

Perfil del Turista Rural Comunitario

Raúl Asencios
Coordinador de Investigación de Mercados

Patricia Pérez
Analista de Investigación de Mercados

Tendencias



Tendencias del mercado

EUROPA

- Gray market (+50 años) con mayor dinero y tiempo.
- Hogares de pocos miembros (parejas sin hijos, familias monoparentales)
- Consumidores cultos y búsqueda de nuevas experiencias y emociones.
- Mayor responsabilidad por el medio ambiente.

EEUU

- Menos tendencia al ahorro, disfruta del presente
- La seguridad es un aspecto de suma importancia

LATINOAMÉRICA

- Cultura de gasto en entretenimientos fuera del hogar
- 42% viven de deudas (préstamos y créditos) y no tiene cultura de ahorro
- Más de la cuarta parte tiene como principal preocupación la seguridad laboral

ASIA

- Cultura por el ahorro. Es la región que más invierte en mercado de valores.
- BCG calcula que existen entre 25 y 30 millones de hogares de clase media en China, entre 8 millones de familias ricas.

3



Tendencias del mercado

Consideraciones para elegir un país / destino

NECESIDADES

Consideraciones prácticas

1. Seguridad*
2. Conveniencia (*Value for money*)
3. Posibilidad de comunicarse fácilmente
4. Cercanía
5. Clima

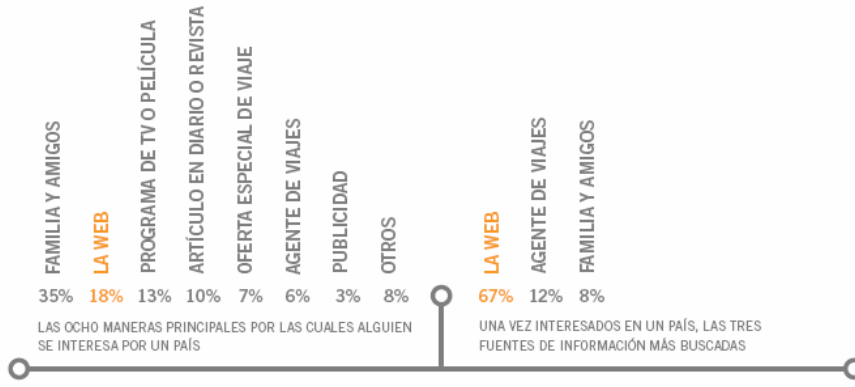
DESEOS

Motivaciones experienciales

1. Belleza natural
2. Autenticidad
3. Arte/ Cultura
4. Opciones de alojamiento y resorts
5. Actividades al aire libre/ Deportes

Fuente: FutureBrand / Country Brand Index 2006

4



LA IMPORTANCIA DE LOS CANALES

Fuente: FutureBrand / Country Brand Index 2007

Definiciones



Turismo Rural (Definición)

Se denomina Turismo Rural cuando la cultura rural es un componente clave del producto en el mercado. Las actividades de turismo se llevan a cabo en forma de amplias redes de residencias rurales de vacaciones en el campo, grandes hoteles, campos de golf o pistas de esquís. El turismo rural incluye el agroturismo que hace referencia al turismo basado en recursos agrícolas.

Fuente: OMT

7



Turismo Rural Comunitario para el Perú (Definición)

El TRC comprende toda actividad turística, recreativa y complementaria, que se desarrolla en el medio rural de manera **sostenible** con **participación prioritaria** de las comunidades campesinas y/o nativas

Fuente: MINCETUR / Viceministerio de Turismo del Perú

8

Oportunidades

Oportunidad del Turismo Rural Comunitario



MOTIVACIONES PARA REALIZAR UN VIAJE POR VACACIONES, RECREACIÓN U OCIO

47% Conocer la cultura del país



*Además, en el 2006...
31% de los Turistas
Extranjeros visitó
Comunidades Nativas en
el Perú*

peru

RANKINGS POR CATEGORIA



Autenticidad

Presencia de culturas distintas, genuinas y únicas

1.	India	
2.	Nueva Zelanda	
3.	Egipto	
4.	Sudáfrica	
5.	Tailandia	
6.	Costa Rica	
7.	Libano	
8.	Italia	
9.	Perú	
10.	Marruecos	

Año 2006, noveno lugar en el tema de **Autenticidad**

“País con presencia de culturas distintas, genuinas y únicas”

Fuente: FutureBrand / Country Brand Index 2006

11

peru

AUTENTICIDAD

Ofrece culturas y experiencias distintas, genuinas y únicas



1. NUEVA ZELANDA (2)

Nueva Zelanda es cuidadosa a la hora de preservar la verdadera esencia del país, un estilo de vida único y un entorno que logran la más auténtica experiencia de viaje.

