



CONGRESO INTERNACIONAL HOTELERÍA Y TURISMO PARA FUTUROS PROFESIONALES

CARLOS ZAMORANO MACCHIAVELLO
Gerente General

25 de Noviembre de 2004

prom
perú

- Para el 2005 se espera una reactivación económica en Estados Unidos, Japón y Europa Occidental, y la disminución de conflictos políticos internacionales.
- Sudamérica se ha convertido en una zona segura, en la que no hay conflictos bélicos y con una mejora en su economía regional.
- Algunos especialistas (OMT) afirman que los nuevos controles fronterizos en USA, podrían ocasionar una disminución en el número de turistas que recibe Estados Unidos, especialmente el flujo proveniente de los mercados emisores vecinos, como México y Canadá, y que se trasladarían a destinos como El Caribe, centro y Sud América. Fuente: OMT

- Focalizar la promoción del destino Perú en mercados prioritarios mediante campañas orientadas a segmentos específicos.
- Atender los mercados potenciales con actividades dirigidas a los canales de distribución.
- Potenciar el apoyo a las misiones diplomáticas del Perú para la ejecución de acciones de promoción turística.
- Articular campañas de promoción dirigidas al consumidor final y a canales de distribución.
- Realizar alianzas con los gobiernos Regionales, Locales y sector privado para su participación en la promoción turística.

- Promover la competitividad de las ciudades del país, mediante el apoyo al Buró de Convenciones y Visitantes de Lima y la expansión del concepto a nivel Regional.
- Fortalecer la Gastronomía peruana y el Deporte como instrumentos de promoción de la imagen del Perú y generadores de flujos turísticos.
- Establecer alianzas estratégicas con entidades públicas y privadas (PROMPEX, PROINVERSION, CANATUR, AHORA, etc.).
- Promover el incremento de la Conectividad internacional y nacional trabajando conjuntamente con el sector privado.
- Establecer mecanismos de monitoreo y verificación de cumplimiento de Objetivos, a través de Indicadores de Gestión.

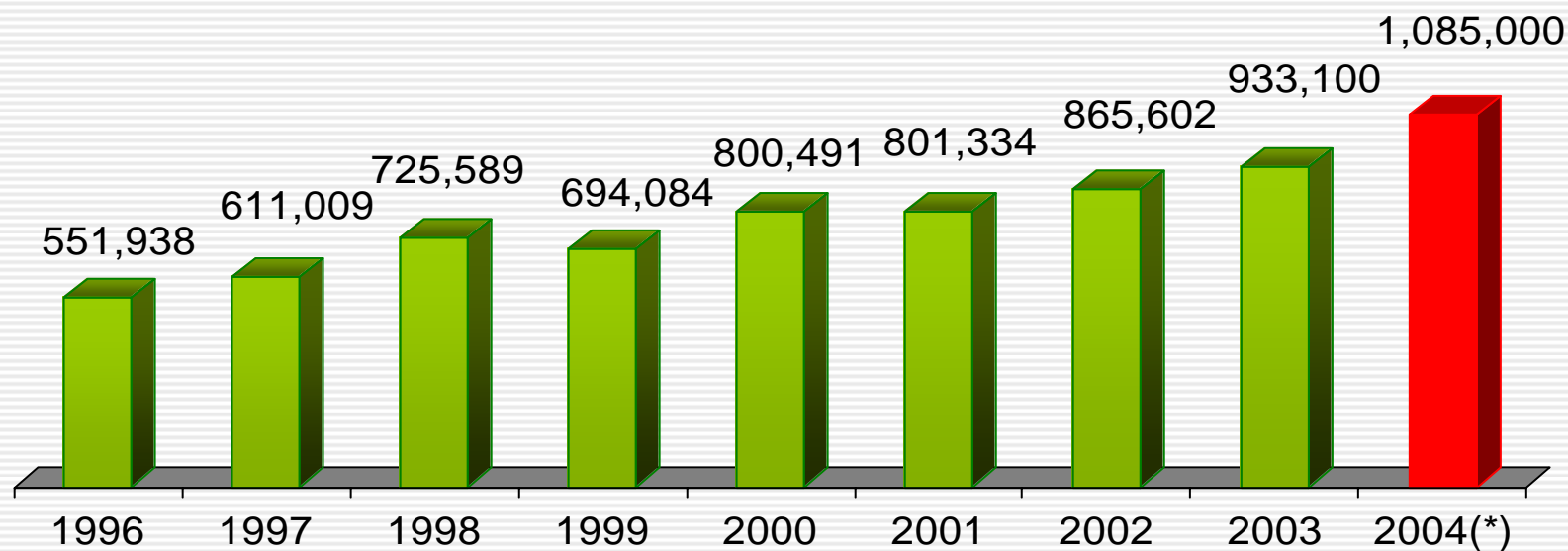
Constituyen una parte medular del control y seguimiento de la gestión de una Institución, pero estos van más allá de lo que las mediciones puedan aportar.

