

INFORME BÁSICO DEL MERCADO TURÍSTICO EMISOR



PERÚ 2025 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: 219-25-003-0.
Junio 2025



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

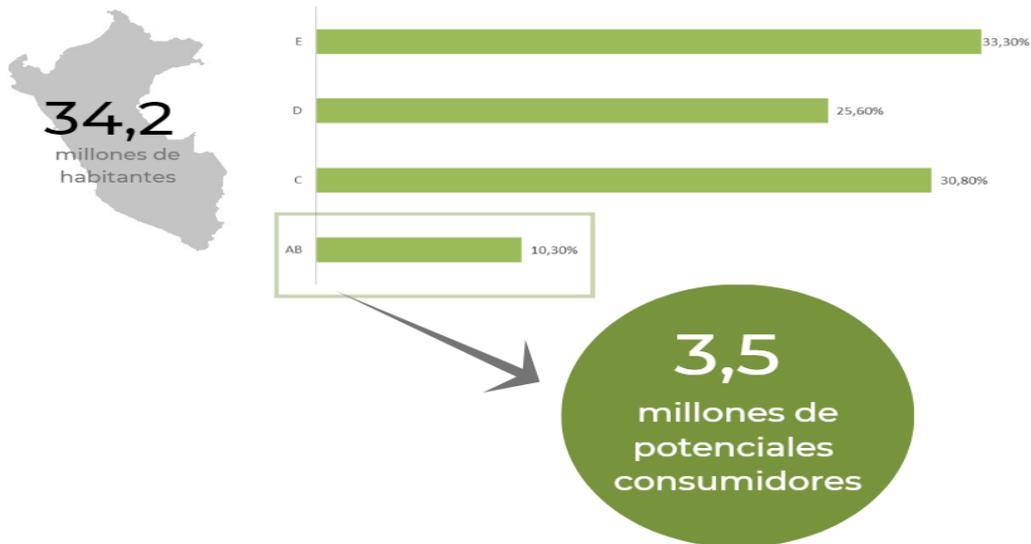
	2023	2024	2025 (previsión)
PIB real (Tasa de variación interanual)	0,55%	2,54%	2,68%
Inflación (Tasa variación interanual)	6,51%	2,33%	2,01%
Desempleo (Tasa sobre el total de la población activa)	7,55%	7,40%	7,30%

Fuente: Fondo Monetario Internacional

Perú ha experimentado una cierta recuperación económica tras el parón de 2023. En este período también se ha conseguido controlar la inflación, que se situará en torno al 2%. Los principales desafíos se encuentran en la contención del gasto público y en la reducción de las desigualdades entre la población.

4

Población total/viajera



Fuente: CPI Research, Market Report (marzo, 2022)

En la actualidad, puede estimarse que en torno a un 10% de la población de Perú cuenta con un nivel socioeconómico AB que le permitiría realizar viajes internacionales, lo que representa unos 3,5 millones de potenciales consumidores. Dentro de este grupo, se ubicaría 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

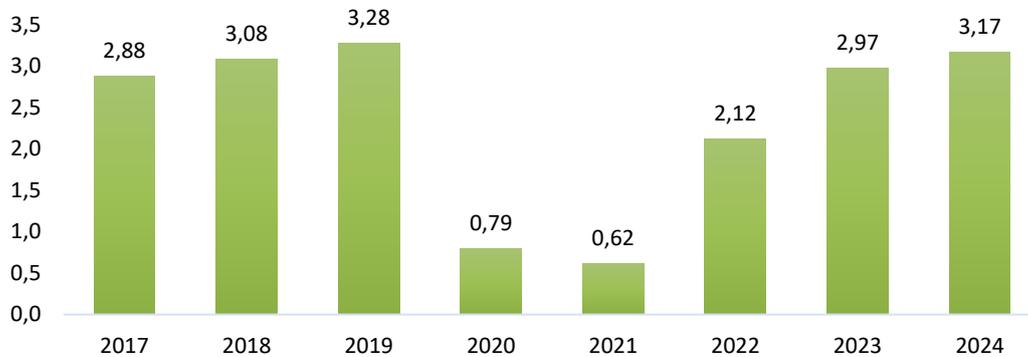
Lima es el principal foco turístico emisor del país, donde se concentra la mayor cantidad de población y los mayores niveles de ingreso. El 21,1% de sus 10,2 millones de habitantes (enero 2023), presenta un nivel socioeconómico superior (AB), lo que representa un total de 2,1 millones de personas.

