



■

REINO UNIDO

Octubre 2019
VERSIÓN PRELIMINAR

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

- ✓ **Reino Unido ocupa el 13° puesto** en el ranking de llegadas de turistas extranjeros a la Argentina (asciende un lugar respecto al año 2017) con un total de 102 mil arribos (+10,3% i.a.) en el año 2018.
- ✓ **Vía de ingreso:** la vía de ingreso más importante para los turistas del Reino Unido es la **aérea** (51% del total de turistas), seguida por la terrestre (28%) y la fluvial/marítima (21%) principalmente cruceros.
- ✓ **Edad:** dentro de la estructura etaria de los turistas británicos, el grupo más importante son los **adultos mayores de 60 años** que representa el 33% del total, el 22% el grupo entre 45 y 59 años de edad, al igual que el de entre 30 y 44 años.
- ✓ **Estacionalidad:** la **temporada alta** del turismo británico es en el **1er. trimestre** (40% de las llegadas), con un pico en el mes de **febrero** que concentra el 17% de los viajes, los meses de menor intensidad son entre abril y septiembre.

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

- ✓ **Gasto:** el turista británico realiza un **gasto promedio por estada de US\$ 1.346** y un gasto promedio **diario de US\$ 84**.
- ✓ **Estadía promedio** de los turistas **16 noches** y por motivo ocio **15 noches**.
- ✓ **Motivo del viaje:** el **49% viene por “vacaciones/ocio”**, el 29% por visita de “familiares y amigos” y “negocios” el 18% de los turistas.
- ✓ **Tipo de alojamiento:** el **47% se hospedan en hoteles**, el 31% en categoría 4 y 5 estrellas y el 16% en categoría 1 a 3 estrellas, el 26% en casa de familiares y/o amigos, hostel (14%).
- ✓ **Estacionalidad:** la mayor cantidad de turistas británicos **por motivo de ocio** llega a Argentina en el **cuarto (43%) y primer trimestre del año (25%)**.
- ✓ **Uso de paquetes turísticos:** el 18% de los **turistas por ocio** utiliza paquetes.
- ✓ **Fuentes de información:** un 46% de los turistas por ocio visitó el país por **recomendación de familiares o amigos** y un 40% por promoción en medios digitales, principalmente en páginas web.
- ✓ **Destinos:** el 92% visita la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, otros destinos visitados fueron El Calafate/Glaciario Perito Moreno (21%), Ushuaia (20%), las Cataratas del Iguazú (16%) y/o Mendoza/Aconcagua (15%).



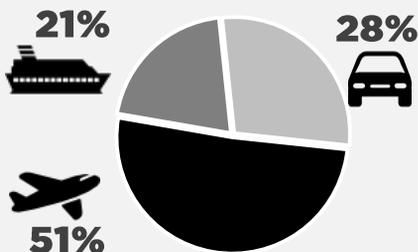
102.117 arribos 2018
(+10,3% i.a.)

Puesto
13°

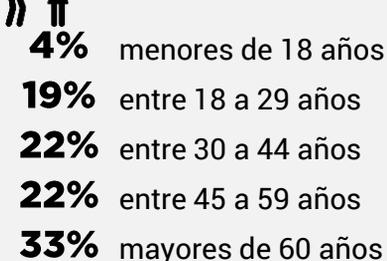
Ranking 2018 de llegadas de turistas extranjeros (por todas las vías)

Perfil del turista por todas las vías (2018)

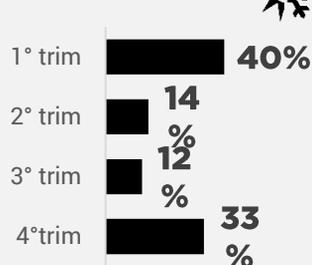
Vías de ingreso a Argentina



Edad de los turistas



Estacionalidad



Perfil del turista por vía aérea (2018)



834 mil
Pernoctaciones totales



16 noches
Estadía media

Motivo de la visita a Argentina



Tipo de alojamiento



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

PERFIL DEL TURISTA BRITÁNICO

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



US\$ 1.535

Gasto medio por estada

US\$ 113

Gasto medio diario



14 noches

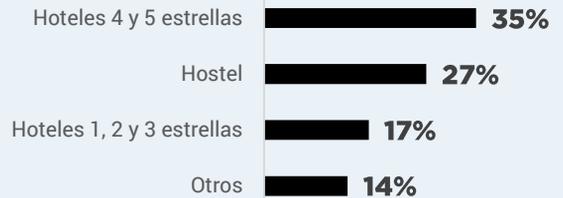
Estadía media



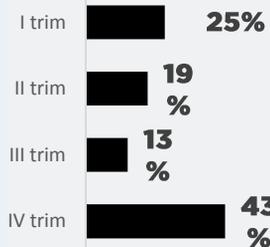
Qué actividades realizan



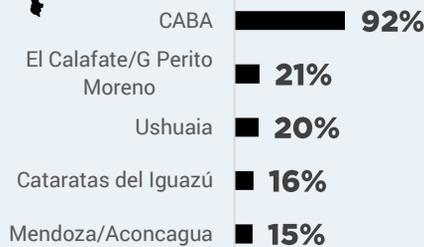
Qué tipos de alojamiento utilizan



Cuándo viajan



Qué lugares visitan



18% usa paquetes turísticos



14% decidió visitar Argentina por promoción en medios tradicionales (off line)



