

Perfil del Turista Extranjero que visita Lima - 2017

I. Características Sociodemográficas

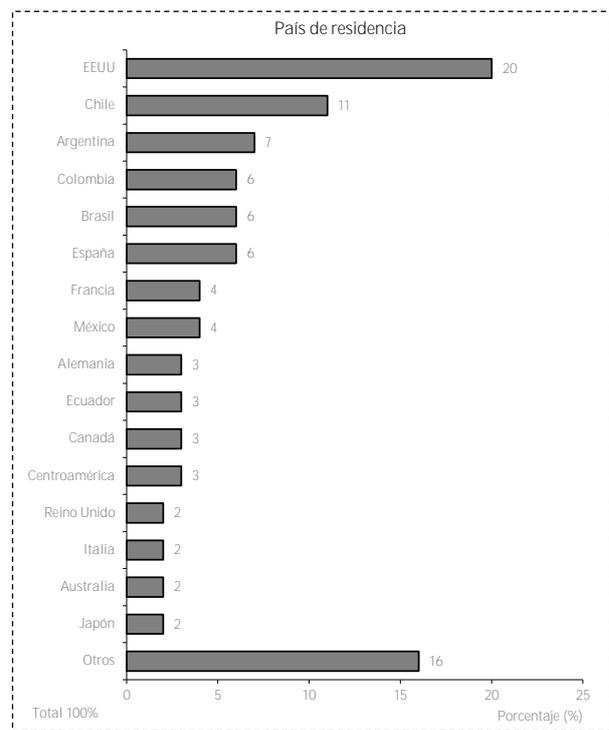
Sexo	%
Masculino	64
Femenino	36
Total 100%	

Edad	%
De 15 a 24 años	15
De 25 a 34 años	33
De 35 a 44 años	21
De 45 a 54 años	16
De 55 a 64 años	10
De 65 años a más	5
Total 100%	

Estado Civil	%
Soltero	48
Casado o conviviente	42
Parte de una pareja no casado ni conviviente	9
No precisa	1
Total 100%	

Grado de Instrucción	%
Primaria	1
Secundaria	11
Técnica	10
Universitaria	45
Post Grado	12
Maestría	17
Doctorado	4
Total 100%	

Ocupación	%
Profesional ejecutivo	19
Estudiante	12
Ingeniero(a)	10
Empleado en servicio, comercio, vendedor	5
Retirado/jubilado	5
Profesional técnico	4
Profesor(a)	4
Empleado(a)	4
Administrador(a)	4
Doctor(a)	3
Empresario(a)	3
Alto funcionario (público o privado), director de empresa	2
Enfermero(a) / auxiliar de enfermería	2
Otros	15
Total 100%	



Tenencia de hijos	%
No tengo hijos	60
Tengo hijos de 0 a 14 años	18
Tengo hijos de 15 a 18 años	6
Tengo hijos mayores de 18 años que viven en casa	7
Tengo hijos mayores de 18 años que viven de manera independiente	16
Total múltiple	

Ingreso familiar anual	%
Menos de US\$ 20,000	18
De US\$ 20,000 a US\$ 39,999	19
De US\$ 40,000 a US\$ 59,999	16
De US\$ 60,000 a US\$ 79,999	13
De US\$ 80,000 a US\$ 99,999	10
De US\$ 100,000 a US\$ 119,999	7
De US\$ 120,000 a US\$ 139,999	4
De US\$ 140,000 a US\$ 159,999	4
De US\$ 160,000 a US\$ 179,999	2
De US\$ 180,000 a US\$ 199,999	2
US\$ 200,000 o más	5
Total 100%	

II. Aspectos Previos del Viaje

¿Hace cuántos meses compró su pasaje y /o paquete para realizar este viaje?	%
Menos de 1 mes	22
De 1 a 4 meses	58
De 5 a 8 meses	14
De 9 a 12 meses	3
Más de 12 meses	2
No responde	1
Total 100%	

