

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



PERÚ 2023 Informe Básico del Mercado

Instituto de Turismo de España (Turespaña)

www.tourspain.es

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Consejería de Turismo de España en Buenos Aires

NIPO: 115-23-008-X

Junio 2023



TABLA DE CONTENIDO

Análisis del mercado turístico en su conjunto

Análisis del mercado emisor hacia España

Conclusiones y valoración de la situación

ANÁLISIS DEL MERCADO TURÍSTICO EN SU CONJUNTO

CUADRO MACRO

	2019	2020	2021	2022	Previsión 2023	Previsión 2024
PIB REAL (Tasa de variación interanual)	2,2%	-11,0%	13,5%	2,70%	2,4%	3,0%
INFLACIÓN (Tasa variación interanual)	2,1%	1,8%	4,0%	7,9%	5,7%	2,4%
DESEMPLEO (Tasa sobre el total de la población activa)	6,6%	13,0%	10,7%	7,8%	7,5%	7,4%

4



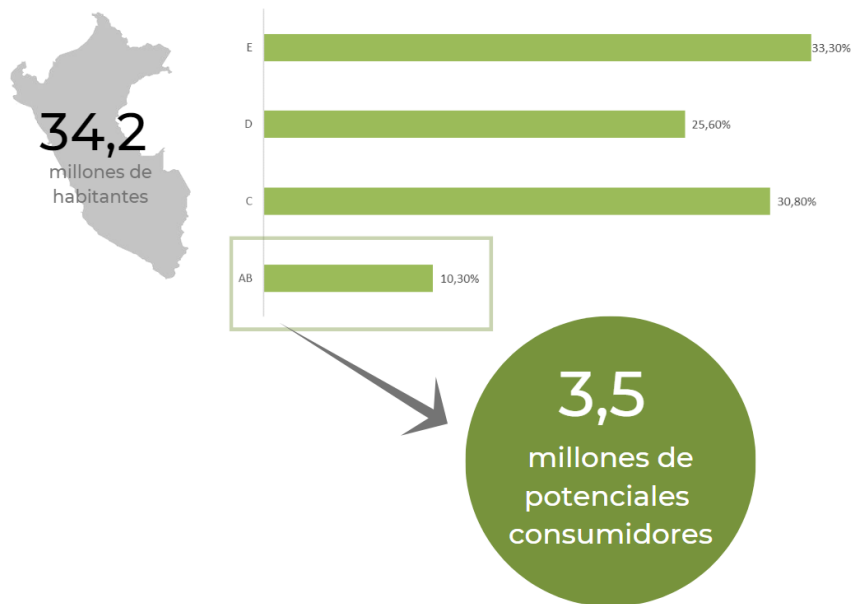
Fuente: Banco Mundial

La economía peruana, con fundamentos macroeconómicos sólidos (una relación entre deuda pública y PIB baja, reservas internacionales considerables y un banco central confiable), tuvo una rápida recuperación post COVID-19 con un crecimiento impulsado por el dinamismo del consumo privado y las exportaciones.

Las proyecciones son positivas para el corto medio plazo y apuntan a un crecimiento sostenido del PIB en torno a un 2,8% (2,4% para 2023) y a la progresiva moderación del repunte inflacionario que aconteció en 2021, en un contexto de mejora en la confianza empresarial y reanudación de la inversión.

No obstante, esta estabilidad y dinamismo de la economía peruana no ha podido evitar que los avances en reducción de la pobreza acontecidos durante dos décadas se hayan frenados por el efecto de la pandemia, de forma que en la actualidad la población pobre y vulnerable alcanza al 26% del total, cifra 6 puntos superior a la de antes de la crisis.