46% visitó Argentina por recomendación de familiares/amigos



40% decidió visitar Argentina por promoción en medios digitales (páginas web)

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



US\$ 1.973

Gasto medio por estada

US\$ 123

Gasto medio diario

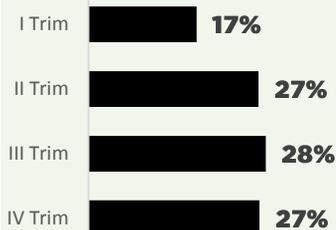


15 noches

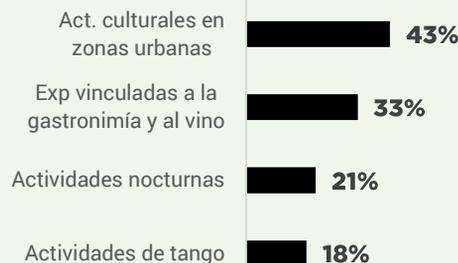
Estadía media



Cuándo viajan



Qué actividades realizan



Qué tipos de alojamiento utilizan



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

*El perfil es construido mediante la agregación de los datos correspondientes a 2014-2017

** El perfil es construido mediante la agregación de los datos correspondientes a 2010 -2018.



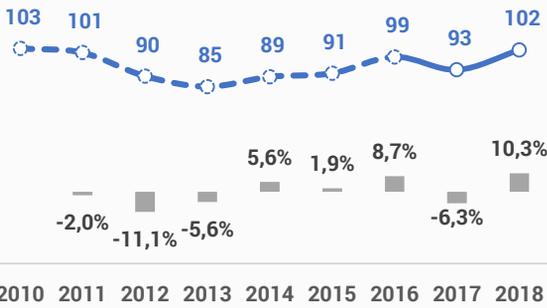
Análisis comparativo: turismo emisor británico al mundo y a la Argentina

A partir del año 2013 y hasta el 2017, el turismo emisor de Reino Unido hacia el exterior fue creciente y sostenido, en cambio en el gasto turístico total alcanzó unos US\$ 74 mil millones (+3,8% i.a.) en el año 2015 para luego caer en los años posteriores y ubicarse en US\$ 71 mil millones (-2% i.a.) en el año 2017 (último dato disponible OMT). Este retroceso pudo deberse a la depreciación de la libra esterlina frente al dólar y al euro como consecuencia del Brexit a mediados del 2016.

El turismo británico hacia la Argentina comenzó a recuperarse desde el año 2014, a excepción del año 2017 que tuvo caídas en todas las vías (-6,3% i.a.), en parte afectado por la disminución del gasto de los británicos en el exterior. Para el año 2018 las llegadas de residentes británicos a la Argentina creció 10,3% respecto al año anterior, por la vía aérea (51% de las llegadas) tuvo un crecimiento del 10,1% i.a.; en la vía terrestre (+15,3% i.a.) y la fluvial/marítima (+4,5% i.a.). En este aumento influyó significativamente la nueva ruta BUE-LON de Norwegian (ver sección Conectividad).

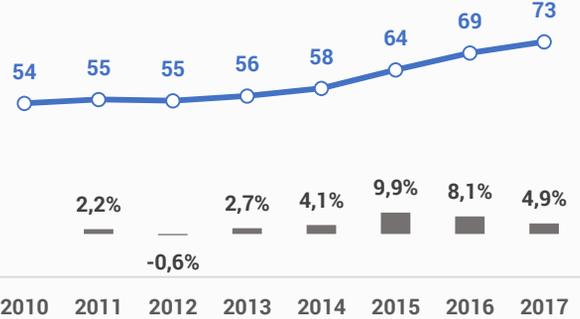
Turismo emisor británico a la Argentina

Llegadas de turistas británicos a Argentina
Miles de turistas

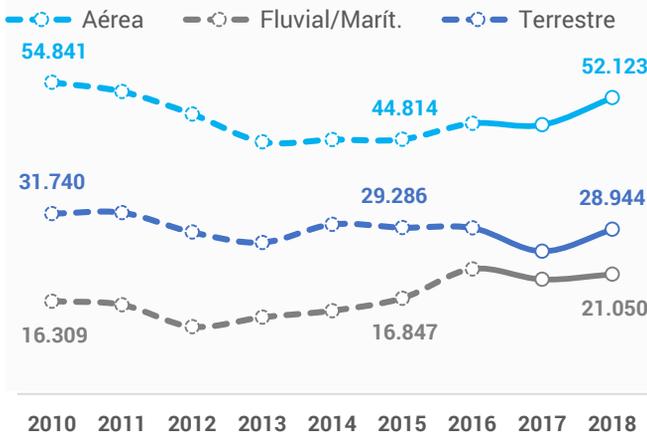


Turismo emisor británico hacia el mundo

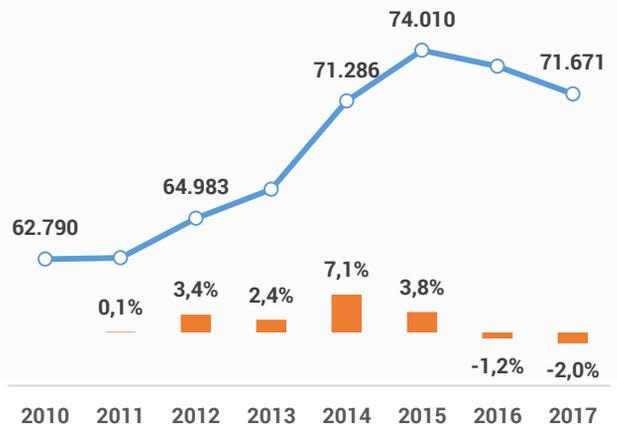
Llegadas de británicos al mundo
Millones de turistas y variación i.a.



