

PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO

Turismo en Cifras

2016

Perfil del Turista Extranjero 2016

Una publicación de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ.
 Calle Uno Oeste N° 50, Urb. Córpac,
 San Isidro, Lima 27- Perú
 Teléfono: (51-1) 616-7300

www.promperu.gob.pe
 © PROMPERÚ. Todos los derechos reservados.

Lima, octubre de 2017
 Distribución gratuita. Prohibida su venta.

Investigación:
 Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística -
 Dirección de Promoción del Turismo, PROMPERÚ.

Empresa investigadora
 IPSOS Opinión y Mercado

Edición y diseño:
 Preciso Agencia de Contenidos

Edición de textos:
 Estéfano Ognio

Diseño:
 Melina Tirado

Diagramación:
 Julissa Muñante

Corrección de estilo:
 José de la Cruz

Fotografía:
 PROMPERÚ

CONTENIDO

Presentación	5
Introducción	7
Resumen ejecutivo	8
1. El turismo receptivo	10
2. El turista extranjero en el Perú	16
3. El turista de vacaciones	28
El mejor prospecto de vacacionista	40
El vacacionista motivado por conocer Lima	47
El vacacionista motivado por probar la gastronomía	54
El vacacionista que se hospeda en hoteles de 4 y 5 estrellas	61
4. El turista de negocios	68
5. El turista de frontera	76
El turista ecuatoriano de frontera	78
El turista chileno de frontera	83
Anexos	
Glosario	89
Ficha metodológica del estudio	91

PRESENTACIÓN

Durante los últimos cinco años, la llegada de turistas extranjeros al Perú ha crecido a una tasa de 8% anual. En tanto, las divisas generadas por dichos turistas se han incrementado a un ritmo de 9% anual en el quinquenio. Gracias a estos positivos y sostenidos resultados, el turismo se ha consolidado como el segundo sector económico no tradicional más importante del país, superado únicamente por la agroexportación.

En cuanto a su contribución a la economía, el turismo receptivo representó en el 2016 alrededor del 4% del PBI peruano. Esto, además, lo consolida como uno de los principales sectores, generadores de empleo descentralizado en el país. En ese sentido, el turismo tiene una importancia fundamental en el desarrollo de diversas regiones del interior. Genera puestos de trabajo directos e indirectos, ingresos por tributos y atrae inversión directa que mejora la calidad de vida de las personas.

Es tal la trascendencia del turismo receptivo en el Perú, que es necesario conocer cuál es su dinámica para promoverlo de manera más eficiente. Por ese motivo, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur y PROMPERÚ desarrollan anualmente estudios de mercado que aportan información valiosa para comprender los hábitos y preferencias de los turistas extranjeros que llegan al Perú. El estudio del Perfil del Turista Extranjero, que se resume en este documento, conforma una fuente de información fundamental para el desarrollo del sector turístico y la continua mejora de la experiencia del turista. Lo invitamos a conocerlo.

INTRODUCCIÓN

El Perfil del Turista Extranjero es un estudio de mercado que PROMPERÚ publica sin interrupción desde hace más de 15 años. Su objetivo es conocer las características y el comportamiento del turista extranjero que visita nuestro país. Para elaborarlo, se realizan encuestas a extranjeros mayores de 15 años de edad que llegan al Perú por un motivo diferente a la residencia o el trabajo remunerado y permanecen al menos una noche.

En esta edición, además del estudio general de sus características y comportamiento, se ha profundizado en el desarrollo de perfiles específicos, de tal manera que se pueda contar con información que permita atender mejor a los diferentes segmentos de turistas. Es así que, por primera vez, se incluye un análisis sobre los turistas ecuatorianos y chilenos que salen del Perú por fronteras. Adicionalmente, se ha profundizado en el análisis del turista de vacaciones y se han generado datos acerca del perfil de los vacacionistas motivados por conocer Lima y por probar la gastronomía, así como de los que se hospedan en hoteles de cuatro y cinco estrellas.

La difusión de los resultados busca ofrecer información confiable y actualizada para la planificación de proyectos, la mejora continua de la calidad de los servicios y la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico. De esta manera, PROMPERÚ pone a disposición de todos los involucrados en el sector, información que les permitirá crear productos y servicios con valor agregado para satisfacer las demandas de los turistas extranjeros.



RESUMEN EJECUTIVO

Turista extranjero

Características

Género: 62% masculino
Edad promedio: 39 años
Residencia: 59% en Latinoamérica

Motivo de viaje

Vacaciones: 65%
Negocios: 14%
Visitar a familiares o amigos: 14%

Estadía promedio

10 noches

Gasto promedio*

US\$ 964 por persona

Turista de negocios

Características

Género: 86% masculino
Edad promedio: 44 años
Residencia: 61% en Latinoamérica

Regiones visitadas

Lima: 95%
Cusco: 6%
Tacna: 5%
Arequipa: 5%

Estadía promedio

7 noches

Gasto promedio*

US\$ 1285 por persona

Turista ecuatoriano de frontera

Características

Género: 69% masculino
Edad promedio: 36 años

Motivo de viaje

Vacaciones: 76%
Visitar a familiares o amigos: 17%
Negocios: 3%

Estadía promedio

6 noches

Gasto promedio*

US\$ 335 por persona

Turista chileno de frontera

Características

Género: 58% masculino
Edad promedio: 38 años

Motivo de viaje

Vacaciones: 76%
Tratamiento médico: 13%
Visitar a familiares o amigos: 9%

Estadía promedio

5 noches

Gasto promedio*

US\$ 230 por persona



Turista de vacaciones

Características

Género: 58% masculino
Edad promedio: 37 años
Residencia: 59% en Latinoamérica

Regiones visitadas

Lima: 66%
Cusco: 54%
Tacna: 36%

Estadía promedio

9 noches

Gasto promedio*

US\$ 978 por persona

Mejor prospecto de vacacionista

Características

Género: 53% masculino
Edad promedio: 41 años
Residencia: 37% en la región Anglosajona

Regiones visitadas

Lima: 98%
Cusco: 89%
Puno: 38%

Estadía promedio

13 noches

Gasto promedio*

US\$ 2074 por persona

Vacacionista motivado por conocer Lima**

Características

Género: 52% masculino
Edad promedio: 45 años
Residencia: 40% en Latinoamérica

Estadía promedio

11 noches

Gasto promedio*

US\$ 1692 por persona

Vacacionista motivado por probar la gastronomía**

Características

Género: 69% masculino
Edad promedio: 39 años
Residencia: 48% en Latinoamérica

Estadía promedio

12 noches

Gasto promedio*

US\$ 1181

Vacacionista que se hospeda en hoteles de 4 y 5 estrellas

Características

Género: 52% masculino
Edad promedio: 47 años
Residencia: 39% en la región anglosajona

Estadía promedio

9 noches

Gasto promedio*

US\$ 2041 por persona

*El gasto no incluye el transporte internacional para llegar al Perú.

**Vacacionistas extranjeros entrevistados en Lima (AIJCH) y Puno (Kasani).

1.

EL TURISMO RECEPTIVO

En el 2016, el turismo receptivo en el Perú creció 3 puntos porcentuales por encima del promedio mundial.



EL TURISMO RECEPTIVO

TURISMO RECEPTIVO EN EL MUNDO

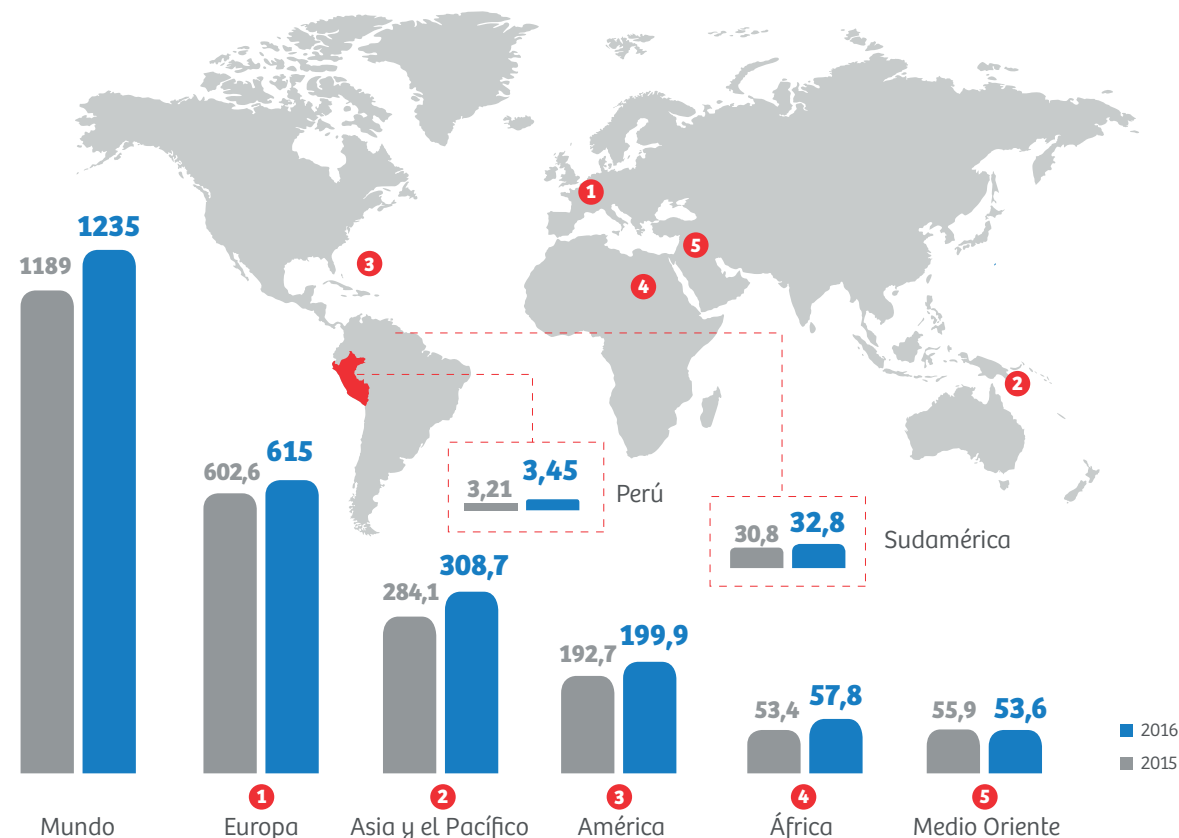
¿Qué es?

El turismo receptivo es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus visitas a países distintos a su lugar de residencia. Para ser considerado como turismo, la estadía en el destino debe ser como mínimo de una noche, pero menor a un año y el motivo de viaje debe ser diferente al de trabajo remunerado en el país de destino.



Flujo de viajes internacionales en el mundo, en millones de visitas

- En el año 2016, el turismo receptivo en el mundo se incrementó en 4%, mientras que en Sudamérica creció en 7%.
- Asimismo, el turismo receptivo en el Perú creció en 7%.
- Para el 2017, se prevé que el turismo receptivo en el mundo se incremente en 6% respecto al 2016.



Fuente: Barómetro de la Organización Mundial de Turismo (OMT) – Edición junio 2017 / MINCETUR
Elaboración: PROMPERÚ

TURISMO RECEPTIVO EN EL PERÚ

Análisis de la competencia

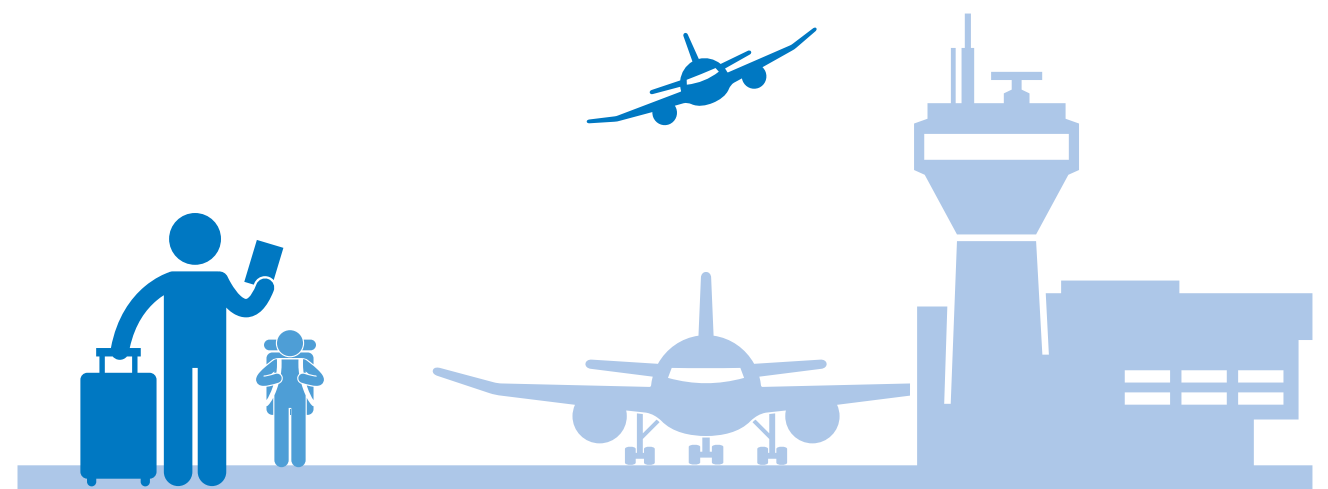
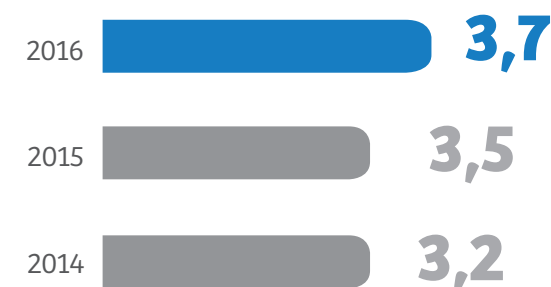
- 13 países han sido determinados como competidores del Perú en turismo receptivo, en base al análisis de su oferta y demanda.
- El Perú, comparado con estos países competidores, se ubica en el puesto 8 en recepción de turistas extranjeros.
- Los principales competidores del Perú en América Latina son México, Brasil, Argentina y Chile.

Tabla de Llegadas internacionales a los países competidores, en millones

	2015	2016*
China	78,1	86,3
México	21,1	21,8
India	14,9	15,9
Argentina	9,6	10,6
Brasil	9,9	8,2
Chile	3,9	4,0
Egipto	3,6	3,8
Perú**	3,5	3,7
Colombia	3,0	3,1
Jordania	2,5	2,5
Guatemala	1,2	1,2
Ecuador	1,1	1,2
Cambodia	0,9	1,1
Costa Rica	0,8	0,9

*Las cifras del 2016 son preliminares, excepto las del Perú.
** Incluye las Llegadas de turistas extranjeros y de peruanos residentes en el exterior.
Fuente: Tourism Decision Metrics (Oxford Economics) / MINCETUR
Elaboración: PROMPERÚ

Evolución del tamaño de mercado del turismo receptivo en el Perú, en millones de llegadas**



El turista extranjero en el Perú



El turista de vacaciones

El motivo fundamental de su visita a nuestro país es la recreación o el ocio. La decisión del viaje recae sobre el turista.



El mejor prospecto de vacacionista

Es el vacacionista que gasta US\$ 1000 o más durante su visita al Perú.



El vacacionista motivado por conocer Lima

Es el vacacionista que tiene entre sus motivaciones para visitar el Perú, el conocer la ciudad de Lima.



El vacacionista motivado por probar la gastronomía

Es el vacacionista que tiene entre sus motivaciones para visitar el Perú, el probar la gastronomía.



El vacacionista que se hospeda en hoteles de 4 y 5 estrellas

Es el vacacionista que se hospeda al menos en un hotel de 4 y 5 estrellas durante su visita a nuestro país.



El turista de negocios

El motivo fundamental de su visita está relacionado con su ocupación o con las operaciones de la organización de la que forma parte.



El turista ecuatoriano de frontera

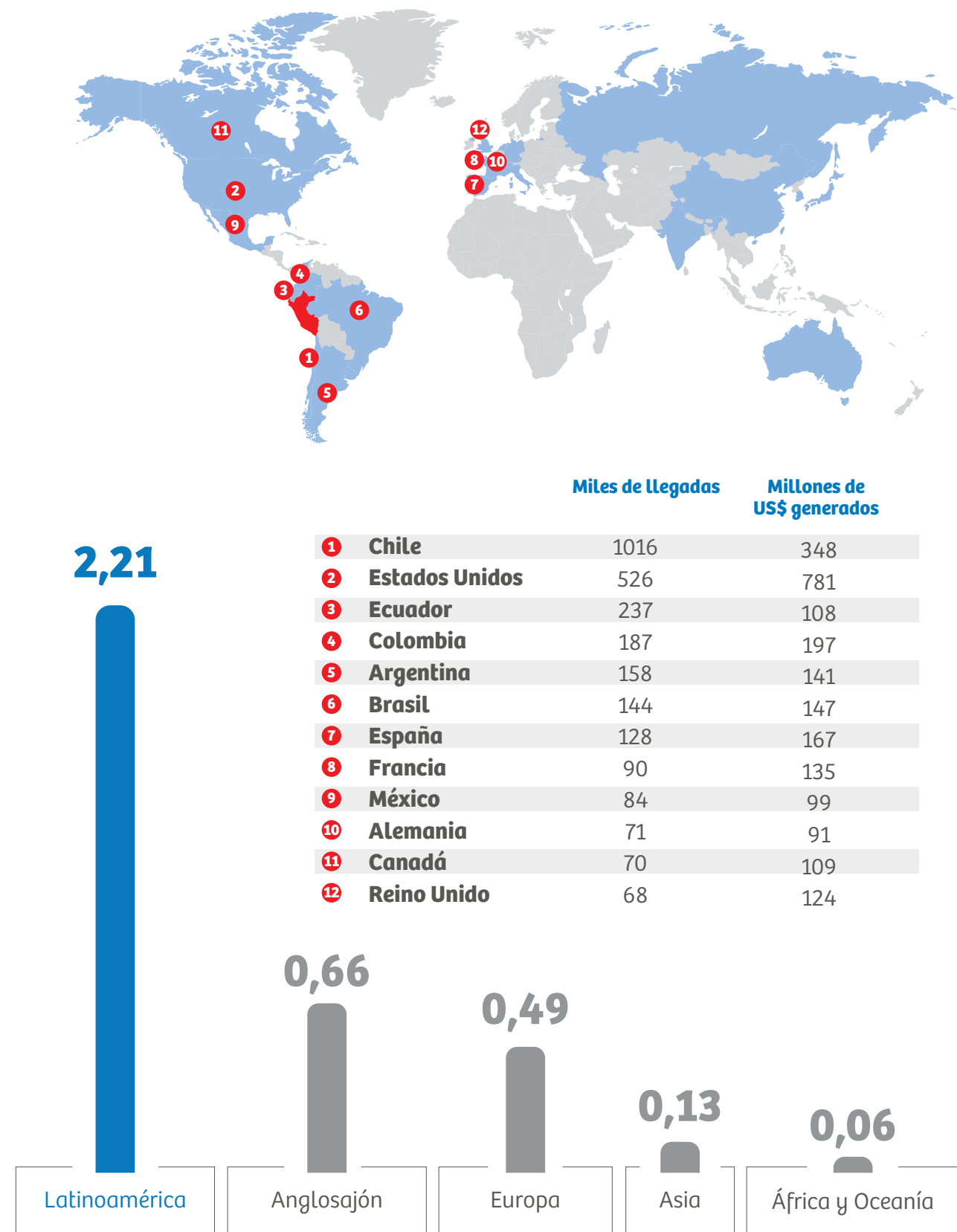
Es el turista ecuatoriano que sale por el Centro Binacional de Atención en Frontera (CEBAF).



El turista chileno de frontera

Es el turista chileno que sale por el puesto de control de Santa Rosa en Tacna.

Principales mercados*



*Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido. Fuente: MINCETUR. Elaboración: PROMPERÚ

2.

EL TURISTA EXTRANJERO

La llegada de turistas extranjeros a nuestro país registró un crecimiento promedio anual de 8% en los últimos cinco años.



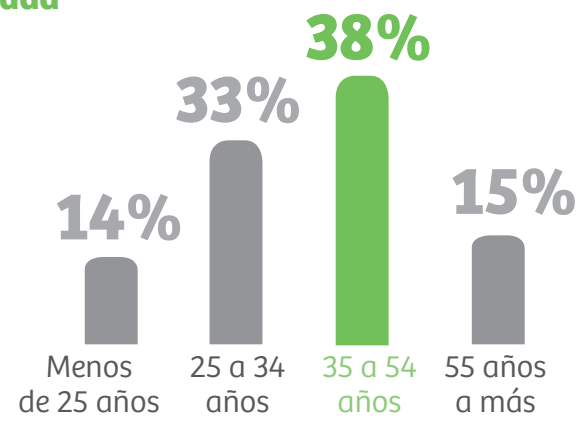
EL TURISTA EXTRANJERO



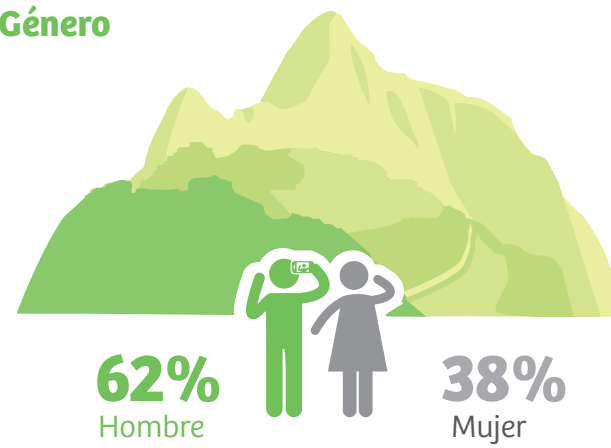
¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

El turista extranjero tiene, en promedio, 39 años y reside en Latinoamérica. Es de género masculino, tiene pareja y cuenta con instrucción universitaria.

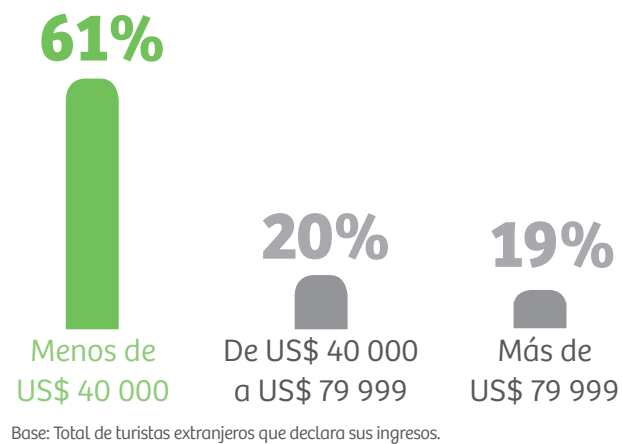
Edad



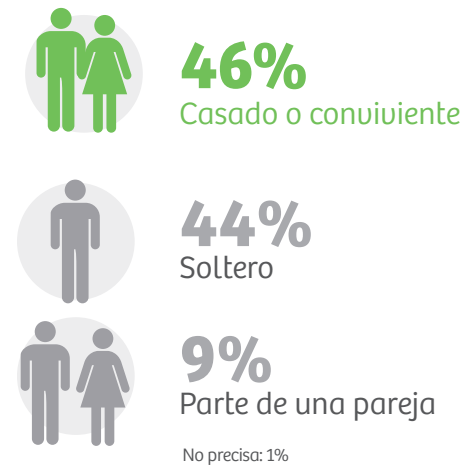
Género



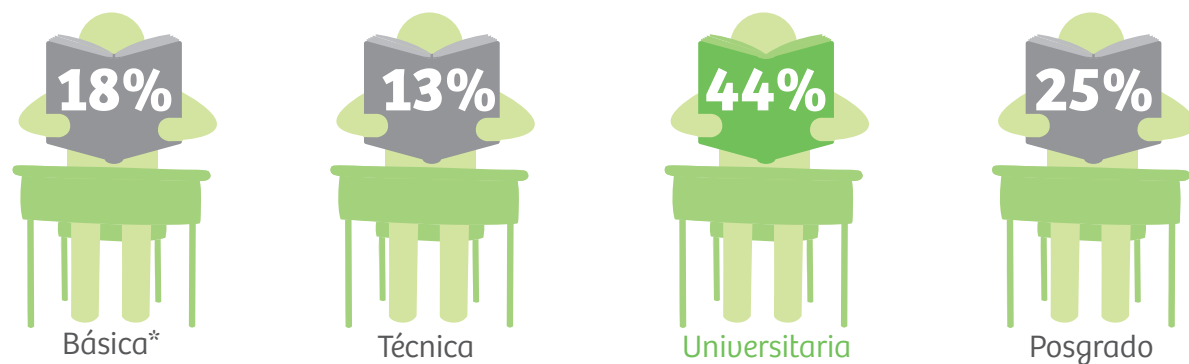
Ingreso familiar



Estado civil



Grado de instrucción



Ocupación



19%
Profesional ejecutivo



17%
Estudiante



11%
Profesional técnico



8%
Empleados en servicio, comercio o vendedor



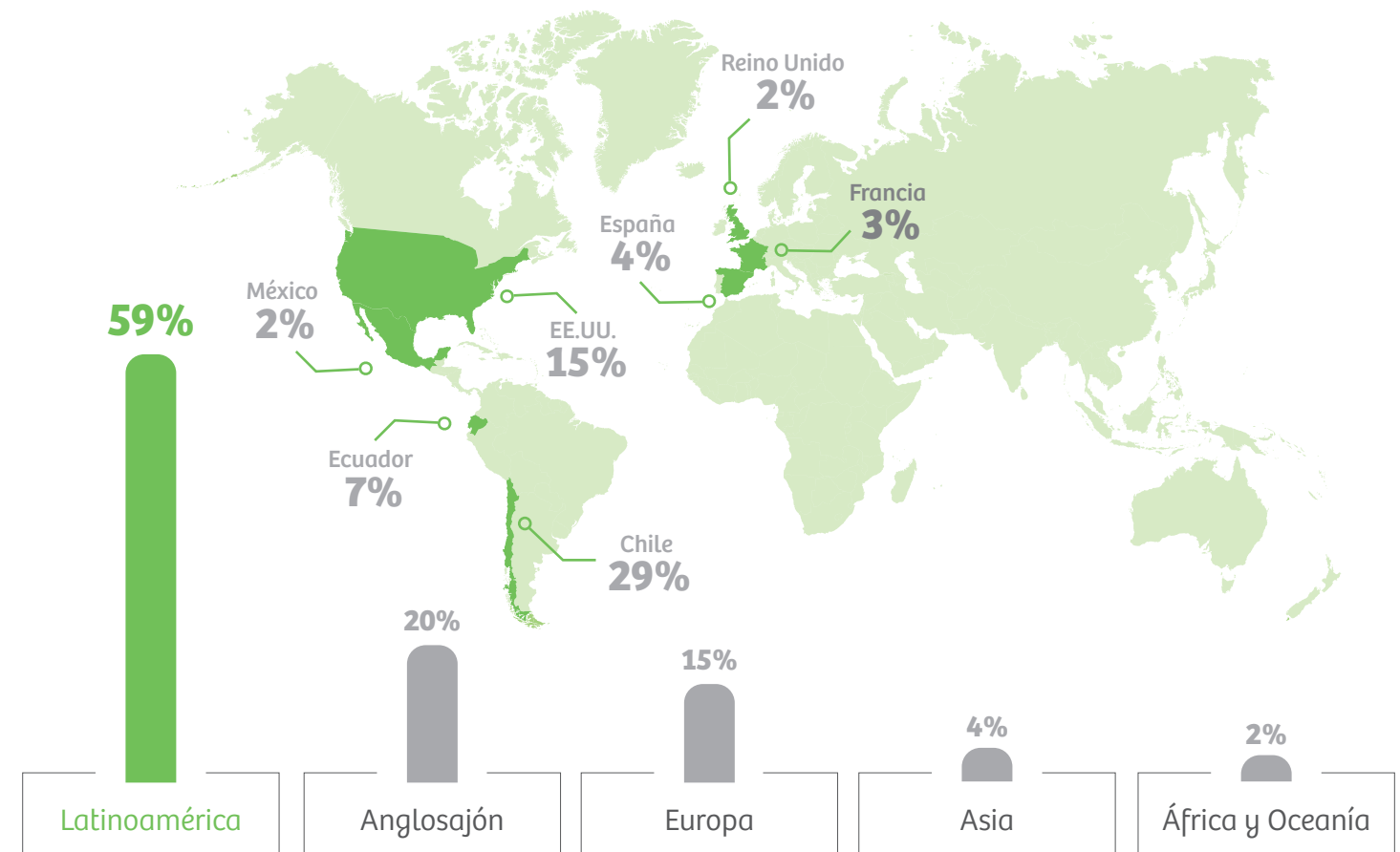
7%
Ingeniero



6%
Retirado o Jubilado

Otros: 32%

Región de residencia*



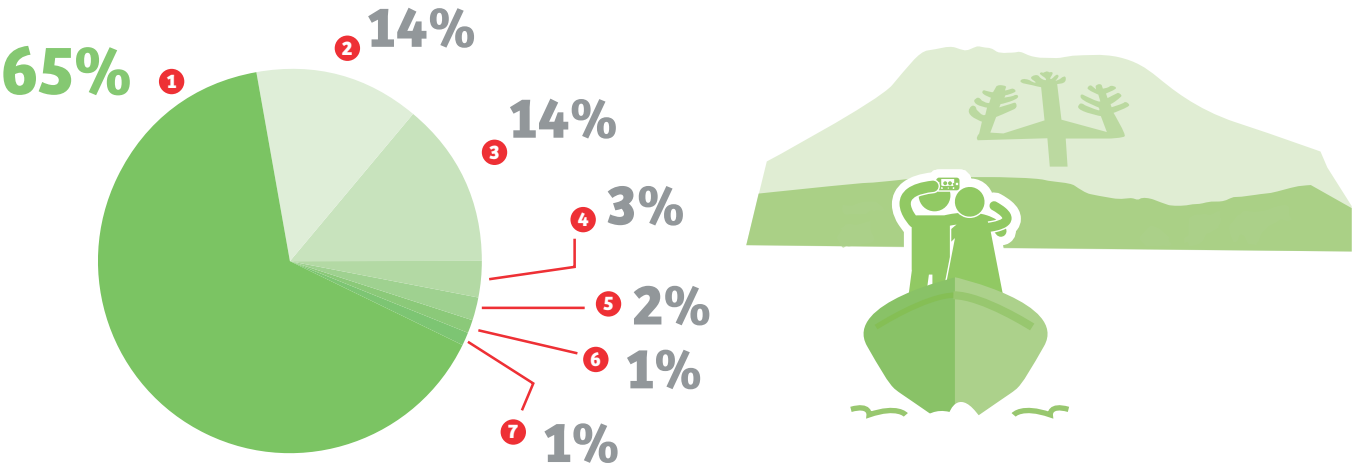
○ Base: total de turistas extranjeros.

*Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.

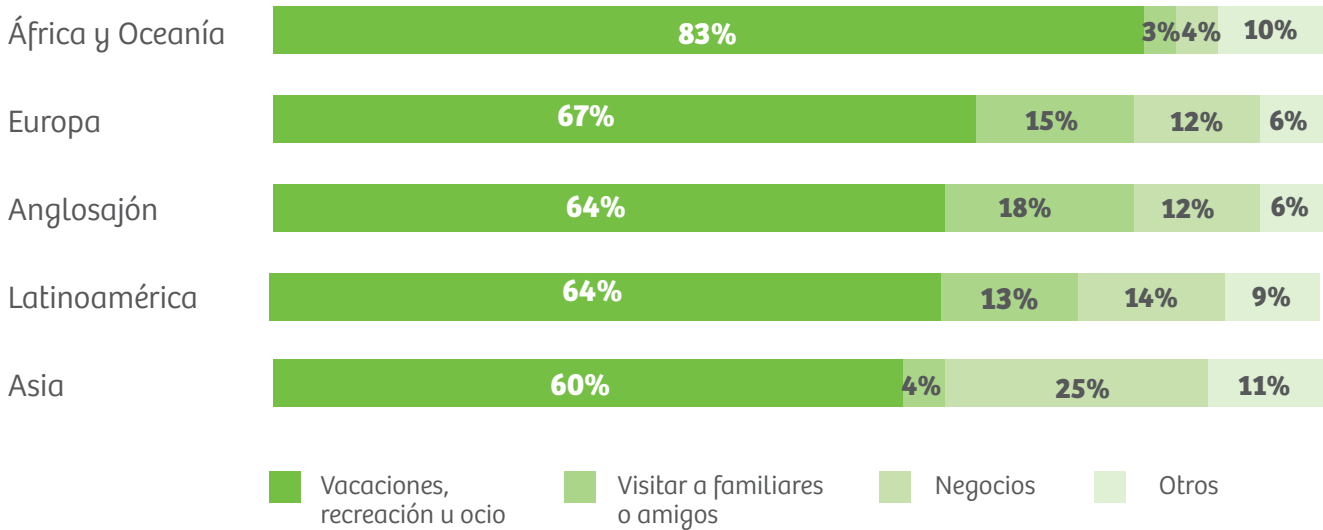
¿POR QUÉ VIAJA AL PERÚ?

Principal motivo de viaje

	Millones de turistas*
1 Vacaciones, recreación u ocio	2,30
2 Negocios	0,49
3 Visitar a familiares o amigos	0,48
4 Salud (tratamiento médico)	0,12
5 Asistir a seminarios, conferencias, convenciones o congresos	0,07
6 Misiones / trabajo religioso / voluntariado	0,05
7 Educación (realizar estudios, investigaciones por grado, etc.)	0,04
Total	3,55



Motivo de viaje, según región de residencia

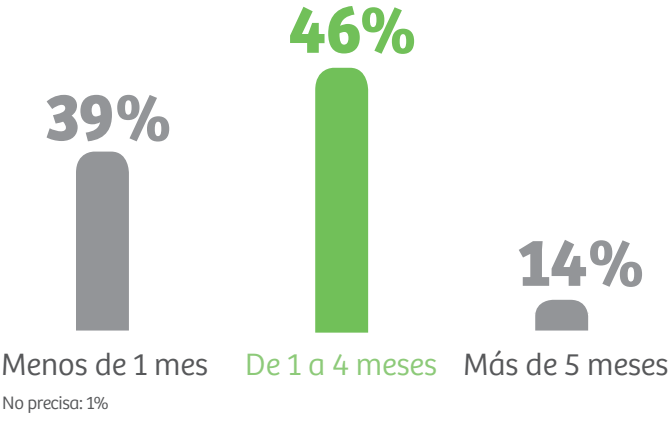


*No incluye peruanos residentes en el exterior.

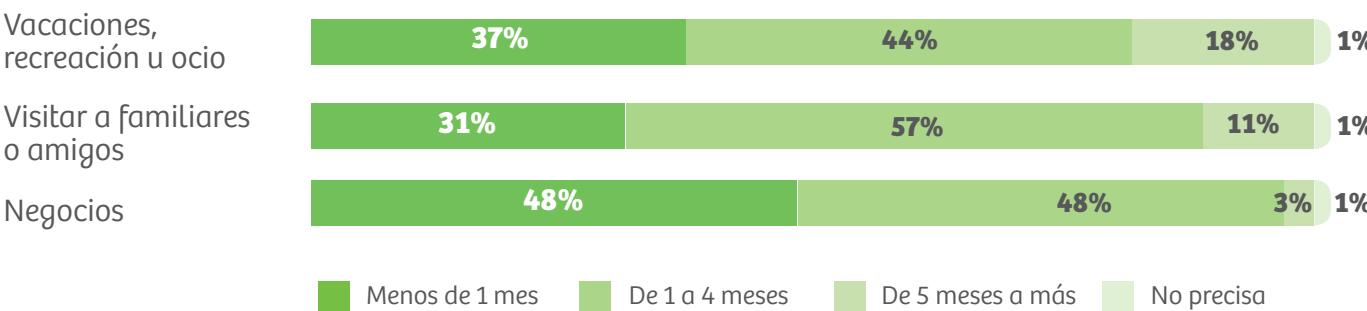
¿CÓMO PLANIFICA SU VISITA AL PERÚ?

¿Con cuánta anticipación compra su pasaje o paquete turístico?

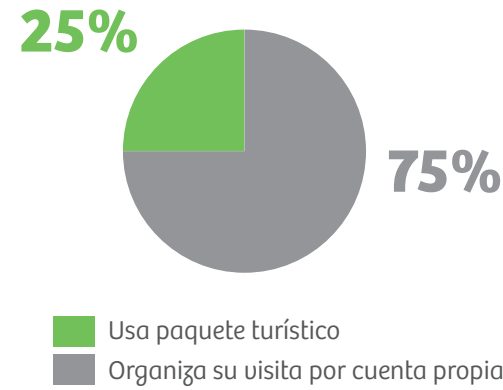
- El 58% de los turistas latinoamericanos compra su pasaje o paquete turístico con menos de un mes de anticipación.
- El 49% de los turistas australianos compra su pasaje o paquete turístico con cinco o más meses de anticipación.
- El 63% de los turistas anglosajones, el 57% de los europeos y el 61% de los asiáticos compra su pasaje o paquete turístico con una anticipación de uno a cuatro meses.



Anticipación de la compra del pasaje o paquete turístico, según motivo de viaje

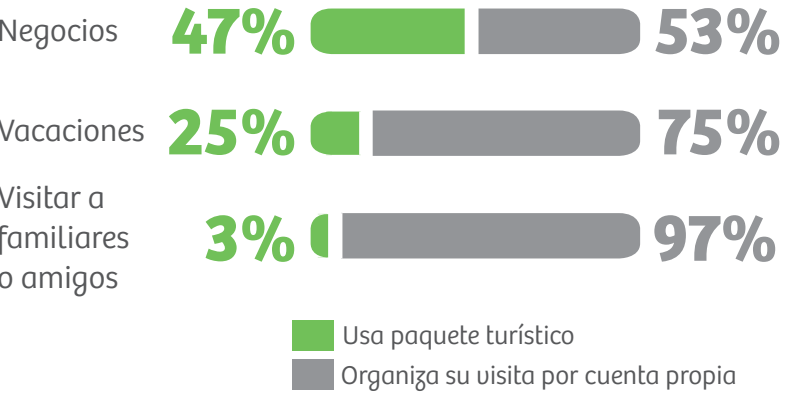


Uso de paquetes turísticos

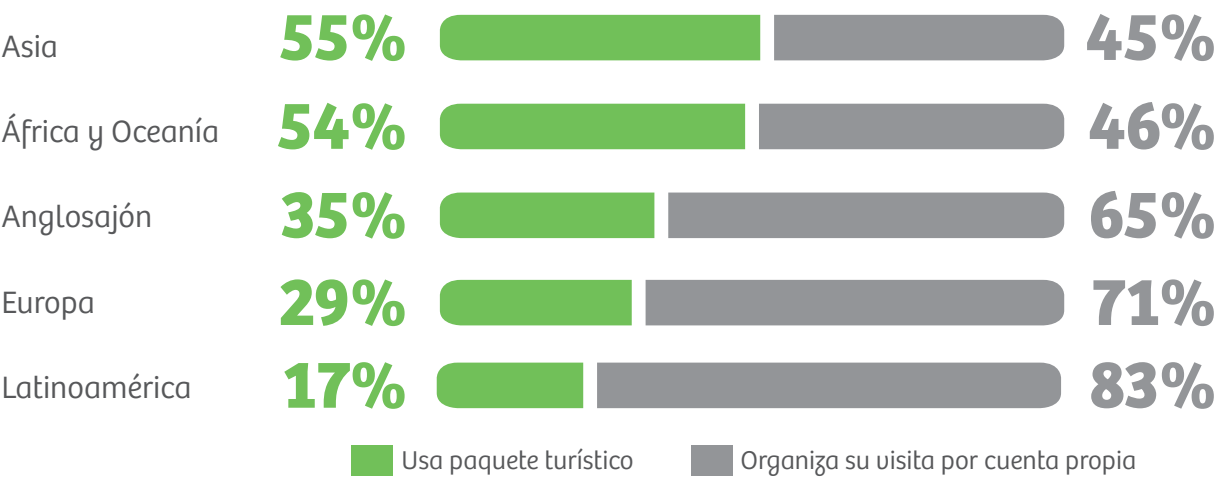


- Los principales servicios incluidos en un paquete turístico son el alojamiento (97%), transporte internacional (94%), traslados dentro del Perú (86%) y visitas a restaurantes (83%).

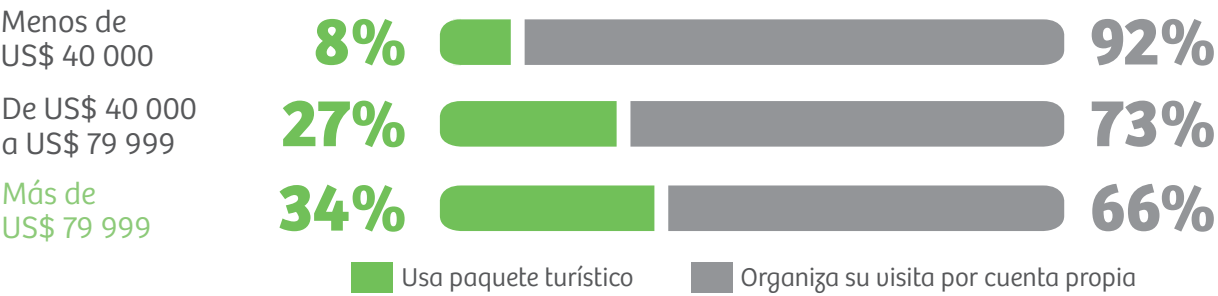
Uso de paquetes turísticos, según motivo de viaje



Uso de paquetes turísticos, según región de residencia



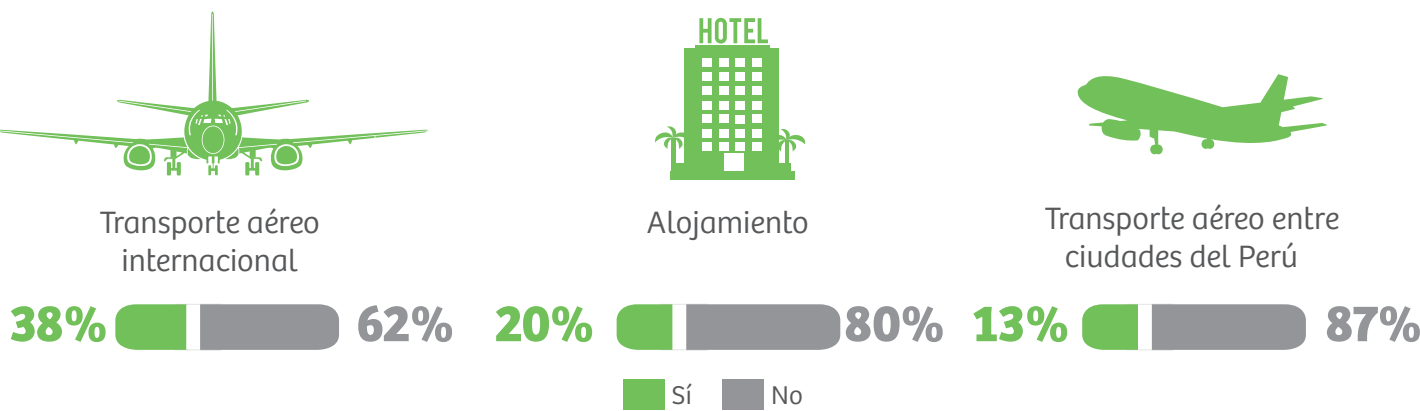
Uso de paquetes turísticos, según ingreso familiar



Uso de Internet para adquirir paquete turístico

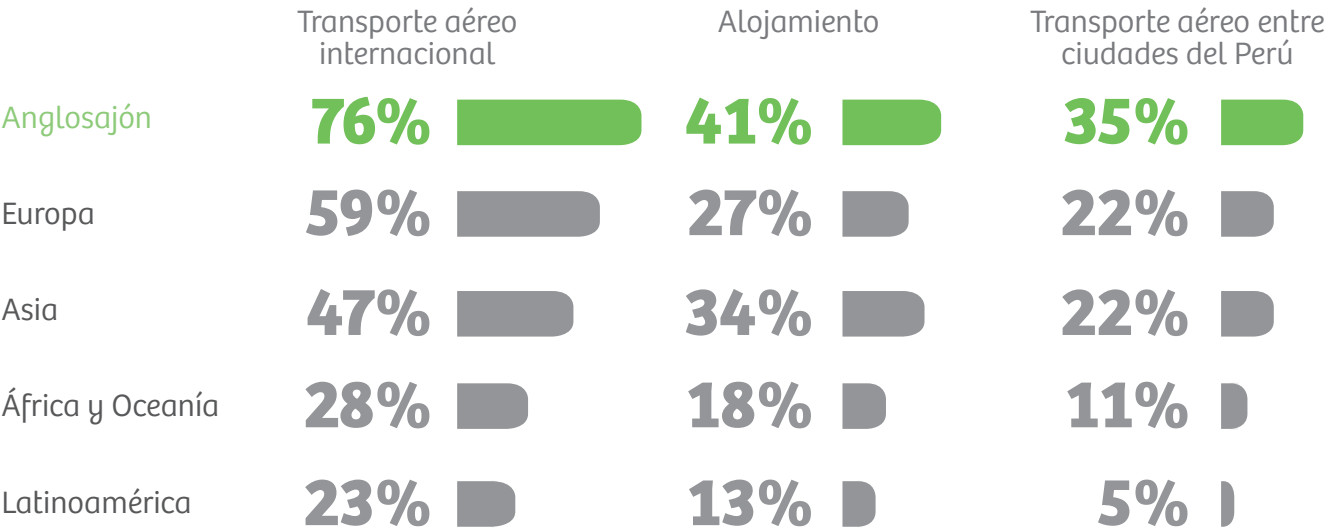


Uso de Internet para adquirir servicios turísticos por cuenta propia



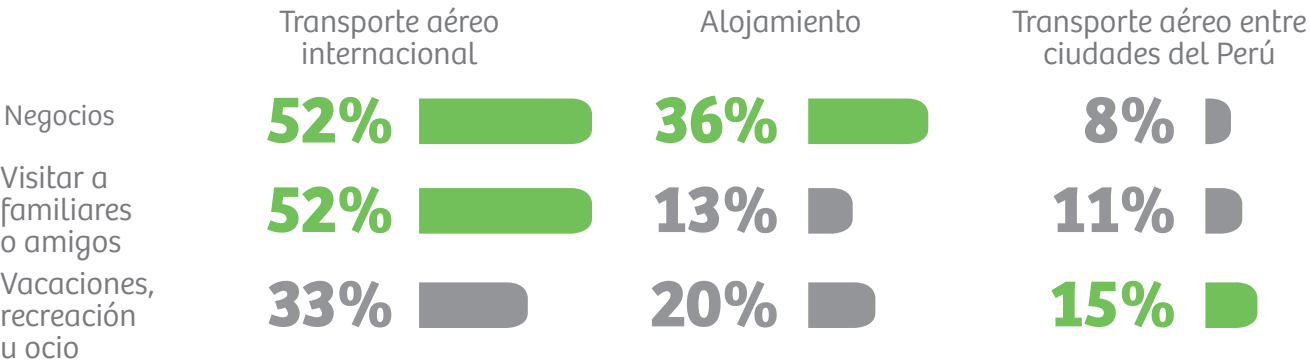
Base: Total de turistas extranjeros que organiza su visita por cuenta propia.

Uso de Internet para adquirir servicios turísticos por cuenta propia, según región de residencia*



*Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.
Base: Total de turistas extranjeros que organiza su visita por cuenta propia.
Total múltiple

Uso de Internet para adquirir servicios turísticos por cuenta propia, según motivo de viaje



Base: Total de turistas extranjeros que organiza su visita por cuenta propia.
Total múltiple

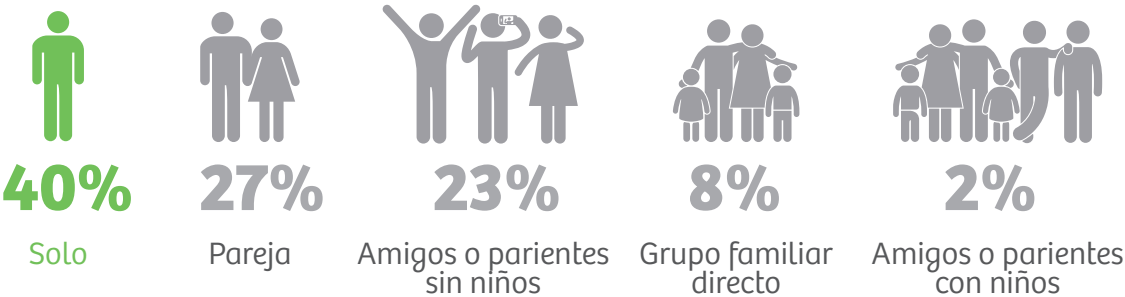
Principales páginas web utilizadas para adquirir alojamiento por cuenta propia

- Booking.com es la página de Internet más usada en África y Oceanía (63%), Europa (55%), Asia (50%), Latinoamérica (42%) y por el turista anglosajón (21%).
- Hostelworld es utilizada por los turistas de África y Oceanía (22%), anglosajones (15%) y europeos (11%), aunque en menor proporción que Booking.com.
- Despegar.com es la segunda página más usada en la región de Latinoamérica (9%). En Asia, lo es Expedia (8%).

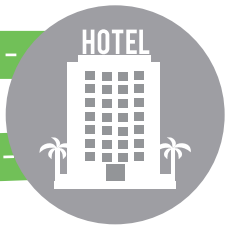
Base: Total de turistas extranjeros que organiza su visita por cuenta propia.
Total múltiple

¿CÓMO VIAJA?

Grupo de viaje



- El 72% de turistas que viaja por motivo de negocios lo hace solo.
- El 43% de turistas asiáticos viaja con amigos o parientes pero sin niños.



¿Dónde se alojan, según motivo de su viaje?

	Vacaciones, recreación u ocio	Negocios	Visitar a familiares o amigos
Hotel de 4 o 5 estrellas	17%	61%	10%
Hotel u hostel de 3 estrellas	35%	28%	17%
Hotel u hostel de 1 o 2 estrellas	46%	7%	17%
Hostel o albergue	13%	2%	4%
Camping	7%	-	-
Casa de familiares o amigos	6%	4%	75%

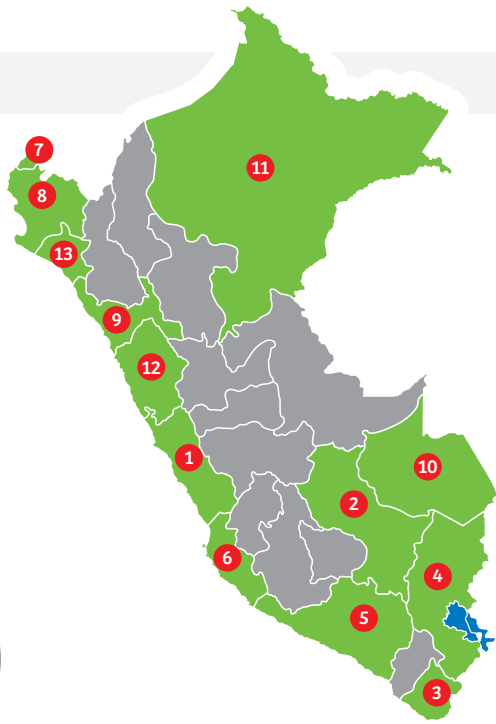
Total múltiple

Permanencia promedio, según región de residencia* (en noches)

- Los turistas extranjeros permanecen 10 noches, en promedio.



*Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.



¿Qué regiones visita?

1	Lima	71%
2	Cusco	39%
3	Tacna	30%
4	Puno	17%
5	Arequipa	16%
6	Ica	12%
7	Tumbes	11%
8	Piura	7%
9	La Libertad	4%
10	Madre de Dios	2%
11	Loreto	2%
12	Áncash	2%
13	Lambayeque	2%

Total múltiple

- El 60% de turistas extranjeros que visita Tacna reside en Chile.
- El 51% de quienes visitan Tumbes reside en Ecuador.

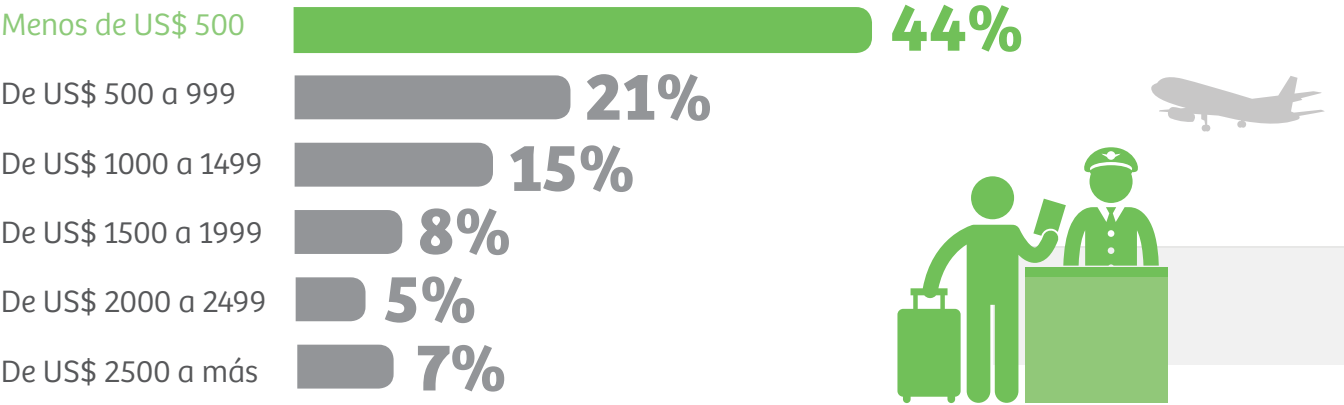


Permanencia promedio, según motivo de viaje (en noches)



¿CUÁNTO GASTA*?

Gasto por turista



Gasto promedio, en US\$

964

Por turista

Gasto promedio por turista, según edad, en US\$



Gasto diario promedio por turista, según edad, en US\$



Gasto promedio por turista, según motivo de viaje, en US\$

- El gasto promedio del turista que asiste a seminarios, conferencias, convenciones o congresos se incrementó en 70% en relación al 2015**.

	2015	2016
Asistir a seminarios, conferencias, convenciones o congresos**	803	1363
Negocios	870	1285
Vacaciones, recreación u ocio	1108	978
Visitar a familiares o amigos	718	624

*El gasto no incluye el ticket aéreo y/o terrestre de entrada y salida del Perú.
**En el 2016, se realizó la reunión anual de APEC.

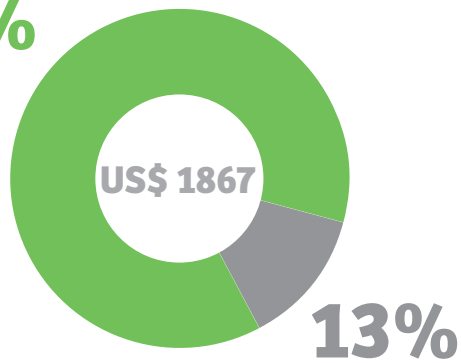
Gasto promedio por turista, según región de residencia, en US\$



Gasto del turista que usa paquete turístico



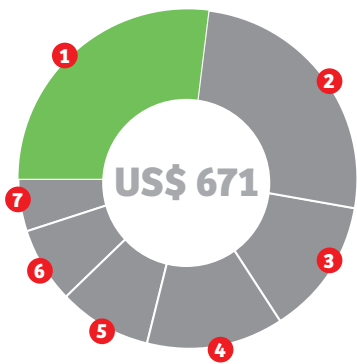
87%



Gasto en el paquete turístico
Gastos adicionales

Base: Total de turistas extranjeros que usa paquete turístico.

Gasto del turista que organiza su viaje por cuenta propia



- 1 Alojamiento 27%
- 2 Restaurantes y alimentación 26%
- 3 Atractivos y actividades turísticas 13%
- 4 Compras 13%
- 5 Transporte entre ciudades 9%
- 6 Traslados dentro de una ciudad 7%
- 7 Otros 5%

Base: Total de turistas extranjeros que organiza su visita por cuenta propia.

*El gasto no incluye el ticket aéreo y/o terrestre de entrada y salida del Perú.

3.

EL TURISTA DE VACACIONES

En el 2016, llegaron 2,30 millones de turistas extranjeros por vacaciones, recreación u ocio.

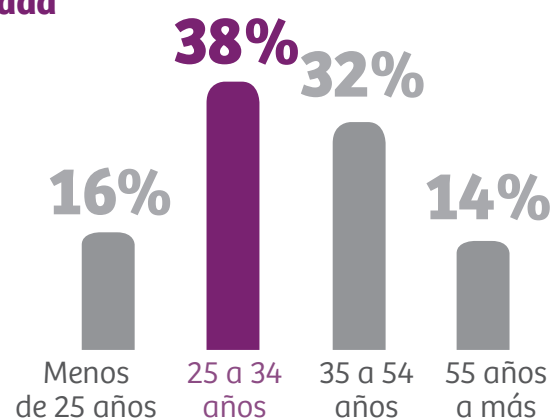


EL TURISTA DE VACACIONES

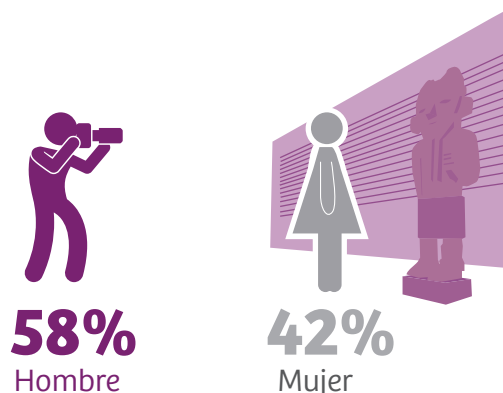
El vacacionista tiene, en promedio, 37 años y reside en Latinoamérica. Es de género masculino y cuenta con instrucción universitaria.

¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

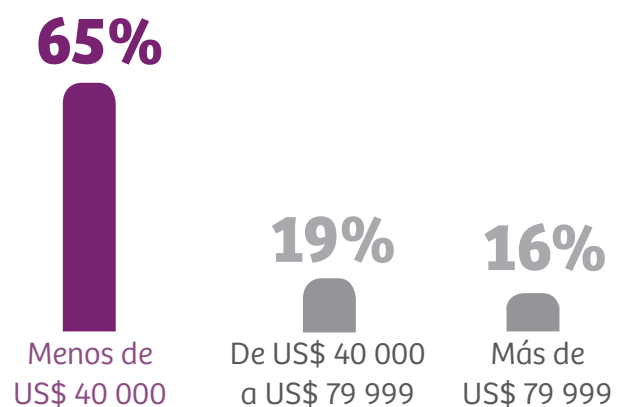
Edad



Género

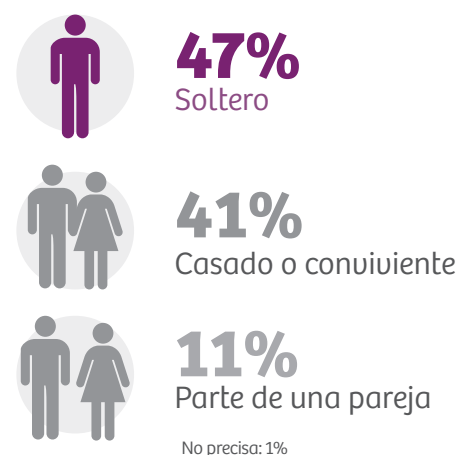


Ingreso familiar anual

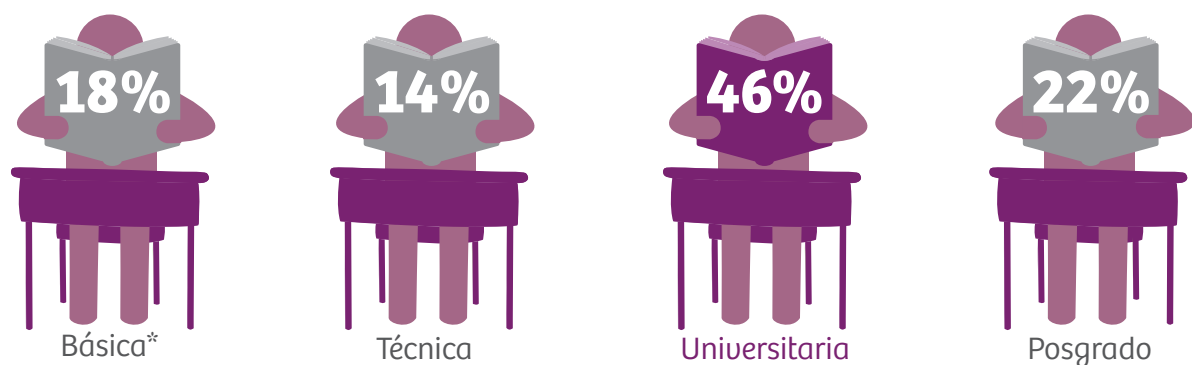


Base: Total de turistas extranjeros que declara sus ingresos.