Población total/viajera (según nivel de ingresos 2022):



5

Fuente: CPI (Campaña peruana de estudios de mercados y opinión pública s.a.c)

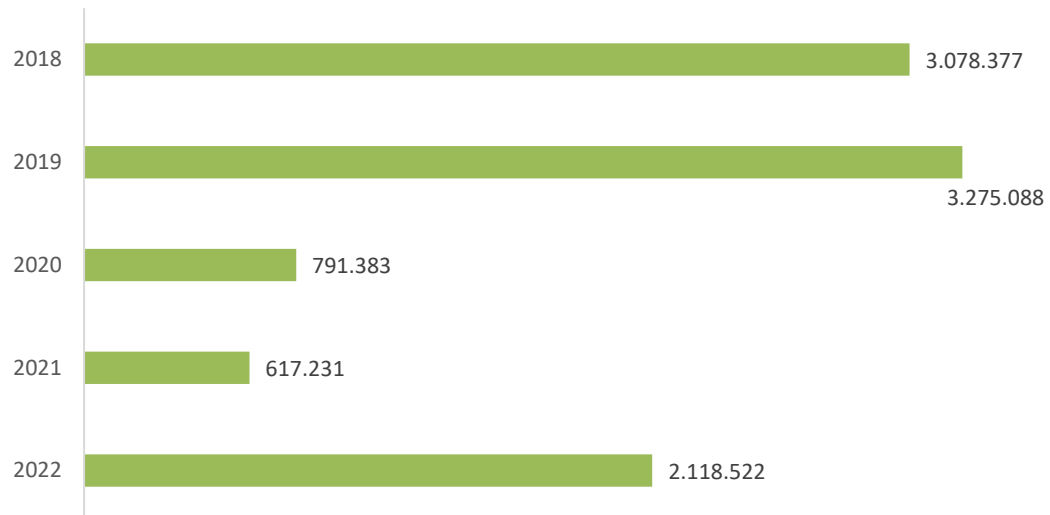
En la actualidad, 3,5 millones de peruanos tendrían potencial de consumo de viajes de larga distancia, un 10,2% de la población total.

Dentro de este grupo, quedaría otro más reducido de 0,5 millones, 1,6% de la población total, que constituiría un segmento que podría denominarse "premium" con elevada capacidad de gasto y consumo en viajes.

Principales áreas emisoras:

Lima es el principal foco emisor, donde se concentra la mayor cantidad de población y los mayores niveles de ingreso. El 21,1% de sus 10,2 millones de habitantes (enero 2023), presenta un nivel socioeconómico superior (AB), lo que representa un total de 2,1 millones de personas.

Evolución del número de viajeros internacionales:

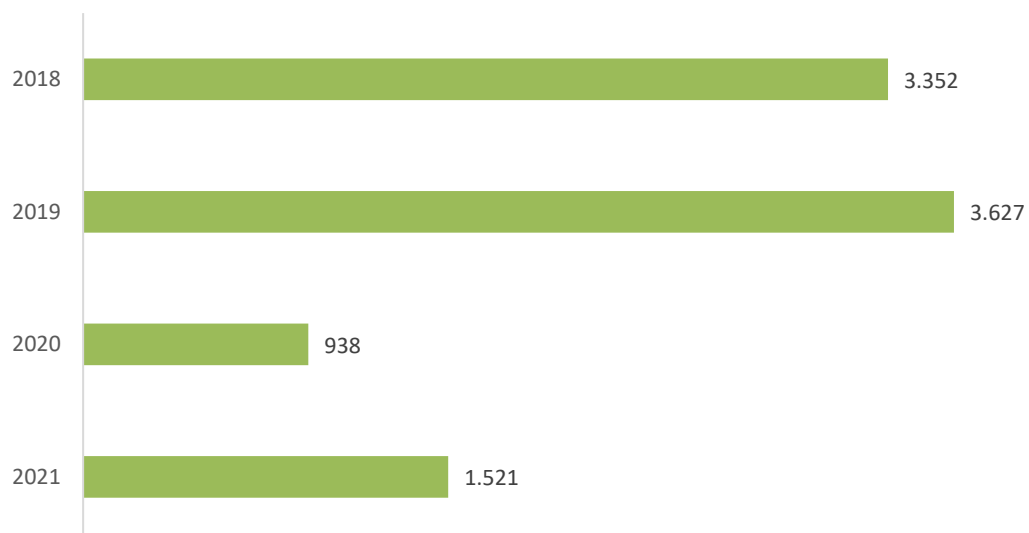


6

Fuente: INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática)

El transporte aéreo internacional creció exponencialmente en Perú en 2022, movilizando un volumen de pasajeros que triplicó al de 2021, pero que todavía se situó un -35% por debajo de la cifra de 2019.