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



Gasto de turistas británicos en el exterior
Millones de dólares



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

DESTINOS ELEGIDOS POR LOS TURISTAS BRITÁNICOS

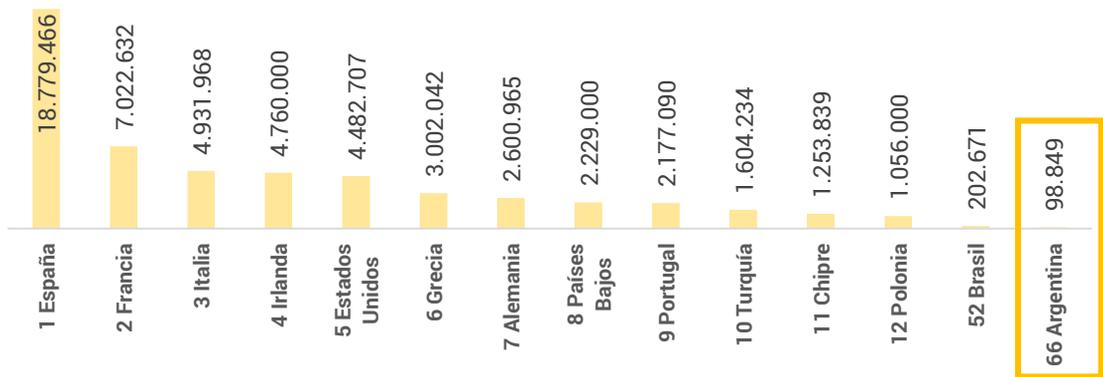
Los destinos europeos (77%) son los más escogidos por los británicos: dentro de los 10 más importantes, sólo EEUU está fuera del viejo continente. Argentina se ubica en el puesto 61 y concentró sólo el 0,1% del emisorio británico en el año 2016.

Dentro de Sudamérica, Brasil se ubica primero y concentra el 35% de las llegadas de los turistas británicos, Argentina en segundo lugar con el 18%, Perú tercero (13%) y Chile cuarto (10%).

Brasil tuvo un crecimiento del 11% entre 2010-2017, respecto al volumen duplica en turistas a la Argentina. El mercado de mayor crecimiento en el período fue Colombia, que pasó de 20 mil turistas en el año 2010 a 48 mil en 2017 (último dato disponible OMT).

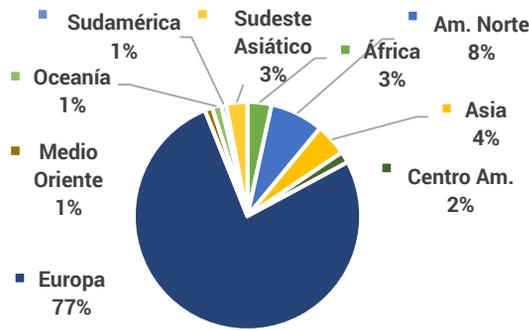
Top de destinos de turismo emisorio británico + Argentina

Miles de turistas británicos a cada país. Año 2017.



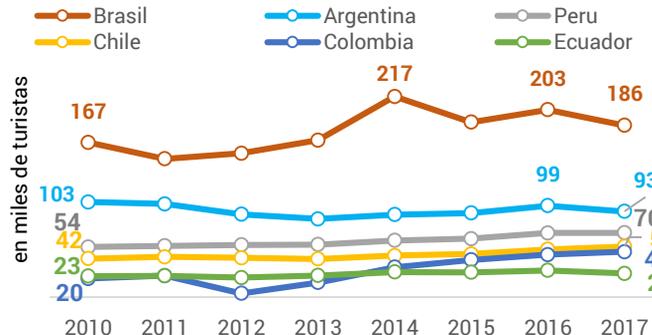
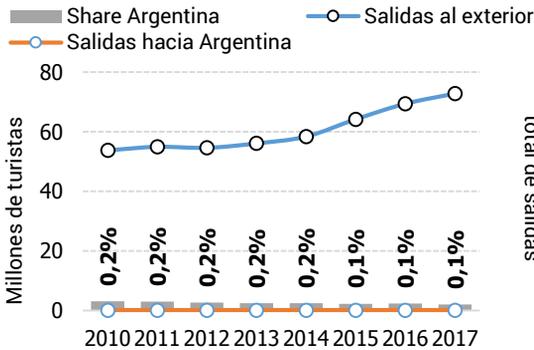
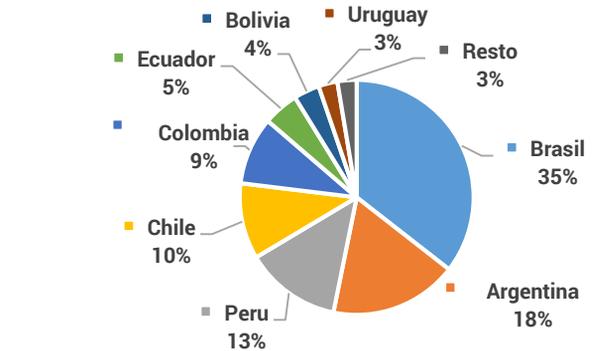
Turismo emisorio británico hacia el mundo