Evolución del número de viajeros internacionales

En 2024 viajaron al exterior 3,17 millones de residentes peruanos, lo que supone un 6,7% más que en 2023, situándose muy cerca de niveles previos a la pandemia.

Entre enero y mayo de 2025 viajaron al exterior 1,41 millones de peruanos, lo que supone un 7,9% más que en el mismo período del año anterior.

Turismo emisor Perú
Años 2017-2024

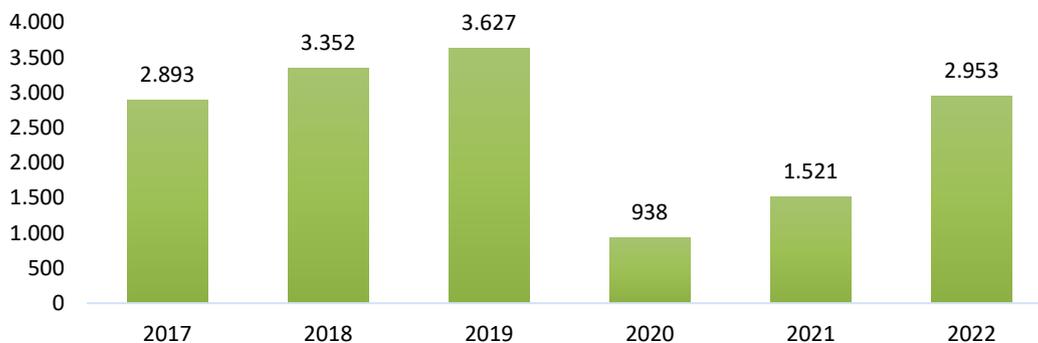


Fuente: MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Evolución del gasto emisor internacional

No existen datos recientes sobre los niveles de gasto, siendo los de 2022 los últimos disponibles.

Gasto en los viajes al exterior (en mill. de USD)
Años 2017-2022

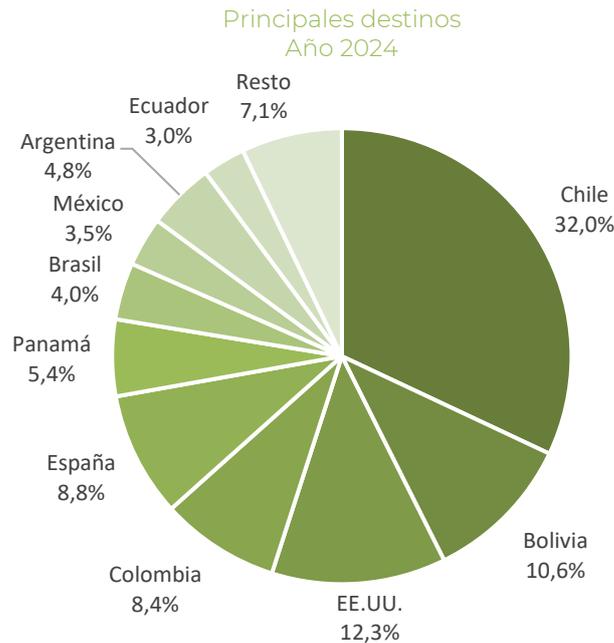


Fuente: INEI Instituto Nacional de Estadística e Informática

Destinos más visitados

Chile y Bolivia son los principales destinos de viaje de los peruanos, siendo ambos destinos limítrofes. Destacan los viajes realizados a EEUU (un 12,3%) y a España (un 8,8%), que ocuparía el quinto lugar entre los destinos más visitados.

