso al país

Participación porcentual. Año 2018



* Entre 2011 y 2015 los datos no son los originales, sino empalmados con la nueva serie desde 2016.

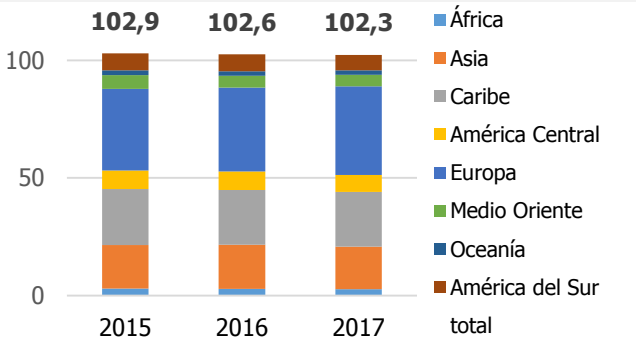
Fuente: SGTur en base a Dirección Nacional de Migraciones de Argentina.

Análisis del turismo emisor de EE. UU.

Estados Unidos es el segundo emisor global de turistas. En 2017, viajaron a destinos extranjeros casi 88 millones de turistas. Entre los principales destinos elegidos se encuentran los países vecinos, luego los más importantes destinos europeos y los principales destinos de playa (Puerto Rico, Republica Dominicana, Jamaica y Bahamas). Sudamérica recibe un 6% del total (en 2017, la Argentina ocupó el puesto 45° entre los destinos)

Dentro de la región de Sudamérica, Perú y Colombia son los principales mercados receptores de turistas provenientes de Estados Unidos. Ambos países vienen mostrando crecimientos significativos en la captación de estos turistas. Les siguen Brasil y Argentina, países que han tenido un peor desempeño en los últimos años (Brasil vio reducida la cantidad de estadounidenses y a la Argentina estuvieron estancadas hasta 2017).

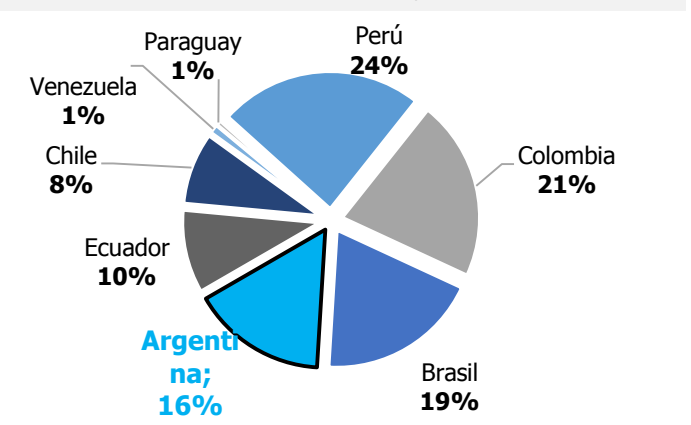
Turismo emisor estadounidense por región de destino. Años 2015-2017*
Miles de turistas



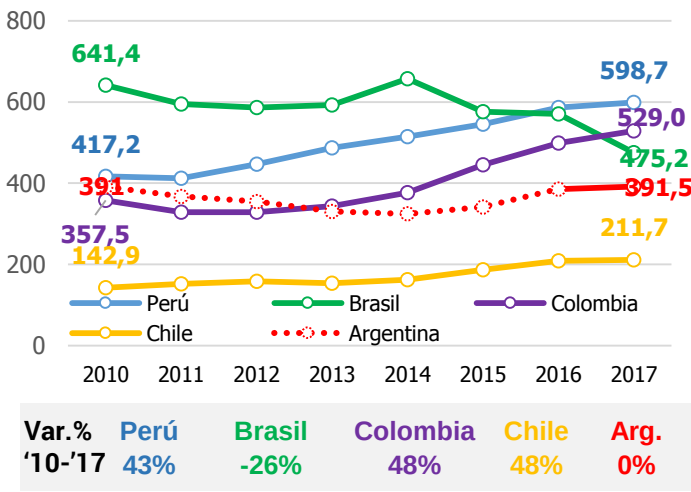
Ranking de llegadas de turistas estadounidenses a destinos turísticos. Año 2017**
Miles de turistas