Participación de mercado. Año 2017



Turismo emisorio británicos hacia Sudamérica

Participación de mercado. Año 2017

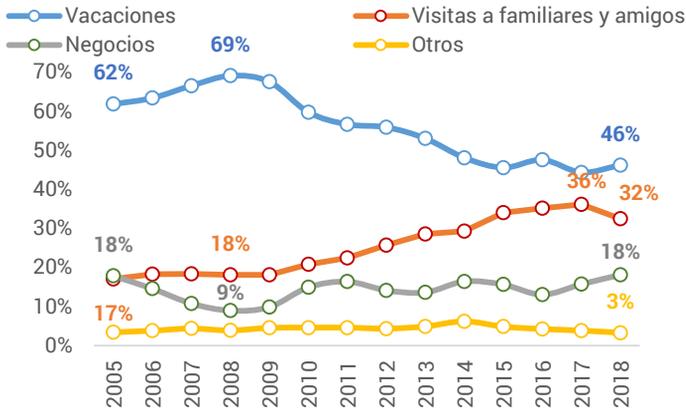


Fuente: SEGTur en base a Organización Mundial de Turismo (OMT)

Crecimiento de las llegadas 2010-2017	-10%	+11%	+144%	+28%
	Arg.	Brasil	Colombia	Perú

Análisis del turismo británico por motivo

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

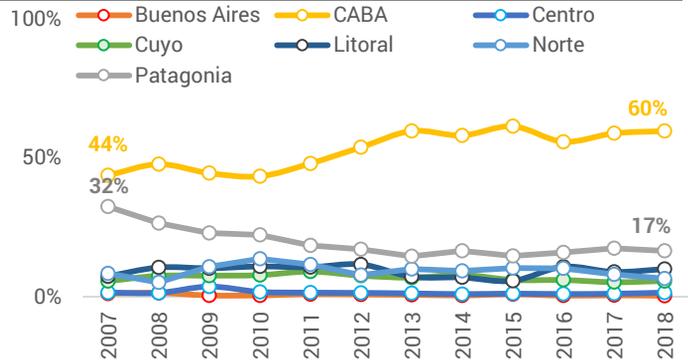


El análisis del motivo de viaje para el turismo británico por vía aérea muestra una tendencia decreciente de “vacaciones y ocio” en el período 2008-2015 (perdió 25 puntos porcentuales en participación) aunque se mantiene en 1er. lugar. Entre 2015 y 2018 se observó un sostenimiento. El segmento ganador fue “visitas a familiares y amigos” que crecieron del 18% al 36% en proporción del total de turistas para el mismo periodo. Para el año 2018 el 46% de los turistas vinieron a la Argentina por motivo “vacaciones”, en segundo lugar con el 32% por “visita a familiares o amigos” y el tercero “negocios” con el 18%.

Regiones turísticas de Argentina visitadas

De los viajeros británicos registrados en establecimientos hoteleros y para-hoteleros en 2018, el 60% se alojó en CABA, siendo así el destino más concurrido del país.

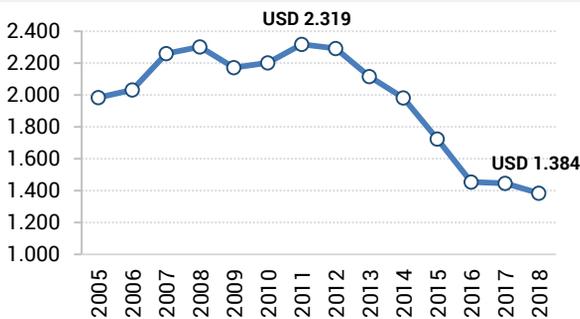
La Patagonia es la segunda región con más visitantes (17%), concentrados en Ushuaia, Bariloche y Calafate. El Litoral (10%) principalmente en Puerto Iguazú, luego Norte y Cuyo (6% c/u) siendo las ciudades de Salta y Mendoza los destinos más importantes. Por último Córdoba sólo alcanza el 1% de las visitas.



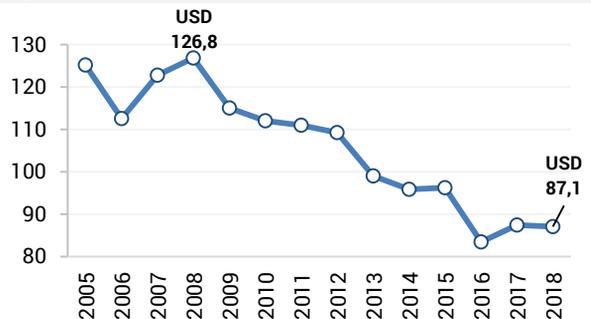
Análisis comparativo: gasto turístico británico en Argentina

El gasto promedio por viaje de los turistas británicos en Argentina se ubicó en US\$ 1.384 si contemplamos las llegadas por vía aérea para el año 2018, esto representa un desmejoramiento del gasto si consideramos al año 2011 cuando el gasto alcanzó los US\$ 2.319, en línea con los cambios en los motivos de viaje. En 2018, si bien se redujo el gasto medido en US\$, al analizarlo en Pesos y descontando el efecto de la inflación, se observó un incremento del 21% respecto del año anterior. En términos del gasto promedio diario en el año 2018 alcanzó los US\$ 87.

