



Perfil del Turista Extranjero 2012



Presentación

El turismo receptivo en nuestro país, continúa cobrando cada vez mayor relevancia, con una tasa de crecimiento superior al promedio mundial y al promedio de Sudamérica. Asimismo, el turismo receptivo es el cuarto generador de divisas a nuestro país y una importante fuente generadora de empleo.

En ese contexto, PROMPERÚ considera de vital importancia conocer las características, motivaciones, intereses y comportamiento de viaje en el Perú de los turistas extranjeros que nos visitan, así como el gasto que realizan en su viaje.

Por este motivo, hace más de diez años, a través del estudio Perfil del Turista Extranjero, se viene recopilando y sintetizando la conducta de viaje de los turistas de los principales mercados emisores mundiales en la demanda del Perú como destino turístico.

Para el desarrollo del Perfil del Turista Extranjero 2012, se recopiló información en los tres principales puntos de salida del Perú: Lima: Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, Tacna – Puesto de Control Fronterizo de Santa Rosa y Puno – Puesto de Control Migratorio de Kasani. Las mediciones se realizaron en febrero, mayo, agosto y noviembre del 2012.

Los resultados obtenidos en este estudio y expuestos en el presente documento, pueden ser empleados como un insumo importante para los diferentes actores del mercado turístico: gremios, entidades regionales, agencias de viajes, hoteles, empresas de transporte, entre otros.

Por otro lado, queremos agradecer a Lima Airport Partners, a los Puntos de Control Fronterizo de Santa Rosa- Tacna y Kasani – Puno y a las empresas de transporte que cubren la ruta Puno – Kasani, por brindarnos incondicionalmente las facilidades para realizar el trabajo de campo en sus instalaciones.

Índice

Página

Conclusiones.....	5
<u>Principales resultados</u>	
I. El turismo receptivo en el mundo.....	8
II. El Turismo receptivo en el Perú.....	12
III. Perfil del turista extranjero	
Ficha Técnica.....	13
Definiciones.....	17
Motivo de viaje al Perú.....	18
¿Quiénes son los turistas que nos visitan?.....	19
Modalidad de viaje al Perú	20
Características del viaje.....	21
Departamentos visitados.....	22
Gasto del Turista.....	23
IV. Perfil del turista de vacaciones	
Tamaño de mercado del vacacionista extranjero.....	27
¿Quiénes son los vacacionistas?.....	28
Razones por las que decidió viajar al Perú.....	29
Aspectos previos al viaje al Perú.....	30
Características del viaje en el Perú.....	34
Gasto en el Perú.....	41
Compra de artesanías.....	44
Evaluación de la experiencia en el Perú.....	45

VI. Mejor prospecto de vacacionista

Tamaño del segmento.....	47
¿Quiénes son?	48
¿Cómo se comportan?.....	49
Gasto en el Perú.....	53

VII. El turista de negocios

Tamaño de Mercado.....	56
¿Quiénes son los turistas de negocios que nos visitan?	57
Aspectos previos al viaje.....	58
Motivo del viaje de negocios.....	59
Características del viaje.....	60
Experiencia de viaje en el Perú.....	61
Gasto en el Perú.....	64
Previsiones.....	66

Glosario de términos.....	67
---------------------------	----



Conclusiones

Conclusiones

- En el 2012, Perú registró el arribo de 2.8 millones de turistas internacionales (2.7 millones de turistas extranjeros y 0.1 millones de peruanos residentes en el exterior), es decir, 10% más que en el año 2011, superando al crecimiento de Sudamérica (5%) y del mundo (4%).
- El principal motivo de viaje al Perú continúa siendo el de vacaciones, recreación u ocio (57%), el cual ha incrementado su participación en 8% respecto al 2011. El turismo de negocios ha reducido su participación en 6%; sin embargo, continúa siendo el segundo motivo de visita al Perú.
- Estos dos segmentos de turistas (vacaciones y negocios) representan el 75% de las llegadas de turistas extranjeros al Perú y más del 60% de las divisas generadas por turismo receptivo.
- Latinoamérica y Estados Unidos continúan siendo los principales mercados emisores de turistas de negocios hacia el Perú.
- Los turistas de negocios suelen focalizar su vista en Lima, realizan actividades turísticas principalmente urbanas y se hospedan mayoritariamente en hoteles de 4 ó 5 estrellas (61%).

Conclusiones

- Respecto a los turistas de vacaciones, tenemos que:
 - ✓ **El 76% de ellos procede de los 14 mercados** considerados como **prioritarios** para el Perú (EE.UU, Canadá, México, Reino Unido, Francia, Alemania, España, Italia, Brasil, Colombia, Argentina, Chile, Japón y Australia).
 - ✓ La proporción de vacacionistas que visitó el Perú contratando una agencia de viajes, se mantuvo similar al del 2011; sin embargo, el flujo de vacacionistas que viajó a nuestro país contratando los servicios de una agencia se incrementó en 28% (114,000 turistas más).
 - ✓ La demanda de hoteles de 4 y 5 estrellas continúa siendo baja entre los vacacionistas (20%), aunque viene incrementándose ligeramente (2010: 14%, 2011: 17%).
- Respecto al segmento de vacacionistas con mayor poder de gasto, (vacacionistas que gastaron US\$1,000 o más durante su viaje), en el 2012 éste representó el 21% de los turistas extranjeros (570 mil turistas aproximadamente); este tipo de turista efectuó un gasto promedio de US\$ 2,093, siendo también mayor su estadía en el Perú (13 noches).
- Los turistas de este segmento proceden principalmente de mercados de larga distancia: (EEUU: 21%, Francia: 7%, Japón: 6% y Canadá: 6%). Asimismo, el flujo de estos turistas se incrementó en 10% con respecto al 2011.



El Turismo Receptivo en el Mundo

I. El Turismo Receptivo en el Mundo



FLUJO DE VIAJES INTERNACIONALES EN EL MUNDO

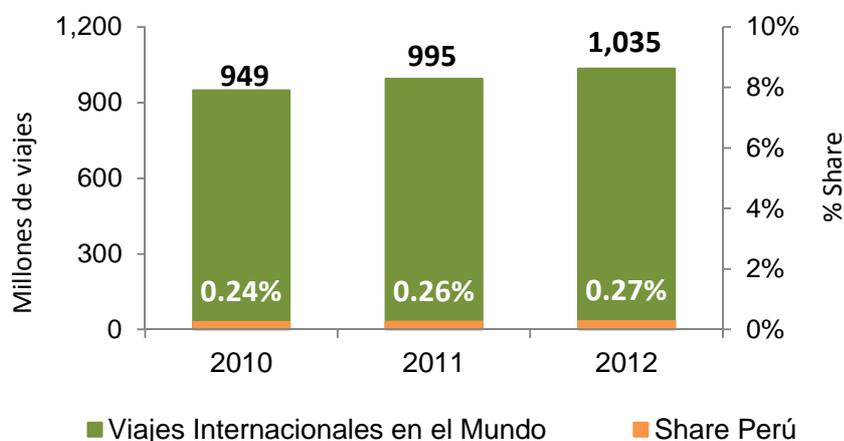
	2010 millones de visitas	2011 millones de visitas	2012 millones de visitas	Share 2012	Var 11/10	Var 12/11
Mundo	949	995	1,035	100%	4.8%	4.0%
Europa	485.6	516.4	534.2	52%	6%	3%
Asia y el Pacífico	205.1	218.2	233.6	23%	6%	7%
América	150.6	156.0	163.1	16%	4%	5%
América del sur	23.6	25.5	26.7	3%	8%	5%
Perú*	2.30	2.60	2.85	0.27%	13%	10%
África	49.9	49.4	52.4	5%	-1%	6%
Medio Oriente	58.2	54.9	52.0	5%	-6%	-5%

* Turistas Extranjeros + Peruanos residentes en el exterior

**En el año 2012, el turismo receptivo del Perú creció por encima del promedio mundial y la región. Perú: 10% vs. Mundo: 4%
Vs. Sudamérica: 5%.**

Para el año 2013, la OMT prevé que el mercado de viajes en el mundo crezca entre 3% y 4%, reportando un poco más de 1,060 millones de viajes.

Participación del Perú en los viajes internacionales



Perú viene ganando participación en los viajes internacionales a nivel mundial, incrementando su participación de 0,24% en el 2010 a 0,27% en el 2012.

I. El Turismo Receptivo en el Mundo

LLEGADAS INTERNACIONALES A LOS PAISES DE LA COMPETENCIA (en millones)

- ✓ 14 países han sido determinados como competidores del Perú en turismo receptivo, en base al análisis de su oferta y demanda.
- ✓ Entre ellos, el Perú se ubicaría en el puesto #10 en recepción de turistas extranjeros.
- ✓ En Latinoamérica, la competencia más fuerte de Perú sigue siendo México, Argentina, Brasil y Chile.

Países	2010	2011	2012	Var 11/10	Var 12/11
China	55.7	57.6	57.7	3.4%	0.3%
México	23.3	23.4	23.2	0.5%	-1.0%
Egipto	14.1	9.5	11.1	-32.4%	17.1%
India	5.8	6.3	6.7	9.2%	5.7%
Brasil	5.2	5.4	5.7	5.3%	4.5%
Argentina	5.3	5.7	5.6	7.1%	-1.2%
Jordania	4.2	4.0	4.2	-5.9%	6.0%
Chile	2.8	3.1	3.5	11.0%	13.0%
Camboya	2.5	2.9	3.6	14.9%	24.4%
Perú*	2.3	2.6	2.8	13.0%	7.7%
Colombia	2.4	2.3	2.5	-1.8%	6.6%
Costa Rica	2.1	2.2	2.3	4.4%	7.0%
Guatemala	1.2	1.2	1.3	0.5%	3.5%
Ecuador	1.0	1.1	1.3	9.0%	11.5%
Nepal	0.6	0.7	0.8	22.1%	9.8%

* Turistas Extranjeros + Peruanos residentes en el exterior



Perú sigue manteniendo un crecimiento sostenido en los últimos dos años. Respecto a la competencia, Egipto se viene recuperando frente a los problemas político sociales, mientras que Chile y Camboya continúan con crecimientos importantes.

I. El Turismo Receptivo en el Mundo

Entre los países competidores latinoamericanos encontramos que, Brasil y México son los países que más turistas capturan de los mercados de larga distancia que son de interés para el Perú^(*); probablemente por presentar una mejor conectividad aérea hacia esos mercados, entre otros motivos.

En tanto que, Chile nos superaría en llegadas de turistas alemanes y turistas brasileños.

FLUJO DE TURISTAS QUE EMITEN LOS MERCADOS DE INTERES PARA EL PERÚ^(*) A LOS PAISES COMPETIDORES LATINOAMERICANOS

PAISES COMPETIDORES	PAISES EMISORES (EN MILES) (DE INTERES PARA EL PERÚ ^(*))													
	Arg	Bra	Chi	Col	Méx	EE.UU	Can.	UK	Fra	Ale	Ita	Esp	Jap	Aust
Argentina		1,260	1,122	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Brasil	1,677		236	92	67	654	73	147	37	251	228	191	65	37
Chile	1,286	381		76	43	202	45	57	39	71	29	62	15	39
Colombia	127	115	72		106	635	57	33	14	41	39	127	7	14
Costa Rica	25	17	11	38	59	941	138	36	0	50	21	51	5	-
Ecuador	40	21	38	294	19	278	27	25	12	28	15	61	6	12
Guatemala	13	8	7	17	50	436	41	23	10	20	16	25	7	10
México	221	239	90	137		18,683	703	356	-	191	166	305	87	-
Perú	150	124	797	132	48	388	59	55	35	60	35	98	52	35
Total Competencia + Perú	3,539	2,164	2,373	786	393	22,217	1,144	734	147	712	549	921	244	147
Share de Perú	4%	6%	34%	17%	12%	2%	5%	8%	24%	8%	6%	11%	21%	24%

Fuente: Oxford Economics / Oficinas de Estadísticas de los países

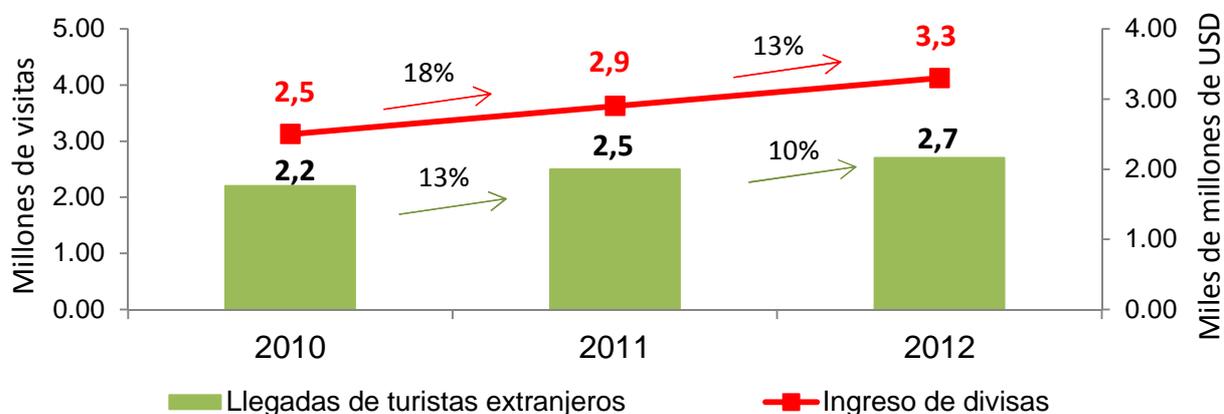
Elaboración: PROMPERU

En mercados como Chile, Australia, Japón y Colombia, la participación del Perú (en captación de turistas extranjeros) es significativa (entre 34% y 17%) y por ende competitiva. En tanto que, en EEUU nuestra participación aún es mínima (2%) frente al volumen de viajes que se genera desde este mercado hacia los países competidores.

* Mercados de Interés: son aquellos países que han sido considerados como los principales emisores de turistas hacia el Perú, en base a un modelo estadístico – matemático diseñado por Oxford Economics, 11

II. El Turismo Receptivo en el Perú

EVOLUCION DEL TURISMO EXTRANJERO EN EL PERÚ (Tamaño de Mercado)



En el año 2012, las llegadas de turistas extranjeros se han incrementado en 10%, en tanto que las divisas, registraron un incremento del 13%.

Mercados de Interés	Llegadas de Turistas (en miles)		Divisas (en millones US\$)	
	2011	2012	2011	2012
Chile	718	782	190	229
Chile AJCH	108	129	92	119
Chile Frontera STA ROSA	610	653	98	111
Estados Unidos	356	388	476	481
Argentina	139	150	127	139
Colombia	111	132	114	115
Brasil	115	124	125	130
España	93	98	140	124
Francia	71	80	120	127
Reino Unido	55	55	97	106
Alemania	54	60	87	106
Canadá	56	59	82	96
México	43	48	47	55
Italia	34	35	50	51
Australia	30	35	59	77
Japón	39	52	65	87
Total	1,915	2,099	1,779	1,923

Los mercados de interés generan el **78%** del total de llegadas al Perú y el **58%** de las divisas en Turismo Receptivo.



Ficha Técnica

III, Ficha Técnica

Objetivos del estudio

- Conocer el perfil de los turistas extranjeros que visitan el Perú.
- Identificar las principales motivaciones para viajar al Perú.
- Estimar el gasto que realizaron los turistas extranjeros en el Perú.

Tipo de Estudio

Cuantitativo (Entrevista personal directa).

Instrumento

Cuestionario estructurado y estandarizado con preguntas abiertas y cerradas.

Universo

Turistas extranjeros de 15 años o más, que permanecieron en el Perú por lo menos una noche y cuyo motivo de viaje fue diferente al de residencia o trabajo remunerado en el país.

Puntos de Muestreo

Lima – Aeropuerto Internacional Jorge Chávez
Tacna- Puesto de Control Migratorio de Santa Rosa
Puno – Puesto de Control Migratorio de Kasani
En el 2012, estos tres puntos, concentraron el 88% de las llegadas de turistas extranjeros al Perú.

Tamaño de la muestra

5,644 casos, (AIJCH: 4,676 casos / Tacna : 509 casos / Puno: 459 casos) en los meses de Febrero, Mayo, Agosto y Noviembre 2012.

Empresa contratada

IPSOS Apoyo Opinión y Mercado S.A. e Inmark Perú S.A. realizaron el trabajo de campo del estudio en el 1er semestre (febrero y mayo) y 2do semestre (agosto y noviembre) del 2012, respectivamente.

III. Ficha Técnica

La muestra estuvo distribuida de la siguiente manera:

1) Lima – Aeropuerto Internacional Jorge Chávez: 4,676 casos.

País / Región	Muestra Total 2012	
	Muestra	Error (+/-) ^(*)

Norteamérica	1,006	2.57%
EEUU	444	3.83%
Canadá	300	4.52%
México	262	6.05%

Europa	1,471	2.13%
Reino Unido	183	6.16%
Francia	208	5.30%
Alemania	173	6.12%
España	164	7.27%
Italia	152	4.98%
Holanda	134	9.28%
Suiza	139	5.34%
Bélgica	118	5.42%
Otros Europa	200	4.86%

País / Región	Muestra Total 2012	
	Muestra	Error (+/-) ^(*)

Sudamérica	1,241	2.79%
Chile	236	5.06%
Bolivia	159	12.45%
Ecuador	174	7.83%
Argentina	211	5.26%
Brasil	196	5.94%
Colombia	152	6.19%
Otros Sudamérica	113	6.86%

Asia	446	3.51%
Japón	138	5.30%
Otros Asia	308	5.13%

África y Oceanía	228	5.95%
-------------------------	------------	--------------

Centroamérica	275	4.51%
----------------------	------------	--------------

2) Tacna - Puesto de Control Migratorio de Sta. Rosa: 506 casos.

País	Muestra	Error (+/-) ^(*)
------	---------	----------------------------

Chile	288	7.18%
Otros	218	7.09%

3) Puno - Puesto de Control Migratorio de Kasani: 459 casos.

Muestra	Error (+/-) ^(*)
459	2.97%

(*) Nota: Error calculado en base al promedio del gasto de viaje.

III. Definiciones

Turista

Es aquella persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un **periodo mínimo de una noche y no más de doce meses** consecutivos y cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país visitado o residir en el mismo,

Los motivos de viaje pueden ser: vacaciones / recreación u ocio, negocios, visita a familiares y amigos, salud, voluntariado, etc,

Por lo tanto, según el motivo del viaje:

Vacacionista

Es el turista que viaja por **motivos de descanso o diversión**, siendo el propio turista quien decide hacer el viaje turístico, Durante el viaje, en ocasiones, se visita a parientes y amigos, aunque no es éste el motivo principal de la visita,



Turista de negocios

Es el turista que viaja por exigencias relacionadas con su ocupación o la actividad económica de la empresa para la que trabaja, Además, la realización del viaje y su financiamiento son decisiones tomadas frecuentemente por alguien diferente al mismo viajero,



III. Perfil del Turista Extranjero

Motivo de viaje al Perú

MOTIVO PRINCIPAL DE VIAJE AL PERÚ (Tamaño de Mercado)

El principal motivo de visita al Perú son los viajes por “vacaciones, recreación u ocio”, con una participación de 57% y un crecimiento de 27% frente al flujo de viajes del año anterior.

Principal Motivo de Viaje al Perú	Llegadas de Turistas Extranjeros			Share		Variación anual	
	2,010	2,011	2,012	2011	2012	Var 11/10	Var 12/11
Vacaciones	1'153,069	1'208,160	1'541,177	49%	57%	5%	28%
Negocios	435,120	591,752	486,687	24%	18%	36%	-18%
Visita a familiares	326,340	369,845	405,572	15%	15%	13%	10%
Asistir a seminarios y conferencias	87,024	98,625	81,115	4%	3%	13%	-18%
Salud/ tratamiento médico	65,268	98,625	81,115	4%	3%	51%	-18%
Otros	108,780	98,625	108,153	4%	4%	-9%	10%
Total	2'175,601	2'465,633	2'703,819	100%	100%	13%	10%

Total: 100%



Los viajes de negocios al Perú han tenido una contracción respecto al 2011, aunque el volumen de viajes sigue siendo mayor al 2010,

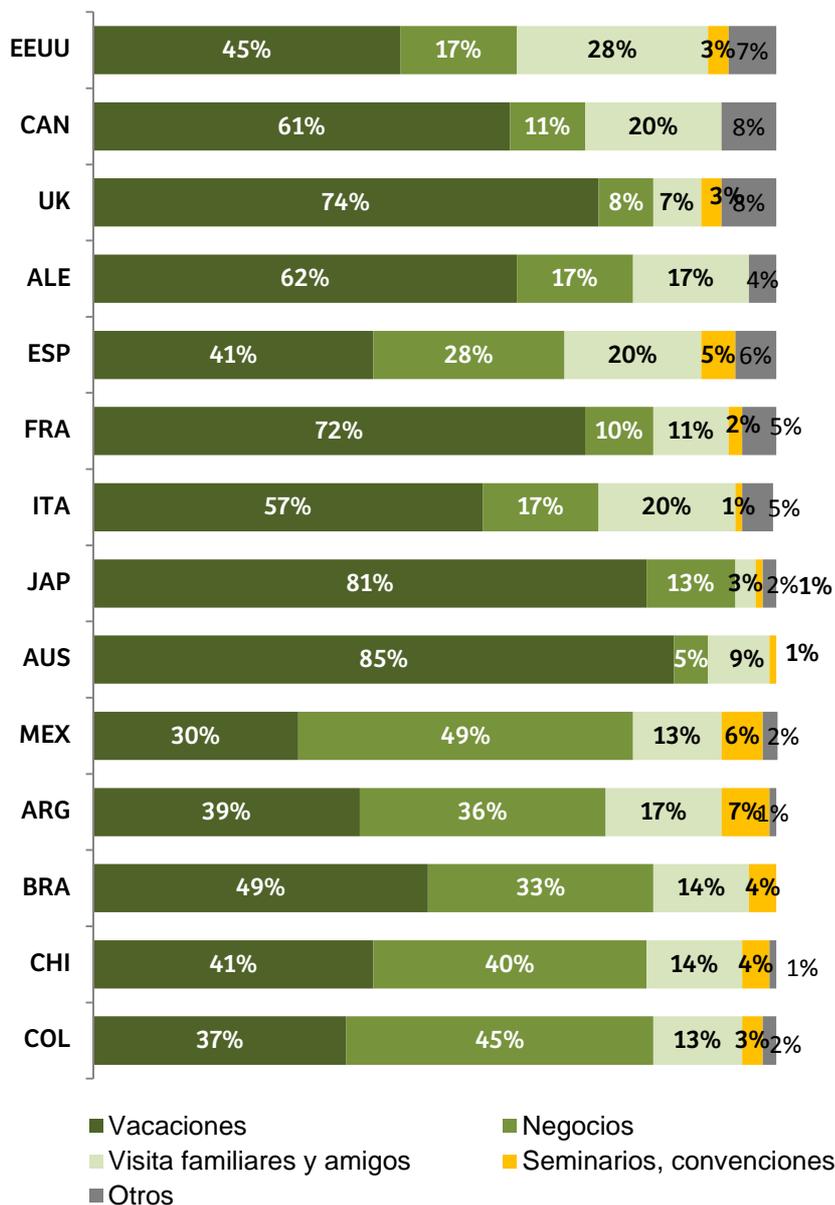
Ello se debería a la situación económica mundial que ha llevado a las empresas a ser más selectivas con sus viajes internacionales y el Perú, no ha sido ajeno a ello.

