

PERFIL DEL TURISTA EXTRANJERO

Turismo en Cifras

2015

Perfil del Turista Extranjero 2015

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

© PROMPERÚ. Todos los derechos reservados.

Lima, noviembre de 2016

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, diseño y diagramación:

Grupo Editorial Comunica 2

Edición de textos:

María José Ampuero

Diseño:

Antonio Revilla

Corrección de estilo:

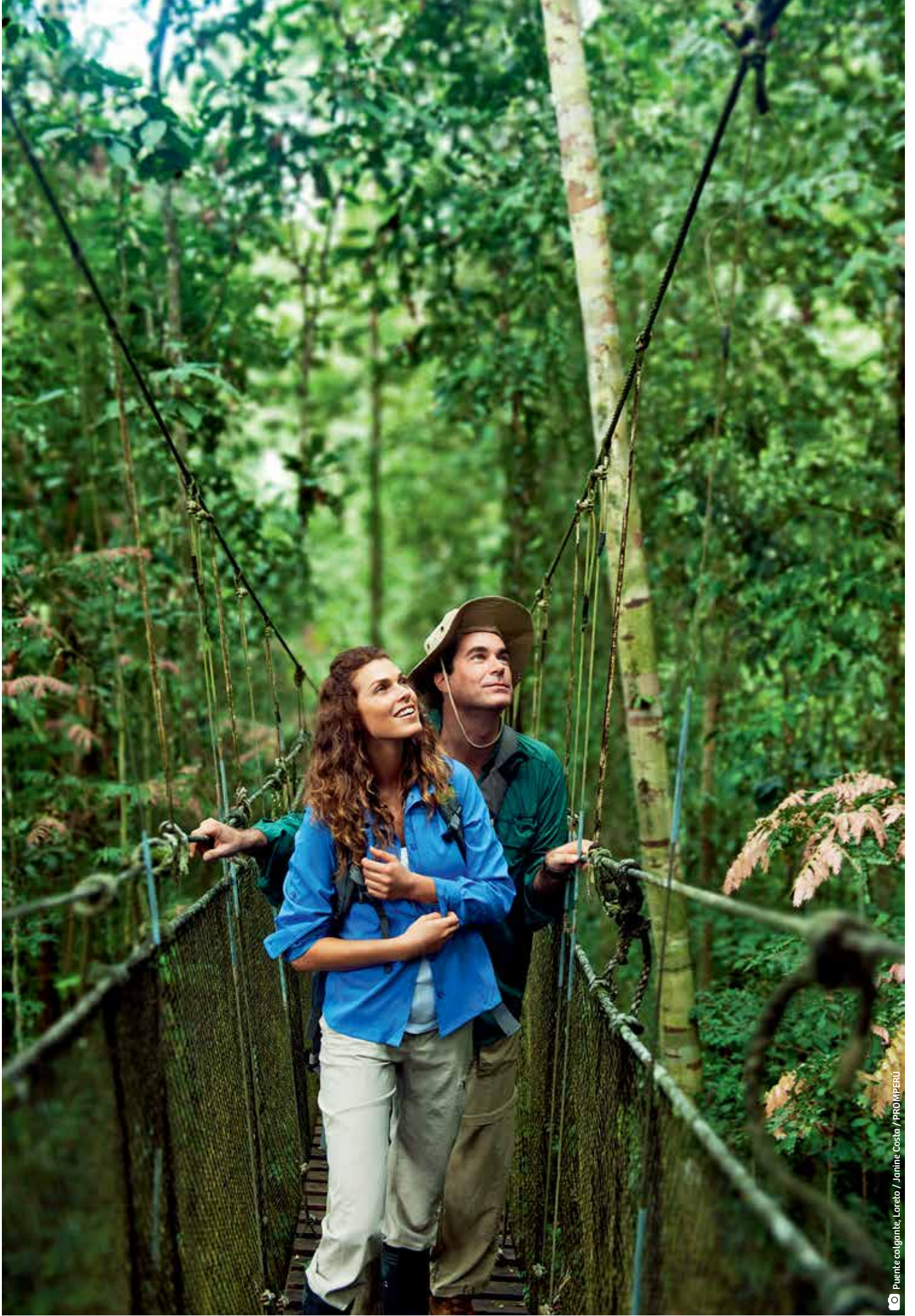
Yvette Ugarriza

Fotografía:

Eduardo Amat y León

CONTENIDO

Presentación	5
Introducción	7
Resumen ejecutivo	8
1. El turismo receptivo	10
2. El turista extranjero en el Perú	16
3. Perfil del turista de vacaciones	22
4. El mejor prospecto de vacacionista	32
5. El turista de negocios	38
Anexos	
Glosario	44
Ficha metodológica del estudio	47



PRESENTACIÓN

En la última década, el turismo receptivo en el Perú registró una tasa de crecimiento promedio de 9% anual. Se trata, en efecto, de una actividad que hoy en día constituye uno de nuestros principales sectores económicos y se ha configurado como el segundo rubro más importante entre las exportaciones no tradicionales. Sus beneficios económicos y sociales son indiscutibles, entre otros factores, porque el turismo posibilita una distribución descentralizada del ingreso en un buen número de zonas del país y contribuye con el progreso de la población que presta servicios a los visitantes.

Es por ello que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - Mincetur y PROMPERÚ desarrollan cada año estudios de mercado con el fin de brindar una herramienta que permite conocer los hábitos, las preferencias y demás características personales, sociales, económicas y culturales de los millones de extranjeros que recibe el Perú. Así nace la colección El Turismo en Cifras, cuyo fin primordial es poner esta información a disposición, tanto de las empresas prestadoras de servicios y gremios turísticos, como de los gobiernos regionales y locales.

Para acceder a la publicación completa, ingrese aquí:

www.promperu.gob.pe



INTRODUCCIÓN

El Perfil del Turista Extranjero es un estudio de mercado, que PROMPERÚ viene realizando de manera sistemática desde hace más de 15 años, con el objetivo de conocer las características, hábitos, intereses y gasto de los extranjeros que realizan viajes turísticos al Perú.

Para su elaboración, se realizan encuestas a extranjeros a partir de los 15 años de edad, que viajan al Perú por un motivo diferente al de residencia o trabajo remunerado en el país.

La difusión de los resultados de este estudio busca ofrecer información concreta, confiable y actualizada para la planificación de proyectos, la mejora de servicios y la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico. De esta manera, PROMPERÚ pone a disposición, tanto de empresarios e inversionistas, como de todos los involucrados en el sector, información útil que les permita crear productos y servicios con valor agregado para satisfacer las demandas de los turistas extranjeros.

RESUMEN EJECUTIVO

En el 2015 llegaron al Perú 3 282 671 turistas extranjeros (7% más que en el 2014).

Turista extranjero

- 1 Género**
63% hombres y 37% mujeres.
- 2 Edad promedio**
40 años.
- 3 Estado civil**
60% es casado, conviiviente o forma parte de una pareja.
- 4 Gasto total**
US\$ 994 en promedio (no incluye pasajes de ingreso y salida del país).
- 5 Permanencia**
9 noches en promedio.



Vacacionista extranjero

- 10 Motivaciones de viaje**
Visitar Machu Picchu (79% de las menciones), Cusco (57%) y Lima (46%).
- 11 Gasto y permanencia**
Gastan, en promedio, un total de US\$ 1108 y permanecen 9 noches en el Perú.
- 12 Alojamiento**
48% se hospeda en hoteles/ hostales de 1 o 2 estrellas; 41% en hoteles / hostales de 3 estrellas; y el 18%, en hoteles de 4 o 5 estrellas.

Mejor prospecto del vacacionista*

- 13 Características**
58% percibe un ingreso familiar anual de US\$ 40 000 o más, y el 91% tiene educación superior.
- 14 Estadia y gasto promedio**
12 noches y US\$ 2064.

6 Motivo de viaje

64% viene por vacaciones, recreación u ocio, 15% por negocios y 21% por otros motivos (visitar familiares, salud, eventos, etcétera).

7 Principales emisores

Chile (31%), EE.UU. (16%), Ecuador (6%), Colombia (5%) y Argentina (5%).