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



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



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

Análisis de la estacionalidad

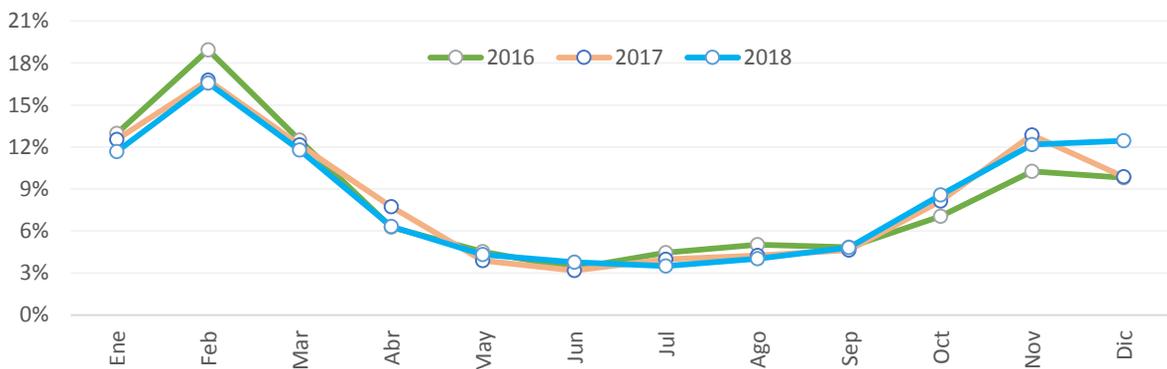
La mayor cantidad de turistas británicos llegan a Argentina principalmente en los primeros meses del año (enero-marzo) seguido se encuentran los meses noviembre-diciembre. La estacionalidad en los meses de verano es considerable ya que estos concentran entre 2 y 3 veces la cantidad de turistas que llegan durante los restantes meses.

En cuanto a la antelación con la que deciden el viaje, el 30% lo hace con un período de más de 1 mes y 3 meses de anticipación; en segundo lugar el 23% lo hace en más de 3 y hasta 6 meses, es decir que quienes llegan en verano deciden en general su viaje en el invierno o la primavera del año anterior, y un tercer grupo el 21% planifica el viaje entre 1 semana y 1 mes.

En la distribución mensual de las llegadas por edades se observa que el grupo de más de 60 años prefiere viajar en el 1er. trimestre (con un pico del 28% en el mes de febrero), el resto de los grupos se comportan de manera similar. Un dato a destacar es la fuerte participación de los menores de 18 años en el mes de enero y agosto, indicando la presencia de mayores viajes familiares.

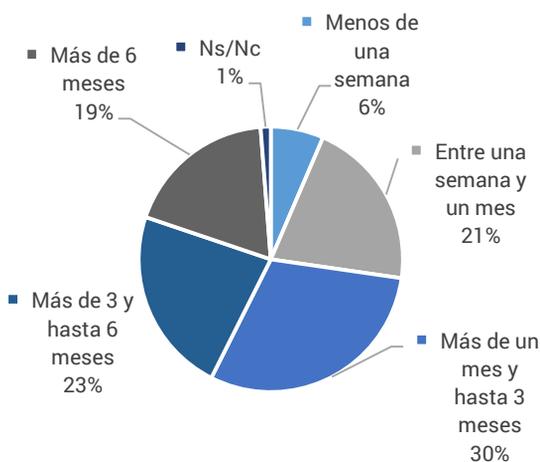
Llegadas de turistas británicos a Argentina por mes

Participación % en el total de llegadas de cada año. Años 2016-2018



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
Enero	17%	9%	11%	11%	14%
Febrero	7%	9%	9%	14%	28%
Marzo	5%	12%	11%	12%	14%
Abril	14%	10%	10%	9%	4%
Mayo	2%	8%	6%	5%	2%
Junio	2%	6%	4%	5%	3%
Julio	9%	6%	4%	3%	1%
Agosto	18%	6%	5%	4%	1%
Septiembre	3%	6%	5%	5%	3%
Octubre	7%	7%	9%	9%	6%
Noviembre	4%	10%	13%	12%	12%
Diciembre	11%	11%	13%	12%	11%
	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (SGTur-Indec).

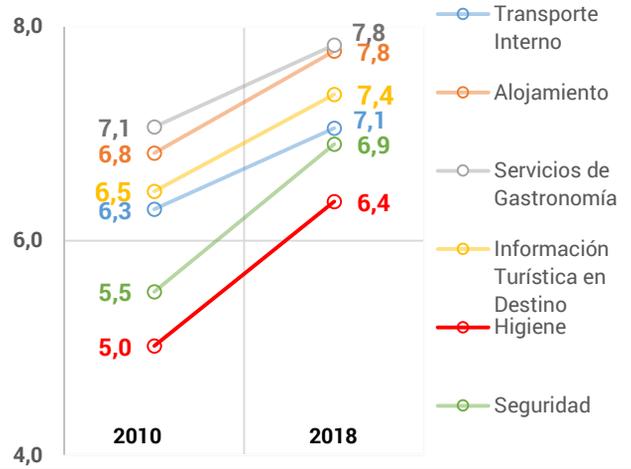
Análisis comparativo calidad de los servicios

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 británicos entre el periodo 2010-2018.