Los viajes para visitar familiares y amigos continúan en la misma tendencia creciente del año anterior.



III. Perfil del Turista Extranjero Motivo de viaje al Perú

MOTIVO PRINCIPAL DE VIAJE AL PERÚ



Los viajes de negocios destacan más en los países latinoamericanos, en especial México. Sin embargo, el mercado español sigue siendo importante dentro de este segmento.

Japón, Australia, Reino Unido y Francia son los mercados que emiten mayor proporción de vacacionistas.

Por lo general, el motivo de recreación ha incrementado su participación en todos los mercados emisores de interés, respecto al 2011, Sólo Australia ha reducido de 90% (2011) a 85% (2012),

III. Perfil del Turista Extranjero

¿Quiénes son los turistas que nos visitan?

SEXO^(*)

H: 62%

M: 38%



ESTADO CIVIL^(*)



Casados
/parte de
una pareja
54%

Solteros
45%

✓ La edad promedio del turista que visita Perú es de 39 años, siendo menor entre los turistas que salen del Perú por Kasani-Puno (30 años) y mayor entre los turistas de negocios (42 años), entre los que contrataron paquetes turísticos (44 años) y entre los que viajan con pareja (42 años).

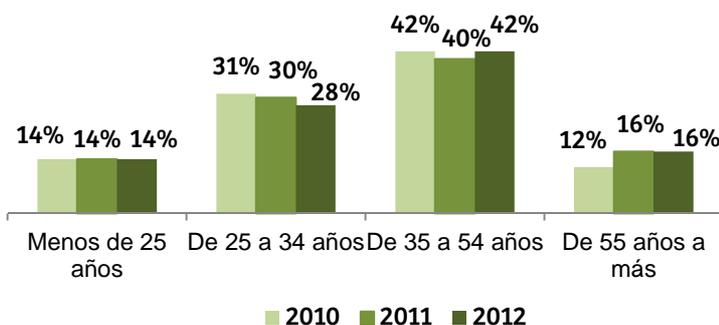
✓ 89% con estudios superiores.

✓ Mayormente residen en las principales ciudades de su país.

✓ Más del 60% de los turistas de negocios están comprendidos entre los 35 a 54 años.

✓ 70% de los turistas que salen del Perú por Kasani – Puno, tienen ingresos familiares menores a US\$ 70mil anuales, 78% de estos turistas son solteros.

EDAD^(*)



OCUPACION^(*)



Alto funcionario/
Director de empresa:
4%



Profesional
Ejecutivo: 22%

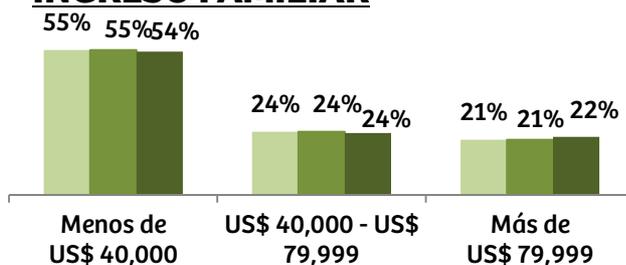


Profesional
Técnico: 15%



Estudiantes:
11%

INGRESO FAMILIAR^(**)



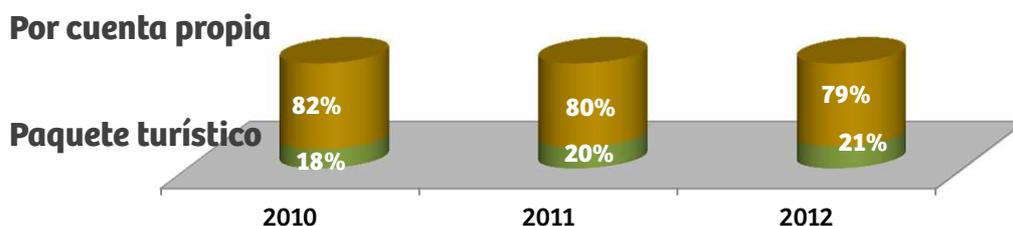
(*) Base: Total Turistas Extranjeros

(**) Base: Turistas extranjeros que declararon sus ingresos (68%)
Total: 100%

III. Perfil del Turista Extranjero Modalidad de viaje al Perú

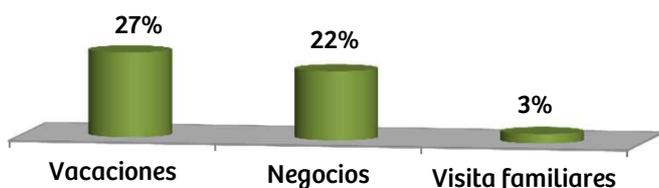
MODALIDAD DE VIAJE AL PERÚ

La mayoría de turistas suele visitar el Perú sin adquirir un paquete turístico a una agencia de viajes (es decir, por cuenta propia).

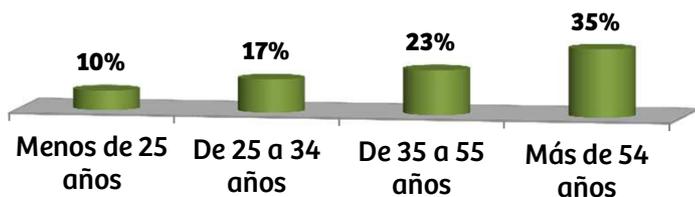


Se estima que en el 2012, más de **579 mil turistas extranjeros** compraron un paquete turístico para viajar al Perú.

Uso de Paquetes Turísticos para viajar al Perú (Por motivo de viaje)



(Por rango de edad)



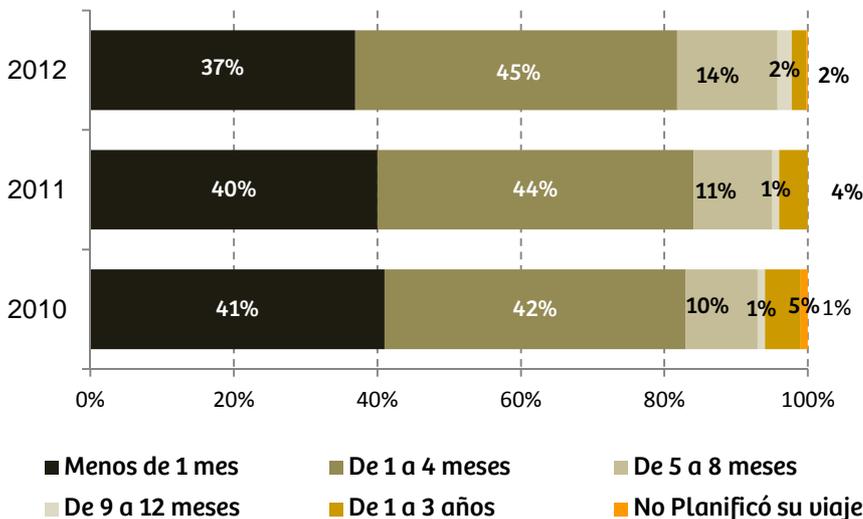
El **mayor uso** de paquetes turísticos se daría entre los turistas que:

- ✓ Viajan por vacaciones (27%).
- ✓ Mayores de 54 años (35%).
- ✓ Residen en: Japón (60%), Reino Unido (45%), Italia (44%), Australia (44%), Canadá (42%), Alemania (42%), Corea del Sur (39%), Suiza (37%), México (35%), Holanda (35%), Francia (34%), Brasil (30%) y Colombia (29%).

III. Perfil del Turista Extranjero

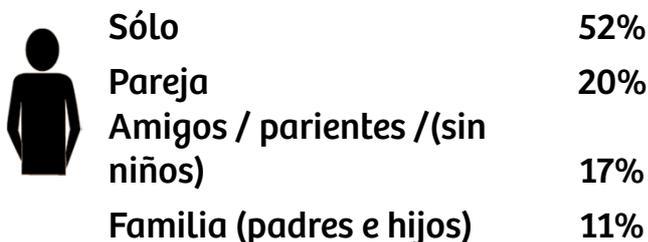
Características del viaje al Perú

PLANIFICACIÓN DEL VIAJE AL PERU



El tiempo promedio en la planificación del viaje se estima en 2.5 meses, siendo los turistas que viajan por recreación (3 meses), quienes compran paquetes turísticos (4.0 meses) y quienes viajan con pareja (3.3 meses), quienes planifican con más tiempo.

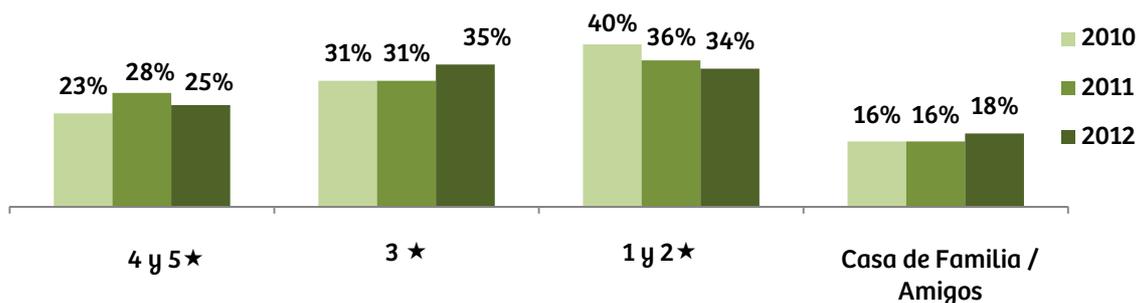
GRUPO DE VIAJE



Por lo general, la visita al Perú suele realizarse sin compañía o en grupos que no incluyen niños.

ALOJAMIENTO UTILIZADO

El 61% de los turistas de negocios se alojaron en hoteles de 4 y 5 estrellas, mientras que el 72% de los turistas que viajaron al Perú para visitar familiares y amigos, se hospedaron en casa de éstos.



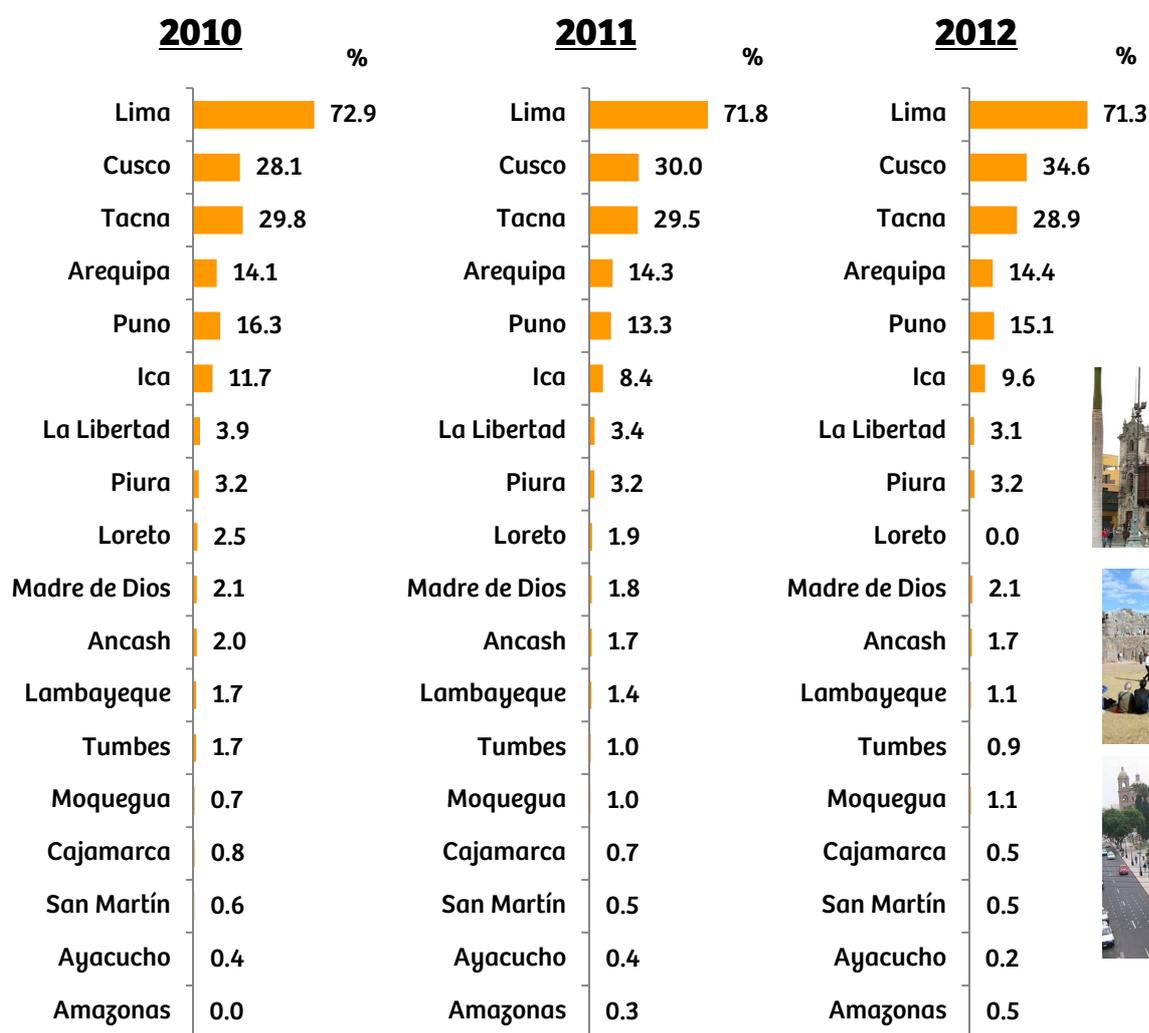
Base: Total Turistas Extranjeros
Total: 100%

III. Perfil del Turista Extranjero

Departamentos visitados

Lima y los departamentos del sur del país continúan obteniendo la mayor participación en la visita de los turistas extranjeros.

Se estima que el flujo de visitas a la zona norte comprendida por Lambayeque, La Libertad, Tumbes y Piura, se incrementó en 15%, es decir 7,800 turistas más que en el 2011.

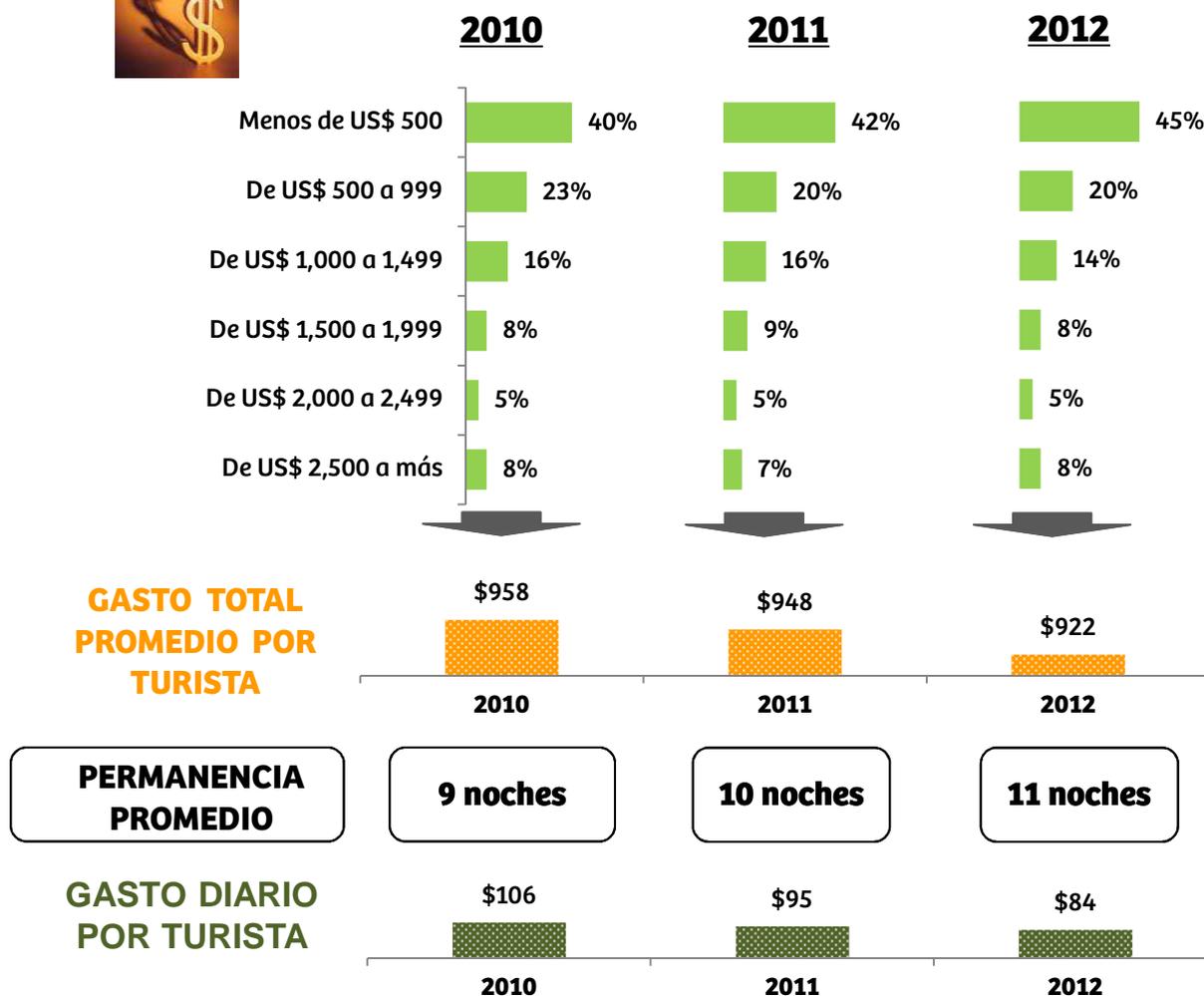


En el 2012, tres cuartas partes de los turistas extranjeros visitó menos de tres departamentos durante su estadía.

III. Perfil del Turista Extranjero

Gasto del turista en el Perú

El gasto del turista extranjero en el Perú se ha mantenido en los últimos dos años, no existiendo diferencias estadísticamente significativas.



Aplicando el análisis de estimación de intervalos de confianza para el año 2012, tenemos que el gasto del turista estaría entre US\$ 874 y US\$ 970.

Debemos considerar, que a mayor edad del turista, se registra un mayor gasto (menos de 25 años: US\$ 751; de 55 años o más: US\$ 1,178).

Asimismo, destaca el gasto de los turistas que viajaron con paquete turístico, quienes gastaron en promedio US\$ 1,759.

Base: Total Turistas Extranjeros

Total: 100%

Nota: El gasto del turista en el Perú no incluye el gasto en ticket aéreos y/o terrestre de entrada y salida al Perú,

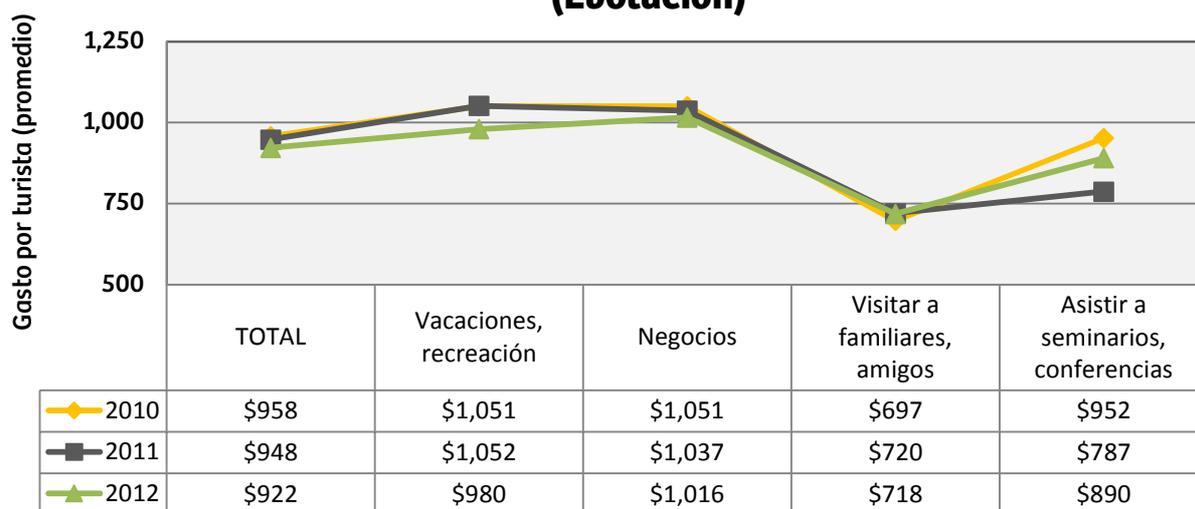
III. Perfil del Turista Extranjero

Gasto del turista en el Perú

El gasto en el Perú, difiere según el motivo principal de viaje:

- ✓ Los turistas de negocios y vacacionistas son quienes realizan un mayor gasto promedio.
- ✓ El gasto diario por viajes de negocios (US\$ 127), continúa siendo mayor al gasto diario del vacacionista (US\$ 98).