8 Principales mercados

22 países generan el 89% de las llegadas de turistas extranjeros y el 67% de los ingresos por turismo en el Perú.

9 Regiones más visitadas

Lima (72%), Cusco (38%), Tacna (30%), Puno (18%) y Arequipa (15%).



15 Actividades

Realizan actividades de naturaleza (89%) y aventura (59%) en mayor proporción que el resto de vacacionistas.

16 Alojamiento

59% se hospeda en hoteles y hostales de 3 estrellas; 34%, en hoteles de 4 o 5 estrellas.

(*) Vacacionistas extranjeros que gastan US\$ 1000 o más durante su viaje.

Turista de negocios

17 País de residencia

Chile (17%), EE.UU. (14%), Brasil (9%), Colombia (9%) y Argentina (9%).

18 Estadía y gasto promedio

7 noches y US\$ 870.



1.

EL TURISMO RECEPTIVO

En el año 2015, el turismo receptivo en el Perú creció dos puntos porcentuales por encima del promedio mundial.



EL TURISMO RECEPTIVO

Durante el 2015, los viajes al Perú representaron el 0,29% de los 1186 millones de viajes a nivel mundial, reportados por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

TURISMO EN EL PERÚ Y EN EL MUNDO

¿Qué es?

- El turismo es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencia en lugares distintos a los de su lugar de residencia.
- Para ser considerado turismo, la estadía en el destino debe ser mayor a una noche pero menor a un año.

Turismo receptivo

Son todas las actividades que un visitante, no residente en el país de destino, realiza como parte de un viaje turístico.



El turista

El motivo principal de su viaje es diferente al de desarrollar una actividad remunerada en el país de destino.



El turista de vacaciones (vacacionista)

La razón fundamental de su viaje es la recreación o el ocio. Quien decide el viaje es el propio turista.



El turista de negocios

El objetivo primordial del viaje está relacionado con su ocupación o con la actividad de la organización para la que trabaja (empresas, gobiernos u ONG).



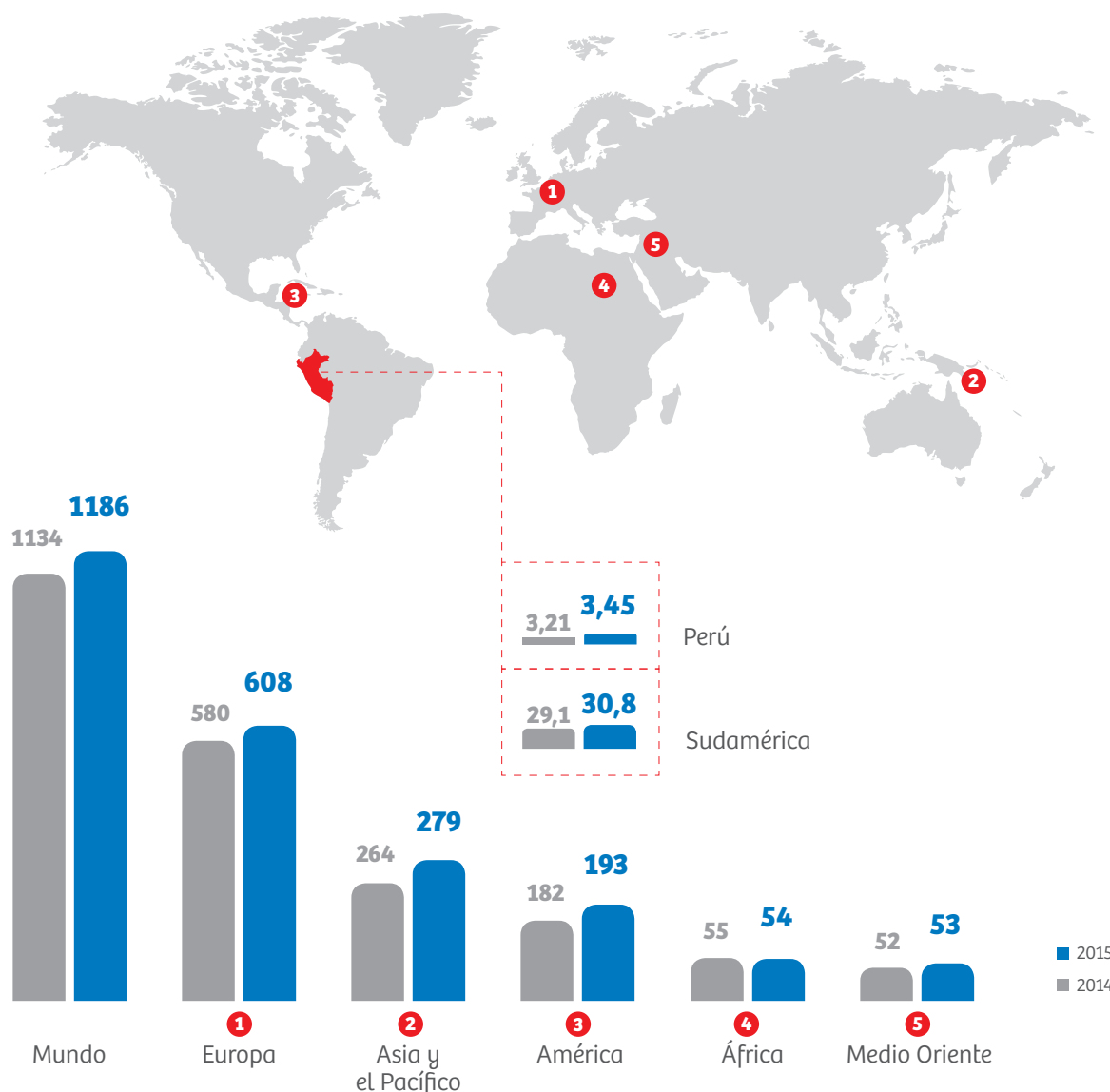
Mejor prospecto del turista de vacaciones

Es el turista de vacaciones que gasta US\$ 1000 o más durante su estadía.

Turismo receptivo en el mundo

- El Turismo a nivel mundial, según la OMT, ha crecido a un ritmo de 4,5% anual entre el 2011 y el 2015.
- En el 2015, el turismo receptivo mundial se incrementó en 4,6%; el año anterior alcanzó el 4,2%.
- Sudamérica registró un aumento mayor (5,8%); en el caso del Perú fue aún superior (7,5%).
- La OMT estima que, durante el 2016, el turismo receptivo a nivel mundial mantendrá su tendencia positiva y crecerá entre 3,5% y 4,5%.

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



Fuente: OMT- Barómetro del Turismo Mundial Setiembre 2016

COMPETENCIA Y MERCADOS EMISORES

Análisis de la competencia

- Durante el 2015, trece países han sido señalados como competidores del Perú en recepción de turistas extranjeros. En el ranking de Perú y los países competidores, nos ubicamos en el puesto 10.
- En Latinoamérica los competidores más fuertes del Perú continúan siendo México, Brasil, Argentina y Chile.
- En los últimos tres años, el Perú ha reportado un crecimiento sostenido en recepción de turistas extranjeros.

Llegadas de turistas extranjeros (miles de visitas)



Llegadas de turistas extranjeros de los mercados de interés (miles de visitas)



Llegadas internacionales a los países de la competencia (millones de visitas)

	2015*	2014
China	56,9	55,6
México	32,1	29,3
Egipto	9,1	9,6
India	8,0	7,7
Brasil	7,0	6,4
Argentina	5,8	5,9
Camboya	4,8	4,5
Chile	4,5	3,7
Jordania	3,8	4,0
Perú*	3,5	3,2
Colombia	3,0	2,6
Costa Rica	2,7	2,5
Ecuador	1,6	1,6
Guatemala	1,5	1,5

(*) Las cifras del año 2015 son preliminares, excepto la del Perú.
Fuente: Tourism Decision Metrics (Oxford Economics) / MINCETUR
Elaboración: PROMPERÚ





Principales mercados

Los mayores esfuerzos de promoción turística del Perú se dirigen a 22 países, los cuales generan el 89% del total de llegadas de turistas extranjeros al país y el 67% de ingresos por turismo receptivo.