En tal sentido, la Gerencia de Planificación, Presupuesto y Desarrollo viene implementando un sistema de medición de indicadores, lo que nos permitirá evaluar realmente el logro de nuestros objetivos.

- Segmentación
- Mercados prioritarios y potenciales
- Alianza estratégica con el Sector Privado
- Reforzamiento de los componentes de la Identidad Peruana
- Trabajo en conjunto con Gobiernos Regionales y Locales
- Efectiva descentralización como enfoque para el impulso del turismo interno
- Conectividad
- Gastronomía y Deportes

META DE LLEGADAS INTERNACIONALES

(proyección 2004)

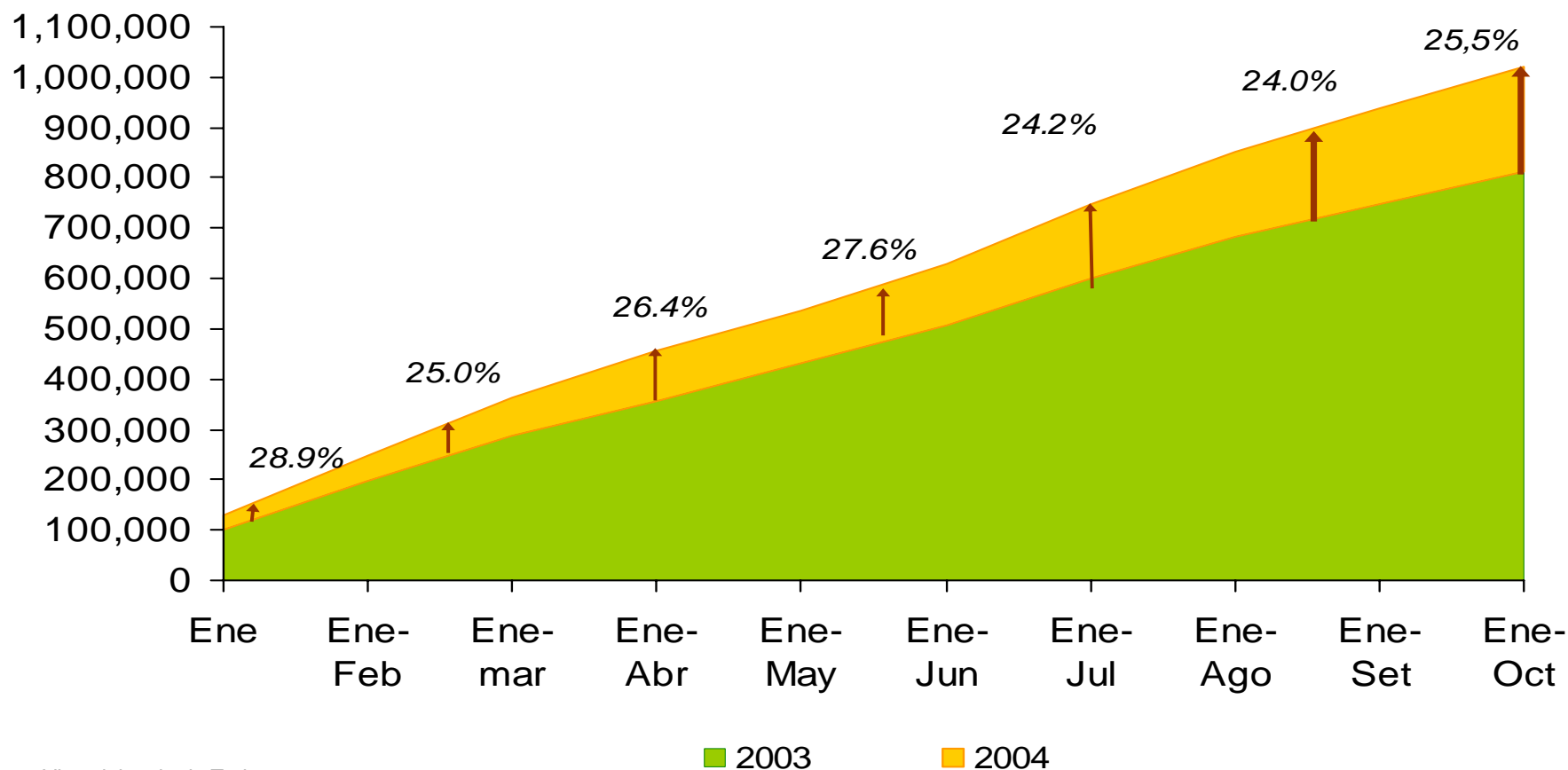


Fuente: Vice Ministerio de Turismo, Digemin
 Elaboración: PromPerú
 (*) Proyección Promperú