Evolución del gasto emisor internacional (en millones de USD):



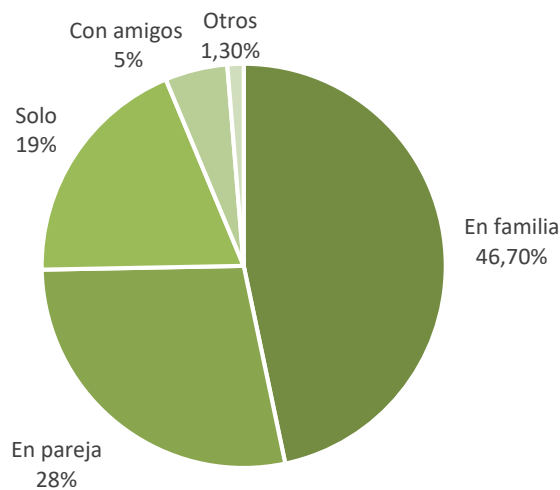
Fuente: INEI (Instituto Nacional de Estadística e Informática)

Perfil sociodemográfico:

Los peruanos que presentan el mayor potencial para viajar al extranjero serían mayoritariamente los integrantes de familias jóvenes o parejas (68%), incluidos en los grupos socioeconómicos AB, principalmente de Lima Metropolitana, entre los 24 y 44 años (Millennials y Generación X), seguido por el rango de 45 a 59 años.

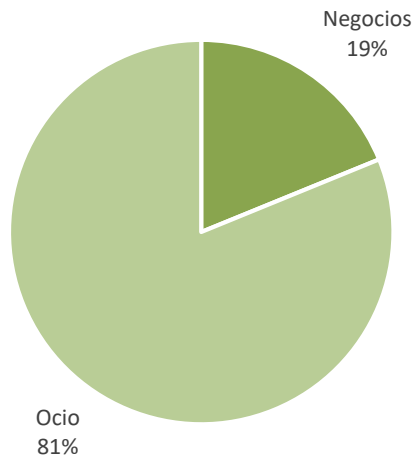
El 74% de los viajeros cuenta con estudios superiores.

Forma de viaje - 2022 (% sobre el total):



Fuente: Encuesta consumidor final 2022 (muestra 1.100 encuestados) - elaboración propia

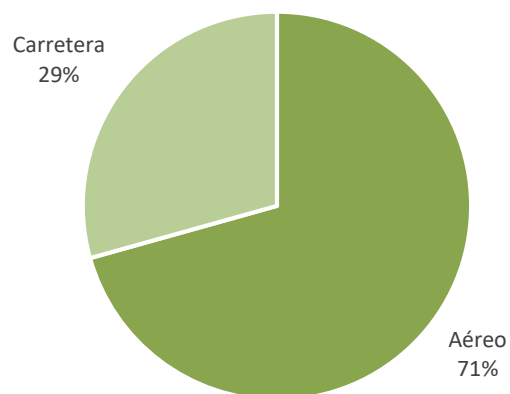
Motivación básica del viaje - 2022 (% sobre el total):



Fuente: Tourism Flows in Peru 2022 - Euromonitor

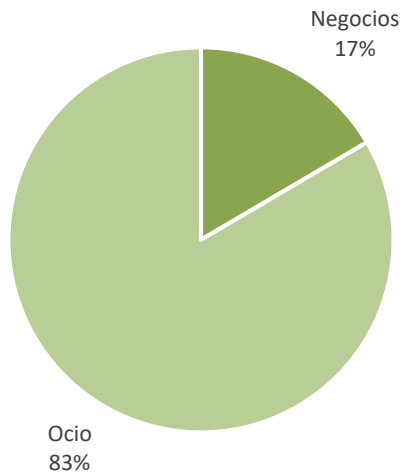
8

Medio de transporte - 2022 (% sobre el total):