Nota: Para las llegadas de turistas de Chile y Ecuador se consideran los ingresos por Lima (AIJCH) y Frontera (PCF Sta. Rosa - Chile y PCF CEBAF - Ecuador).

Llegadas de turistas al Perú (en miles de visitas)

Divisas generadas (en US\$ millones)

	Llegadas de turistas al Perú (en miles de visitas)	Divisas generadas (en US\$ millones)
1 Chile	951	335
2 EE.UU.	490	707
3 Ecuador	187	94
4 Colombia	163	166
5 Argentina	155	129
6 Brasil	145	155
7 España	123	175
8 Francia	87	134
9 Alemania	71	113
10 México	74	82
11 Canadá	69	124
12 Reino Unido	62	129
13 Japón	50	76
14 Australia	41	115
15 Italia	41	71
16 Holanda	28	49
17 Corea del Sur	23	53
18 Suiza	22	38
19 China	18	26
20 Uruguay	14	14
21 Rusia	8	10
22 India	6	*

(*) Muestra no representativa para el cálculo del gasto promedio.
Fuente: Mincetur / PROMPERÚ
Elaboración: PROMPERÚ

2.

EL TURISTA EXTRANJERO EN EL PERÚ

La llegada de turistas extranjeros a nuestro país ha registrado un crecimiento promedio de 9% anual entre el 2011 y el 2015.



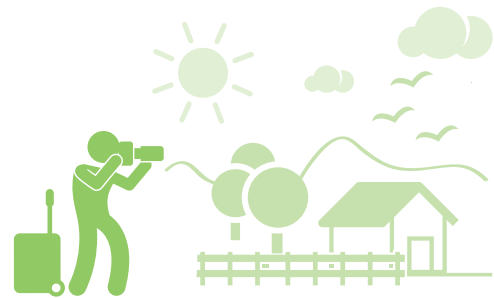
EL TURISTA EXTRANJERO EN EL PERÚ

En el 2015, el Perú recibió 3,28 millones de visitas de turistas extranjeros, lo que representó un incremento de 7,4% con relación al 2014.

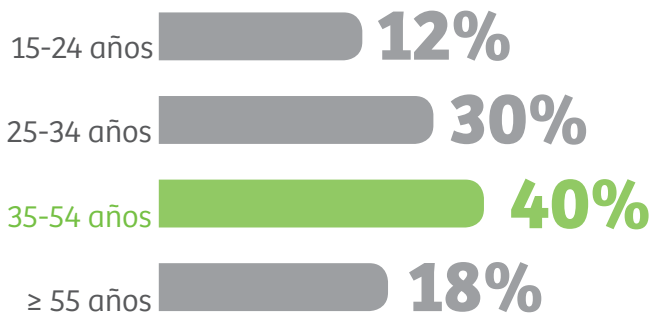
¿QUIÉNES SON?

Características

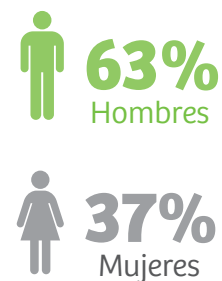
- Tienen una edad promedio de 40 años.
- La mayor parte percibe ingresos anuales menores a US\$ 40 000.
- El 26% es profesional ejecutivo o técnico y el 13% es empleado de servicios.



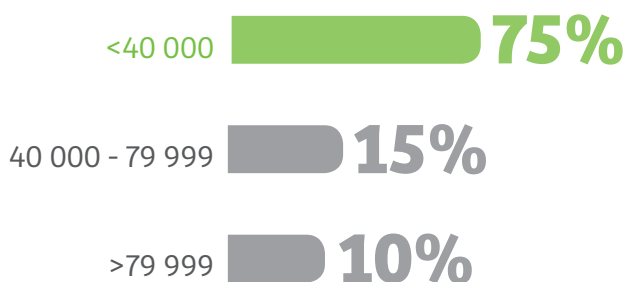
Edad*



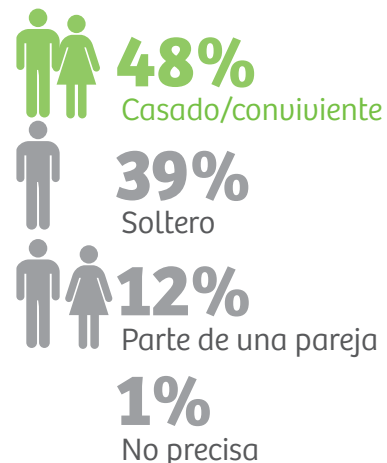
Género*



Ingreso familiar anual (en US\$)**



Estado civil*



(*) Base: Total turistas extranjeros.

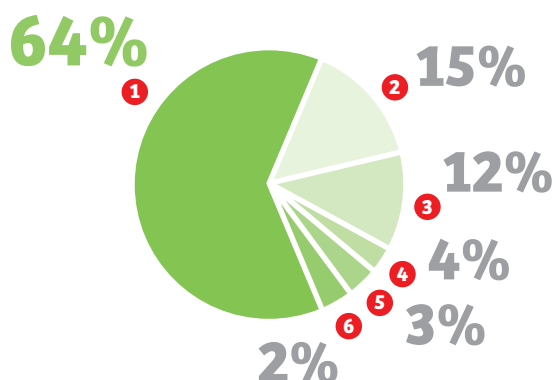
(**) Base: Turistas extranjeros que declararon sus ingresos.

Total: 100%

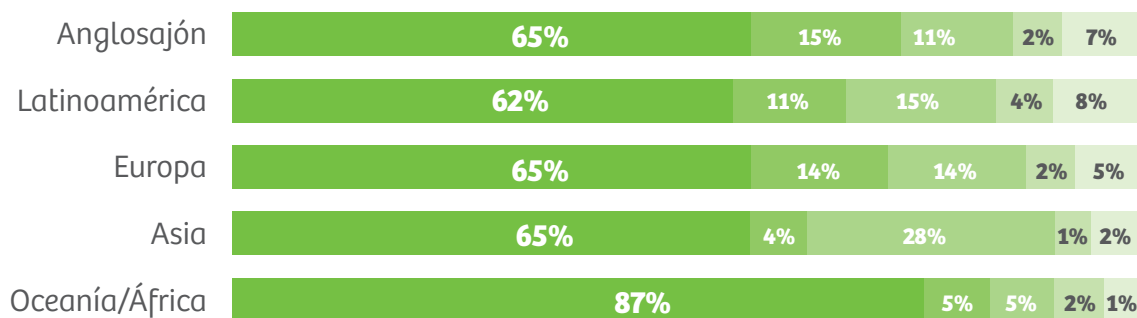
¿POR QUÉ VIAJAN AL PERÚ?

Viajar al Perú por “vacaciones, recreación u ocio” se mantiene como el motivo principal de las visitas en los últimos años.

Principal motivo de viaje	Llegadas de turistas (2015)
1 Vacaciones	2 100 909
2 Negocios	492 401
3 Visita a familiares	393 921
4 Tratamiento médico	131 307
5 Asistir a conferencias	98 480
6 Otros	65 653
Total	3 282 671



Motivo principal de viaje por región de residencia



■ Vacaciones, recreación u ocio
 ■ Visitar a familiares o amigos
 ■ Negocios
 ■ Seminarios, convenciones
 ■ Otros

Base: Total de turistas extranjeros



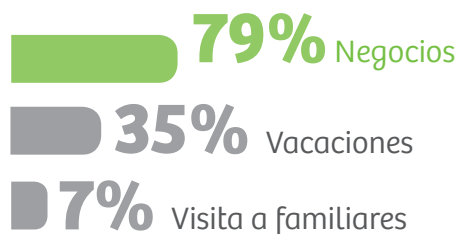
CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE AL PERÚ

¿Cómo viajan?

La mayoría de turistas extranjeros viaja por cuenta propia (62%). El uso de paquetes turísticos se da sobre todo entre los turistas de negocios e incluye, principalmente, el transporte de ingreso y salida, traslados internos, alojamiento y alimentación.



Uso de paquetes turísticos (según motivo de viaje)

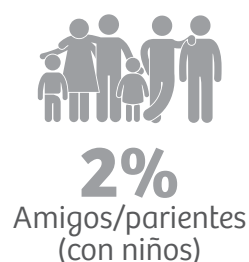
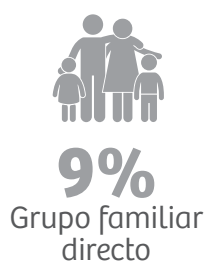


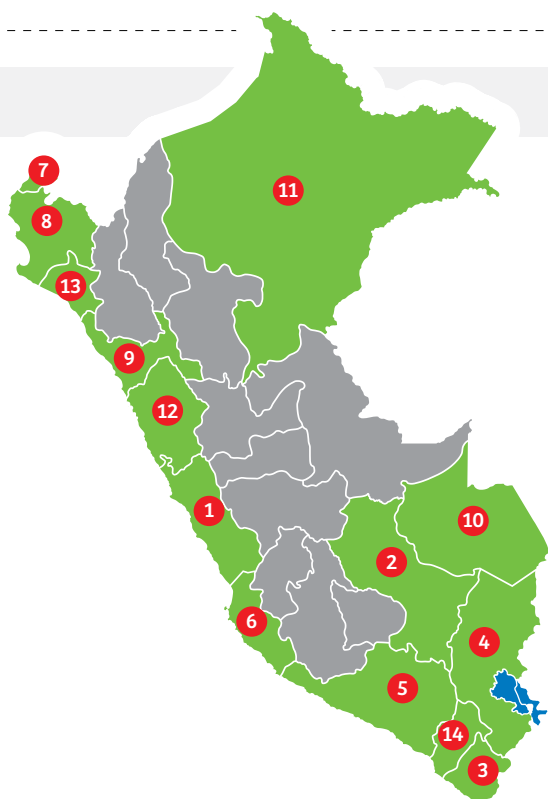
¿Dónde se hospedan?

El 38% de los turistas extranjeros se hospeda en alojamientos de 1 y 2 estrellas; el 35%, de 3 estrellas, y el 23%, de 4 y 5 estrellas.



Grupo de viaje





¿Qué regiones visitan?

1	Lima	72%
2	Cusco	38%
3	Tacna	30%
4	Puno	18%
5	Arequipa	15%
6	Ica	10%
7	Tumbes	9%
8	Piura	6%
9	La Libertad	3%
10	Madre de Dios	3%
11	Loreto	2%
12	Áncash	2%
13	Lambayeque	1%
14	Moquegua	1%

En Tacna destacan las visitas de chilenos (86%) y, en Tumbes, de ecuatorianos (51%).

Asimismo, las visitas a Tumbes muestran una tendencia creciente: 4% en el 2013, 6% en el 2014 y 9% en el 2015.

¿Cuánto gastan?

Tanto el gasto total promedio como el gasto diario realizado por los turistas extranjeros en el 2015, se mantuvieron con respecto al 2014.

Gasto total promedio por turista (en US\$)

994

Gasto diario promedio por turista (en US\$)

105

Gasto según motivo de viaje y región de residencia

- Los vacationistas registraron el mayor gasto total (US\$ 1108), seguidos por los turistas de negocios (US\$ 870).
- Los turistas australianos efectuaron el mayor gasto total (US\$2785) y los de Corea del Sur, el mayor gasto diario (US\$308).

A scenic view of a mountain valley. In the foreground, there are ancient stone ruins, likely part of the Inca civilization, built on a steep, rocky slope. A river flows through the valley below, surrounded by lush green vegetation. The sky is filled with large, white, fluffy clouds, and a patch of blue sky is visible in the upper right corner.

3.

PERFIL DEL TURISTA DE VACACIONES

Los turistas extranjeros que viajan por motivo de vacaciones, recreación u ocio conforman el principal segmento del turismo receptivo en el Perú.



LOS VACACIONISTAS

Los turistas extranjeros que viajan al Perú por motivo de vacaciones, recreación u ocio sumaron 2,10 millones de llegadas durante el 2015, representando un incremento de 11% con respecto al 2014.

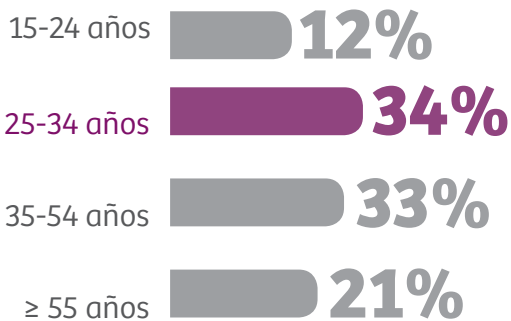
¿QUIÉNES SON?

Características

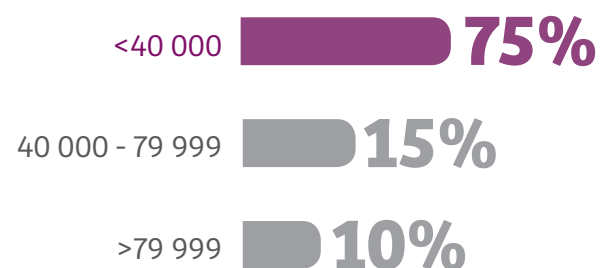
- La mayoría tiene entre 25 y 54 años.
- El 85% tiene grado de instrucción superior.
- De cada 10 vacacionistas, 6 son hombres.



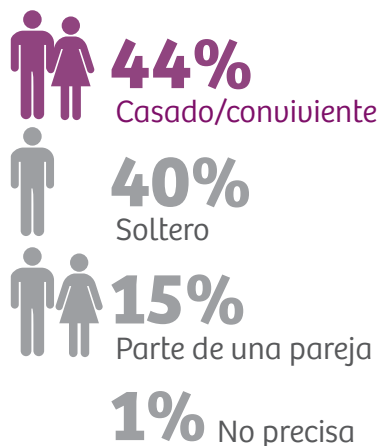
Edad



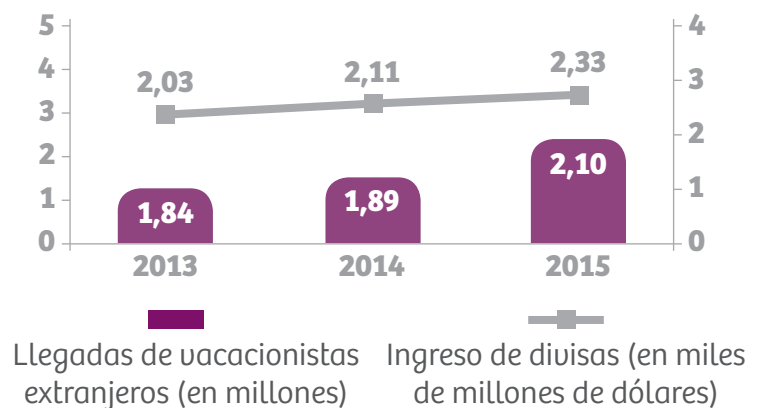
Ingreso familiar anual (en US\$)