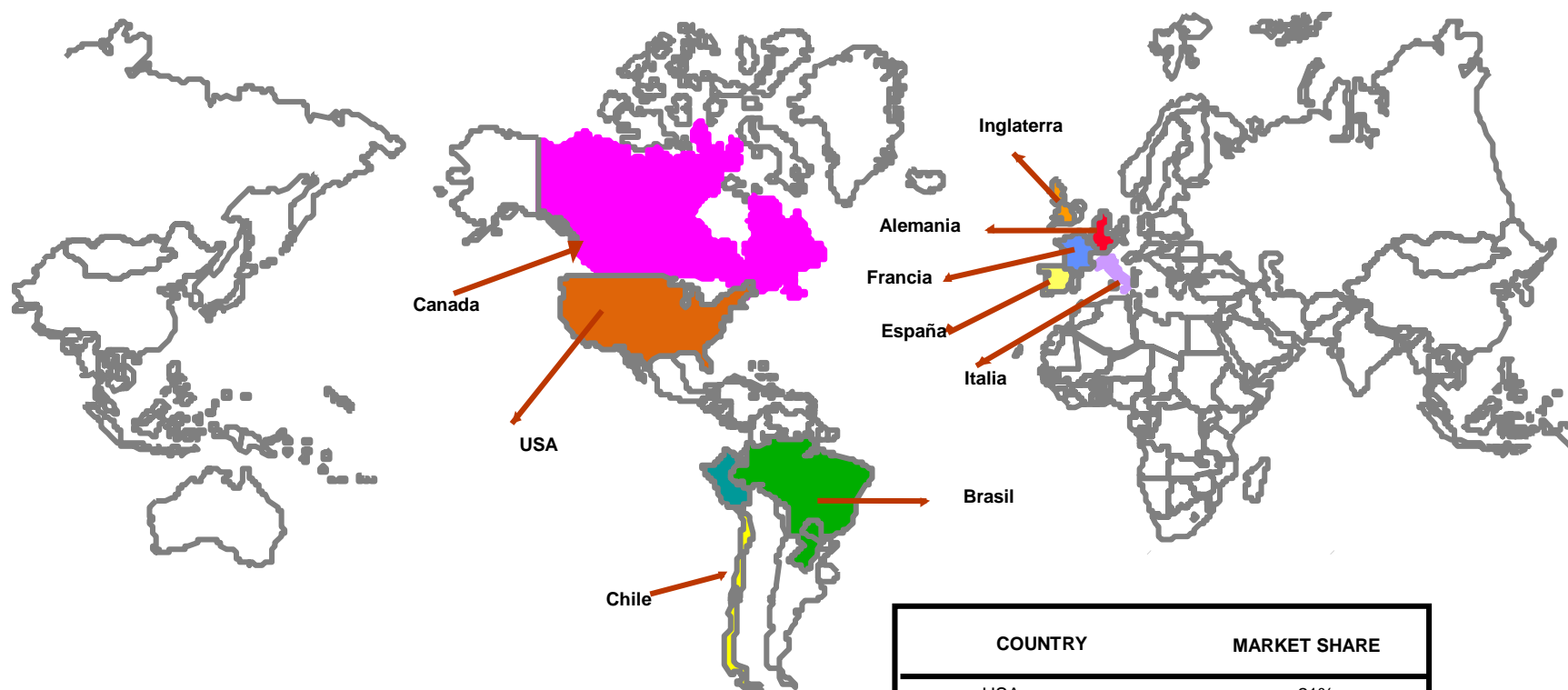
Año	Llegadas de visitantes	Incremento de visitantes	Inversión del Fondo	Incremento en Divisas
2003	933,100	7.8%	6.2MM	51MM
2004	1'085,000	16%	12.9MM	124MM

LLEGADAS INTERNACIONALES (2004)

1 021 051 LLEGADAS



Fuente: Viceministerio de Turismo
(*) Preliminar



COUNTRY	MARKET SHARE
USA	21%
Chile	17%
United Kingdom	5%
France	4%
Germany	3%
Spain	3%
Brasil	3%
Italy	2%
Canada	2%