2.	China	
3.	Sudáfrica	
4.	Japón	
5.	Tailandia	
6.	Egipto	
7.	Kenia	
8.	India	
9.	Perú	
10.	Marruecos	

Año 2007, noveno lugar en el tema de **Autenticidad** por segundo año consecutivo.

Además es el único país de Latinoamérica en estas categorías.

Fuente: FutureBrand / Country Brand Index 2007

12



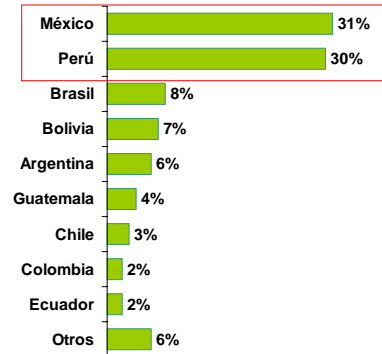
Oportunidad del Turismo Rural Comunitario

EN QUE PAÍSES DE LATINOAMERICA PIENSA CUANDO ESCUCHA

COMUNIDADES NATIVAS



COSTUMBRES ANCESTRALES



Fuente: PromPerú / Imagen y Posicionamiento del Perú en Mercados Prioritarios*

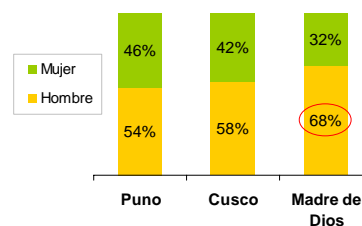
*Argentina, Chile, Brasil, Colombia, EEUU, Canadá, México, UK, Francia, España, Alemania, Japón



Perfil del Turista Rural Comunitario

- Objetivo** : Conocer las actitudes, intereses y hábitos de viaje de los turistas extranjeros que realizaron turismo rural comunitario en el Perú.
- Universo** : Turistas extranjeros de 20 a 60 años de edad, cuyo motivo de viaje al Perú fue por vacaciones recreación u ocio y visitaron comunidades campesinas y nativas en Cusco, Puno y Madre de Dios.
- Puntos de muestreo** : Principales puntos de salida (aeropuertos y terrapuertos) en las ciudades de Cusco, Puno y Puerto Maldonado.
- Tamaño de muestra** : 600 encuestas
- Trabajo de campo** : Setiembre – Octubre 2007

- 61% entre los 25 y 44 años (en Madre de Dios el 26% es de 45 a 60 años).
- Grado de instrucción Superior
- **Mayor presencia de Europeos** (53%), especialmente en Madre de Dios (66%).
Puno: EEUU, 21% y Francia, 12%
Cusco: EEUU, 22%, España, 13% y Inglaterra, 11%
Madre de Dios: EEUU, 19%, España, 18% y Italia, 15%
- Turista con **mayor poder adquisitivo** en Madre de Dios (> US\$ 60,000: 72%)

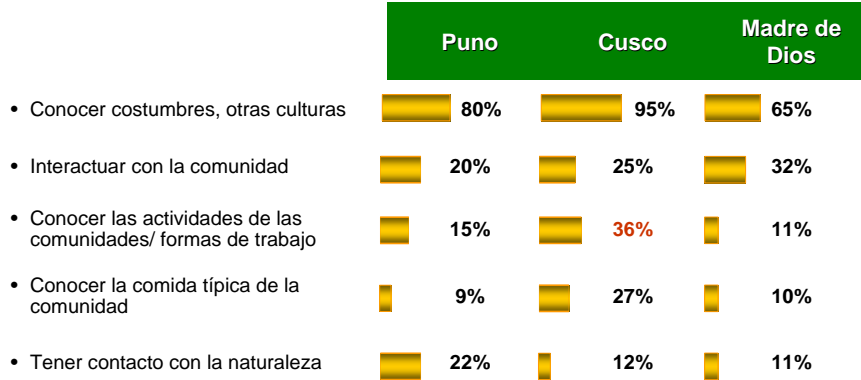


Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario



Motivación para realizar turismo rural comunitario

Por lugar visitado



“Conocer las costumbres y la realidad social del país, experimentando el estilo de vida de las comunidades”

