

# ESTADOS UNIDOS

Marzo 2020



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

- ✓ **EE.UU ocupa el 6to. puesto** en el ranking de llegadas de turistas extranjeros a la Argentina (mismo puesto que el año 2018) con un total de casi 446 mil arribos (+11% i.a.) en el año 2019.
- ✓ **Vía de ingreso:** el turismo proveniente de EEUU muestra una predominancia de la **vía aérea** (69% del total de turistas), seguida por la fluvial/marítima 19% (fundamentalmente los cruceros) y la terrestre (12%) .
- ✓ **Edad:** la mayor parte de los turistas pertenece al grupo **mayores de 60 años de edad (34%)**.
- ✓ **Estacionalidad:** La **temporada alta** para el turismo estadounidense es el **primer y cuarto trimestre del año**. Los meses de enero a marzo y noviembre a diciembre fueron los de mayor arribos en el año.
- ✓ **Regiones visitadas:** las pernoctaciones en hoteles y parahoteles de los turistas estadounidenses tuvieron como principal destino a CABA (58%) y Patagonia (22%).

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

- ✓ **Gasto:** el turista estadounidense realiza un **gasto promedio de US\$ 1.279** y un **gasto promedio diario de US\$ 101**. El **turista de ocio** tiene un gasto promedio de **US\$ 1.223** y el de **negocios US\$ 1.791**.
- ✓ **Estadía:** la estadía media de los estadounidense en Argentina es de **13 noches**.
- ✓ **Motivo del viaje:** el principal es **vacaciones y ocio (41%)** y visita a familiares/amigos (28%) seguido de negocios (27%).
- ✓ **Tipo de alojamiento:** predominio de los **hoteles (57% del total)** y en particular de 4 y 5 estrellas (43% del total).
- ✓ El 41% de los turistas estadounidenses de ocio por vía aérea utilizan **paquetes turísticos**.
- ✓ Los medios de información para el viaje de esos turistas es la **“recomendación de familiares y amigos”**, sigue en importancia la **promoción en “medios digitales” (páginas web)** y en tercer lugar se ubica la **“visita previa al país”**.
- ✓ **Destinos:** el turista estadounidense de ocio que vino por vía aérea visitó la **Ciudad de Buenos Aires (74%) y/o El Calafate/G. Perito Moreno (13%) y Las Cataratas del Iguazú (12%)**.

## CONECTIVIDAD AÉREA

- ✓ La **aerolínea más utilizada** por los turistas estadounidenses para ingresar a la Argentina es **American Airlines (32%) en el año 2019**, siguieron en relevancia United Airlines (15%) y LATAM (14%).
- **8 rutas directas** regulares entre EEUU y Argentina: Miami-Bs As, Nueva York-Bs As, Houston-Bs As, Atlanta-Bs As, Dallas-Bs As, Newark-Bs As (hasta 10/19), Los Ángeles-Bs As (desde 1/19) y Miami-Córdoba (desde 6/19). Con **1 ruta estacional:** Orlando-Bs As (comenzó en 12/19; vuelos en temporada estival de Argentina: diciembre a marzo).



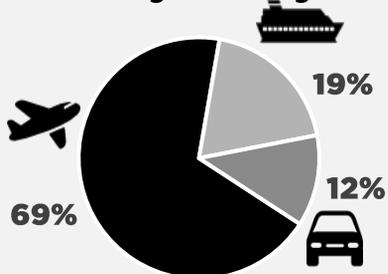
**466.002**

arribos 2019 (+11% i.a.)

Ranking 2019 de llegadas de turistas  
extranjeros (por todas las vías)**Puesto****6°**

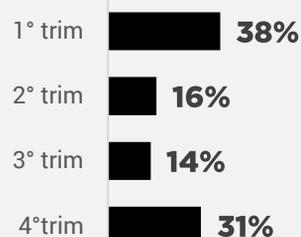
## Perfil del turista por todas las vías

## Vías de ingreso a Argentina

Edad de los  
turistas

8% menores de 18 años  
 14% entre 18 y 29 años  
 20% entre 30 y 44 años  
 24% entre 45 y 59 años  
 34% mayores de 60 años

## Estacionalidad



## Perfil del turista por vía aérea

**Gasto****408**Gasto total  
(millones US\$)**1.279**Gasto medio por estada  
(US\$)**101**Gasto medio diario  
(US\$)**4 millones**

Pernoctaciones totales

**12,6 noches**

Estadía media

## Motivo de la visita a Argentina

Vacaciones/  
ocio**41%**Visita a familiares  
y amigos**28%**

Negocios

**27%**

Educación

**2%**

Otros

**2%**

## Tipo de alojamiento utilizado

4 y 5  
estrellas**43%**1, 2 y 3  
estrellas**14%**Casa de familiares  
y amigos**25%**Casa o depto.  
alquilado**10%**

Otros

**7%**

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



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

**US\$ 1.223**

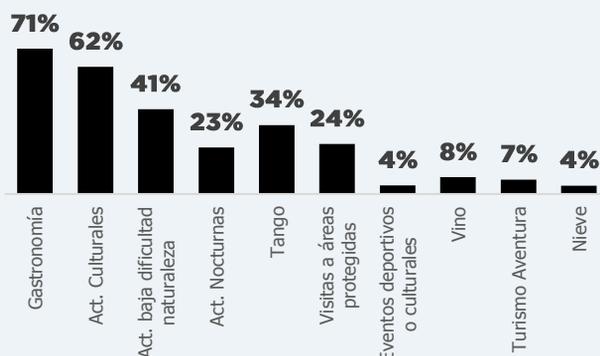
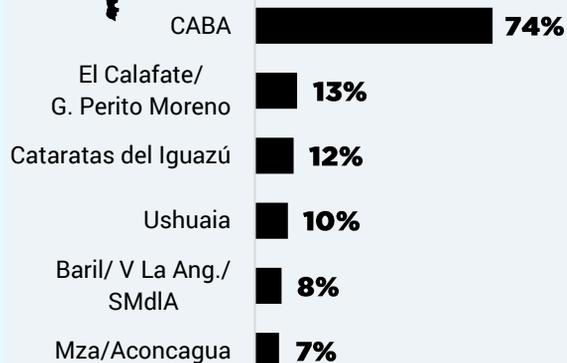
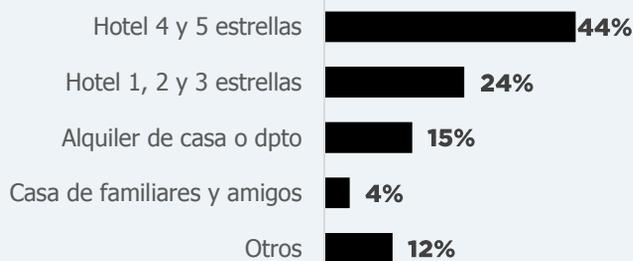
Gasto medio por estada