PRIORIZACIÓN DE OBJETIVOS POR MERCADOS PRIORITARIOS

	2003	2004	2005	2006	2007
MANTENIMIENTO		USA	USA REINO UNIDO ESPAÑA BRASIL	USA REINO UNIDO ESPAÑA BRASIL ALEMANIA ITALIA CHILE ARGENTINA	USA REINO UNIDO ESPAÑA BRASIL ALEMANIA ITALIA CHILE ARGENTINA FRANCIA BOLIVIA ECUADOR
LANZAMIENTO	USA	REINO UNIDO ESPAÑA BRASIL	ALEMANIA ITALIA CHILE ARGENTINA	FRANCIA BOLIVIA ECUADOR	CHINA KOREA JAPON



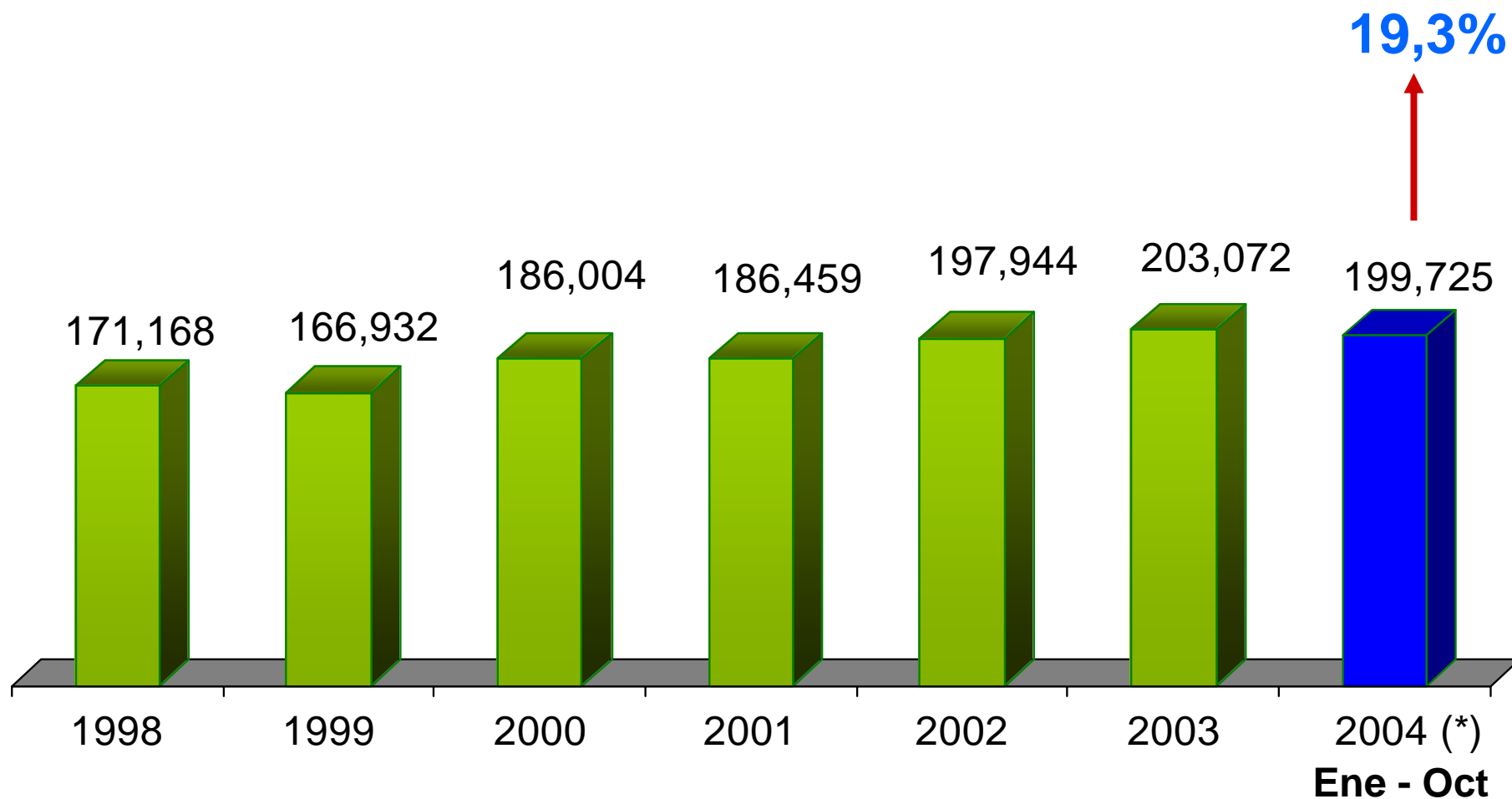
CAMPAÑAS PROMOCIONALES



NORTEAMÉRICA

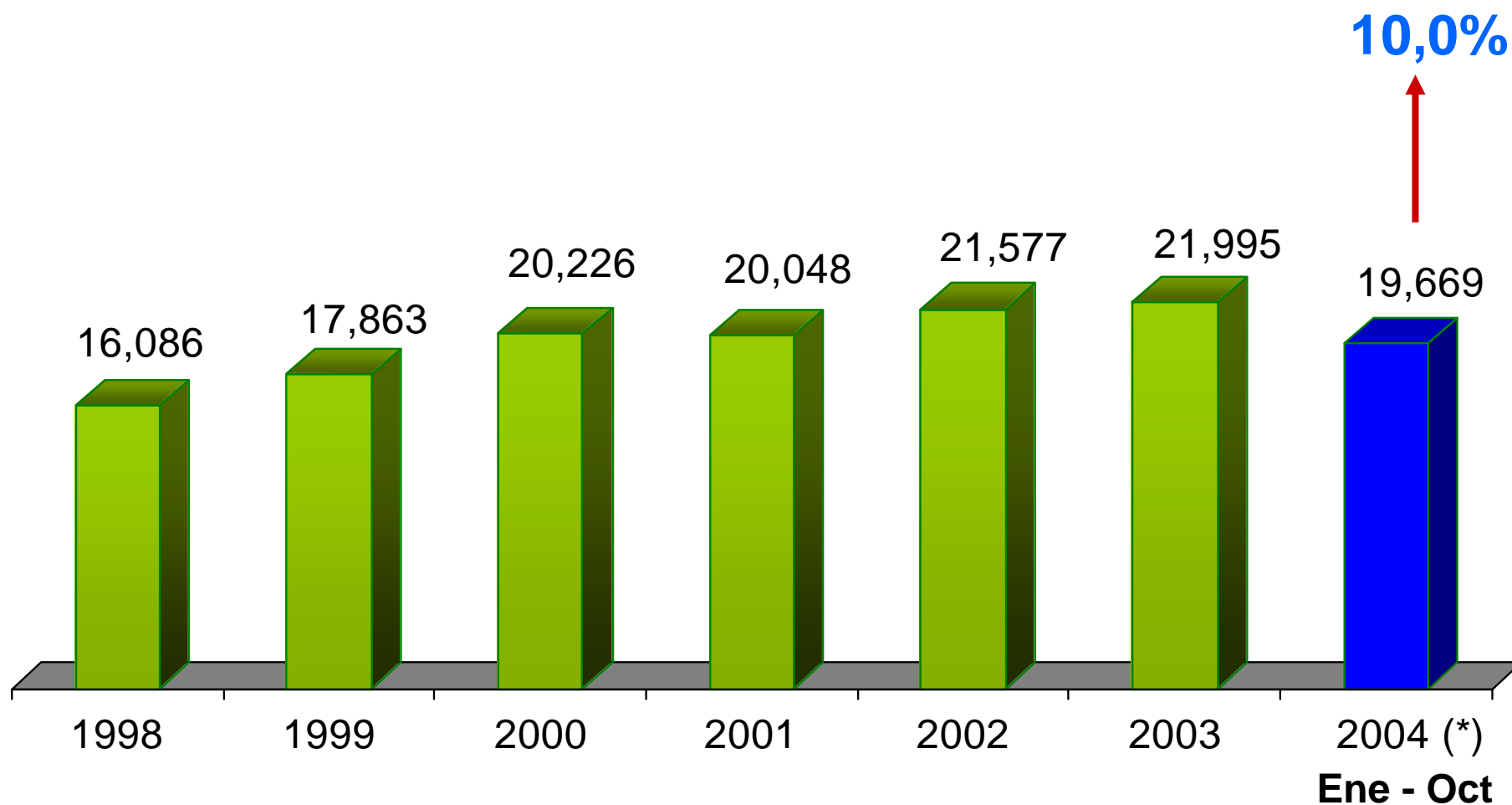
- Es el primer mercado emisor de turistas hacia el Perú, con una participación en las llegadas totales del 21% (203,072 turistas al 2003).
- El turismo emisor está conformado por 56,3 millones de turistas (cifra procedente de la oficina de viajes y turismo USA).
- Con una permanencia promedio de 14 días (Perfil del Turista Extranjero 2003 - PromPerú).
- Con un gasto per cápita de US\$ 824 (Perfil del Turista Extranjero 2003 - PromPerú).
- Con un gasto diario de US\$ 93 (Perfil del Turista Extranjero 2003 - PromPerú).