El servicio que mejor desempeño tuvo en estos años fue el de **“Seguridad”** pasando de una calificación de 5,5 a 6,9 puntos junto a **“Higiene”** que pasó de 5,0 a 6,4 puntos.

Para la evaluación en el año 2018 los **“Servicios de Gastronomía”** y **“Alojamiento”** obtuvieron las mejores puntuaciones con 7,8 cada uno.



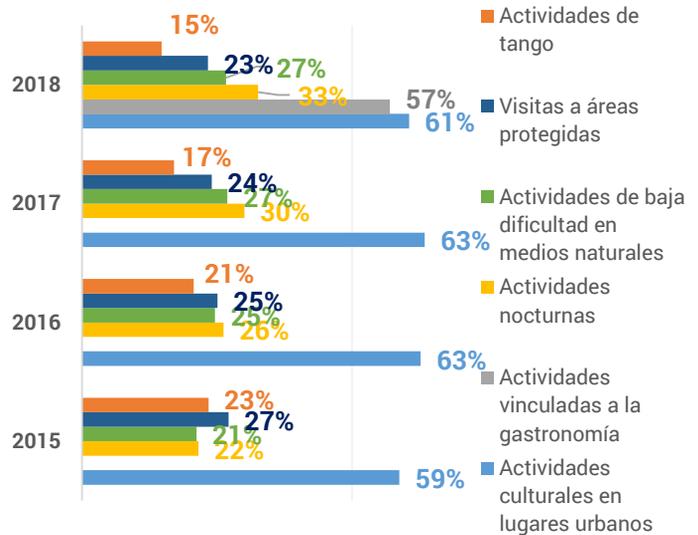
Actividades realizadas durante el viaje

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

Las principales actividades realizadas por los turistas británicos 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.).

Las **“actividades de tango”** pierde interés en los últimos años, sin embargo sigue siendo una de las principales.



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

La elección del destino Argentina de los turistas británicos, 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 pero más alejado de los primeros es la **“presencia de amigos”** en el país.



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

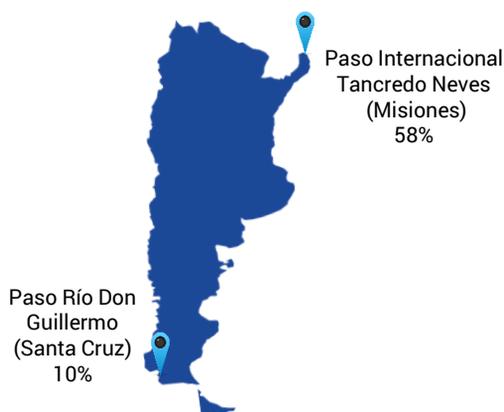
Análisis del turismo británico por vía de terrestre

Vía Terrestre. Llegadas de turistas británicos

Participaciones porcentuales. Año 2018

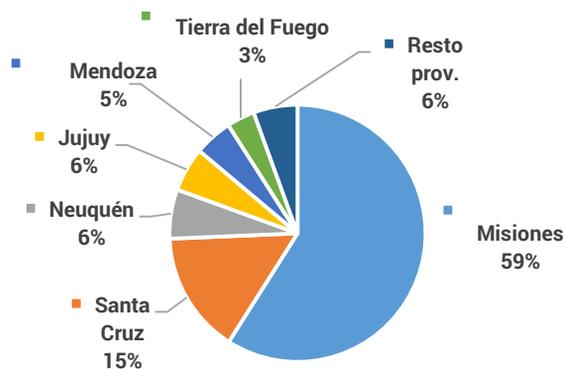
La vía terrestre muestra un crecimiento del 15% en el volumen de turistas ingresados al país (29 mil británicos).

El análisis de los pasos terrestres muestra que los más utilizados por británicos son los que limitan con la provincia de Misiones (59% del total terrestre), el más significativo es el paso fronterizo "Tancredo Neves" en la localidad de Puerto Iguazú por su cercanía al **Parque Nacional Iguazú**. En menor medida la provincia de **Santa Cruz** (10% de las llegadas terrestres) donde a pocos kilómetros se encuentra el **Parque Nacional Los Glaciares**.



Vía terrestre. Ingresos de turistas británicos por provincia de la Argentina y grupos de edad.

Participación porcentual. Año 2018



Edad de los turistas

- 3%** menores de 18 años
- 30%** entre 18 a 29 años
- 21%** entre 30 a 44 años
- 17%** entre 45 a 59 años
- 30%** mayores de 60 años

El ingreso de turistas por vía terrestre a través de las provincias argentinas muestra una mayor participación para **Misiones** (59%), en segundo lugar **Santa Cruz** (15%) y tercero Neuquén junto a Jujuy (6% cada una de ellas).

Dentro de la estructura etaria de los turistas británicos, por vía terrestre, los dos grupos más importante son los **jóvenes de entre 18 a 29 años de edad** y los **adultos mayores de 60 años** que representan cada uno el 30% del total, seguido con el 21% el grupo entre 30 y 44 años de edad.

