

Perfil del Turista Extranjero que visita Madre de Dios- 2019

I. Características Sociodemográficas

Sexo	%
Masculino	59
Femenino	41
Total 100%	

Edad	%
De 15 a 24 años	16
De 25 a 34 años	29
De 35 a 44 años	16
De 45 a 54 años	14
De 55 a 64 años	16
De 65 años a más	9
Total 100%	

Estado Civil	%
Soltero	45
Casado o conviviente	43
Parte de una pareja no casado ni conviviente	12
Total 100%	

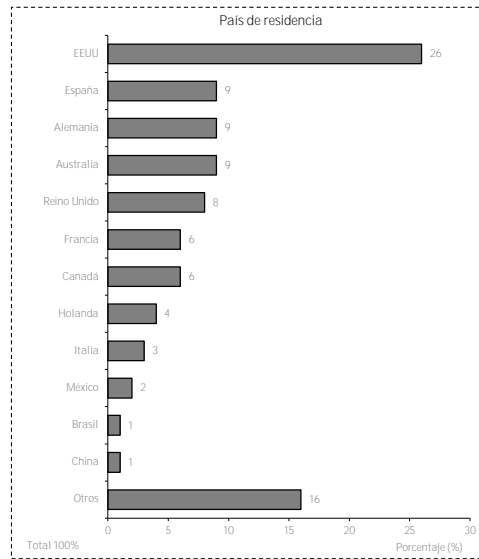
Grado de Instrucción	%
Secundaria	9
Técnica	6
Universitaria	43
Post Grado	14
Maestría	21
Doctorado	7
Total 100%	

Ocupación	%
Trabajador del sector privado	36
Trabajador del sector público	23
Jubilado	13
Estudiante	11
Trabajador independiente	9
Desempleado	6
Ama de casa	1
No precisa	1
Total 100%	

II. Aspectos Previos del Viaje

¿Hace cuántos meses compró su pasaje y/o paquete para realizar este viaje?	%
Menos de 1 mes	2
De 1 a 4 meses	50
De 5 a 8 meses	30
De 9 a 12 meses	10
Más de 12 meses	3
No responde	5
Total 100%	

Modalidad de viaje	%
Viajó por cuenta propia	45
Adquirió un paquete turístico	55
Total 100%	



Tenencia de hijos	%
No tengo hijos	66
Tengo hijos de 0 a 14 años	11
Tengo hijos de 15 a 18 años	6
Tengo hijos mayores de 18 años que viven en casa	5
Tengo hijos mayores de 18 años que viven de manera independiente	23
Total múltiple	

¿Cómo adquirió su paquete turístico?	%
En una agencia de viajes física	69
A través de internet	28
No lo sé, la empresa/un familiar lo compró por mí	3
Total 100%	

Base: Turistas que adquirieron un paquete

Contrató algún servicio por internet para su viaje al Perú	%
Transporte aéreo internacional	69
Transporte aéreo dentro del Perú (entre ciudades)	53
Alojamiento	30
Transporte terrestre dentro del Perú (entre ciudades)	23
Traslados internos en las ciudades visitadas	14
Transporte terrestre internacional	3
No contrató ningún servicio por internet	26
Total múltiple	

Base: Turistas que viajaron por cuenta propia

III. Características del Viaje

Punto de ingreso al País	%
Lima (Aeropuerto Jorge Chávez)	91
Puno (Desaguadero)	3
Tacna (Santa Rosa)	1
Tumbes (Aguas Verdes)	1
Puno (Kasani)	1
Otros	3
Total 100%	

Motivo de visita al Perú	%
Vacaciones, recreación u ocio	90
Visitar a familiares o amigos	5
Negocios: comisión de trabajo / Compras para negocio	2
Misiones / trabajo religioso / voluntariado	2
Educación (realizar estudios, investigaciones por grado, etc.)	1
Total 100%	

Países visitados durante el viaje	%
Solo el Perú	70
Perú y otros países	30
Total 100%	