GASTO TOTAL POR MOTIVO DE VIAJE
(Evolución)



GASTO POR TURISTA EN PERÚ- 2012	Total	AIJCH
Menos de US\$ 500	45%	24%
De US\$ 500 a US\$ 999	20%	26%
De US\$ 1,000 a US\$ 1,499	14%	20%
De US\$ 1,500 a más	21%	30%

Gasto Promedio	US\$ 922	US\$ 1,250
-----------------------	-----------------	-------------------

El mayor gasto promedio, se sigue registrando entre los turistas que salen por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

(13 noches de permanencia)

Base: Total Turistas Extranjeros

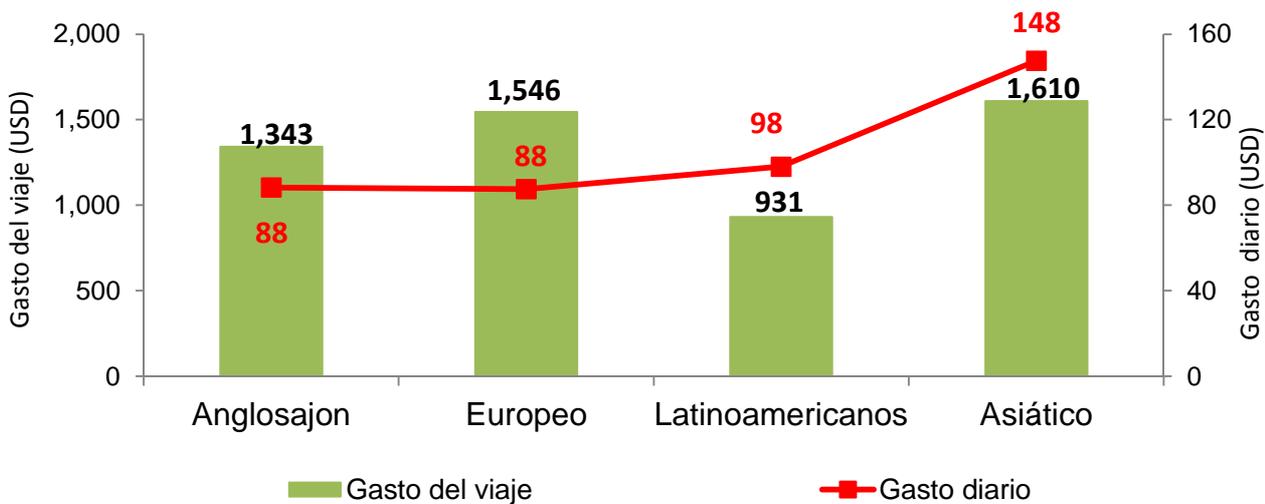
Total: 100%

Nota: El gasto del turista en el Perú no incluye el gasto en ticket aéreos y/o terrestre de entrada y salida al Perú,

III. Perfil del Turista Extranjero

Gasto del turista en el Perú

Los turistas asiáticos son quienes realizan un mayor gasto durante su estadía en el Perú.



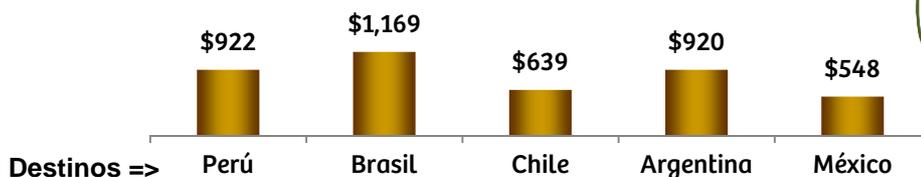
Base: Total Turistas Extranjeros

Nota: El gasto del turista en el Perú no incluye el gasto en ticket aéreos y/o terrestre de entrada y salida al Perú,



Resáltese que, el Perú sería el segundo país en la región (junto a Argentina) donde más gastan los turistas extranjeros.

GASTO DEL TURISTA EN LOS PAISES DE LA COMPETENCIA VS, PERÚ (2012)



La permanencia del turista extranjero en Brasil es mayor (12 noches) que en el Perú (11 noches).

Fuente: TDM – OXFORD – Agosto 2013

En todos los casos se considera el gasto del turista de frontera



Perfil del Turista Extranjero

**Motivo de viaje: Vacaciones,
recreación u ocio
(Vacacionista)**

IV. Perfil del Vacacionista

TAMAÑO DE MERCADO DEL VACACIONISTA EXTRANJERO



Fuente: MINCETUR / PROMPERÚ

En el 2012, el flujo de vacacionistas representó el 57% del total de llegadas y ha registrado un crecimiento importante respecto al 2011 (28% más); asimismo las divisas generadas por este segmento, se han incrementado en 19%.

Mercados de Interés	Llegadas de Vacacionistas (en miles)		Divisas (en millones US\$)	
	2011	2012	2011	2012
Chile	465	516	103	132
Chile AJCH	19	53	22	50
Chile Frontera STA ROSA	445	464	81	82
Estados Unidos	139	174	263	244
Argentina	38	59	46	64
Colombia	29	49	39	48
Brasil	38	61	55	75
España	31	40	55	53
Francia	41	58	73	95
Reino Unido	39	41	76	86
Alemania	25	37	51	80
Canadá	28	36	52	69
México	10	14	15	17
Italia	14	20	25	34
Australia	27	30	54	71
Japón	26	42	52	78
Total	948	1,178	959	1,148

En los mercados de interés, encontramos que:

- ✓ El flujo de viajes por vacaciones de los mercados de interés, ha crecido 24% en tanto que las divisas se incrementaron en 20%.
- ✓ Chile, Alemania y Japón han registrado un crecimiento importante en la generación de divisas.

IV. Perfil del Vacacionista

¿QUIENES SON LOS VACACIONISTAS?

CARACTERISTICAS SOCIODEMOGRAFICA			
	2010	2011	2012
Sexo	Hombres: 58%	Hombres: 57%	Hombres: 59%
Edad	Menos de 25 años: 17% 25 a 34 años: 37% 35 a 55 años: 34% Más de 55 años: 12%	Menos de 25 años: 17% 25 a 34 años: 33% 35 a 55 años: 30% Más de 55 años: 20%	Menos de 25 años: 16% 25 a 34 años: 31% 35 a 55 años: 36% Más de 55 años: 17%
Estado Civil	Parte de una pareja: 52%	Parte de una pareja: 47%	Parte de una pareja: 50%
Grado de Instrucción	Superior: 86%	Superior: 88%	Superior: 89%
Ocupación	Profesional Ejecutivo: 22% Profesional Técnico: 21% Estudiante: 11% Empleado de Servicios: 14%	Profesional Ejecutivo: 15% Profesional Técnico: 12% Estudiante: 18% Empleado de Servicios: 7%	Profesional Ejecutivo: 21% Profesional Técnico: 16% Estudiante: 12% Empleado de Servicios: 7%
Ingreso familiar anual	Menos de US\$ 40,000: 63% US\$ 40,000 a US\$ 79,999: 23% Más de US\$ 79,999: 14%	Menos de US\$ 40,000: 62% US\$ 40,000 a US\$ 79,999: 20% Más de US\$ 79,999: 18%	Menos de US\$ 40,000: 60% US\$ 40,000 a US\$ 79,999: 20% Más de US\$ 79,999: 20%

TENENCIA DE HIJOS

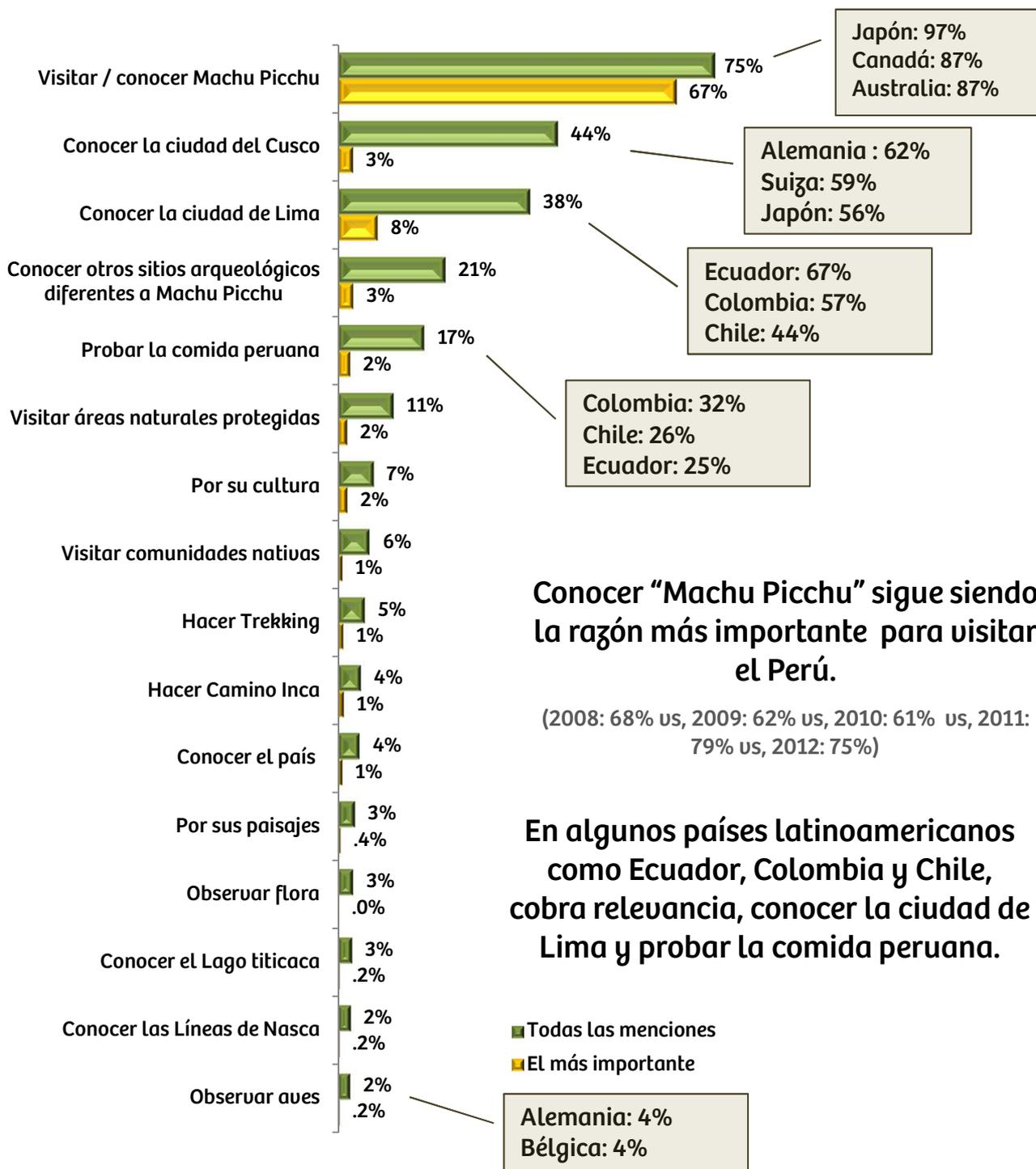
Dentro del segmento de vacacionistas, se ha registrado un aumento de profesionales ejecutivos y de personas de 35 a 55 años de edad.



Base: Total de vacacionistas que son parte de una pareja

IV. Perfil del Vacacionista

RAZONES POR LAS QUE DECIDIO VIAJAR AL PERÚ



Conocer "Machu Picchu" sigue siendo la razón más importante para visitar el Perú.

(2008: 68% us, 2009: 62% us, 2010: 61% us, 2011: 79% us, 2012: 75%)

En algunos países latinoamericanos como Ecuador, Colombia y Chile, cobra relevancia, conocer la ciudad de Lima y probar la comida peruana.

El más importante: 100%

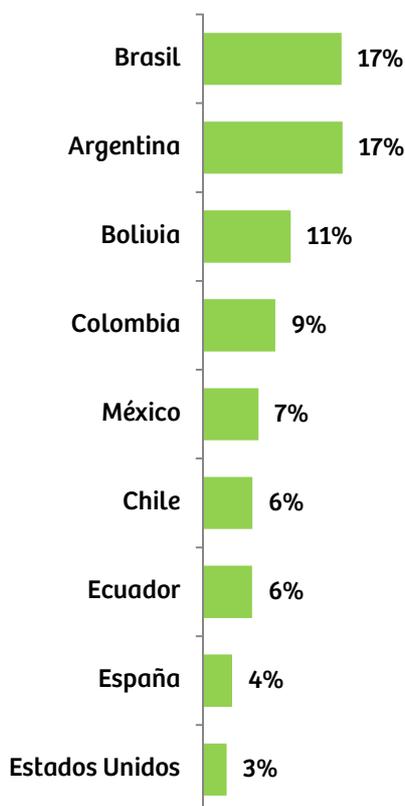
Todas las menciones: Múltiple

Base: Total de vacacionistas que salieron del Perú por el AIJCH

IV. Perfil del Turista de Vacaciones

Aspectos Previos al Viaje al Perú

PAÍSES QUE HABRIAN CONSIDERADO VISITAR SI NO HUBIERAN VISITADO EL PERÚ EN ESTE VIAJE - Principales



Brasil y Argentina son los principales países que los vacacionistas habrían considerado visitar, de no haber elegido al Perú en este viaje vacacional; convirtiéndose así en competidores relevantes dentro de la región.

Los vacacionistas que salen por Kasani-Puno, consideran a Brasil (30%) como el país más importante, mientras que los vacacionistas que salen por Santa Rosa – Tacna, mencionan principalmente a Argentina (22%).

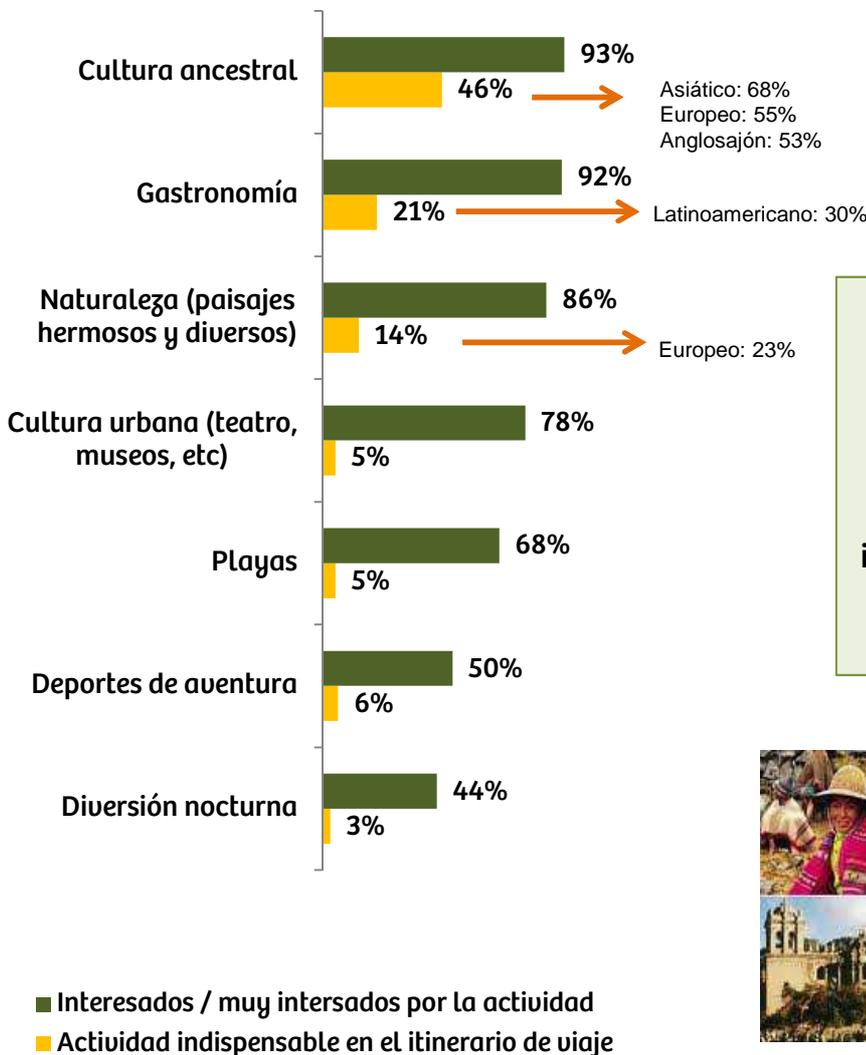
Países que habría considerado visitar si no hubiera visitado Perú	Continente de Residencia (Apto, Int, Jorge Chávez)				
	Anglosajón	Europa	Asia	Latinoamérica	Africa / Oceanía
Brasil	16%	15%	14%	13%	14%
Argentina	16%	14%	8%	13%	8%
Bolivia	8%	10%	7%	4%	6%
Colombia	6%	5%	3%	5%	8%
México	4%	7%	12%	10%	10%
Chile	7%	9%	2%	5%	9%
Ecuador	7%	6%	4%	3%	6%
España	4%	2%	5%	3%	1%
Estados Unidos	1%	4%	4%	6%	3%
Australia	5%	5%	4%	2%	1%

IV. Perfil del Turista de Vacaciones

Aspectos Previos al Viaje al Perú

INTERES POR ACTIVIDADES TURISTICAS EN UN VIAJE VACACIONAL

Los vacacionistas que visitaron el Perú, muestran una actitud por querer participar en diversas actividades turísticas durante sus viajes internacionales de recreación, siendo las tres más importantes las que se relacionan con la cultura ancestral, el turismo de naturaleza y la gastronomía.



Si bien el vacacionista está interesado en realizar diversas actividades, conocer **“la cultura ancestral”** del país visitado, es una actividad que el 46% considera indispensable en su itinerario de viaje, asimismo para el 21% es conocer y disfrutar de la gastronomía.



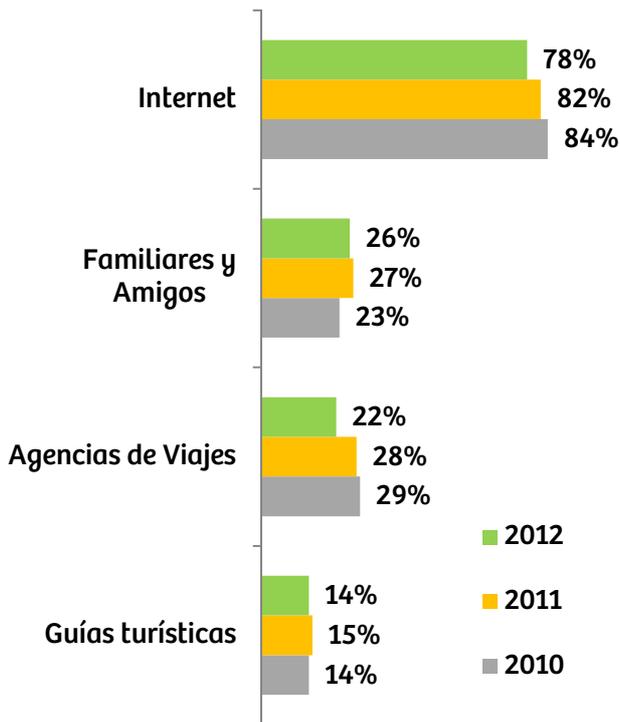
Para el 23% de los europeos el turismo de naturaleza es indispensable en su viaje, mientras que para el 30% de los latinoamericanos, las actividades de gastronomía no pueden faltar en el itinerario.

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Aspectos Previos al Viaje al Perú

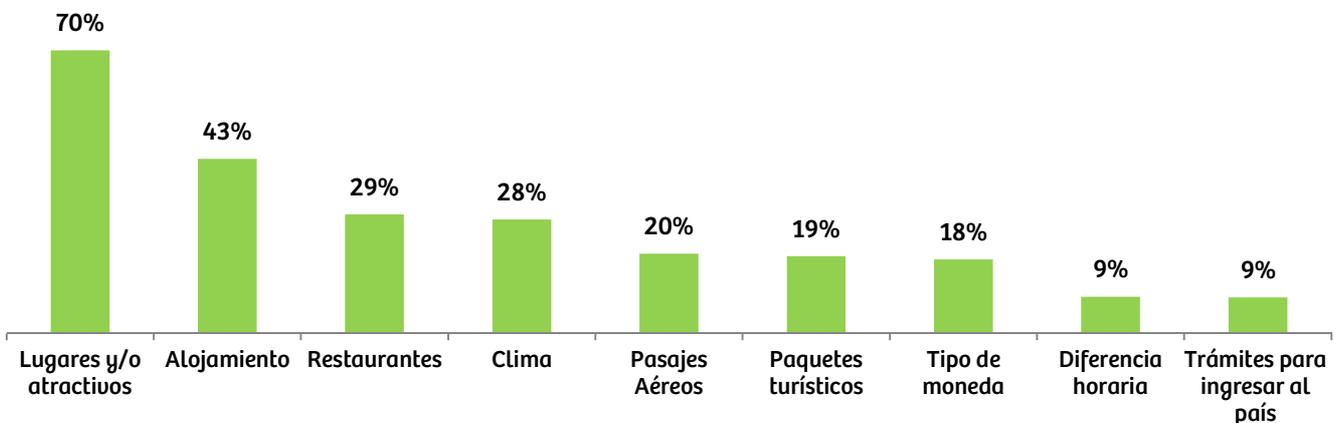
¿CÓMO PLANIFICAN SUS VIAJES INTERNACIONALES POR VACACIONES?