Sin embargo, en los cinco primeros meses del año 2025 se han producido importantes variaciones, al caer un 57,9% el número de viajes a México y un 7,4% el número de viajes a Argentina. Por otro lado se han incrementado los viajes a Ecuador (40,1%), Brasil (39,5%) y Colombia (35,9%).



Fuente: MINCETUR Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Distribución turística

Existe un notable nivel de concentración del mercado en un grupo de actores que se hace particularmente evidente en el caso de los billetes aéreos, donde, durante los últimos años, 7 agencias vienen acaparando más del 80% de las ventas: Nuevo Mundo Viajes, Costamar, AC Tours, Continental Travel, Despegar, BCDTravel y Travex.

En cuanto a los operadores con oferta relevante de Europa y España destacarían:

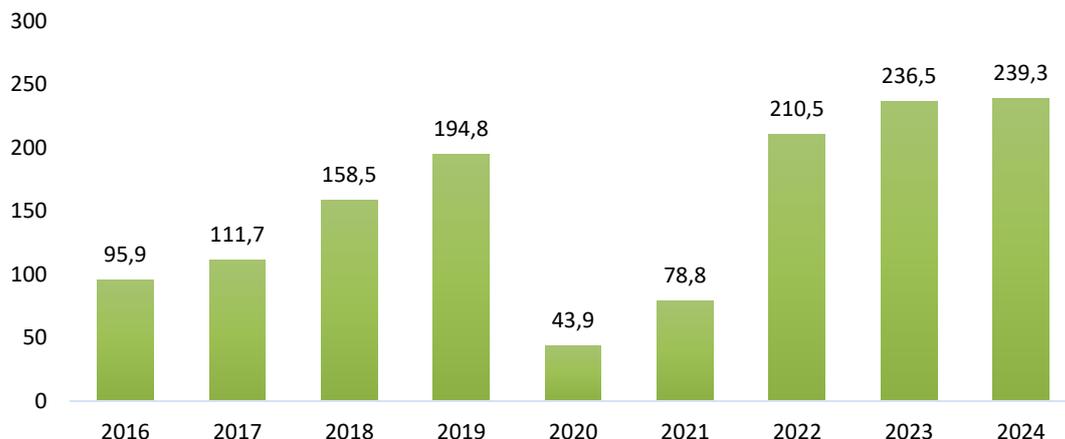
- en el segmento vacacional/generalista: Costamar Group, Nuevo Mundo Viajes, Tika Group
- en relación con segmento corporativo: Domiruth Travel Services, Continental Travel, Travel Security y BCD Travel,
- y en cuanto al segmento lujo: Viajes Rosario y AC. Tours

ANÁLISIS DEL MERCADO EMISOR HACIA ESPAÑA

Evolución reciente llegadas de turistas peruanos

En 2024 visitaron España en torno a 239.000 turistas peruanos, lo que supone un 1,1% más que en el 2023. En todo caso, Perú es uno de los mercados que se recuperó de forma más rápida, alcanzando los niveles previos a la pandemia ya en 2022.