Estado civil



Grado de instrucción



*La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

Ocupación



18%
Profesional ejecutivo

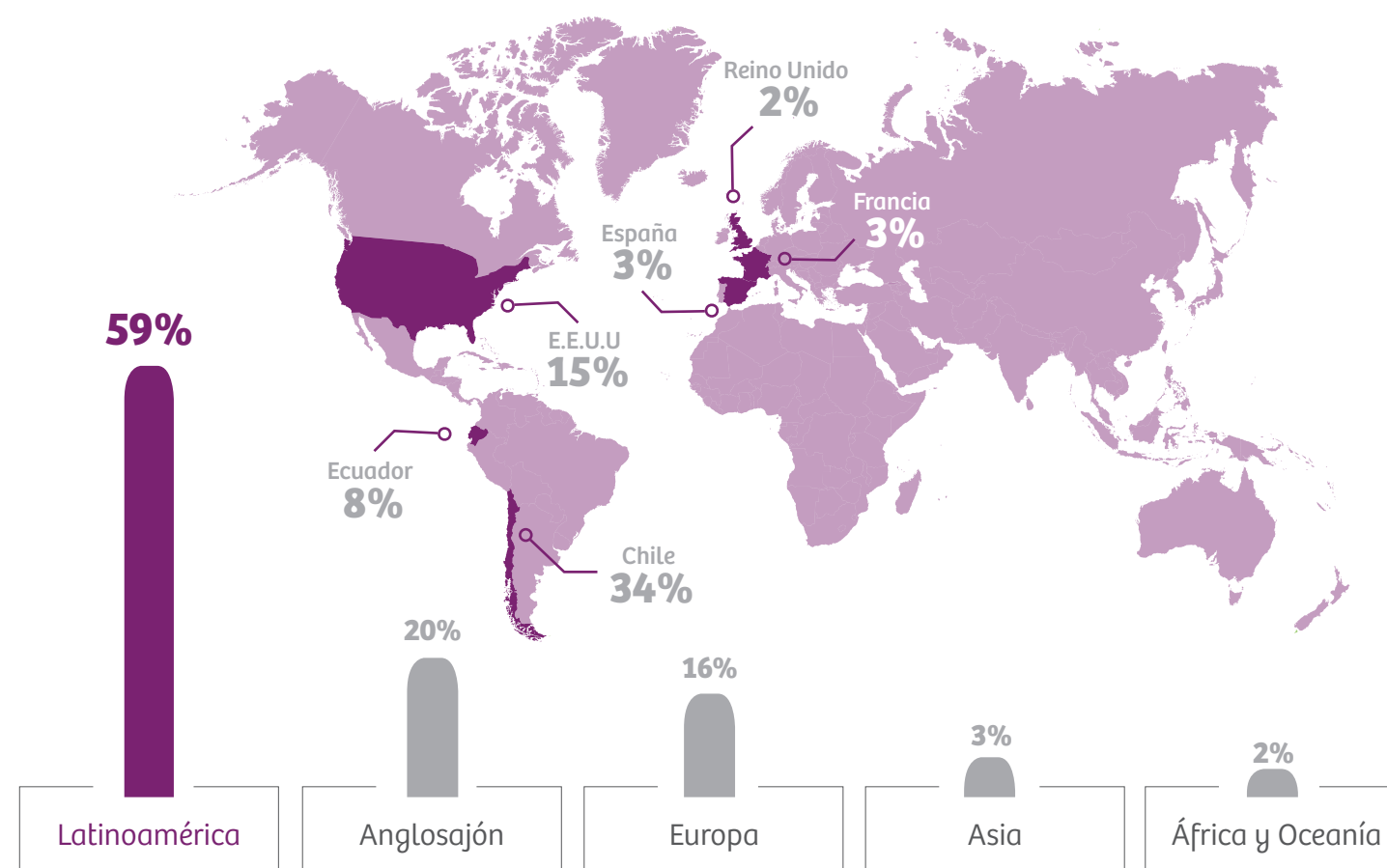


16%
Estudiante



10%
Empleados en servicio, comercio o vendedor

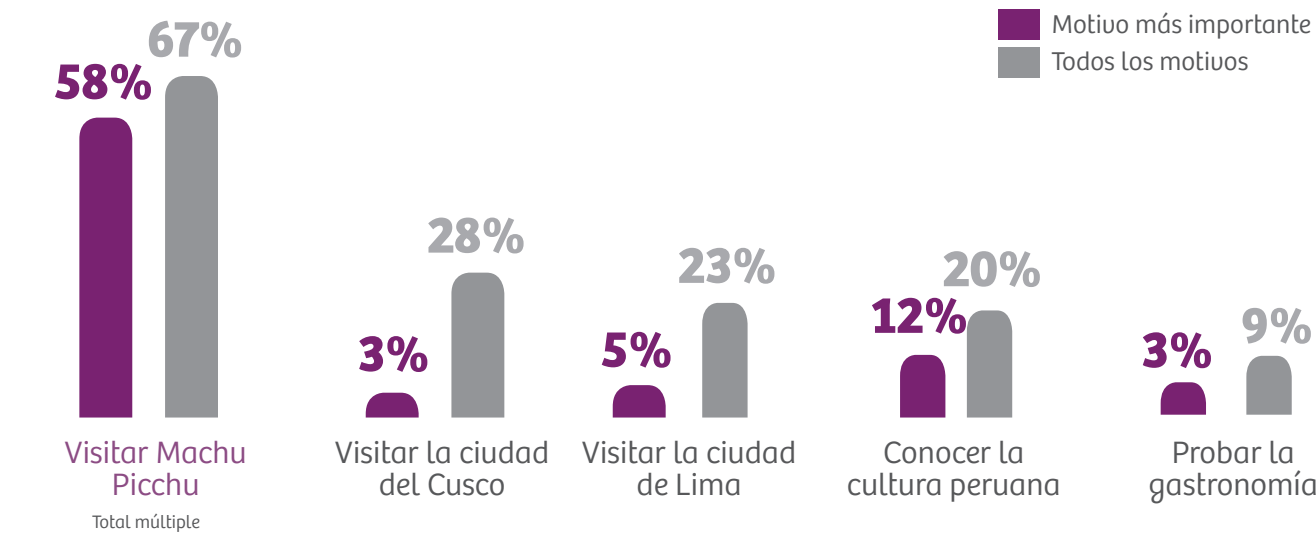
Región de residencia



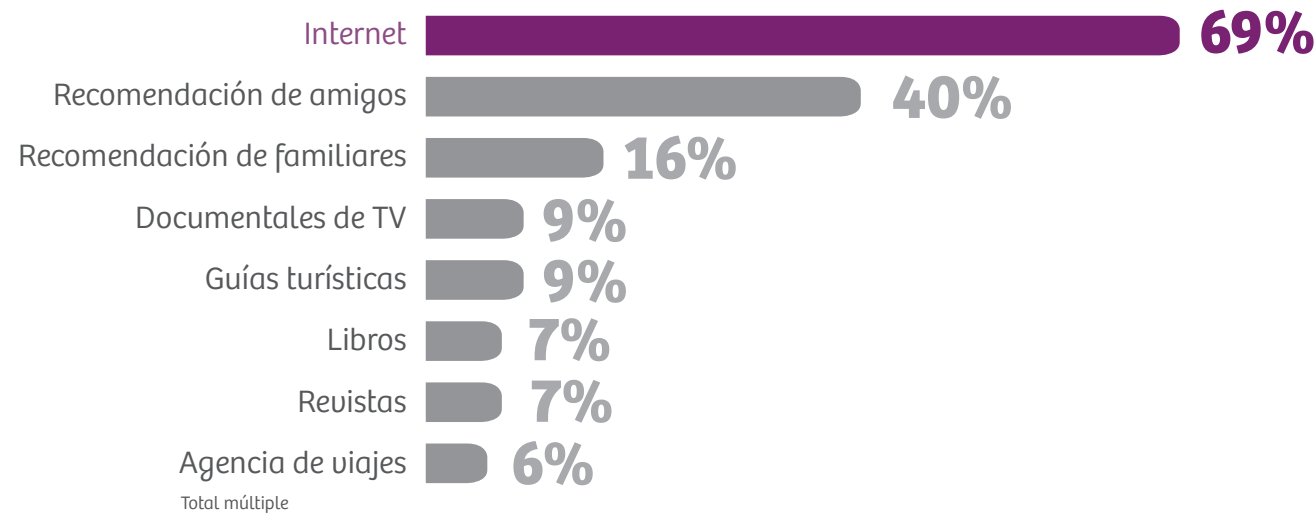
○ Base: Total de vacacionistas.

¿CÓMO PLANIFICA SU VIAJE AL PERÚ?

¿Qué los motiva a visitar el Perú?



Medios de comunicación influyentes

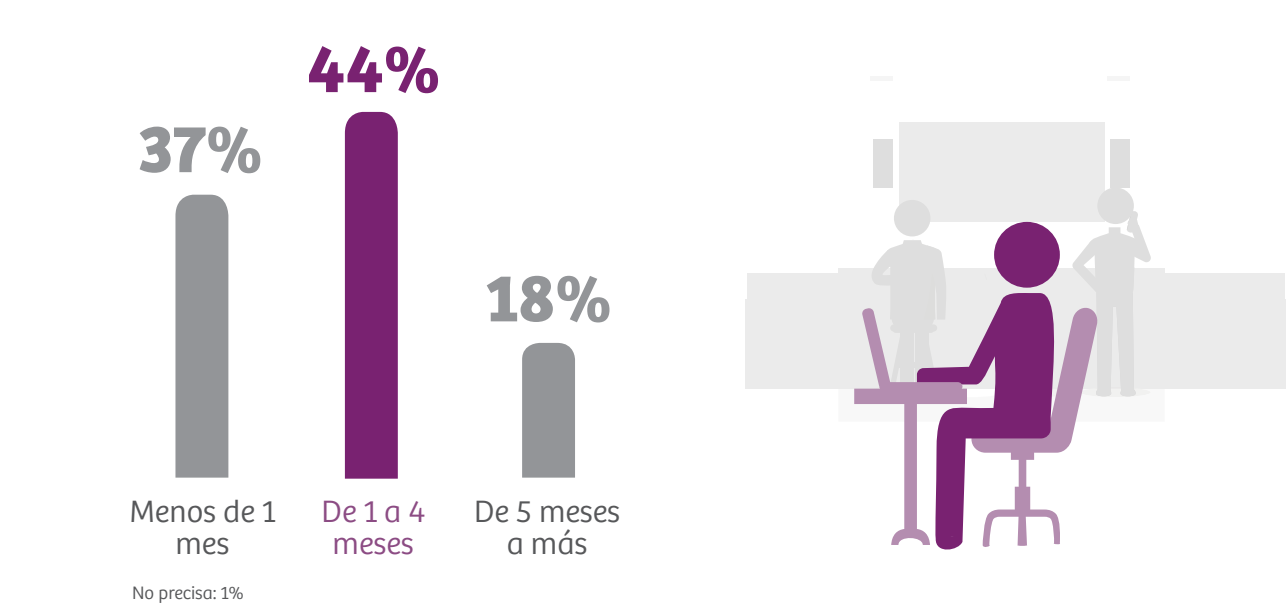


Medios de comunicación influyentes, según región de residencia*

	Latinoamérica	Anglosajón	Europa	Asia	África y Oceanía
Internet	71%	66%	66%	68%	64%
Recomendación de amigos	47%	32%	33%	21%	34%
Recomendación de familiares	23%	5%	7%	4%	8%
Documentales de TV	9%	8%	11%	13%	15%
Libros	5%	9%	14%	13%	10%
Agencia de viajes	6%	6%	5%	12%	10%

Total múltiple
*Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.

¿Con cuánta anticipación compra su pasaje o paquete turístico?



Anticipación de la compra del pasaje o paquete turístico, según región de residencia*

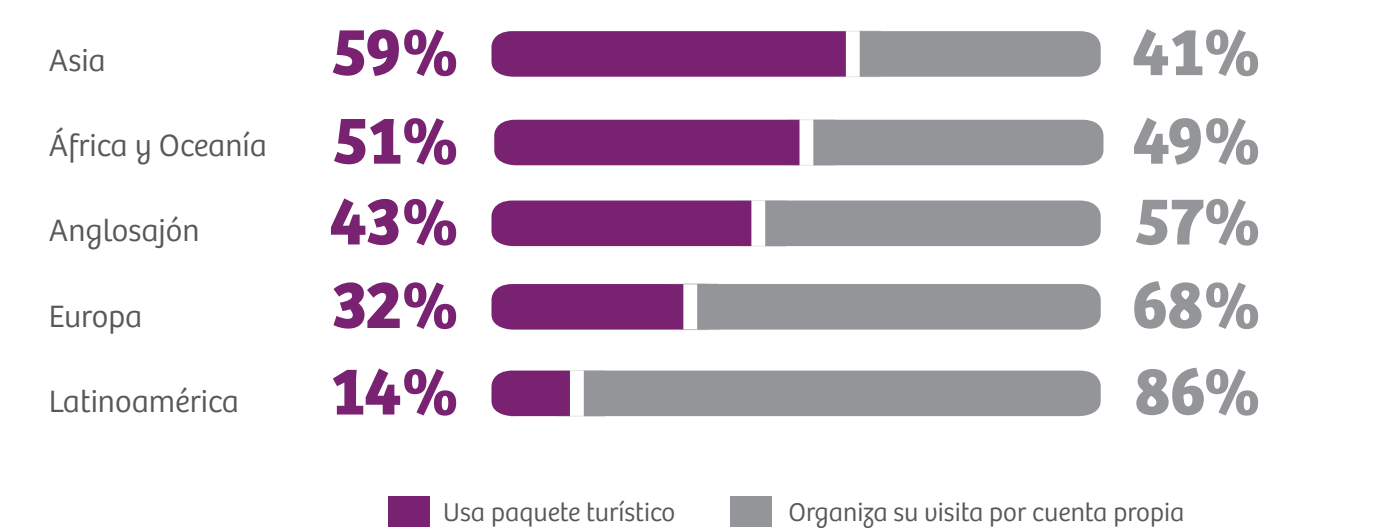
	Latinoamérica	Anglosajón	Europa	Asia	África y Oceanía
Menos de 1 mes	59%	6%	8%	9%	7%
De 1 a 4 meses	34%	63%	56%	65%	39%
De 5 meses a más	7%	30%	34%	26%	54%
No precisa	0%	1%	2%	0%	0%

*Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.

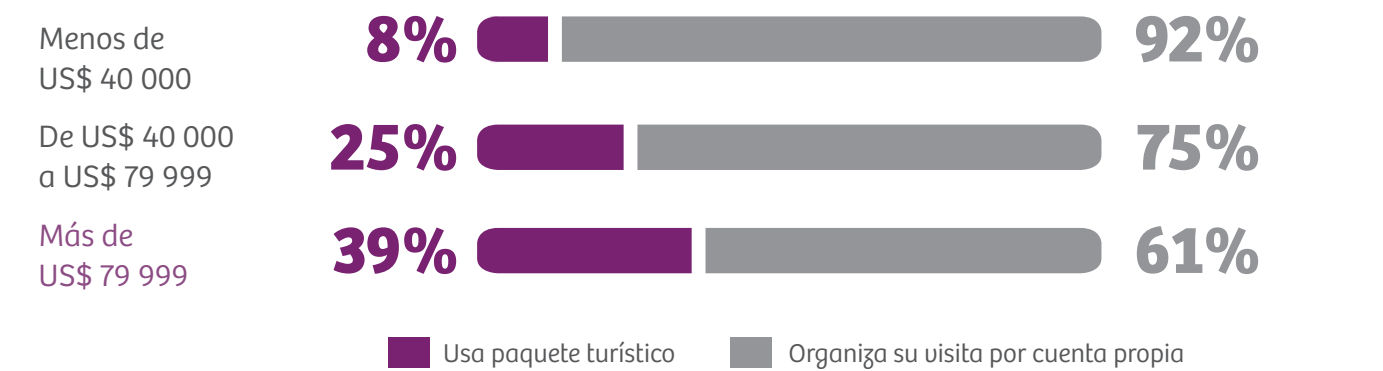
Uso de paquetes turísticos



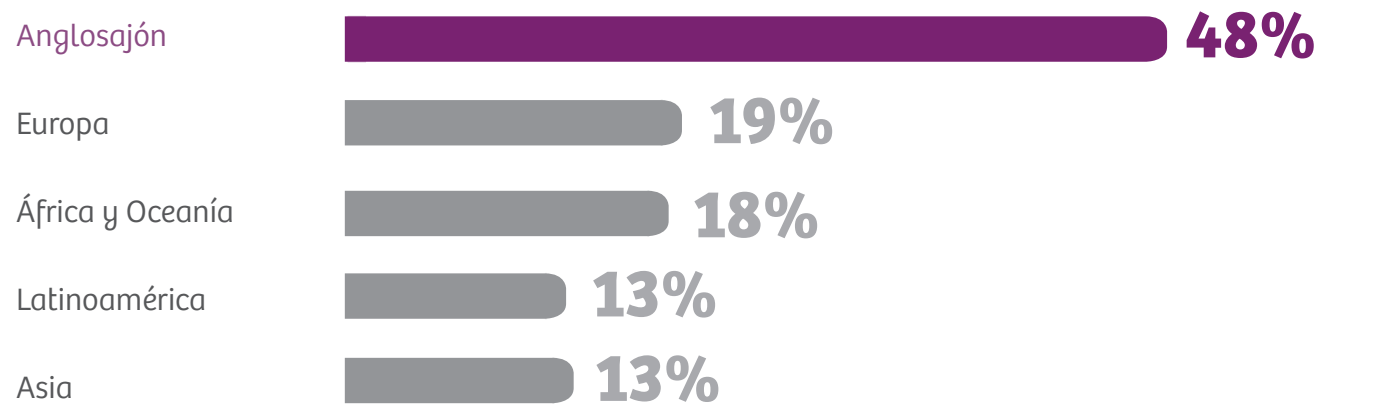
Uso de paquetes turísticos, según región de residencia*



Uso de paquetes turísticos, según ingreso familiar



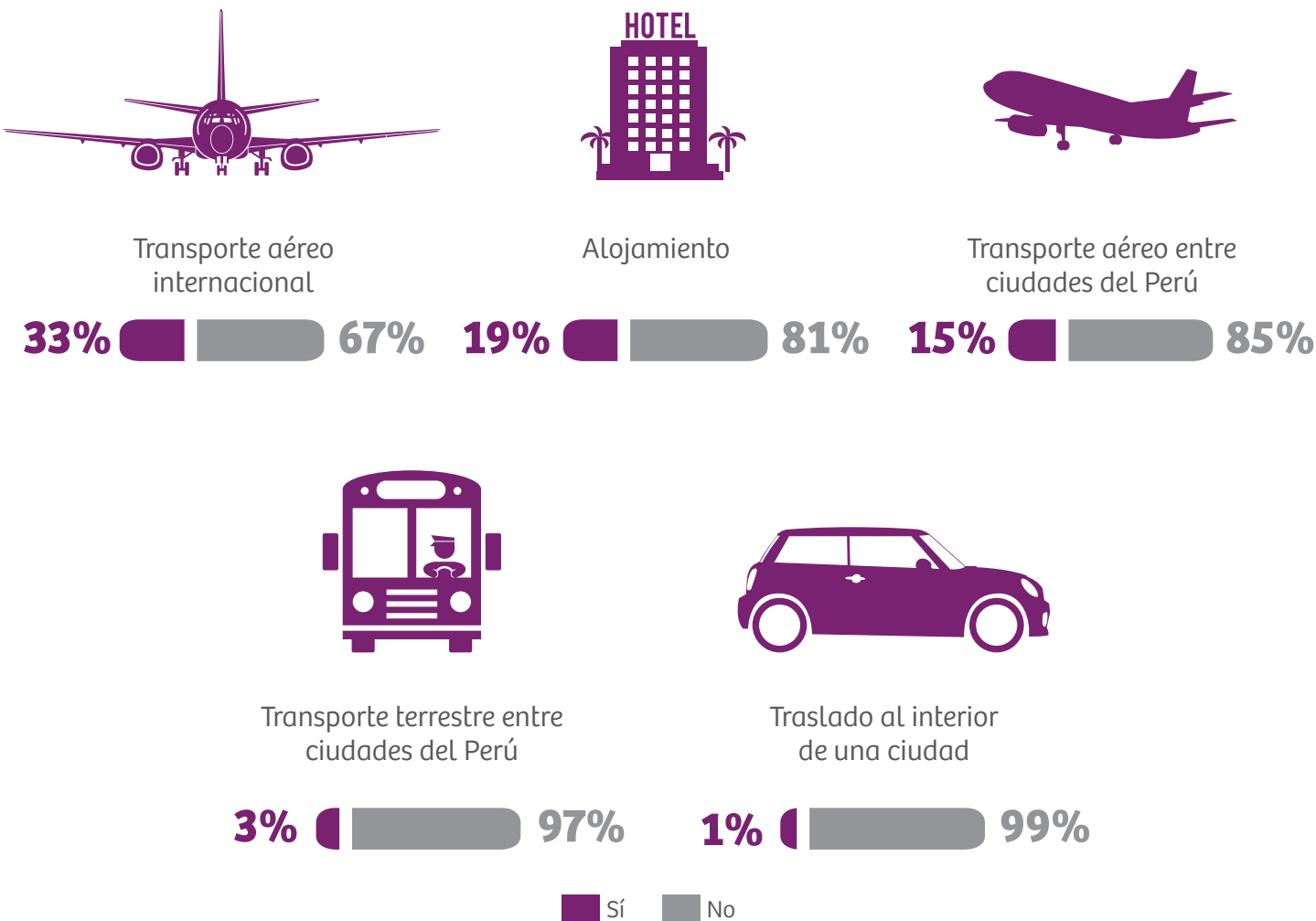
Uso de Internet para adquirir paquete turístico, según región de residencia*



Base: Total de vacacionistas que usa paquete turístico.
*Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.

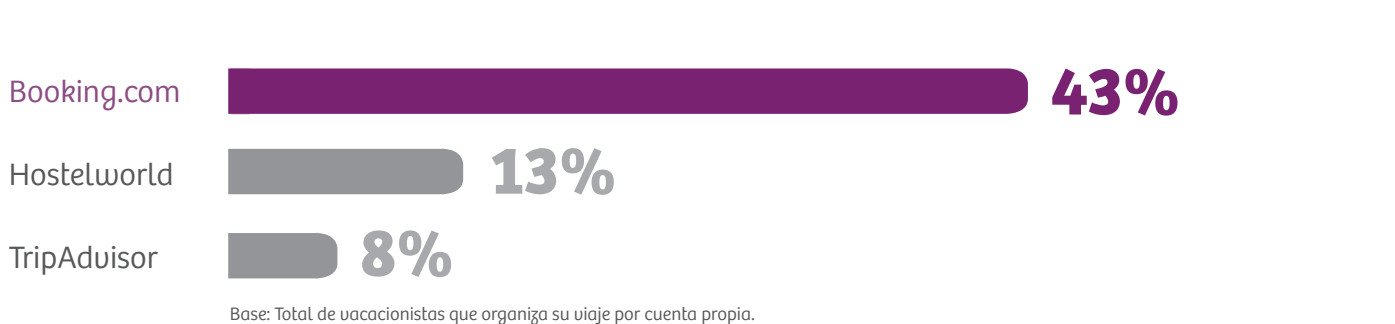
Uso de Internet para adquirir servicios turísticos por cuenta propia

- Solo el 36% de los vacacionistas que organizan su viaje por cuenta propia contrata algún servicio turístico por Internet.



Base: Total de vacacionistas que organiza su viaje por cuenta propia.
Total múltiple

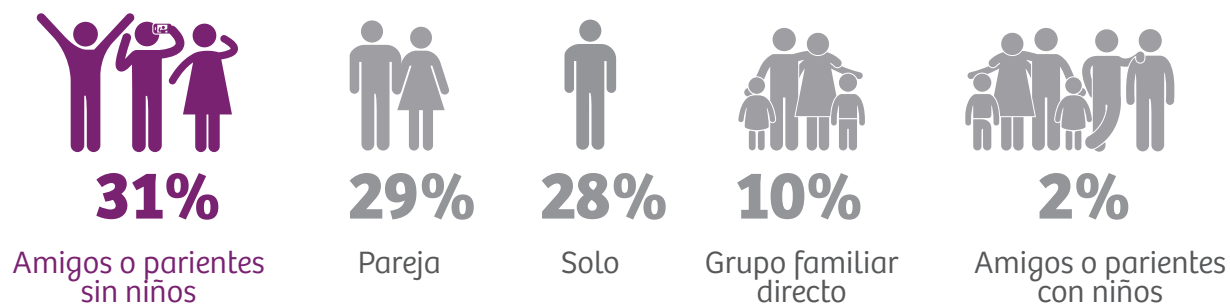
Principales páginas web utilizadas para adquirir alojamiento por cuenta propia



¿CÓMO VIAJA?

Grupo de viaje

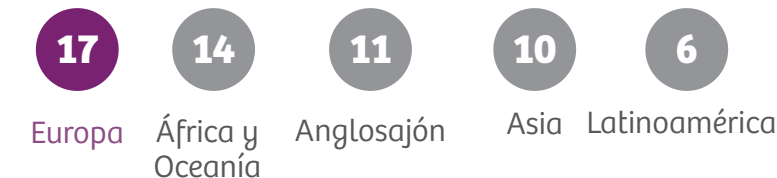
- El 43% de los vacacionistas asiáticos viaja con amigos o parientes pero sin niños. Además, son quienes menos suelen viajar en pareja (15%).



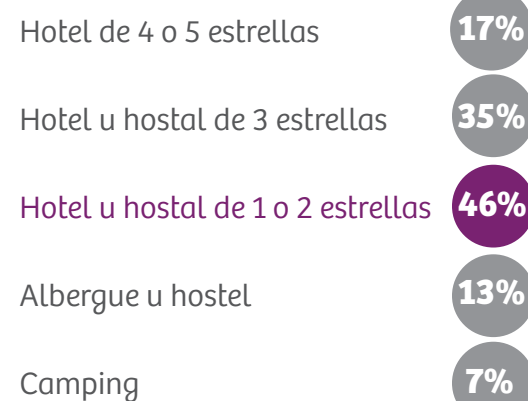
¿Cuánto dura su visita?

9
noches

Permanencia promedio, según región de residencia (en noches)

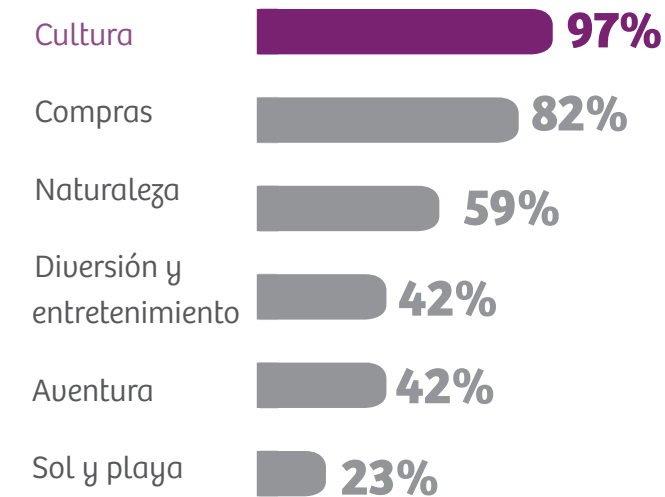


Principales tipos de alojamiento



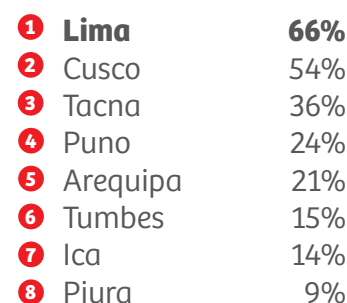
Total múltiple

¿Qué tipo de actividades realiza?



Total múltiple

¿Qué regiones visita?



Total múltiple

- Puno y Arequipa son los destinos más visitados por los vacacionistas europeos.

¿Cuántas regiones visita?

- El 87% de los vacacionistas europeos y el 71% de los asiáticos visita más de 3 regiones.
- El 75% de los vacacionistas latinoamericanos y el 54% de los anglosajones visita 1 o 2 regiones.

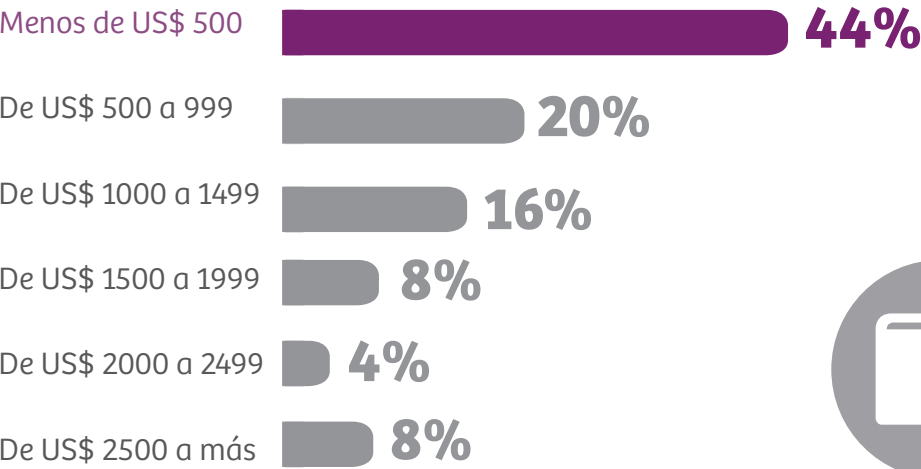


- El 83% de los vacacionistas de larga distancia*, realiza actividades relacionadas a la naturaleza; y, el 73%, actividades relacionadas a la aventura.

Total múltiple
*Regiones distintas a Latinoamérica

¿CUÁNTO GASTA*?