Destino	Llegadas
1-México	30.826.053
2-Canadá	15.247.239
3-Francia	4.792.452
4-Reino Unido	3.655.959
5-Italia	3.361.169
6-Puerto Rico	3.299.600
7-Alemania	2.670.216
8-España	2.650.068
9-China	2.422.279
10-Rep. Dominicana	2.146.448
24-Australia	780.570
32-Peru	598.685
36-Colombia	529.013
41-Brasil	475.232
45-Argentina	391.402
60-Chile	211.718
96-Bolivia	57.679
97-Uruguay	57.502
130-Paraguay	15.424

Llegadas de turistas estadounidenses a Sudamérica. Año 2017**
Participación porcentual en el total de llegadas a Sudamérica



Llegadas de turistas estadounidenses a países de Sudamérica. Años 2010-2017 **
En miles de turistas



*Fuente: International Trade Administration • Industry & Analysis • National Travel and Tourism Office.
**Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT).

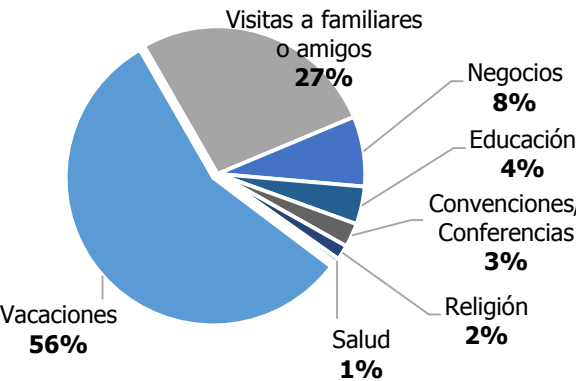
Perfil del turista estadounidense que viaja a destinos de larga distancia*

En esta sección se presenta un perfil global del turista estadounidense que viaja al exterior.

Los principales puntos de origen de turismo emisor se concentran en las regiones de mayores ingresos. Se destacan los estados de California, Florida, Pennsylvania, Texas y Nueva York: en conjunto estos cinco estados registran casi 18 millones de viajes a destinos no limítrofes (47% del total).

Motivo de viaje emisor de EE.UU. de larga distancia*. Año 2017

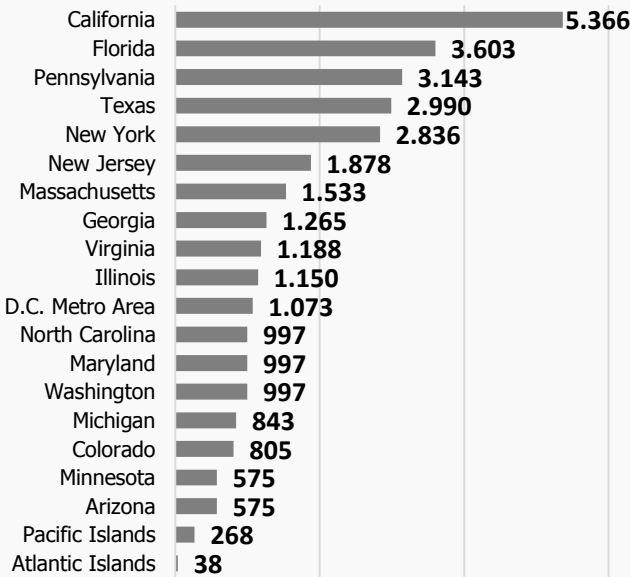
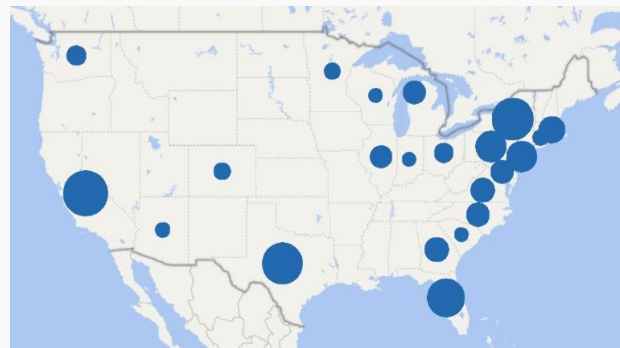
En %



El 56% de los viajes realizados por turistas estadounidenses tiene como principal motivo el ocio y las vacaciones. Le siguen en importancia las visitas a familiares y amigos (27%), los negocios (8%), la educación (4%) y las conferencias (3%).

