

# Perfil del Turista Extranjero

## El Turismo en Cifras

### 2014



PERÚ

Ministerio  
de Comercio Exterior  
y Turismo

*prom*  
perú

#### **Perfil del Turista Extranjero 2014**

Una publicación de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – PROMPERÚ.

Calle Uno Oeste No 50, urb. Córpac,

San Isidro, Lima 27, Perú

Teléfono: (51-1) 616-7300

**[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)**

© PromPerú. Todos los derechos reservados.

Hecho el Depósito Legal en la  
Biblioteca Nacional del Perú N° 2015-12844

Imprenta: Agagraphic (Av. José Leal 257, Lince)

Lima, setiembre de 2015

Distribución gratuita. Prohibida su venta.

Investigación:

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística -

Dirección de Promoción del Turismo, PROMPERÚ.

Edición de textos:

Antonio Yong Martínez.

Diseño e infografías:

Josué Figueroa Escobar - Graffiti.

Producción:

Subdirección de Producción -

Dirección de Comunicaciones e Imagen País, PROMPERÚ.



Primera edición - Agosto 2015.

# Contenido

	Presentación.....	5
	Introducción.....	7
	Resumen ejecutivo.....	8
<b>1</b>	<b>Panorama internacional.....</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>El turista extranjero en el Perú.....</b>	<b>16</b>
<b>3</b>	<b>Segmentos de interés.....</b>	<b>22</b>
	<b>Anexos</b>	
	• Glosario.....	34
	• Ficha metodológica del estudio.....	38

El 2014, el Perú recibió la visita de  
**3,21 millones de turistas** extranjeros.

# Presentación

El turismo receptivo es uno de los principales sectores económicos del Perú. Además de ser el segundo sector de exportaciones no tradicionales, ha mantenido un crecimiento que en los diez años entre el 2005 y el 2014 registró una tasa promedio de 9% anual.

En vista que los destinos se ubican en un buen número de zonas del país, el turismo también permite una distribución descentralizada del ingreso y contribuye con el progreso de la población que presta servicios a nuestros visitantes.

Esta relevancia nos obliga a buscar las herramientas óptimas para conocer los hábitos, preferencias y otras características personales, sociales, económicas y culturales de los millones de extranjeros que vienen al país para pasar sus vacaciones, hacer negocios o dedicar su estadía a alguna actividad que enriquece sus vidas.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y PROMPERÚ desarrollan anualmente estudios de mercado con el mencionado propósito, tanto del turismo receptivo como del interno, y presentan los principales resultados en la colección EL TURISMO EN CIFRAS. En ese sentido, el Perfil del Turista Extranjero 2014 tiene como objetivo permitir a las empresas prestadoras de servicios y gremios turísticos, gobiernos regionales y locales, potenciales inversionistas nacionales y extranjeros, entre otros, contar con información relevante para el crecimiento de sus negocios y la mejora de la experiencia de los visitantes.

Para acceder a la publicación completa, ingrese aquí [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe).

**Magali Silua Velarde-Álvarez**  
Ministra de Comercio Exterior y Turismo



# Introducción

El Perfil del Turista Extranjero 2014 es el resultado de un estudio elaborado para conocer el comportamiento de los ciudadanos residentes en el extranjero que vienen al Perú por turismo.

- Para su realización se llevaron a cabo encuestas a turistas extranjeros de 15 años o más, cuyo motivo de viaje fue diferente al de residencia o trabajo remunerado en el país.
- El objetivo general del estudio es conocer las características y los hábitos de los turistas extranjeros, así como indagar sobre sus principales motivaciones para viajar por el Perú.

## ¿Para qué sirve?

- El informe y su posterior análisis se convierten en una herramienta fundamental para conocer, entender y valorar las características, motivaciones, costumbres, intereses y gastos de los extranjeros que realizan viajes turísticos dentro del territorio nacional.
- Ofrece información concreta, confiable y actualizada para la planificación de proyectos, la mejora de servicios y la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico.
- Los empresarios, los inversionistas, los profesionales y todos los actores involucrados directa e indirectamente con el sector pueden utilizar esta información para crear productos y servicios con valor agregado, cubrir las necesidades y satisfacer mejor las demandas de los viajeros internacionales.
- Las autoridades locales y regionales pueden tomar como base este estudio para emprender nuevos proyectos y tomar decisiones que favorezcan el turismo en su jurisdicción.
- Los estudiantes podrán desarrollar investigaciones y propuestas novedosas a partir de estos resultados y el público en general estará adecuadamente informado para participar en el debate público sobre temas turísticos y el desarrollo nacional.

# ¿Qué caracteriza al turista que visita el

- 1 Género:** 61% hombres y 39% mujeres.
- 2 Edad promedio:** 41% entre 35 y 54 años, 31% entre 25 y 34 años.
- 3 Ingreso familiar:** 43% percibe US\$ 40 000 o más al año.
- 4 Estadía:** 10 noches en promedio.
- 5 Gasto total:** US\$ 992 en promedio (sin incluir pasajes de ingreso y salida del país).



- 10 Preferencias:** conocer Machu Picchu es la razón más importante (78% de las menciones). Le siguen las ciudades de Cusco y Lima.
- 11 Grupo de viaje:** 30% con su pareja, 30% con amigos o parientes, 28% sin compañía.
- 12 Alojamiento:** 51% en establecimientos de 1 o 2 estrellas, 39% en locales de 3 estrellas.
- 13 Ingresos e instrucción:** 68% percibe un ingreso familiar anual de US\$ 40 000 o más y 93% tiene educación superior.

Vacacionistas

# Perú?

## 6 Motivo de viaje:

62% viene por recreación u ocio (vacacionistas), 15% por negocios, 23% por otros motivos (visitar familiares, salud, asistir a eventos, etc.).

## 7 Principales emisores al Perú:

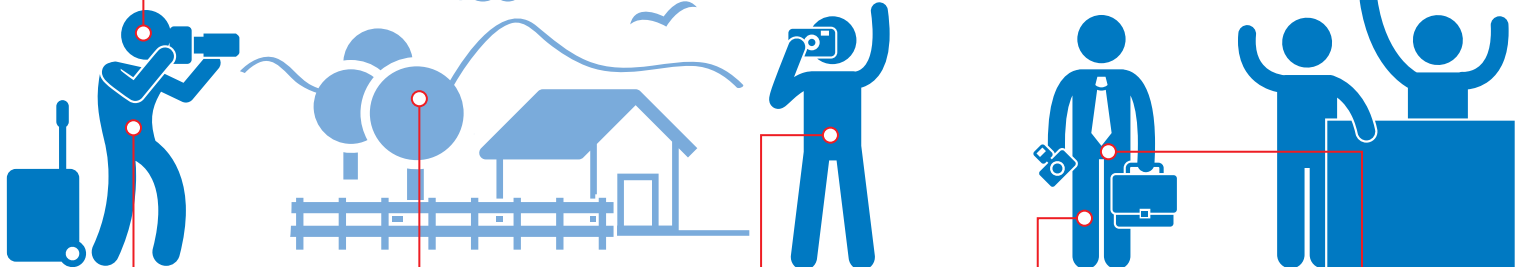
los cinco mayores emisores son Chile (29%), Estados Unidos (15%), Ecuador (7%), Colombia (5%) y Brasil (5%).

## 8 Principales mercados:

son los 15 países que generan el mayor flujo de turistas (83%) y los mayores ingresos por turismo (64%) en el Perú.

## 9 Regiones más visitadas:

Lima (71%), Cusco (37%), Tacna (27%), Puno (16%) y Arequipa (14%).



## 14 Estadía y gasto:

13 noches y US\$ 2 079 (más del doble que los demás vacacionistas).

## 15 Preferencias:

Realiza actividades más participativas y especializadas que los demás vacacionistas. Destaca su preferencia por las compras de artesanías y la observación de la naturaleza.

## 16 Itinerario:

visita 3 regiones en promedio, una más que los demás vacacionistas.

## 17 País de residencia:

Chile (15%), Estados Unidos (15%), Colombia (11%), Brasil, Argentina y España (8% en cada caso).

## 18 Estadía y gasto:

su estadía promedio es 7 noches y gastan US\$ 911.

Mejor prospecto  
(vacacionista que gasta US\$ 1 000  
o más durante su estadía)

Turista de negocios

El Perú **compite con 13 países** en la captación de turistas. Entre ellos destacan China, México, Egipto, India, Argentina y Brasil.