Gasto por vacacionista



Gasto promedio

US\$ 978
Por vacacionista



Gasto promedio por vacacionista, según edad, en US\$



Gasto promedio por vacacionista, según región de residencia**, en US\$



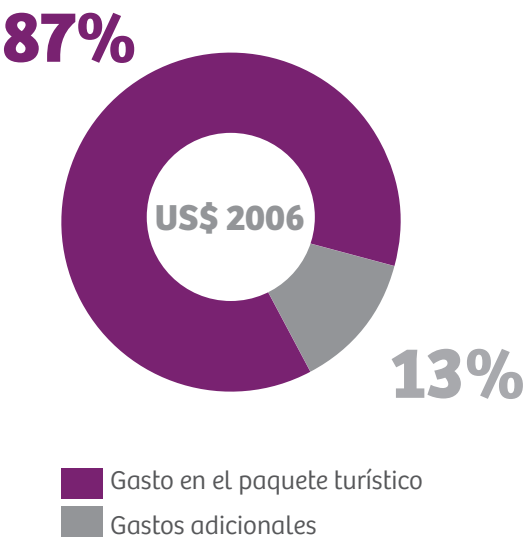
Gasto diario promedio

US\$ 107
Por vacacionista

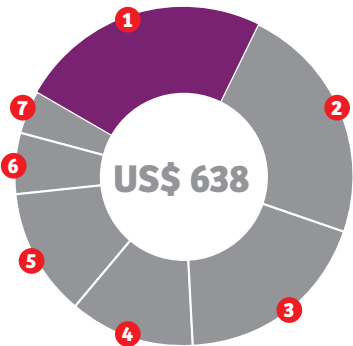
Gasto diario promedio por vacacionista, según edad, en US\$



Gasto del vacacionista que usa paquete turístico



Gasto del vacacionista que organiza su viaje por cuenta propia



- 1 Alojamiento 24%
- 2 Restaurantes y alimentación 23%
- 3 Atractivos y actividades turísticas 19%
- 4 Transporte entre ciudades 12%
- 5 Compras 12%
- 6 Traslados dentro de una ciudad 6%
- 7 Otros 4%

Base: Total de vacacionistas que organiza su viaje por cuenta propia.

*El gasto por vacacionista no incluye el gasto en ticket aéreo y/o terrestre de entrada y salida del Perú.
**Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.
***La mayoría de vacacionistas provenientes de esta región reside en Australia.

EL MEJOR PROSPECTO DE VACACIONISTA

Es el vacacionista que gasta US\$ 1000 o más durante su visita al Perú. En el 2016, este grupo representó el 35% de los vacacionistas.



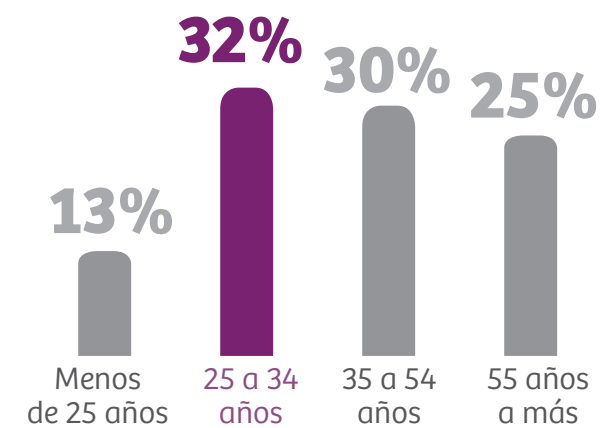
Turismo en Toquile © Eduardo Cayo / PROMPERÚ

EL MEJOR PROSPECTO DE VACACIONISTA

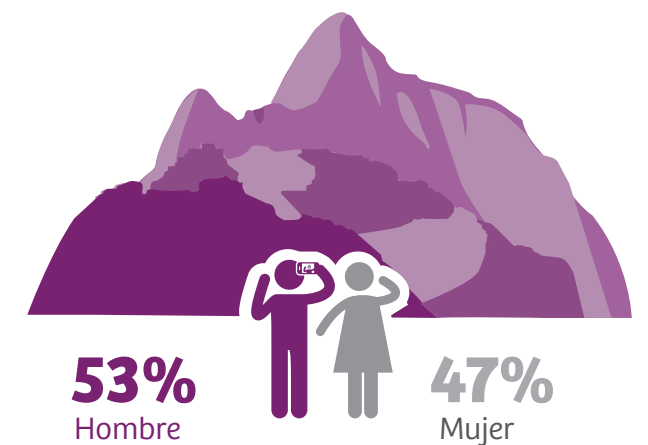
El mejor prospecto de vacacionista tiene, en promedio, 41 años. Reside en los países de la región anglosajona y cuenta con instrucción universitaria.

¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

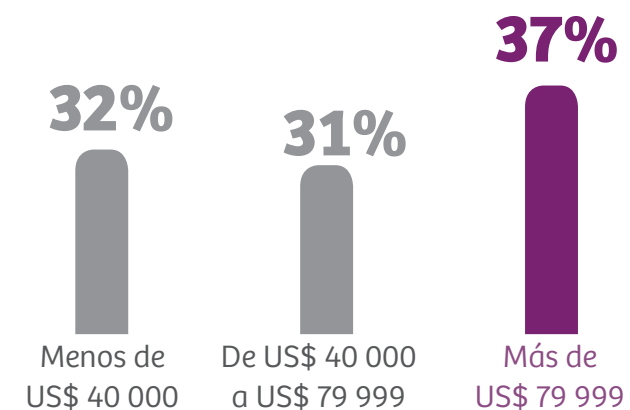
Edad



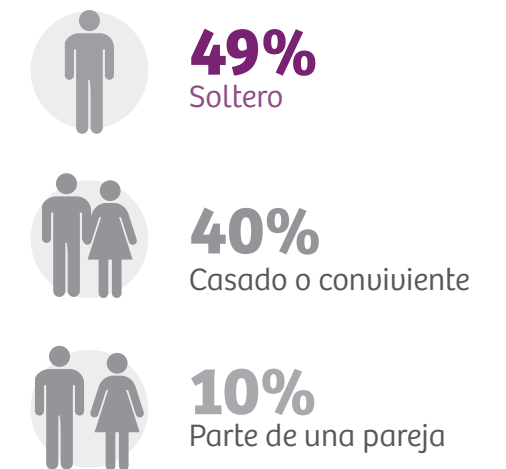
Género



Ingreso familiar anual



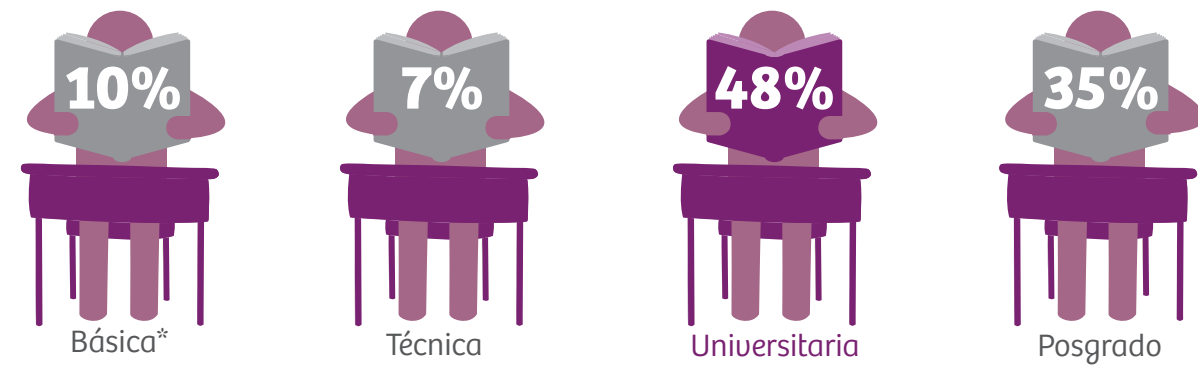
Estado civil



Base: Total de mejores prospectos de vacacionista que declara sus ingresos.

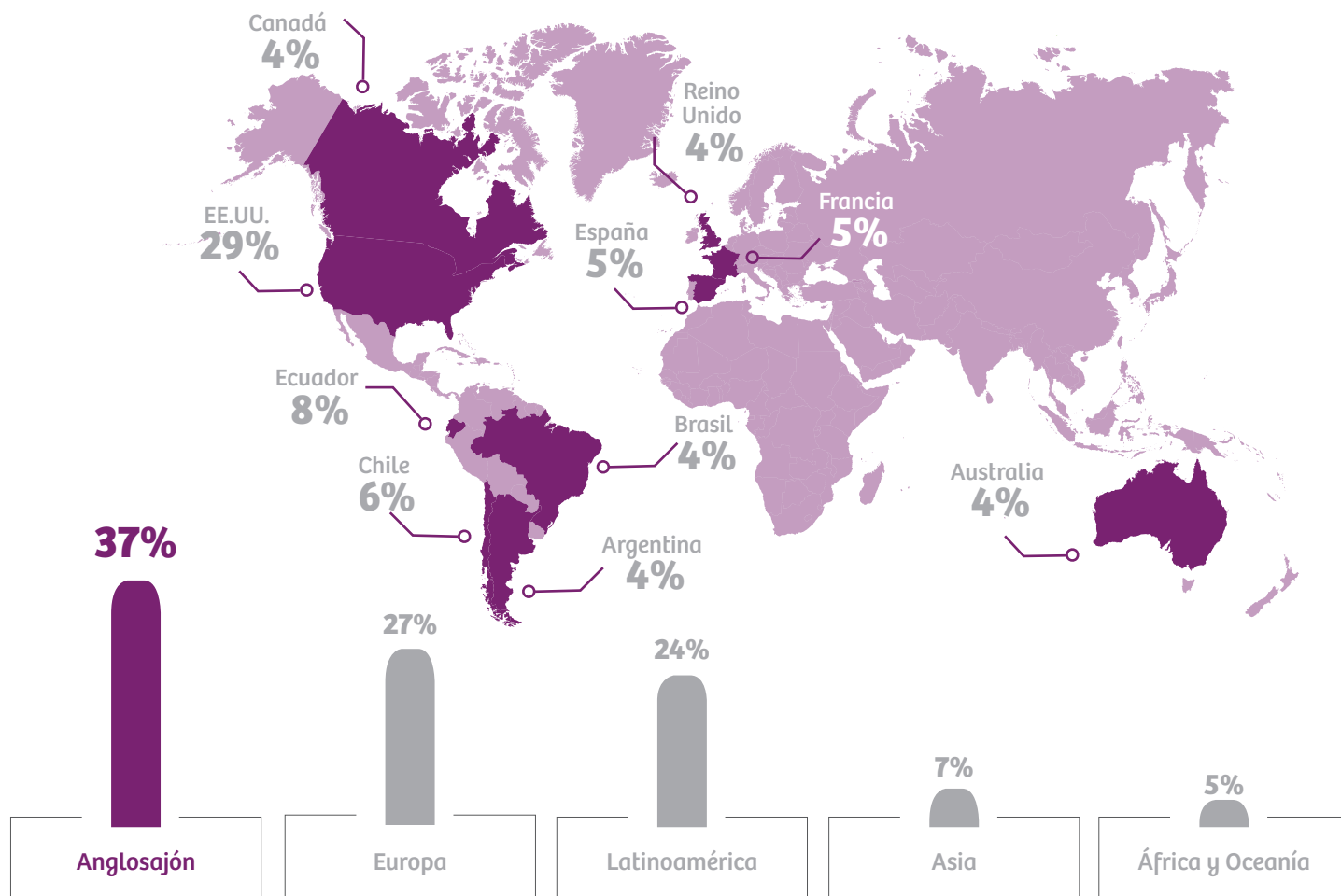
No precisa: 1%

Grado de instrucción



*La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

Región de residencia**

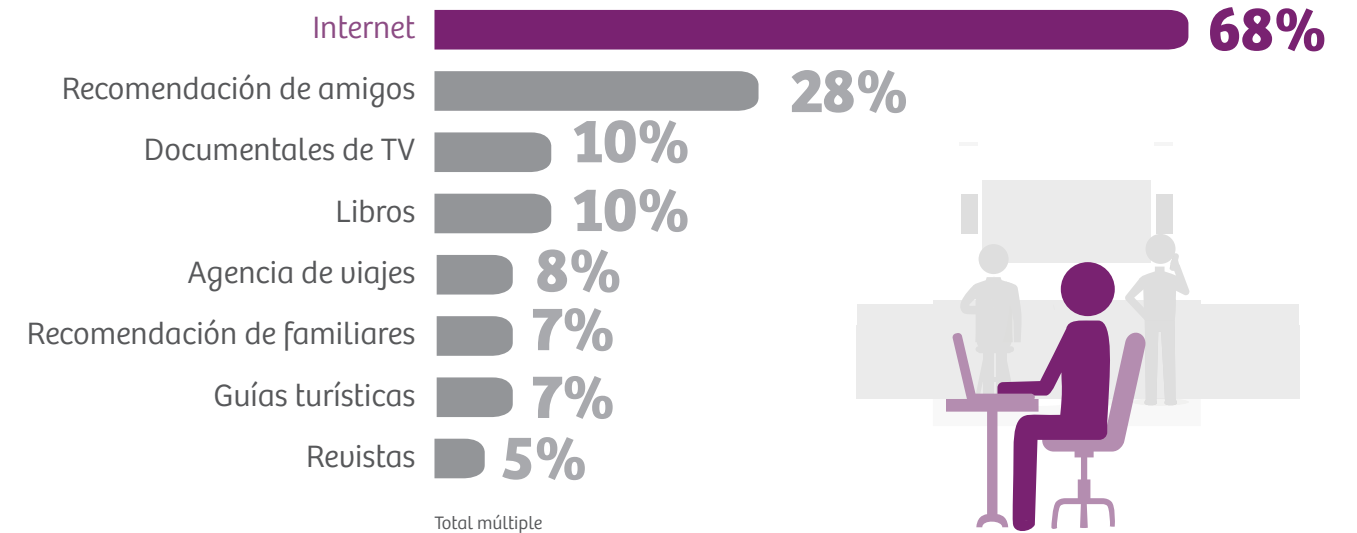


○ Base: total de vacacionistas.

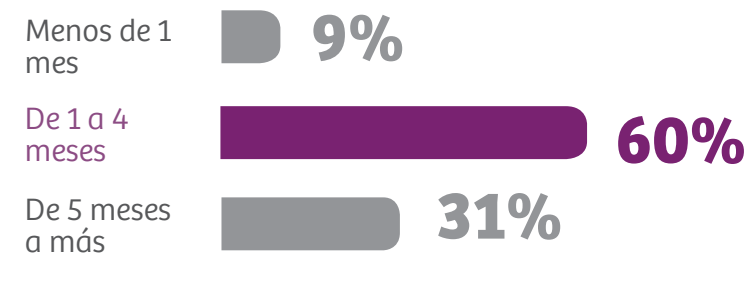
**Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.

¿CÓMO PLANIFICA SU VISITA AL PERÚ?

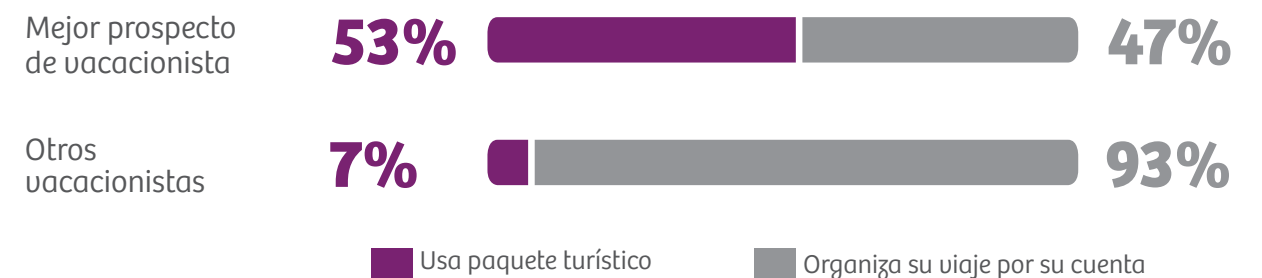
Medios de comunicación influyentes



¿Con cuánta anticipación compra su pasaje y/o paquete turístico?



Uso de paquetes turísticos

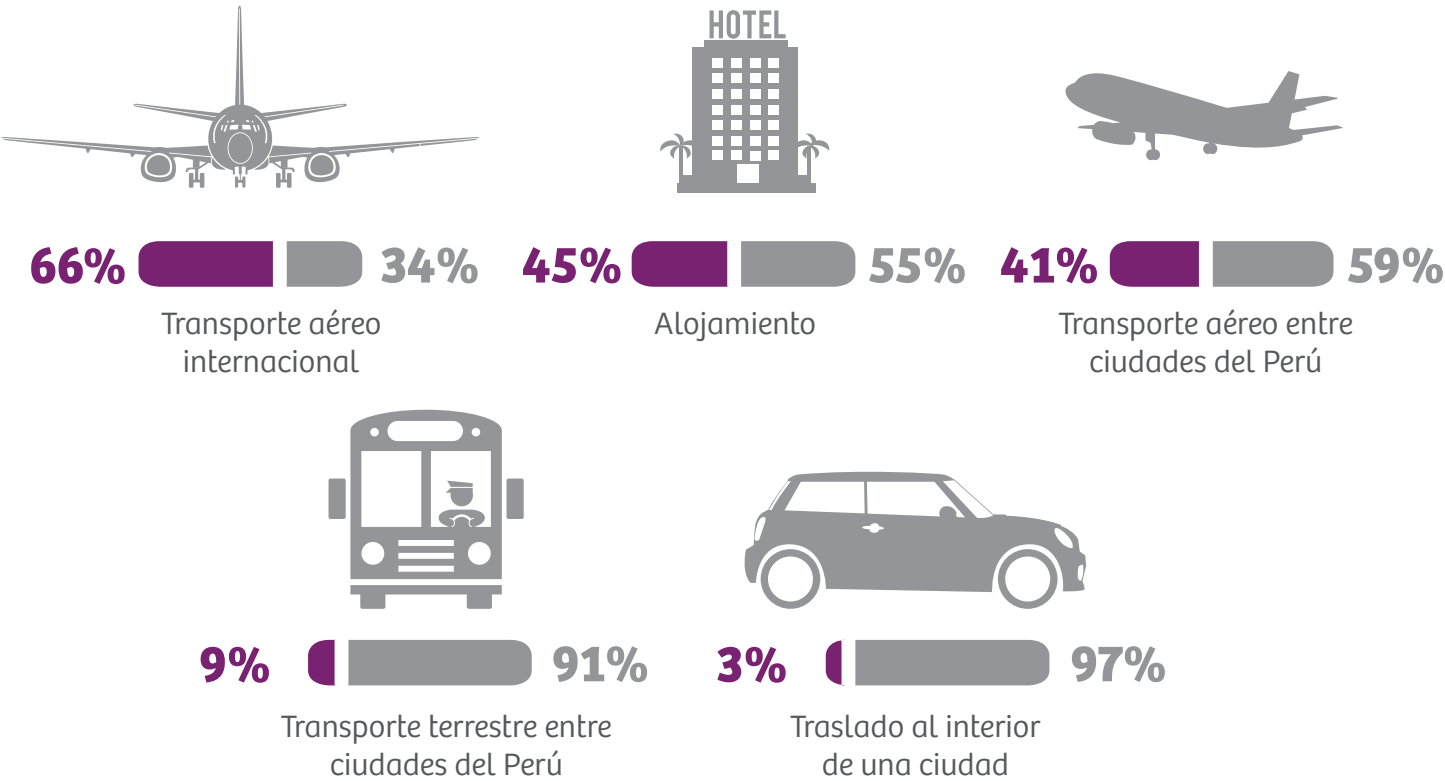


Uso de Internet para adquirir paquete turístico



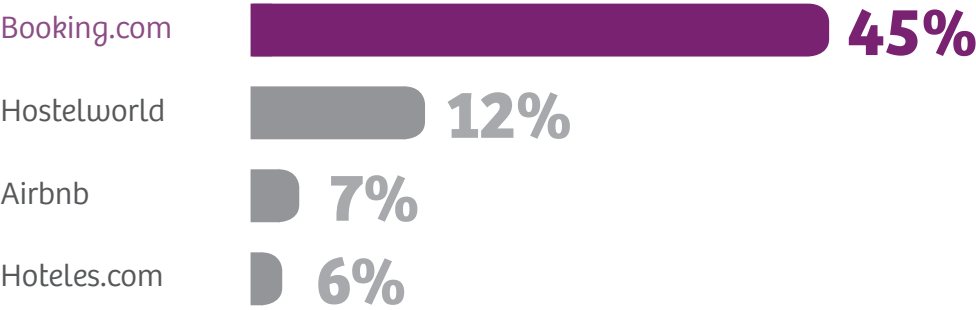
Base: Total de mejores prospectos de vacacionista que usa paquete turístico.

Uso de Internet para adquirir servicios turísticos por cuenta propia



Total múltiple
Base: Total de mejores prospectos de vacacionista que organiza su viaje por cuenta propia.

Principales páginas web utilizadas para adquirir alojamiento por cuenta propia

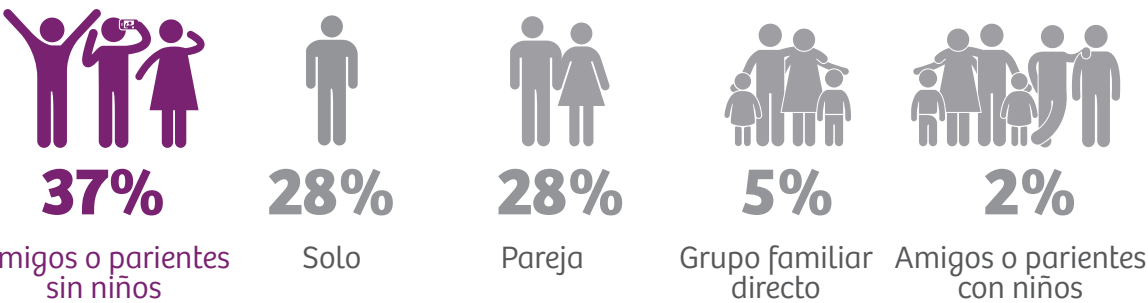


Base: Total de mejores prospectos de vacacionista que organiza su viaje por cuenta propia.

CARACTERÍSTICAS DE LA VISITA AL PERÚ

Grupo de viaje

- Suelen viajar con amigos o parientes, sin niños
- Los asiáticos son quienes menos viajan en pareja (14%).



¿Qué regiones visita?

	Mejor prospecto de vacacionista	Otros vacacionistas
1 Lima	98%	47%
2 Cusco	89%	35%
3 Puno	38%	16%
4 Arequipa	29%	16%
5 Ica	26%	8%
6 Tumbes	15%	19%

Total múltiple

¿Cuántos departamentos visita?



¿Dónde se aloja?

	Mejor prospecto de vacacionista	Otros vacacionistas
Hotel de 4 o 5 estrellas	37%	7%
Hotel u hostel de 3 estrellas	50%	27%
Hotel u hostel de 1 o 2 estrellas	24%	59%
Albergue u hostel	16%	12%
Camping	13%	4%

Total múltiple

¿Cuánto dura su visita?

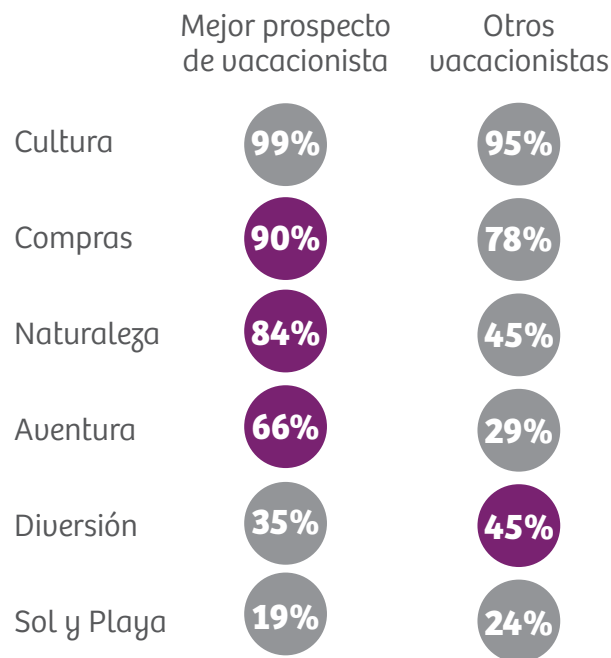


¿Cuánto gasta*?

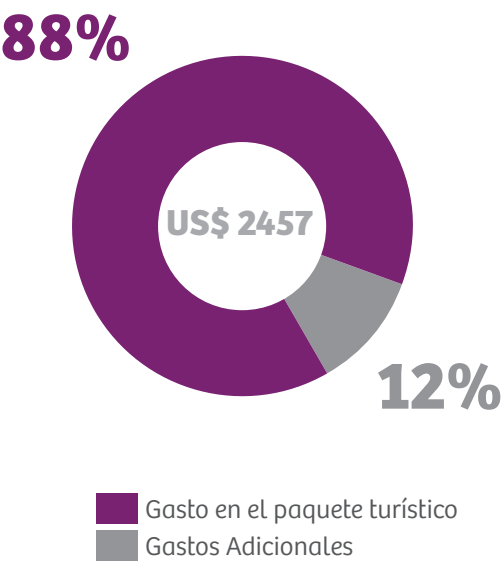


- El segmento de 55 años a más es el que presenta mayor gasto, alcanzando los US\$ 2729, en promedio.

¿Qué tipo de actividades realiza?

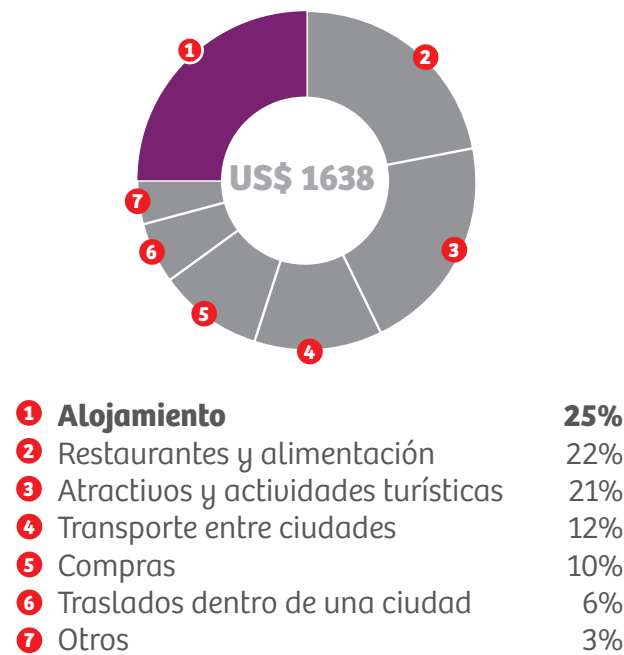


Gasto del que usa paquete turístico



Base: Total de mejores prospectos de vacacionista que usa paquete turístico.

Gasto del que organiza su visita por cuenta propia



Base: Total de mejores prospectos de vacacionista que organiza su viaje por cuenta propia.

*El gasto del mejor prospecto de vacacionista no incluye el gasto en ticket aéreo y/o terrestre de entrada y salida del Perú.

EL VACACIONISTA MOTIVADO POR CONOCER LIMA

En el 2016, el 23% de los vacacionistas* llegó motivado por conocer la capital.

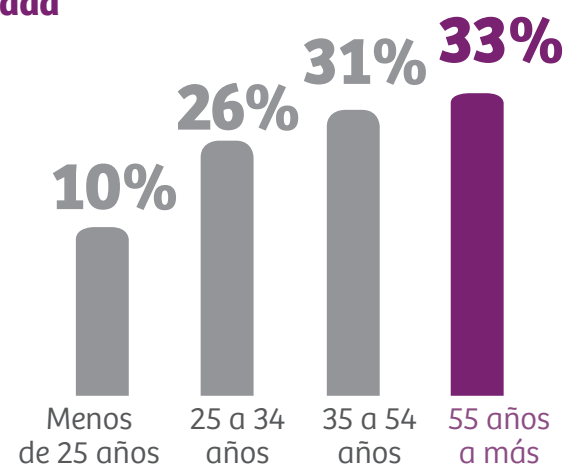
* Vacacionistas extranjeros entrevistados en Lima (AIJCH) y Puno (Kasani)

EL VACACIONISTA MOTIVADO POR CONOCER LIMA

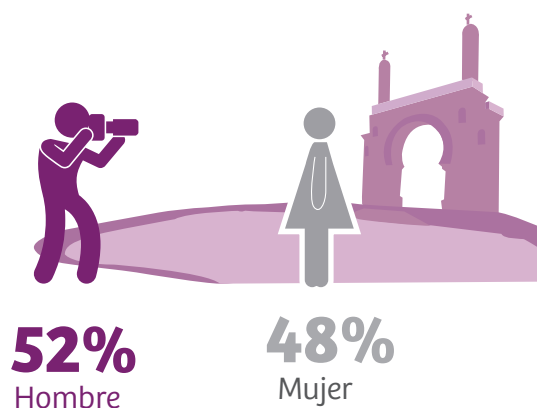
Tiene, en promedio, 45 años y reside en Latinoamérica. Cuenta con instrucción universitaria y está casado o es conjuviente.

¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

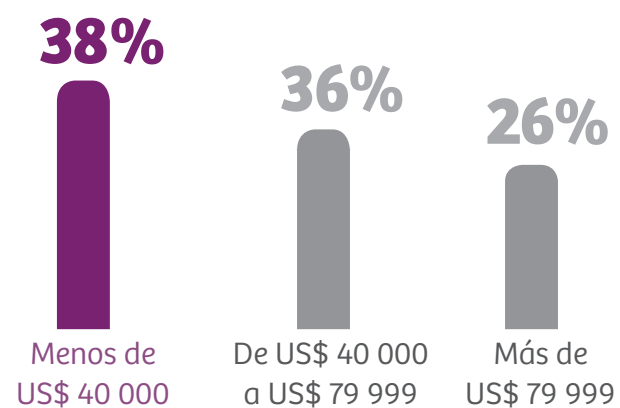
Edad



Género

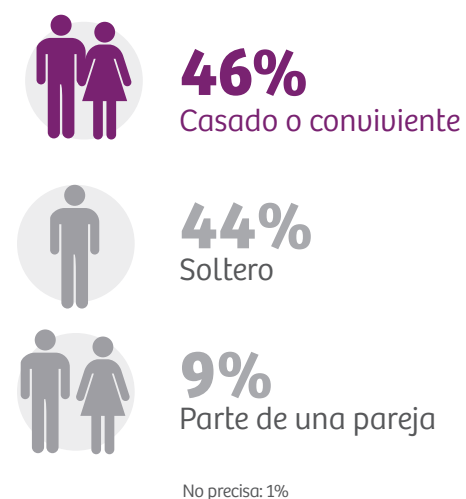


Ingreso familiar anual

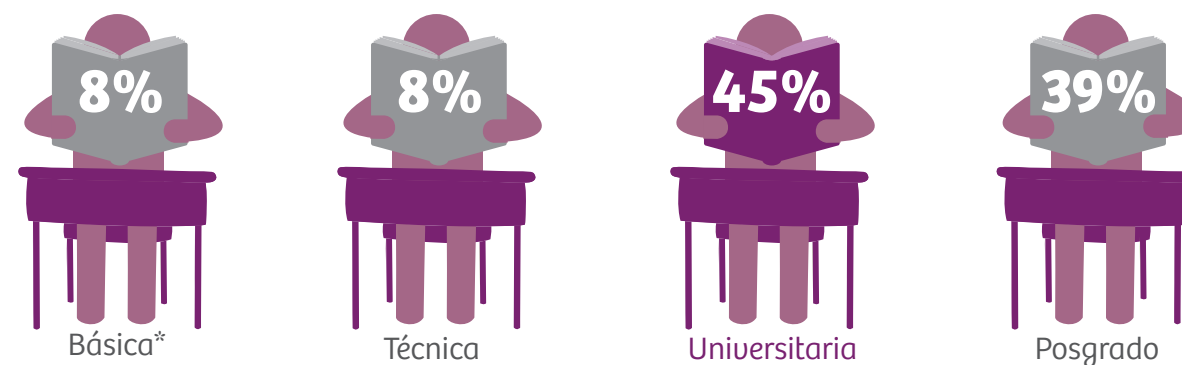


Base: Total de vacacionistas motivados por conocer que Lima que declara sus ingresos.

Estado civil



Grado de instrucción

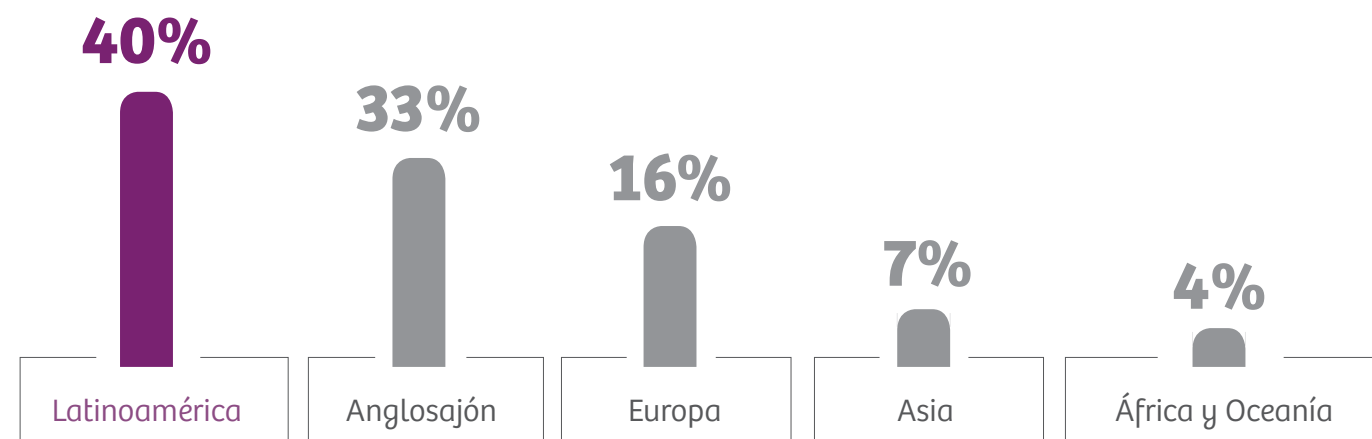


*La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

Ocupación



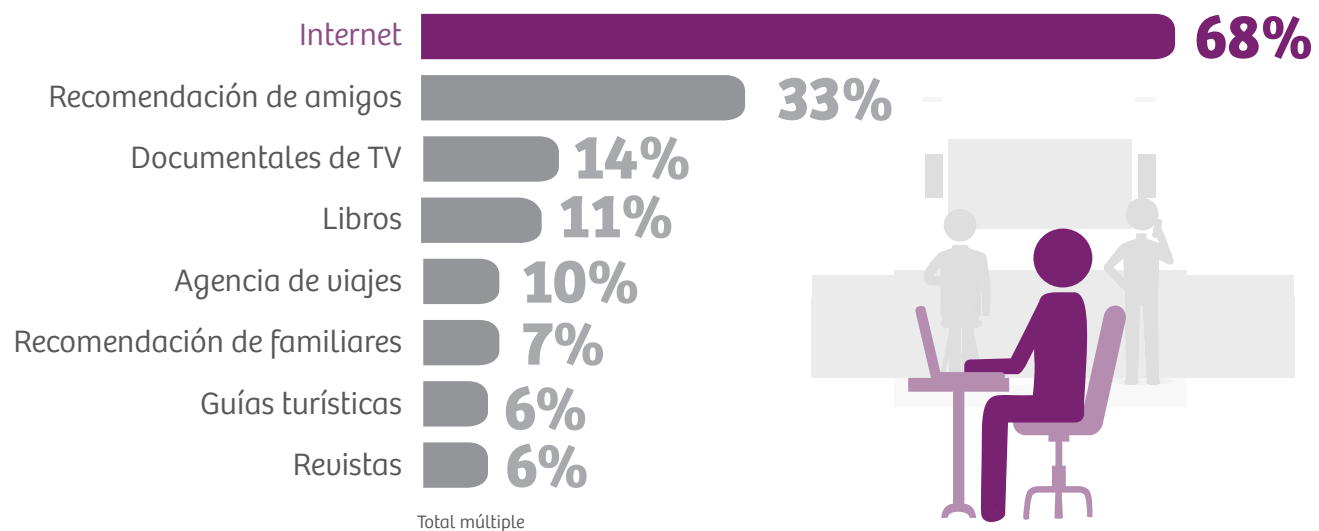
Región de residencia**



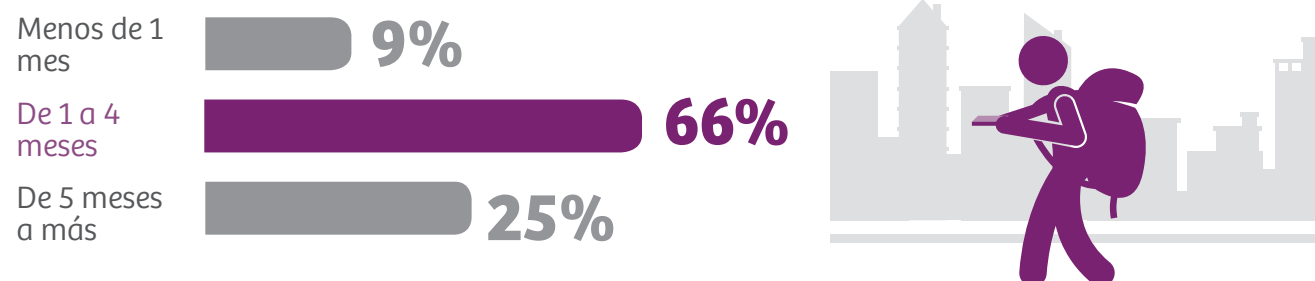
**Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.

¿CÓMO PLANIFICA SU VISITA AL PERÚ?

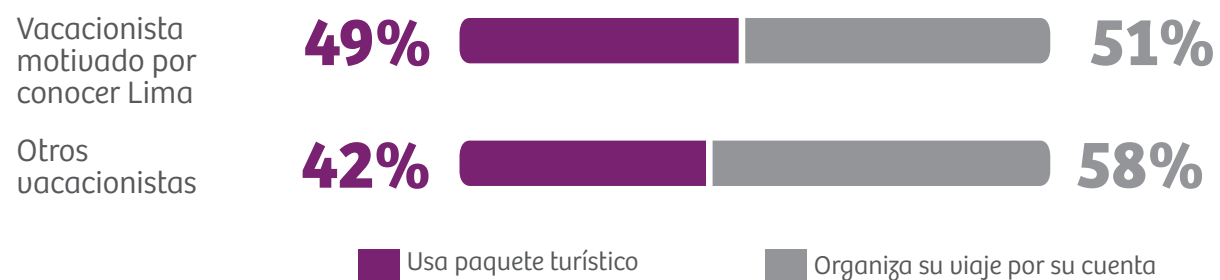
Medios de comunicación influyentes



¿Con cuánta anticipación compra su pasaje y/o paquete turístico?



Uso de paquetes turísticos

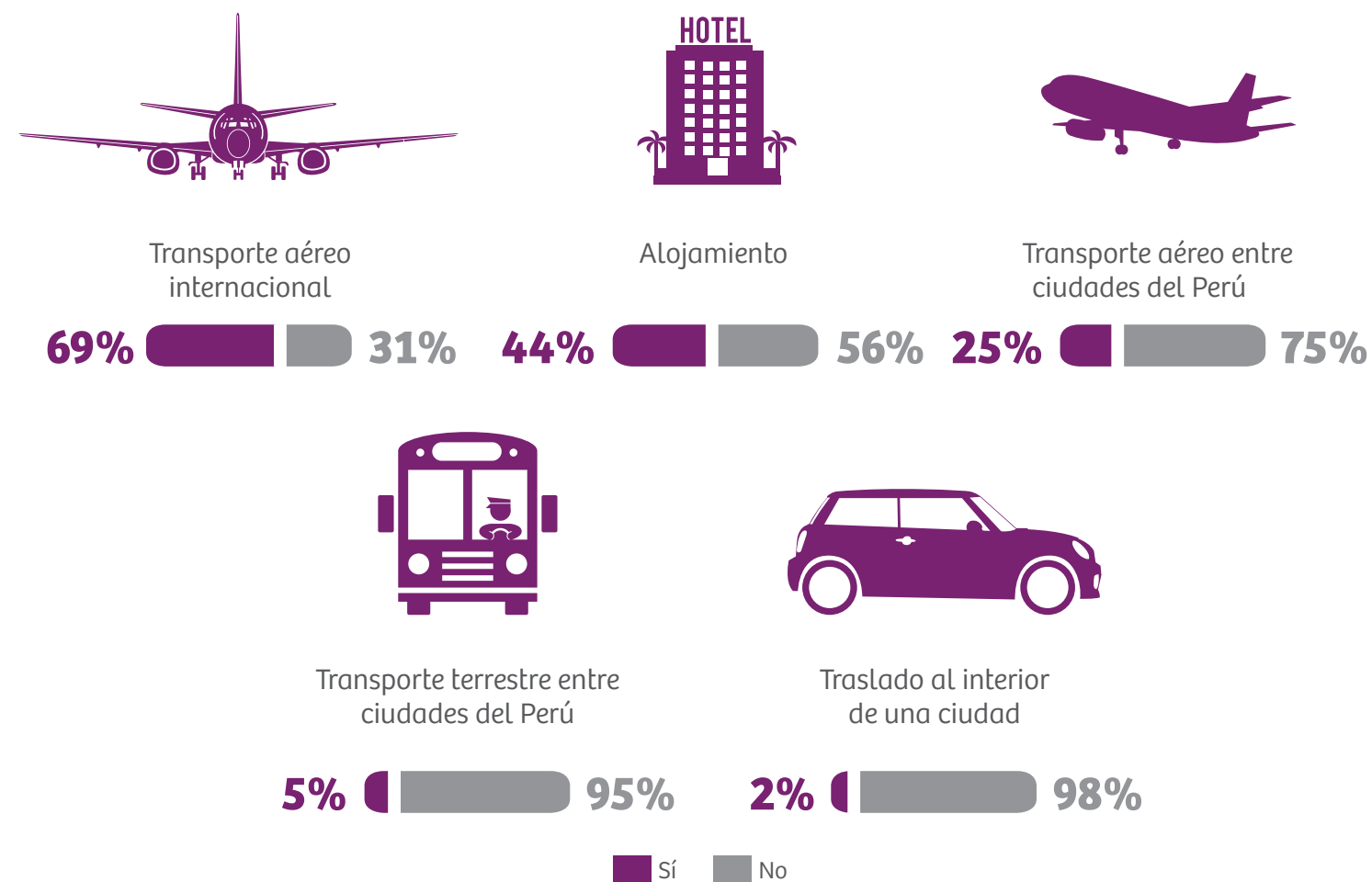


Uso de Internet para adquirir paquete turístico



Base: Total de vacacionistas motivados por conocer Lima que usa paquete turístico.

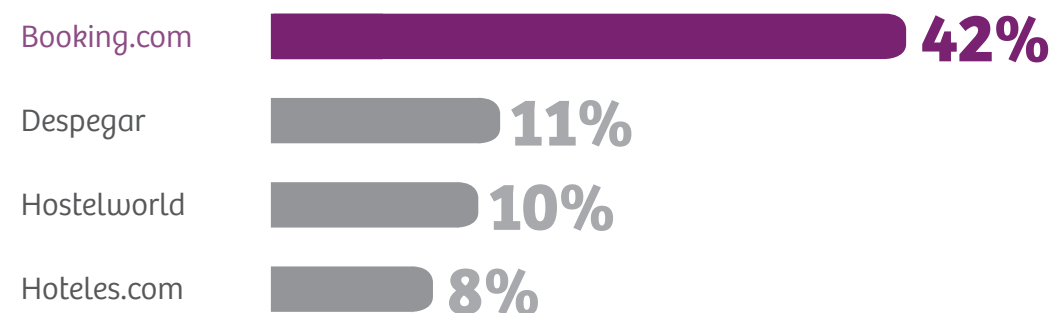
Uso de Internet para adquirir servicios turísticos por cuenta propia



Total múltiple

Base: Total de vacacionistas motivados por conocer Lima que organiza su visita por cuenta propia.

Principales páginas web utilizadas para adquirir alojamiento por cuenta propia



¿CÓMO VIAJA?

Grupo de viaje



35%

Amigos o parientes
sin niños



31%

Pareja



26%

Solo



7%

Grupo familiar
directo



1%

Amigos o parientes
con niños

¿Qué tipo de actividades realiza?

	Vacacionista motivado por conocer Lima	Otros vacacionistas
Cultura	99%	99%
Compras	91%	87%
Naturaleza	68%	77%
Aventura	48%	65%
Diversión y entretenimiento	46%	35%
Sol y playa	14%	21%

- El 42% de vacacionistas motivados por conocer Lima realiza un tour guiado en dicha ciudad.
- El 50% compra artesanías en Lima.

¿Dónde se aloja?

	Vacacionista motivado por conocer Lima	Otros vacacionistas
Hotel de 4 o 5 estrellas	40%	28%
Hotel u hostel de 3 estrellas	47%	46%
Hotel u hostel de 1 o 2 estrellas	16%	22%
Albergue u hostel	11%	25%
Casa de familiares o amigos	7%	8%
Total múltiple		

¿Qué regiones visita?

1 Lima	100%
2 Cusco	73%
3 Puno	27%
4 Ica	20%
5 Arequipa	16%

Total múltiple

¿Cuánto dura su visita?

11 noches

Vacacionista motivado
por conocer Lima

13 noches

Otros vacacionistas



¿CUÁNTO GASTA*?

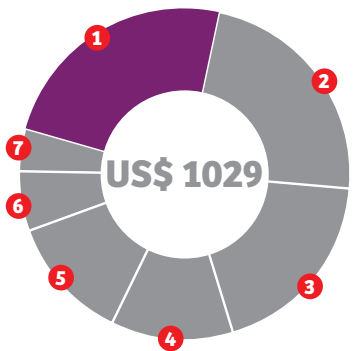
Menos de US\$ 500	14%
De US\$ 500 a 999	20%
De US\$ 1000 a 1499	24%
De US\$ 1500 a 1999	17%
De US\$ 2000 a 2499	7%
De US\$ 2500 a más	18%



Gasto promedio

Vacacionista motivado por conocer Lima	US\$ 1692
Otros vacacionistas	US\$ 1465

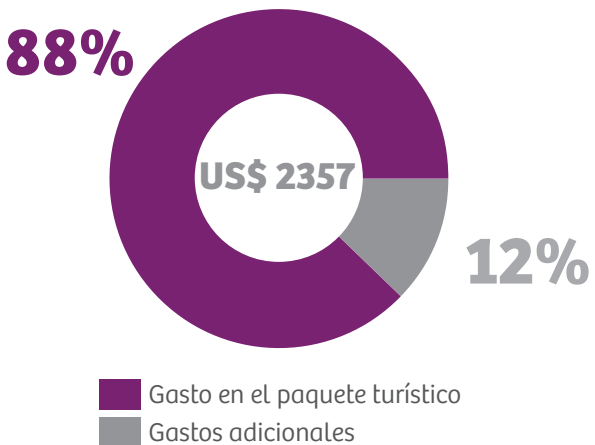
Gasto del que organiza su visita por
cuenta propia



1 Alojamiento	24%
2 Restaurantes y alimentación	23%
3 Atractivos y actividades turísticas	19%
4 Transporte entre ciudades	12%
5 Compras	12%
6 Traslados dentro de una ciudad	6%
7 Otros	4%

Base: Total de vacacionistas motivados por conocer Lima que organiza su viaje por cuenta propia.

Gasto del que usa paquete turístico



Base: Total de vacacionistas motivados por probar la gastronomía que usa paquete turístico.



Gasto diario
promedio

US\$ 154

Vacacionista motivado
por conocer Lima

US\$ 124

Otros vacacionistas

*El gasto del vacacionista motivado por probar la gastronomía no incluye el gasto en ticket aéreo y/o terrestre de entrada y salida del Perú.

EL VACACIONISTA MOTIVADO POR PROBAR LA GASTRONOMÍA

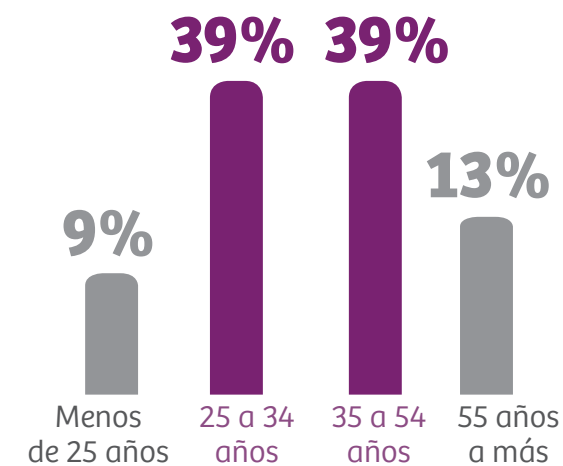
En el 2016, alrededor del 7% de los vacacionistas* llegó motivado por probar la gastronomía local.

EL VACACIONISTA MOTIVADO POR PROBAR LA GASTRONOMÍA

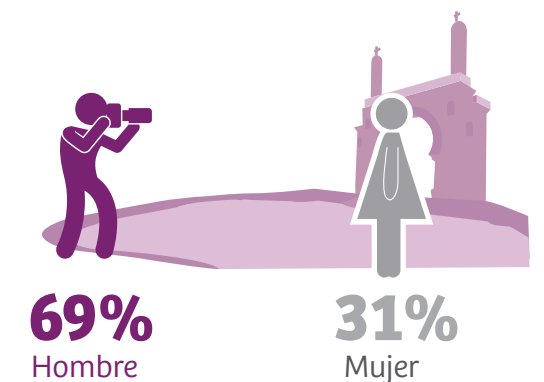
Tiene, en promedio, 39 años y reside en Latinoamérica. Es de género masculino, soltero y cuenta con instrucción universitaria.

¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

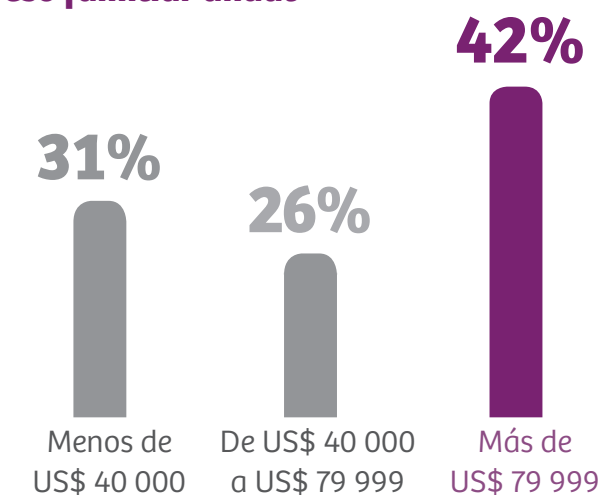
Edad



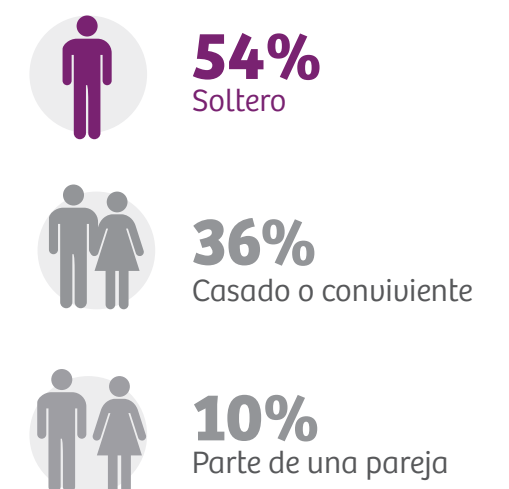
Género



Ingreso familiar anual



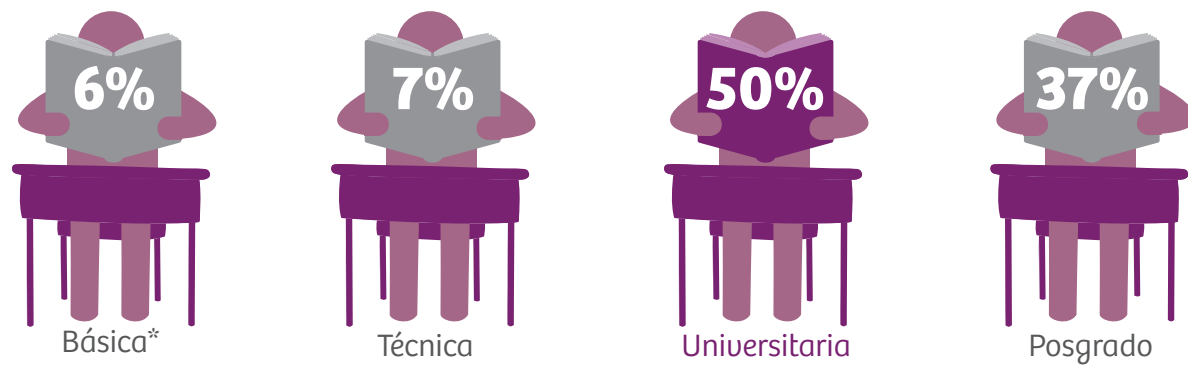
Estado civil



Base: Total de turistas extranjeros que declara sus ingresos.

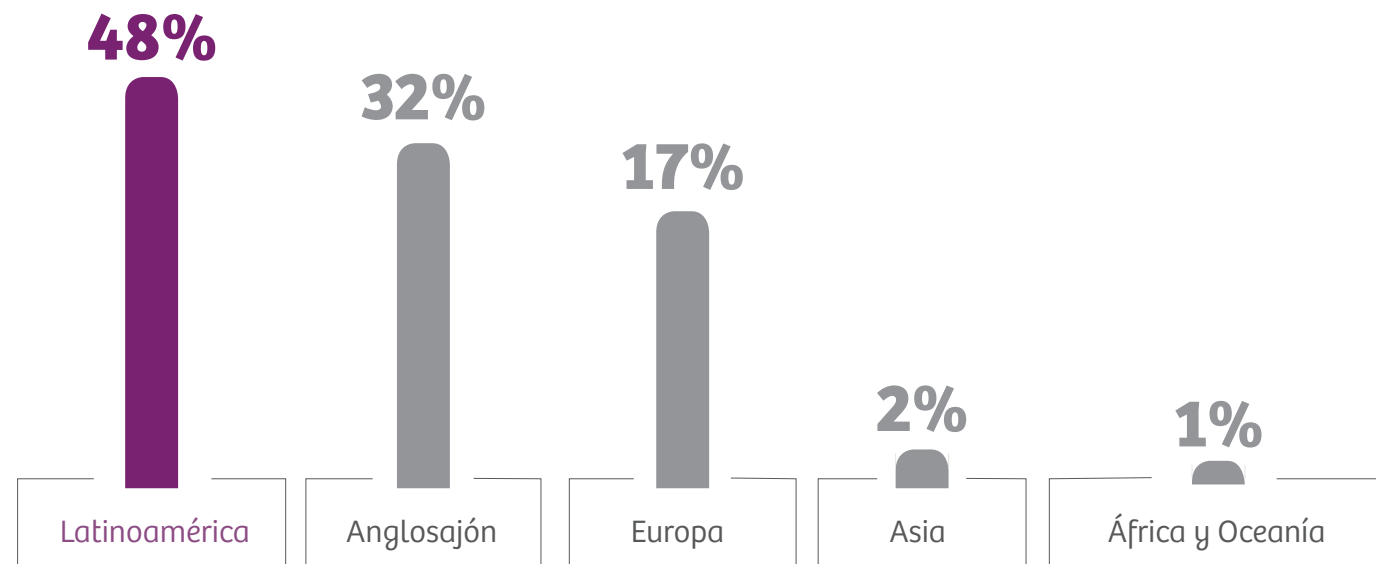
* Vacacionistas extranjeros entrevistados en Lima (AIJCH) y Puno (Kasani).

Grado de instrucción



*La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

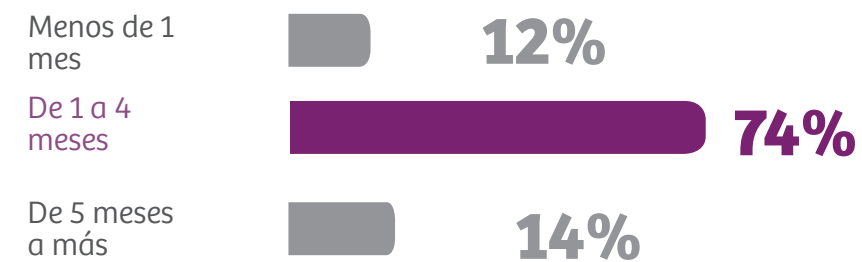
Región de residencia**



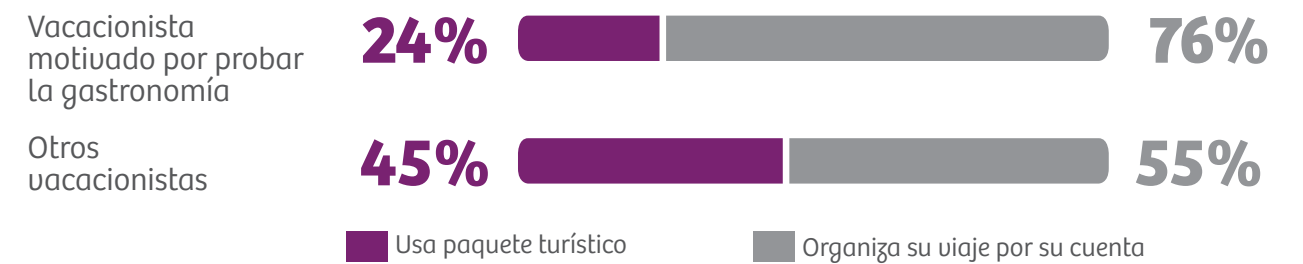
**Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.

¿CÓMO PLANIFICA SU VISITA AL PERÚ?

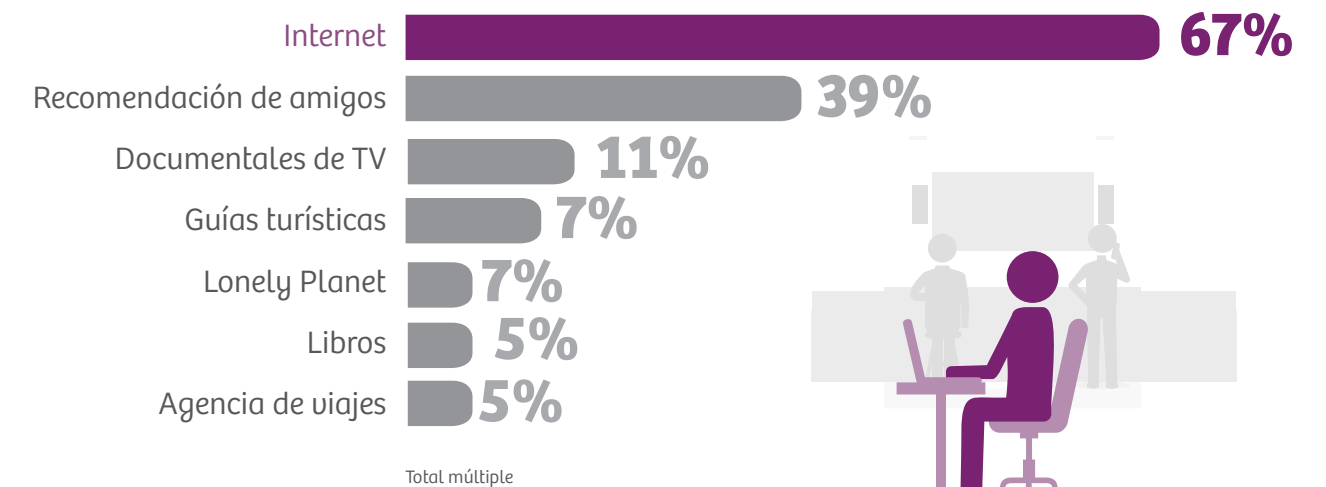
¿Con cuánta anticipación compra su pasaje y/o paquete turístico?



Uso de paquetes turísticos



Medios de comunicación influyentes



Total múltiple



Uso de Internet para adquirir un paquete turístico



■ Sí ■ No

Base: Total de vacacionistas motivados por probar la gastronomía que usa paquete turístico.