Estado de residencia de viajeros estadounidenses. Año 2017

Miles de turistas.



Características del viajero estadounidense. Año 2017

Tiempo de anticipación para decidir viaje (promedio, en días) 105,1

Tiempo de anticipación para decidir viaje (mediana) 90

% paquete 11%

% Primer viaje fuera de EEUU 7%

Estadía (noches Promedio) 16,6

Estadía (noches - mediana) 10

% visitó un solo país en el viaje 83%

Número de países visitados promedio 1,3

Hotel (%) 64%

Noches en hotel (promedio) 10,1

Tamaño grupo de viaje 1,6

% masculino 48%

Ingreso familiar promedio \$ 127.603

Ingreso familiar (mediana) \$ 100.000

Edad promedio mujeres 43,9

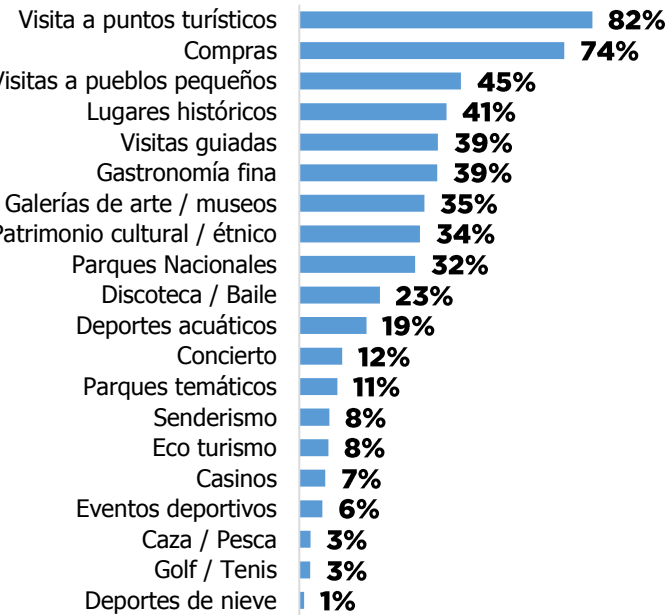
Edad promedio hombres 45,6

*Destinos no limítrofes (es decir, México y Canadá).

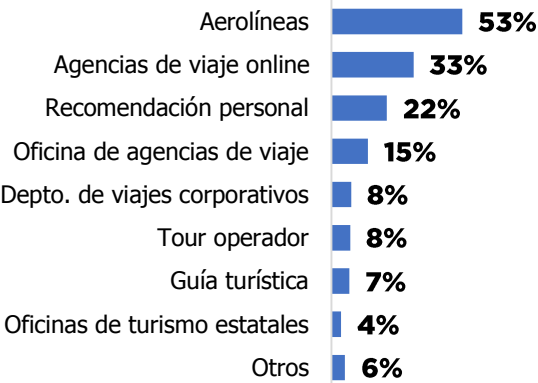
Fuente: International Trade Administration • Industry & Analysis • National Travel and Tourism Office

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

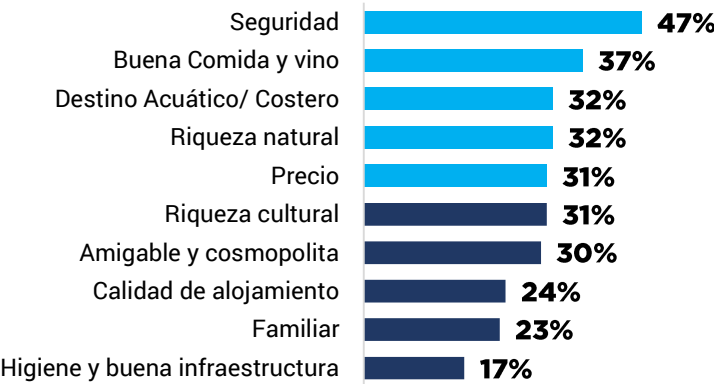
Actividades realizadas por estadounidenses en destinos. Año 2017
(respuestas múltiples)



Fuente de información utilizada para planear el viaje. Año 2017
(respuestas múltiples)



Factores más importantes a la hora de decidir el lugar de viaje. Año 2017
(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.