Modalidad de viaje	%
Viajó por cuenta propia	66
Adquirió un paquete turístico	34
Total 100%	

¿Cómo adquirió su paquete turístico?	%
En una agencia de viajes física	51
A través de internet	26
No lo sé/La empresa lo compró por mí	23
Total 100%	
Base: Turistas que adquirieron un paquete	

Contrató algún servicio por internet para su viaje al Perú	%
Transporte aéreo internacional	61
Alojamiento	38
Transporte aéreo dentro del Perú (entre ciudades)	20
Traslados internos en las ciudades visitadas	11
Transporte terrestre dentro del Perú (entre ciudades)	5
Transporte terrestre internacional	1
No contrató ningún servicio por internet	32
Total múltiple	
Base: Turistas que viajaron por cuenta propia	

III. Características del Viaje

Punto de ingreso al País

	%
Lima (aeropuerto Jorge Chávez)	86
Tacna (Santa rosa)	4
Tumbes (Aguas verdes)	4
Puno (Desaguadero)	4
Puno (Kasani)	1
Otros	1
Total 100%	

Motivo de visita al Perú

	%
Vacaciones, recreación u ocio (compras)	60
Negocios	18
Visitar a familiares o amigos	17
Asistir a seminarios, conferencias, convenciones o congresos	3
Misiones / trabajo religioso / voluntariado	1
Educación (realizar estudios, investigaciones por grado, etc.)	1
Total 100%	

Países visitados durante el viaje

	%
Sólo el Perú	67
Perú y otros países	33
Total 100%	

Conformación del grupo de viaje

	%
Solo	48
Con amigos o parientes sin niños	27
Con mi pareja	20
Grupo familiar directo	4
Con amigos o parientes con niños	1
Total 100%	

Frecuencia de visita

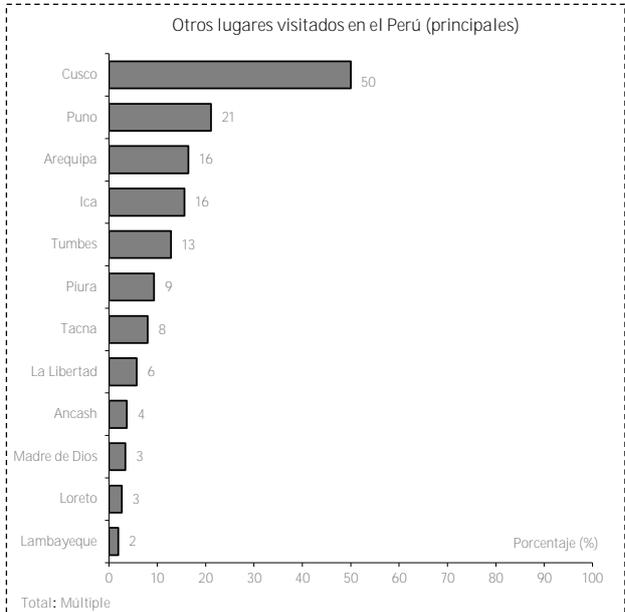
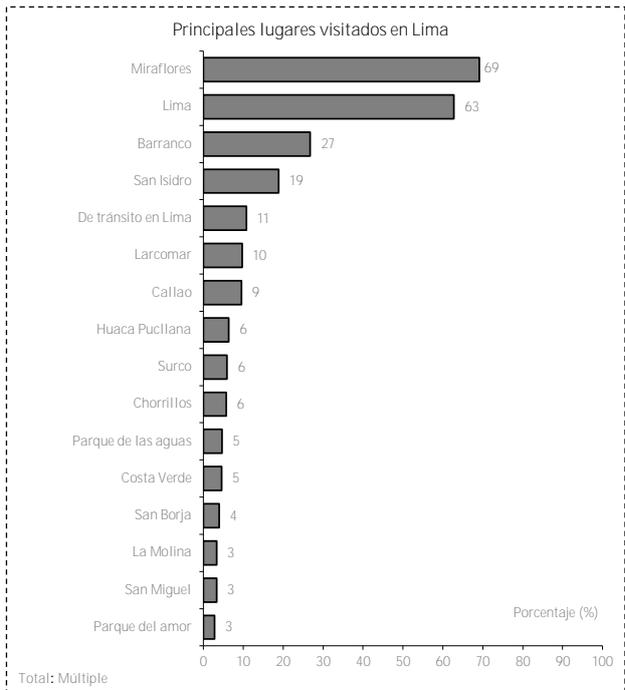
	%
Primera vez	63
Más de una vez	37
Total 100%	