Uso de Internet para adquirir servicios turísticos por cuenta propia



Transporte aéreo internacional

69%



Alojamiento

37%



Transporte aéreo entre ciudades del Perú

23%



Transporte terrestre entre ciudades del Perú

7%



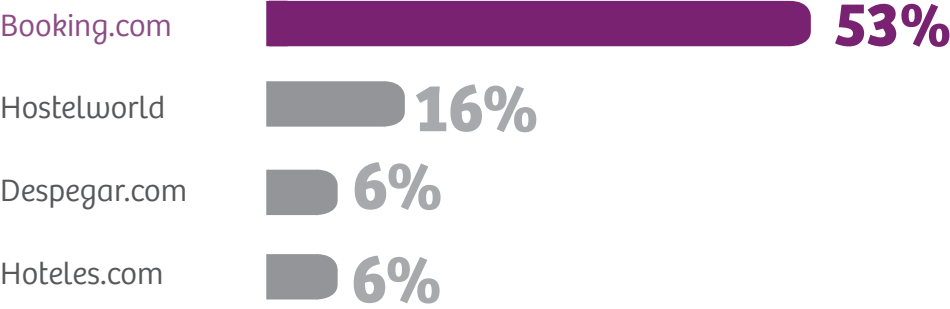
Traslado al interior de una ciudad

3%

Sí No

Total múltiple
Base: Total de vacacionistas motivados por probar la gastronomía que organiza su viaje por cuenta propia.

Principales páginas web utilizadas para adquirir alojamiento por cuenta propia



Base: Total de vacacionistas motivados por probar la gastronomía que organiza su viaje por cuenta propia.

¿CÓMO VIAJA?

Grupo de viaje



36%
Solo



32%
Amigos o parientes sin niños



21%
Pareja

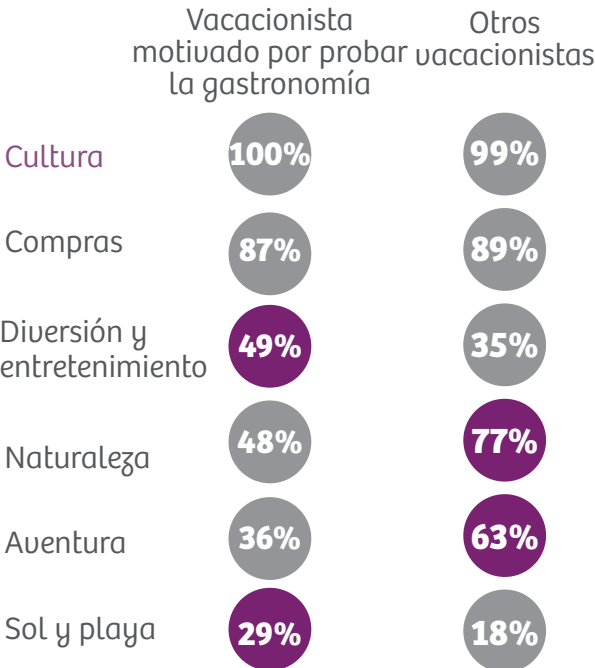


9%
Grupo familiar directo



2%
Amigos o parientes con niños

¿Qué tipo de actividades realiza?



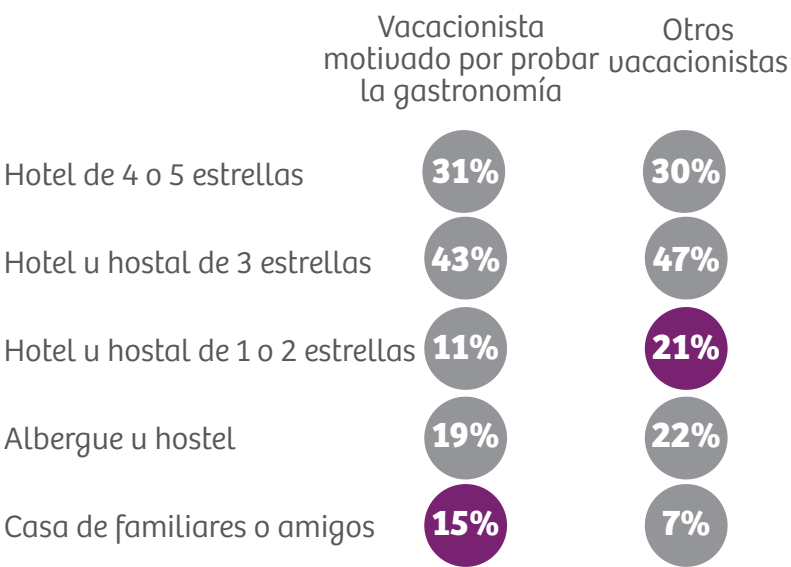
- El 50% contrata un tour guiado por la ciudad.
- El 21% visita comunidades campesinas.

Total múltiple

¿Cuánto dura su visita?

12 noches

¿Dónde se aloja?



Total múltiple

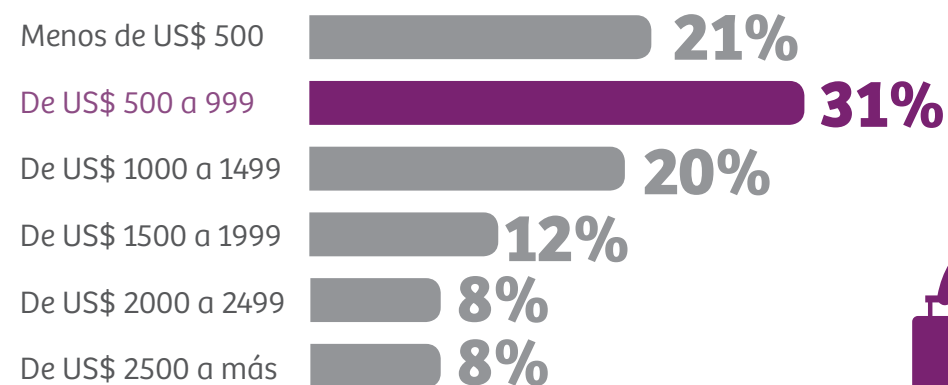
¿Qué regiones visita?

- En promedio, un vacacionista motivado por probar la gastronomía visita 2 regiones del Perú, una región menos que los otros vacacionistas.



Total múltiple

¿CUÁNTO GASTA*?



Gasto promedio

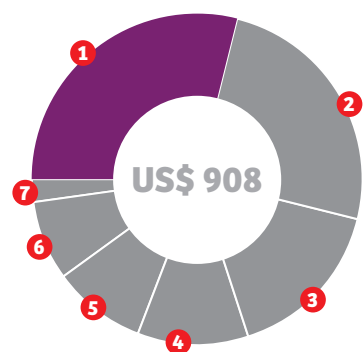
Vacacionista motivado por probar la gastronomía

US\$ 1181

Otros vacacionistas

US\$ 1548

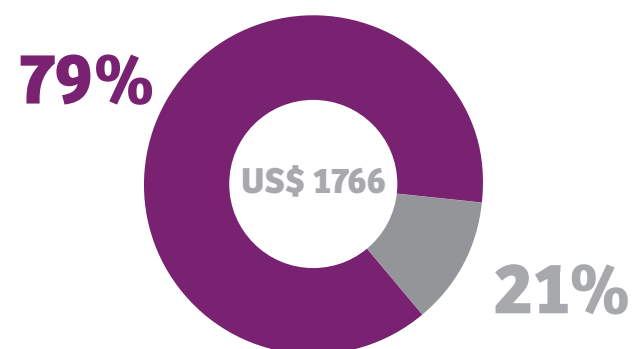
Gasto del que organiza su visita por cuenta propia



- | | |
|---------------------------------------|-----|
| 1 Restaurantes y alimentación | 29% |
| 2 Alojamiento | 25% |
| 3 Atractivos y actividades turísticas | 16% |
| 4 Transporte entre ciudades | 11% |
| 5 Compras | 9% |
| 6 Traslados dentro de una ciudad | 8% |
| 7 Otros | 2% |

Base: Total de vacacionistas motivados por probar la gastronomía que organiza su visita por cuenta propia.

Gasto del que usa paquete turístico



- Gasto en el paquete turístico
- Gastos adicionales

Base: Total de vacacionistas motivados por probar la gastronomía que usa paquete turístico.



Gasto diario promedio

US\$ 89

Vacacionista motivado por probar la gastronomía

US\$ 135

Otros vacacionistas

*El gasto del vacacionista motivado por probar la gastronomía no incluye el gasto en ticket aéreo y/o terrestre de entrada y salida del Perú.

EL VACACIONISTA QUE SE HOSPEDA EN HÓTELES DE 4 Y 5 ESTRELLAS

El 17% de los vacacionistas extranjeros se hospedó en hoteles de 4 y 5 estrellas durante el 2016.

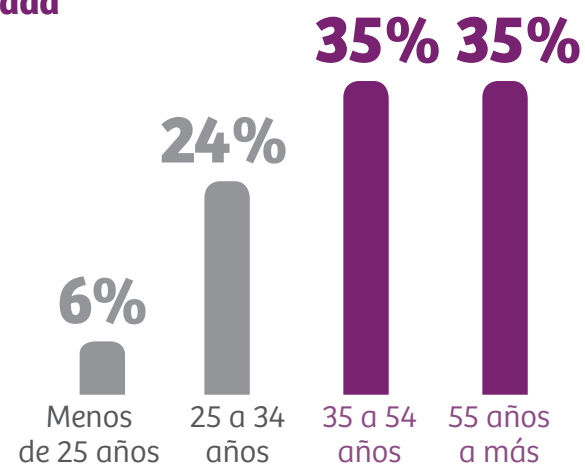


EL VACACIONISTA QUE SE HOSPEDA EN HOTELES DE 4 Y 5 ESTRELLAS

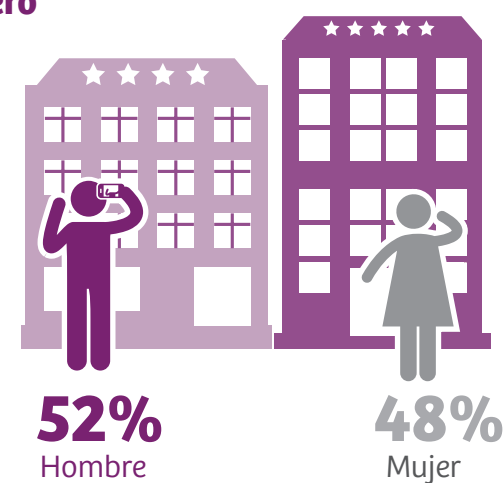
El vacacionista que se hospeda en hoteles de 4 y 5 estrellas tiene, en promedio, 47 años de edad, reside en la región anglosajona, cuenta con instrucción universitaria y está casado o es conviviente.

¿QUÉ CARACTERÍSTICA TIENE?

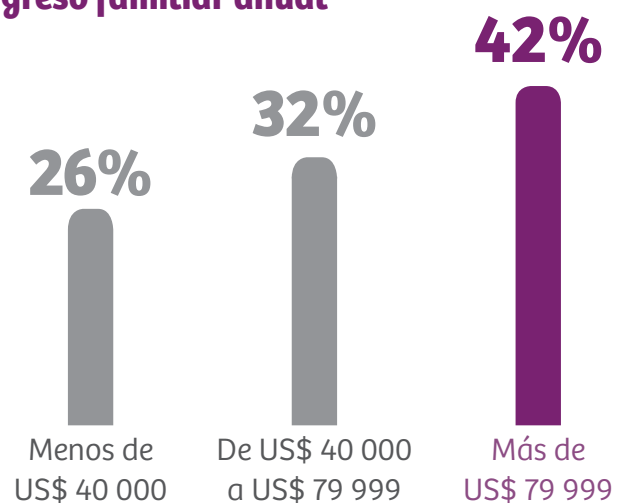
Edad



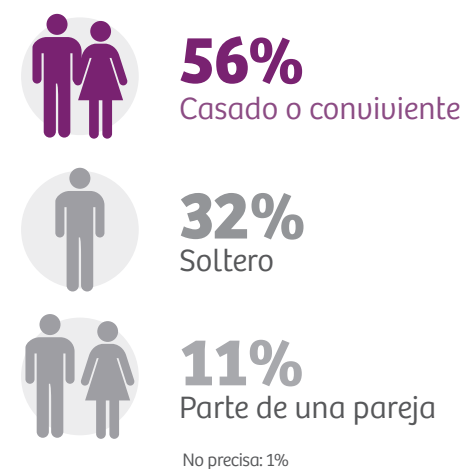
Género



Ingreso familiar anual

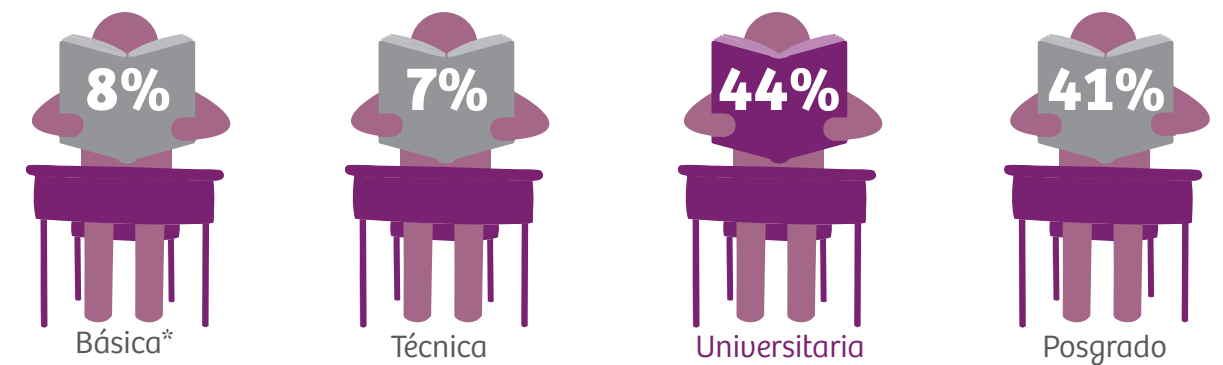


Estado civil



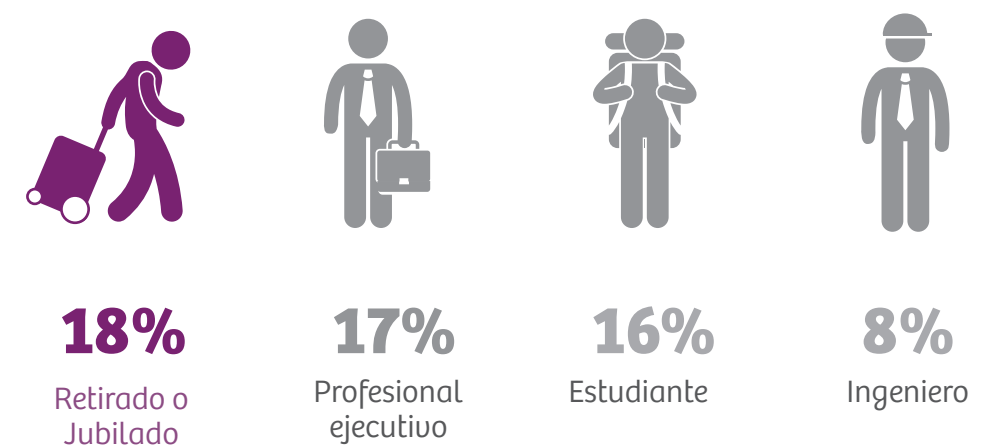
Base: Total de vacacionistas que se hospeda en hoteles de 4 o 5 estrellas y que declara sus ingresos.

Grado de instrucción

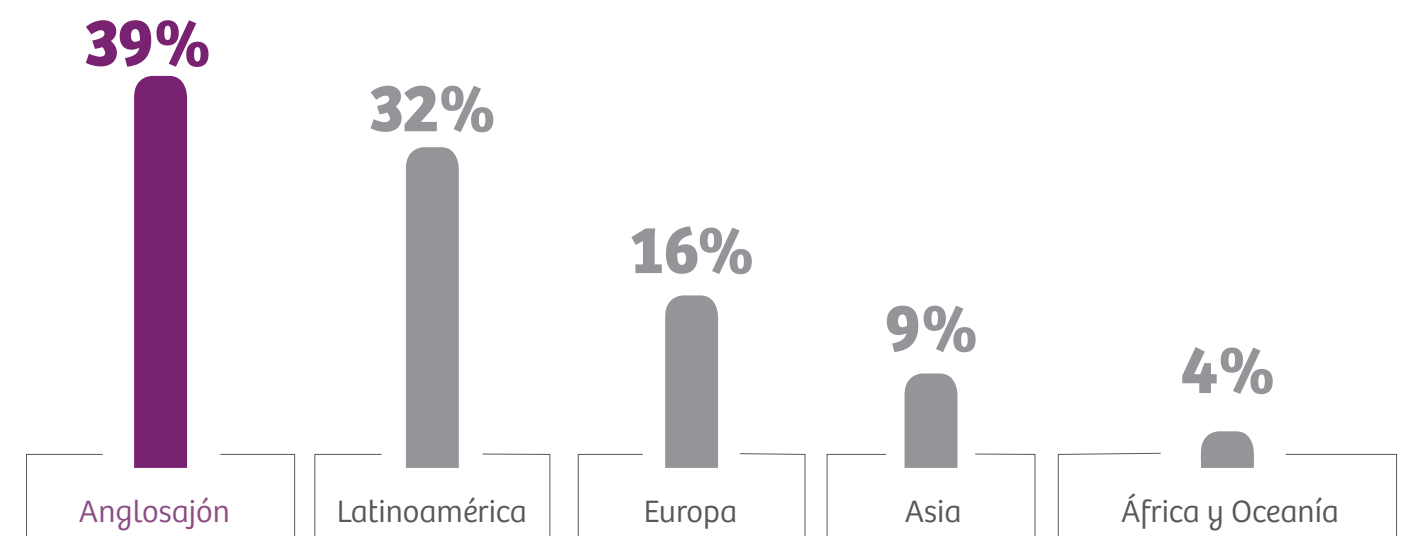


*La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

Ocupación



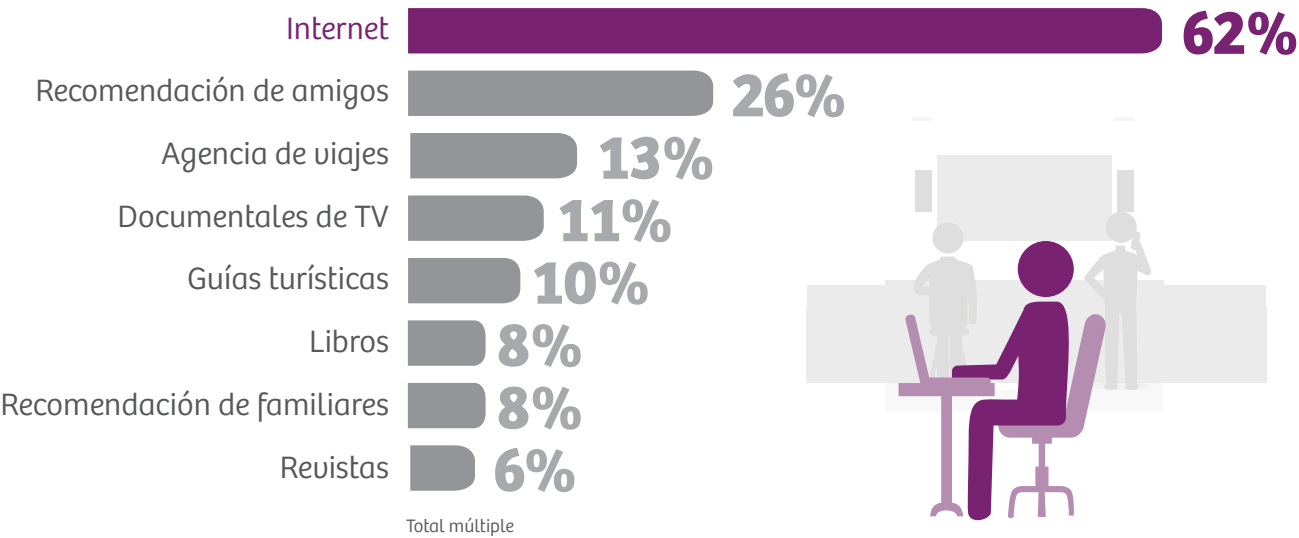
Región de residencia**



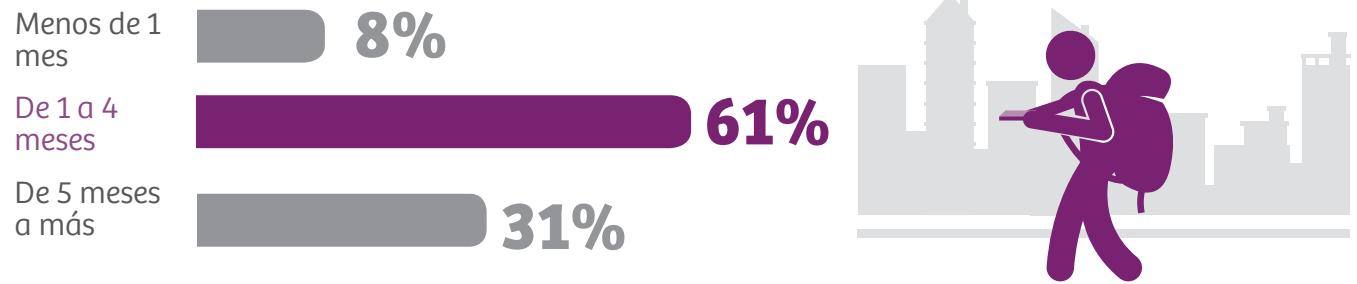
**Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.

¿CÓMO PLANIFICA SU VISITA AL PERÚ?

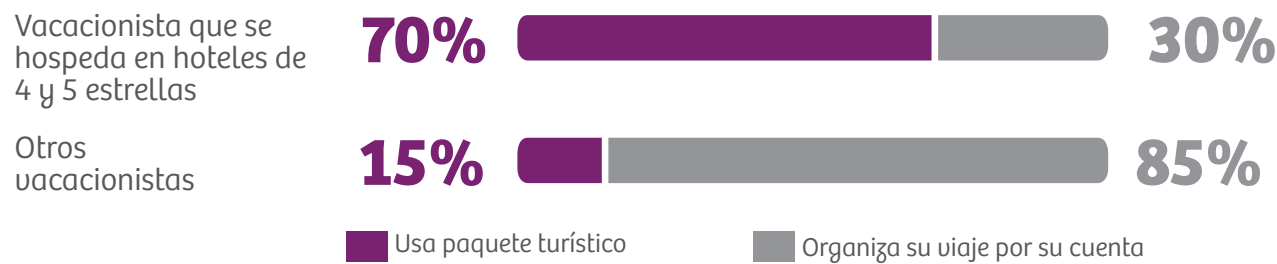
Medios de comunicación influyentes



¿Con cuánta anticipación compra su pasaje y/o paquete turístico?



Uso de paquetes turísticos

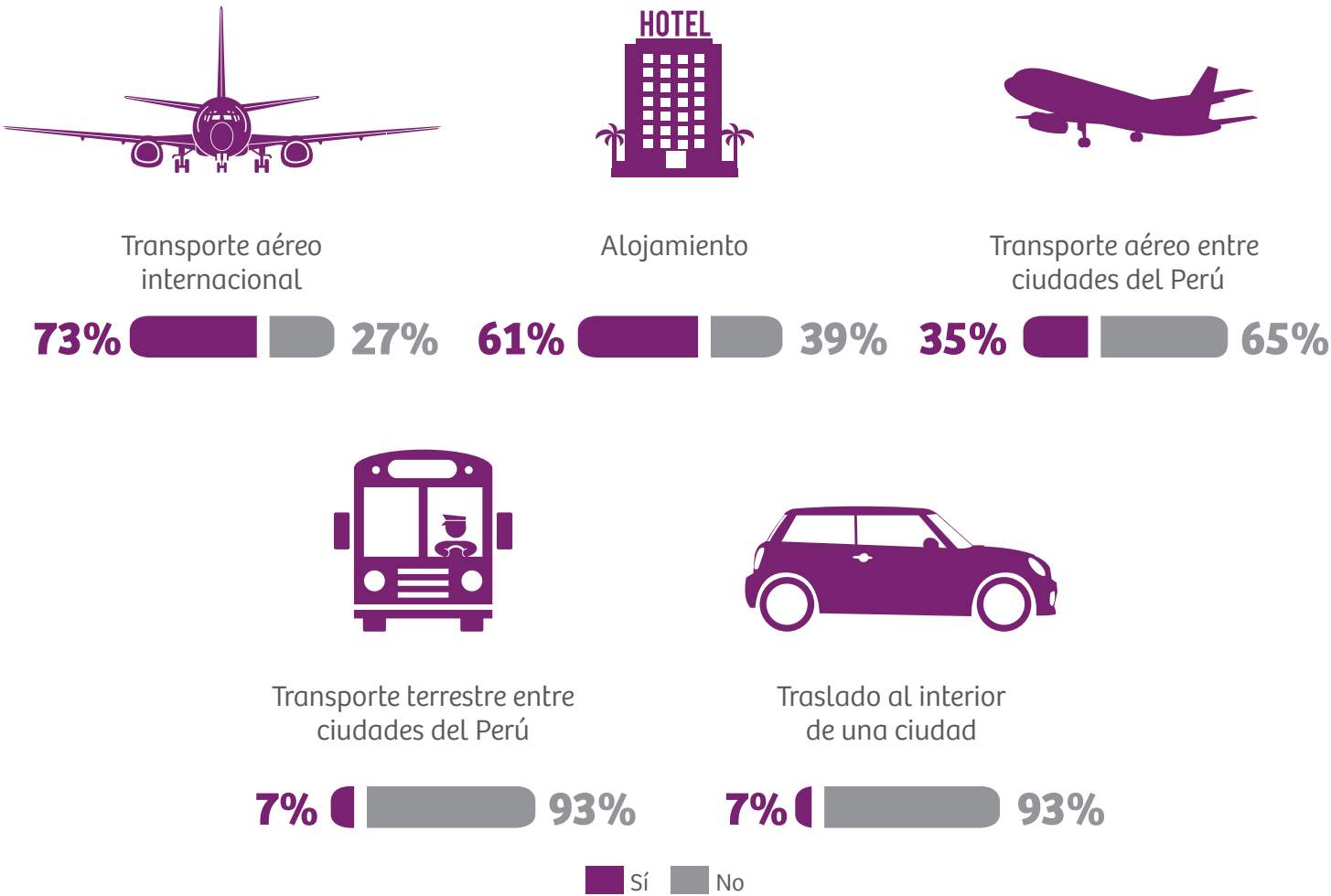


Uso de Internet para adquirir paquete turístico



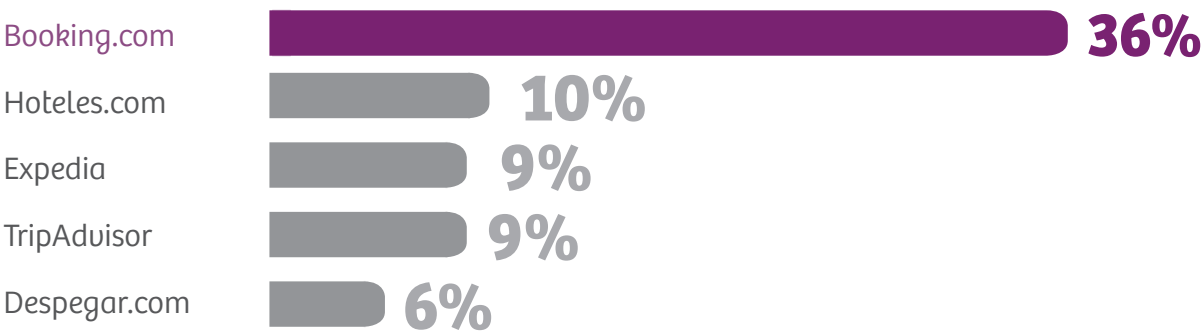
Base: Total de vacacionistas que se hospeda en hoteles de 4 o 5 estrellas y que usa paquete turístico.

Uso de Internet para adquirir servicios turísticos por cuenta propia



Total múltiple
Base: Total de vacacionistas que se hospeda en hoteles de 4 o 5 estrellas y que organiza su viaje por cuenta propia.

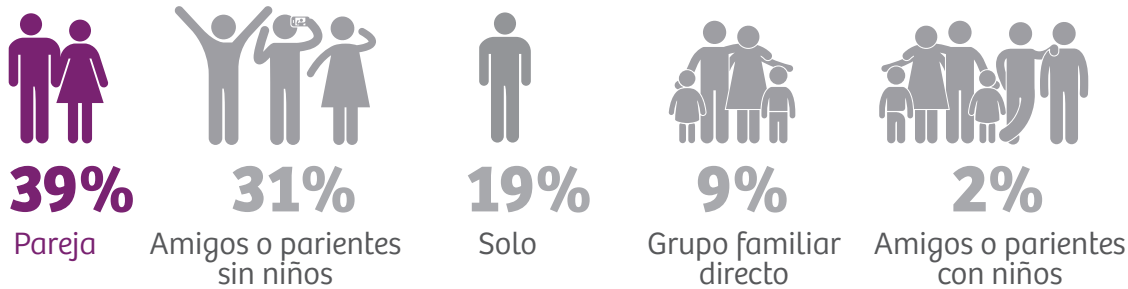
Principales páginas web utilizadas para adquirir alojamiento por cuenta propia



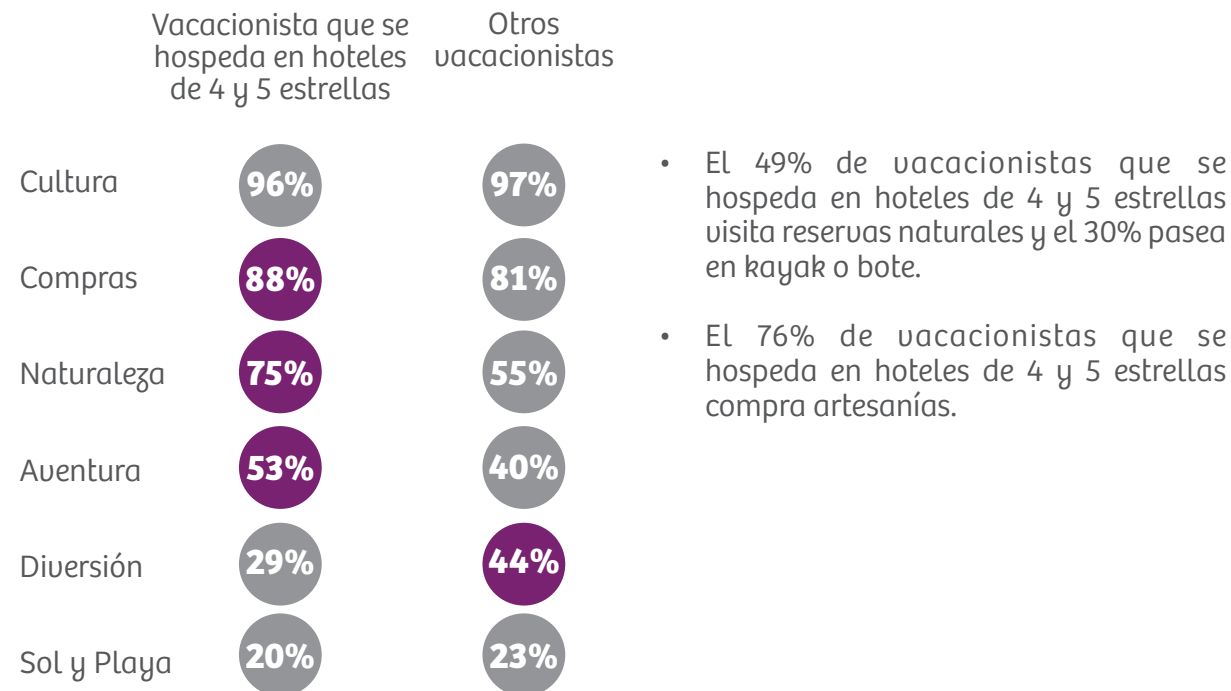
Base: Total de vacacionistas que se hospeda en hoteles de 4 o 5 estrellas y que organiza su viaje por cuenta propia.