*Se consideran destinos de larga distancia/lejanos a los destinos no limítrofes (es decir, México y Canadá).

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

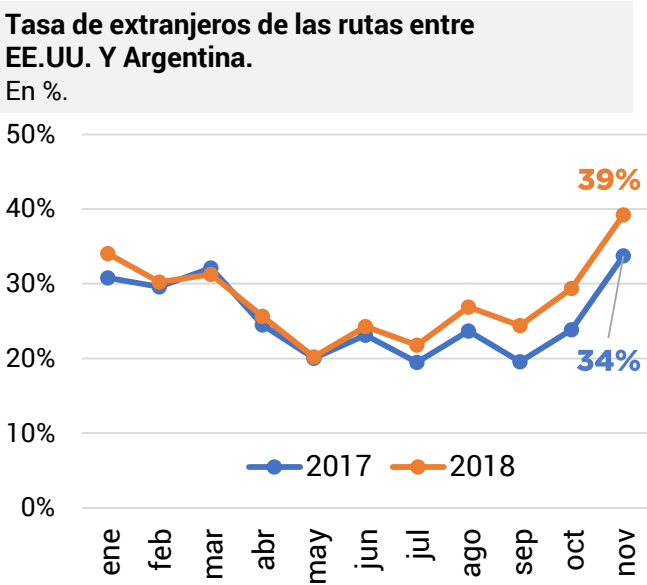
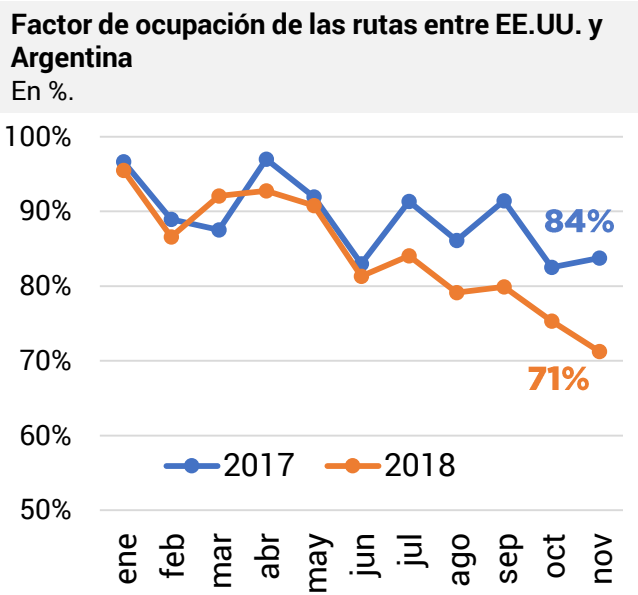
CONCLUSIONES DEL MERCADO ESTADOUNIDENSE

- 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, nieve, 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.
- 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.

Oferta de asientos, pasajeros transportados y composición por nacionalidad de las rutas directas con EE.UU., ene-nov 2018.

Como ya se ha mencionado previamente, EEUU es un mercado que ha vuelto a crecer, en parte, favorecido por el la mejora de la conectividad aérea. En 2018, la cantidad de asientos entre Argentina y Estados Unidos creció 5%, favorecido por el incremento de oferta entre Atlanta y Buenos Aires (Delta Airlines), Houston (United Airlines) y Nueva York (American Airlines y la nueva ruta a Newark de United). En diciembre de 2018 se sumó la ruta Buenos Aires-Los Ángeles de American Airlines y a mediados de 2019 se sumará la ruta Córdoba-Miami, de la misma compañía.