MEDIOS DONDE BUSCA INFORMACIÓN



Las guías turísticas, como fuente de información, son especialmente importantes para los vacacionistas canadienses (24%) y belgas (26%).

TIPO DE INFORMACION QUE SE SUELE BUSCAR ANTES DEL VIAJE



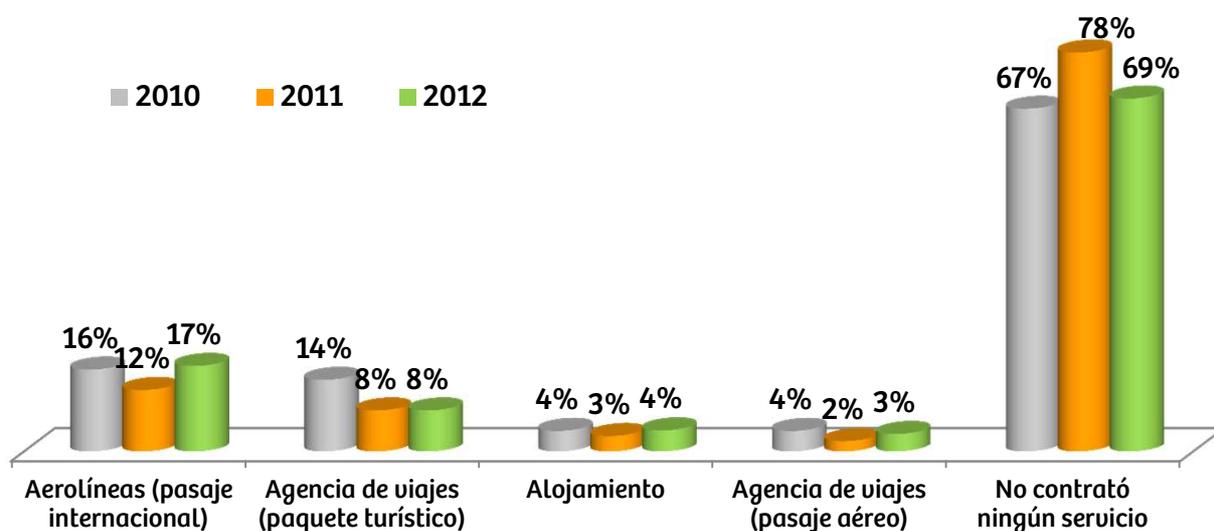
IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Aspectos Previos al Viaje al Perú

SERVICIOS CONTRATADOS POR INTERNET PARA VISITAR EL PERÚ

En el 2012, sigue siendo alto el total de vacacionistas que visitan el Perú sin contratar los servicios turísticos por internet (69%), sobre todo los vacacionistas que cruzan la frontera de Santa Rosa – Tacna (94%) y Kasani – Puno (66%).

47% de los turistas que salieron del país por el aeropuerto Jorge Chávez, adquirieron algún servicio a través de internet, principalmente pasajes aéreos (28%) y paquetes turísticos (14%).

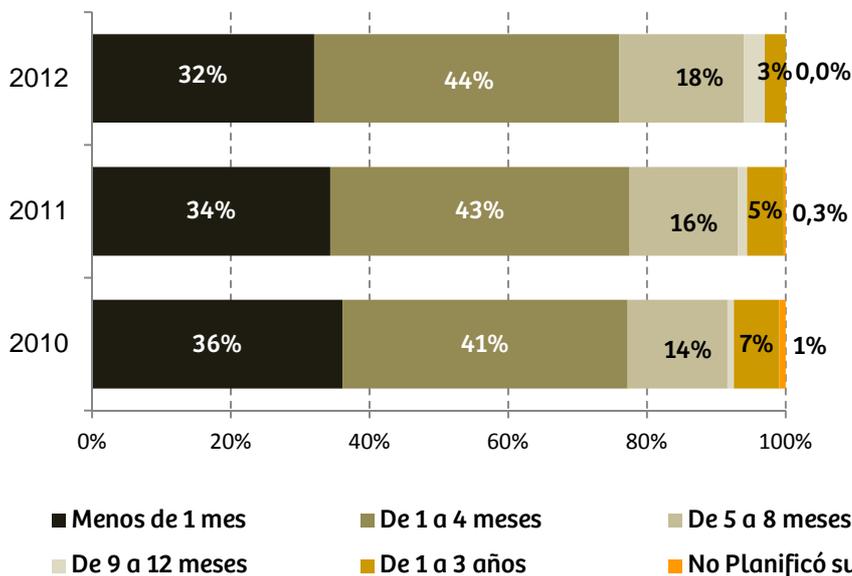


Los vacacionistas holandeses, británicos, y franceses, son quienes más contrataron algún servicio a través de internet (55%, 54% y 54%, respectivamente).

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

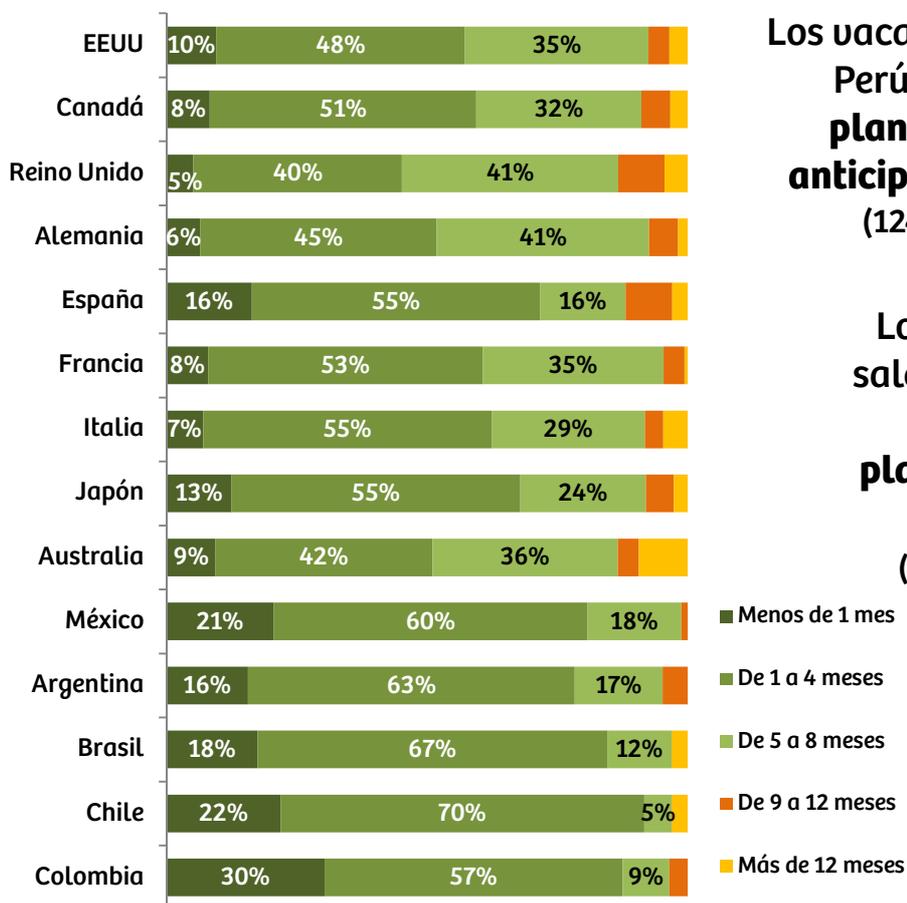
Características del viaje en el Perú

PLANIFICACION DEL VIAJE AL PERÚ



Los vacacionistas planifican con mayor anticipación su viaje que los turistas que vienen por otros motivos.

Vacacionistas: 3 meses (92 días) en promedio.
Otros motivos: 2 meses (56 días) en promedio.



Los vacacionistas que salen del Perú por el Aeropuerto, planificaron con mayor anticipación su viaje al Perú (124 días en promedio).

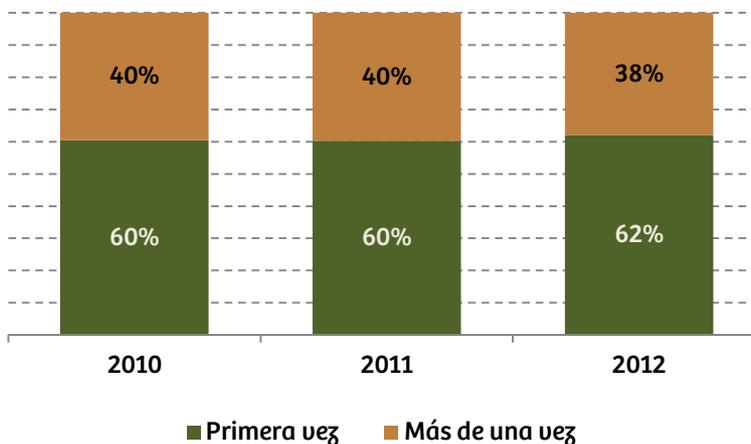
Los vacacionistas que salen del Perú por Santa Rosa, son quienes planificaron con menor anticipación (42 días en promedio).

Base: Total Vacacionistas Extranjeros
Total: 100%

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Características del viaje en el Perú

FRECUENCIA DE VIAJES AL PERÚ



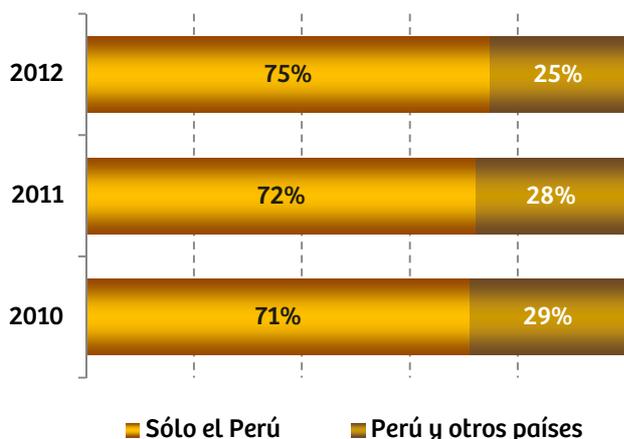
El 71% de los vacacionistas que salieron del Perú por Tacna (Santa Rosa), visitó el Perú anteriormente.

9 de cada 10 vacacionistas que visitaron el Perú en más de una oportunidad, lo hicieron por motivos de vacaciones.

La gran mayoría de los vacacionistas que salieron del país por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez y por Santa Rosa, visitó exclusivamente el Perú (70% y 92%, respectivamente) en tanto que el 99% de los que salieron por Puno (Kasani) combinaron su visita al Perú, principalmente con Bolivia.

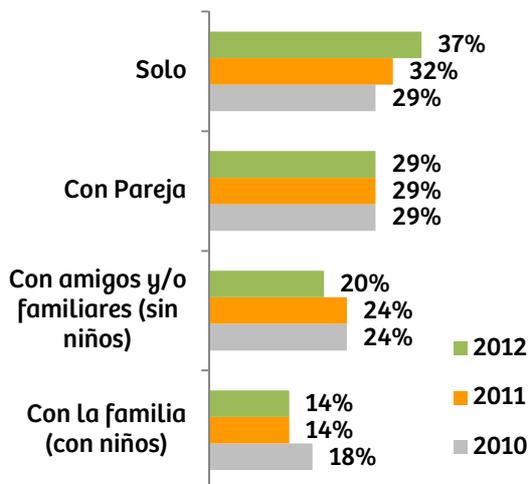
Por otro lado, los vacacionistas suelen visitar el Perú acompañados con la pareja o con amigos / familiares (sin niños), Solo un 14% viaja con la familia.

PAISES CON LOS SE COMBINA EL VIAJE AL PERÚ



Principales países : Bolivia (58%), Chile (37%), Argentina (32%), Ecuador (26%), Brasil (21%)

GRUPO DE VIAJE



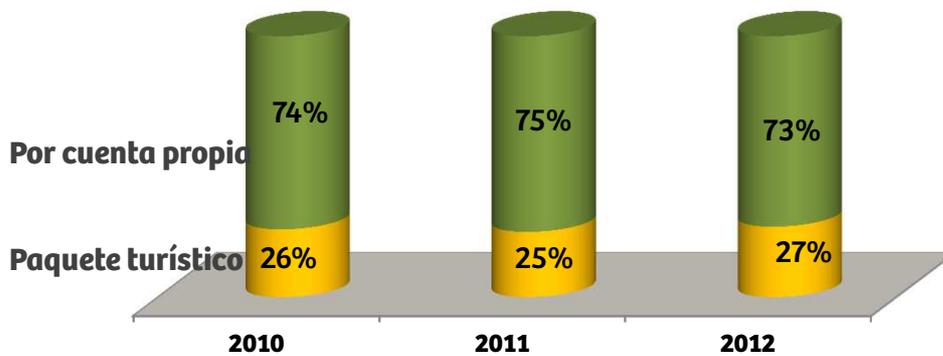
IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Características del viaje en el Perú

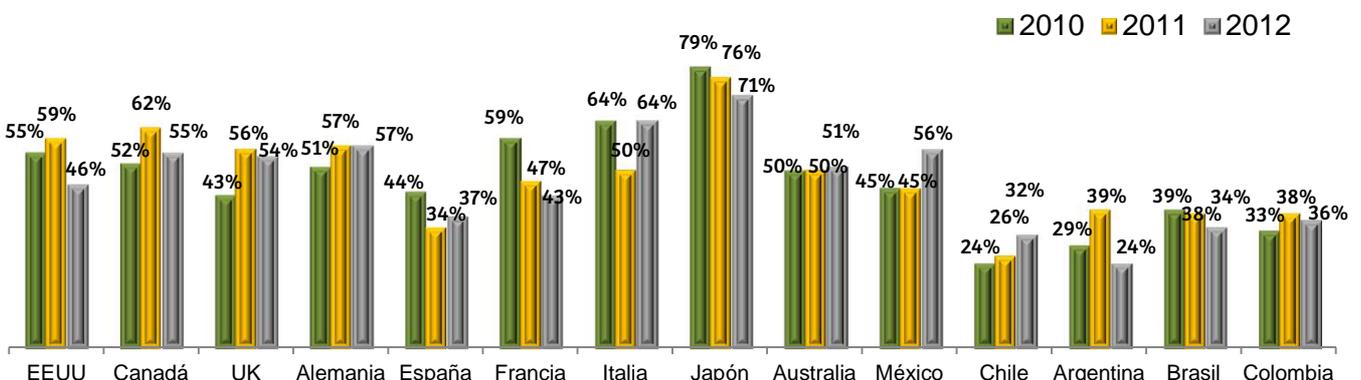
MODALIDAD DE VIAJE AL PERÚ

Se estima que en el 2012, más de **416 mil vacacionistas** visitaron el Perú comprando un paquete turístico.

Los servicios que incluyen estos paquetes turísticos son principalmente: alojamiento, visitas a atractivos turísticos, traslados internos, tickets de entrada y salida al país, restaurantes y museos /exposiciones.



Uso de Paquetes Turísticos (Por Países de Residencia):

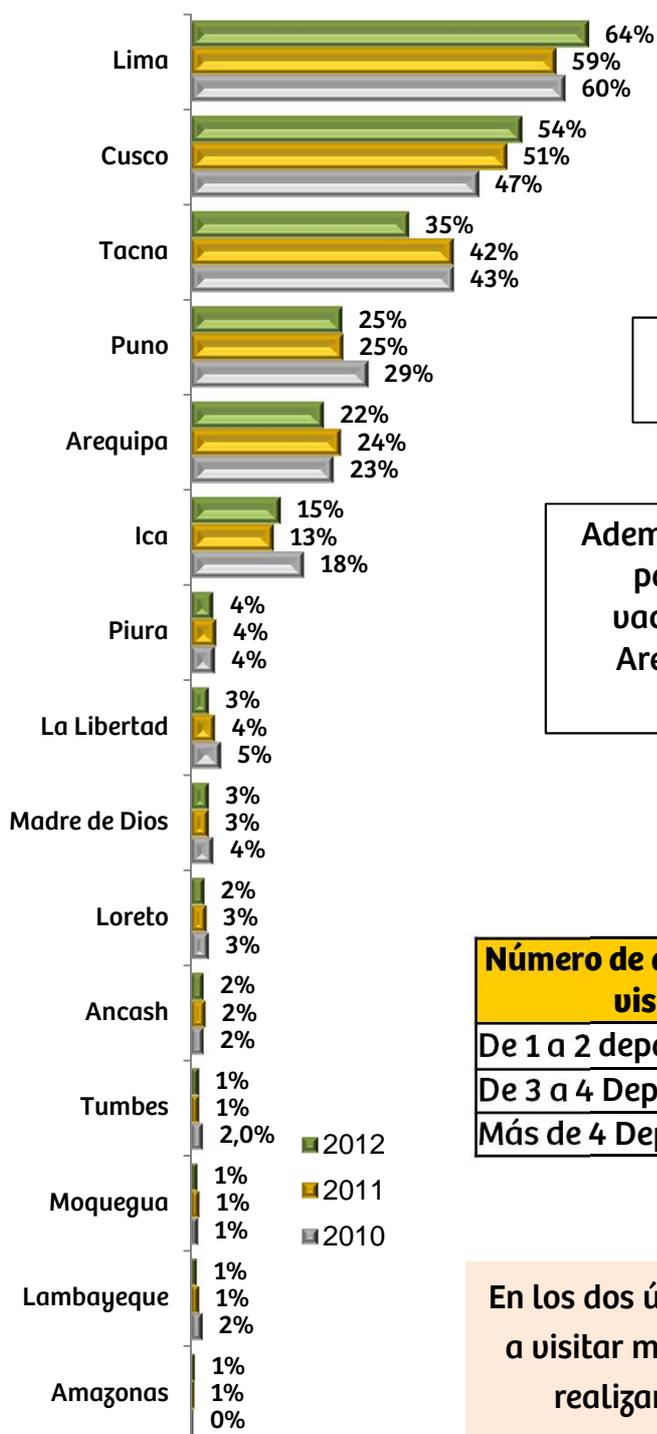


Los japoneses continúan siendo quienes contratan paquetes turísticos en mayor proporción.

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Características del viaje en el Perú

DEPARTAMENTOS VISITADOS



El nivel de visita a Cusco, por parte de los vacacionistas, se viene incrementando, siendo el principal atractivo Machu Picchu.

El 90% de los vacacionistas que visitaron Tacna, son chilenos.

Además de Lima, Cusco y Tacna, la zona sur del país sigue siendo la más visitada por los vacacionistas extranjeros, teniendo a Puno, Arequipa e Ica como los destinos de mayor preferencia.

Número de departamentos visitados	2010	2011	2012
De 1 a 2 departamentos	59%	62%	63%
De 3 a 4 Departamentos	30%	28%	28%
Más de 4 Departamentos	12%	10%	9%

En los dos últimos años, se observa una ligera tendencia a visitar menos departamentos, lo cual puede llevar a realizar un menor gasto al hacer menos uso del transporte interprovincial.

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Características del viaje en el Perú

La oferta más demandada en el Perú por los vacacionistas, siguen siendo las actividades referidas al turismo cultural ancestral y como complemento, las actividades de naturaleza.

ACTIVIDADES REALIZADAS	2010	2011	2012
CULTURA	100%	91%	91%
Visitar iglesias/ catedrales / conventos	70%	73%	63%
Visitar sitios arqueológicos	53%	58%	60%
Visitar museos	46%	40%	43%
Visitar inmuebles históricos	44%	35%	39%
City tour guiado	26%	28%	34%
Visitar comunidades nativas	32%	26%	19%
Participar en festividades locales	9%	5%	8%
Visitar rutas gastronómicas	3%	4%	10%
NATURALEZA	55%	49%	44%
Visitar áreas y/o reservas naturales	53%	44%	39%
Observación de flora	34%	26%	22%
Pasear por ríos, lagos, lagunas	32%	27%	12%
Observación de aves	29%	26%	19%
Observación de mamíferos	25%	20%	14%
Observación de insectos	11%	10%	7%
AVENTURA	21%	20%	19%
Trekking / Senderismo / Hiking	15%	15%	12%
Camping	1%	2%	2%
Surf / tabla hawaiana	2%	1%	2%
Sandboard	2%	1%	1%
Canotaje	1%	1%	1%
Andinismo	1%	1%	1%
SOL y PLAYA	14%	14%	15%

Se observa una menor participación en el turismo de naturaleza en relación a los dos últimos años.

Aunque sigue siendo importante en los mercados de larga distancia:
Australia: 70% Europa: 58%;
Anglosajón: 49%.

Asimismo, el turismo de aventura es importante en el mercado australiano.

