



■
**REINO
UNIDO**

Abril 2020
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 (mismo lugar que el año 2018) con un total de 115 mil arribos (+12,9% i.a.) en el año 2019.
- ✓ **Vía de ingreso:** la vía de ingreso más importante para los turistas del Reino Unido es la **aérea** (50% del total de turistas), seguida por la terrestre (29%) 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 34% del total, el 22% entre 30 y 44 años, seguido por el 21% entre 45 y 59 años de edad.
- ✓ **Estacionalidad:** la **temporada alta** es en el **1er. trimestre** (42% de las llegadas), con un pico en el mes de **febrero** que concentra el 15% de los viajes totales, los meses de menor intensidad son entre mayo y septiembre.
- ✓ **Regiones visitadas:** las pernoctaciones en hoteles y parahoteles de los turistas británicos tuvieron como principal destino a CABA (58%) y Patagonia (21%).

TURISMO POR VÍA AÉREA (EZEIZA, AEROPARQUE , CÓRDOBA Y MENDOZA)

- ✓ **Gasto:** el turista británico realiza un **gasto promedio por estada de US\$ 1.323** y un gasto promedio **diario de US\$ 84**. El turista de ocio y negocios tienen gasto promedio de US\$ de 1.539 y US\$ 1.678 respectivamente.
- ✓ **Estadía promedio** de los turistas **16 noches** y por motivo ocio **13 noches**.
- ✓ **Motivo del viaje:** el 55% **viene por "vacaciones/ocio"**, el 29% por visita de "familiares y amigos" y 13% por "negocios".
- ✓ **Tipo de alojamiento:** el **30%** se hospedan en hoteles de categoría **4 y 5 estrellas**, el 26% en casa de familiares y/o amigos y con 13% cada uno en hostel ó alquiler de casa o depto.
- ✓ **Uso de paquetes turísticos:** el 22% 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 36% por promoción en medios digitales (páginas web).

CONECTIVIDAD AÉREA

- ✓ **El 51% de los viajeros británicos ingresaron al país por vía directa** (Londres), mientras que un 15% lo hizo por otras rutas europeas.
- ✓ **1 ruta directa** entre Argentina y Reino Unido : **Londres-Bs As.**
- ✓ **2 aerolíneas** operando vuelos regulares entre ambos países: **Norwegian** (desde aeropuerto Gatwick) y **British Airways** (desde aeropuerto Heathrow).





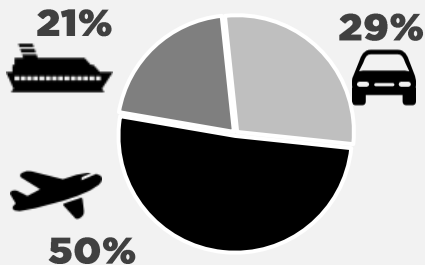
115.301 arribos 2019
(+12,9% i.a.)

Puesto
13°

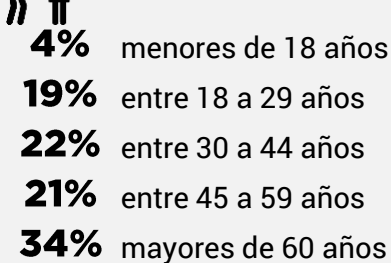
Ranking 2019 de llegadas de turistas extranjeros (por todas las vías)

Perfil del turista por todas las vías (2019)

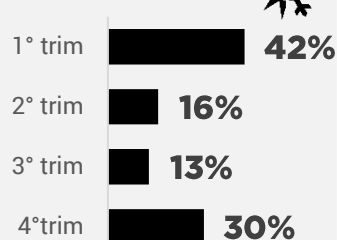
Vías de ingreso a Argentina



Edad de los turistas



Estacionalidad



Perfil del turista por vía aérea (2019)

Gasto **US\$ 76 millones** Gasto total **US\$ 1.323** Gasto medio por estada **US\$ 85** Gasto medio diario