1

# ☞ Panorama internacional



# Turismo

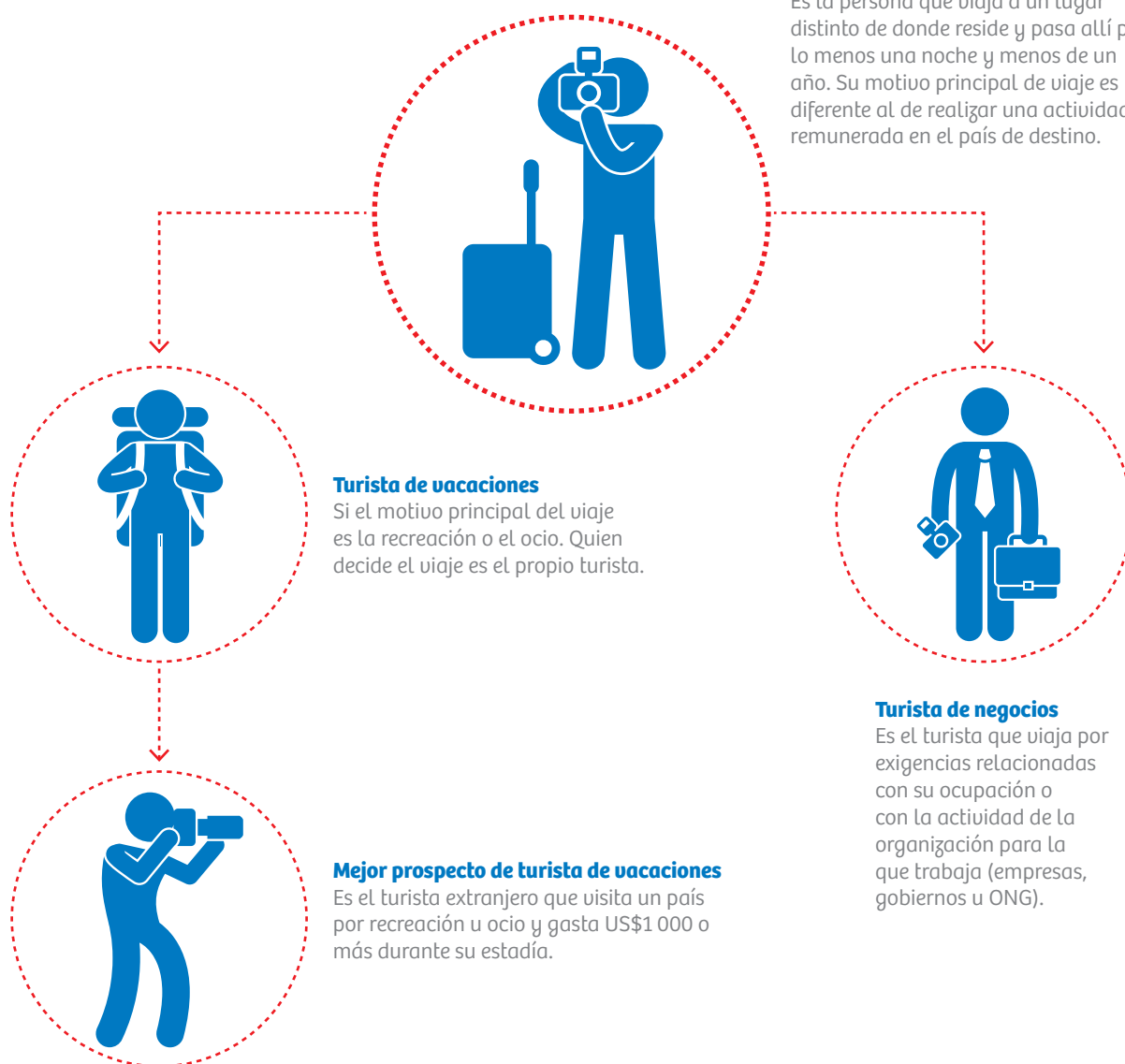
Es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencia en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, y por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

## Turismo receptivo

Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico.

### El turista

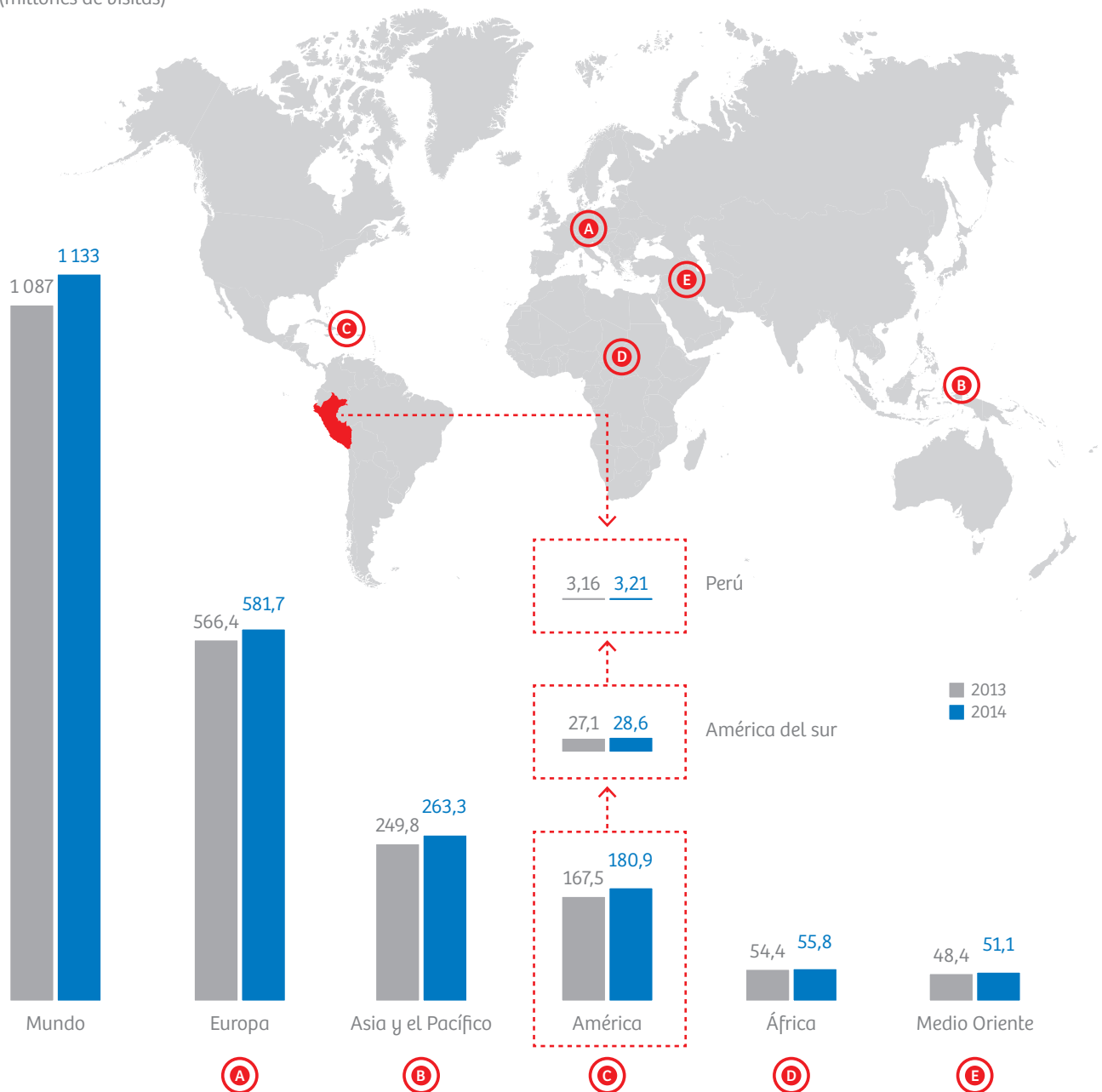
Es la persona que viaja a un lugar distinto de donde reside y pasa allí por lo menos una noche y menos de un año. Su motivo principal de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país de destino.



## El mundo

- En el 2014 el turismo receptivo mundial se incrementó 4%, a pesar de las condiciones económicas poco favorables en algunos de los mayores mercados emisores.
- Sudamérica registró un incremento superior (5,5%).
- Europa se mantiene como el principal mercado turístico global.
- La Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que el 2015 el turismo receptivo mantendrá su tendencia creciente y aumentará entre 3% y 4%.

**Flujo de viajes internacionales en el mundo**  
(millones de visitas)



Fuente: Barómetro de la Organización Mundial de Turismo 2015- Edición junio / MINCETUR.  
Elaboración: PROMPERÚ.

## Análisis de la competencia

- 13 países son los competidores del Perú en turismo receptivo, en base al análisis de su oferta turística y el perfil de la demanda.
- Egipto, que vio afectada su competitividad por los problemas políticos y sociales que afrontaba desde el 2010, registró una recuperación de su turismo receptivo el 2014.
- De los 13 países competidores, el único que registró un decrecimiento el 2014 fue China.
- En Latinoamérica, la competencia más fuerte del Perú sigue siendo México, Argentina, Brasil y Chile.

## Llegadas internacionales a los países de la competencia (en millones)

	2013	2014**
1 <b>China</b>	<b>55,7</b>	<b>55,6</b>
2 México	24,2	29,1
3 Egipto	9,2	9,6
4 India	7,0	7,5
5 Argentina	5,6	6,3
6 Brasil	5,8	6,1
7 Camboya	4,2	4,5
8 Jordania	3,9	4,0
9 Chile	3,6	3,7
10 <b>Perú*</b>	<b>3,2</b>	<b>3,2</b>
11 Colombia	2,3	2,6
12 Costa Rica	2,4	2,5
13 Ecuador	1,4	1,6
14 Guatemala	1,3	1,5

\* Incluye peruanos residentes en el exterior.