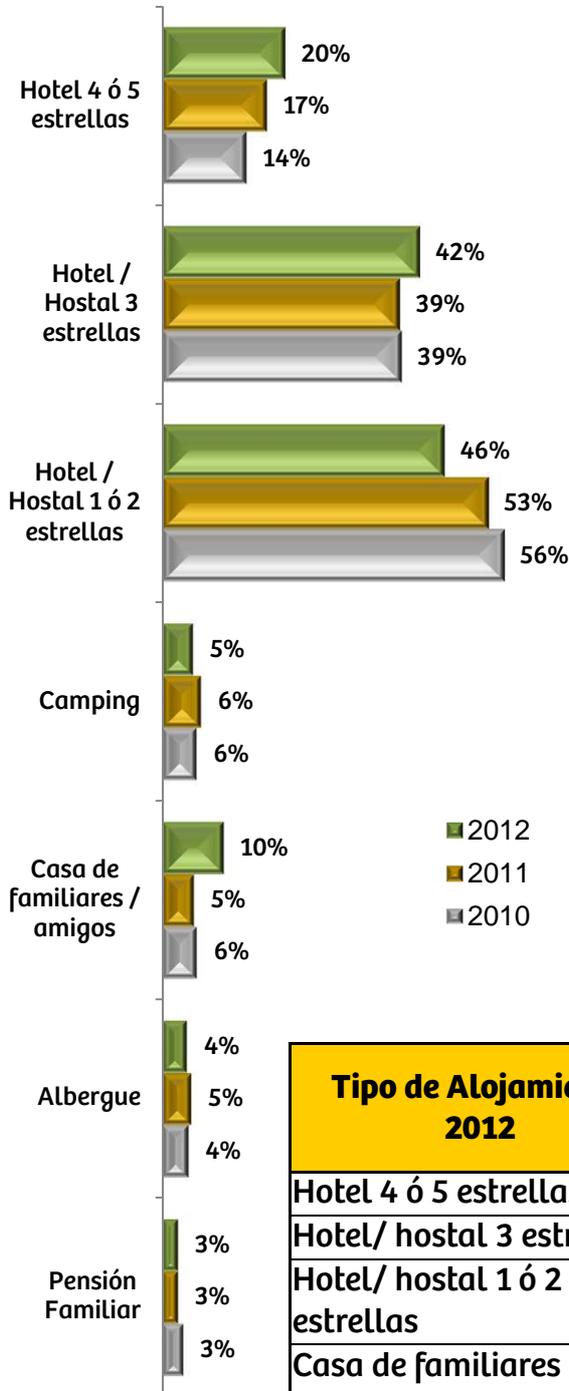


Cabe destacar el incremento de vacacionistas que han participado en rutas gastronómicas (de 4% en el 2011 a 10% en el 2012), en especial los turistas de la frontera de Santa Rosa – Tacna (18%), principalmente chilenos.

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Características del viaje en el Perú

TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO



Los vacacionistas suelen alojarse mayoritariamente en hospedajes económicos (hoteles de 1, 2 y 3 estrellas), aunque el uso de hoteles de 4 ó 5 estrellas se viene incrementando ligeramente.

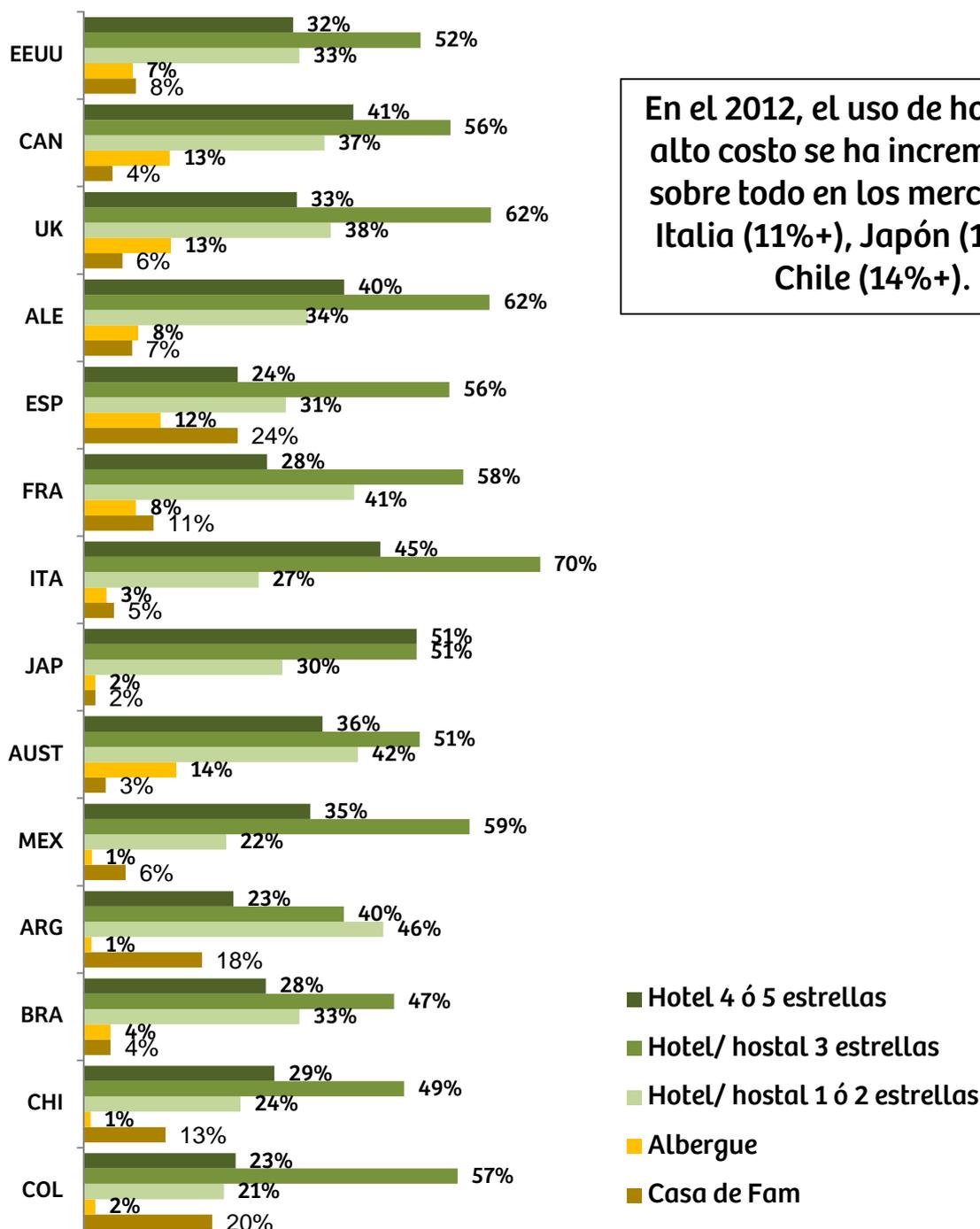
Siguiendo la tendencia de años anteriores, el uso de alojamientos de mayor costo, es mayor conforme aumenta la edad; influyendo ello en el gasto del viaje.

Tipo de Alojamiento 2012	Edad			
	Menos de 25 años	De 25 a 34 años	De 35 a 55 años	Más de 55 años
Hotel 4 ó 5 estrellas	9%	15%	22%	34%
Hotel/ hostal 3 estrellas	24%	38%	49%	52%
Hotel/ hostal 1 ó 2 estrellas	71%	54%	38%	27%
Casa de familiares / amigos	10%	10%	10%	7%

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

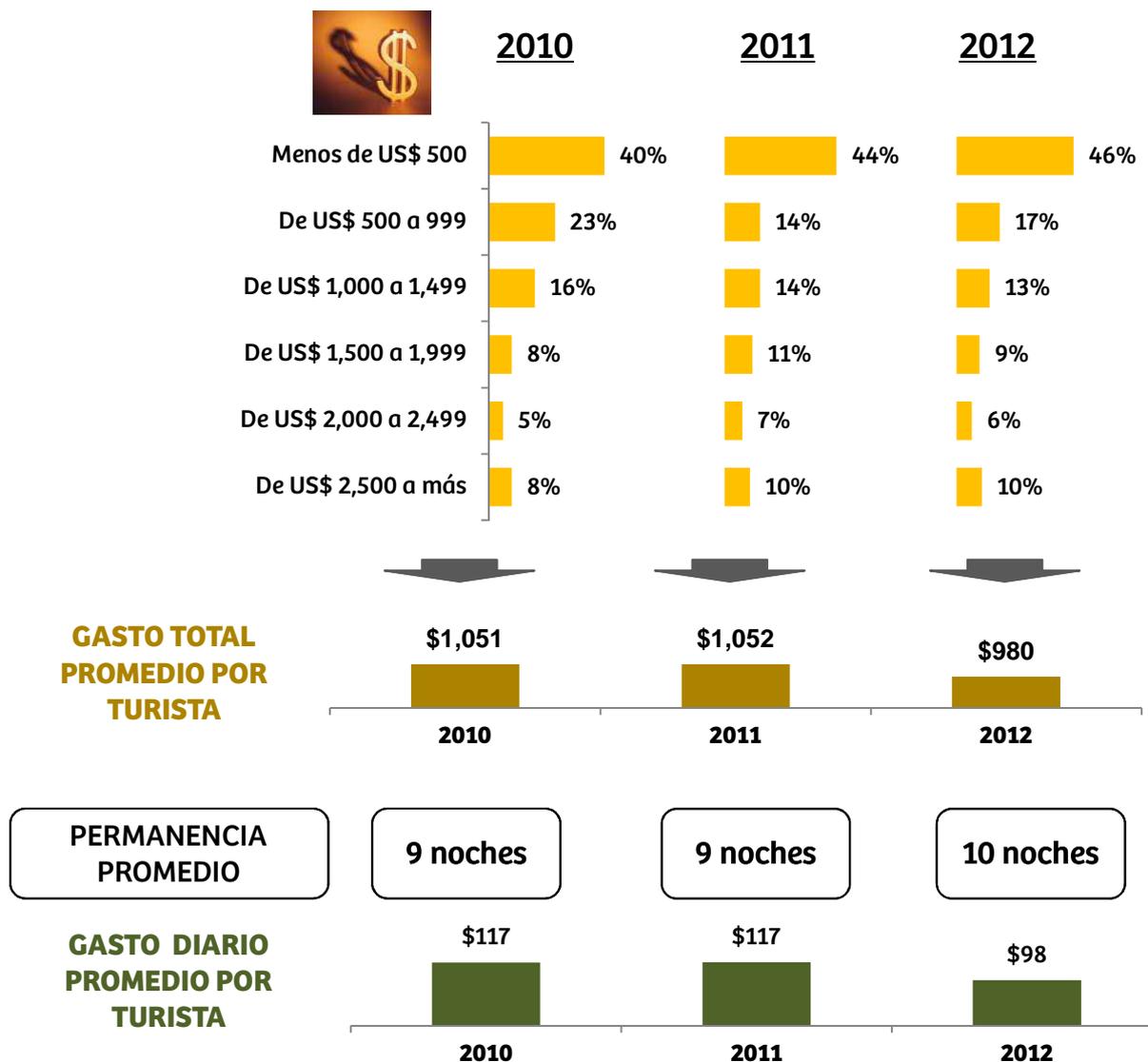
Características del viaje en el Perú

TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO



IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Gasto en el Perú



Si bien se aprecia cierta contracción en el gasto, no existen diferencias estadísticas hablando entre el gasto y la estadía promedio del 2011 y el 2012.

Base: Total Vacacionistas Extranjeros

Total: 100%

Nota: El gasto en el Perú no incluye gasto de ticket aéreos y/o terrestre de entrada y salida al Perú,

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Gasto en el Perú

En general, existe una tendencia, entre los vacacionistas a contraer el gasto, no obstante se registró un incremento en el gasto de los canadienses, británicos y alemanes.

Mercados de Interés	Gasto total del vacacionista en el Perú (en promedio US\$)		
	2010	2011	2012
EEUU	\$1,577	\$1,891	\$1,400
CAN	\$1,787	\$1,874	\$1,909
UK	\$2,132	\$1,969	\$2,108
ALE	\$2,078	\$2,017	\$2,161
ESP	\$2,311	\$1,790	\$1,330
FRA	\$2,002	\$1,789	\$1,643
ITA	\$2,140	\$1,841	\$1,692
JAP	\$1,435	\$1,999	\$1,860
AUS	\$2,221	\$1,975	\$2,351
MEX	\$1,282	\$1,402	\$1,200
ARG	\$965	\$1,227	\$1,084
BRA	\$1,251	\$1,445	\$1,237
COL	\$1,101	\$1,360	\$984
CHI	\$907	\$1,111	\$949

Permanencia en el Perú (promedio en noches)		
2010	2011	2012
10	10	12
14	12	14
15	14	16
15	14	14
14	13	15
14	16	16
14	16	15
8	7	7
15	13	14
9	10	7
10	10	11
10	9	10
7	9	10
8	11	8

Cabe mencionar que el gasto también está relacionado con la cantidad de departamentos visitados, Así quienes han visitado 1 ó 2 departamentos registran un gasto promedio de US\$ 604, aquéllos que visitaron 3 ó 4 departamentos gastaron US\$ 1,474, mientras que los vacacionistas que visitaron más de 5 departamentos, presentan un gasto de US\$ 2,042.

Base: Total Vacacionistas Extranjeros

Total: 100%

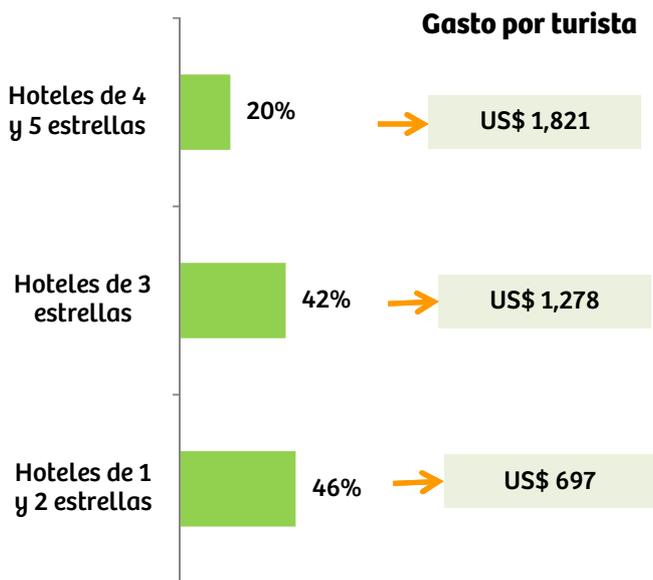
Nota: El gasto en el Perú no incluye gasto de ticket aéreos y/o terrestre de entrada y salida al Perú,

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Gasto en el Perú

El gasto del Perú difiere según el **grupo de viaje** y **los tipos de servicio utilizados**, como lo podemos ver en los siguientes gráficos.

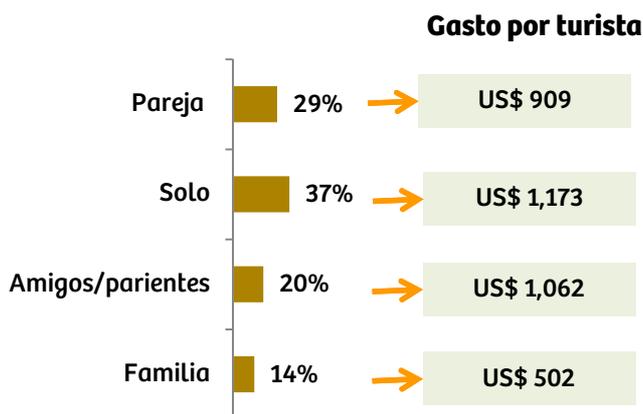
SEGÚN ALOJAMIENTO UTILIZADO



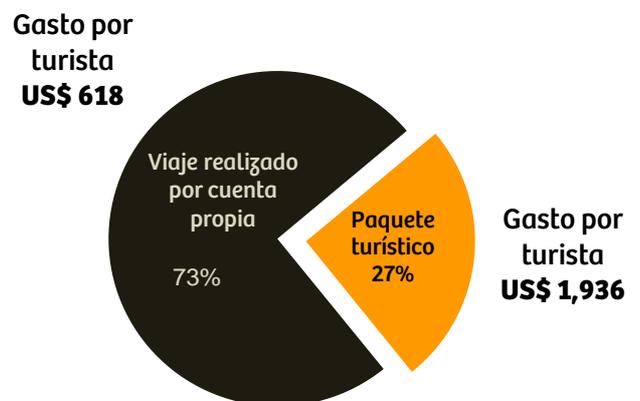
El mayor gasto es registrado entre los turistas que viajan solos, al igual que aquellos que usan paquete turístico y también los que asisten a hoteles de 4 o 5 estrellas,

Cabe señalar que el menor gasto está relacionado al uso de hospedajes de menor categoría y al viaje por cuenta propia.

SEGÚN GRUPO DE VIAJE



SEGÚN MODALIDAD DE VIAJE



Base: Total Vacacionistas Extranjeros

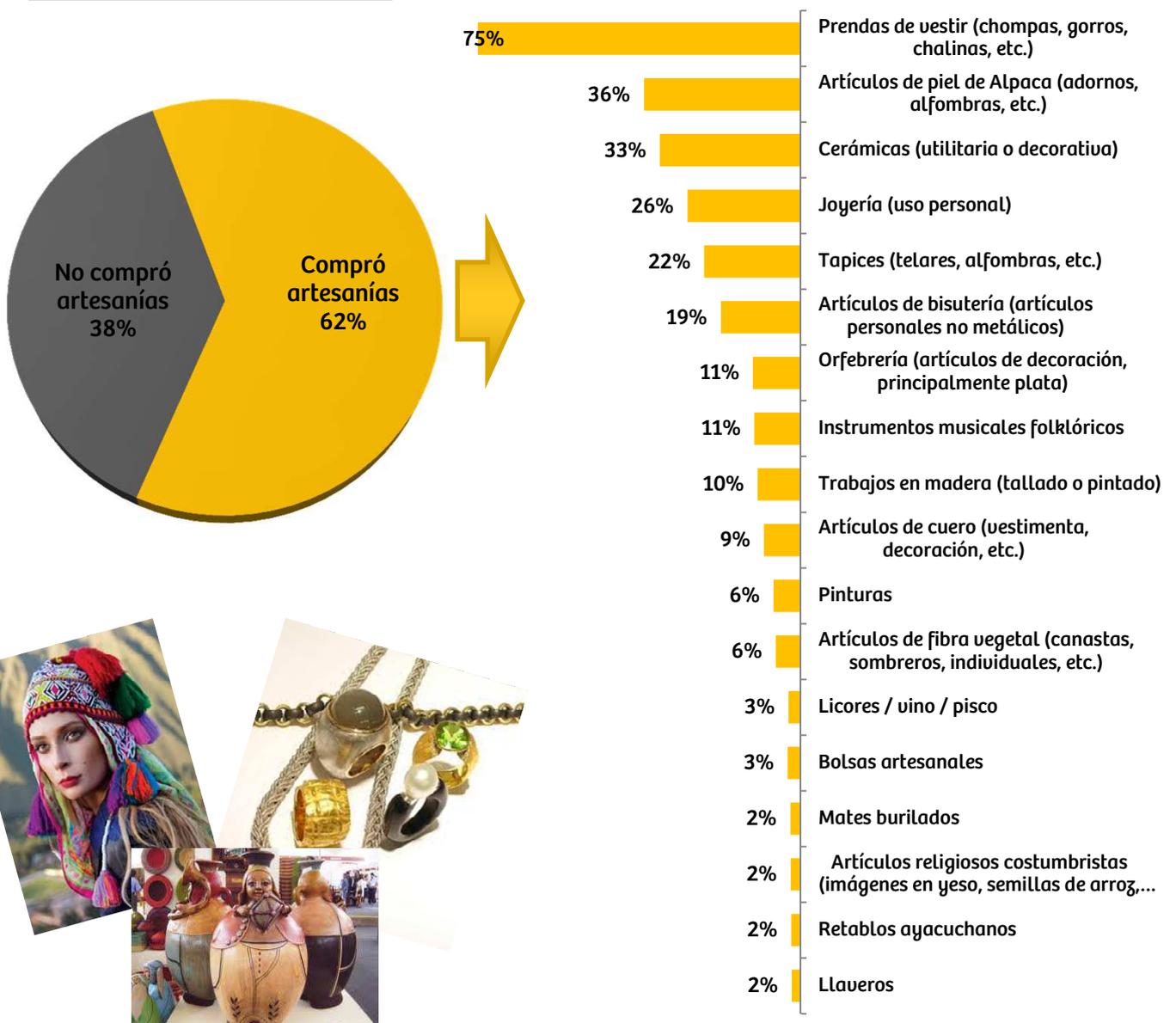
Nota: El gasto en el Perú no incluye gasto de ticket aéreos y/o terrestre de entrada y salida al Perú.

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones

Compra de artesanías

El gasto en compras de artesanía presenta un promedio de USD\$ 195 entre los vacacionistas que usan paquete turístico y de US\$ 58 entre los vacacionistas que viajan por cuenta propia.