Estado civil

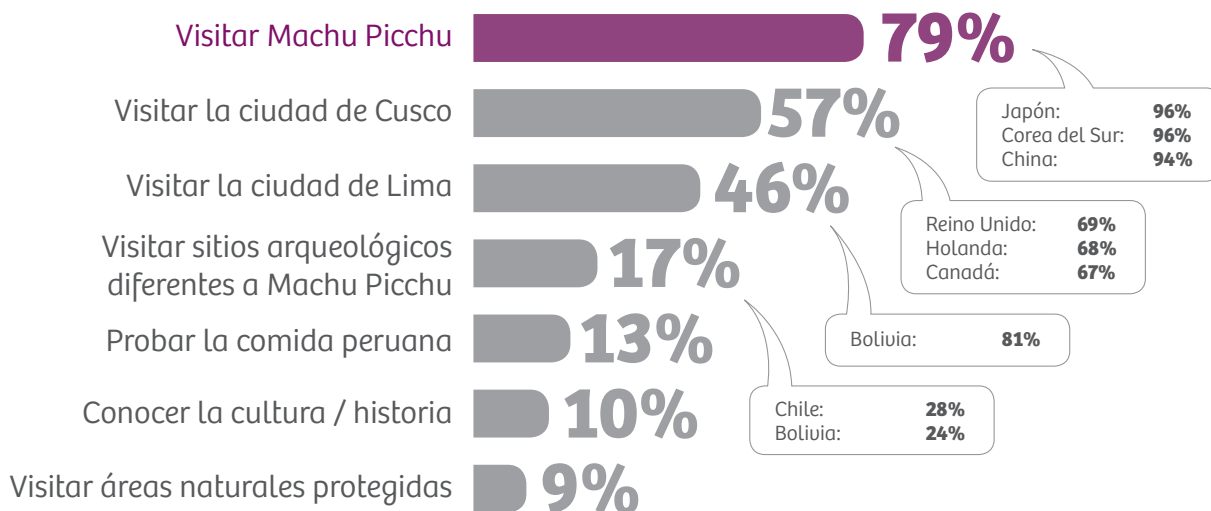


Evolución del vacacionista



COMPORTAMIENTO DE VIAJE

¿Por qué decidió viajar al Perú? *



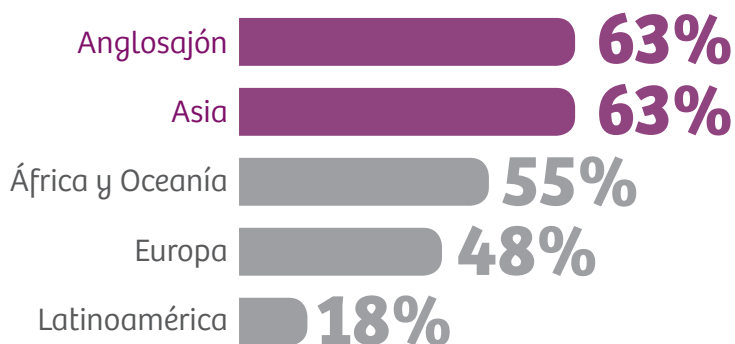
(*) Total: Múltiple

Uso de paquetes turísticos

La mayor parte de vacacionistas viaja al Perú por cuenta propia. Solo el 35% de vacacionistas adquiere paquetes turísticos.



Uso de paquetes turísticos por región de residencia



Compras por Internet

- El 56% de los vacacionistas* que viajaron por cuenta propia, adquirieron el ticket aéreo a través de Internet.
- El 20% de los vacacionistas* que adquirieron un paquete turístico, lo hicieron a través de Internet; en mayor proporción los británicos (27%) y los estadounidenses (26%).

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE AL PERÚ

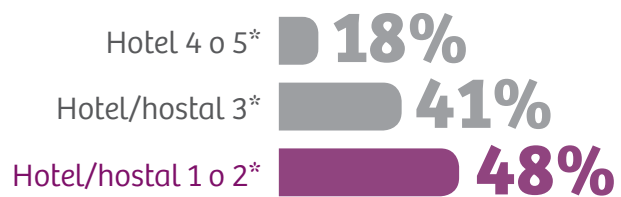
¿Con quiénes viajan?

- Los mayores de 55 años viajan principalmente con su pareja.
- Los menores de 25 años, con amigos o parientes (sin niños).

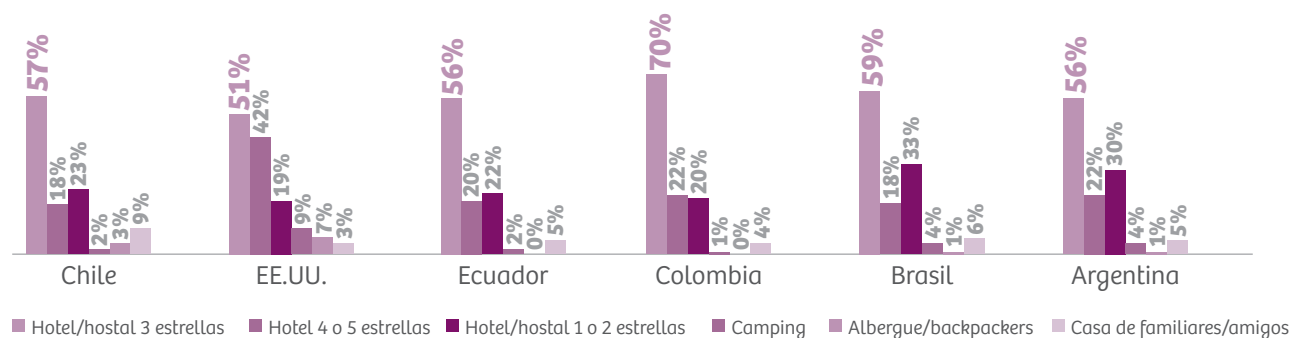


¿Dónde se hospedan?

- Los mayores de 55 años prefieren hoteles de 4 y 5 estrellas; los menores de 25 años, alojamientos de 1 y 2 estrellas.



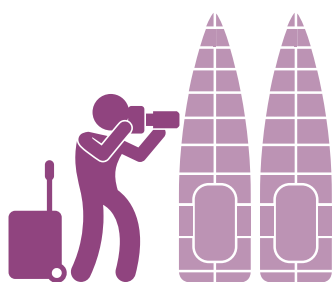
Tipo de alojamiento por país de residencia



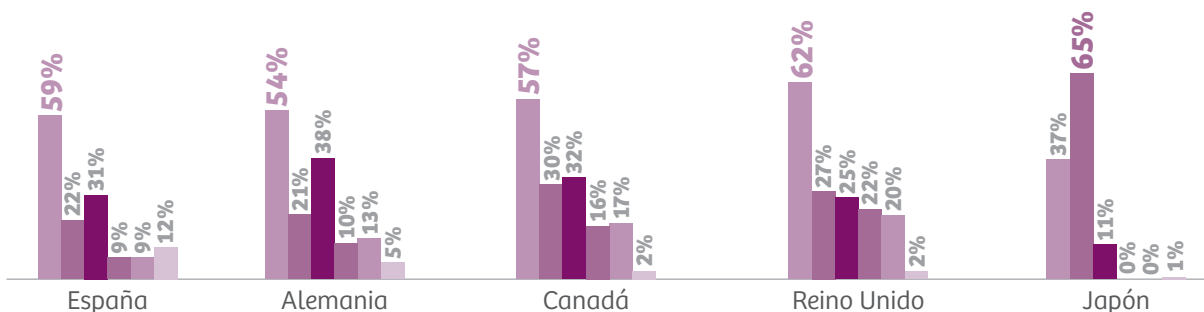


¿Qué regiones visitan?

Visitan Lima y Cusco, sobre todo. Cabe mencionar que, principalmente, llegan a Tacna vacacionistas latinoamericanos; a Puno y Arequipa, europeos, y a Ica, vacacionistas asiáticos.



1	Lima	67%
2	Cusco	54%
3	Tacna	35%
4	Puno	27%
5	Arequipa	20%
6	Ica	14%
7	Tumbes	12%
8	Piura	8%
9	Madre de Dios	4%
10	La Libertad	3%



Base: Vacacionistas extranjeros encuestados en el AIJCH

Total: Múltiple

GASTO EN EL PERÚ

¿Cuánto gastan?

Tanto el gasto promedio total del vacacionista como su gasto diario se mantuvieron muy similares a los del 2014. Asimismo, la estadía promedio se incrementó de 8 a 9 noches. Por otro lado, gastan más los vacacionistas que adquieren paquetes turísticos (US\$ 1935) y aquellos que viajan solos (US\$ 1330).