A su vez se destaca la poca participación de niños/adolescentes en el arribo de turistas británicos hacia Argentina, asociándose con escasa proporción de grupos familiares.

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

(respuestas múltiples)



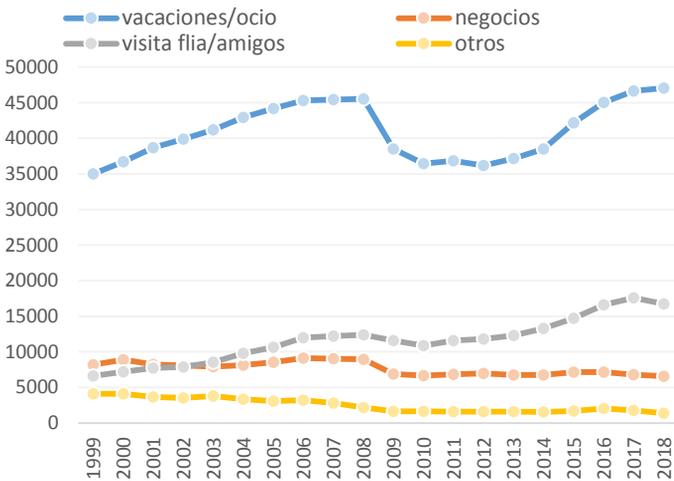
Pasando ahora a información sobre lo turistas británicos hacia el mundo en general, lo más valorado por ellos a la hora de decidir el lugar de viaje es la seguridad, con una distancia de 10 puntos sobre el segundo factor más elegido (la buena comida y el vino).

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.

Viajes de británicos por motivo de viaje

En miles



En cuanto a los motivos de viaje, en 2018 cerca de dos tercios de los mismos fueron orientados a vacaciones y ocio. Puede verse que los mismos 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 2009-2018.

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

RESUMEN DE CONECTIVIDAD CON REINO UNIDO Y TURISMO RECEPTIVO BRITÁNICO POR VÍA AÉREA

OFERTA DE ASIENTOS ARGENTINA-REINO UNIDO

- La conectividad directa entre Reino Unido y Argentina cuenta con una única ruta directa entre Bs. As. y Londres.
- En 2018 tuvo 165.300 asientos, un 66% más que en 2017, gracias a la incorporación de Norwegian.
 - 60% lo aporta British Airways y 40% Norwegian UK.

DEMANDA/PASAJEROS ARGENTINA-REINO UNIDO

- En términos de pasajeros, en 2018 se registraron 139.100 resultando en una tasa de ocupación promedio anual de 84%.
 - En el caso de British, alcanzó el 87% promedio anual.
- Respecto a la composición por nacionalidad de los vuelos, el 36% de los pasajeros, en promedio, ingresa a la Argentina con documento extranjero.
 - British es la de mayor componente de extranjeros con el 39%.
 - 86% de los extranjeros que utilizan la ruta son Europeos, con mayoría de británicos. Los europeos en la ruta tuvieron un incremento del 33% que se evidenció en casi todas las nacionalidades.
 - Se destacan los fuertes incrementos de países nórdicos vinculados a la aparición de Norwegian.

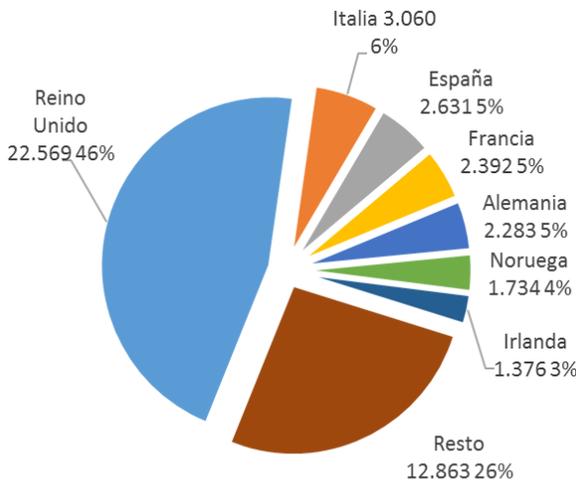
ANÁLISIS DEL TURISMO BRITÁNICO POR VÍA AÉREA

- Reino Unido cerró 2018 con un crecimiento de llegadas aéreas de 10%.
- Este aumento se concentró principalmente en Buenos Aires (+4mil pax, +9%), Mendoza también mostró un crecimiento.
- La principal ciudad de origen, Londres, mostró un crecimiento significativo (+5mil pax, +29%), en el que influyó la nueva ruta directa con BUE de Norwegian. Entre las demás ciudades europeas, Ámsterdam es otra que creció levemente, pero Madrid (-35%) y Frankfurt (-28%) tuvieron caídas. En los orígenes sudamericanos (Santiago de Chile, San Pablo, Río de Janeiro, Lima) se observaron aumentos en las llegadas.
- Para el 2019 la programación de asientos muestra un incremento del 37% gracias a que Norwegian agrega 60 mil asientos a Londres. British Airways no varía la oferta de asientos.