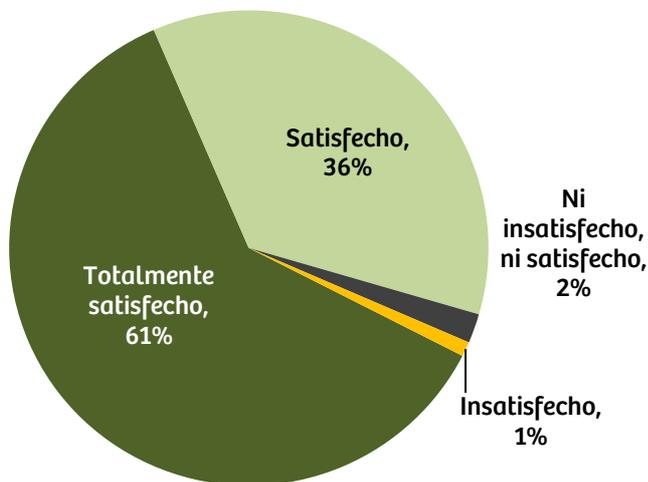
COMPRA DE ARTESANÍA



Base: vacacionistas que compraron artesanías
Total Múltiple

IV. Perfil del Turistas de Vacaciones Evaluación de la experiencia en el Perú

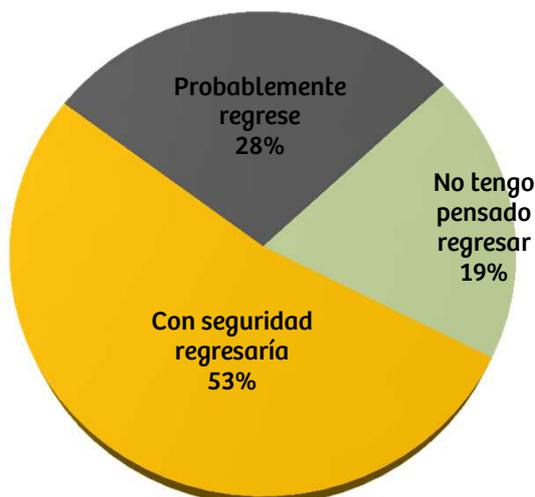
SATISFACCION CON EL VIAJE AL PERÚ



El nivel de satisfacción de los vacationistas extranjeros luego de visitar el Perú continúa siendo alto (97%).

Asimismo, el 89% de los vacationistas estarían dispuestos a **recomendar el Perú a sus familiares y amigos**, sin ninguna duda.

INTENCIÓN DE REGRESAR AL PERÚ EN LOS PROXIMOS 3 AÑOS



Más de la mitad de los vacationistas estarían interesados en regresar al Perú en los próximos 3 años, principalmente los que salen por la frontera de Santa Rosa – Tacna (82%)



Perfil del Turista Extranjero

**Motivo de viaje: Vacaciones,
recreación u ocio**

**Segmento: Mejor prospecto
(Vacacionista que gasta más
de US\$ 1,000)**

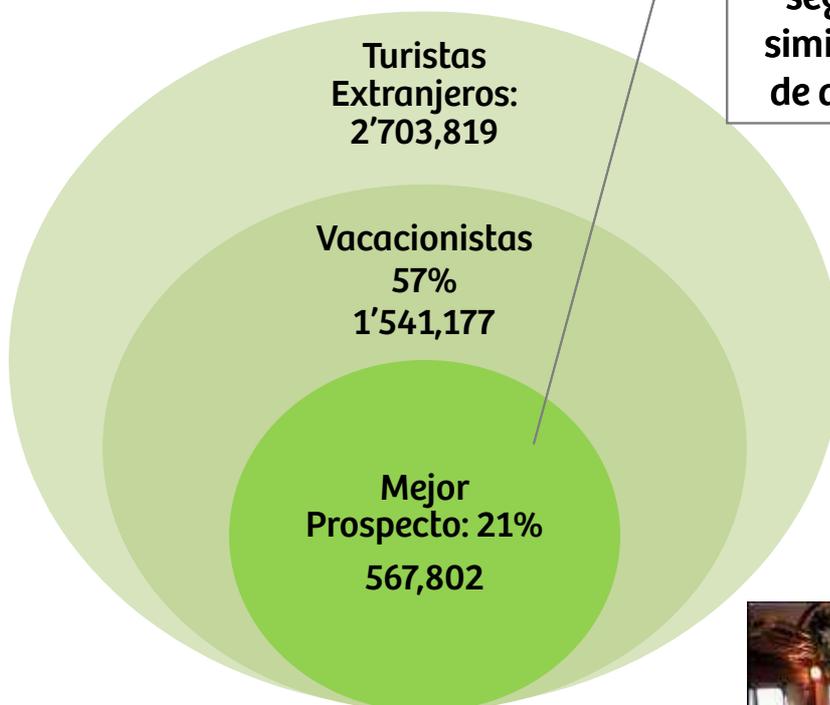
V. Mejor Prospecto de Vacacionista

Dentro del segmento de los turistas que visitan el Perú por vacaciones, recreación u ocio (vacacionistas) se ha identificado un grupo de vacacionistas de interés para el Perú en términos de mayor gasto, al cual se le ha denominado “**mejor prospecto de vacacionista**”.

Este grupo está conformado por aquellos vacacionistas extranjeros que gastaron de US\$ 1,000 dólares a más durante su estadía en el Perú.

En el año 2012, este segmento representó **567,802 vacacionistas extranjeros** (equivalente al 21% del total de turistas extranjeros) y US\$ 1,189 millones de dólares como divisas.

TAMAÑO DEL SEGMENTO



Esto significa un 10% de crecimiento en el flujo de este segmento de vacacionistas y similar porcentaje en el ingreso de divisas con respecto al 2011.



V. Mejor Prospecto de Vacacionista

¿Quiénes son?

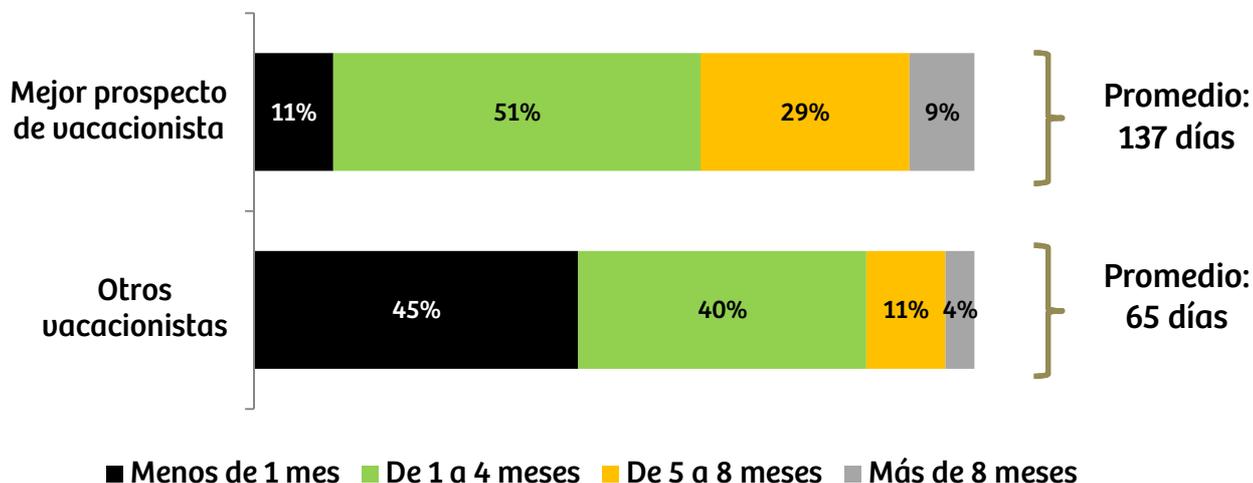
El mejor prospecto de vacacionista muestra claras diferencias respecto al resto de vacacionistas; tiene una edad promedio mayor y un ingreso familiar superior.

Características	Mejor prospecto de vacacionista	Otros vacacionistas
Sexo	Hombres: 54%	Hombres: 62%
Edad	15 a 24 años: 11% 25 a 34 años: 30% 35 a 54 años: 35% Más de 54 años: 24%	15 a 24 años: 19% 25 a 34 años: 32% 35 a 54 años: 36% Más de 54 años: 14%
Estado Civil	Parte de una pareja: 48%	Parte de una pareja: 52%
País de residencia	EEUU: 21% Francia: 7% Japón: 6% Canadá: 6% Brasil: 5% Alemania: 5% España: 5% Reino Unido: 5% Argentina: 5% Chile: 5%	Chile: 59% EEUU: 8% Argentina: 4% Colombia: 4% Brasil: 4%
Tenencia de hijos	Hijos menores de 14 años viviendo en casa: 8%	Hijos menores de 14 años viviendo en casa: 19%
Grado de Instrucción	Superior: 96%	Superior: 84%
Ocupación	Alto funcionario (público ó privado) / Director de empresa: 5% Profesional Ejecutivo: 27% Estudiante: 8% Retirado/ Jubilado: 8% Profesional Técnico: 16% Empleado de Servicios: 8%	Alto funcionario (público ó privado) / Director de empresa: 1% Profesional Ejecutivo: 17% Estudiante: 15% Retirado/ Jubilado: 4% Profesional Técnico: 17% Empleado de Servicios: 7%
Ingreso familiar anual	Menos de US\$ 40,000: 21% US\$ 40,000 a US\$ 79,999: 34% Más de US\$ 79,999: 45%	Menos de US\$ 40,000: 76% US\$ 40,000 a US\$ 79,999: 14% Más de US\$ 79,999: 10%

V. Mejor Prospecto de Vacacionista

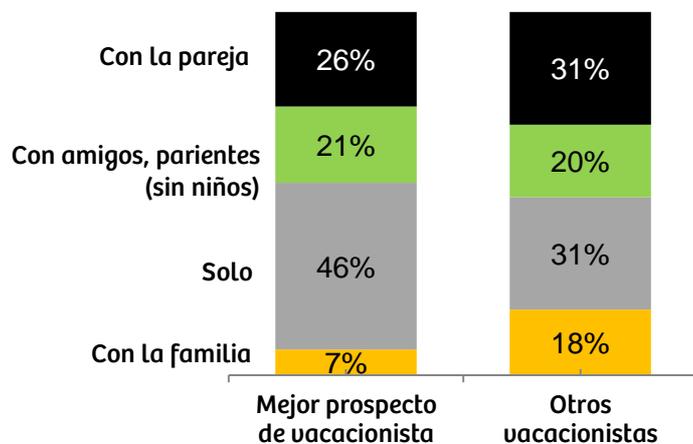
¿Cómo se comportan?

PLANIFICACION DEL VIAJE AL PERÚ

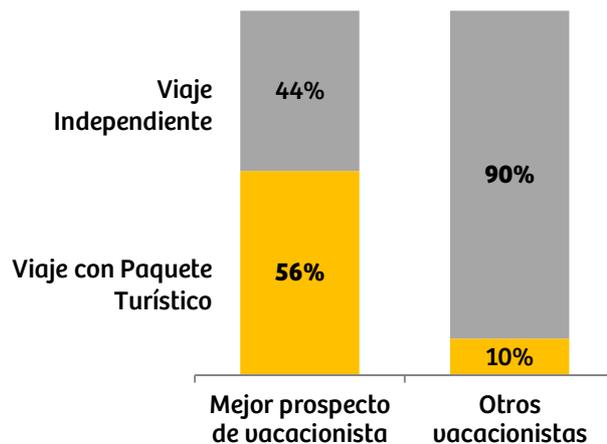


Los vacacionistas considerados como mejor prospecto, planificaron su viaje al Perú con mayor antelación, viajan a nuestro país principalmente solos o con la pareja y más de la mitad (56%) usó un paquete turístico para visitar el Perú.

GRUPO DE VIAJE



MODALIDAD DE VIAJE

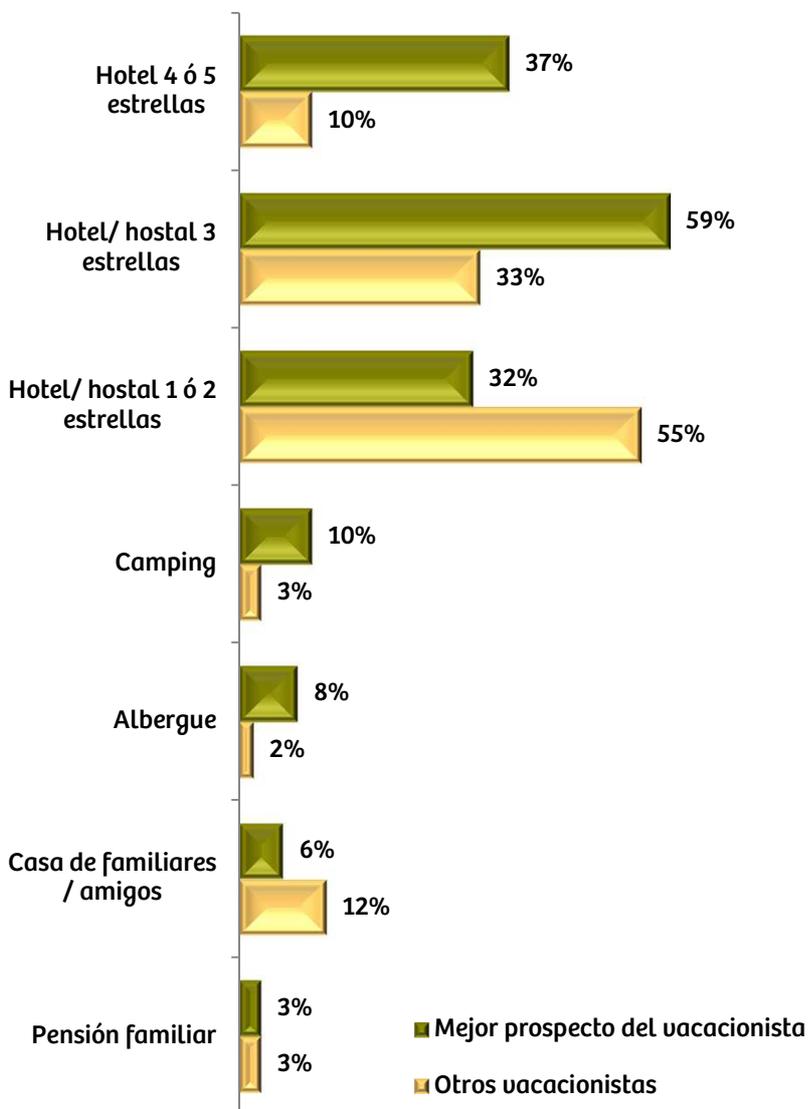


V, Mejor Prospecto de Vacacionista

¿Cómo se comportan?

El mejor prospecto de vacacionista suele alojarse en hoteles de alto costo y en hoteles de 3 estrellas, mientras que los demás vacacionistas prefieren alojamientos más económicos (hoteles de 1 y 2 estrellas más de la mitad).

TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO



V. Mejor Prospecto de Vacacionista ¿Cómo se comportan?

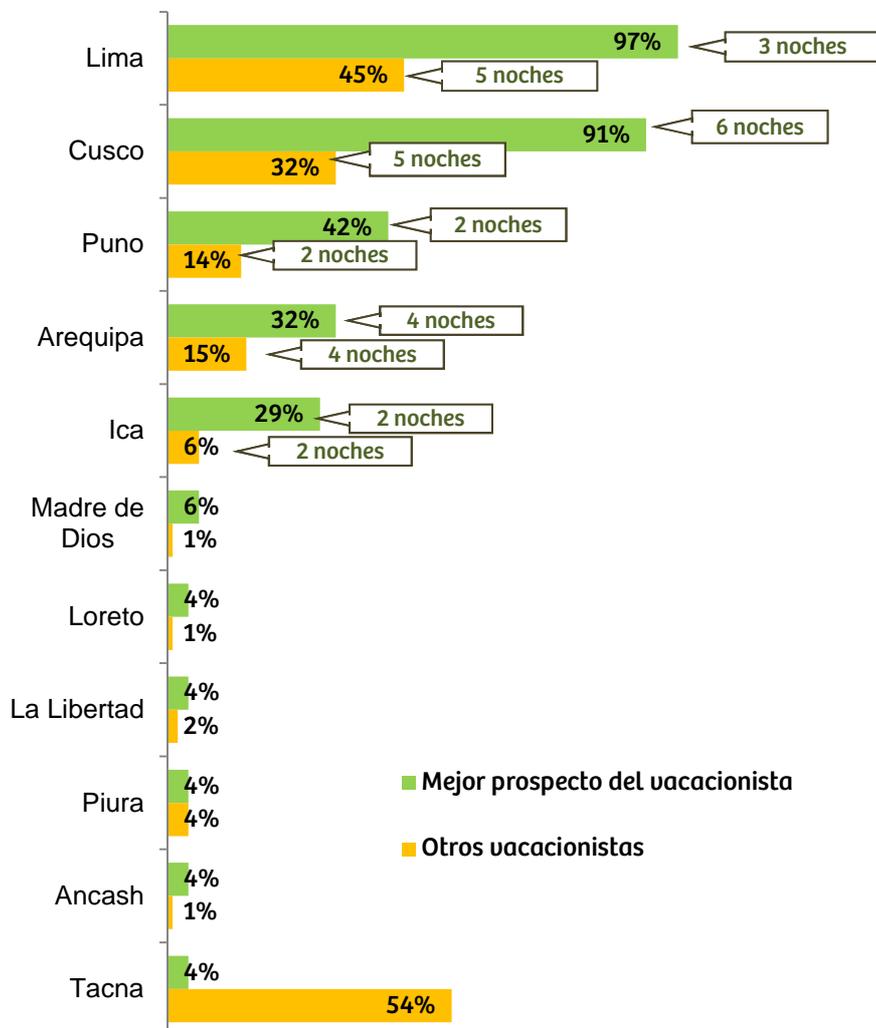
ACTIVIDADES REALIZADAS	Mejor prospecto del vacacionista	Otros vacacionistas
TURISMO CULTURAL	99%	86%
Visitar sitios arqueológicos	93%	40%
Visitar iglesias / catedrales / conventos	89%	47%
Pasear, caminar por la ciudad	66%	53%
Visitar parques, plazuela de la ciudad	71%	47%
Visitar museos	68%	28%
Visitar inmuebles históricos	55%	29%
Visitar comunidades nativas	34%	10%
Participar en festividades locales	12%	6%
Participar en festividades religiosas	7%	2%
Visitar rutas gastronómicas	7%	11%
Visitar a chamanes, curanderos	1%	1%
TURISMO DE NATURALEZA	74%	26%
Visitar áreas y/o reservas naturales	67%	22%
Pasear por ríos, lagos, lagunas	26%	4%
Observación de flora	40%	11%
Observación de aves	35%	10%
Observación de mamíferos	28%	6%
Observación de insectos	13%	3%
TURISMO DE AVENTURA	31%	12%
Trekking / Senderismo / Hiking	21%	6%
Camping	3%	1%
Surf / tabla hawaiana	2%	2%
Sandboard	2%	0%
Canotaje	1%	1%
SOL y PLAYA	20%	12%

El mejor prospecto de vacacionista se muestra más interesado que el resto en actividades relacionadas a la historia, arqueología y turismo vivencial, así como al contacto con la naturaleza.



IV. Mejor Prospecto de Vacacionista ¿Cómo se comportan?

DEPARTAMENTOS VISITADOS



El mejor prospecto de vacacionista permanece mayor tiempo en nuestro país y visita más departamentos.

La gran mayoría de ellos visita Cusco, donde permanece en promedio 6 noches.

Número de departamentos visitados	Mejor prospecto del vacacionista	Otros vacacionistas
De 1 a 2 departamentos	36%	78%
De 3 a 4 Departamentos	46%	18%
Más de 4 Departamentos	18%	4%
Promedio de ciudades visitadas	3 ciudades	2 ciudades
Permanencia en el Perú	13 noches	8 noches

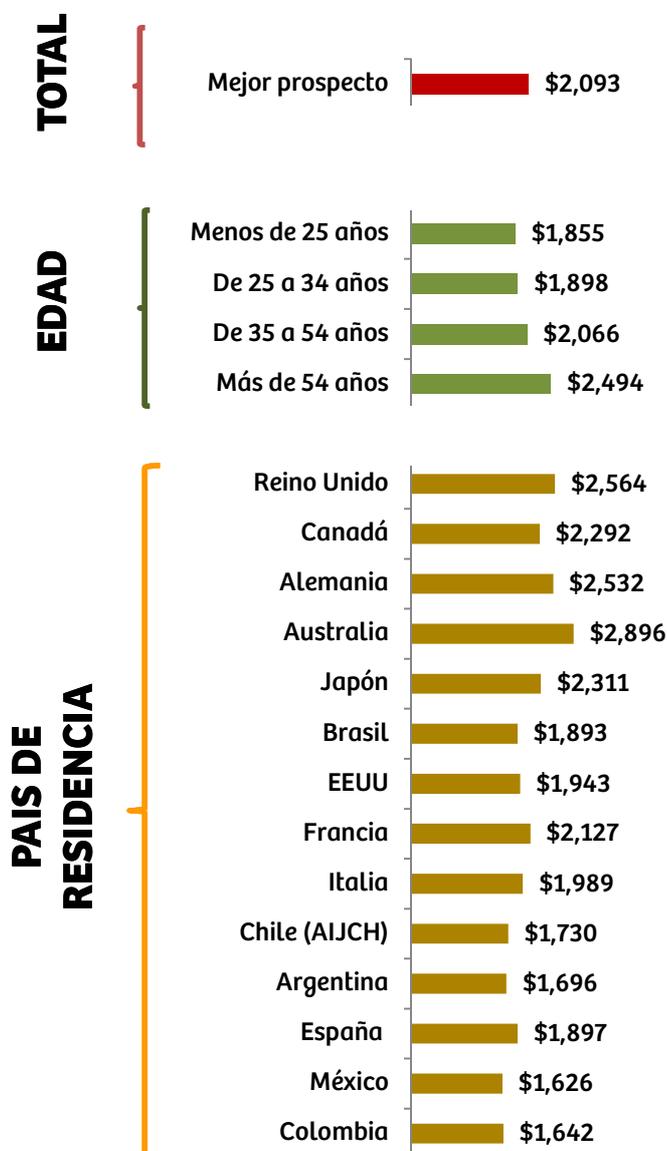


V. Mejor Prospecto de Vacacionista

Gasto en el Perú

El promedio de gasto de los vacacionistas “mejor prospecto” es de US\$ 2,093. Los mayores de 54 años gastan por encima de este promedio, al igual que los residentes en Reino Unido y Canadá.