- El turismo emisor está conformado por 17,7 millones de turistas.
- Principales destinos de los canadienses: Estados Unidos (68%), Europa (12,2%), México, Caribe y Sudamérica (7,7%), Asia (3,6%), Otros (2,3%).
- Con una permanencia promedio de 20 días (Perfil del Turista Extranjero 2003 - PromPerú).
- Con un gasto per cápita de US\$ 773 (Perfil del Turista Extranjero 2003 - PromPerú).
- Con un gasto diario de US\$ 58 (Perfil del Turista Extranjero 2003 - PromPerú).



Fuente: Viceministerio de Turismo, MININTER

(*) Preliminar



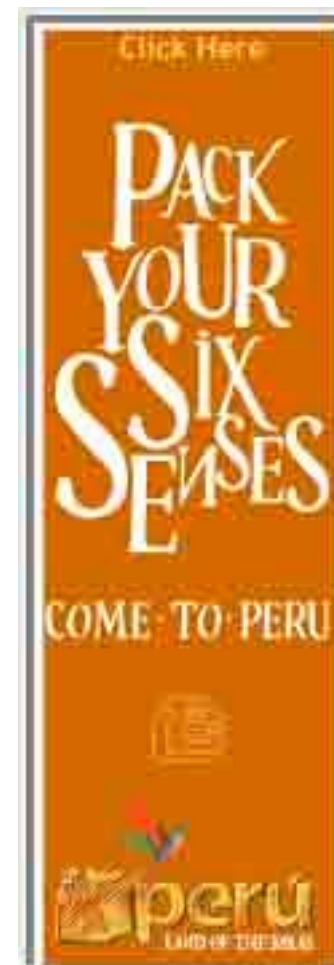
Fuente: Viceministerio de Turismo, MININTER
(*) Preliminar

Impacto en el mercado americano 2004

Impactar a 35 millones de personas:

Público objetivo → hombres y mujeres de 24 a 65, educación superior, ingresos mayores a US\$ 75 mil anuales.

- o **TV:** 3 comerciales de 30 segundos por TV cable y TV regional.
- o **Revistas:** 10 revistas con insertos en 4 páginas.
- o **Diarios:** 11 diarios en 5 ciudades (NY, LA, SF, DC, CH), durante 4 domingos diferentes.
- o **Correo directo:** 1.2 millones de folletos a viajeros frecuentes de American Express (envío a nivel nacional).