**US\$ 113**

Gasto medio diario

**11 noches**

Estadía media

**Qué actividades realizan****Qué lugares visitan****Qué tipos de alojamiento utilizan****41%**

usa paquetes turísticos

**19%**

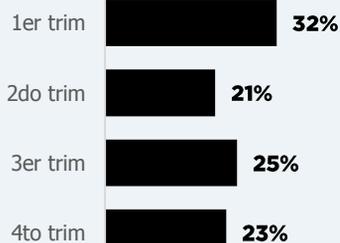
ya había visitado Argentina previamente

**42%**

visitó Arg. por recomendación de familiares / amigos

**37%**

decidió visitar Argentina por promoción en medios digitales

**Qué aspectos influyeron en la decisión de viajar a Argentina****Cuándo viajan**

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



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


**US\$ 802**

Gasto medio por estada

**US\$ 49**

Gasto medio diario


**16,5 noches**

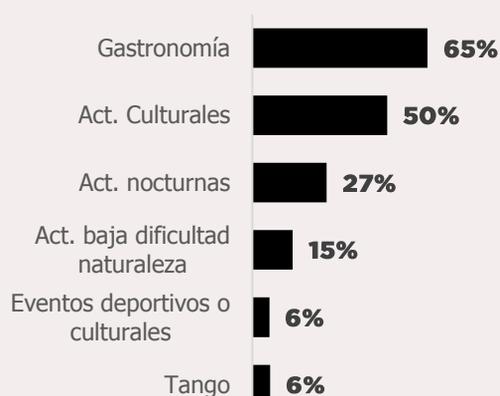
Estadía media



### Qué tipos de alojamiento utilizan



### Qué actividades realizan



### Cuándo viajan



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


**US\$ 1.791**

Gasto medio por estada

**US\$ 212**

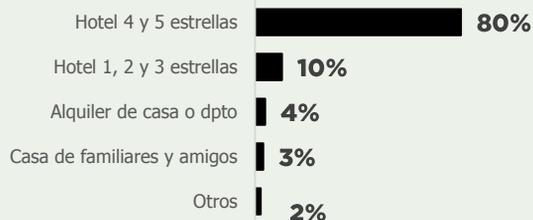
Gasto medio diario


**8,4 noches**

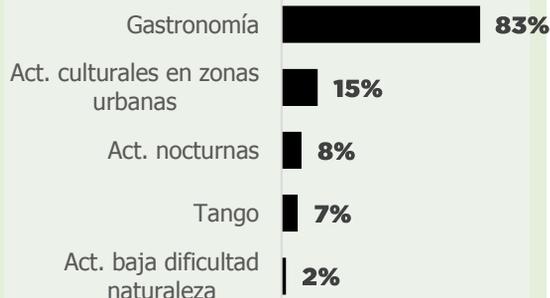
Estadía media



### Qué tipos de alojamiento utilizan



### Qué actividades realizan



### Cuándo viajan



Fuente: MinTurDep 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 52% entre 2010 y 2018. Las salidas al mundo en el año 2018 alcanzó los 93 millones de turistas y un gasto total de 144 mil millones. Las llegadas de turistas a la Argentina en ese período se dividió en dos etapas: primero, entre 2010 y 2014, donde hubo una caída acumulada del 10% i.a., y segundo, entre 2015 y 2018, un crecimiento del 25%. 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 del año 2019 muestran un robusto crecimiento de las llegadas de turistas estadounidenses a la Argentina (+11% i.a.), por la vía aérea (+5% i.a.), en la terrestre y fluvial/marítima (27% i.a. cada una de ellas) constituyendo así uno de los mercados destacados de este año (nuevo récord histórico).

Turismo emisor estadounidense a la Argentina

Llegadas de turistas estadounidenses a Argentina. Años 2010-2019

Miles de turistas



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

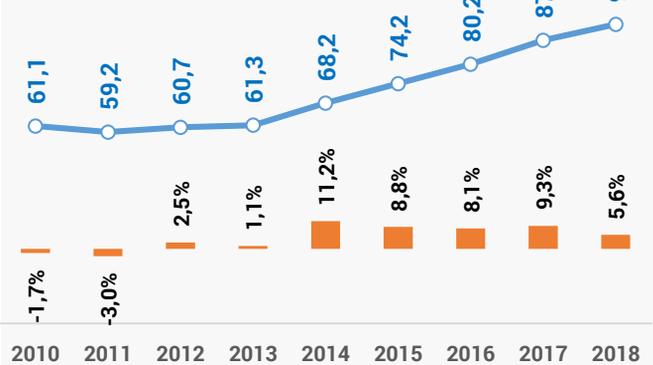
Miles de turistas



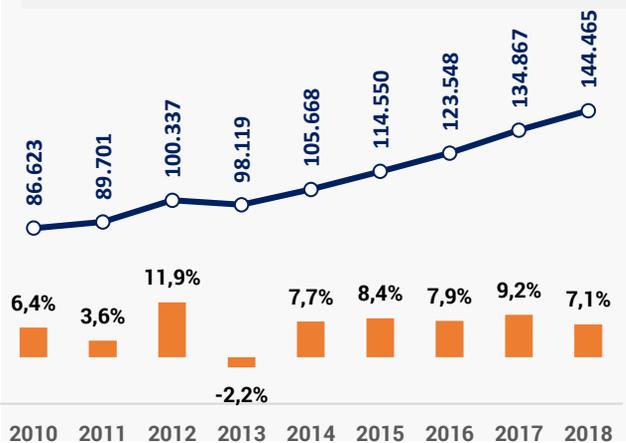
Turismo emisor estadounidense en el mundo

Salidas de turistas estadounidenses al exterior. Años 2010-2018

Millones de turistas y variación i.a.



Gasto de turistas estadounidenses en el exterior. En millones de dólares y variación i.a.



Fuente: Dirección Nacional de Migraciones de Argentina, y Organización Mundial de Turismo (OMT).

Principales destinos del turismo emisoro estadounidense

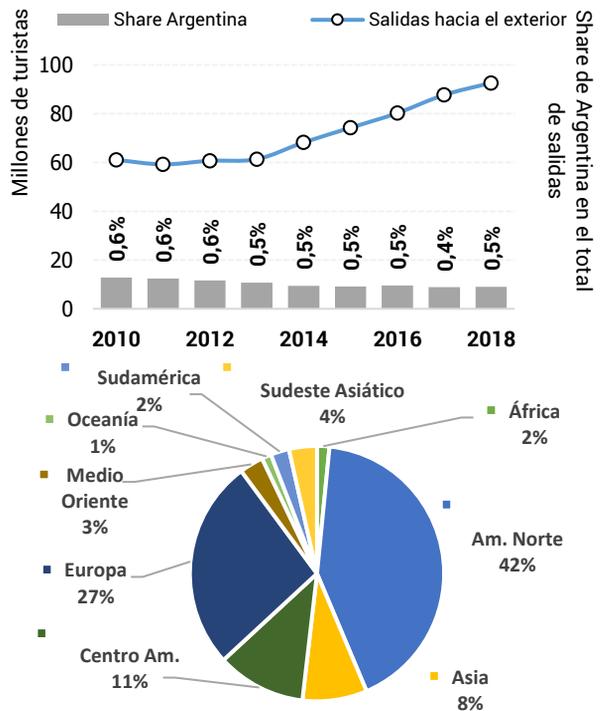
El 42% de los turistas residentes en Estados Unidos visita destinos de América del Norte (año 2018), pero si excluimos los países limítrofes, los primeros mercados emisivos son a Europa (Francia, Reino Unido e Italia).

Argentina mantiene su peso relativo en el emisoro de Estados Unidos, en el año 2010 era del 0,6% y en el año 2018 fue del 0,5% de los turistas estadounidenses del emisoro total, de todas maneras la cuota de mercado sigue siendo muy pequeña. Dentro de los países de Sudamérica se encuentra en 4to lugar, detrás de Perú, Brasil Ecuador.

Ranking de turismo emisoro de Estados Unidos. Total de salidas. Año 2018

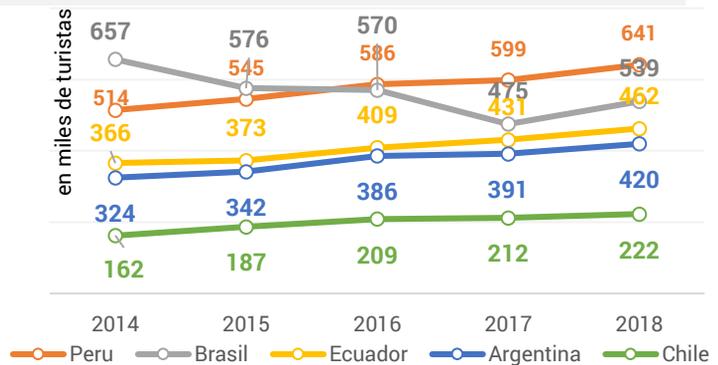
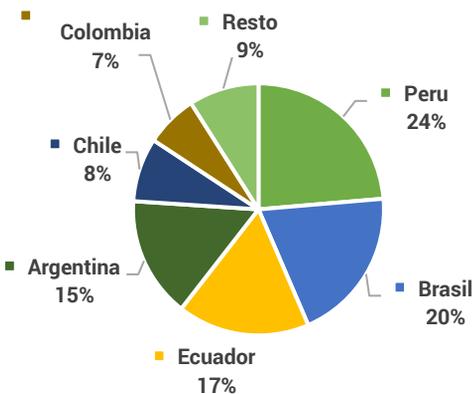
47°	Argentina	419.845
42°	Brasil	538.532
14°	India	1.456.678
13°	Japón	1.526.407
12°	Jamaica	1.628.402
11°	Irlanda	1.739.000
10°	Rep. Dominicana	2.334.987
9°	China	2.483.554
8°	Puerto Rico	2.667.400
7°	España	2.949.710
6°	Alemania	2.969.190
5°	Italia	3.693.998
4°	Reino Unido	3.877.427
3°	Francia	4.487.891
2°	Canadá	14.440.353
1°	México	33.519.275

Turismo emisoro estadounidense hacia el mundo y Argentina. En millones de turistas y participación de mercado.



Salida de turistas estadounidenses hacia Argentina y mercados competidores

Miles de turistas. Años 2011-2018



Crecimiento de las salidas 2014-2018

Argent. +29%

Brasil -18%

Perú +25%

Ecu. +26%

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

**Análisis de la estacionalidad**

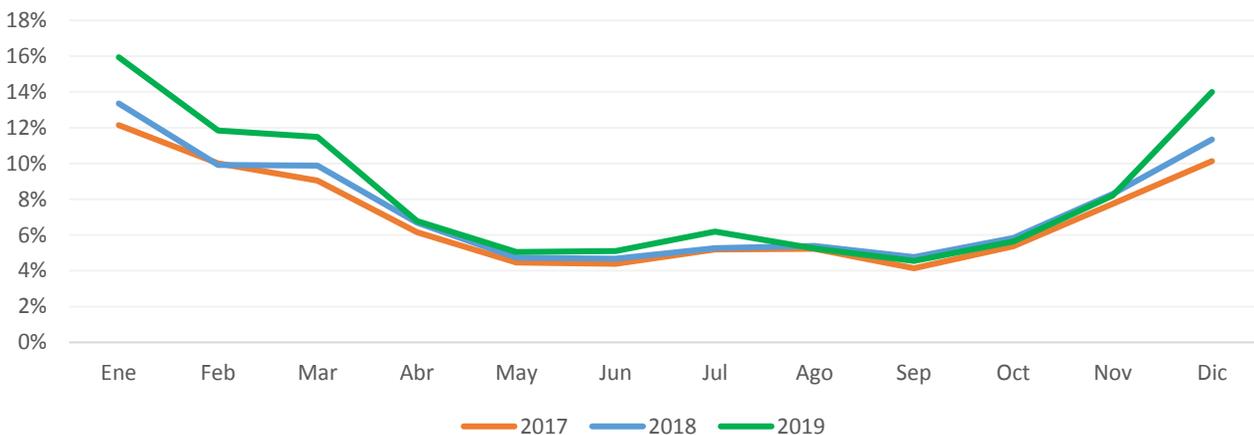
Entre 2017 y 2019 se verificó una mayor concentración de las llegadas en verano respecto a los años anteriores; los meses que resignaron participación fueron los comprendidos entre abril y septiembre, a excepción del pico invernal de julio.

El 70% de los viajeros decide su viaje hasta 3 meses antes de llegar, de los cuales un 33% lo hace entre una semana y un mes antes. Solo el 14% 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. En enero se observa un pico muy marcado de viajeros menores de 18 años, lo que podría llegar a indicar una mayor presencia de viajes de grupos familiares en ese mes (también aumenta la proporción de viajeros de 18 a 29 años en enero). El resto de los meses se distribuye de manera más homogénea.

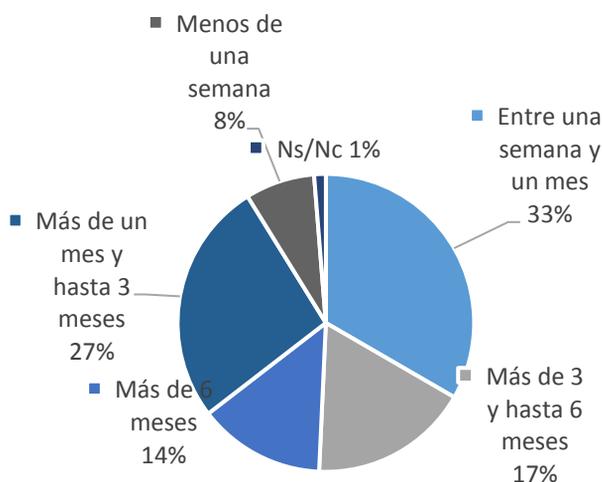
**Llegadas de turistas estadounidenses a Argentina por mes**

Llegadas de turistas. 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	20%	15%	13%	13%	19%
Febrero	5%	7%	8%	10%	19%
Marzo	7%	11%	10%	11%	14%
Abril	8%	7%	8%	8%	5%
Mayo	3%	7%	6%	6%	4%
Junio	8%	7%	6%	6%	3%
Julio	13%	9%	7%	7%	3%
Agosto	10%	7%	6%	6%	3%
Septiembre	3%	5%	6%	6%	3%
Octubre	3%	5%	7%	7%	5%
Noviembre	5%	7%	10%	9%	8%
Diciembre	14%	14%	14%	13%	15%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

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



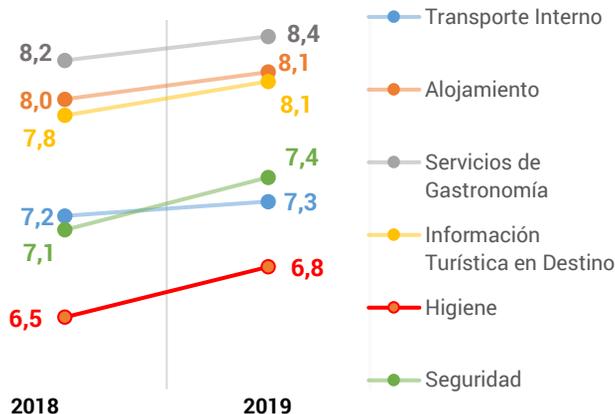
## Análisis comparativo calidad de los servicios

## Puntuación de 1 a 10 de la calidad de los servicios en Argentina. En absolutos

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

El servicio que mejor desempeño respecto al año anterior fue "Transporte Interno", además de "Seguridad" pasando de una calificación de 7,1 a 7,4 puntos junto a "Higiene" que pasó de 6,5 a 6,8 puntos.