Promedio de Gasto en Perú (US\$)



Base: Vacacionistas Extranjeros que gastan entre \$1000 a más durante su estadía en el Perú

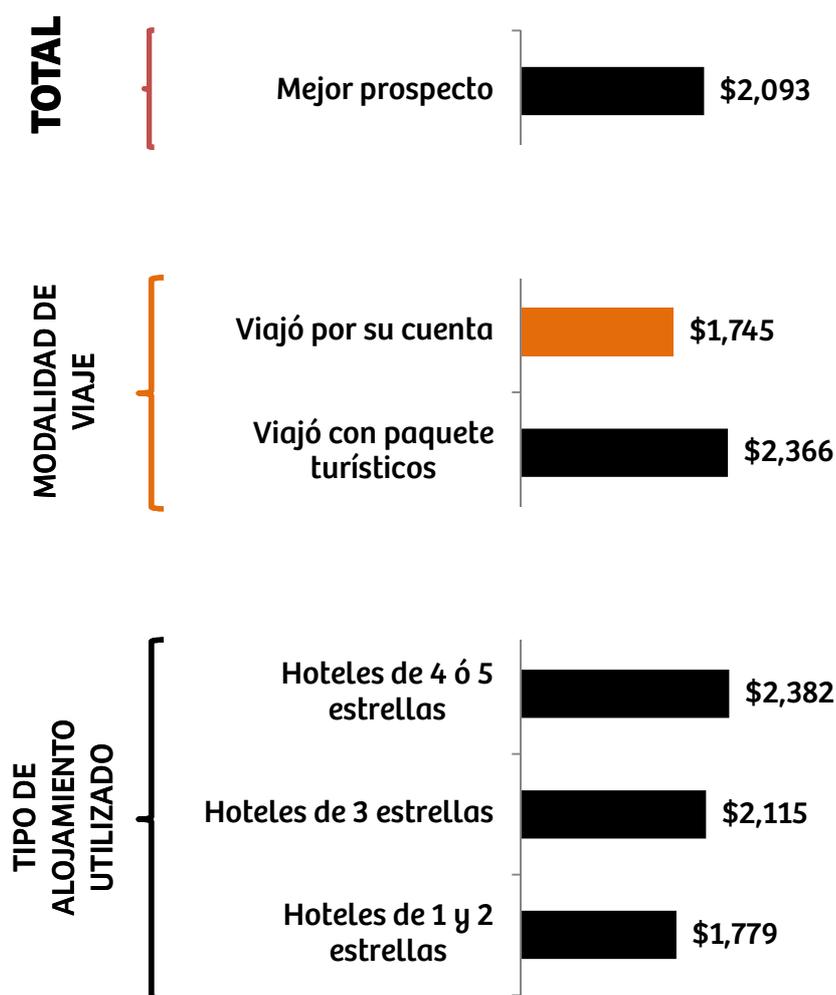
Total: 100%

Nota: El gasto en el Perú no incluye gasto de ticket aéreos y/o terrestre de entrada y salida al Perú.

V. Mejor Prospecto de Vacacionista

Gasto en el Perú

Los vacacionistas del mejor prospecto que usan paquete turístico (56%) gastaron en el Perú US\$ 2,366, por encima del promedio de este segmento.



Nota: El gasto en el Perú no incluye gasto de ticket aéreos y/o terrestre de entrada y salida al Perú.

Finalmente, es importante indicar que, el 75% de los mejores prospectos se sintieron altamente satisfechos con su experiencia en Perú, 88% lo recomendaría sin ninguna duda y 32% manifestó que regresaría en los próximos 3 años.

Base: Vacacionistas Extranjeros que gastan entre \$1000 a más durante su estadía en el Perú

Total: 100%

Nota: El gasto en el Perú no incluye gasto de ticket aéreos y/o terrestre de entrada y salida al Perú.



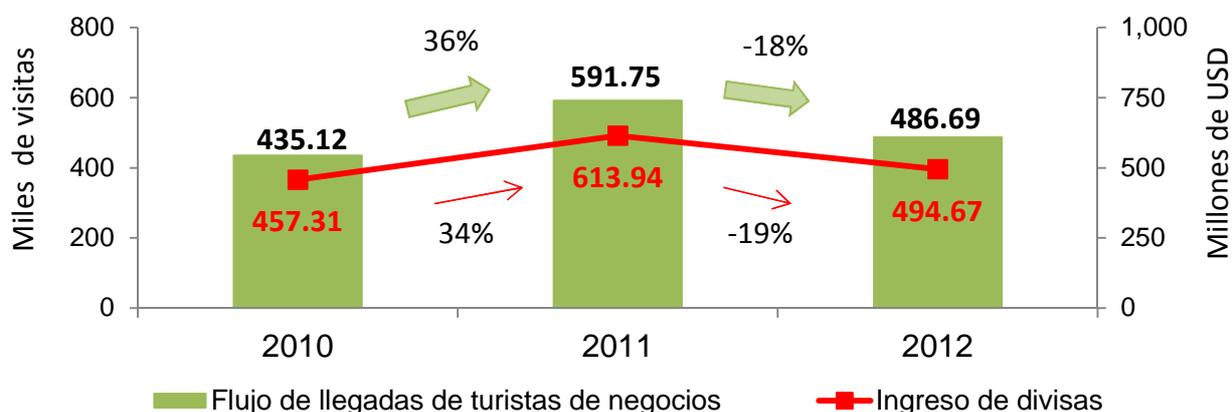
Perfil del Turista Extranjero

**Motivo de viaje: Negocios
(Turista de negocios)**

VI. Turista de Negocios

Tamaño de mercado

TAMAÑO DE MERCADO DEL TURISTA DE NEGOCIOS



El flujo de llegadas y divisas generado por los turistas de negocios es el segundo más importante, después del generado por el segmento de vacaciones; ambos segmentos de manera conjunta generan más del 60% de las divisas generadas por el turismo receptivo.

	Llegadas de Turistas de negocios (en miles)		Divisas (en millones US\$)	
	2011	2012	2011	2012
Estados Unidos	110	66	124	84
Chile	66	51	56	48
Argentina	63	54	53	48
Colombia	58	60	61	49
Brasil	55	41	55	40
España	31	27	47	37
Ecuador	27	20	20	15
México	22	24	24	29
Canadá	13	7	16	8
Total	592	487	614	495



EEUU continúa siendo el principal mercado emisor de turistas de negocios, seguido de los mercados latinoamericanos.

VI. Turista de Negocios

¿Quiénes son los turistas de negocios que nos visitan?

SEXO

H: 82% M: 18%



ESTADO CIVIL

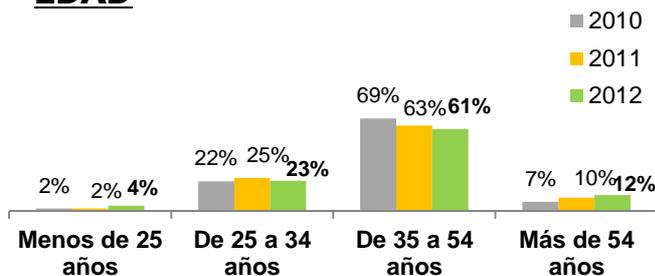


Casados /Parte de una pareja 66%

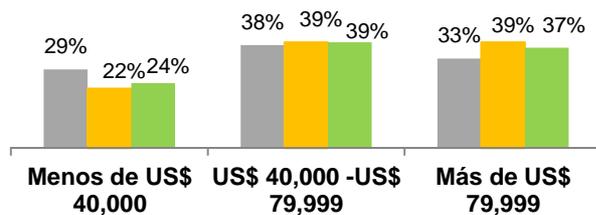
Solteros 34%

- ✓ La mayoría son hombres de 35 a 54 años, que forman parte de una pareja.
- ✓ Más de la mitad tiene hijos viviendo en su hogar y 38% tiene hijos menores de 14 años.
- ✓ 60% reside en Latinoamérica.
- ✓ 94% realizó estudios superiores y el 51% cuenta con estudios de postgrado.
- ✓ 11% son altos directivos y 38% son profesionales ejecutivos.
- ✓ En la frontera de Santa Rosa – Tacna, el 36% de los turistas de negocios son comerciantes.
- ✓ El 41% de los turistas de negocios que salieron por el AIJCH, son profesionales ejecutivos.

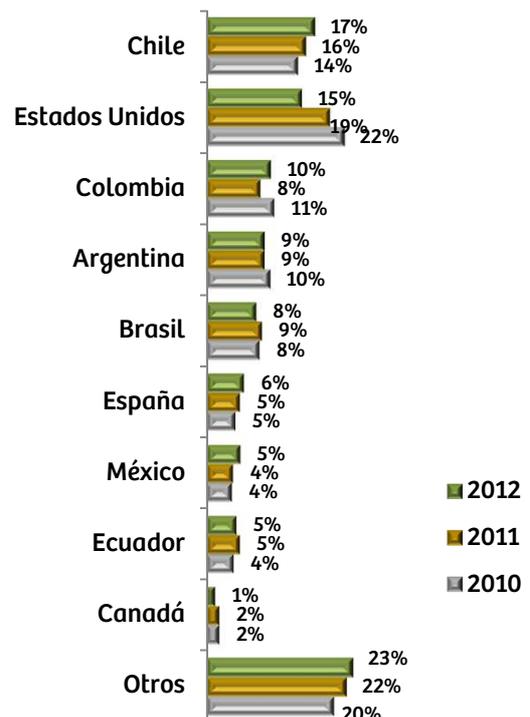
EDAD



INGRESO FAMILIAR



PAIS DE RESIDENCIA

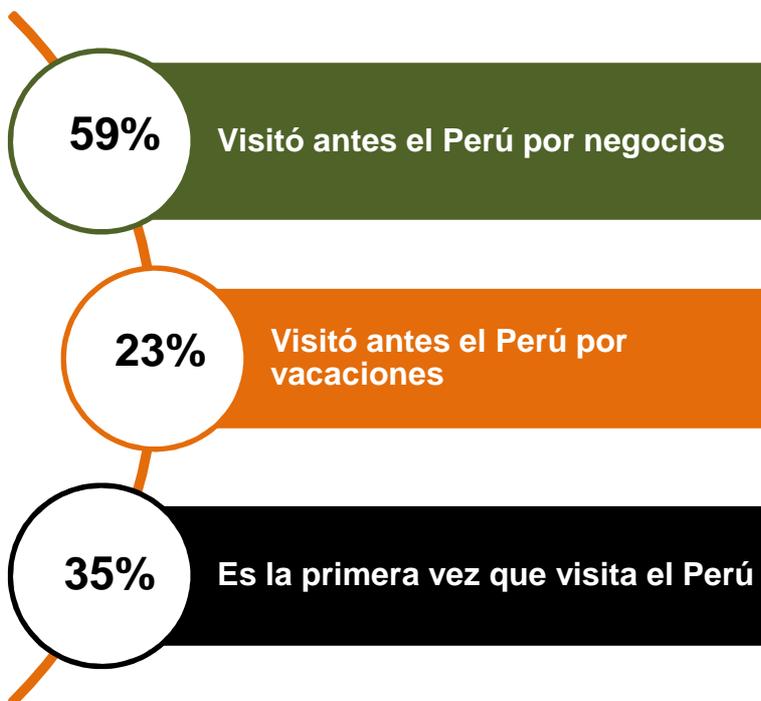


Base: Total turistas extranjeros que visitaron el Perú por motivos de negocios
Total: 100%

VI. Turista de Negocios

Aspectos Previos al Viaje

EXPERIENCIA DE VIAJE PREVIA CON EL PERÚ



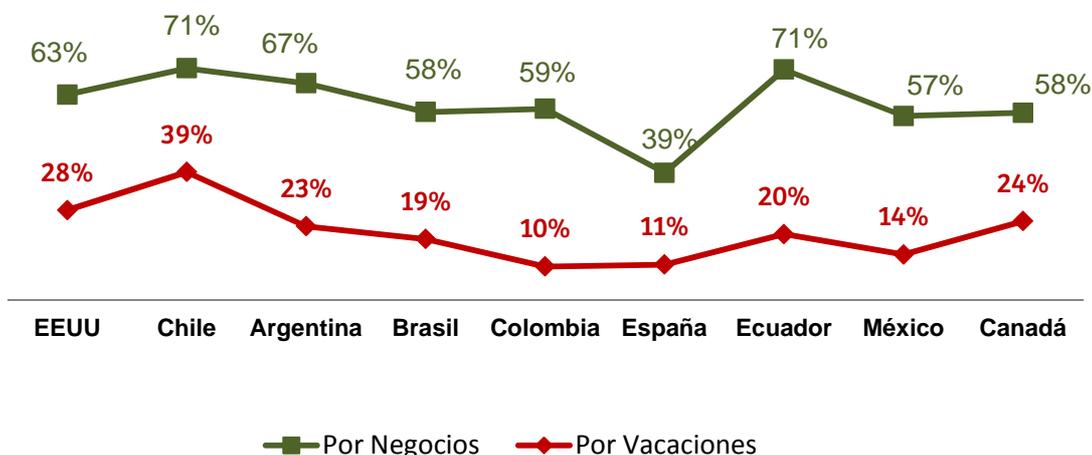
El 65% de los turistas de negocios ya estuvo antes en el Perú.

77% de los actuales turistas de negocios **nunca visitó el Perú por un viaje vacacional**, existiendo así una demanda potencial interesante para futuros viajes de placer.

Total: 100%
Base: Turistas de negocios

Turistas de negocios que estuvieron antes en el Perú

(Por país de residencia)

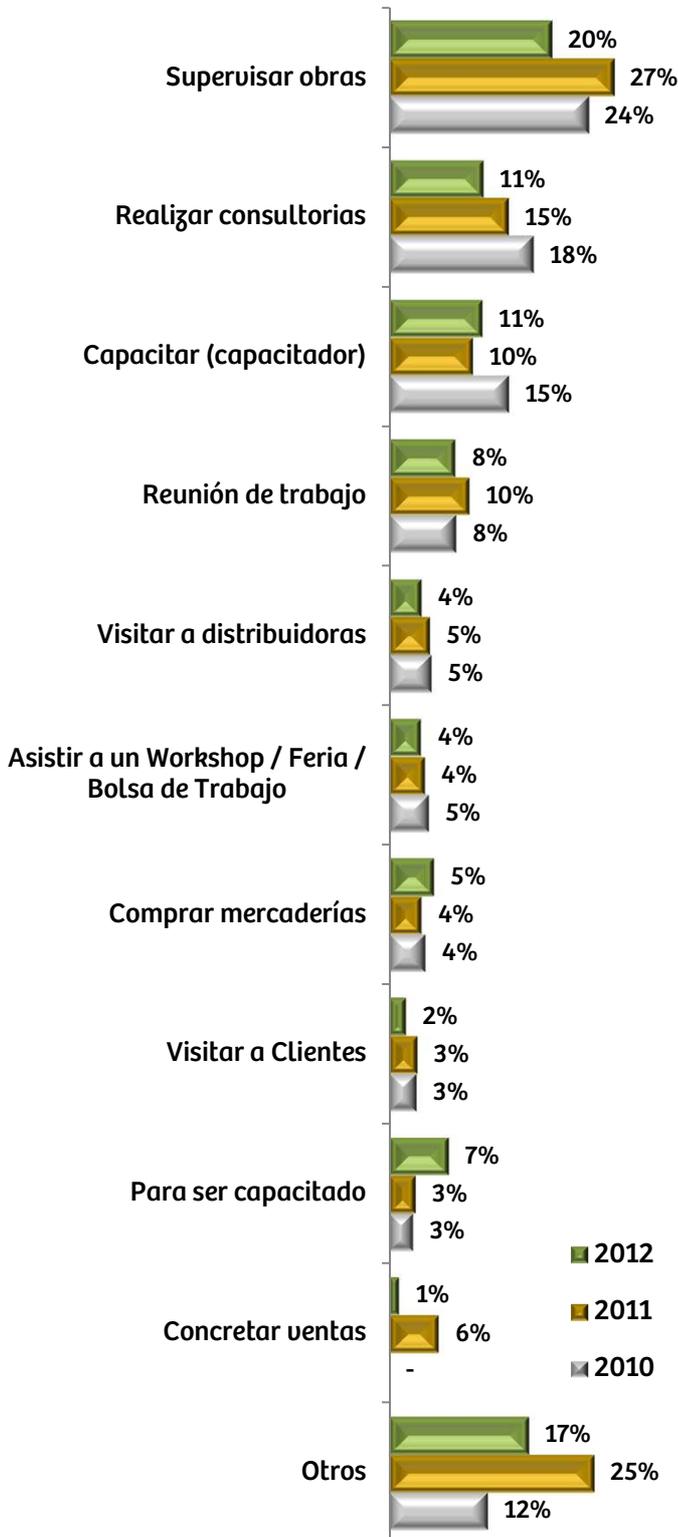


Base: Total turistas de negocios.
Total: 100%

VI. Turista de Negocios

Motivo del viaje de negocios

RAZÓN DEL VIAJE DE NEGOCIOS AL PERÚ



Los turistas de negocios visitaron nuestro país dos veces, en promedio.

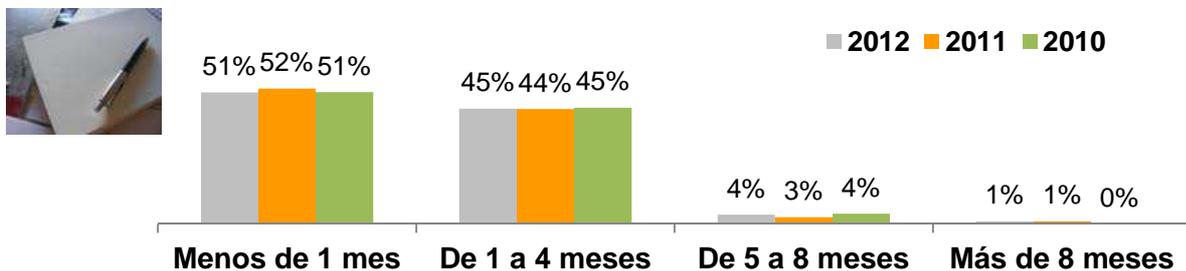
Por otro lado, 55% dijo que su empresa mantendrá los viajes de negocios en los próximos seis meses y el 41% opina que aumentarán los viajes.

VI. Turista de Negocios

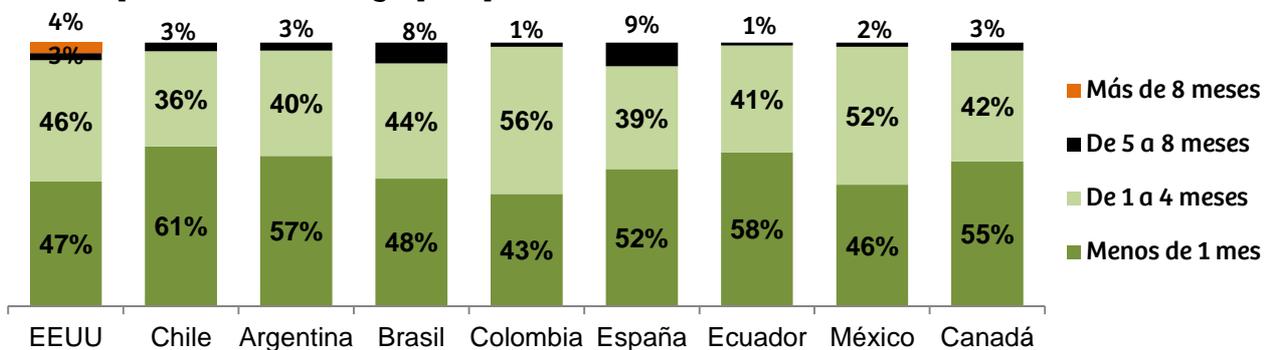
Características del Viaje

PLANIFICACIÓN DEL VIAJE AL PERÚ

Los turistas de negocios latinoamericanos son quienes planifican sus viajes con menor anticipación (sobre todo los chilenos y argentinos).



Planificación del viaje por país de residencia



Resáltese además que:

93% de los turistas de negocios utiliza el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez – Callao como punto de ingreso al Perú.

82% tuvo únicamente al Perú en su itinerario de viaje

84% viaja al Perú sin compañía.

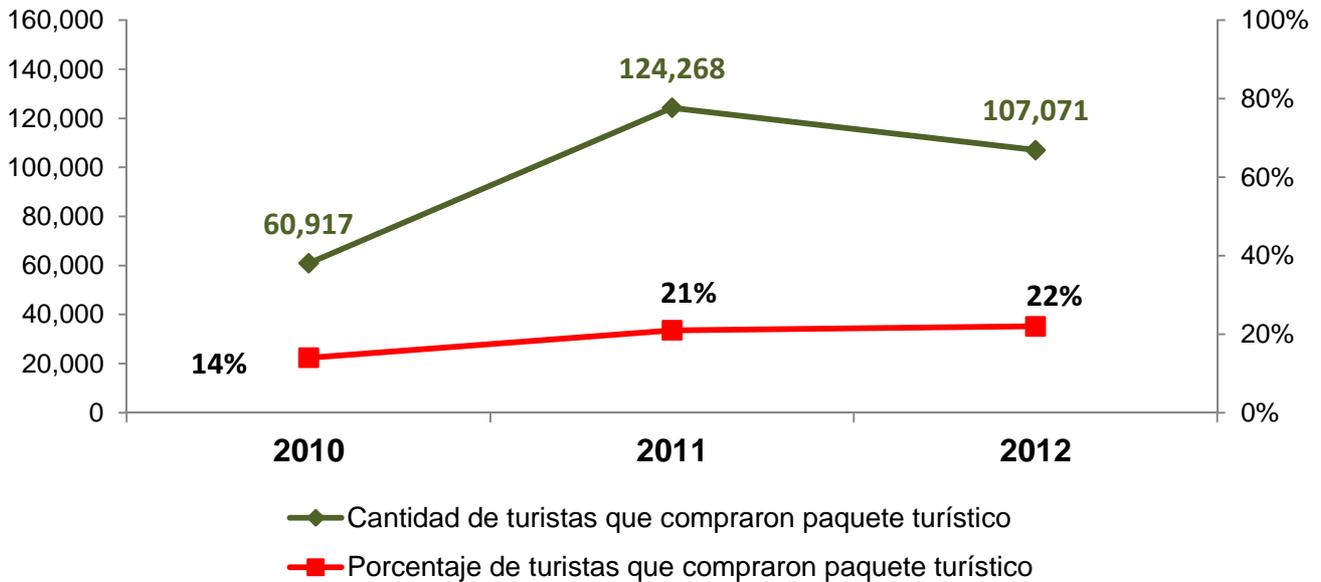
65% había visitado nuestro país anteriormente.