897 mil
Pernotaciones totales



16 noches
Estadía media

Motivo de la visita a Argentina



Vacaciones/ocio
55%



Visita a familiares y amigos
29%



Negocios
13%



Otros
4%

Tipo de alojamiento



4 y 5 estrellas
30%



1,2 y 3 estrellas
15%



Casa de familiares y amigos
26%



Hostel
13%



Alquiler de casa o depto.
13%

Fuente: MinTurDep 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\$ 1.539

Gasto medio por estada

US\$ 120

Gasto medio diario

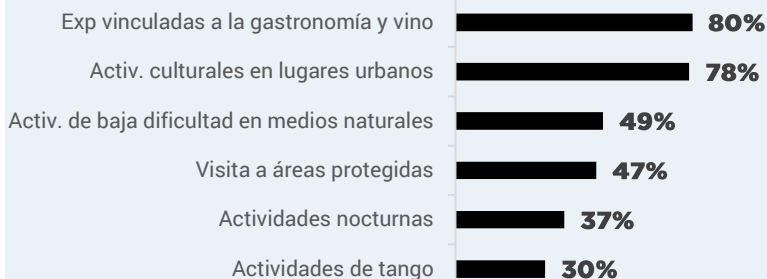


13 noches

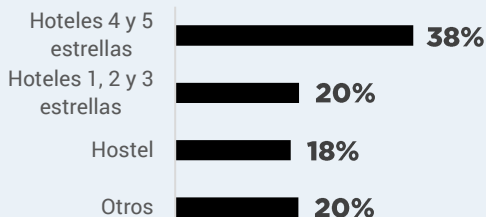
Estadía media



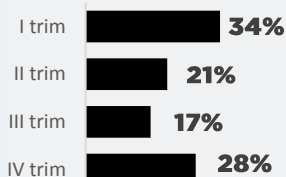
Qué actividades realizan



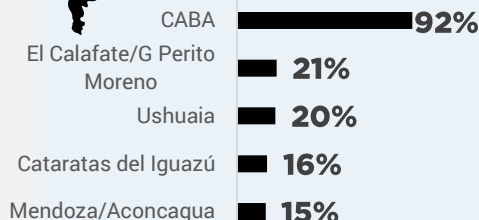
Qué tipos de alojamiento utilizan



Cuándo viajan



Qué lugares visitan



22% usa paquetes turísticos

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



15%



46%

visitó Argentina por recomendación de familiares/amigos



36%

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

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



US\$ 1.678

Gasto medio por estada

US\$ 139

Gasto medio diario

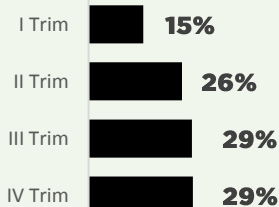


12 noches

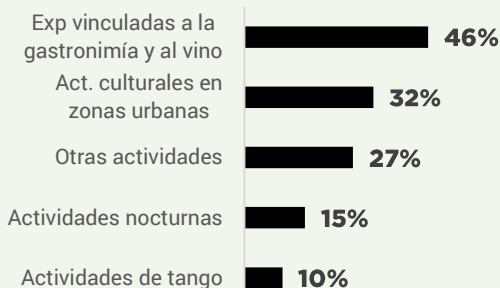
Estadía media



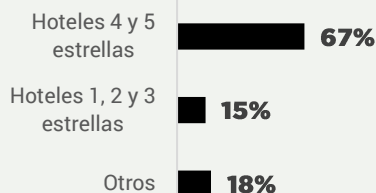
Cuándo viajan



Qué actividades realizan



Qué tipos de alojamiento utilizan



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

* El perfil es construido mediante la agregación de los datos correspondientes a 2013 -2019.



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

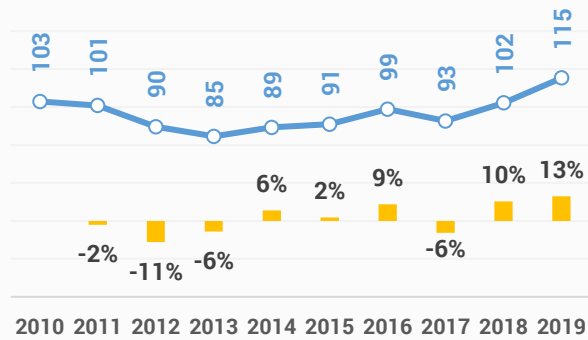
Argentina recibió 115 mil turistas de Reino Unido en el año 2019, siendo el segundo año de crecimiento consecutivo y marcando un nuevo récord en la serie histórica de las llegadas de los turistas británicos al país. En el turismo emisor de Reino Unido tuvo una caída de 1,4% i.a. y un nivel de salidas de 70 millones de turistas. El gasto total creció 5,7% respecto al año anterior.

El turismo británico hacia la Argentina, en el año 2019, muestra una predominancia de la vía aérea (50% del total), la vía terrestre tiene el 29%, mientras que la vía fluvial/marítima concentra el 21% de las llegadas, evidenciando la relevancia del turismo de cruceros en este mercado.

En el año 2019 el turismo británico hacia Argentina se incrementó 12,9% respecto al año anterior. Se observa un crecimiento por todas las vías de llegadas, en la aérea los arribos crecieron 10,5% i.a.; por la terrestre +16,0% i.a. y en la vía fluvial/marítima un incremento de 14,7% interanual.