Para la evaluación en el año 2019 los "Servicios de Gastronomía" y "Alojamiento" obtuvieron las mejores puntuaciones con 8,4 y 8,1 puntos respectivamente.



## Actividades realizadas durante el viaje

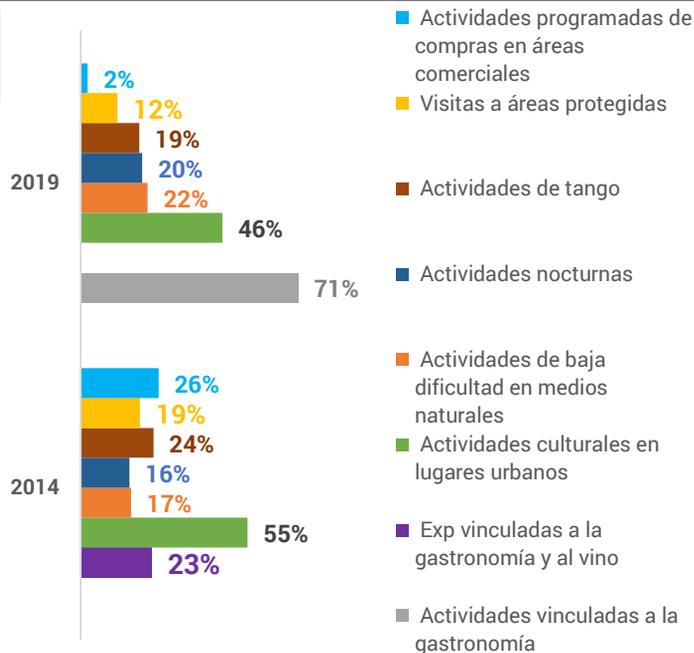
## Participación de las actividades realizadas durante el viaje en Argentina. En porcentaje (multirespuesta)

En porcentaje (multirespuesta)

Las principales actividades realizadas por los turistas estadounidenses están relacionadas con las "vinculadas a la gastronomía".

También puede verse como otras actividades van cobrando importancia en los últimos años, tales como las "actividades de baja dificultad en medios naturales" y las "actividades nocturnas" (visitas a bares, pubs, discotecas, etc.).

En el año 2019, puede observarse como las actividades vinculadas a la gastronomía se destaca respecto a años anteriores, en cambio otras fueron perdiendo interés, aunque siguen siendo unas de las principales a saber: "actividades de tango", "visitas a áreas protegidas" y las actividades programadas de compras en áreas comerciales.

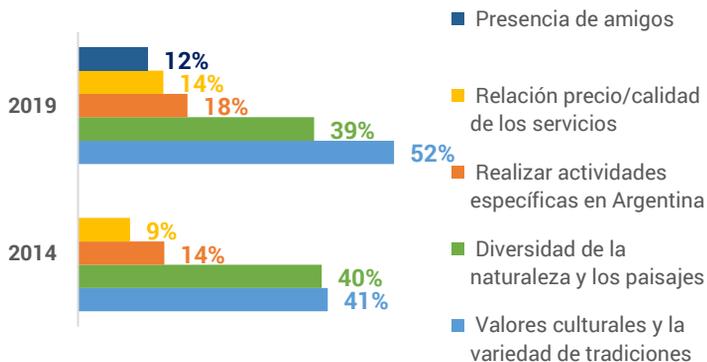


## Factores que influyeron en la elección de Argentina

## Aspectos que influyeron en la decisión del viaje a la Argentina. En porcentaje (multirespuesta)

La elección del destino Argentina de los turistas de ocio estuvo influenciada por los aspectos que tienen que ver con los "valores culturales y la variedad de tradiciones" (52%), en el año 2019 estuvo más mencionada que años anteriores.

El factor "relación calidad-precio" (14%) también tuvo mayor relevancia en la decisión del viaje a la Argentina, sin embargo no es el principal aspecto.

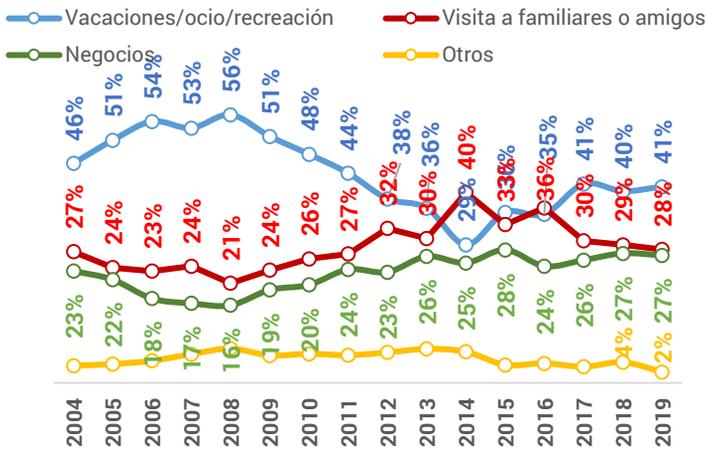


Fuente: MinTurDep en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI).



Análisis del turismo estadounidense por motivo

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

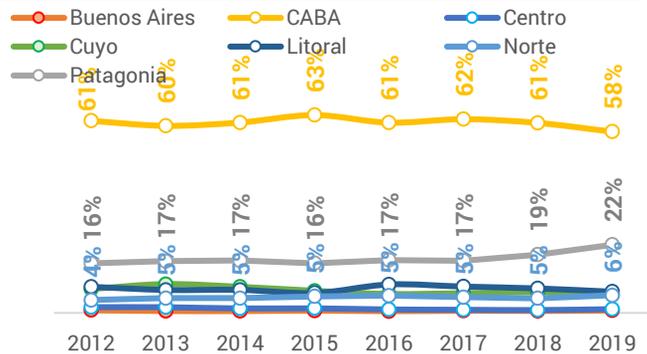


En el análisis del motivo de viajes para el turismo estadounidense, por vía aérea, se observa una recuperación a partir del año 2014 del motivo "vacaciones" hasta llegar a posicionarse nuevamente, a partir del año 2017, en el primer puesto. El segmento perdedor fue "visita a familiares/amigos", que en el año 2014 había alcanzado un máximo del 40% de los turistas.