Turistas peruanos en España
Años 2016-2024

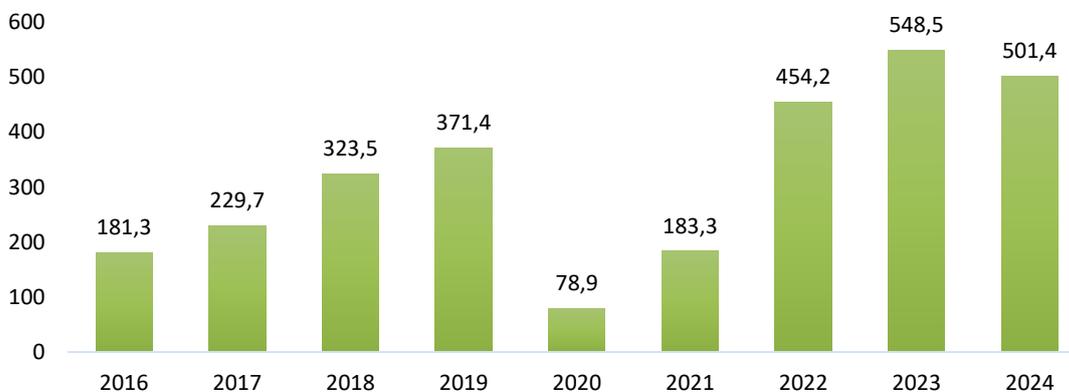


Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

Evolución reciente gasto de turistas peruanos

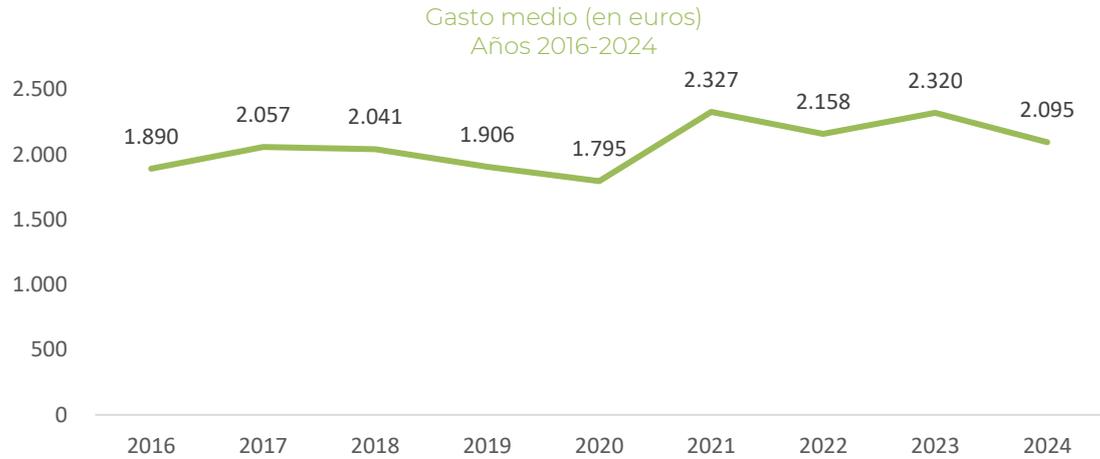
Desde el punto de vista del gasto, el comportamiento no ha sido tan positivo, ya que en 2024 el gasto cayó un 8,6%, situándose en los 501,4 millones de euros. Ello se ha debido principalmente a la caída del gasto medio diario, tal y como se verá más adelante. En todo caso, los niveles de gasto desde 2022 son muy superiores a los previos a la pandemia.

Gasto de los turistas peruanos en España
Años 2016-2024



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE





Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

La estancia media se incrementó ligeramente, hasta situarse en los 8 días.

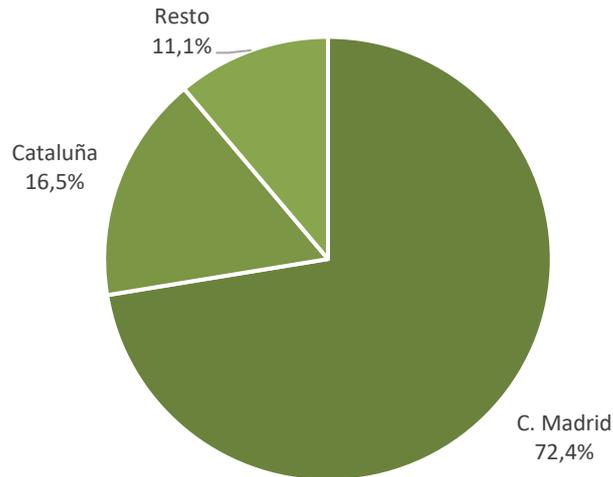


Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

Distribución de las llegadas por comunidades autónomas

C. Madrid y Cataluña concentran casi el 90% de las llegadas de turistas peruanos a España

**Distribución por Comunidades Autónomas
Año 2024**



Fuente: Estimación de Turespaña a partir de microdatos del INE

Conectividad aérea

CONEXIONES AÉREAS EN VUELOS DIRECTOS A ESPAÑA

		Nº frecuencias semanales	Compañía aérea
Madrid	Lima	7	LATAM
Madrid	Lima	14	IBERIA
Madrid	Lima	7	AIR EUROPA
Madrid	Lima	6	PLUS ULTRA