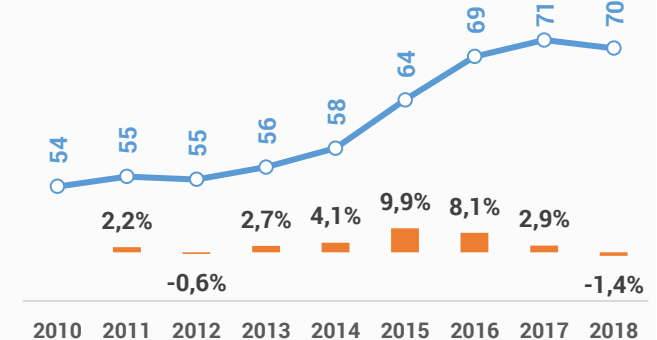
Turismo emisor británico a la Argentina

Llegadas de turistas británicos a Argentina
Miles de turistas

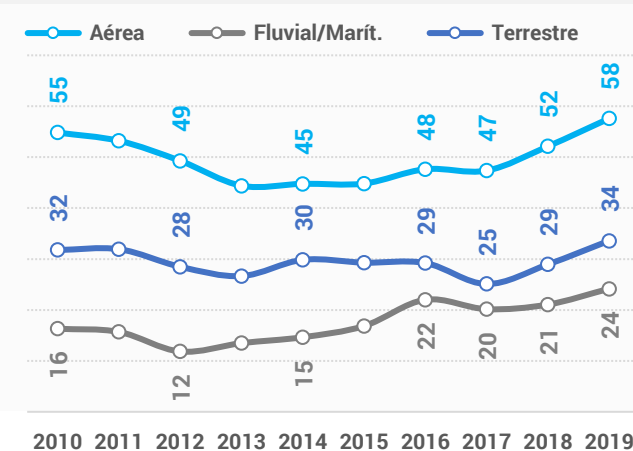


Turismo emisor británico hacia el mundo

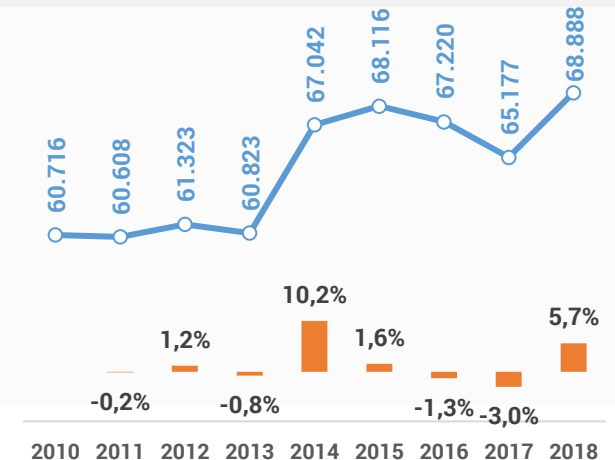
Llegadas de británicos al mundo
Millones de turistas y variación i.a.



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



Gasto de turistas británicos en el exterior
Millones de dólares



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

DESTINOS ELEGIDOS POR LOS TURISTAS BRITÁNICOS

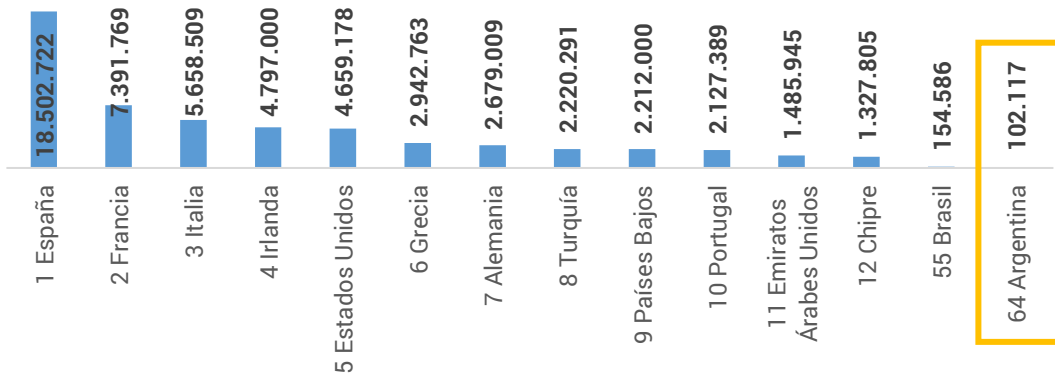
Los destinos europeos (76%) son los más escogidos por los británicos: dentro de los 10 más importantes, sólo EEUU está fuera del viejo continente. Argentina se ubica en el puesto 64 y concentró el 0,1% del emisorio británico en el año 2018.

Sudamérica representó el 1% del total emisorio británico, Brasil se ubica primero y concentra el 30% de las llegadas de los turistas británicos, Argentina en segundo lugar con el 20%, Perú tercero (14%) y Chile cuarto (11%).

Al observar el desempeño de los mercados sudamericanos para el periodo 2010-2018, Brasil desde el año 2017 vino perdiendo turistas, a contracara de Colombia que duplicó sus llegadas de británicos pero ocupa el 5to. puesto en la región.

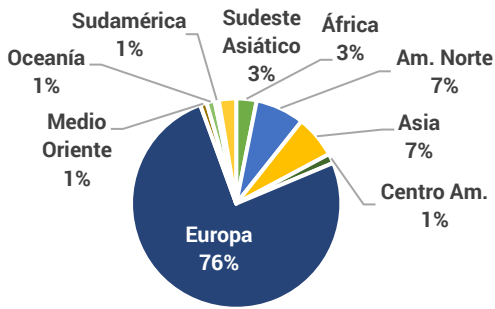
Top de destinos de turismo emisorio británico + Argentina

Miles de turistas británicos a cada país. Año 2018.



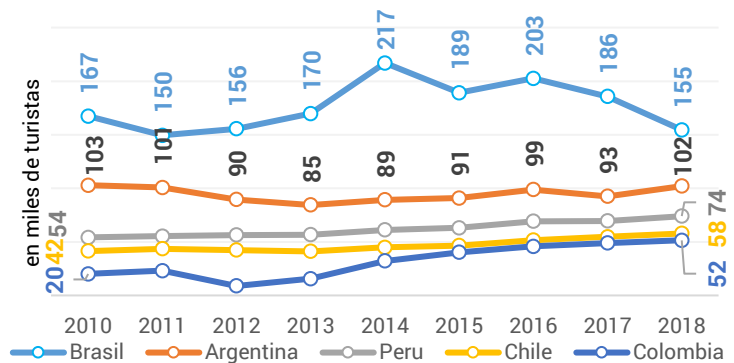
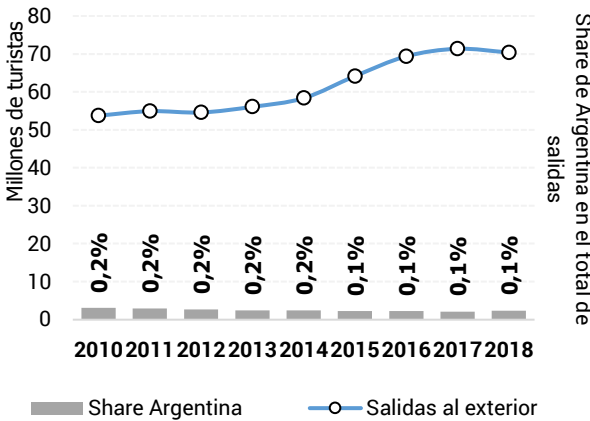
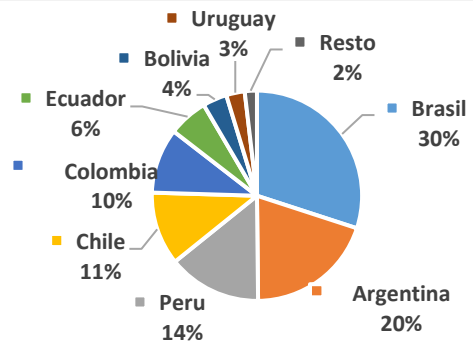
Turismo emisorio británico hacia el mundo