Para el año 2019 el 41% de los turistas vinieron a la Argentina por motivo "vacaciones", en segundo lugar "visita a familiares y amigos" con el 28% y el tercero por motivos "negocios" (27%).

Regiones turísticas de Argentina visitadas

De los viajeros estadounidenses 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 (22%), concentrados en Bariloche, El Calafate y Ushuaia. Litoral representa al 7% siendo la ciudad de Puerto Iguazú la más importante junto a Cuyo (6%) con Malargüe-Las Leñas y Valle de Uco. En Norte (6%) los destinos más visitados fueron la ciudad de Salta y Cafayate. Otras regiones como Centro y Bs.As. Tuvieron menores hospedaje (1% c/u).

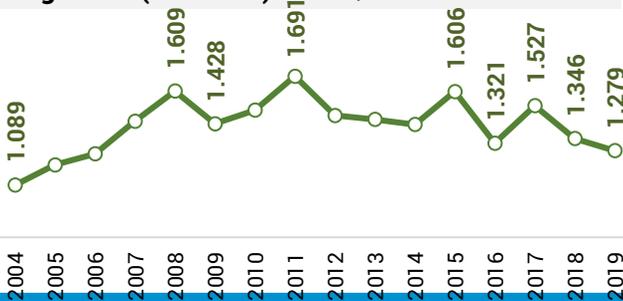


Análisis comparativo: gasto turístico estadounidense en Argentina

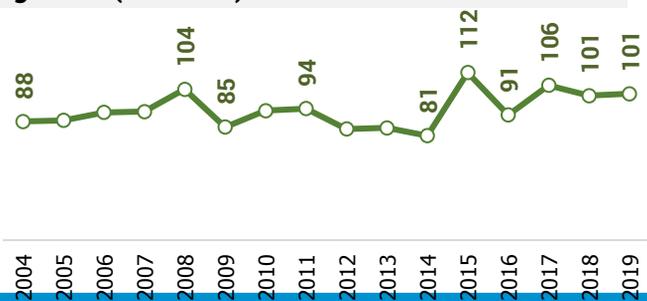
El gasto promedio por viaje de los turistas estadounidenses en Argentina se ubicó en US\$ 1.279 cuando consideramos las llegadas para el año 2019, esto representa un desmejoramiento del gasto (-5% i.a.), pero si lo consideramos en términos reales, el gasto promedio en pesos creció 10% respecto al año anterior, ubicándose en \$ 75 mil, producto de la devaluación iniciada en el país en el mes de mayo de 2018.

El gasto promedio diario en el año 2019 se ubicó en US\$ 101 para los turistas que visitaron la Argentina, el máximo registrado es en el año 2015 con US\$ 112. En pesos constantes (a precios del IV trim 2019) tuvo un crecimiento del 17% i.a.

Gasto promedio por turista estadounidense en Argentina (vía aérea). En US\$



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



Fuente: MinTurDep en base a Encuesta de Turismo Internacional (ETI) y Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH).

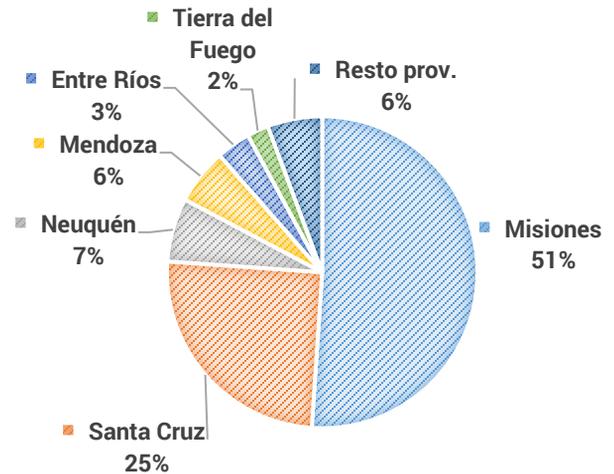
**Vía Terrestre. Llegadas de turistas estadounidenses***Participaciones porcentuales. Año 2019*

El arribo de turistas estadounidenses que visitaron Argentina, por vía terrestre, muestra que las provincias con mayor movimiento en sus pasos fronterizos fueron Misiones (51%), seguida de la provincia de Santa Cruz (25%) y luego Neuquén (7%) con Mendoza (6%).

En referencia a lo específico de los pasos fronterizos, como primer acceso tenemos el puente internacional **"Tancredo Neves"** (50% llegadas terrestres) que une las localidades de Puerto Iguazú en Argentina y Foz do Iguazú del lado brasilero, a pocos kilómetros de este paso se encuentra el Parque Nacional argentino Iguazú y su homónimo en Brasil donde se puede disfrutar de una de las siete maravillas naturales del mundo "Las Cataratas del Iguazú".

En la provincia de Santa Cruz se encuentra el **"Paso Río Don Guillermo"** (19% de las llegadas terrestres) donde a pocos kilómetros se encuentra el **Parque Nacional Los Glaciares** del lado argentino y Torres del Paine del lado Chile.

Luego con menores tránsitos entre Chile y Argentina se localiza el paso **"Cristo Redentor"** (6% llegadas terrestres) que conecta las ciudades de Mendoza capital y Santiago de Chile, como así también el **"Cardenal Samoré"** (5% llegadas terrestres), se encuentra cercano a la localidad de Villa La Angostura y el **Parque Nacional Nahuel Huapi** del lado argentino y del chileno a la ciudad de Osorno con el Parque Nacional Puyehue.

**Total llegadas por vía terrestre según pasos fronterizos provinciales de Argentina.***En participaciones %*

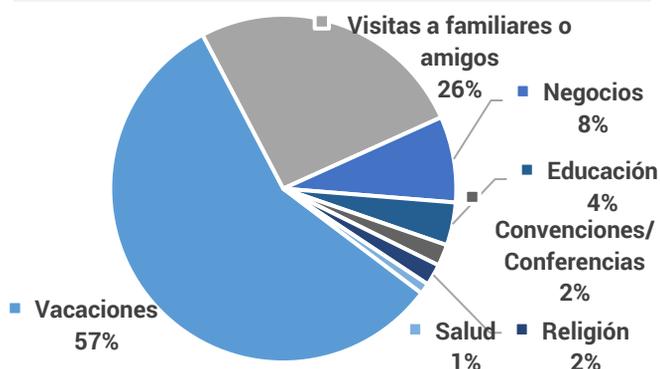
## Perfil del turista estadounidense que viaja a destinos de larga distancia\*

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 19 millones de viajes a destinos no limítrofes (45% del total).

### Motivo de viaje emisor de EE.UU. de larga distancia\*. Año 2018

En %



### Características del viajero estadounidense. Año 2018

Tiempo de anticipación para decidir viaje (promedio, en días)	107
Tiempo de anticipación para decidir viaje (mediana)	90
% paquete	12%
% Primer viaje fuera de EEUU	7%
Estadía (noches Promedio)	16
Estadía (noches - mediana)	10
% visitó un solo país en el viaje	82%
Número de países visitados promedio	1,3
Hotel (%)	65%
Noches en hotel (promedio)	10
Tamaño grupo de viaje	1,6
% masculino	47%
Ingreso familiar promedio	\$ 130.810
Ingreso familiar (mediana)	\$ 100.000
Edad promedio mujeres	45
Edad promedio hombres	46

El 57% 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 (26%), los negocios (8%), la educación (4%) y las conferencias (2%).