VI. Turista de Negocios

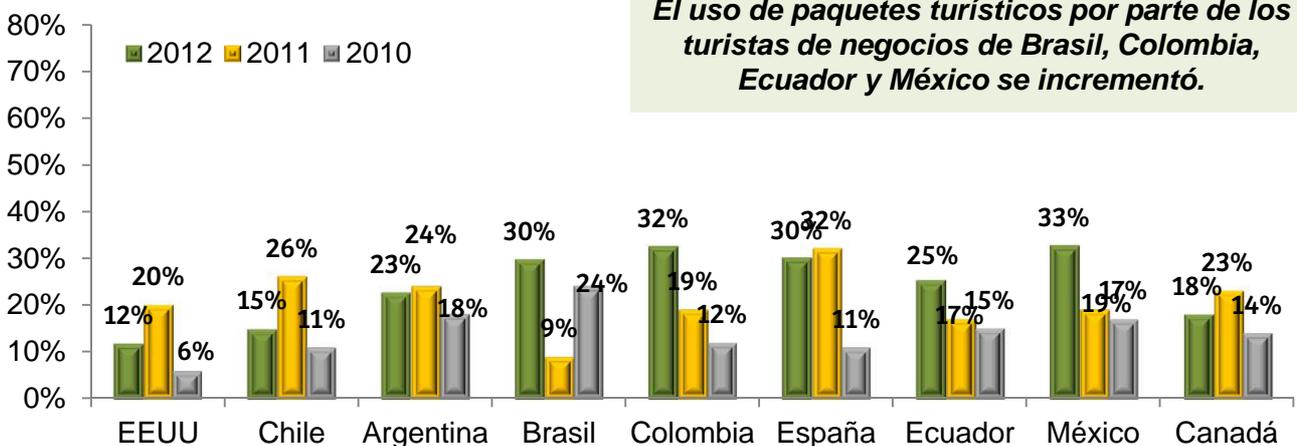
Experiencia de Viaje en el Perú

USO DE PAQUETES TURÍSTICOS PARA VIAJAR AL PERÚ



El flujo de turistas de negocios que empleó paquete turístico, disminuyó cerca de 14% con respecto al 2011.

Uso de Paquetes Turísticos – Principales Mercados

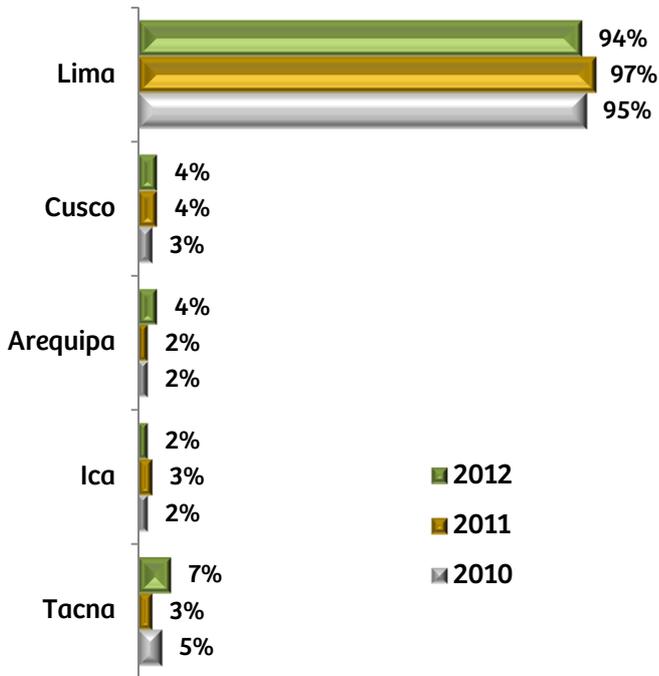


El uso de paquetes turísticos por parte de los turistas de negocios de Brasil, Colombia, Ecuador y México se incrementó.

VI. Turista de Negocios

Experiencia de Viaje en el Perú

DEPARTAMENTOS VISITADOS



La gran mayoría de los turistas de negocios concentran su visita en Lima.

Permanencia:
Lima: 6 noches

La visita a Cusco se dio en mayor proporción entre los turistas de negocios del mercado Anglosajón.



En **Lima**, las actividades que se realizan son mayoritariamente culturales (urbanas) y visita a playas.



Cabe resaltar que el 58% realizó compras en Lima (principalmente artesanías) y un 14% realizó actividades de diversión y entretenimiento.

ACTIVIDADES TURISTICAS REALIZADAS EN LIMA



Total: 100%

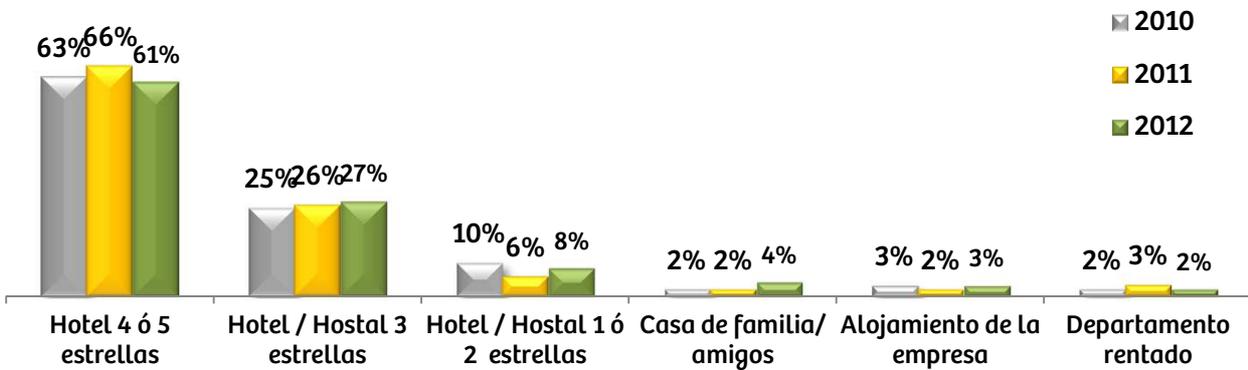
Base: Turistas de negocios que pernoctaron por lo menos una noche en Lima

VI. Turista de Negocios

Experiencia de Viaje en el Perú

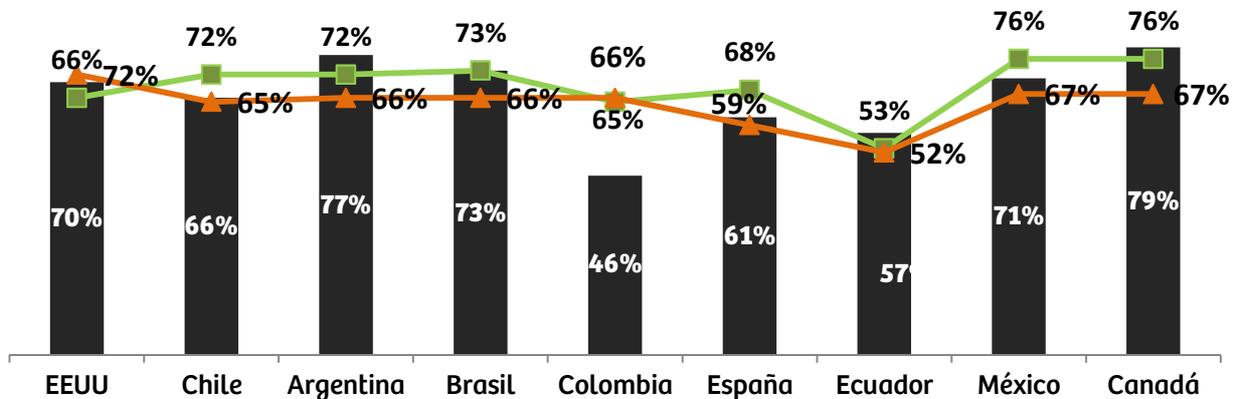
TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO

El alojamiento de 4 y 5 estrellas ha registrado una ligera disminución, ganando participación el alojamiento de 1 y 2 estrellas.



Uso de hoteles de 4 y 5 estrellas – Principales Mercados

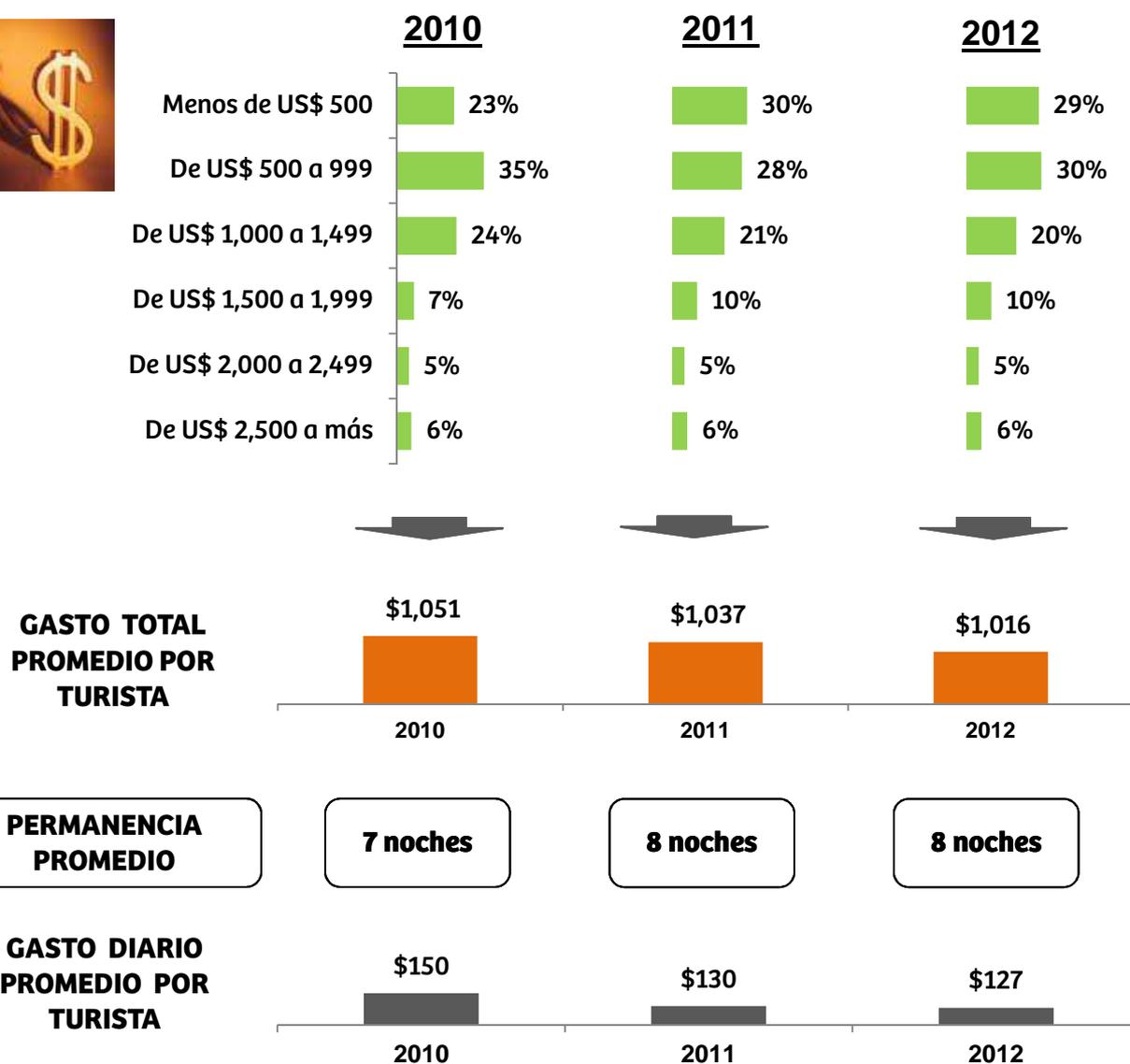
El uso de hoteles de 4 y 5 estrellas habría disminuido significativamente en el mercado colombiano.



Base: Turistas de negocios que pernoctaron en hoteles de 4 y 5 estrellas

VI. Turista de Negocios Gasto en el Perú

El gasto y permanencia de los turistas de negocios se ha mantenido con respecto al 2011, al no existir diferencias estadísticamente significativas.



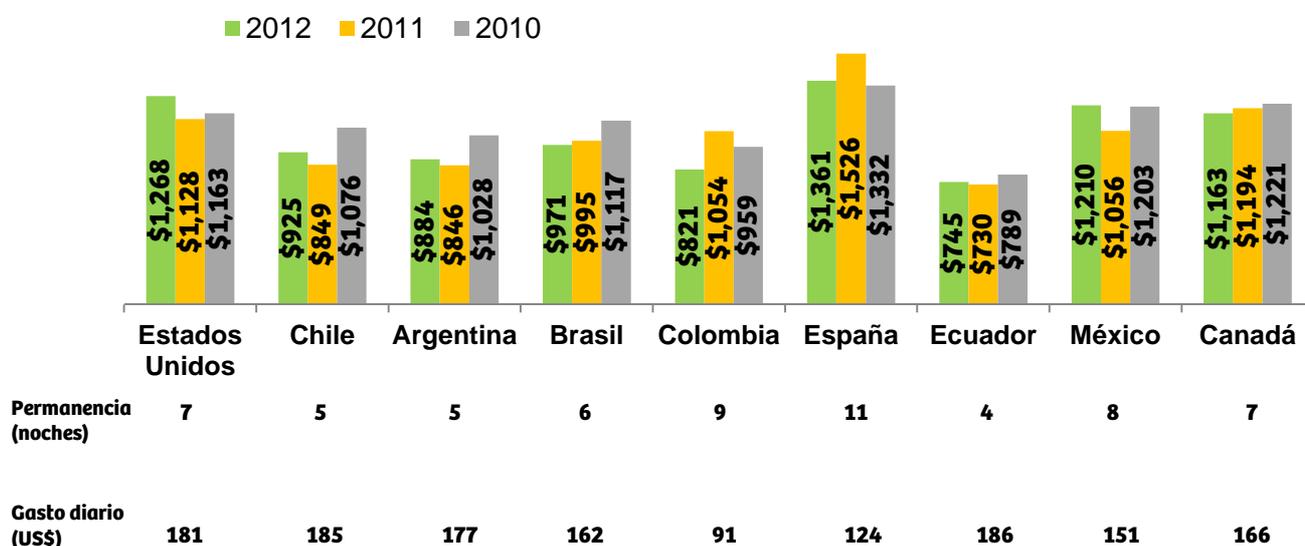
VI. Turista de Negocios

Gasto en el Perú

Gasto del Turista - Principales Mercados

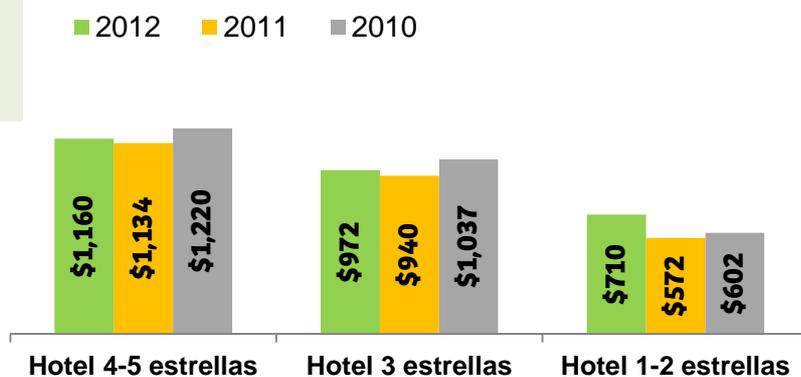
Por país de residencia encontramos que:

- Los turistas de negocios españoles continúan siendo quienes realizan un mayor gasto en nuestro país; sin embargo, los turistas ecuatorianos, chilenos y estadounidenses son quienes más gastan de manera diaria.



Gasto del Turista de Negocios – Por Tipo de Alojamiento Utilizado en el Perú

El gasto del turista de negocios que se aloja en hoteles de 4 ó 5 estrellas (US\$ 1,160), es superior al promedio (US\$ 1,016).



VI. Turista de Negocios Previsiones

Los turistas de negocios esperan mantener el nivel de relaciones comerciales con nuestro país para los próximos años:

55% de los turistas de negocios “mantendrá sus viajes por negocios al Perú”, mostrando una expectativa favorable.



41% de los turistas de negocios “incrementará sus viajes por negocios al Perú”, presentando una actitud muy optimista respecto al año anterior (16%).

Además :



52% de los turistas de negocios “realizaría un viaje vacacional a Perú en los próximos tres años”.



Glosario de términos

VII. Glosario de términos

Agencia de viaje

Empresa que se dedica a la organización de viajes y a la venta de servicios turísticos ya sea en forma individual o en “paquete”. Tiene por lo general, carácter de intermediario entre el prestador de los servicios turísticos y el usuario.

El término “agencia de turismo” debe considerarse como similar a “agencia de viaje”

Atractivo turístico

Es todo lugar, objeto, elemento o acontecimiento de interés turístico. Por ejemplo: monumentos, paisajes, gastronomía, actividades culturales, deportivas o recreativas. Los atractivos turísticos constituyen la motivación principal para el flujo turístico de un país.

Casa de hospedaje o pensión familiar

Alojamiento en casa de familia que se acondiciona mayormente en épocas de temporada alta.

Culturas vivas

Son las manifestaciones culturales y sociales de algunas poblaciones o comunidades, las mismas que han sabido mantener y transmitir de generación en generación a través de sus costumbres y tradiciones.

Destino

Lugar visitado durante el viaje.

Estacionalidad

Tendencia de la demanda turística a concentrarse en determinadas épocas del año.

Gasto del turista

Gastos de consumo efectuados por un turista durante su desplazamiento y estancia turística en el lugar de destino. El gasto se mide mayormente como gasto por turista durante todo el viaje en el Perú.

Se debe excluir del gasto turístico lo siguiente:

- Compras para efectos comerciales, es decir para venta o uso como factor de producción.
- Inversiones de tipo capital efectuadas por los visitantes, como adquisiciones de terrenos, casas, fincas u otros bienes importantes (automóviles, remolques, barcos, segundas residencias) aunque puedan ser utilizadas en el futuro para viajes turísticos.
- Efectivo dado a familiares o amigos durante un viaje de vacaciones que no representa pago por bienes turísticos, así como donaciones a instituciones.

Grupo de viaje

Visitantes que se desplazan juntos durante la totalidad o parte de su viaje.

VII. Glosario de términos

Mercado emisor

Área geográfica en donde residen los turistas y desde donde parten en su viaje hacia el destino turístico elegido.

Motivo de viaje

Razón sin la cual el viaje no se hubiera producido o el destino no se habría visitado. Normalmente se consideran los siguientes grupos:

Vacaciones, recreación u ocio

Visitas a familiares y amigos

Negocios

Tratamientos de salud

Otros motivos

País de residencia

Es el país donde ha vivido una persona durante todo el último año (últimos 12 meses).

País emisor

Es el país desde el cual se generan los viajes de los residentes hacia otro país (país receptor).

Paquete turístico

Conjunto de servicios entre los que normalmente se encuentran incluidos: el alojamiento, el transporte, la alimentación y las visitas turísticas. Los diversos servicios detallados en un paquete turístico se venden a un precio global y generalmente, en un solo acto de compra.

Promoción turística

Es el conjunto de acciones públicas o privadas que se realizan con el fin de incentivar a los potenciales viajeros a visitar un determinado destino, país o región.

Servicios turísticos

Es todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a los proveedores de éstos (agencias de viaje, *tour* operadores, guías de turismo, etc.). Si bien son básicamente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo, su prestación es facilitada por un adecuado equipamiento turístico.

Entre los principales servicios turísticos, se incluye el alojamiento, la alimentación, la organización de viajes y las excursiones guiadas, entre otros.

Turismo

Es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

VII. Glosario de términos

Turismo emisor

Son los viajes que realizan los residentes de un país hacia otros países.

Turismo receptor

Son las visitas que recibe un país desde otros países

Turista

Es aquella persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un **periodo mínimo de una noche y no más de doce meses** consecutivos y cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país o residir en el mismo.

Visitante

Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual por una duración inferior a 12 meses consecutivos y cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país o residir en el mismo.

Los visitantes se clasifican como turistas o como visitantes del día (ver definiciones).

Visitante del día (excursionistas)

Es aquella persona que realiza un viaje fuera de su entorno habitual y que **no pernocta** en el lugar visitado. Dicho viaje se realiza por cualquier motivo diferente al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.