Participación de mercado. Año 2018



Turismo emisorio británicos hacia Sudamérica

Participación de mercado. Año 2018



Crecimiento de las llegadas 2010-2018	Arg.	Brasil	Colombia	Perú
-1%	-8%	+157%	+37%	

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

Análisis de la estacionalidad

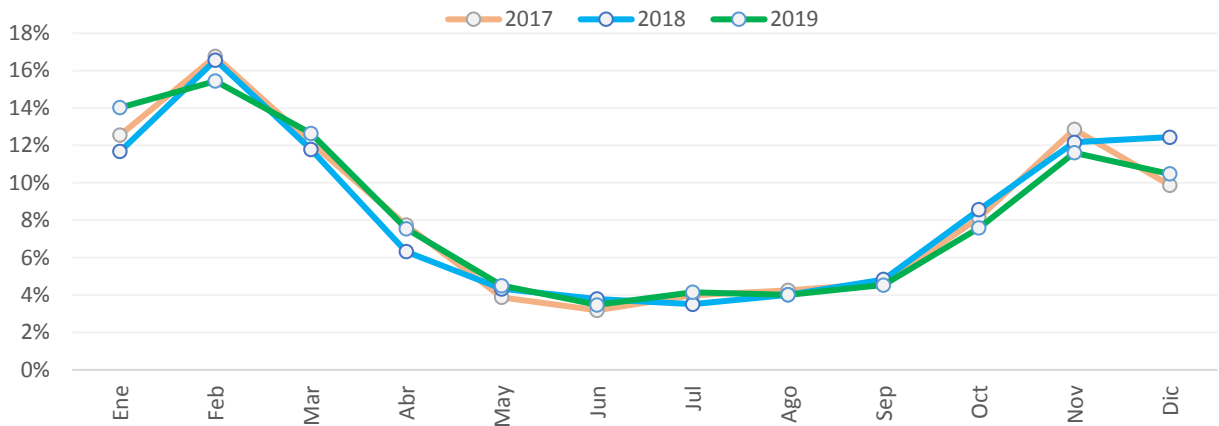
La mayor cantidad de turistas británicos llegan a Argentina principalmente en los primeros meses del año (enero-marzo) seguido se encuentran los meses noviembre-diciembre. La estacionalidad en los meses de verano es considerable ya que estos concentran entre 2 y 3 veces la cantidad de turistas que llegan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

En cuanto a la antelación con la que deciden el viaje, el 26% lo hace con un período de más de 1 mes y 3 meses de anticipación; en segundo lugar el 24% 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.

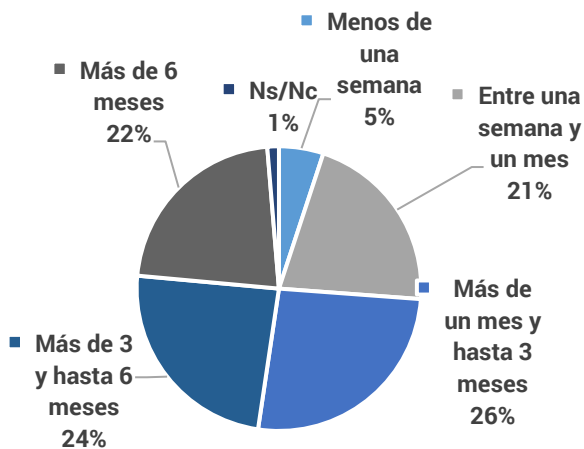
En la distribución mensual de las llegadas por edades, se observa que el grupo de más de 60 años prefiere viajar en el 1er. trimestre (con un pico del 28% en el mes de febrero), el resto de los grupos se comportan de manera similar. Un dato a destacar es la fuerte participación de los menores de 18 años en las llegadas, en el mes de diciembre, julio y abril, 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 2017-2019



Período de antelación a decidir viajar a Argentina. Participación porcentual. Año 2019