Oferta de asientos, pasajeros transportados y composición por nacionalidad de las rutas directas con Reino Unido. Año 2018

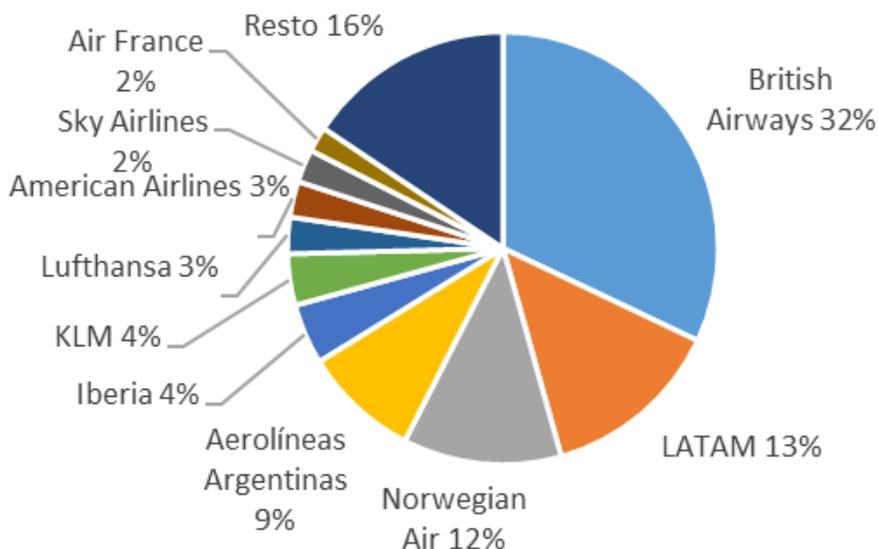
		2018							Variaciones							
Destino	Origen	Empresa	Asientos	Pax arg	Pax ext	Pax brit	PAX total	Ocupación	Tasa de ext.	Asientos	Pax arg	Pax ext	Pax brit	PAX total	Ocupación	Tasa de ext.
Buenos Aires	Londres	British Airways	99.626	53.019	33.457	16.456	86.476	87%	39%	0%	2%	-11%	-4%	-3%	-3 p.p.	-3 p.p.
		Norwegian Air	65.646	35.762	16.872	6.113	52.634	80%	32%							
Total			165.272	88.781	50.329	22.569	139.110	84%	36%	66%	71%	35%	31%	56%	-5 p.p.	-6 p.p.

Nacionalidad de los pasajeros que utilizan la ruta BUE-LON. Año 2018



Continente	País	2018	Variación
Europa	Reino Unido	22.569	31%
	Italia	3.060	22%
	España	2.631	46%
	Francia	2.392	12%
	Alemania	2.283	18%
	Noruega	1.734	250%
	Suecia	1.421	40%
	Irlanda	1.376	30%
	Resto	5.883	34%
	Total Europa		43.349
América del Sur	Chile	781	112%
	Uruguay	700	116%
	Brasil	391	45%
	Resto	712	118%
Total América del Sur		2.584	101%
Asia	Israel	733	-11%
	Japón	367	98%
	Rusia	365	1%
	China	227	68%
	India	202	11%
	Resto	546	6%
Total Asia		2.440	11%
América del Norte	Estados Unidos	1.058	43%
	Canadá	185	47%
	México	117	44%
Total América del Norte		1.360	43%
Oceanía	Australia	297	52%
	Nueva Zelanda	92	59%
	Islas Fidji	1	0%
Total Oceanía		390	53%
África		123	31%
América Central y Caribe		68	66%

Aerolíneas utilizadas por los británicos para ingresar a Argentina. Año 2018



Pasajeros británicos por ruta

	ORIGEN	DESTINO	2017	2018	Var. i.a.
1.	Londres	Buenos Aires	17.227	22.138	28,5%
2.	Stgo. de Chile	Buenos Aires	3.926	3.821	-2,7%
3.	Sao Paulo	Buenos Aires	3.199	3.204	0,2%
4.	Madrid	Buenos Aires	4.840	3.136	-35,2%
5.	Río de Janeiro	Buenos Aires	1.673	1.731	3,5%
6.	Ámsterdam	Buenos Aires	1.251	1.653	32,1%
7.	Frankfurt	Buenos Aires	1.947	1.406	-27,8%
8.	Stgo. de Chile	Mendoza	1.008	1.305	29,5%
9.	Lima	Buenos Aires	1.112	1.072	-3,6%
10.	New York	Buenos Aires	906	1.062	17,2%

Pasajeros británicos por compañía

	EMPRESA	2017	2018	Var. i.a.
1.	British Airways	17.227	16.472	-4,4%
2.	LATAM	6.087	6.949	14,2%
3.	Norwegian Air		5.666	-
4.	Aerolíneas Argentinas	3.855	4.486	16,4%
5.	Iberia	3.337	2.312	-30,7%
6.	KLM	1.496	1.969	31,6%
7.	Lufthansa	1.947	1.406	-27,8%
8.	American Airlines	1.654	1.363	-17,6%
9.	Sky Airlines	858	1.259	46,7%
10.	Air France	1.238	971	-21,6%

DIRECCIÓN NACIONAL DE MERCADOS Y ESTADÍSTICA
Y
DIRECCIÓN DE OBSERVATORIO DE LA CONECTIVIDAD

SECRETARÍA DE GOBIERNO DE TURISMO DE
ARGENTINA

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