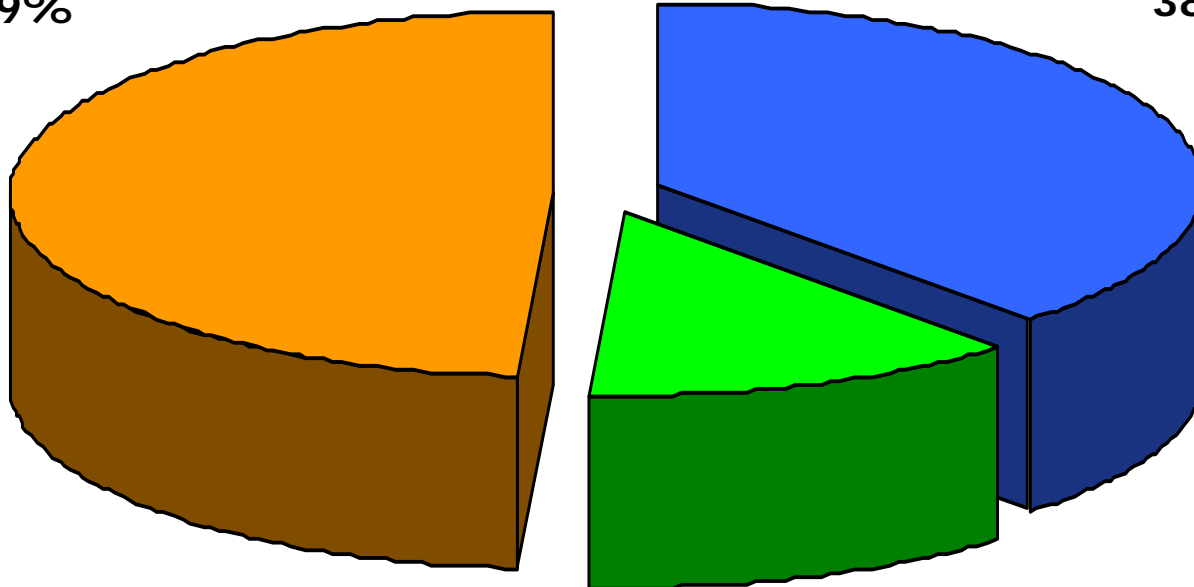
Campaña en Medios

Revista al consumidor final

49%

Internet

38%



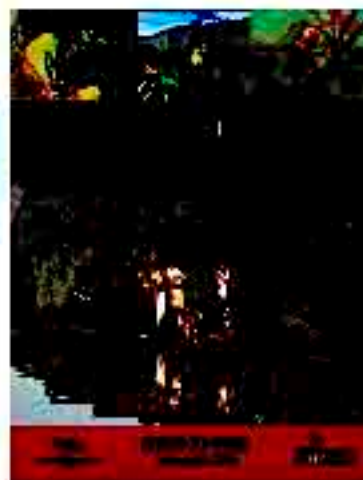
13%

Revista al Trade

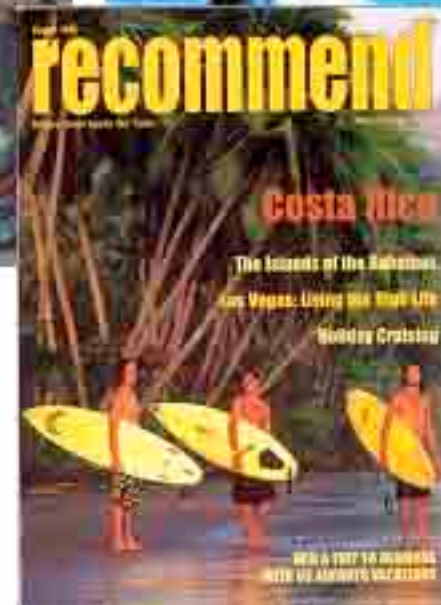
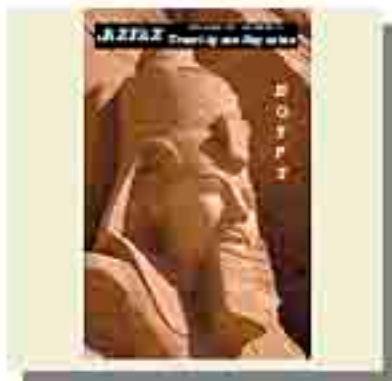
Revistas al Consumidor Final



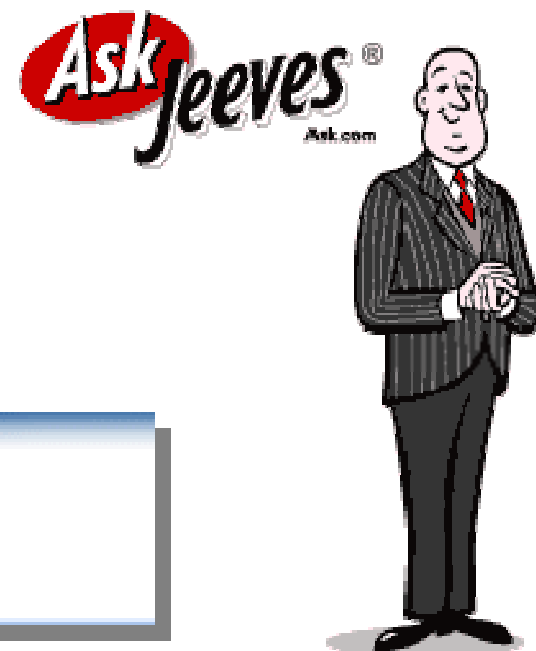
Piezas gráficas



Revistas al Trade



Internet Buscadores





CAMPAÑA DE INTERNET NORTEAMÉRICA

NATIONAL GEOGRAPHIC

U.S. Signs Treaty to Protect <|>Titanic</|> - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help



Address http://news.nationalgeographic.com/news/2004/06/0618_040618_titanic.html



Go

Links >>



SnagIt

Google



Search Web



PageRank



AutoFill



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Options



Send the gift of
National
Geographic for a
special price of
\$19!

More News
[Adventure & Exploration](#)
[Archaeology & Paleontology](#)
[Kids News](#)
[Animals & Nature](#)
[Science & Technology](#)

disaster.

Read the full [story >>](#)



The wreck of the legendary liner is under assault from natural forces of decay—and the human impacts of a growing tourism and salvage industry that has remained largely unregulated. The agreement seeks to address those problems.

Under the agreement, the Titanic is designated as an international maritime memorial, recognizing the men, women and children who perished in the icy waters of the Atlantic 92 years ago and whose remains it entombs. Any country that signs the agreement pledges to prevent its citizens and vessels flying its flag from making unregulated, illegal dives to the

filmed in early June.