\*\* Las cifras del 2014 son preliminares, excepto la de Perú.



**Llegadas de turistas extranjeros (sin incluir peruanos residentes en el exterior)**  
(millones de visitas)



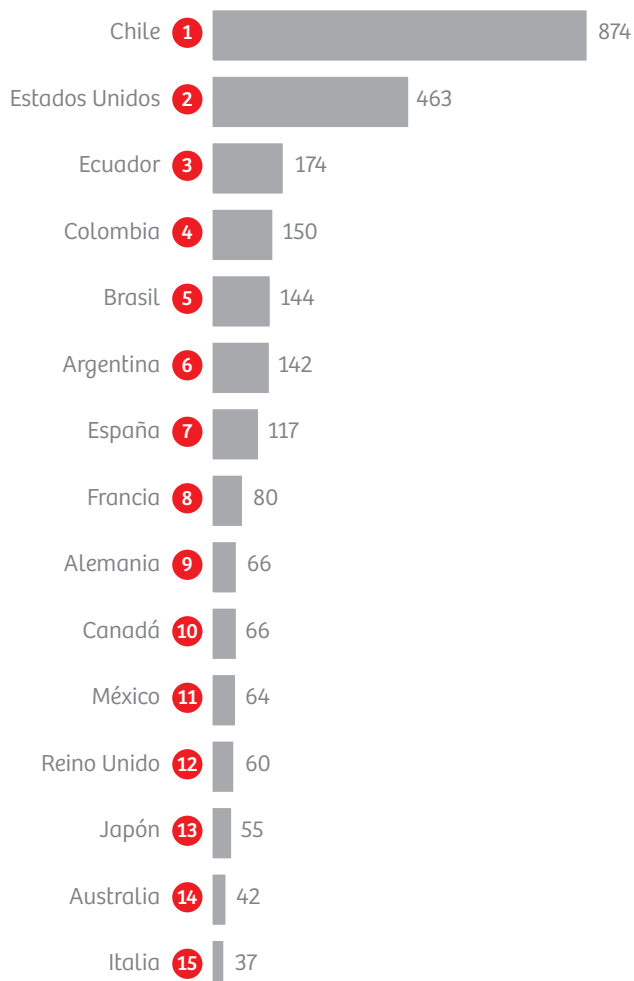
**Llegadas de turistas extranjeros de los mercados de interés**  
(millones de visitas)



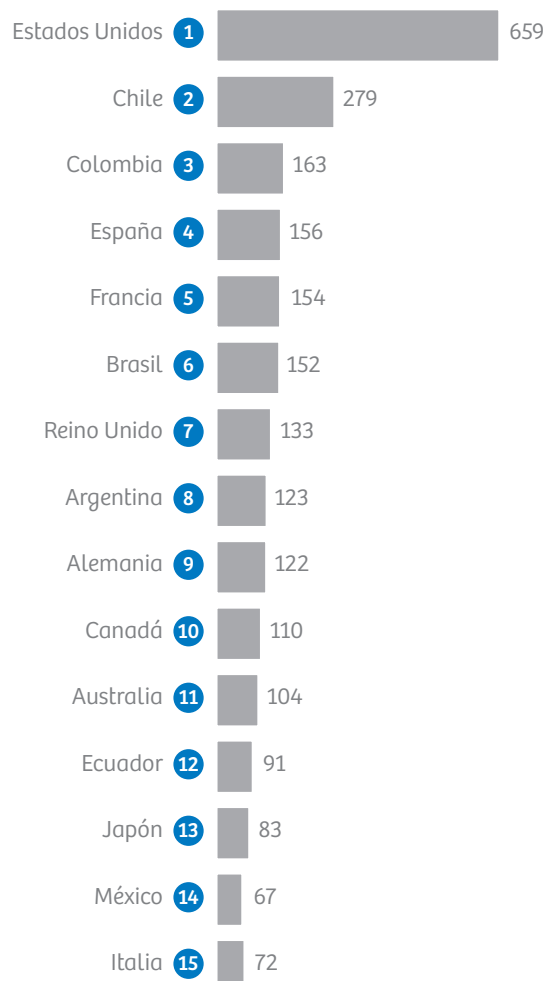
**Principales mercados**

- Son los países a los cuales están dirigidos los principales esfuerzos de promoción del Perú como destino turístico.
- Son 15 los mercados principales, debido a que generan el mayor flujo de turistas (83% del total) y de ingresos por turismo (64%).
- Las llegadas de turistas al Perú procedentes de los principales mercados de interés se incrementaron 4% el 2014.
- Estados Unidos se mantiene como el principal generador de ingresos por turismo receptivo.
- Chile es el principal emisor de turistas al Perú. El 82% ingresa por el puesto fronterizo de Santa Rosa, en Tacna.

**Llegadas de turistas**  
(en miles)



**Ingresos por turismo**  
(en millones US\$)



Fuente: MINCETUR/ PROMPERÚ  
Elaboración: PROMPERÚ.



**El turismo es el segundo sector de exportación no tradicional.** Solamente es superado por las exportaciones del sector agropecuario.

2

# El turista extranjero en el Perú

# El turista extranjero en el Perú

2014: Las llegadas de turistas extranjeros se incrementaron 1,4% respecto del 2013, en tanto que las llegadas de los principales mercados de interés para el Perú, se han incrementado en 4%.

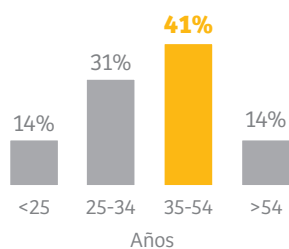
## ¿Quiénes son?

De cada 10 turistas que visitan el Perú:

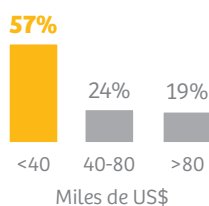
- Aproximadamente 6 son hombres y 4, mujeres.
- 4 tienen ingresos anuales de US\$ 40 000 o más.
- 3 tienen entre 25 y 34 años.
- 4 tienen entre 35 y 54 años.
- 3 son profesionales que desempeñan cargos ejecutivos o técnicos.
- 5 viven con sus parejas.



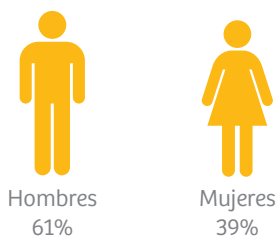
Edad\*



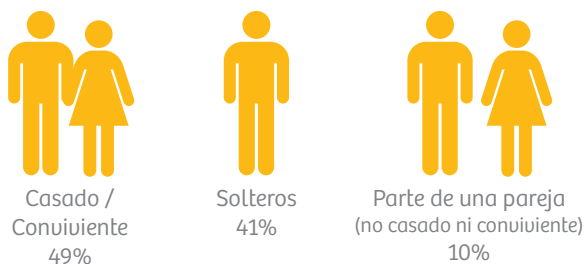
Ingreso familiar anual\*\*



Género\*



Estado civil\*



(\*) Base: Total Turistas Extranjeros.

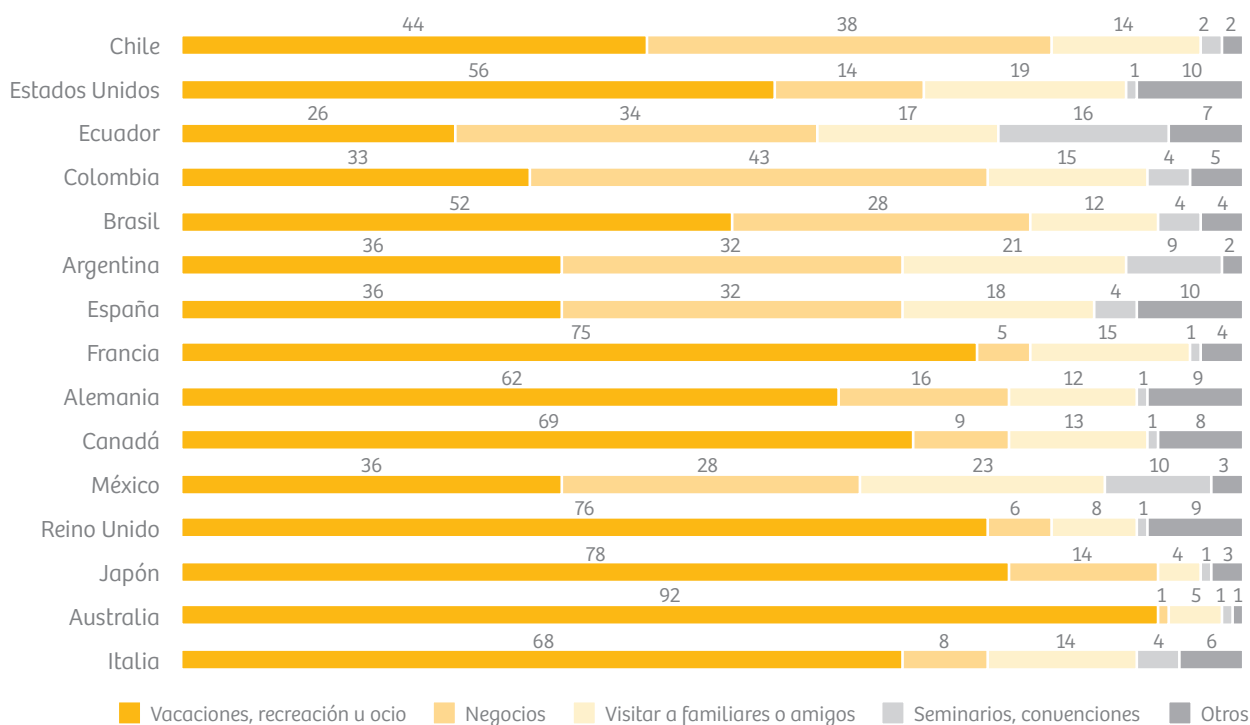
(\*\*) Base: Turistas extranjeros que declararon sus ingresos.  
Total: 100%