El aeropuerto de Lima cuenta con 34 frecuencias semanales en conexiones directas con Madrid, operadas por 4 aerolíneas diferentes.

Hay que destacar en este punto la apertura de la nueva terminal del aeropuerto de Lima, que triplica la extensión de la antigua terminal, y que tiene capacidad para albergar hasta 40 millones de pasajeros al año. Esta nueva infraestructura busca posicionar al aeropuerto de Lima como uno de los principales hubs regionales.

CONCLUSIONES Y VALORACIÓN

Puede considerarse que Perú viene demostrando, durante los últimos años, uno de los comportamientos más positivos dentro de los emisores América del Sur.

Como suele suceder en estos emisores, sobre la base de la excelente conectividad aérea directa que se mantiene con España, plenamente recuperada con 34 frecuencias semanales entre Lima y Madrid, las cifras de gasto y de llegadas de turistas peruanos a nuestro país son muy superiores a los niveles prepandemia.

La relevante posición que el destino España mantiene en la actividad viajera de los peruanos es clara, ya que España es el quinto destino internacional al que estos viajan, acumulando en 2024 el 8,8% del total de las salidas, ocupando una posición de liderazgo dentro de los destinos europeos, entre los que acumuló el 70% de los viajes.

En este contexto, pueden identificarse dos retos: la diversificación de destinos y la mejora en el posicionamiento en el segmento específico del turismo de lujo.

Cabe advertir que el 65% de las visitas de los turistas chilenos que visitan España acontece en dos destinos, Madrid (72,4%) y Cataluña (16,5%, principalmente Barcelona), lo que supone un notable nivel de concentración, habitual en el caso de los emisores del área geográfica. Pone ello de manifiesto el recorrido que todavía presentan en el emisor peruano destinos como Andalucía o País Vasco, tomando en consideración el perfil repetidor de gran parte de los turistas peruanos que visitan en nuestro país.

En este sentido, se está trabajando con los diferentes destinos para poder identificar propuestas que sean interesantes para el mercado. Además, se está trabajando en capacitar a los profesionales y que conozcan toda esta oferta. La conectividad dentro de España es también clave, y el desarrollo de la red de alta velocidad es otro de los elementos que forman parte de la comunicación con el sector. Finalmente se está introduciendo un nuevo elemento que permite, en el caso de los grandes tours por Europa, incorporar ciudades ni principales en la misma: dado que la mayor parte de las ciudades españolas cuenta con muy buena conectividad con las capitales europeas, una propuesta de valor al cliente sería poder incorporar alguna de estas ciudades dentro de esas rutas.

Por otra parte, como el resto de emisores de su área geográfica, Perú presenta un nicho específico de consumidores de turismo *premium*, muy reducido desde la perspectiva cuantitativa (medio millón de consumidores, que equivaldrían a apenas el 1,6% de la población total del país) pero de importancia estratégica en cuanto a la cualitativa, desde la perspectiva de atraer a un turista rentable y que contribuya a la sostenibilidad del destino.

El destino España, a partir de su excelente posicionamiento general en el emisor peruano, cuenta con una clara oportunidad de ganar relevancia en este segmento, a través de la difusión del dinámico proceso de transformación que viene experimentando su oferta turística en los últimos años para adaptarse a la demanda viajera propia del turismo de alta gama; incremento de visibilidad al que debe sumarse un esfuerzo para dinamizar la comercialización de los productos y servicios específicamente diseñados para este tipo de consumidor.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA