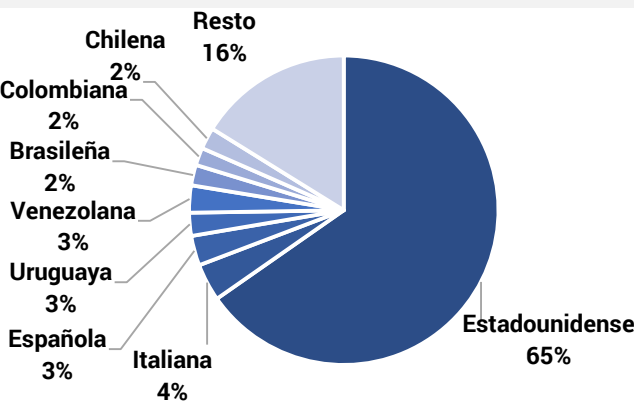
Origen	Destino	Empresa	ene-nov 2018						Var. i.a.					
			Argentino	Extranjero	Pasajeros	Asientos	ocupación	Tasa de ext	Argentino	Extranjero	Pasajeros	Asientos	ocupación	Tasa de ext
Buenos Aires	Atlanta	Delta Airlines	41.654	41.194	82.848	96.980	85%	50%	5%	1%	3%	11%	-7pp.	-1pp.
	Dallas	American Airlines	43.063	31.864	74.927	90.757	83%	43%	-13%	6%	-6%	-5%	-1pp.	5pp.
	Houston	United Airlines	38.727	36.058	74.785	88.377	85%	48%	-1%	-9%	-5%	1%	-5pp.	-2pp.
	Miami	American Airlines	136.851	40.841	177.692	203.021	88%	23%	-6%	-4%	-6%	-5%	-1pp.	0pp.
		AR	130.140	15.268	145.408	179.098	81%	11%	-15%	-4%	-14%	-6%	-8pp.	1pp.
		LATAM	75.424	8.802	84.226	96.293	87%	10%	-13%	4%	-11%	-5%	-6pp.	2pp.
	New York	AR	57.134	19.173	76.307	89.343	85%	25%	-8%	9%	-4%	0%	-4pp.	3pp.
		American Airlines	53.950	20.079	74.029	88.464	84%	27%	-5%	-7%	-6%	2%	-7pp.	0pp.
		United Airlines	38.746	24.931	63.677	76.611	83%	39%	1449%	753%	1074%	889%	13pp.	-15pp.
	Total general		616.069	238.256	854.325	1.009.469	85%	28%	-3%	9%	0%	5%	-4pp.	2pp.



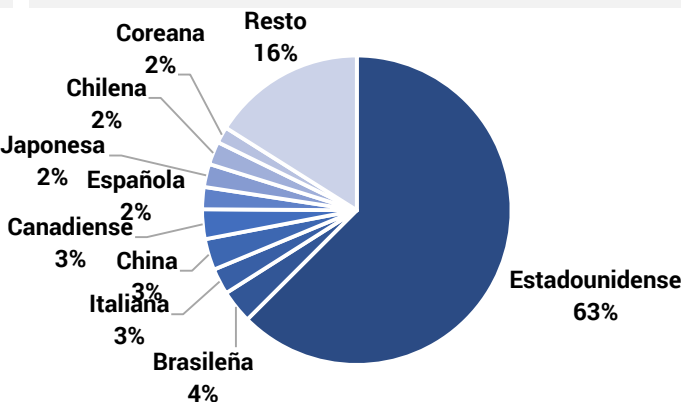
Fuente: SGTur en base a Dirección Nacional de Migraciones, ANAC y OAG Analytics.

Extranjeros por nacionalidad en las rutas directas con EE.UU.