Estacionalidad por mes y edad de los turistas

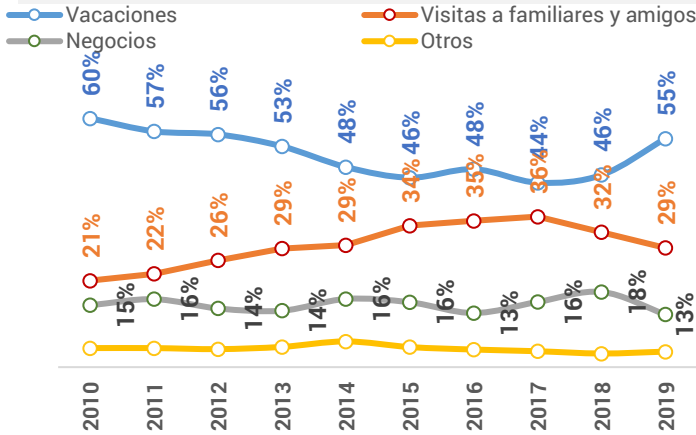
En participación % de cada grupo etario por mes. Año 2019

	Menos de 18 años	18 a 29 años	30 a 44 años	45 a 59 años	Más de 60 años
Enero	6%	10%	11%	12%	21%
Febrero	7%	10%	10%	14%	24%
Marzo	5%	12%	11%	11%	16%
Abril	16%	10%	10%	8%	3%
Mayo	2%	7%	6%	4%	2%
Junio	2%	5%	4%	4%	2%
Julio	18%	6%	4%	4%	1%
Agosto	13%	6%	5%	4%	1%
Septiembre	2%	6%	5%	5%	3%
Octubre	7%	8%	9%	8%	6%
Noviembre	4%	10%	13%	12%	12%
Diciembre	20%	9%	13%	11%	8%

Fuente: Encuesta de Turismo Internacional (MinTurDep-Indec) y Dirección Nacional de Migraciones

Análisis del turismo británico por motivo

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



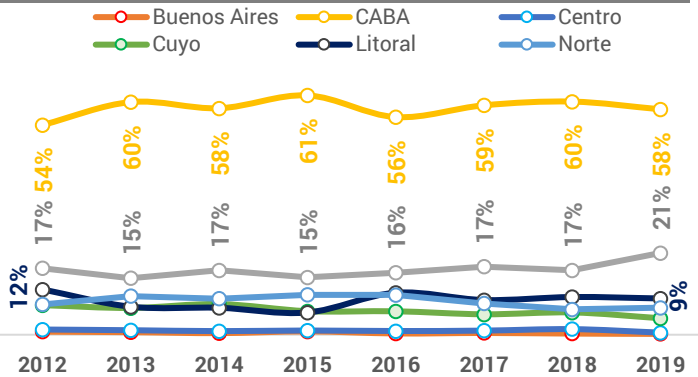
El análisis del motivo de viaje para el turismo británico, por vía aérea, muestra una creciente participación de “vacaciones y ocio” en los dos últimos años. El segmento de “visitas a familiares y amigos” perdieron proporción en el total de turistas para el mismo periodo.

Para el año 2019, el 55% de los turistas visitaron Argentina por motivo “vacaciones”, en segundo lugar con el 29% por “visita a familiares o amigos” y tercero “negocios” con el 13% luego de haber llegado al 18% en el año 2018.

Regiones turísticas de Argentina visitadas

De los viajeros británicos registrados en establecimientos hoteleros y para-hoteleros en 2019, el 58% se alojó en CABA, siendo así el destino más concurrido del país.

La Patagonia es la segunda región con más visitantes (21%), concentrados en El Calafate, Ushuaia y Bariloche. El Litoral (9%) principalmente en Puerto Iguazú, luego Norte (9%) y Cuyo (4%) siendo las ciudades de Salta y Mendoza los destinos más importantes. Por último Córdoba alcanza el 1% de las visitas.

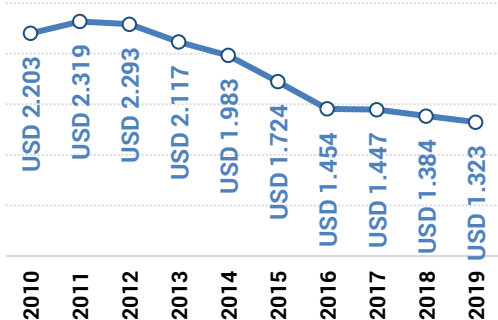


Análisis comparativo: gasto turístico británico en Argentina

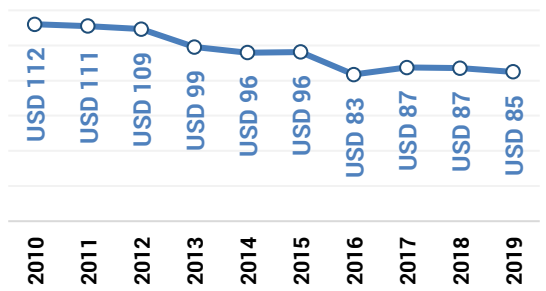
El gasto promedio por viaje (por vía aérea) de los turistas británicos en Argentina se ubicó en US\$ 1.323 (-4% i.a.) para el año 2019, esto representa un desmejoramiento del gasto si consideramos al año 2011 cuando el gasto alcanzó los US\$ 2.319, pero al analizarlo en pesos a precios constantes (IV trim 2019) el incremento fue de 13% i.a. (\$ 80 mil).

El gasto promedio diario en el año 2019 se ubicó en US\$ 87 (-2% i.a.) pero en pesos y a precios constantes (IV trim 2019) creció 15% i.a. (\$ 5 mil).

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: MinTurDep 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.