## ¿Cuál es su motivo de viaje?

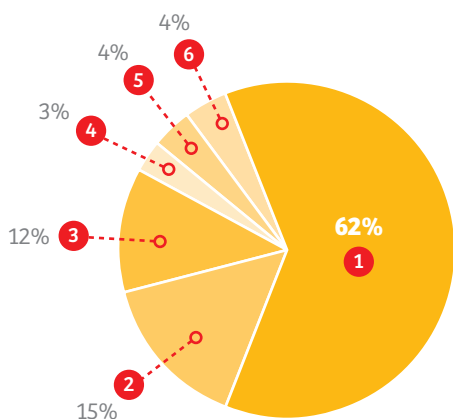
- El turismo de vacaciones continúa liderando las preferencias de los turistas extranjeros que visitan el Perú.
- Los mercados de interés más alejados (Australia y Japón) son los que tienen una mayor proporción de vacacionistas.
- El turismo de negocios ocupa el segundo lugar. Los mercados de interés latinoamericanos son los principales emisores de este tipo de turistas, al igual que Estados Unidos y España.
- México, Argentina y Estados Unidos lideran los viajes para visitar familiares y amigos.

Motivo del viaje por país de residencia (%)



Base: Turistas Extranjeros AUICH

Participación de mercado



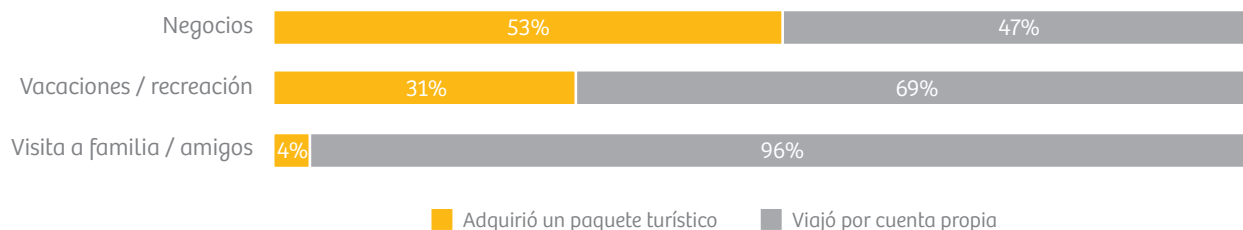
Principal motivo de viaje al Perú	Llegadas de turistas extranjeros 2014
<b>1 Vacaciones</b>	<b>1 894 845</b>
2 Negocios	458 430
3 Visita a familiares	366 744
4 Asistir a seminarios y conferencias	91 686
5 Salud / Tratamiento médico	122 248
6 Otros	122 248
<b>Total</b>	<b>3 056 202</b>

## ¿Cómo viajan?

- El uso de paquetes turísticos se observa en mayor proporción entre los turistas de negocios e incluye, principalmente, el transporte de ingreso y salida, traslados internos, alojamiento y alimentación.
- A mayor edad del visitante, se incrementa el porcentaje del uso de paquetes turísticos.
- En el 90% de los casos, la visita al Perú se realizó sin compañía, en pareja o en grupos que no incluyen niños.



### Uso de paquete turístico



### Grupo de viaje



Solo  
42%



Pareja  
22%



Amigos / parientes  
(sin niños)  
26%



Grupo familiar directo  
9%



Amigos / parientes  
(con niños)  
1%

1	Lima	71%
2	Cusco	37%
3	Tacna	27%
4	Puno	16%
5	Arequipa	14%
6	Ica	10%
7	Piura	6%
8	Tumbes	6%
9	La Libertad	4%
10	Madre de Dios	3%
11	Áncash	2%
12	Loreto	2%
13	Lambayeque	1%
14	Cajamarca	1%
15	Junín	1%
16	Moquegua	1%
17	San Martín	1%
18	Amazonas	1%

Base: Total Turistas Extranjeros  
Total: Múltiple

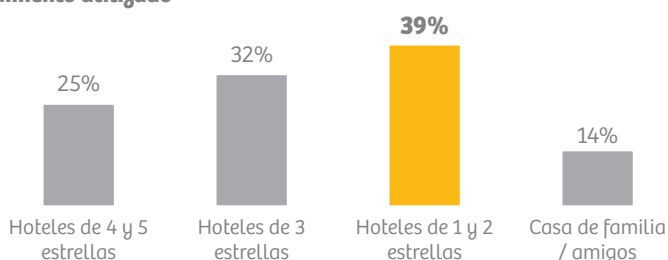
## ¿Qué lugares visitan?

- El 71% estuvo en Lima. Esto se debe en parte a que el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez es la principal entrada al país.
- Las regiones del sur: Cusco, Puno, Arequipa, Ica y Tacna, recibieron el mayor número de visitas.
- Las cuatro primeras forman parte del circuito “clásico” para el turismo receptivo en general, mientras que Tacna recibe principalmente turistas residentes en Chile (90% del total).

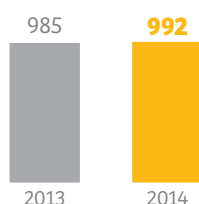
## ¿Dónde se hospedan?

- La mayoría (71%) utiliza alojamientos de entre 1 y 3 estrellas, sobre todo quienes vienen por vacaciones.
- La cuarta parte se hospeda en hoteles de 4 y 5 estrellas, proporción que se eleva a 75% para los turistas de negocios.
- La estadía promedio es de 10 noches.

### Alojamiento utilizado



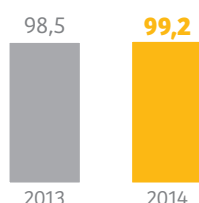
### Gasto total promedio por turista (US\$)



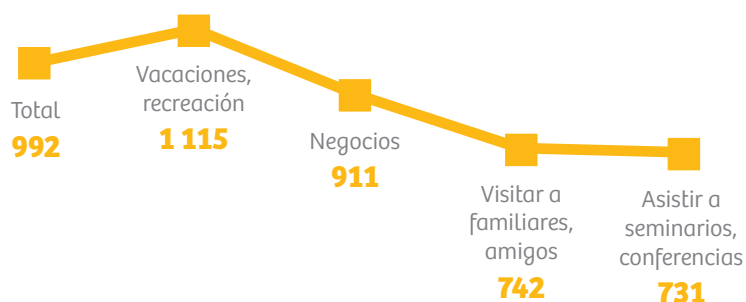
## ¿Cuánto gastan?

- Tanto el promedio del gasto durante toda la estadía (US\$ 992) como el gasto diario (US\$ 99,2) se incrementaron con respecto al 2013.
- Los vacacionistas fueron los que registraron un mayor gasto durante su estadía.
- Los turistas de negocios realizaron el mayor gasto diario (US\$ 130).

### Gasto diario promedio por turista (US\$)



### Gasto por motivo de viaje (US\$ por turista promedio)



El **turismo de vacaciones** es el principal segmento del turismo receptivo en el Perú, tanto por el número de arribos como por el gasto realizado. Le sigue el **turismo de negocios**.



3

# Segmentos de interés



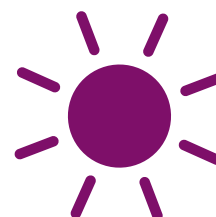
# El vacacionista

El 2014 arribaron 1 894 845 turistas con fines de ocio o recreación, un 3% de aumento con respecto al 2013.

## ¿Quiénes son?

De cada 10 turistas que visitan el Perú por recreación u ocio:

- 6 son hombres y 4, mujeres.
- 7 tienen entre 25 a 54 años.
- 4 tienen ingresos anuales de US\$ 40 000 o más.
- 6 forman parte de una pareja.
- Aproximadamente 9 poseen educación superior.
- Aproximadamente 3 desempeñan un cargo ejecutivo o técnico.