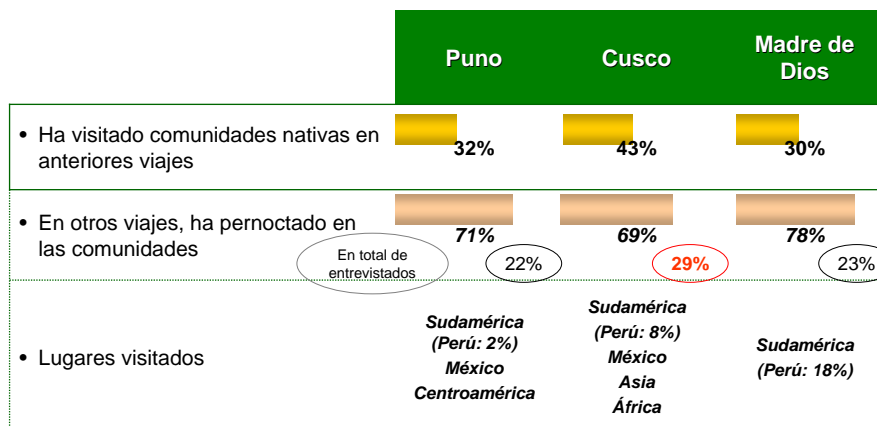
Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

17



Experiencia de otros viajes

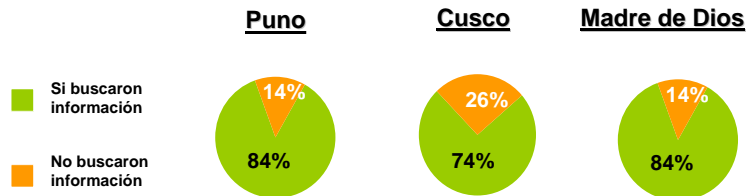
Por lugar visitado



Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

18

Búsqueda de información



Fuentes de Información:

Fuente	Puno	Cusco	Madre de Dios
Internet	81%	85%	68%
Guías turísticas	46%	55%	28%
Familiares/amigos	27%	27%	52%
Agencias de viajes	13%	24%	30%
Revistas especializadas	9%	10%	27%

Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

19

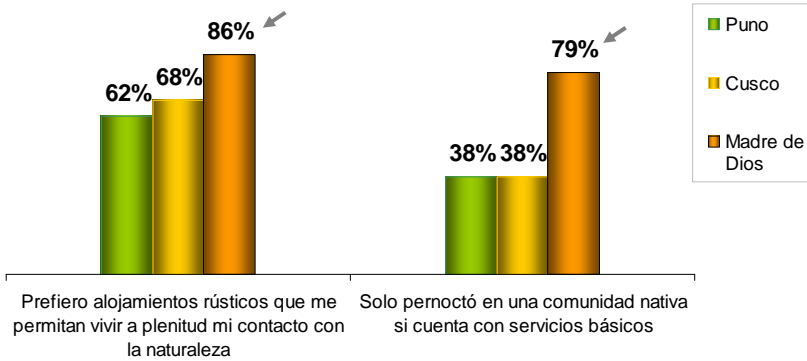
Información Requerida

	Puno	Cusco	Madre de Dios
Lugares turísticos	51	60	14
Cultura / Costumbres / Tradiciones	60	44	17
Medios de transporte	34	21	24
Infraestructura turística	33	40	5
Sobre la naturaleza y paisajes	14	47	55
Comida Típica	22	18	8
Costos	22	26	-

Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

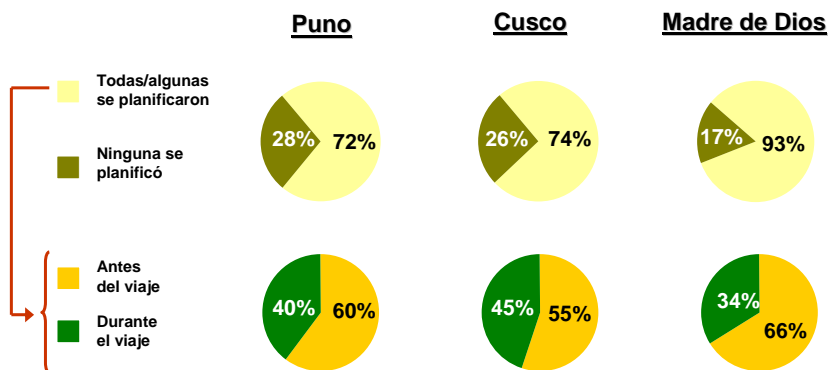
20

¿Qué tan de acuerdo está con la siguiente frase? (De Acuerdo + Totalmente de Acuerdo)



Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

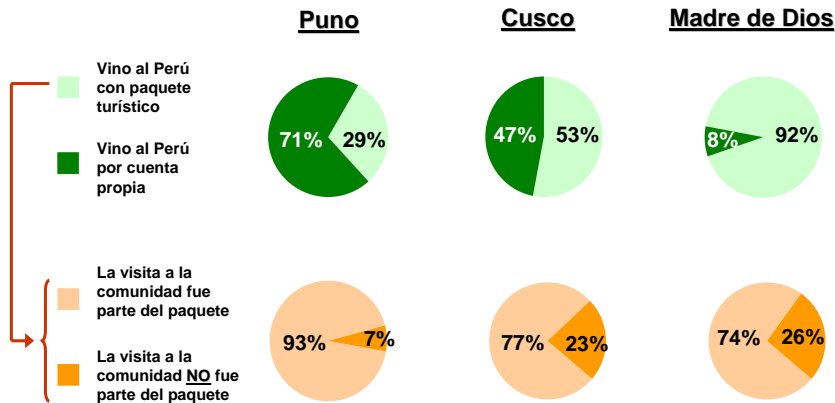
Planificación de la visita a las comunidades



Quienes tienen experiencia visitando comunidades tienden a planificar **TODOS** sus viajes de este tipo y preferentemente **ANTES** del mismo.

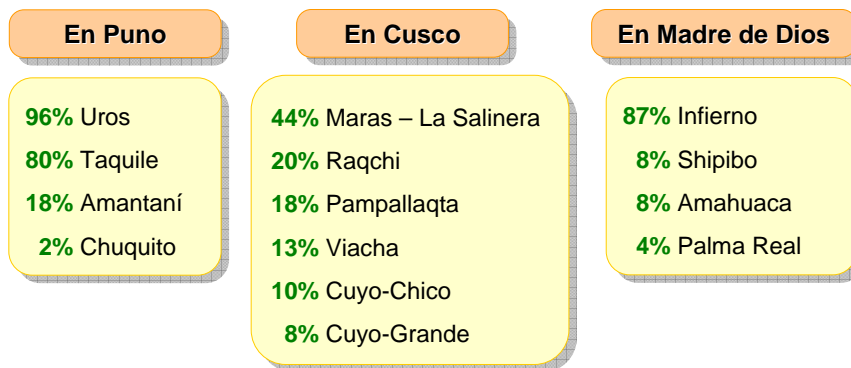
Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

Organización de la visita a las comunidades



Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

Comunidades visitadas



El turista tiende a visitar 3 comunidades nativas en el Perú (promedio)

Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

Actividades realizadas en las comunidades

Puno

- 95% Compra de artesanía/prod.
- 66% Observación de la comunidad
- 26% Interactuar con los pobladores
- 24% Tomar fotografías
- 22% Probar la comida del lugar
- 14% Obs. sus costumbres



Cusco

- 86% Compra de artesanía/prod.
- 41% Probar la comida del lugar
- 37% Interactuar con los pobladores
- 36% Observación de la comunidad
- 32% Obs. sus costumbres
- 18% Obs./part. en activ. agrícolas
- 15% Ver preparación de alimentos



Madre de Dios

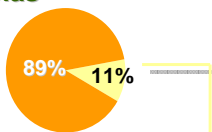
- 87% Compra de artesanía/prod.
- 64% Observación de la comunidad
- 28% Observación de plantas
- 10% Ver preparación de alimentos



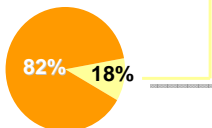
Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

Observación o participación de actividades agrícolas

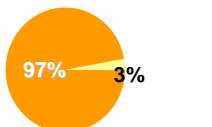
Puno



Cusco



Madre de Dios



Siendo la atracción: "la observación del arado" y "siembra"

❖ No hubo planificación de la experiencia

No Sí

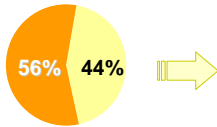
Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario



Características del viaje en el Perú

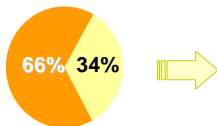
Pernoctación en las comunidades

Puno



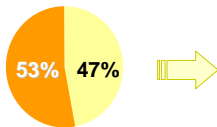
72% lo tenía planeado
(Hombres)

Cusco



74% lo tenía planeado

Madre de Dios



50% lo tenía planeado

No pernoctó Sí pernoctó

Pernoctación mayor en los segmentos de:

- 20 -24 años y 35 a 44 años
- Sin experiencia previa en visita a comunidades

Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

27



Características del viaje en el Perú

Alojamiento utilizado en las comunidades

92% Casa de poblador
8% Casa de la comunidad
6% Campamento



Puno

45% Casa de poblador
17% Campamentos
16% Casa de la comunidad
13% Hospedaje/ albergue



Cusco

65% Albergues
35% Casa de poblador



Madre de Dios

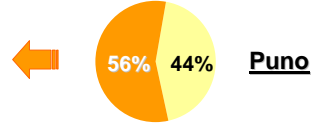
Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

28

Pernoctación en las comunidades

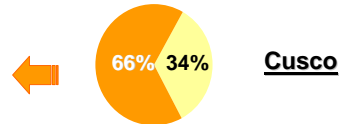
58% le hubiese gustado pernoctar

- ❖ *Tiempo*
- ❖ *Falta de información*



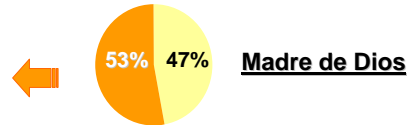
62% le hubiese gustado pernoctar

- ❖ *Tiempo*
- ❖ *Falta de información*



36% le hubiese gustado pernoctar

- ❖ *Que la agencia lo consideré*

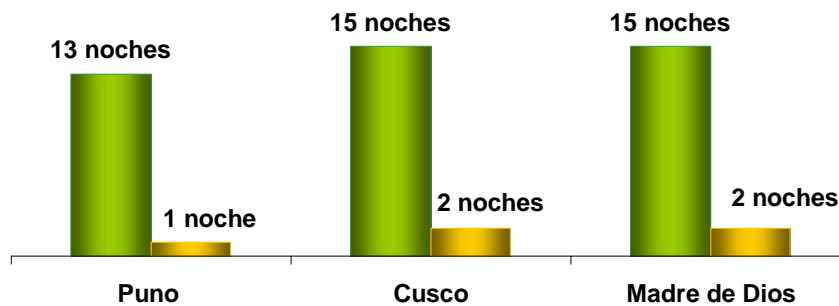


No pernoctó Sí pernoctó

Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

Permanencia en Perú y en Comunidades

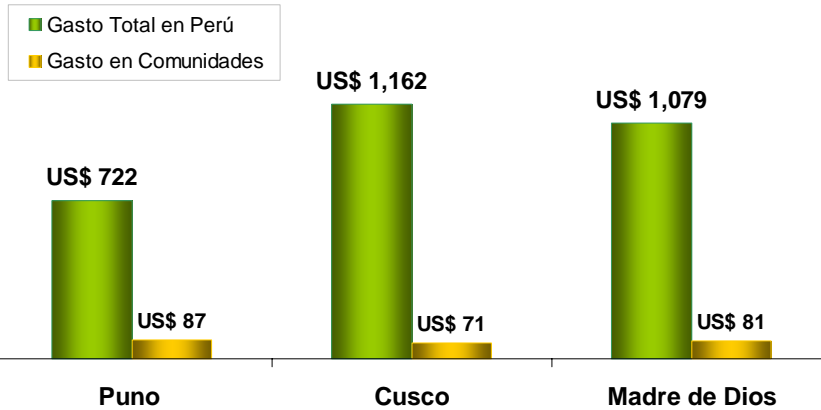
- Permanencia Total en Perú
- Permanencia Total en Comunidades*



* Turistas que pernoctaron en una comunidad nativa en Perú

Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

Gasto en el Perú y en Comunidades



Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

Servicios Utilizados

		Puno	Cusco	Madre de Dios
Restaurantes	Uso	86	82	68
	Calificación (B+MB)	91	86	99
Guía turística	Uso	68	82	65
	Calificación (B+MB)	90	91	99
Servicios higiénicos	Uso	62	78	90
	Calificación (B+MB)	35 ●	36 ●	90
Alojamiento	Uso	44	29	68
	Calificación (B+MB)	81	79	100

Fuente: PromPerú / Perfil del Turista Rural Comunitario

- Motivación principal: aprender, conocer y vivir realidades muy diferentes a las que se viven cotidianamente: **“Vivir experiencias distintas”**
- El encuentro con comunidades campesinas nativas en Perú es muchas veces de modo casual y sorpresivo, pero muy gratificante.
- La principal fuente de información es la Web, pero se debe explotar aun más el tema de comunidades.
- El perfil del turista que visita comunidades en Madre de Dios es más exigente (busca experiencia con comodidad).

Fortalecer y Consolidar los proyectos comunales
de las comunidades, teniendo en cuenta las
expectativas del turista