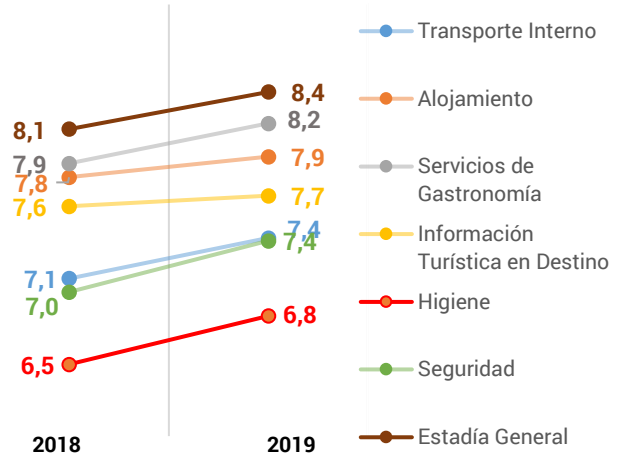
Análisis comparativo calidad de los servicios

Puntuación de 1 a 10 de la calidad de los servicios en Argentina (vía aérea). En absolutos

Puede verse un mejoramiento en la puntuación de la calidad de los servicios recibidos en Argentina por parte de los turistas británicos para el año 2019.

El servicio que mejor desempeño tuvo respecto al año anterior fue **“Seguridad”** pasando de una calificación de 7,0 a 7,4 puntos, además de **“Higiene”, “Servicios de Gastronomía” y “Transporte Interno”**.

En la evaluación del año 2019 los servicios de **“Gastronomía” y “Alojamiento”** obtuvieron las mejores puntuaciones 8,2 y 7,9 respectivamente.



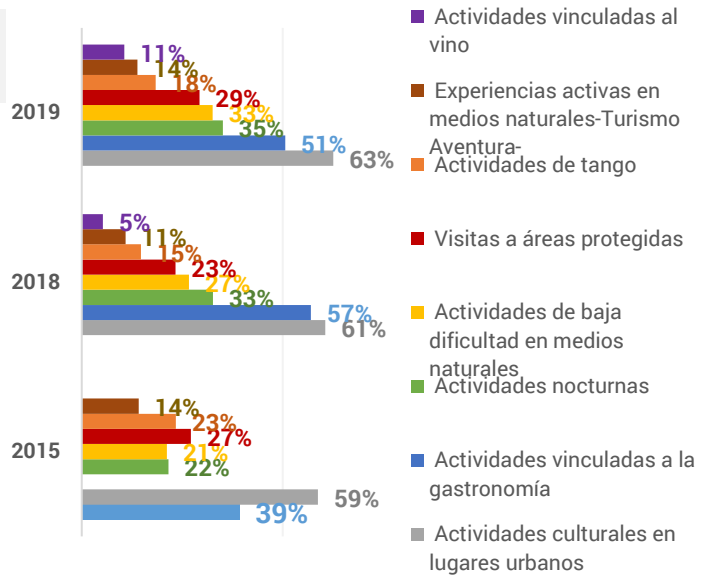
Actividades realizadas durante el viaje

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, son las **“culturales en lugares urbanos”** (museos, templos, parques temáticos) y las **“vinculadas a la gastronomía”**.

Puede verse como otras cobraron importancia en los últimos años, siendo las **“actividades nocturnas”** (visitas a bares, pubs, discotecas, etc.), **“actividades de baja dificultad en medios naturales”** y **“visitas a áreas protegidas”** entre otras.

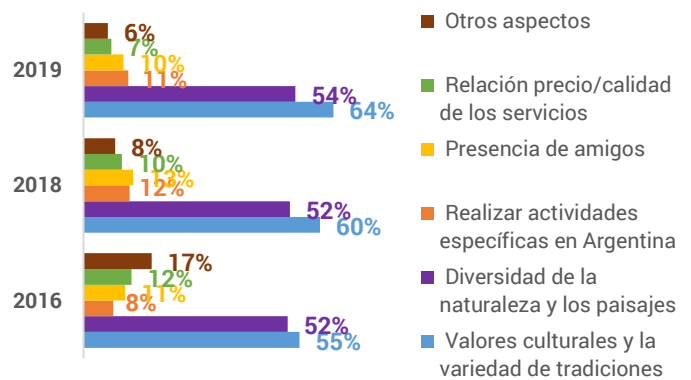
Se destaca el interés creciente de las **“actividades vinculadas al vino”**.



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 **“valores culturales y la variedad de tradiciones”**, el segundo factor en importancia es la **“diversidad de la naturaleza y los paisajes”** y como tercero pero más alejado de los primeros se encuentran **“realizar actividades específicas en Argentina”** (educación o tratamientos de salud) como la **“presencia de amigos”** en el país.



Fuente: MinTurDep 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

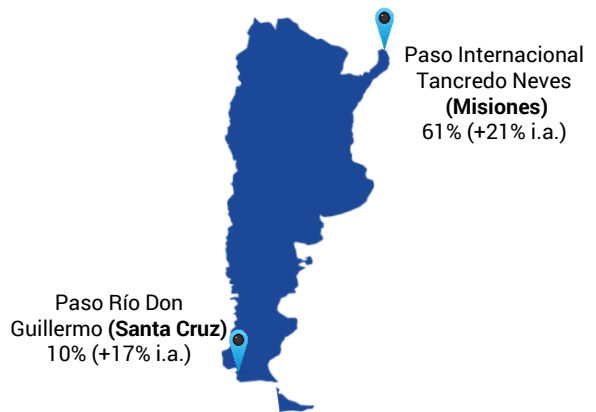
Vía Terrestre. Llegadas de turistas británicos

Participaciones porcentuales. Año 2019

La vía terrestre muestra un crecimiento del 16% i.a. (33 mil británicos) en el volumen de turistas ingresados al país.