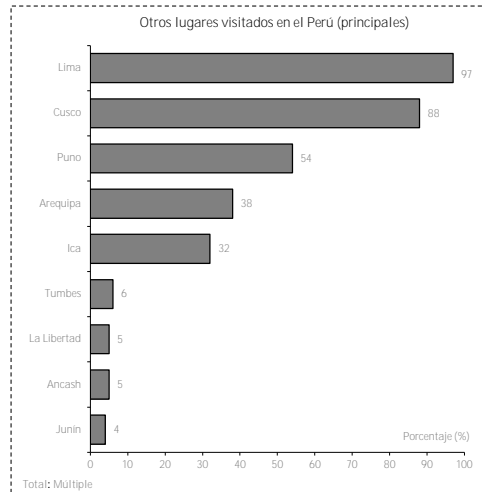
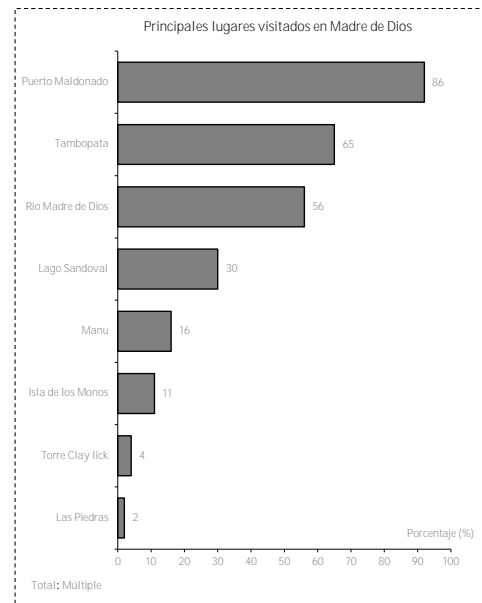
Conformación del grupo de viaje	%
Con amigos o parientes sin niños	37
Con mi pareja	31
Solo	25
Grupo familiar directo	6
Con amigos o parientes con niños	1
Total 100%	

Frecuencia de visita	%
Primera vez	84
Más de una vez	16
Total 100%	

Tipo de alojamiento utilizado en Madre de Dios	%
Hotel 4 o 5 estrellas	8
Hotel/ hostal 3 estrellas	18
Hotel/ hostal 1 o 2 estrellas	3
Lodge	58
Alberque/hostel	9
Barco/bote / lancha / crucero	4
Total multiple	

Permanencia	%
Permanencia promedio en Madre de Dios	4
Permanencia mediana en Madre de Dios	3
Permanencia promedio en Perú	21
Permanencia mediana en Perú	16

Gasto en el Perú (promedio)	%
Menos de US\$ 500	5
De US\$ 500 a US\$ 999	8
De US\$ 1 000 a US\$ 1 499	13
De US\$ 1 500 a US\$ 1 999	20
De US\$ 2 000 a US\$ 2 499	17
De US\$ 2 500 a más	37
Gasto por turista (Promedio)	US\$ 2,457
Total 100%	



IV. Actividades Realizadas en Madre de Dios

Actividades realizadas en Madre de Dios	%
NATURALEZA	97
Pasear por ríos, lagos, lagunas / cascadas / cataratas	94
Visitar áreas y/o reservas naturales	94
Observación de aves	90
Observación de flora	85
Observación de mamíferos	81
Observación de insectos	78
AVENTURA	85
Paseo en bote / lancha / kayak / crucero	82
Trekking / Senderismo / Hiking	20
Pesca	6
Zip Line / Canopy / Puenting / Barranquismo / Rapel	4
CULTURA	79
City tour guiado	55
Pasear, caminar por la ciudad	46
Visitar parques, plazuela de la ciudad	21
Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas	19
Visitar iglesias/catedrales/conventos	5
Total multiple	

Realizaron compras en Madre de Dios	%
Si	64
No	36
Total 100%	

Realizaron actividades de diversión y entretenimiento en Madre de Dios	%
Si	3
Ir a centros comerciales	1
Otros	2
No	97
Total 100%	

V. Medios y plataformas digitales

Medios que más influyen en la elección de un destino

	%
Internet	51
Recomendación de amigos	27
Agencia de viajes	16
Documentales	12
Recomendación de familiares	8
Blogs de viajes	6
Libros	6
Guías turísticas	5
Lonely Planet	5
Redes Sociales(Facebook , Instagram)	4
Empresa de turismo / agencia de turismo	4
Ninguno	4
Total múltiple	

Páginas para reservar/pagar alojamiento que ha usado

	%
Booking	45
Airbnb	38
Tripadvisor	30
Expedia	23
Lonely Planet	13
Skyscanner.com	11
Trivago	10
Hostelworld.com	10
Google Flights	9
Kayak	8
Aqoda	8
Hoteles.com	6
Ninguno	24
Total múltiple	

Páginas para reservar/pagar alojamiento que conoce

	%
Airbnb	75
Tripadvisor	75
Booking	65
Trivago	64
Expedia	60
Lonely Planet	44
Kayak	37
Skyscanner.com	33
Hoteles.com	25
Hostelworld.com	22
Couchsurfing	20
Google Flights	19
Aqoda	17
Orbitz	14
Hotwire	13
Ninguno	11
Total múltiple	

Redes sociales a las que pertenece

	%
Facebook	67
Whatsapp	47
Instagram	42
LinkedIn	17
Youtube	12
Twitter	10
Weibo	7
Google +	6
Youtube	12
Total múltiple	

Ficha Técnica

Estudio: Perfil del Turista Extranjero 2019

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: 234 encuestas (turistas que visitaron el departamento de Madre de Dios)

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/Diciembre de 2019.

(*) **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).