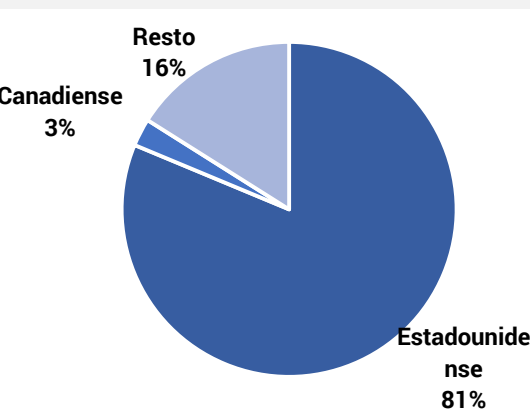
Nacionalidades por la ruta BUE-Miami.
Ene-nov 2018



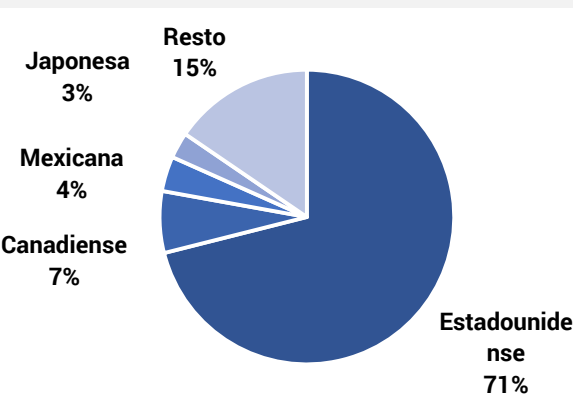
Nacionalidades por la ruta BUE-Nueva York.
Ene-nov 2018



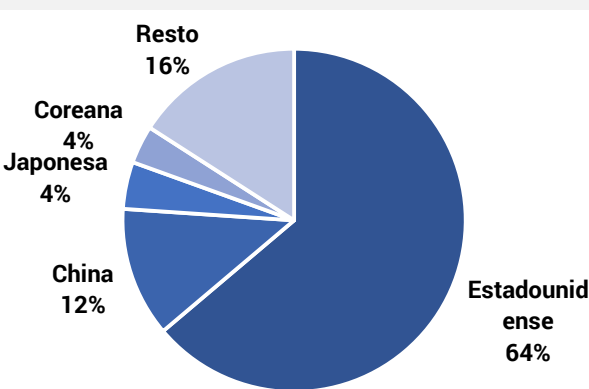
Nacionalidades por la ruta BUE-Atlanta.
Ene-nov 2018



Nacionalidades por la ruta BUE-Houston.
Ene-nov 2018



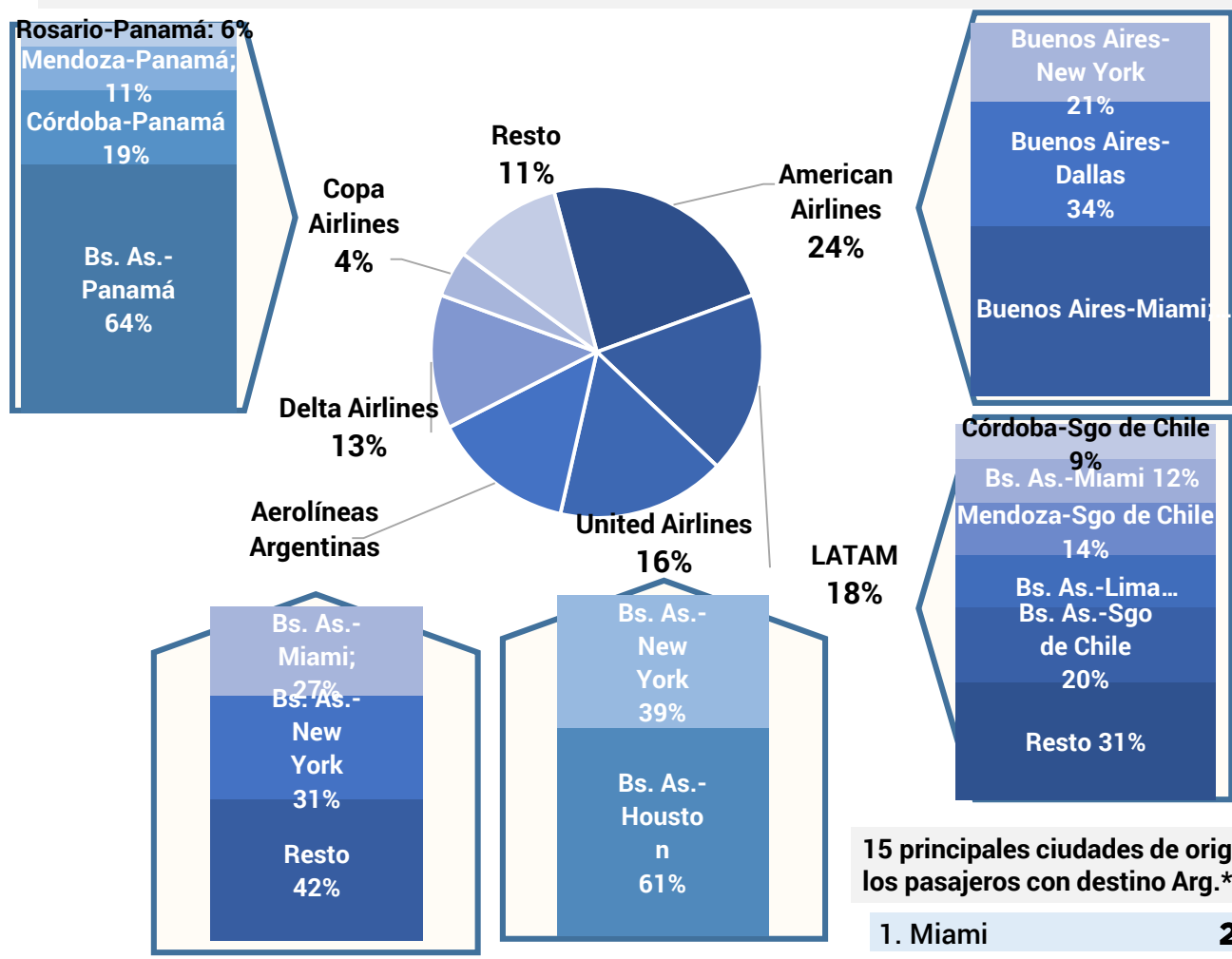
Nacionalidades por la ruta BUE-Dallas.
Ene-nov 2018