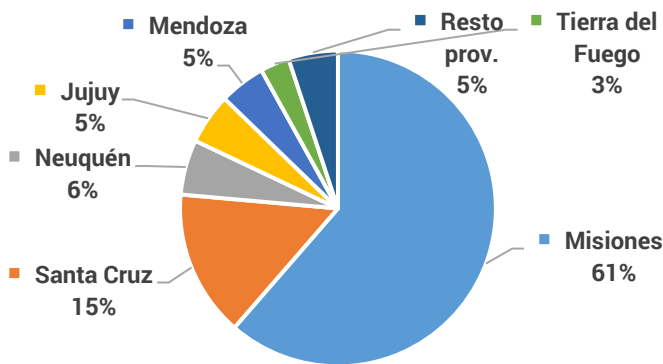
En el análisis de los pasos terrestres muestra que los más utilizados son los que limitan con la provincia de Misiones, el más significativo es el paso fronterizo "Tancredo Neves" (61% de llegadas) en la localidad de Puerto Iguazú por su cercanía al Parque Nacional Iguazú.

En menor medida en la provincia de Santa Cruz por el paso Río Don Guillermo (10% de las llegadas terrestres) donde a pocos kilómetros se encuentra el Parque Nacional Los Glaciares.



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

Participación porcentual. Año 2019



Edad de los turistas

- 3%** menores de 18 años
- 28%** entre 18 a 29 años
- 21%** entre 30 a 44 años
- 18%** entre 45 a 59 años
- 30%** mayores de 60 años

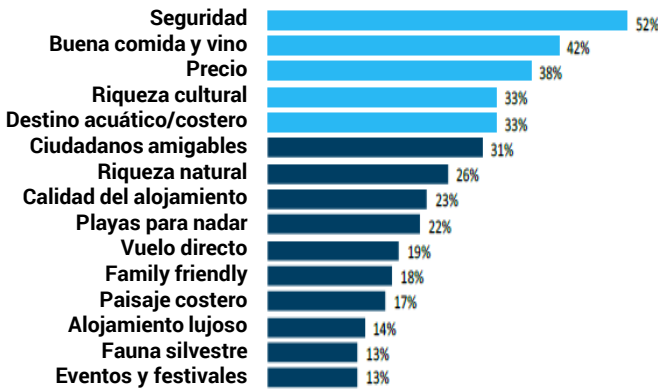
El ingreso de turistas, por vía terrestre, a través de las provincias argentinas muestra una mayor participación para **Misiones** (61%), en segundo lugar **Santa Cruz** (15%) y tercero **Neuquén** junto a **Jujuy** (6% y 5% respectivamente).

Dentro de la estructura etaria de los turistas británicos, por vía terrestre, los dos grupos más importante son los **adultos mayores de 60 años (30%)** y los **jóvenes de entre 18 a 29 años de edad (28%)**, seguido por el grupo entre 30 y 44 años (21%).

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

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

(respuestas múltiples)



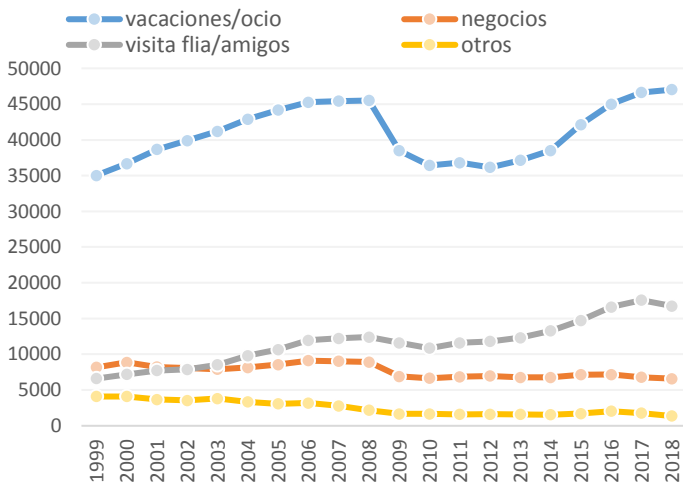
Lo más valorado por ellos a la hora de decidir el lugar de viaje es la seguridad, con una distancia de 10 puntos sobre el segundo factor más elegido (la buena comida y el vino).

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.

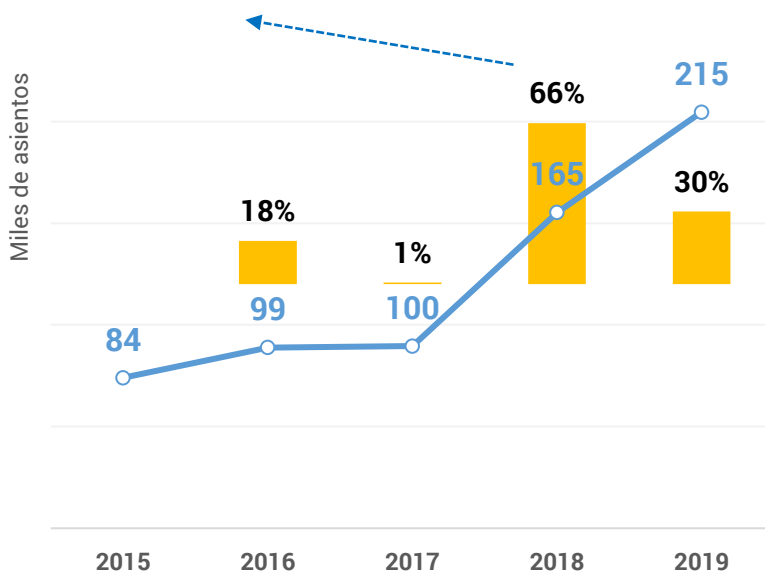
Fuente: International Passenger Survey, Office for National Statistics (Reino Unido)