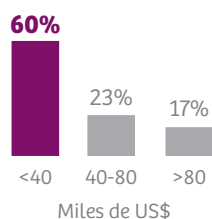


### Grado de instrucción



Superior  
85%

### Ingreso familiar anual



### Género



Hombres  
57%

### Estado civil



Casado /  
conviviente  
45%

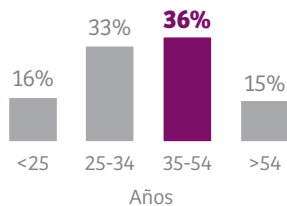


Soltero  
43%



Parte de una pareja  
(no casado ni conviviente)  
12%

### Edad



### Ocupación



Profesional  
Ejecutivo  
13%



Profesional  
Técnico  
13%



Empleado en  
servicios  
12%



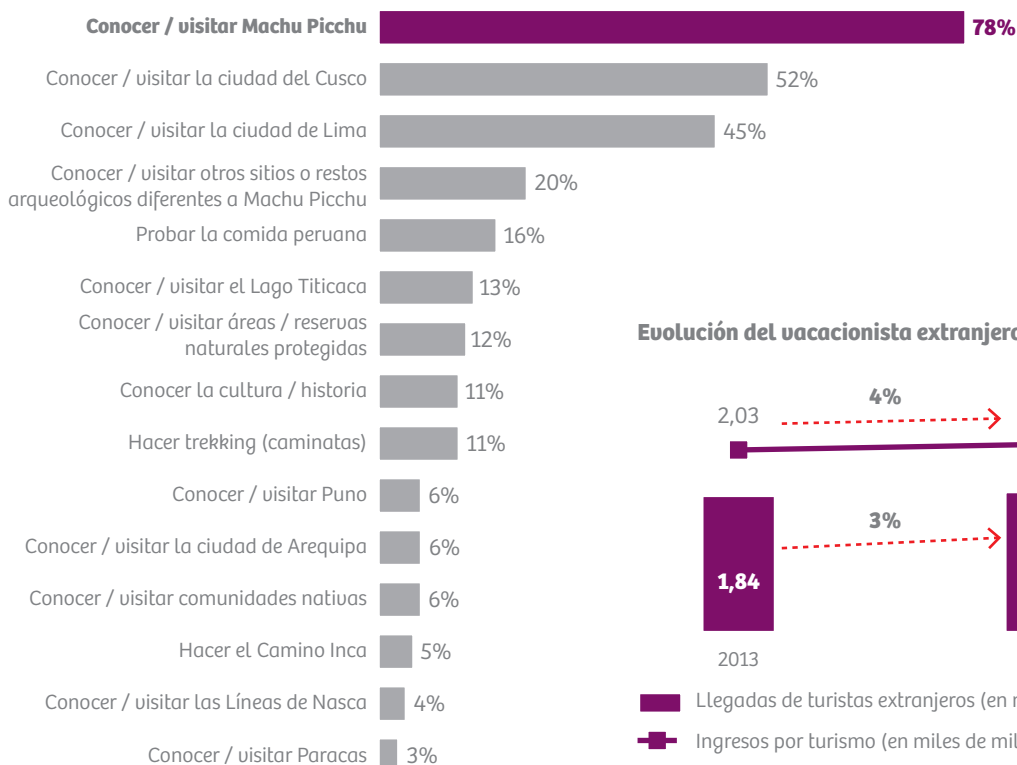
Estudiantes  
12%

## El segmento de vacaciones representa el 62% del turismo receptivo del Perú.

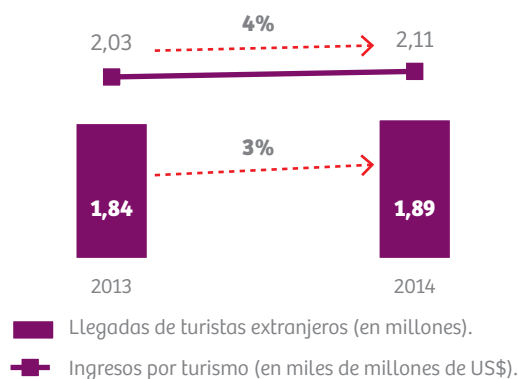


### ¿Por qué decidió visitar el Perú?

- Visitar Machu Picchu sigue siendo el motivo principal del viaje, sobre todo en los mercados de larga distancia.
- La ciudad del Cusco ocupa el segundo lugar.
- Le sigue Lima, que principalmente atrae las preferencias de los vacacionistas latinoamericanos.
- En el caso de la comida peruana, las mayores menciones corresponden a vacacionistas sudamericanos.
- El turismo de naturaleza es otro rubro que acapara el interés de los vacacionistas, destacando las áreas protegidas del Titicaca y Paracas.



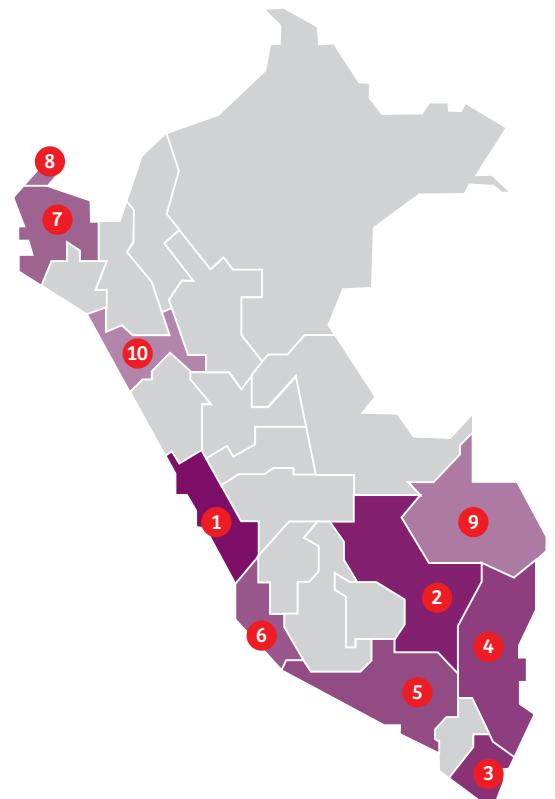
### Evolución del vacacionista extranjero en el Perú



Base: Total de vacacionistas extranjeros entrevistados en Lima y Puno.  
Total: Múltiple

## ¿Qué regiones visitan?

- Lima y Cusco son las regiones con mayor porcentaje de visitas, seguidas de otras regiones del sur.
- El 38% de vacacionistas visita 3 o más regiones.
- Los vacacionistas de los mercados de larga distancia visitan más regiones que los latinoamericanos.
- El 63% de los vacacionistas europeos que visitan el Perú viaja a Puno y el 51% a Arequipa.
- El 44% de vacacionistas asiáticos visita Ica.

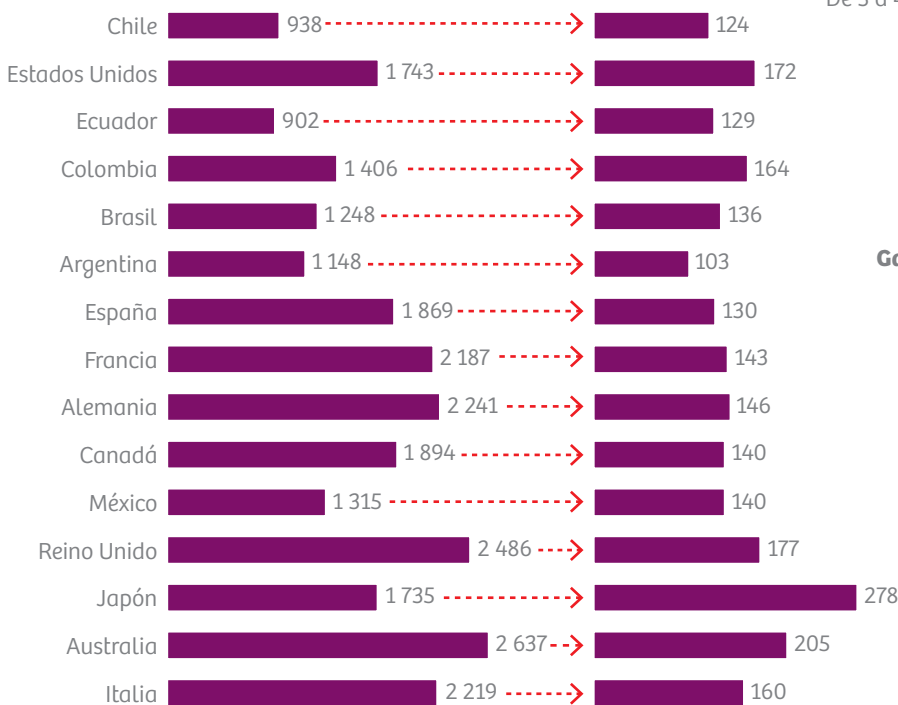


## ¿Cuánto gastan?

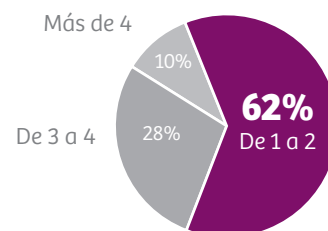
- Tanto el gasto promedio total del vacacionista (US\$ 1 115) como su gasto diario (US\$ 125) se mantuvieron con respecto al 2013.
- Los vacacionistas de Australia y Reino Unido son quienes más gastan (US\$2 637 y US\$2 486, respectivamente).
- Los vacacionistas japoneses registran el mayor gasto diario (US\$ 278).