Fuente: Tourism Flows in Peru 2022 - Euromonitor

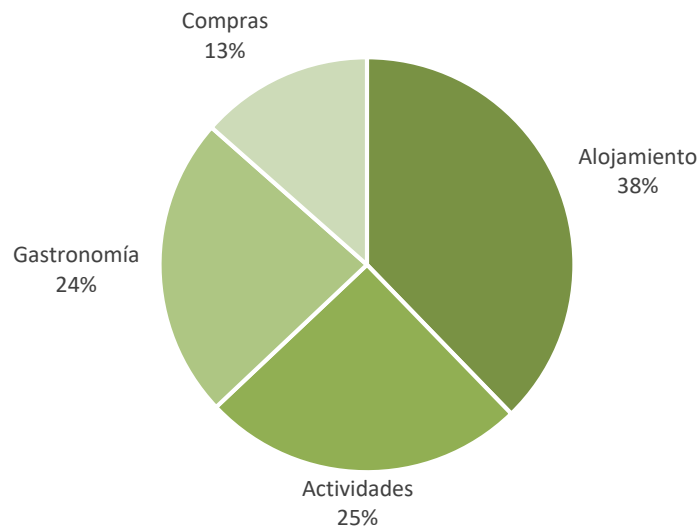
Distribución de gasto turístico en viajes internacionales según motivación básica del viaje - 2022 (% Sobre el total):



Fuente: Tourism Flows in Peru 2022 - Euromonitor

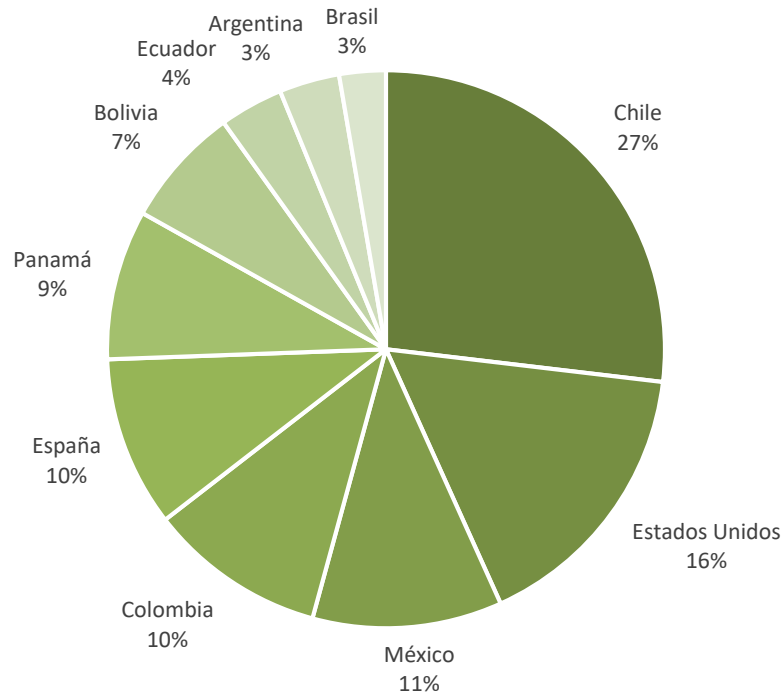
9

Distribución gasto turístico en viajes internacionales por principales categorías - 2022 (% sobre el total):