Fuente: SGTur en base a Dirección Nacional de Migraciones, ANAC y OAG Analytics.

CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO ESTADOUNIDENSE POR VÍA AÉREA

Aerolíneas y rutas utilizadas por los estadounidenses para ingresar a Argentina.
Ene-nov 2018*



15 principales ciudades de origen de los pasajeros con destino Arg.**

1. Miami	23%
2. New York	19%
3. Los Ángeles	8%
4. Houston	4%
5. San Francisco	3%
6. Washington	3%
7. Chicago	2%
8. Boston	2%
9. Denver	2%
10. Orlando	2%
11. Atlanta	2%
12. Dallas	2%
13. Washington DC	2%
14. Seattle	1%
15. Minneapolis/St. Paul	1%

Oferta de asientos programada para 2019**

Aerolínea	Ciudad de Origen	Ciudad de destino	2019
Aerolíneas Argentinas	Buenos Aires	Miami	194.208
Aerolíneas Argentinas	Buenos Aires	New York	99.280
American Airlines	Buenos Aires	Dallas	94.068
American Airlines	Buenos Aires	Los Angeles	43.890
American Airlines	Buenos Aires	Miami	208.598
American Airlines	Buenos Aires	New York	99.645
American Airlines	Córdoba	Miami	24.871
Delta Air Lines	Buenos Aires	Atlanta	102.762
LATAM	Buenos Aires	Miami	109.174
United Airlines	Buenos Aires	Houston	97.455
United Airlines	Buenos Aires	New York	87.600
Total			1.161.551

Fuentes:
*SGTur en base a Dirección Nacional de Migraciones, ANAC y OAG Analytics.
** OAG Analytics.

SECRETARÍA DE GOBIERNO DE TURISMO DE LA NACIÓN

DIRECCIÓN NACIONAL DE MERCADOS Y ESTADÍSTICA

Suipacha 1111 - Piso 20 - (C1008AAW)

Tel.: +54 (011) 4316-1600 Int. 2234/5

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

República Argentina

Para mayor información:

economia@turismo.gob.ar

www.yvera.gob.ar/estadistica

<https://www.argentina.gob.ar/turismo/>