¿CÓMO VIAJA?

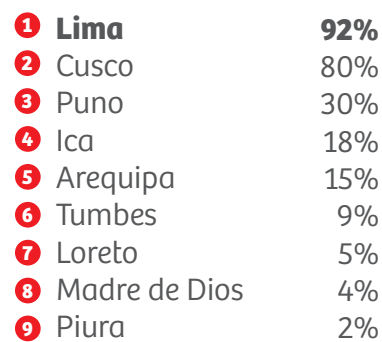
Grupo de viaje



¿Qué tipo de actividades realiza?



¿Qué regiones visita?



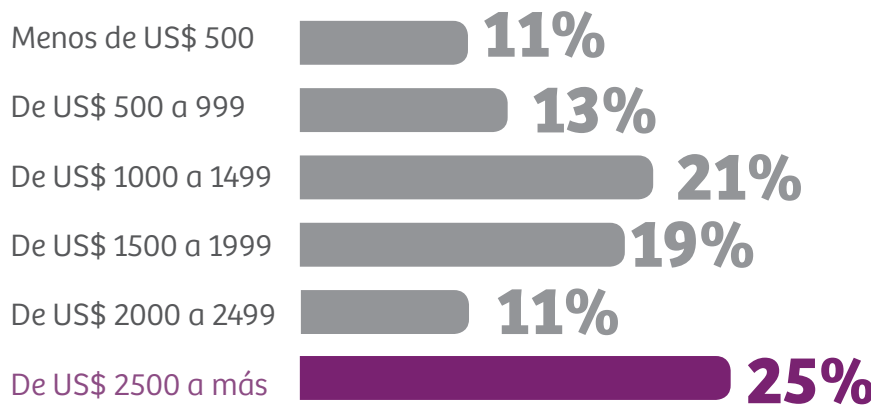
Total múltiple

¿Cuánto dura su visita?



¿CUÁNTO GASTA*?

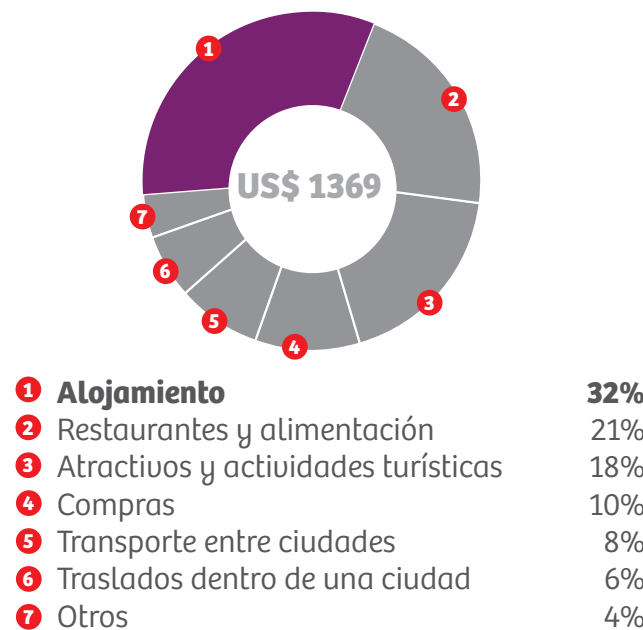
Gasto por vacacionista que se hospeda en hoteles de 4 y 5 estrellas



Gasto promedio



Gasto del que organiza su visita por cuenta propia

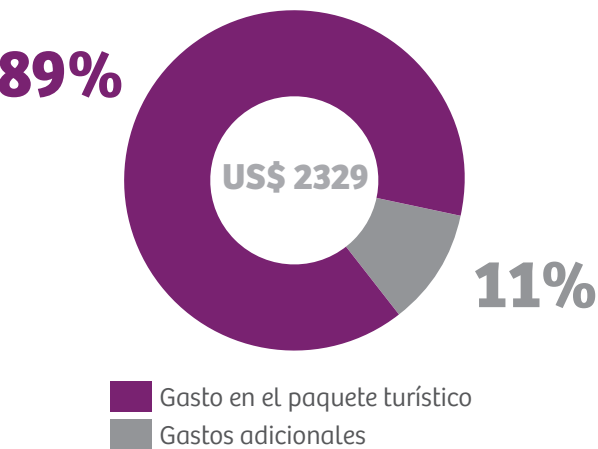


Base: Total de vacacionistas que se hospeda en hoteles de 4 y 5 estrellas que organiza su viaje por cuenta propia.

Gasto diario promedio



Gasto del que usa paquete turístico



Base: Total de vacacionistas motivados por probar la gastronomía que usa paquete turístico.



*El gasto del vacacionista motivado por probar la gastronomía no incluye el gasto en ticket aéreo y/o terrestre de entrada y salida del Perú.

4.

EL TURISTA DE NEGOCIOS

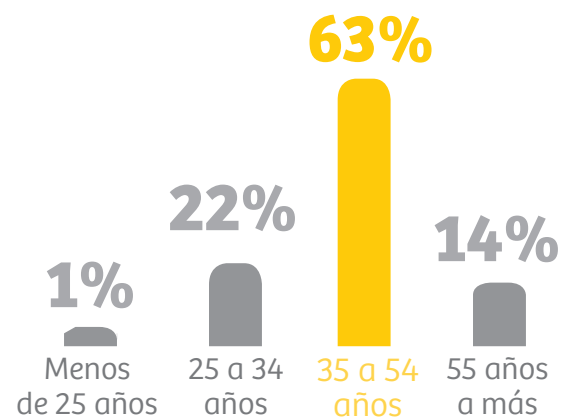
En el 2016, se registró la llegada de 0,49 millones de turistas de negocios. Este grupo representó el 14% de los turistas extranjeros.

EL TURISTA DE NEGOCIOS

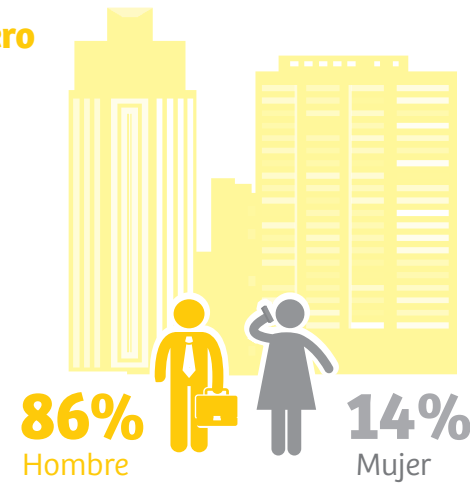
¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

El turista de negocios tiene, en promedio, 42 años y reside en Latinoamérica. Es de género masculino, es casado o conviviente y cuenta con instrucción universitaria o posgrado.

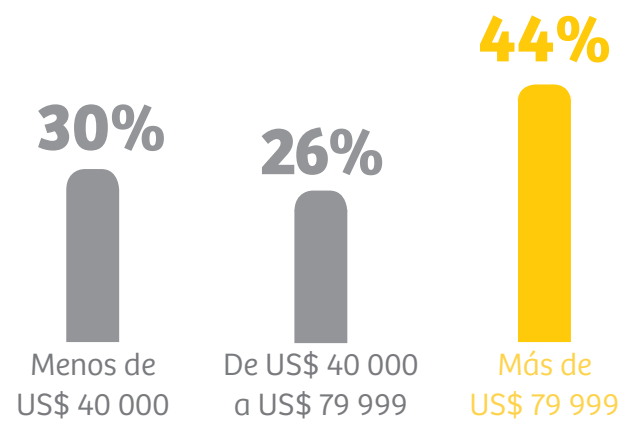
Edad



Género

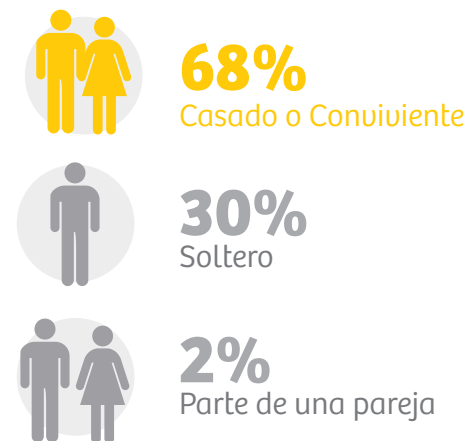


Ingreso familiar

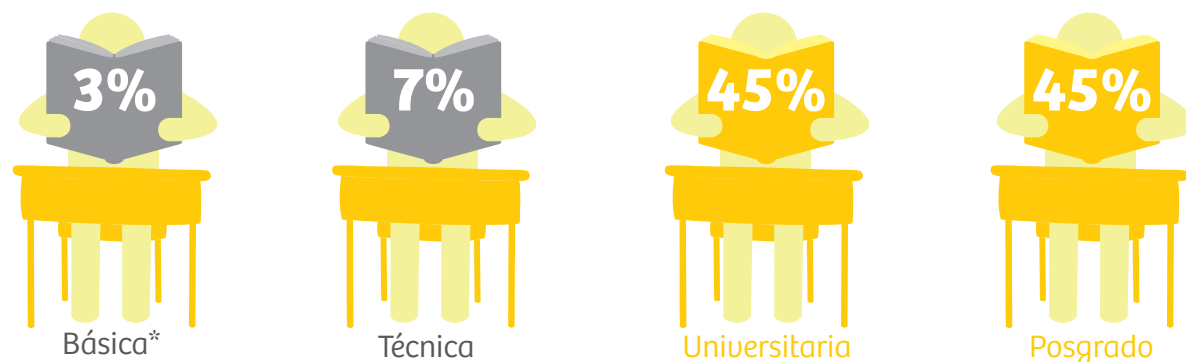


Base: Total de turistas de negocios que declara sus ingresos.

Estado civil

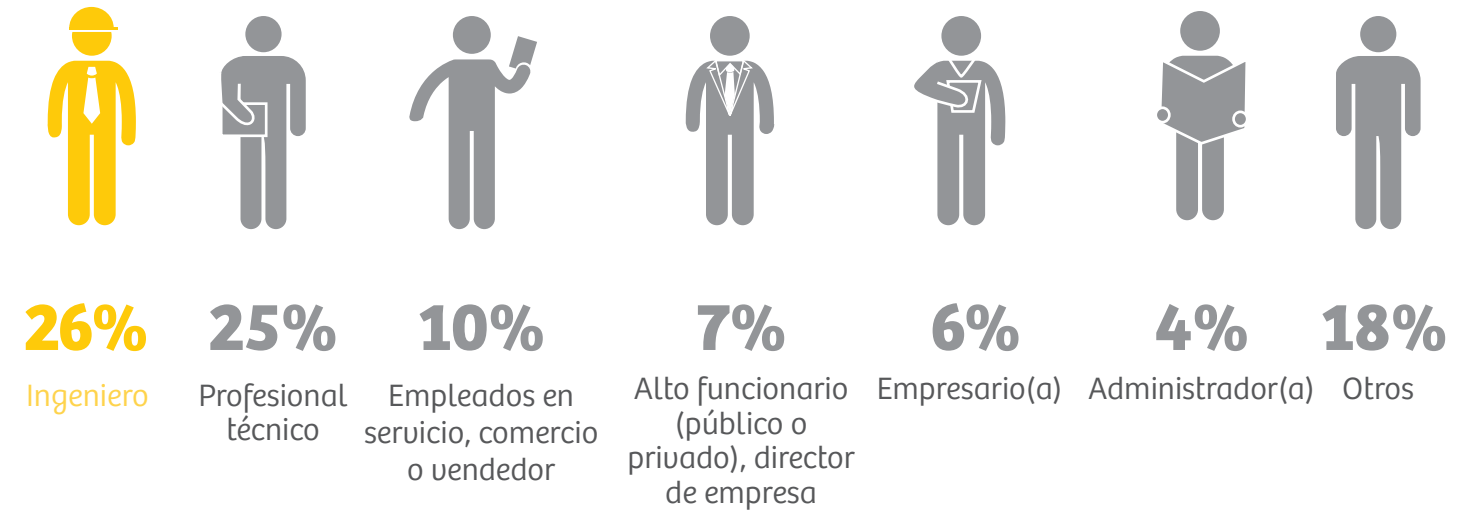


Grado de instrucción

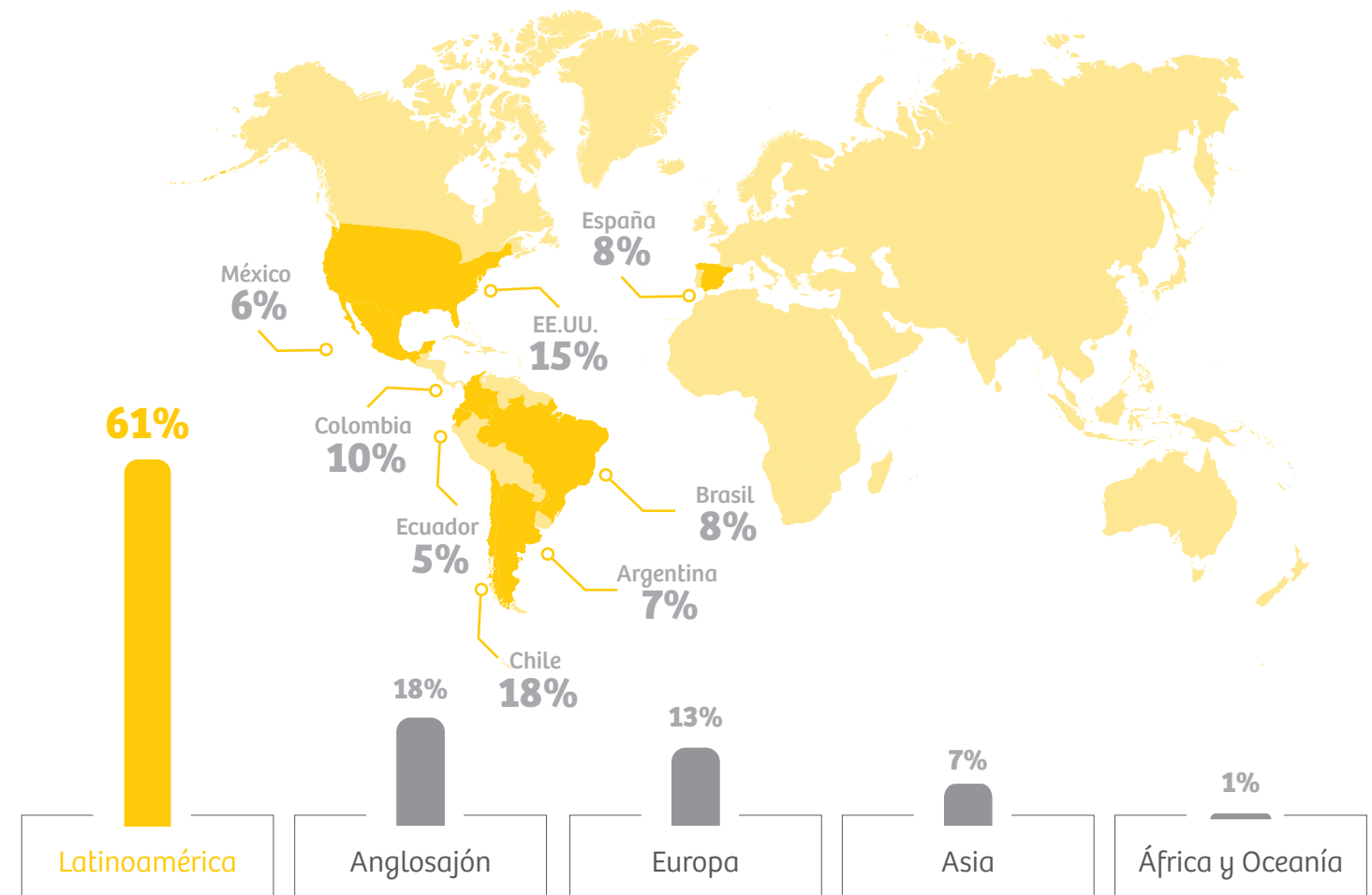


*La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

Ocupación



Región de residencia**

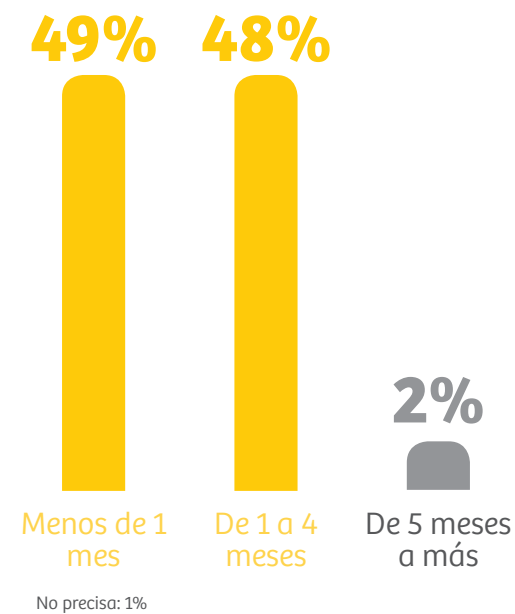


○ Base: Total de turistas de negocios.

**Latinoamérica incluye a América del Sur, Centroamérica y México. Anglosajón incluye a Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. Europa no incluye a Reino Unido.

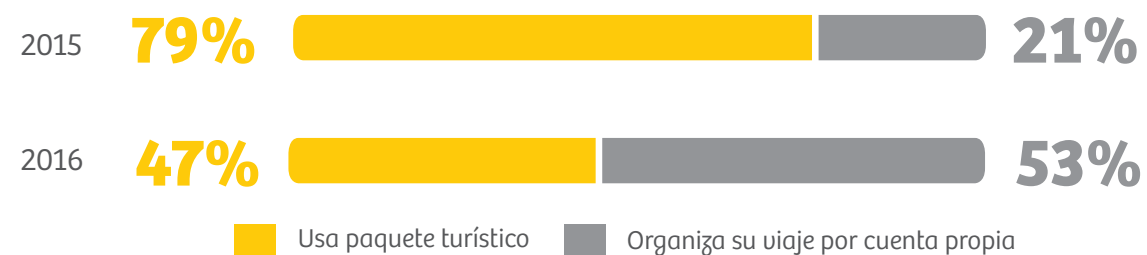
¿CÓMO PLANIFICA SU VISITA AL PERÚ?

¿Con cuánta anticipación compra su pasaje y/o paquete turístico?



Uso de paquetes turísticos

- La proporción de turistas que organiza su visita por su cuenta se incrementa 32 puntos porcentuales respecto al año anterior.



¿Quién decide qué servicios se contratan?



Base: Total de turistas de negocios que usa paquete turístico.

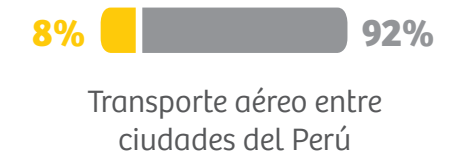
¿Quién compra el paquete turístico?



- El 6% adquiere su paquete turístico por Internet.

Base: Total de turistas de negocios que usa paquete turístico.

Uso de Internet para adquirir servicios turísticos por cuenta propia



Base: Total de turistas de negocios que organiza su viaje por cuenta propia.

Principales páginas web utilizadas para adquirir alojamiento por cuenta propia



Base: Total de turistas de negocios que organiza su viaje por cuenta propia.

¿CÓMO VIAJA?

94%

de los turistas de negocios ingresa a nuestro país por el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez.

81%

solo incluye al Perú en su itinerario de viaje.

72%

viaja sin acompañantes.

¿Qué regiones visita?

1	Lima	95%
2	Cusco	6%
3	Tacna	5%
4	Arequipa	5%
5	Ica	4%
6	Piura	4%
7	La Libertad	3%

Total múltiple

¿Dónde se aloja?

Hotel 4 o 5 estrellas	61%
Hotel u hostel 3 estrellas	28%
Hotel u hostel 1 o 2 estrellas	7%
Casa de familiares o amigos	4%
Alojamiento de la empresa	2%

Total múltiple

Gasto promedio

US\$ 1285

¿Qué actividades realiza en Lima?

Asistir a restaurantes	93%
Pasear por la ciudad	59%
Visitar parques o plazas	31%
Comprar artesanías	27%
Visitar centros comerciales	20%

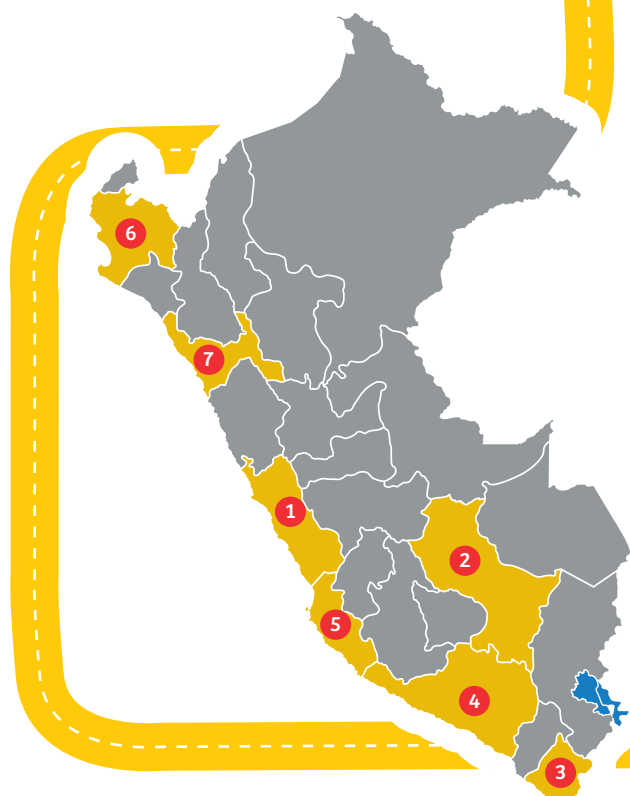
Total múltiple
Base: Total de turistas extranjeros que visitan Lima por motivo de negocios.

¿Cuánto dura su visita?

7 noches

¿Cuántas noches, en promedio, extiende su visita para vacacionar?

3 noches



5.

EL TURISTA DE FRONTERA

Durante el 2016, 185 671 turistas ecuatorianos ingresaron al Perú por el Centro Binacional de Atención en Frontera (CEBAF), lo que generó un movimiento económico de US\$ 65,9 millones.

Por su parte, 830 286 turistas chilenos ingresaron a nuestro país por el puesto de control fronterizo de Santa Rosa, lo que generó un movimiento económico de US\$ 190,7 millones.

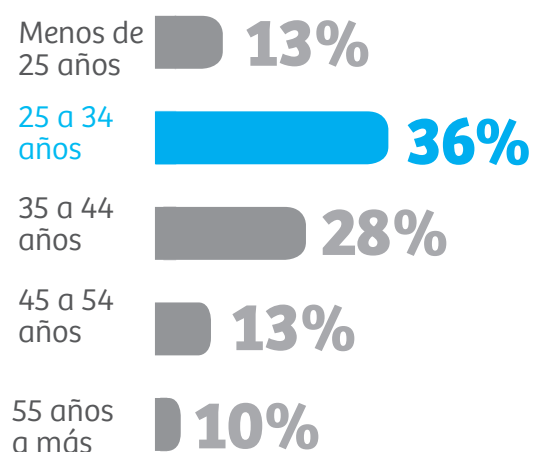


EL TURISTA ECUATORIANO DE FRONTERA

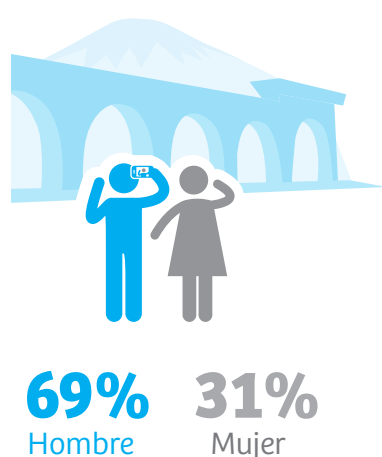
¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

El turista ecuatoriano de frontera tiene, en promedio, 36 años. Es de género masculino, cuenta con instrucción universitaria y se encuentra casado o es conviviente.

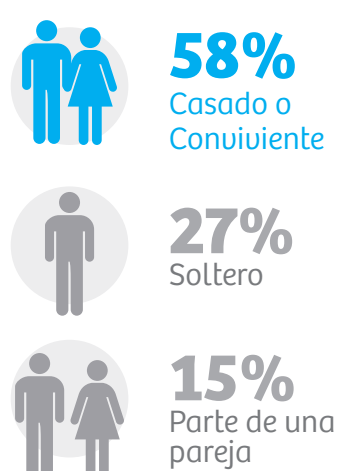
Edad



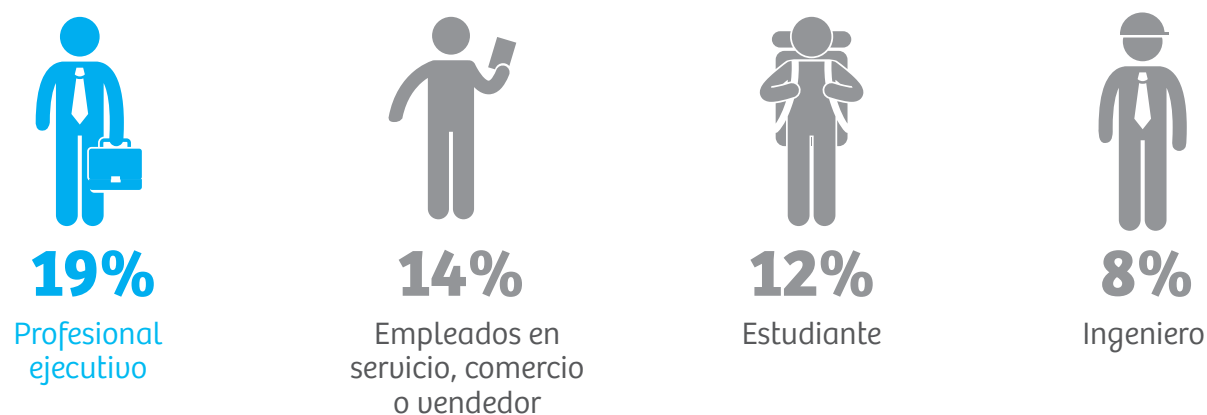
Género



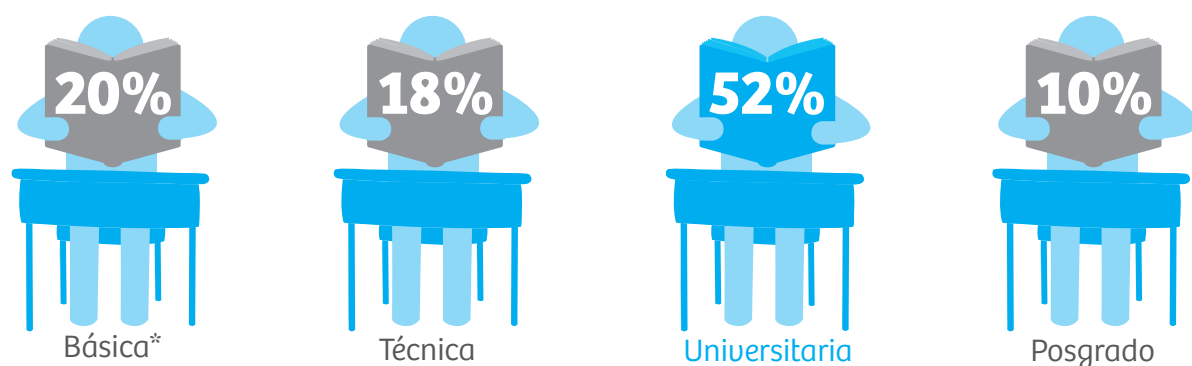
Estado civil



Ocupación



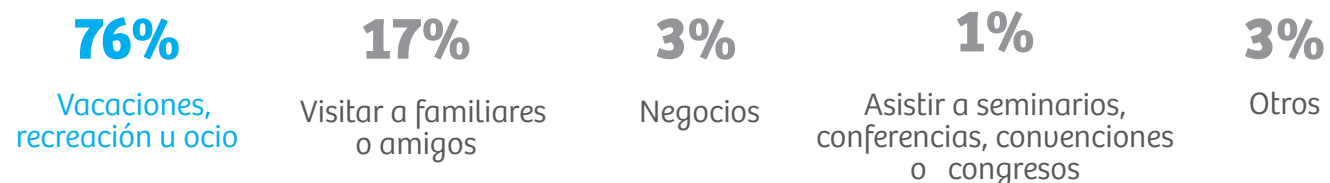
Grado de instrucción



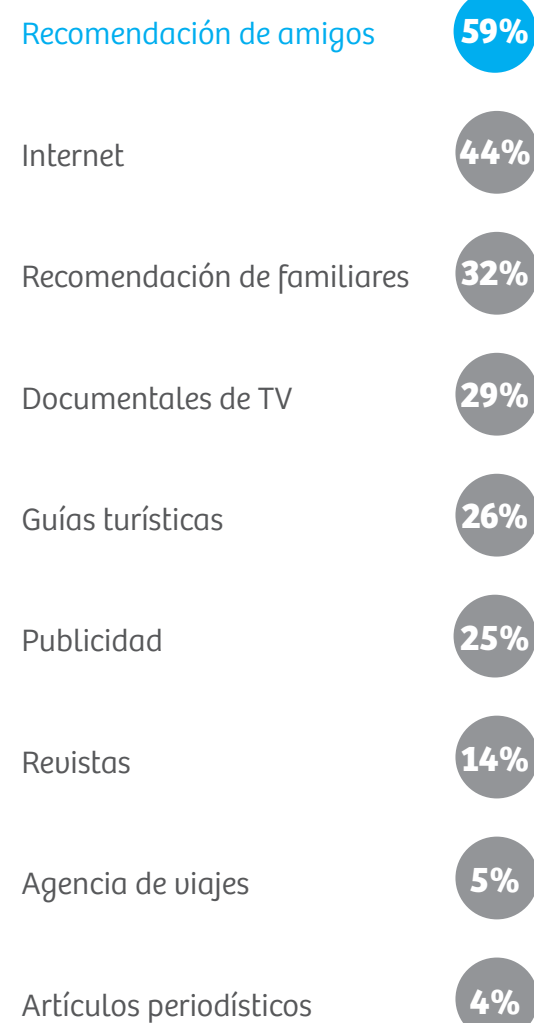
*La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

¿CÓMO PLANIFICA SU VISITA AL PERÚ?