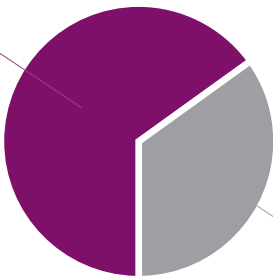
Gasto según modalidad de viaje:

65%

Viajó por cuenta propia

US\$ 666

Gasto por vacacionista



35%
Paquete turístico

US\$ 1935

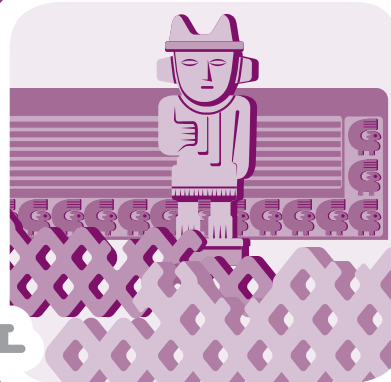
Gasto por vacacionista

Gasto total promedio por vacacionista (en US\$)

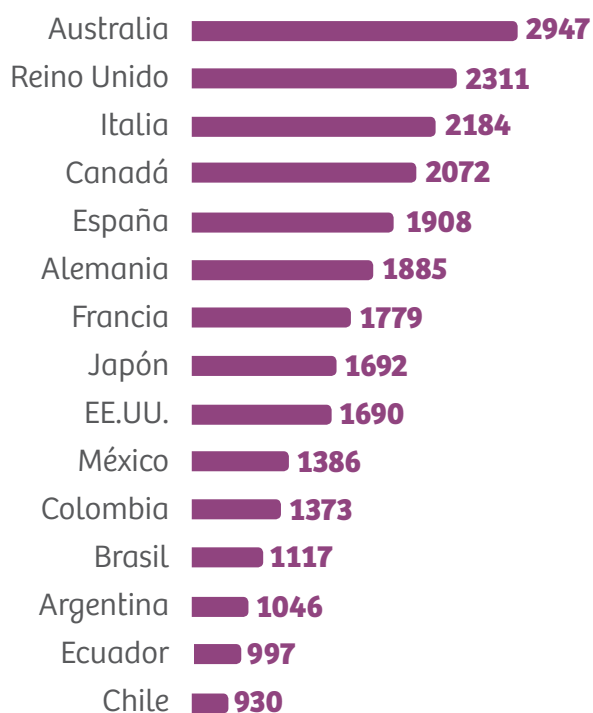
1108

Gasto diario promedio por vacacionista (en US\$)

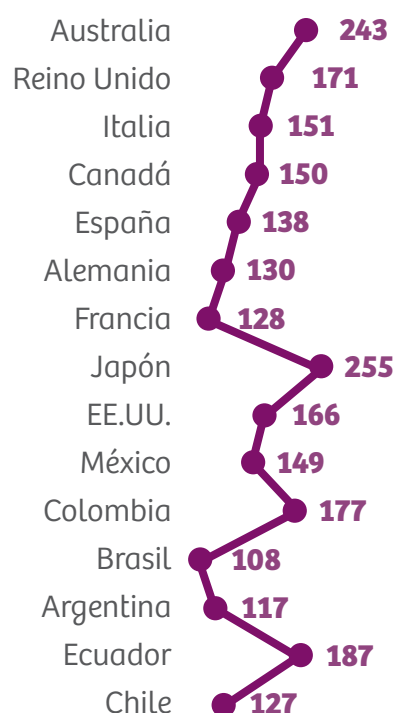
123



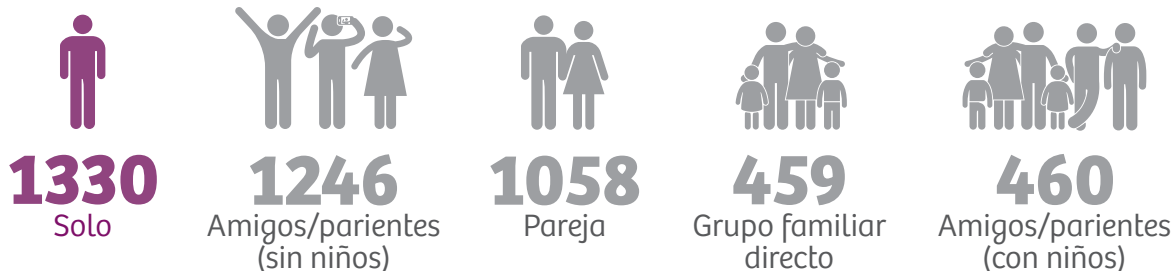
Gasto promedio del vacacionista (en US\$)



Gasto diario del vacacionista (en US\$)



Gasto según grupo de viaje (en US\$)



PREFERENCIAS PARA ELEGIR UN DESTINO INTERNACIONAL

¿Qué les interesa?

Los vacacionistas toman en cuenta la cultura y la variedad de actividades del lugar. Esto es importante en especial para quienes provienen de mercados de larga distancia.



59%
Variedad de actividades

58%
Cultura diferente

47%
Costo del viaje

27%
Distancia

25%
Idioma

16%
Que esté de moda

Intereses de los latinoamericanos

Los latinoamericanos consideran principalmente el costo del viaje, el idioma y la distancia. De igual manera, que el destino "esté de moda" es un atributo más valorado por ellos que por los vacacionistas procedentes de mercados de larga distancia.





¿Qué actividades realizan?

Además de las actividades culturales, los vacacionistas de mercados de larga distancia, realizan actividades de naturaleza y los latinoamericanos, actividades de diversión.



Tipo de actividades realizadas según procedencia de turistas


Latinoamérica	Larga distancia	
91%	99%	Cultura
37%	87%	Naturaleza
18%	57%	Aventura
48%	28%	Diversión y entretenimiento
22%	19%	Sol y playa





4.

EL MEJOR PROSPECTO DE VACACIONISTA



En el 2015, este segmento representó 919 147 llegadas al Perú (11% más que en el 2014).

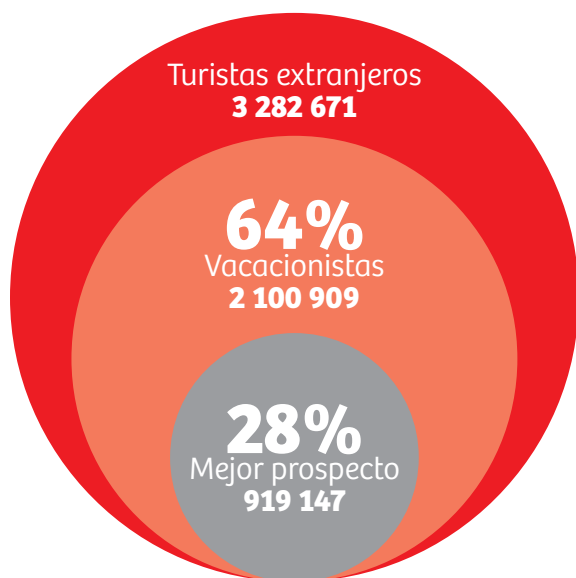


EL MEJOR PROSPECTO

Es el grupo, dentro del segmento de vacacionistas, que PROMPERÚ ha identificado como de especial interés. Los vacacionistas de este grupo, visitan una región más en promedio y realizan actividades más participativas.

¿QUIÉNES SON?

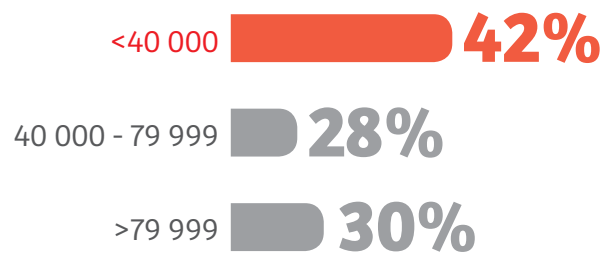
¿Cuántos son?



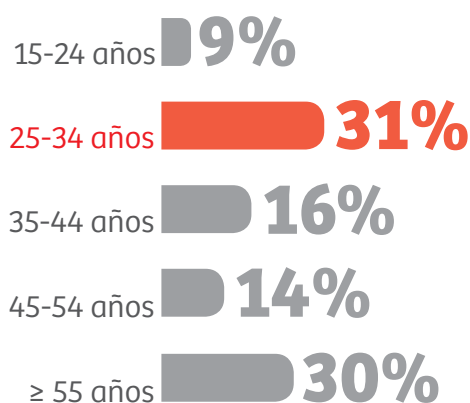
Características

- Su edad promedio es mayor que la de otros vacacionistas y el 55% son hombres.
- Cerca de la tercera parte reside en EE.UU.
- El 91% tiene instrucción superior, frente al 80% entre otros vacacionistas.
- La mayor parte no tiene hijos en casa.