### Gasto promedio (en US\$)

### Gasto diario (en US\$)

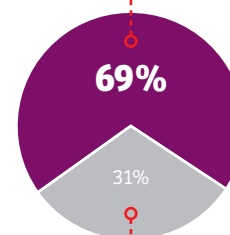


### Número de regiones visitadas



### Gasto según modalidad de viaje

Gasto por vacacionista US\$685



Gasto por vacacionista US\$2 078

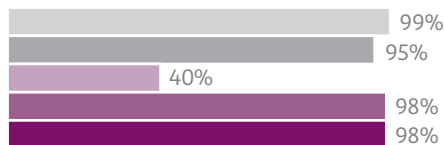
■ Por cuenta propia ■ Paquete turístico

1	Lima	64%
2	Cusco	53%
3	Tacna	34%
4	Puno	24%
5	Arequipa	19%
6	Ica	13%
7	Piura	8%
8	Tumbes	7%
9	Madre de Dios	4%
10	La Libertad	4%

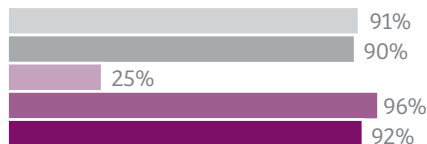
Base: Total Vacacionistas Extranjeros  
Total: Múltiple

### Por región de residencia

#### Lima



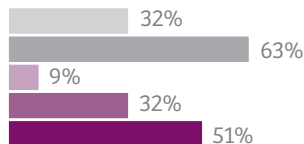
#### Cusco



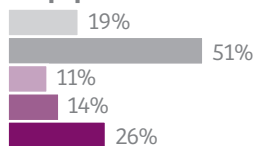
#### Tacna



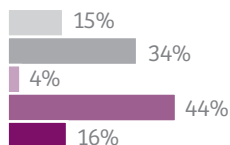
#### Puno



#### Arequipa



#### Ica

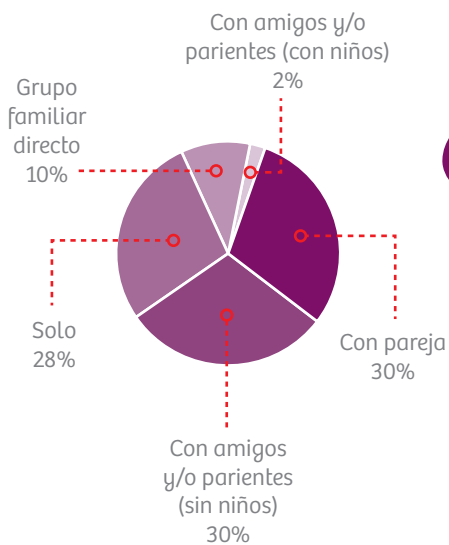


- Anglosajón
- Europa
- Latinoamérica
- Asia
- África/Oceanía

## ¿Cómo viajan?

- El 69% del total de vacacionistas organiza su viaje por cuenta propia, aunque hay diferencias según el continente de procedencia.
- La mayoría de vacacionistas de Asia, así como de Estados Unidos, Reino Unido y Canadá, adquiere paquetes turísticos.
- Internet: El 20% de quienes adquieren un paquete turístico lo hace por este medio, y el 21% de quienes viajan por cuenta propia, compra su ticket aéreo internacional por este medio.
- El 29% de los vacacionistas complementa su viaje al Perú con la visita a otros destinos; esta proporción se incrementa en el segmento de vacacionistas asiáticos (el 68% combinó el Perú con otros destinos).
- Los principales países con los que se combina el viaje a Perú son: Bolivia (48%), Chile (39%), Ecuador (33%) y Argentina (30%).
- La repetición de viaje hacia el Perú, se observa sobre todo entre los vacacionistas latinoamericanos, 58% de ellos han visitado nuestro país más de una vez.
- El 91% de los vacacionistas de los países de larga distancia visita el Perú por primera vez.
- El 47% de los vacacionistas menores de 25 años viaja principalmente con amigos o parientes (sin niños).
- El 39% de los mayores de 54 años viaja con su pareja (39%).

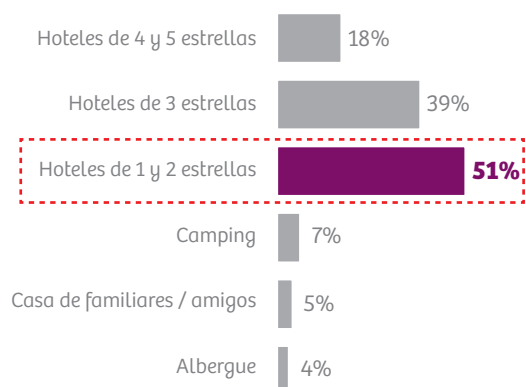
### Grupo de viaje



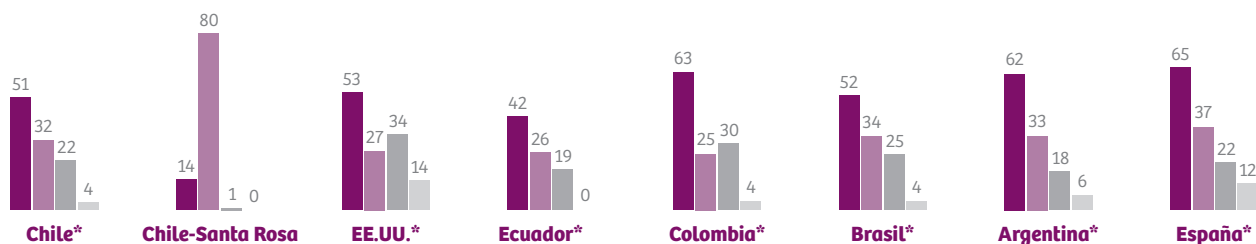
## ¿Dónde se hospedan?

- Alrededor de la mitad de vacacionistas se hospeda en hoteles u hostales de 1 o 2 estrellas, principalmente los menores de 25 años.
- A más edad, se incrementa el uso de establecimientos de mayor categoría.
- Con respecto al 2013, la estadía promedio de los vacacionistas en el Perú se incrementó de 8 a 9 noches.

### Tipo de alojamiento utilizado



### Tipo de alojamiento utilizado según país de residencia

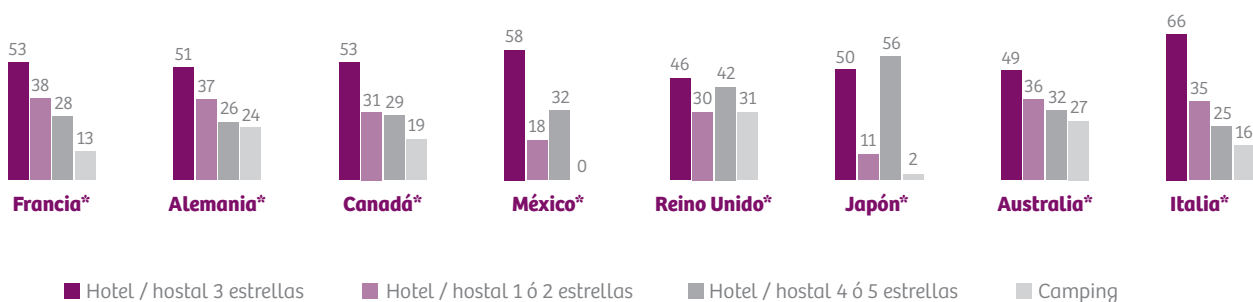
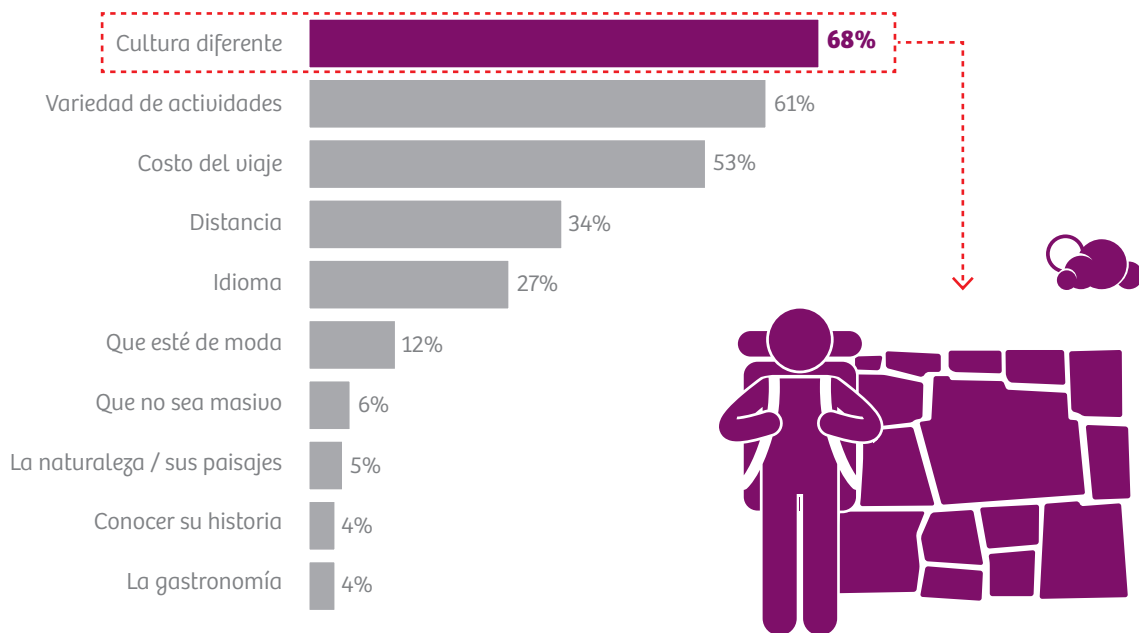