¿Por qué visita el Perú?



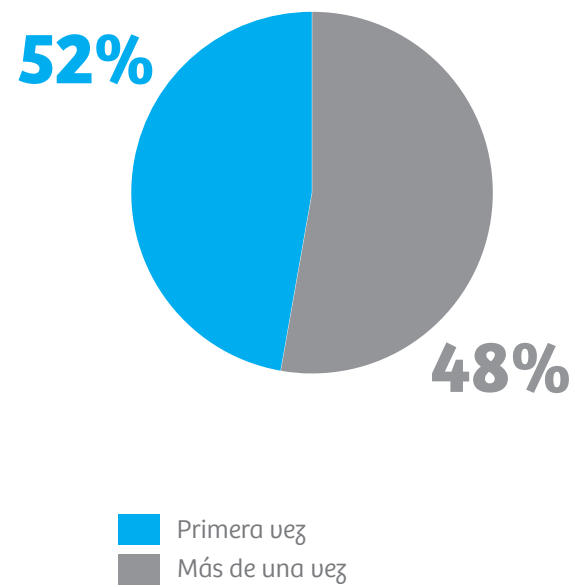
¿Qué medios influyen en la elección de su destino?



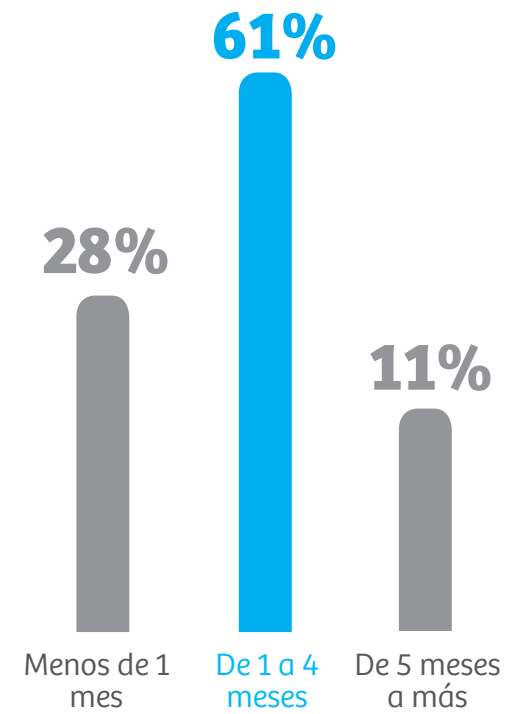
Total múltiple



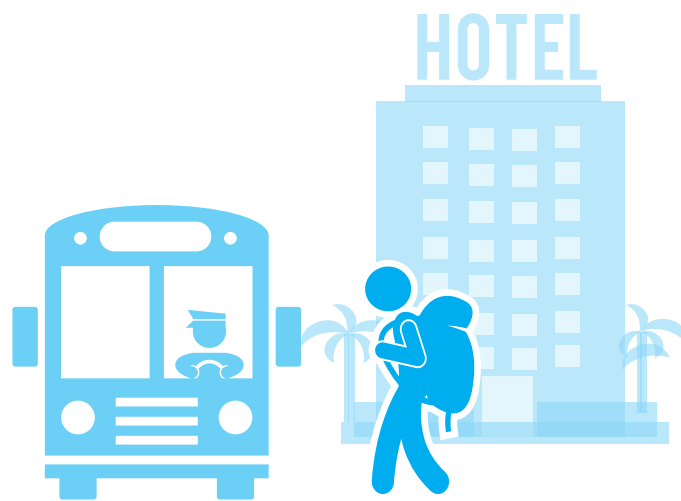
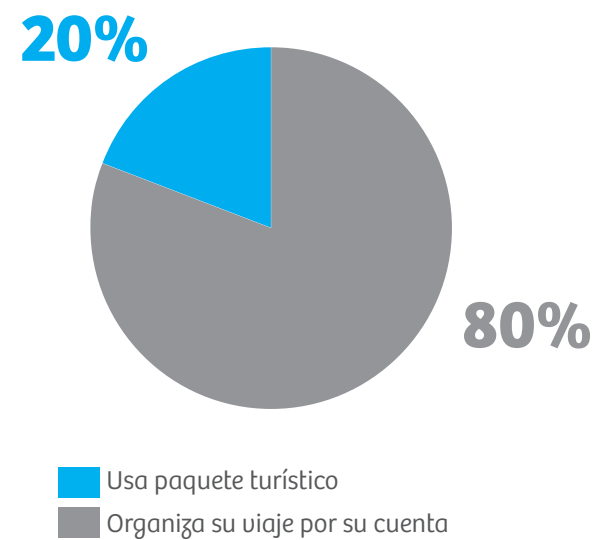
¿Cuántas veces ha venido al Perú?



¿Con cuánta anticipación compra su pasaje y/o paquete turístico?

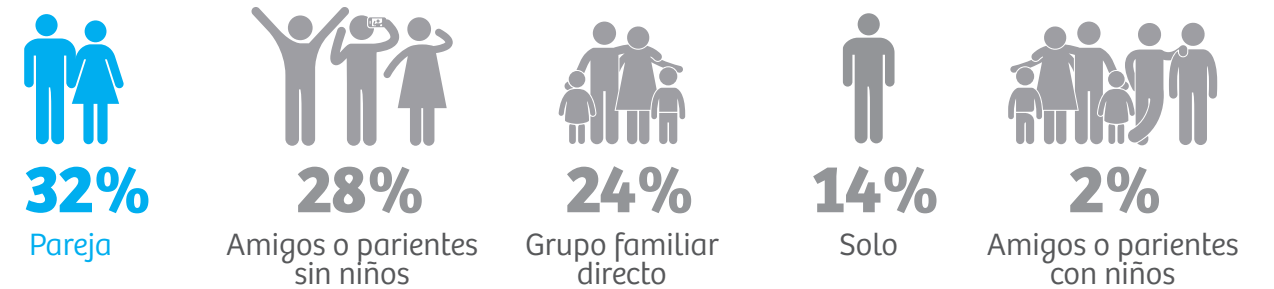


¿Usa paquete turístico?



¿CÓMO VIAJA?

Grupo de viaje



¿Qué regiones visita?

1	Tumbes*	99%
2	Piura	40%
3	Lima	16%
4	Cusco	2%
5	Lambayeque	1%
6	La Libertad	1%
7	Arequipa	1%

Total múltiple

*El 1% de los turistas ecuatorianos que salieron por frontera estuvieron de tránsito en Tumbes.



¿Dónde se aloja?

Hotel de 4 o 5 estrellas	15%
Hotel u hostel de 3 estrellas	37%
Hotel u hostel de 1 o 2 estrellas	34%
Casa de familiares o amigos	17%
Casa o departamento alquilado	2%

Total múltiple



¿Cuánto dura su visita?

6 noches



¿Cuánto gasta?

- En promedio, el turista ecuatoriano de frontera gasta US\$ 335 durante su visita al Perú.

80%

Menos de
US\$ 500

18%

De US\$ 500
a 999

2%

De US\$ 1000
a 1499

¿Qué tipo de actividades realiza?



85%

Cultura



84%

Sol y playa



51%

Compras



33%

Diversión y
entretenimiento

31%

Naturaleza



5%

Aventura

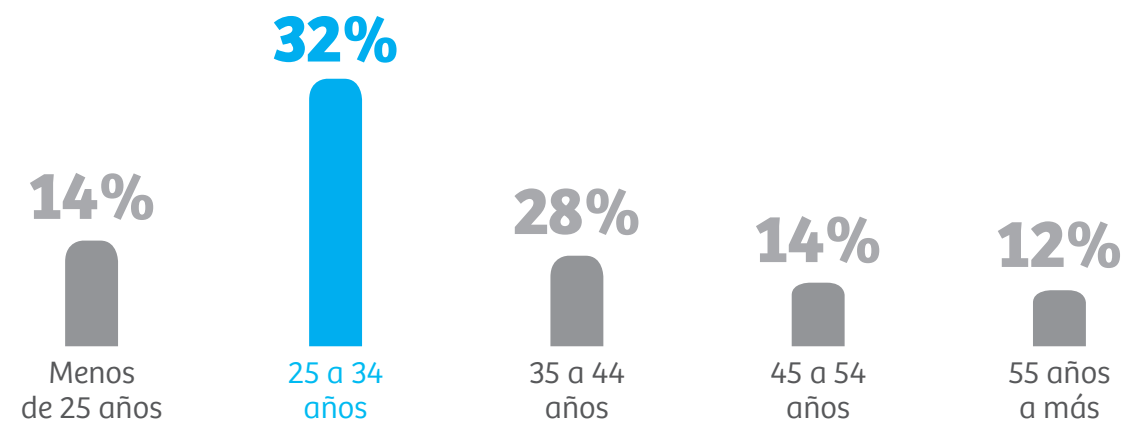
Total múltiple

EL TURISTA CHILENO
DE FRONTERA

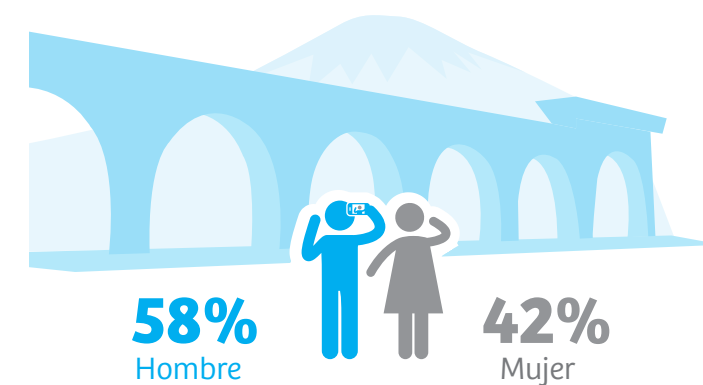
¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE?

El turista chileno de frontera tiene, en promedio, 38 años, es soltero y de género masculino. Cuenta con instrucción universitaria.

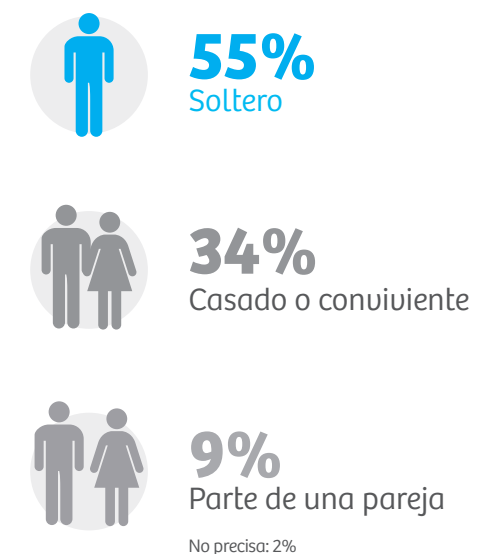
Edad



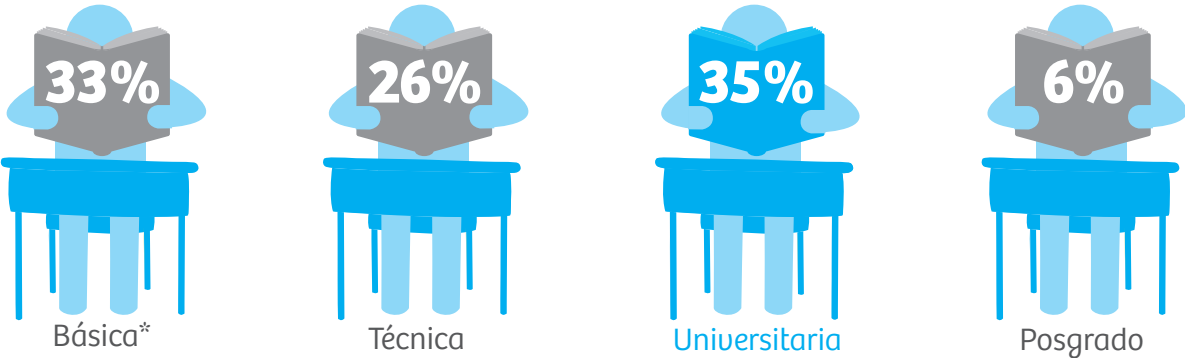
Género



Estado civil

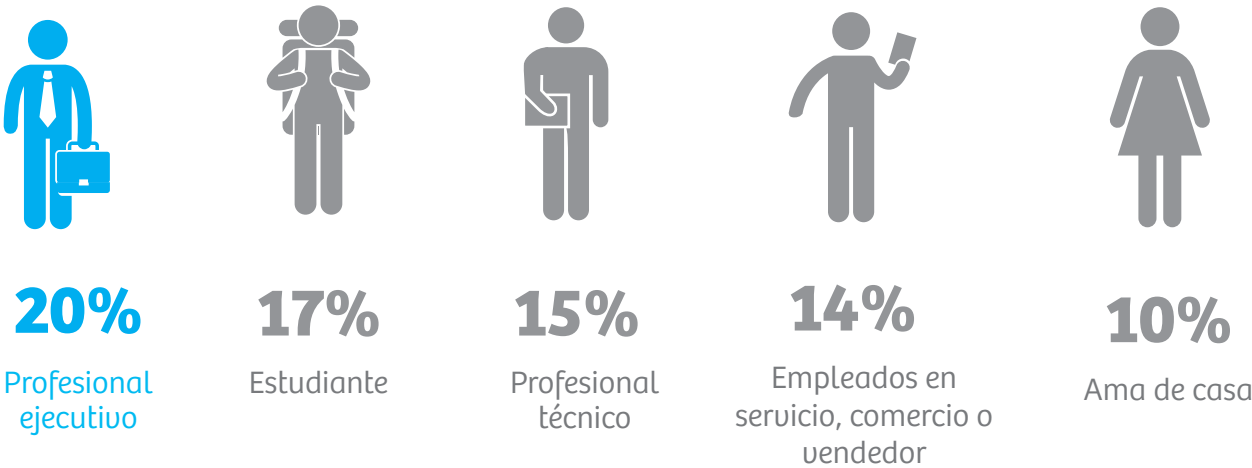


Grado de instrucción



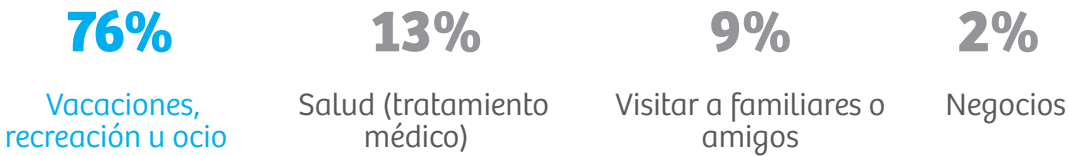
*La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

Ocupación

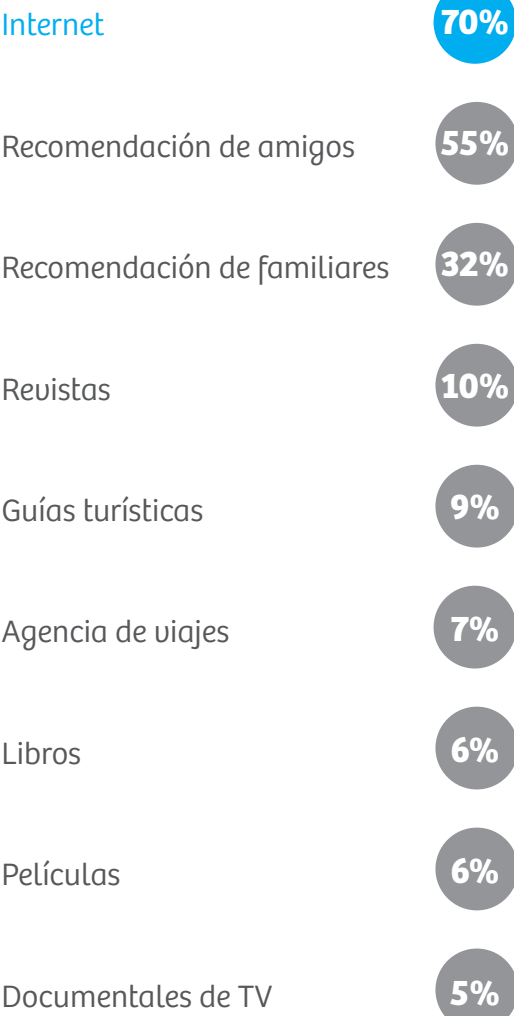


¿CÓMO PLANIFICA SU VISITA AL PERÚ?

¿Por qué visita el Perú?



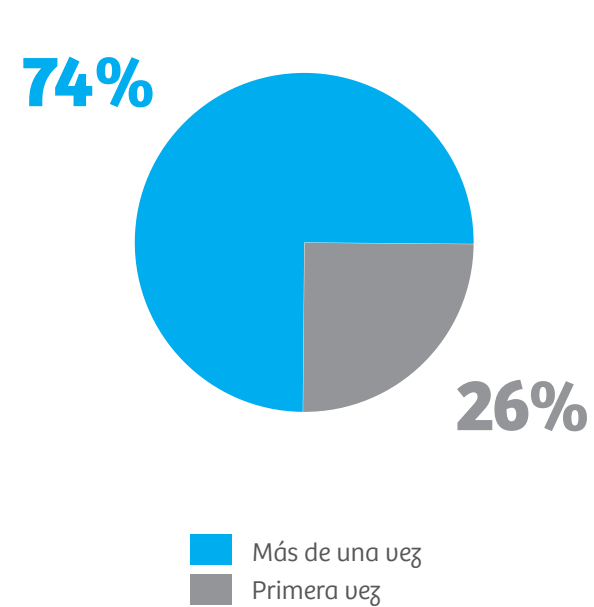
¿Qué medios influyen en la elección de su destino?



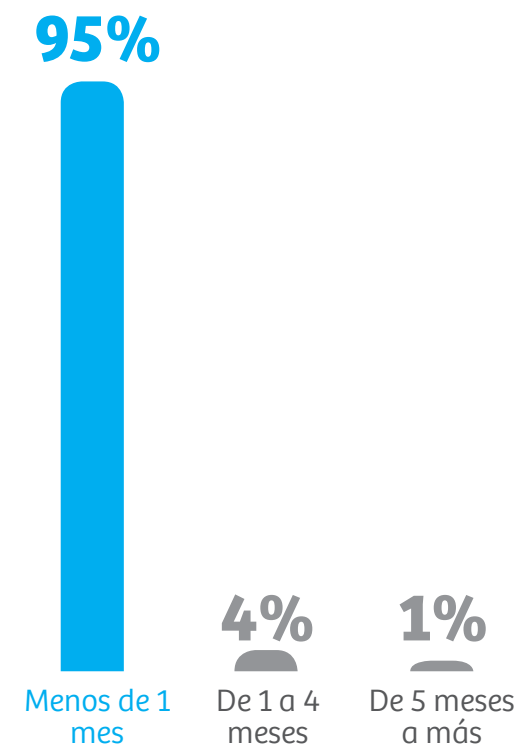
Total múltiple



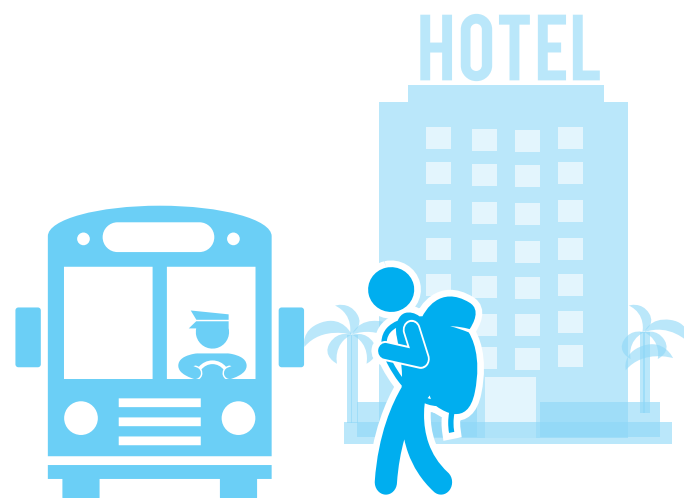
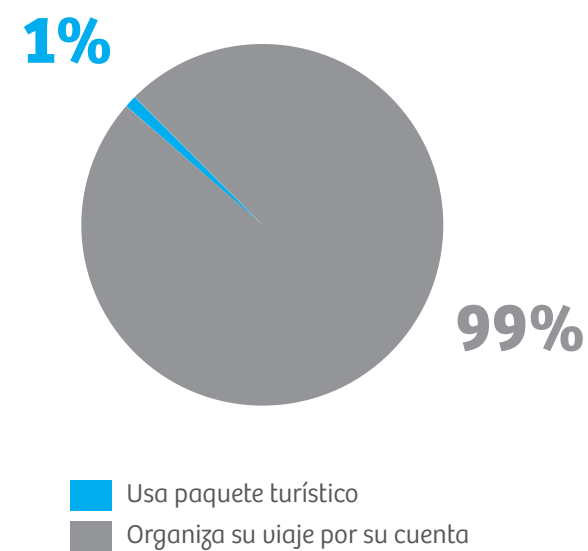
¿Cuántas veces ha venido al Perú?



¿Con cuánta anticipación compra su pasaje y/o paquete turístico?

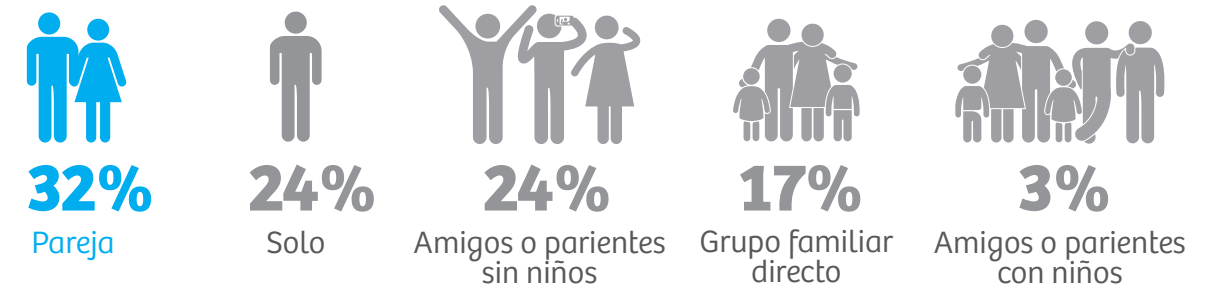


¿Usa paquete turístico?



¿CÓMO VIAJA?

Grupo de viaje



¿Qué regiones visita?

1	Tacna	100%
2	Arequipa	14%
3	Cusco	13%
4	Lima	9%
5	Puno	5%
6	Piura	2%
7	Moquegua	2%
8	Ica	1%
9	La Libertad	1%
10	Ancash	1%
11	Lambayeque	1%

Total múltiple



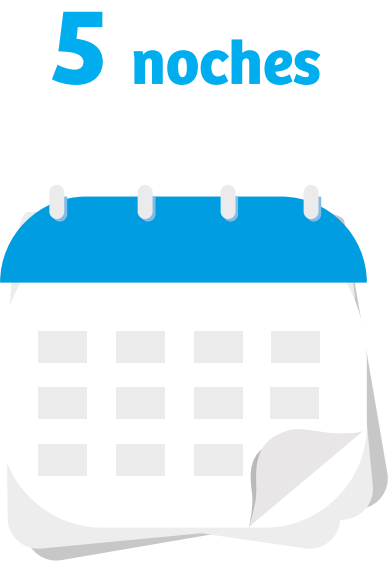
¿Dónde se aloja?

Hotel u hostel de 3 estrellas	14%
Hotel u hostel de 1 o 2 estrellas	79%
Casa de familiares o amigos	11%
Hostel o albergue	2%

Total múltiple

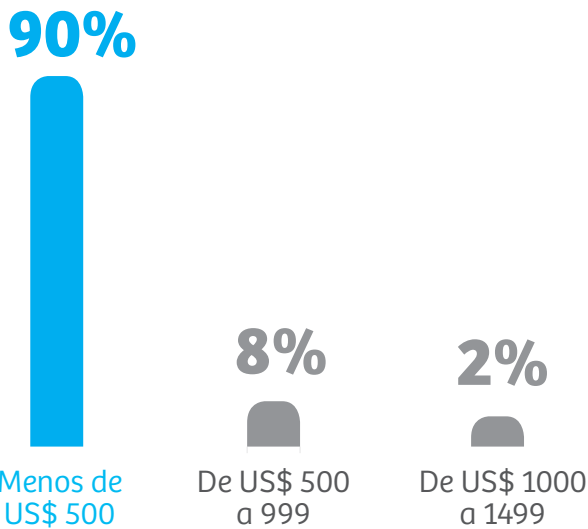


¿Cuánto dura su visita?



¿Cuánto gasta?

- En promedio, el turista chileno de frontera gasta US\$ 230 durante su visita al Perú.



¿Qué tipo de actividades realiza?



98%
Cultura



81%
Compras



50%
Diversión y entretenimiento



24%
Naturaleza



9%
Aventura



7%
Sol y playa

Total múltiple

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 servicios turísticos y el usuario.

APEC

El Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico, o APEC por sus siglas en inglés, es un foro multilateral creado en 1989 con el fin de consolidar el crecimiento y la prosperidad de los países del Pacífico. Anualmente se celebran reuniones de los países miembros en las que alguno de ellos es el anfitrión. El Perú es miembro de este foro.

Atractivo turístico

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

Destino turístico

Lugar visitado durante el viaje.

Gasto del turista

Egresos por los consumos realizados por un turista durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Se excluyen de este cálculo ciertos desembolsos como compras para fines comerciales, inversiones de capital (terrenos, casas, fincas y bienes tales como automóviles, remolques y barcos), donaciones a instituciones, y efectivo entregado a familiares o amigos durante el viaje de vacaciones, siempre que no represente el pago por bienes turísticos.

Gastronomía

Es el arte de preparar una buena comida. Se le reconoce como un atractivo turístico.

Grupo de viaje

Visitantes que se desplazan juntos durante parte de su viaje o la totalidad de este. Es el turista que visita el país por recreación u ocio y gasta más de US\$ 1000 en el transcurso de su estadía.

Instrucción básica

Instrucción escolar, comprende la primaria y secundaria.

Mejor prospecto de vacacionista

Es el turista que visita el país por recreación u ocio y gasta más de US\$ 1000 en el transcurso de su estadía.

Mercado emisor

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

Motivo de viaje

A continuación se detallan los más frecuentes:

• **Vacaciones, recreación u ocio**

Son viajes programados por motivos de descanso o diversión y costeados 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 esta no es la razón principal del viaje.

• **Visitas a familiares y amigos**

Se refiere a los viajes sociales que, en ciertos casos, tienen como finalidad participar de compromisos o reuniones como matrimonios, bautizos o funerales.

• **Negocios**

Son viajes realizados por exigencias relacionadas con la ocupación del viajero o la actividad económica de la empresa para la que trabaja. La decisión de efectuarlo y el financiamiento corresponden a alguien diferente al viajero mismo, como su empresa.

• **Salud**

Hace referencia a los viajes por tratamientos de salud. Incluyen, básicamente, la visita a clínicas, hospitales, consultorios médicos, centros de mantenimiento físico, baños de mar terapéuticos o cualquier otro tratamiento o cura relacionado con el bienestar físico y mental del paciente.

País de residencia

Es el país donde ha vivido una persona durante el último año; es decir, los últimos 12 meses.

País emisor

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

Paquete turístico

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

Posgrado

Estudios universitarios de especialización posteriores a la graduación o licenciatura. Incluye, maestrías, doctorados y otros similares.

Servicio turístico

Se refiere a todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a sus proveedores, como agencias de viaje y operadores turísticos. 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

Conjunto de actividades llevadas a cabo 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 cultural

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

Turismo de aventura

Tipo de turismo que permite estar en contacto con la naturaleza, pero haciendo grandes esfuerzos y practicando actividades de alto riesgo que, por lo general, implican desafiar la geografía del lugar.

Turismo de naturaleza

Tipo de turismo que da la oportunidad de recorrer áreas naturales para admirar la flora y fauna del lugar, así como su biodiversidad y medioambiente.

Turismo de sol y playa

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

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.

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 12 meses consecutivos. Su principal motivo de viaje no está relacionado con el desarrollo de actividades remuneradas o con residir en el lugar de destino.

Vacacionista

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

Turista de negocios

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

Turista de frontera

Turista que ingresó al Perú por un puesto de control en una frontera terrestre.

Visitante

Toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, por una duración inferior a 12 meses consecutivos y por motivos que no suponen efectuar 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.

Universo

Turistas extranjeros de 15 años a 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.

Metodología

Encuestas por intercepción en el Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (Lima), Puesto de Control Migratorio (Tacna), Puesto de Control Migratorio de Kasani (Puno) y Centro Binacional de Atención Fronteriza- CEBAF (Tumbes)

Muestra

Se realizaron un total de 6223 encuestas, distribuidas para cada ciudad de la siguiente manera:

- Lima: 4594 encuestas
- Tacna: 547 encuestas
- Puno: 510 encuestas
- Tumbes: 572 encuestas

Campo

El trabajo de campo se efectuó en los meses que se detallan a continuación:

- Primera medición: mayo 2016
- Segunda medición: agosto 2016
- Tercera medición: noviembre 2016
- Cuarta medición: febrero 2017



La colección El Turismo en Cifras consta de una serie de publicaciones que reúnen una amplia gama de información estadística, estudios y análisis de segmentos específicos. El objetivo es poner el conocimiento al servicio de empresas, organismos e instituciones relacionados con este sector, así como autoridades, estudiantes y público en general, interesados en el tema. En esta entrega presentamos el Perfil del Turista Extranjero 2016: un estudio de las características, usos, intereses y motivaciones de los residentes extranjeros que visitan nuestro país.

www.promperu.gob.pe/turismoin