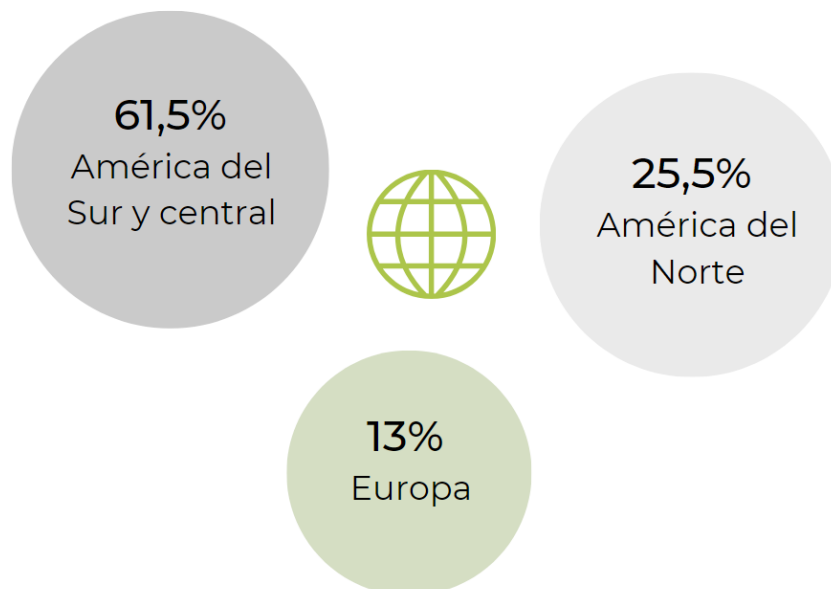


Fuente: Tourism Flows in Peru 2022 - Euromonitor

Destinos más visitados:

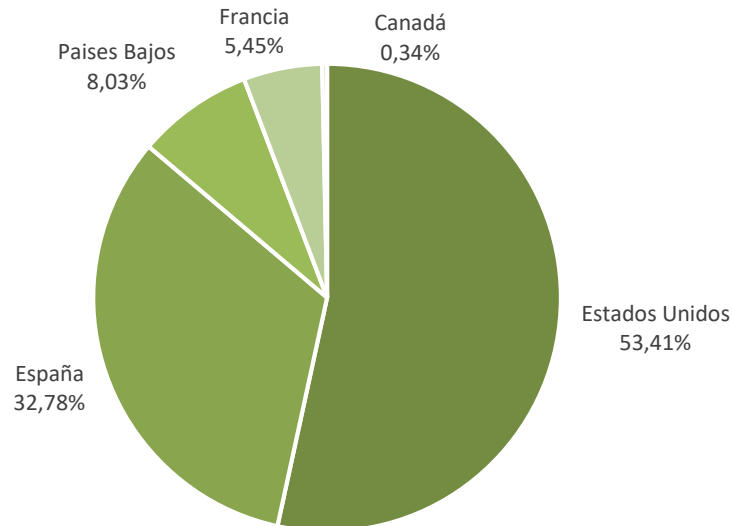


10



Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones de Perú

Destinos de larga distancia más visitados (% sobre el total):

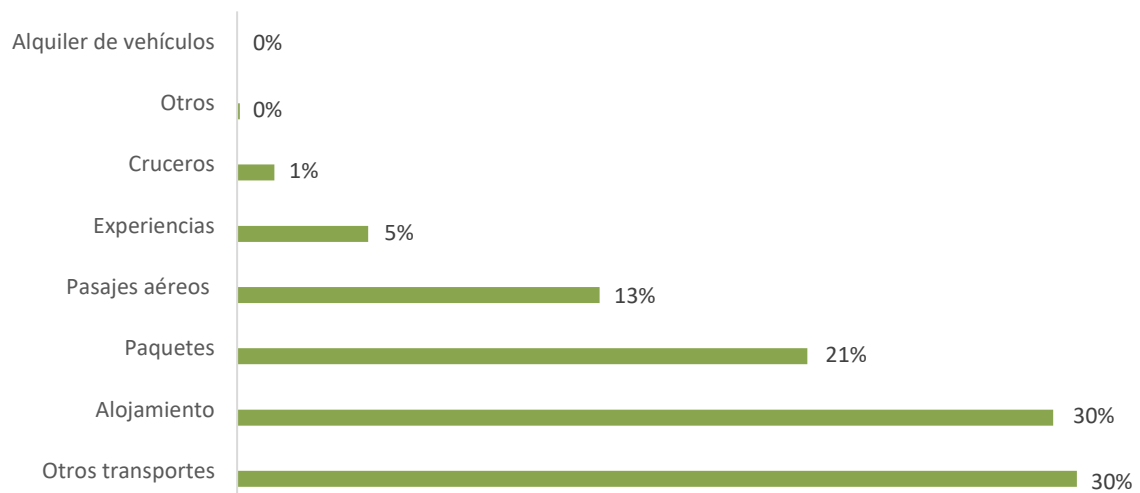


11

Fuente: Superintendencia Nacional de Migraciones de Perú

Distribución turística:

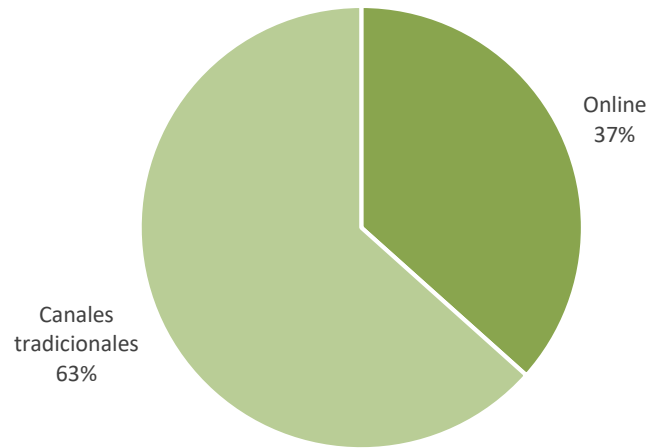
Ventas por segmentos (% sobre el total) - 2022:



Fuente: Booking in Peru 2022 - Euromonitor

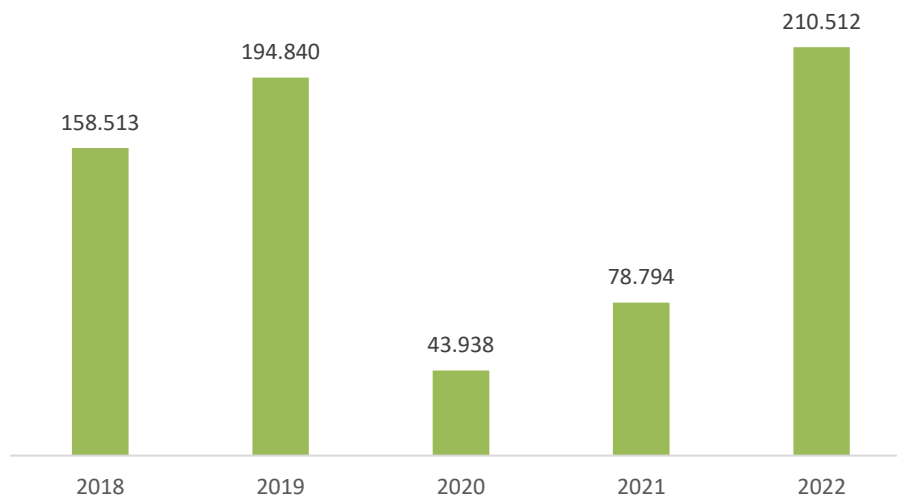


Distribución on/off line – 2022 (% sobre el total)



ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

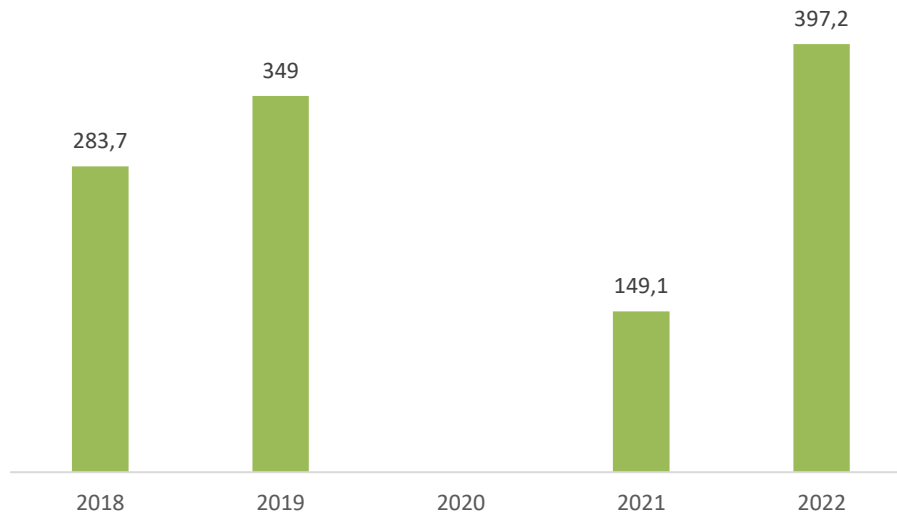
Evolución reciente llegadas de turistas peruanos:



Fuente: FRONTUR - INE

Con la llegada de más de 210.000 turistas peruanos y un crecimiento del 166% con respecto al año anterior, la recuperación del emisor peruano hacia España en 2022 se produjo con notable fortaleza, registrándose una cifra de llegadas un 7,8% por encima de la de 2019.