### Estado de residencia de viajeros estadounidenses. Año 2018

Miles de turistas.



California	6.266
Florida	3.927
Pennsylvania	2.506
Texas	2.924
New York	3.342
New Jersey	2.047
Massachusetts	1.671
Georgia	1.379
Virginia	1.671
Illinois	1.671
D.C. Metro Area	1.170
North Carolina	1.086
Maryland	1.086
Washington	1.086
Michigan	919
Colorado	877
Minnesota	418
Arizona	627
Pacific Islands	292
Atlantic Islands	42

\*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



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

## Actividades realizadas por estadounidenses en destinos. Año 2018

(respuestas múltiples)



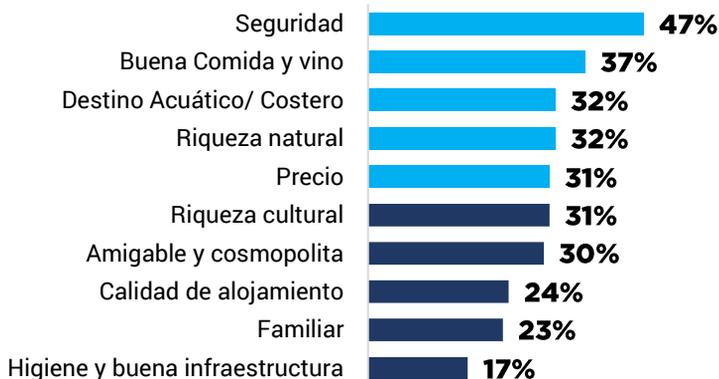
## Fuente de información utilizada para planear el viaje. Año 2018

(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

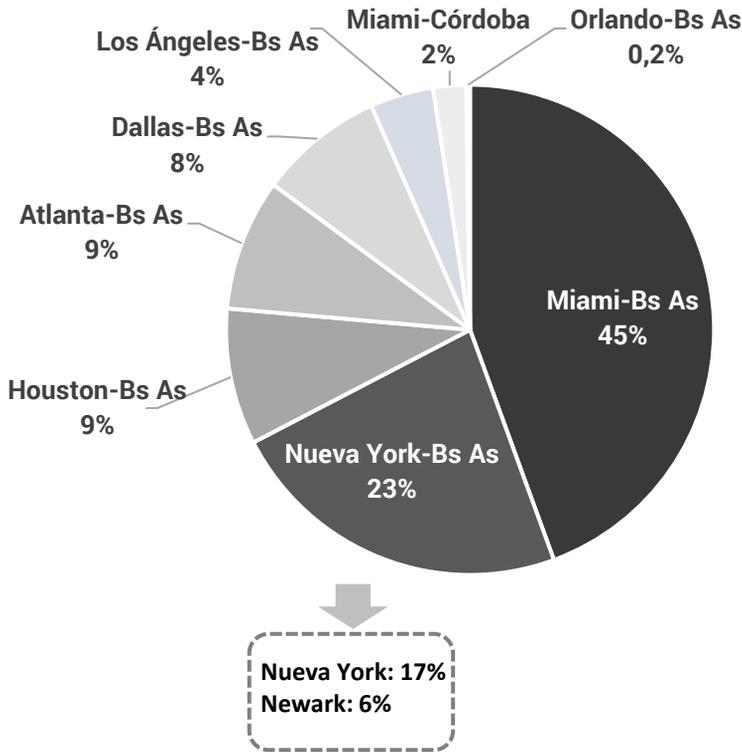
- Es el principal mercado del mundo en turismo de ocio.
- Gran cantidad de las salidas se realizan a destinos de playa, lo cual reduce el mercado potencial para la Argentina, que debe focalizarse en los restantes segmentos de mercado (gastronomía, visitas a lugares turísticos, parques nacionales etc.),
- 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.



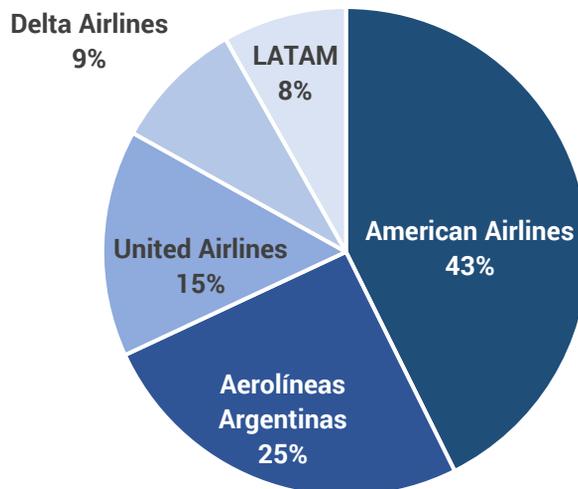
## ESTADOS UNIDOS

- **8 rutas directas** regulares entre EEUU y Argentina: Miami-Bs As, Nueva York-Bs As, Houston-Bs As, Atlanta-Bs As, Dallas-Bs As, Newark-Bs As (hasta 10/19), Los Ángeles-Bs As (desde 1/19) y Miami-Córdoba (desde 6/19).
- **1 ruta estacional:** Orlando-Bs As (comenzó en 12/19; vuelos en temporada estival de Argentina: diciembre a marzo).
- **5 aerolíneas** operando vuelos regulares entre ambos países: American Airlines (Miami, Nueva York, Dallas y Los Ángeles), Aerolíneas Argentinas (Miami, Nueva York y Orlando), United Airlines (Houston y Newark), Delta Airlines (Atlanta) y LATAM (Miami).
- **Oferta:** en 2019 se ofrecieron un total de 1,1 millones de asientos, un 2% por debajo que el año anterior.
  - 47% conectaron con Miami (45% desde Bs As y 2% desde Córdoba) y 23% con Nueva York.
  - American Airlines es el principal oferente, concentrando el 43% de los asientos entre EEUU y Argentina (469 mil asientos).
  - Le sigue en importancia Aerolíneas Argentinas, con un 25% (280 mil asientos).
  - United Airlines se ubica en tercer lugar, alcanzando el 15% de los asientos (165 mil).
- **Demanda:** los pasajeros totales de 2019 fueron 953 mil, incrementándose 2% respecto a 2018, y resultando en un factor de ocupación del 89%.
  - La ruta con mayor tasa de ocupación es la conecta con Houston (94%).
  - Respecto a la composición por nacionalidad de los vuelos a EEUU, el 67% fueron de nacionalidad argentina, 22% estadounidenses y 11% otras.
  - Los vuelos que sirven las rutas con Atlanta, Houston y Dallas son los más receptivos, con una tasa de extranjeros del 54%, 50% y 49%, respectivamente. También son los que transportan el mayor porcentaje de estadounidenses, alcanzando el 43%, 35% y 35%, respectivamente.
  - Contrariamente, las rutas desde Miami son las más emisivas (20% de tasa de extranjeros). En la ruta Miami-Bs As, en donde operan 3 compañías, American Airlines es la que registra mayor proporción de extranjeros (29%), mientras que en Aerolíneas y LATAM la tasa de extranjeros desciende a 12% y 14%, respectivamente.
  - Los vuelos de todas las rutas son ocupados, casi en su totalidad, por pasajeros con nacionalidad argentina y estadounidense, siendo muy baja la proporción de pasajeros de otras nacionalidades.
- El 67% de los viajeros estadounidenses ingresó al país por una ruta directa, siendo Miami y Nueva York las que reúnen mayor cantidad de pasajeros. Entre los que ingresan por vía indirecta, la mayoría lo hace desde ciudades de Sudamérica (26%), destacándose Santiago de Chile. American Airlines fue la aerolínea más utilizada (32% de pasajeros estadounidenses), seguida de lejos por United Airlines, LATAM, Aerolíneas Argentinas y Delta.