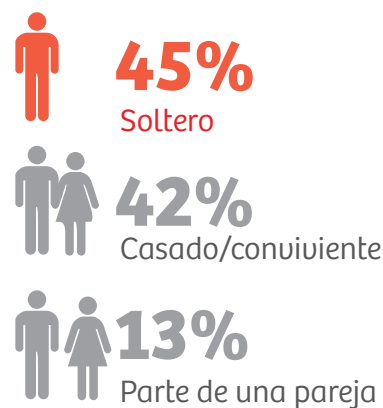
Ingreso familiar anual (en US\$)



Edad



Estado civil



¿CÓMO SE COMPORTAN?

¿Qué actividades prefieren?

Prefieren las actividades más participativas y especializadas, en comparación con los demás vacacionistas, y muestran menos interés por las relacionadas a diversión y entretenimiento.



Actividades realizadas*

		Mejor Prospecto	Otros Vacacionistas
Turismo de cultura:		99%	vs. 88%
Compras:		96%	vs. 98%
Naturaleza:		89%	vs. 31%
Aventura:		59%	vs. 15%
Diversión y entretenimiento:		42%	vs. 50%
Sol y playa:		28%	vs. 18%

(*) Base: total de vacacionistas extranjeros que gastan US\$ 1000 o más durante su estadía en el Perú.

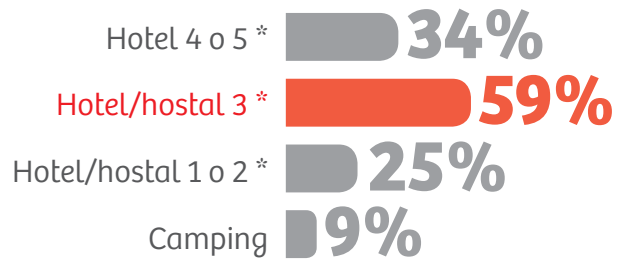
CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE AL PERÚ

¿Cómo viajan?

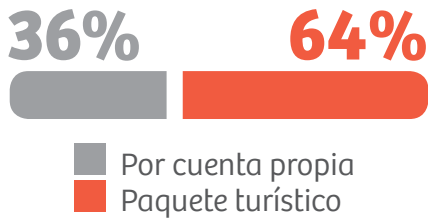
Suelen adquirir paquetes turísticos y permanecer en el Perú por 12 noches en promedio, el doble de tiempo que los demás vacacionistas.



Tipo de alojamiento



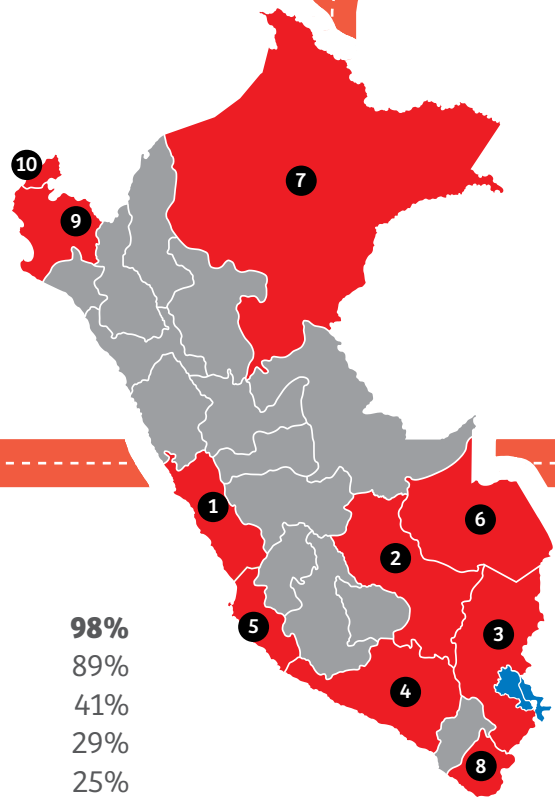
Modalidad de viaje



¿Qué regiones visitan?

El 89% visita Cusco, frente al 27% de los otros vacacionistas. Además, en promedio visitan una región más que el resto.

1	Lima	98%
2	Cusco	89%
3	Puno	41%
4	Arequipa	29%
5	Ica	25%
6	Madre de Dios	8%
7	Loreto	5%
8	Tacna	4%
9	Piura	4%
10	Tumbes	4%



¿Cuánto gastan?

Su gasto promedio en el Perú* es de US\$ 2064, aunque los mayores de 55 años gastan más (US\$ 2289).



Gasto promedio según región de residencia (en US\$)

Anglosajón	2052
Latinoamérica	1707
Europa	2168
Asia	2307
Oceanía/África	2931



Gasto por modalidad de viaje (en US\$)

1714 Por cuenta propia

2258 Paquete turístico



Gasto por tipo de alojamiento (en US\$)

2326 Hotel 4 o 5 estrellas

2039 Hotel/hostal 3 estrellas

1908 Hotel/hostal 1 o 2 estrellas

(* No incluye desembolsos por compra de pasajes de entrada y salida al Perú.



A large conference hall with a stage featuring a speaker and a large audience. The stage has a large screen displaying a speaker, and the audience is seated in rows of chairs. The ceiling is high with exposed wooden beams.

5.

EL TURISTA DE NEGOCIOS

En el 2015 se registraron 492 401 llegadas de turistas de negocios que generaron ingresos por cerca de 429 millones de dólares.



TURISTAS DE NEGOCIOS

Representan el 15% del total de arribos al Perú, motivo por el cual conforman el segundo segmento de importancia para el turismo receptivo. En el 2015 sus llegadas se incrementaron en 7,4% con respecto al 2014.

¿QUIÉNES SON?

Llegadas al Perú

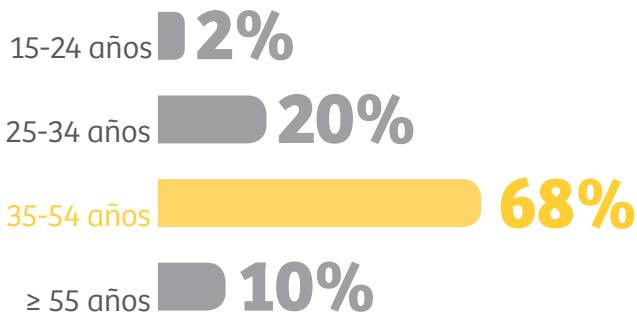
2015: **492 401**

2014: **458 430**

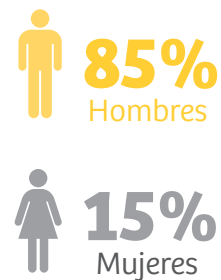
Características

- Tienen una edad promedio de 42 años.
- De cada 10 turistas de negocios, 9 son hombres y 7 son casados o parte de una pareja.
- La mayoría viaja al Perú solo.

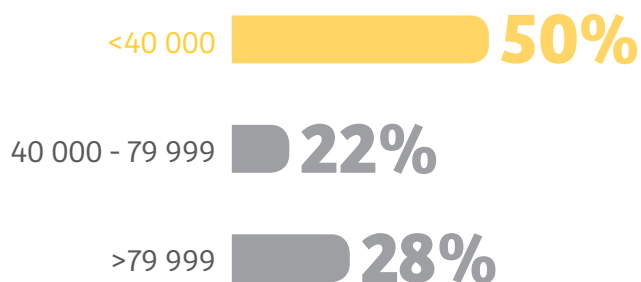
Edad



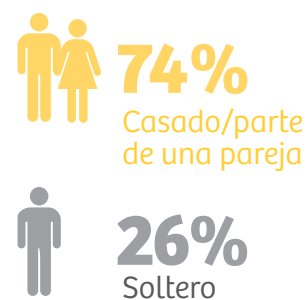
Género



Ingreso familiar anual (en US\$)