Evolución reciente gasto de turistas peruanos:



14

GASTO MEDIO
POR PERSONA
2022
2.327€

GASTO MEDIO
DIARIO
2022
202€

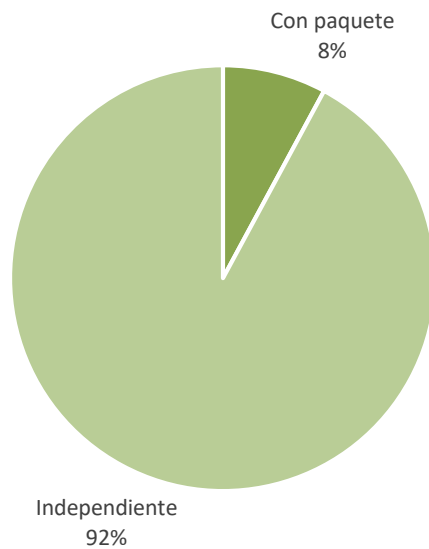
Fuente: EGATUR - INE

En 2022 se registró un aumento del gasto total de los turistas peruanos que visitaron España, que supuso un 13,7% más que el de 2019.

El gasto medio por persona de los turistas peruanos alcanzó una cifra un 91% por encima del gasto promedio por persona del turista internacional que nos visitó.

Comportamiento viajero:

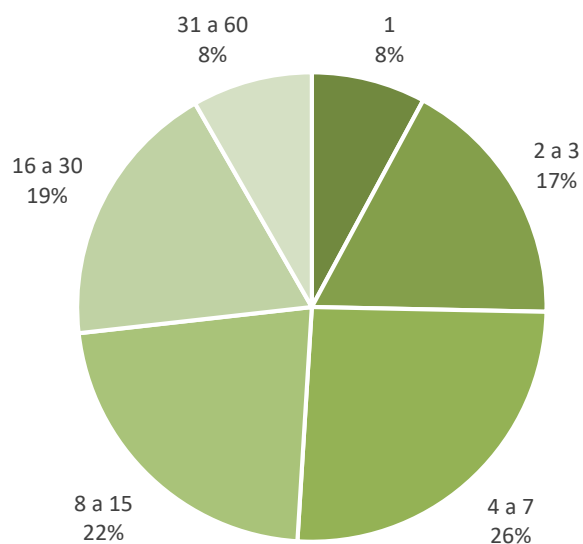
Forma de organización del viaje (% sobre el total):



15

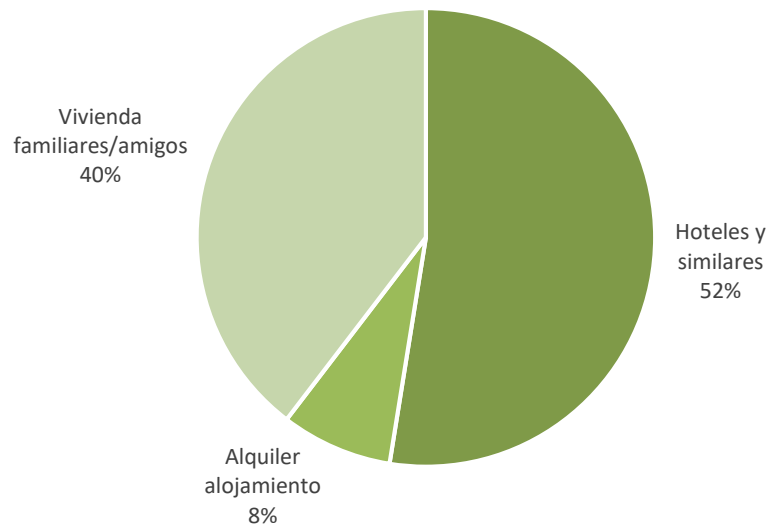
Fuente: FRONTUR - INE

Duración de la estancia (por número de pernoctaciones):