### Asientos ofrecidos en rutas entre EEUU y Argentina



### Asientos ofrecidos en aerolíneas que conectan entre EEUU y Argentina



# CONECTIVIDAD: ANÁLISIS DE OFERTA Y DEMANDA 2019

## ESTADOS UNIDOS

Oferta de asientos, pasajeros transportados y composición por nacionalidad de las rutas directas de EEUU hacia Argentina. Año 2019. Asientos y pasajeros, en miles.

Ciudad de origen	Ciudad de destino	Empresa	2019														
			Argentinos	Estadounidenses	Resto extranjeros	Total extranjeros	Total pasajeros	Asientos	% estadounidenses	Tasa de extranjeros	Share	Factor de ocupación	V.I.A pasajeros	V.I.A estadounidenses	V.I.A extranjeros	V.I.A asientos	V.I.A factor de ocupación
Miami	Buenos Aires	American Airlines	133	39	15	55	187	203	21%	29%	42%	92%	-4%	26%	18%	-9%	5,2
		Aerolíneas Argentinas	136	10	12	21	157	188	6%	14%	39%	83%	-1%	-8%	24%	-3%	1,4
		LATAM	71	5	5	10	81	88	7%	12%	18%	92%	-12%	-9%	0%	-14%	2,4
	<b>Total ruta</b>	<b>339</b>	<b>55</b>	<b>31</b>	<b>86</b>	<b>425</b>	<b>479</b>	<b>13%</b>	<b>20%</b>		<b>89%</b>	<b>-5%</b>	<b>14%</b>	<b>17%</b>	<b>-8%</b>	<b>3,1</b>	
	Córdoba	American Airlines	15	3	1	4	19	24	18%	21%	100%	78%	///	///	///	///	///
<b>Total ruta</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>19</b>	<b>24</b>	<b>18%</b>	<b>21%</b>			<b>78%</b>	<b>///</b>	<b>///</b>	<b>///</b>	<b>///</b>	<b>///</b>	
<b>Total Miami</b>			<b>354</b>	<b>58</b>	<b>32</b>	<b>90</b>	<b>444</b>	<b>503</b>	<b>13%</b>	<b>20%</b>		<b>88%</b>	<b>0%</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>	<b>-3%</b>	<b>2,6</b>
Nueva York	Buenos Aires	American Airlines	60	19	9	28	87	97	22%	32%	39%	90%	8%	31%	23%	-1%	6,9
		Aerolíneas Argentinas	50	11	12	22	73	84	15%	31%	34%	86%	-12%	-12%	6%	-14%	1,8
		United Airlines	33	17	9	26	59	64	29%	44%	26%	92%	-16%	-9%	-9%	-18%	2,1
	<b>Total Nueva York</b>			<b>143</b>	<b>46</b>	<b>30</b>	<b>76</b>	<b>219</b>	<b>245</b>	<b>21%</b>	<b>35%</b>		<b>89%</b>	<b>-6%</b>	<b>3%</b>	<b>6%</b>	<b>-10%</b>
Houston	Buenos Aires	United Airlines	45	31	14	44	89	96	35%	50%	100%	94%	9%	6%	9%	-1%	8,5
<b>Total Houston</b>			<b>45</b>	<b>31</b>	<b>14</b>	<b>44</b>	<b>89</b>	<b>96</b>	<b>35%</b>	<b>50%</b>		<b>94%</b>	<b>9%</b>	<b>6%</b>	<b>9%</b>	<b>-1%</b>	<b>8,5</b>
Atlanta	Buenos Aires	Delta Airlines	39	36	9	46	84	95	43%	54%	100%	89%	-6%	-4%	-1%	-8%	2,0
<b>Total Atlanta</b>			<b>39</b>	<b>36</b>	<b>9</b>	<b>46</b>	<b>84</b>	<b>95</b>	<b>43%</b>	<b>54%</b>		<b>89%</b>	<b>-6%</b>	<b>-4%</b>	<b>-1%</b>	<b>-8%</b>	<b>1,8</b>
Dallas	Buenos Aires	American Airlines	41	28	12	40	81	90	35%	49%	100%	90%	-2%	22%	11%	-10%	6,8
<b>Total Dallas</b>			<b>41</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>40</b>	<b>81</b>	<b>90</b>	<b>35%</b>	<b>49%</b>		<b>90%</b>	<b>-2%</b>	<b>22%</b>	<b>11%</b>	<b>-10%</b>	<b>6,8</b>
Los Angeles	Buenos Aires	American Airlines	22	10	4	14	36	44	29%	39%	100%	83%	2901%	4184%	3685%	2980%	-2,2
<b>Total Los Angeles</b>			<b>22</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>14</b>	<b>36</b>	<b>44</b>	<b>29%</b>	<b>39%</b>		<b>83%</b>	<b>2901%</b>	<b>4184%</b>	<b>3685%</b>	<b>2980%</b>	<b>-2,2</b>
Orlando	Buenos Aires	Aerolíneas Argentinas	2	0	0	0	2	3	4%	18%	100%	83%	///	///	///	///	///
<b>Total Orlando</b>			<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4%</b>	<b>18%</b>		<b>83%</b>	<b>///</b>	<b>///</b>	<b>///</b>	<b>///</b>	<b>///</b>
<b>Total Estados Unidos</b>			<b>643</b>	<b>210</b>	<b>100</b>	<b>310</b>	<b>953</b>	<b>1.073</b>	<b>22%</b>	<b>33%</b>		<b>89%</b>	<b>2%</b>	<b>15%</b>	<b>16%</b>	<b>-2%</b>	<b>3,5</b>