(\*) Base: Vacacionistas entrevistados en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (AIJCH)

## ¿Qué atributos del destino les interesan?

- Los tres aspectos que más influyen para elegir un destino internacional son la cultura, la variedad de actividades y el costo del viaje.
- La “cultura diferente” y la “variedad de actividades” son importantes, sobre todo para los vacacionistas de los mercados de larga distancia.
- El costo del viaje, el idioma y la distancia son aspectos mencionados en mayor medida por los vacacionistas latinoamericanos.
- El 90% de los vacacionistas realizó actividades de turismo cultural durante su estadía en el Perú, en tanto que el 49% dedicó tiempo al turismo de naturaleza y el 34%, al turismo de aventura.

### Aspectos que toma en cuenta para elegir un destino de vacaciones / recreación

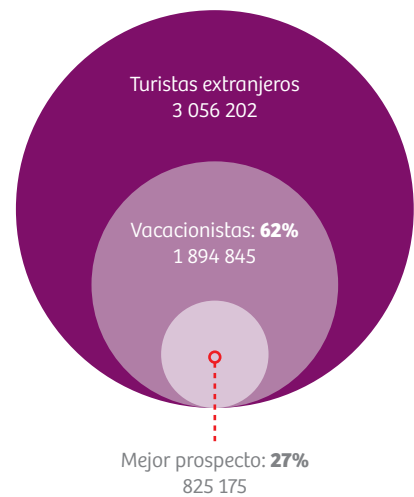


# El mejor prospecto

En 2014 este segmento representó el 27% del total de arribos de turistas extranjeros (5% más que el 2013).

## ¿Quiénes son?

- Su edad promedio es mayor que la de otros vacacionistas y un ingreso familiar mayor a \$40,000 anuales.
- El 82% no tiene hijos viviendo en casa (frente a 64% entre los demás vacacionistas).
- El 93% tiene instrucción superior (79% entre los demás vacacionistas).
- Los vacacionistas de este segmento realizan actividades más participativas y especializadas que los demás vacacionistas.
- Es notoria su preferencia por las compras de artesanías y la observación de la naturaleza (aves, flora, mamíferos, etc.).

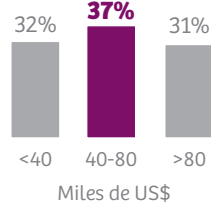


### Grado de instrucción

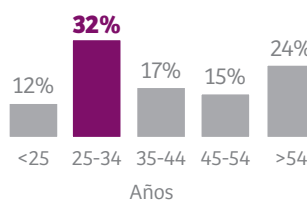


Superior  
93%

### Ingreso familiar anual



### Edad



### País de residencia

1	EEUU	27%
2	Francia	6%
3	España	5%
4	Brasil	5%
5	Canadá	5%
6	Japón	5%
7	Reino Unido	5%
8	Chile	4%
9	Alemania	4%
10	Australia	4%
11	Colombia	4%

### Género



Hombres  
55%

### Estado civil



Casado /  
conviviente  
44%



Soltero  
46%



Parte de una pareja  
(no casado ni conviviente)  
10%

### Actividades realizadas



Cultura  
100%



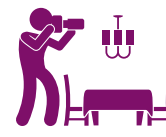
Compras  
92%



Naturaleza  
76%



Aventura  
55%



Diversión  
33%



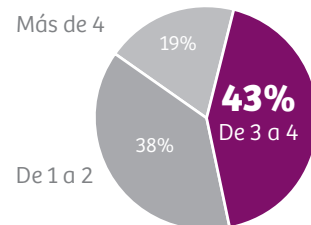
Sol y playa  
22%

## ¿Qué regiones visitan?

- El 90% viaja a Cusco, frente al 24% de los demás vacacionistas.
- Visitan una región más que los demás vacacionistas.
- Permanecen en el Perú más del doble de noches que los demás vacacionistas.

1	Lima	98%
2	Cusco	90%
3	Puno	39%
4	Arequipa	30%
5	Ica	25%
6	Madre de Dios	8%
7	Piura	5%
8	La Libertad	5%
9	Áncash	4%
10	Loreto	4%
11	Tacna	3%
12	Tumbes	3%
13	Lambayeque	2%

### Regiones visitadas



Base: Total Vacacionistas Extranjeros  
Total: Múltiple

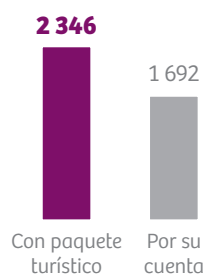
## ¿Cómo viajan?

- El 59% contrata paquetes turísticos, porcentaje que contrasta notablemente con los demás vacacionistas (9%).
- Se hospedan en alojamientos de mayor categoría que los demás vacacionistas.

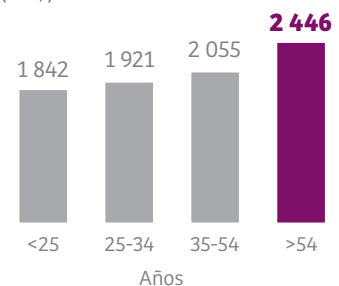
## ¿Cuánto gastan?

- El mejor prospecto de vacacionista gasta en promedio US\$ 2 079 en el Perú.
- Las personas mayores de 55 años y quienes viajaron con paquete turístico realizaron un gasto mayor.

### Gasto por modalidad de viaje (US\$)



### Gasto por edad (US\$)



# El turista de negocios

Es el segundo segmento de importancia del turismo receptivo en el Perú, considerando el número de arribos (15% del total).

## ¿Quiénes son?

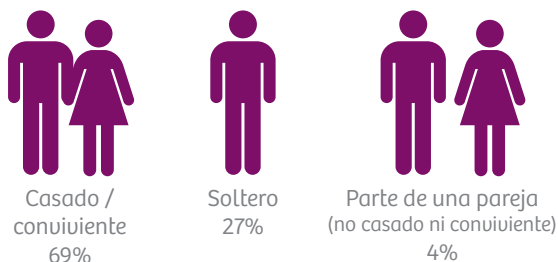
De cada 10 turistas de negocios que visitan el Perú:

- Cerca de 9 son hombres.
- 7 son casados o conviven con sus parejas.
- 8 tienen ingresos anuales de US\$ 40 000 o más.
- Cerca de 8 son mayores de 35 años.

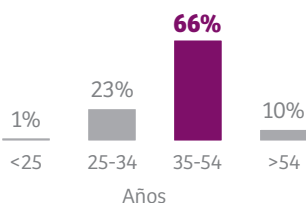
### Género



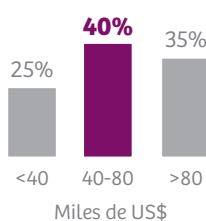
### Estado civil



### Edad



### Ingreso familiar anual



### País de residencia

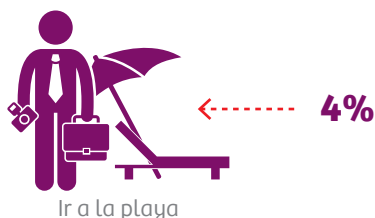
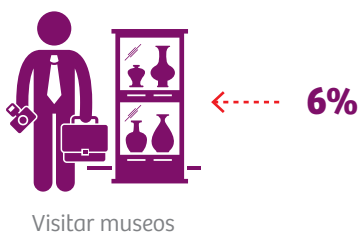
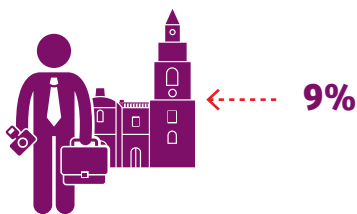
1	Chile	15%
2	EEUU	15%
3	Colombia	11%
4	Brasil	8%
5	Argentina	8%
6	España	8%
7	Ecuador	5%
8	México	4%
9	Otros	26%

## ¿Dónde se hospedan?

- El uso de alojamientos de 4 y 5 estrellas se incrementó con respecto al 2013 (de 70% a 75%).
- La estadía promedio es de 7 noches.