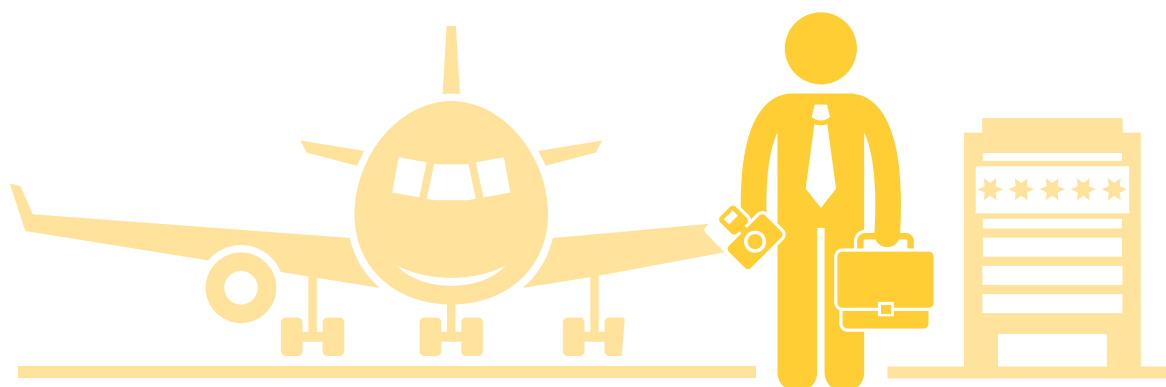
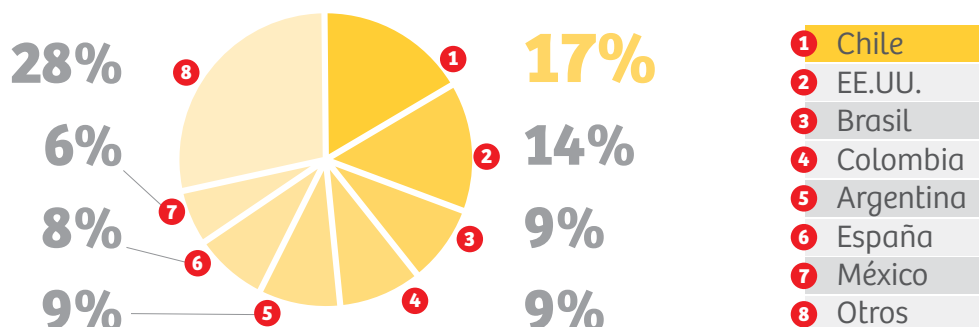


Estado civil



¿CÓMO SE COMPORTAN?

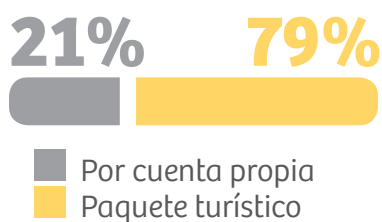
País de residencia



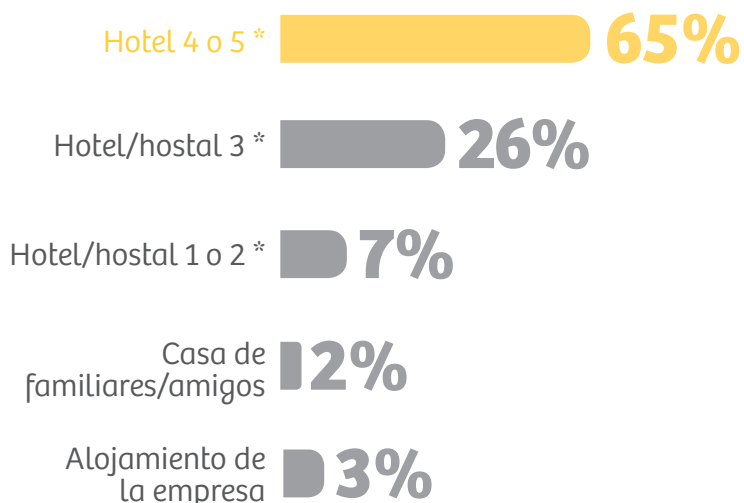
Uso de servicios

En el 71% de casos, los servicios a contratar son decididos por la empresa a la que pertenece el turista de negocios (por ejemplo, por su jefe inmediato).

Modalidad de viaje



Tipo de alojamiento



CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE AL PERÚ

¿A dónde van los turistas de negocios?

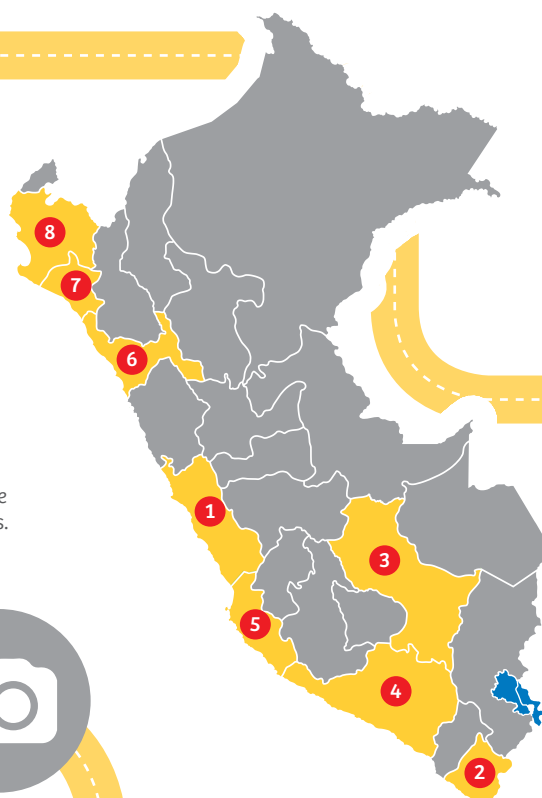
La mayoría concentra su visita en Lima.



Regiones visitadas*

1	Lima	96%
2	Tacna	6%
3	Cusco	5%
4	Arequipa	4%
5	Ica	3%
6	La Libertad	2%
7	Lambayeque	1%
8	Piura	1%

(*) Base: total de turistas extranjeros que visitaron el Perú por motivo de negocios.



Actividades turísticas realizadas en Lima

Entre los turistas de negocios que visitaron Lima en el 2015, las principales actividades realizadas fueron pasear por la ciudad (57%), comprar artesanías (50%) y visitar parques y plazuelas (44%).





Permanencia promedio 7 noches

Permanencia en el Perú

32% De 1 a 3 noches

47% De 4 a 7 noches

13% De 8 a 14 noches

8% Más de 14 noches

Gasto total promedio por turista (en US\$)

870

Gasto total

< US\$ 500 **47%**

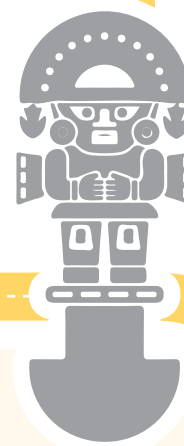
US\$ 500 – US\$ 999 **16%**

US\$ 1000 – US\$ 1499 **16%**

US\$ 1500 – US\$ 1999 **9%**

US\$ 2000 – US\$ 2499 **6%**

≥ US\$ 2500 **6%**



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.

Atractivo turístico

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

Casa de hospedaje o pensión familiar

Alojamiento en casa de una familia. Usualmente, se acondiciona en épocas de temporada alta.

Culturas vivas

Son manifestaciones culturales y sociales de algunas poblaciones o comunidades, las cuales 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 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.

Larga distancia (Long haul)

Hace referencia a aquellos vuelos que tienen una duración mínima de 6 horas. En el caso del Perú, son considerados turistas de larga distancia todos aquellos que provienen de Estados Unidos, Canadá, Europa, Asia, África y Oceanía.

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.

Promoción turística

Es el conjunto de acciones públicas o privadas que se llevan a cabo con el objetivo de incentivar a los potenciales viajeros a visitar un determinado destino.

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 receptor

Son las visitas que recibe un país desde otros países.

Turismo urbano

Es el modo de turismo que 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 participantes en convenciones y congresos y por quienes vienen para 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 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.

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 registraron un total de 6772 encuestas, distribuidas para cada ciudad de la siguiente manera:

- Lima: 5157 encuestas
- Tacna: 571 encuestas
- Puno: 511 encuestas
- Tumbes: 533 encuestas

Campo

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

- Primera medición: febrero 2015
- Segunda medición: mayo 2015
- Tercera medición: agosto 2015
- Cuarta medición: noviembre 2015



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 proporcionar 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 2015: un estudio de las características, usos, intereses y motivaciones de los residentes extranjeros que visitan nuestro país.