RUTAS DIRECTAS



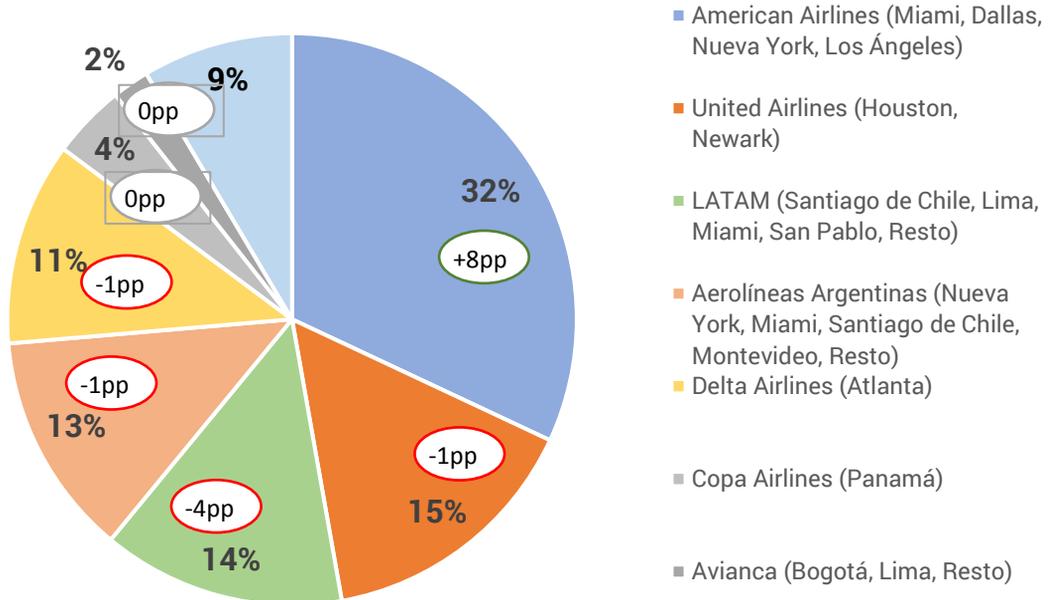
67% (+4pp)

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

Región de origen	País de origen	Ciudad de origen	Ciudad de destino	2019	Participación	Var. % I.A	
Norteamérica	EE.UU.		Buenos Aires	54.502	17%	14%	
			Miami	Córdoba	3.278	1%	///
			Total Miami		57.780	18%	21%
		New York	Buenos Aires	46.311	15%	3%	
		Atlanta	Buenos Aires	36.149	12%	-4%	
		Houston	Buenos Aires	30.867	10%	6%	
		Dallas	Buenos Aires	28.361	9%	22%	
		Los Angeles	Buenos Aires	10.496	3%	4184%	
	Canadá	Toronto	Buenos Aires	643	0%	-45%	
<b>Total Norteamérica</b>				<b>210.607</b>	<b>67%</b>	<b>14%</b>	
Sudamérica	Chile		Buenos Aires	22.045	7%	3%	
		Santiago de Chile	Mendoza	8.367	3%	-12%	
			Córdoba	3.242	1%	-41%	
	Brasil	São Paulo	Buenos Aires	1.705	1%	-4%	
		Río de Janeiro	Buenos Aires	9.188	3%	28%	
	Perú	Lima	Buenos Aires	4.110	1%	19%	
			Córdoba	9.725	3%	-22%	
			Córdoba	1.112	0%	-8%	
		Uruguay	Montevideo	Buenos Aires	3.974	1%	23%
		Colombia	Bogotá	Buenos Aires	1.936	1%	-4%
	Paraguay	Asunción	Buenos Aires	4.699	1%	18%	
	Bolivia	Santa Cruz de la Sierra	Buenos Aires	3.231	1%	-7%	
	Resto Sudamérica			5.941	2%	-26%	
<b>Total Sudamérica</b>				<b>80.636</b>	<b>26%</b>	<b>-5%</b>	
Centroamérica/Caribe	Panamá	Panamá	Buenos Aires	8.480	3%	-1%	
			Córdoba	1.657	1%	-34%	
			Mendoza	1.616	1%	7%	
	México	México DF	Rosario	1.019	0%	28%	
			Buenos Aires	3.708	1%	0%	
	Resto Centroamérica/Caribe			687	0%	110%	
<b>Total Centroamérica/Caribe</b>				<b>17.167</b>	<b>5%</b>	<b>-2%</b>	
Europa	España	Madrid	Buenos Aires	1.278	0%	24%	
	Inglaterra	Londres	Buenos Aires	1.487	0%	41%	
	Resto Europa			<b>18</b>	2.025	1%	6%
<b>Total Europa</b>				<b>4.790</b>	<b>2%</b>	<b>20%</b>	
Resto regiones				765	0%	3%	
<b>Total</b>				<b>313.965</b>	<b>100%</b>	<b>8%</b>	

## ESTADOS UNIDOS

### Llegadas de pasajeros con nacionalidad estadounidense a la Argentina por empresa y ruta. Año 2019.



Empresa y ruta	Ciudad de origen	Ciudad de destino	2019	V.I.A en pp
American Airlines	Miami	Buenos Aires	13%	2
Delta Airlines	Atlanta	Buenos Aires	12%	-1
United Airlines	Houston	Buenos Aires	10%	0
American Airlines	Dallas	Buenos Aires	9%	1
American Airlines	New York	Buenos Aires	6%	1
United Airlines	Newark	Buenos Aires	5%	-1
Aerolíneas Argentinas	New York	Buenos Aires	3%	-1
LATAM	Santiago de Chile	Buenos Aires	3%	-1
American Airlines	Los Angeles	Buenos Aires	3%	3
Aerolíneas Argentinas	Miami	Buenos Aires	3%	-1
Copa Airlines	Panamá	Buenos Aires	3%	0
<b>Resto</b>			<b>30%</b>	<b>-2</b>

## ESTADOS UNIDOS

### Programación de asientos de las rutas directas (vía aérea) hacia Argentina. 1º semestre 2020

Ciudad de origen	Ciudad de destino	Empresa	Total 2020	Var. % i.a						Total 1º sem 2020	Dif. Absoluta de asientos en 1º sem. 2020 vs 2019
				Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio		
Miami	Buenos Aires	American Airlines	168.377	-18%	-14%	-39%	-100%	-26%	-1%	-32%	-35.507
		Aerolíneas Argentinas	148.240	3%	16%	-8%	-66%	-25%	-20%	-17%	-16.320
		LATAM	72.267	-30%	-28%	-37%	-100%	-21%	-12%	-37%	-18.343
	Córdoba	American Airlines	9.405	///	///	///	///	///	-100%	221%	6.479
New York	Buenos Aires	American Airlines	86.541	0%	4%	-39%	-100%	-23%	0%	-27%	-13.104
		Aerolíneas Argentinas	64.192	-55%	-57%	-65%	-76%	-36%	-15%	-51%	-24.208
		United Airlines	0	-100%	-100%	-100%	-100%	-100%	-100%	-100%	-41.048
Houston	Buenos Aires	United Airlines	88.944	0%	4%	-23%	-100%	-10%	3%	-21%	-10.167
Dallas	Buenos Aires	American Airlines	78.636	0%	4%	-39%	-100%	-19%	-2%	-27%	-12.936
Atlanta	Buenos Aires	Delta Air Lines	77.747	13%	-5%	-35%	-61%	-23%	-23%	-24%	-11.557
Los Angeles	Buenos Aires	American Airlines	38.760	-7%	8%	-38%	-100%	-23%	0%	-27%	-5.985
Orlando	Buenos Aires	Aerolíneas Argentinas	9.248	///	///	///	///	///	///	///	9.248
<b>Total</b>			<b>842.357</b>	<b>-10%</b>	<b>-7%</b>	<b>-35%</b>	<b>-88%</b>	<b>-29%</b>	<b>-18%</b>	<b>-31%</b>	<b>-173.448</b>

Fuente: MinTurDep en base a OAG Analytics.

\* Programación obtenida el 02/01/2020

**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](mailto:economia@turismo.gob.ar)

[www.yvera.gob.ar/estadistica](http://www.yvera.gob.ar/estadistica)

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