### Tipo de alojamiento utilizado





## ¿Qué actividades realizan?

Si bien vienen al país para cumplir funciones en representación de sus organizaciones, también dedican tiempo a otras actividades turísticas.

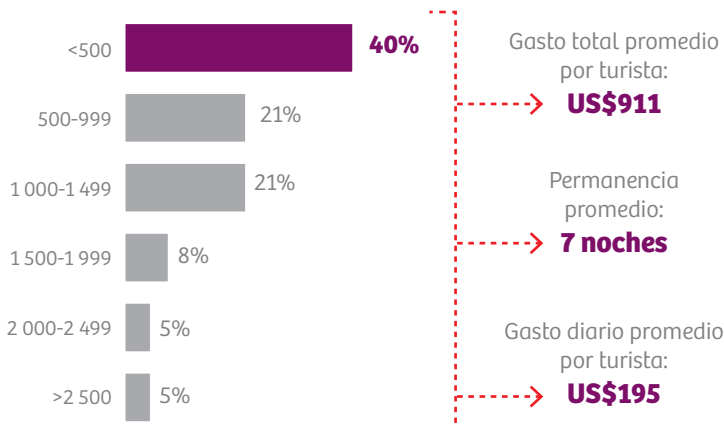
- El 98% concentra su visita en Lima.
- En la capital, realizan turismo urbano (pasear por la ciudad, visitar plazas/plazuelas) y compran artesanías.

## ¿Cómo viajan?

- El 98% ingresa al Perú por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.
- El 78% tiene únicamente al Perú en su itinerario de viaje.
- El 81% viaja al Perú sin compañía.
- El 53% adquiere un paquete turístico.
- En el 60% de los casos, el viaje es decidido por la organización en la que trabajan.

## ¿Cuánto gastan?

- El gasto total durante su estadía es de US\$ 911\*.
- El gasto promedio por día es de US\$ 195.
- Cabe anotar que este gasto no incluye compras de bienes para venta o uso como factor de producción.



\* El gasto no incluye ticket de ingreso y/ o salida del país.

# Glosario

## Agencia de viajes o de turismo

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

## Atractivo turístico

Es todo lugar, objeto, elemento o acontecimiento de interés turístico: monumentos, paisajes, gastronomía y actividades culturales, deportivas o recreativas.

## Casa de hospedaje o pensión familiar

Alojamiento en casa de una familia. Por lo general, se acondiciona en épocas de temporada alta.

## Culturas vivas

Son manifestaciones culturales y sociales de algunas poblaciones o comunidades, las mismas que preservan costumbres y tradiciones ancestrales.

## Destino turístico

Lugar visitado durante el viaje.

## Estacionalidad

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

## Gasto del turista

Egresos por los consumos efectuados por un turista durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Se deben excluir de este cálculo los siguientes desembolsos:

- Compras para efectos comerciales; es decir, para venta o uso como factor de producción.
- Inversiones de capital como terrenos, casas, fincas y bienes importantes tales como automóviles, remolques y barcos, entre otros; aunque en el futuro puedan ser utilizadas para viajes turísticos.
- Efectivo entregado a familiares o amigos durante un viaje de vacaciones, siempre que no represente el pago por bienes turísticos; así como donaciones a instituciones.

## Gastronomía

Es el arte de preparar una buena comida. Se la considera uno de los atractivos turísticos de un lugar.

## Grupo de viaje

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

### Larga distancia (Long haul)

Son los vuelos de 6 horas de duración o más. En el caso del Perú, son considerados turistas de larga distancia todos aquellos que provienen de Estados Unidos, Canadá, Europa, Asia, África y Oceanía.

### Mercado emisor

Área geográfica 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. Normalmente se consideran los siguientes motivos:

- **Vacaciones, recreación u ocio**

Se realizan por motivos de descanso o diversión, y son costeadas con fondos familiares. Quien decide hacer el viaje es el propio visitante, quizás con los demás miembros del hogar. En algunos casos, se visita a parientes y amigos, aunque este no es el motivo principal del viaje.

- **Visitas a familiares y amigos**

Visitas sociales que en ciertos casos tienen como finalidad participar de algún

compromiso o reunión social, tales como matrimonios, bautizos o funerales.

- **Negocios**

Es el viaje realizado por exigencias relacionadas con la ocupación del viajero o la actividad económica de la empresa para la que trabaja. La decisión de realizarlo y el financiamiento corren por cuenta de alguien diferente al viajero mismo.

- **Salud**

Se refiere principalmente a la visita a clínicas, hospitales, consultorios médicos, centros de mantenimiento físico, baños de mar terapéuticos y cualquier otro tratamiento o cura relacionados al bienestar físico y mental del paciente.

### País de residencia

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

### Paquete turístico

Conjunto de servicios entre los que se incluye el alojamiento, el transporte, la alimentación y las visitas turísticas. Los servicios detallados en un paquete turístico se venden a un precio global y por lo general 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.

## **Servicio turístico**

Todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a sus proveedores: agencias de viaje, operadores y turísticos, entre otros. Si bien no dan como resultado la propiedad de algún bien, su prestación es facilitada por un adecuado equipamiento. Entre los principales servicios turísticos se incluye el alojamiento, la alimentación, la organización de viajes y las excursiones guiadas.

## **Turismo**

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

- **Turismo emisor**

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

- **Turismo receptivo**

Son las visitas que recibe un país desde otros países.

## **Turismo cultural**

Satisface el deseo de conocer la historia del lugar y admirar atractivos culturales, sitios arqueológicos, monumentos arquitectónicos, inmuebles históricos y museos.

## **Turismo de aventura**

Permite estar en contacto con la naturaleza, pero realizando grandes esfuerzos y actividades de alto riesgo que, por lo general, implican desafiar la geografía del lugar.

## **Turismo de naturaleza**

Permite estar en contacto con las áreas naturales, para admirar la flora y fauna del lugar, así como su biodiversidad y medio ambiente.

## **Turismo de sol y playa**

Referido a la elección de destinos costeros con el propósito de buscar buen clima, descansar, relajarse y divertirse.

## **Turismo urbano**

Se desarrolla en el entorno urbano, con la finalidad de conocer sus principales atractivos turísticos (plazas, parques, calles y avenidas importantes) y comerciales (centros comerciales, grandes tiendas y ferias). Este tipo de turismo es practicado también por los viajeros de negocios, por los que participan en convenciones y congresos y por quienes van a visitar a familiares y amigos.

### **Turista**

Persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y que permanece en él por un periodo mínimo de una noche y no mayor de doce meses consecutivos. Su principal motivo de viaje no es realizar una actividad remunerada o residir en el lugar de destino.

- **Vacacionista**

Turista que viaja por motivos de recreación u ocio, siendo el propio turista quien decide hacer el viaje turístico. En ocasiones, se visita a parientes y amigos, aunque este no es el motivo principal de la visita.

- **Mejor prospecto de vacacionista**

Vacacionista que gasta US\$ 1,000 o más durante su estadía.

- **Turista de negocios**

Turista que viaja por exigencias relacionadas con su ocupación o la actividad económica de la organización (privada o pública) para la que trabaja. Además, la realización del viaje y su costeo son decisiones tomadas frecuentemente por alguien diferente al viajero mismo.

### **Visitante**

Toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses consecutivos y por motivos que no sean realizar una actividad remunerada o residir allí. Los visitantes se clasifican como turistas o excursionistas (aquellos que no pernoctan en el lugar visitado).

# Ficha metodológica del estudio

## Objetivos

- 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.
- Tumbes: Centro Binacional de Atención en Frontera (CEBAF).

## Tamaño de la muestra

6 369 casos: Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (4 816 casos), Tacna (551 casos), Puno (533 casos) y Tumbes (469 casos).

## Mediciones

Febrero, mayo, agosto y noviembre del 2014.

## Empresa contratada

IPSOS Opinión y Mercado S.A.



Para acceder a la colección, ingrese aquí:



La colección **EL TURISMO EN CIFRAS** es una serie de publicaciones, que reúne una amplia gama de información estadística, estudios y análisis de segmentos específicos, con el fin de transformarla en conocimiento al servicio de empresas, organismos e instituciones vinculados a este sector, así como autoridades, estudiantes y público en general interesados en el tema.

En esta entrega, presentamos el Perfil del Turista Extranjero 2014, un estudio de las características, usos, intereses y motivaciones de los residentes extranjeros que visitan nuestro país.

[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)