Tipo de alojamiento utilizado en Lima

	%
Hotel 4 o 5 estrellas	26
Hotel/ hostel 3 estrellas	22
Hotel/ hostel 1 o 2 estrellas	12
Casa de familiares / amigos	16
Alberque/hostel	8
Casa / departamento rentado / alquilado	5
Total múltiple	

Permanencia

	%
Permanencia promedio en Lima	5
Permanencia mediana en Lima	3
Permanencia promedio en Perú	12
Permanencia mediana en Perú	8



IV. Actividades Realizadas en Lima

Actividades realizadas en Lima

	%
CULTURA	90
Pasear, caminar por la ciudad	84
Visitar parques, plazuela de la ciudad	64
Visitar iglesias/catedrales/conventos	41
Visitar museos	30
City tour guiado	24
Visitar inmuebles históricos	23
Visitar sitios arqueológicos	9
Visitar rutas gastronómicas	2
NATURALEZA	4
Observación de flora	2
Observación de aves / animales	2
Visitar áreas y/o reservas naturales	1
Observación de mamíferos	1
AVENTURA	3
Surf /tabla hawaiana	1
SOL Y PLAYA	14
Total múltiple	

Realizaron compras en Lima

	%
Sí	72
No	28
Total 100%	

Realizaron actividades de diversión y entretenimiento en Lima

	%
Sí	40
Ir a centros comerciales	33
Ir a discotecas / pubs / bar	10
No	60
Total 100%	

V. Medios y plataformas digitales

Medios que más influyen en la elección de un destino

	%
Internet	74
Recomendación de amigos	24
Documentales de TV	8
Recomendación de familiares	8
Libros	7
Guías turísticas	6
Blogs de viajes	5
Agencia de Viajes	4
Revistas	3
Lonely Planet	3
Publicidad	2
Televisión	2
Total múltiple	

Páginas para reservar/pagar alojamiento que ha usado

	%
Booking	39
Tripadvisor	28
AirBnB	23
Trivago	15
Couchsurfing	4
Homeaway	2
Otros	2
Vrbo	1
Ninguno	38
Total múltiple	

Páginas para reservar/pagar alojamiento que conoce

	%
Tripadvisor	70
Trivago	63
Booking	63
AirBnB	55
Couchsurfing	18
Homeaway	8
Vrbo	4
Windu	3
Flipkey	2
Ninguno	11
Total múltiple	

Redes sociales a las que pertenece

	%
Facebook	77
Instagram	31
Twitter	20
LinkedIn	20
Snapchat	6
WeChat	2
Ninguna	17
Total múltiple	

Ficha Técnica

Estudio: Perfil del Turista Extranjero 2017

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

Muestra: 5 381 encuestas (**turistas que visitaron el departamento de Lima**)

Punto de muestreo: Lima Aeropuerto Internacional Jorge Chávez, Puesto de Control Migratorio Kasani - Puno, Puesto de Control Migratorio Santa Rosa - Tacna y Puesto control Tumbes CEBAF.

Trabajo de campo: Febrero, Mayo, Agosto y Noviembre de 2017.

(* **Turista:** Es aquella persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un periodo mínimo de una noche y no más de doce meses consecutivos y, cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país visitado o residir en el mismo (Fuente: Organización Mundial del Turismo - OMT).