CONECTIVIDAD AEREA ENTRE REINO UNIDO Y ARGENTINA - AÑO 2019

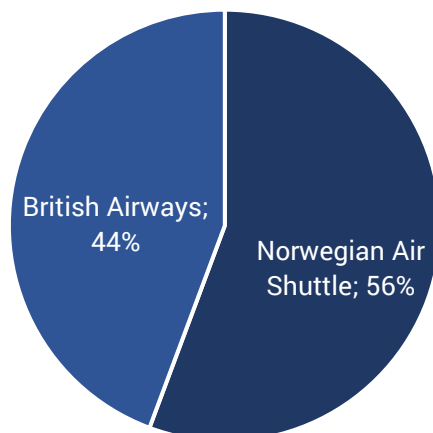
Asientos ofrecidos en rutas entre Reino Unido y Argentina . Evolución 2015-2019

Se suma Norwegian a la ruta Londres-Bs As (desde 2/18). 4 frec semanales hasta 11/18. 66 mil asientos en todo 2018

Norwegian suma frecuencias: 1 vuelo diario, desde 12/18 hasta 10/19. Desde 11/19 baja a 5 frec semanales. 119 mil asientos en todo 2019



Asientos ofrecidos en aerolíneas que conectan Reino Unido y Argentina



TPO DE CONEXIÓN AÉREA DE LOS TURISTAS BRITÁNICOS CON ARGENTINA - 2019

RUTAS DIRECTAS



51% (+7pp vs 2018)

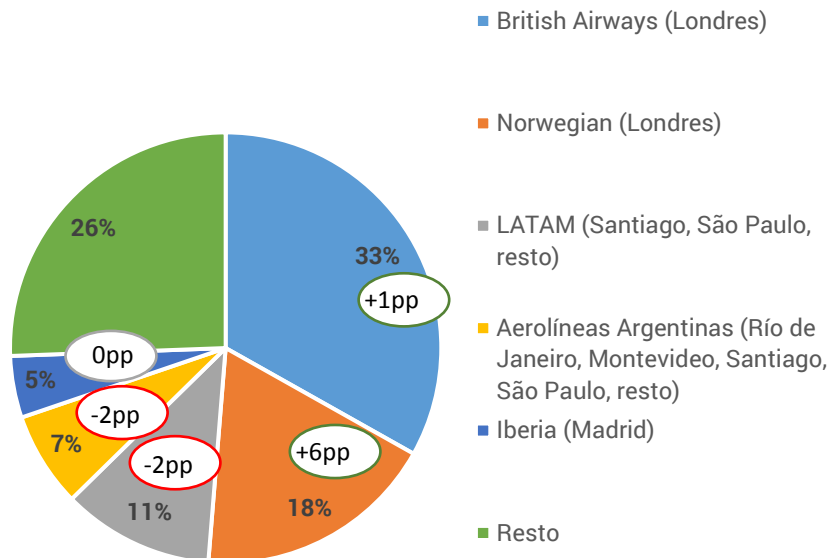
Llegadas de pasajeros con nacionalidad británica a la Argentina según rutas directas / indirectas . Año 2019.

Región de origen	País de origen	Ciudad de origen	Ciudad de destino	Pax	Pax participación %	Var. % I.A en la cant. pax
Ruta directa						
Europa	Inglaterra	Londres	Buenos Aires	29.427	51%	30%
Rutas indirectas						
Europa	España (casi en su totalidad Madrid)			3.569	6%	2%
	Resto Europa			4.883	9%	3%
Total Europa				37.879	66%	23%
Sudamérica	Chile	Santiago de Chile	Buenos Aires	4.357	8%	14%
	Brasil	São Paulo	Buenos Aires	3.081	5%	-3%
	Resto Sudamérica			7.721	13%	-13%
Total Sudamérica				15.159	26%	-4%
Total Norteamérica				2.842	5%	-8%
Resto regiones				1.496	3%	-14%
Total				57.376	100%	11%



TPO DE CONEXIÓN AÉREA DE LOS TURISTAS BRITÁNICOS CON ARGENTINA - 2019

Llegadas de pasajeros con nacionalidad británica a la Argentina por empresa. Año 2019.



Llegadas de pasajeros con nacionalidad británica a la Argentina según empresas y rutas. Año 2019.

Empresa	Ciudad de origen	Ciudad de destino	Pax	Pax participación %	Var. % I.A. en la cant. pax
British Airways	Londres	Buenos Aires	19.022	33%	16%
Norwegian	Londres	Buenos Aires	10.405	18%	70%
Iberia	Madrid	Buenos Aires	2.659	5%	15%
LATAM	Santiago de Chile	Buenos Aires	2.162	4%	8%
Resto			23.128	40%	-6%

**INSTITUTO NACIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
Y
DIRECCIÓN NACIONAL DE MERCADOS Y ESTADÍSTICA
DEL
MINISTERIO DE TURISMO Y DEPORTES DE
ARGENTINA**

Para mayor información:

economia@turismo.gob.ar

www.yvera.gob.ar/estadistica

www.turismo.gob.ar