Fuente: FRONTUR - INE

Alojamiento:



Fuente: FRONTUR - INE

16

Conectividad aérea:

CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA			
Aeropuerto de destino	Aeropuerto de origen	Nº frecuencias semanales	Compañía aérea
MADRID	LIMA	7	LATAM
MADRID	LIMA	11	IBERIA
MADRID	LIMA	7	AIR EUROPA
MADRID	LIMA	4	PLUS ULTRA

Fuente: FlightRadar 24

En la actualidad (junio 2022) hay un total de 29 conexiones directas entre España y Perú, antes de la paralización de la actividad aérea consecuencia la crisis sanitaria, existían 31 conexiones directas, por lo que se han reestablecido el 93%.



Posicionamiento e imagen destino:

Por detrás de Estados Unidos (15% cuota de mercado) que ocupa una posición intermedia en distancia (5 horas vuelo Lima-Miami), España fue en 2022 el segundo destino visitado por los peruanos fuera de su ámbito regional, es decir por fuera de Latinoamérica (9%), y el quinto destino a nivel internacional, muy por delante de otros competidores como Países Bajos (2,3%), Francia (1,6%) o Canadá (0,1%).

En 2021, España ocupó la 3° posición entre los destinos que más salidas de turistas peruanos registraron, por detrás de Estados Unidos y Panamá.

En Perú, según advierte el informe “La reputación de España en el mundo. Country RepTrak®2022 - Reputation Institute y Real Instituto Elcano”, al igual que en el resto de la región, las variables mejor consideradas en cuanto a la reputación de España son aquellas relacionadas con los atributos vinculados a nuestra marca turística (ocio y entretenimiento, estilo de vida, entorno natural). Nuestra cultura es apreciada, aunque recibe menos valoración en la reputación del país que las anteriores. En otros atributos relevantes para la construcción de la reputación, como la seguridad o la amabilidad y simpatía, España no logra en América Latina una puntuación fuerte, quedando en un nivel intermedio.

En cualquier caso, puede señalarse que España está valorada desde América Latina por encima de cualquier país de la zona, excepto en las variables “entorno natural”, donde Brasil supera a España, y “amabilidad y simpatía”, donde Brasil, México y Colombia quedan por encima.

CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

Perú es la sexta economía de Latinoamérica y a pesar de los episodios de crisis política, institucional y social que el país ha experimentado recientemente, sus fundamentos macroeconómicos continúan siendo sólidos, por lo que las proyecciones económicas son positivas para el corto y medio plazo y apuntan a un crecimiento sostenido del PIB, que permite prever que se mantenga el dinamismo del consumo en viajes que viene aconteciendo.

Para España, el proceso de recuperación del emisor peruano ya se cerró en 2022, cuando, con más de 210.000, se registró una cifra de llegadas un 7,8% por encima de

la de 2019 y con más de 397 millones de euros, se registró un aumento del gasto turístico asociado a los turistas peruanos un 13,7% superior al de 2019.

Con estos antecedentes y con la conectividad aérea directa entre los dos países en situación similar a la anterior a la pandemia (en torno a 30 frecuencias semanales en conexiones directas), las previsiones para 2023 apuntan a una continuidad de este proceso de crecimiento de la demanda emisora peruana, que afiance la clara posición de liderazgo que el destino España mantiene entre los competidores europeos (25 puntos de cuota de mercado por encima de Países Bajos y Francia, segundo y tercero en el ranking de llegadas en 2022).

Así lo pone de manifiesto el número de llegadas turistas peruanos a nuestro país durante el primer cuatrimestre del año 2023, que está un 22% por encima del volumen correspondiente al mismo periodo del año 2022.

Con un 1,6% de su población encuadrable dentro de un segmento que podría denominarse como “*premium*” con elevada capacidad de gasto y consumo en viajes y un gasto medio por persona un 91% superior al del promedio del turista internacional que nos visitó en 2022, Perú, junto a otros emisores del área Latinoamérica, presenta una relevancia estratégica desde la perspectiva de atraer a un turista rentable y que contribuya a la sostenibilidad del destino.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 