Done

Internet

start

U.S. Signs Treaty to ...

7:42 AM



CAMPAÑA DE INTERNET NORTEAMÉRICA

ASK JEEVES

Browserwise! - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Home Search Favorites Media Print Mail News Weather Settings

Address http://www.browserwise.com/search/search.cgi?Terms=peru+geography&submitButtonName=Find+It

Ask Jeeves Ask Highlight Zoom Email this page News Weather Settings

Browserwise

[the smart way to search]

RELATED SEARCHES

Kids geography
Peru maps
Peru tourism
Peru flag
National geography
Peru history
Geography of egypt
Lima peru
Diarios del peru
Pictures of peru
Japan geography
Historia del peru
Geography maps
World geography
Peru sports
Geography montana
Geography spain
Physical geography
Geography world
Geography china

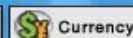
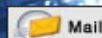
TOP 25 SEARCH TOPICS

1. Anti Spam
2. Poker
3. Money
4. Online Drugs
5. Shopping
6. Travel
7. Credit Cards
8. Cars
9. Vacations
10. Legal
11. Jobs

PACK YOUR SIX SENSES. COME TO PERU



Search Directory



Enter search term and click INTERNET, NEWS or SHOPPING.

Find It

INTERNET

NEWS

SHOPPING

1 through 10 of 19: peru geography

- Find peru geography Using the 2020 Search Toolbar, Its FREE!**
Having trouble finding peru geography? Get the FREE 2020 Search toolbar and say "good-bye" to those annoying pop-ups. Many other useful features such as: text highlighter, multi-search engine, drag & drop, e-mail results and more!
- peru geography Info**
Get fast, relevant Info about peru geography from 14 Search Engines with just one click.
- AskMen.com for peru geography**
Can't find any information on: peru geography, why not give AskMen.com a try? AskMen.com updates every day, with new articles that focus on matters that men deem relevant and practical. Search over 8500 articles on everything from career advice and first ...
- Look for peru geography at eBay - The World's Online Marketplace**
Find it at eBay - Over 5 million items for sale! The most fun buying and selling on the web! Try it, you'll love it!
- Peru Geography 2000 - Flags, Maps, Economy, Geography, Climate, Natural Res...**
... 1999 INDEX. 1996 INDEX. Introduction. Geography. Population. Government. Economy. Communicat's ... Peru Geography 2000. Location: Western South America, bordering the South Pacific Ocean ...
- Peru: Geography**
GEOGRAPHY: Natural Regions. Three main natural regions are distinguishable: the coastal zone (Costa); the hoghlands (Andes or Sierra); and the eastern hills and lowlands (Selva). The coastal zone ... The highlands in Peru are generally considered to consi...





CAMPAÑA DE INTERNET NORTEAMÉRICA

ABOUT

South American Wildlife Photo Gallery - Microsoft Internet Explorer


Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Adelante Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Multimedia Historial Correo Imprimir Editar Conversar

Dirección <http://gosouthamerica.about.com/cs/southamerica/a/Pix/Wildlife.htm>

Google Buscar en la Web PageRank 164 bloqueado(s) Opciones

You are here: [About](#) > [Travel](#) > [South America for Visitors](#) > [Photo Gallery](#)



Search Enter keyword(s) Go

About

Home

Essentials

- Travel Planners for South America
- Puzzles, Quizzes and Jigsaws
- All About ...Travel Articles
- Photo Gallery
- Survivor All Stars

South America Offers

- Galapagos

South America for Visitors

South American Wildlife Photo Gallery


From [Bonnie Hamre](#),
Your Guide to [South America for Visitors](#).
FREE Newsletter. [Sign up now!](#)

Tremendous variety, number and species!

Did you know that South America has more unique insects than anywhere in the world? Or that there are more butterflies on this continent than on any other? And thousands of bird species!

It's true. The wildlife of South America is huge - in scope, number of species and family, in area. The Pantanal of southern Brazil and Paraguay is a huge swamp, a wildlife lover's prime destination.

click for more images



Scarlet Macaw
ClotArt.com

Internet

Inicio South Administr... Administr... Inbox - ... screen s... Adobe P... 04:08 p.m.



CAMPAÑA DE INTERNET NORTEAMÉRICA ENATURE

eNature.com - Birding Focus - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda



Dirección http://www.enature.com/birding/content/bird_watching.asp

Ir Vínculos

NATIONAL WILDLIFE FEDERATION

[Visit NWF.org](http://www.visitnwf.org)

eNature®

[home](#) site index: wildlife search: [Field Guides](#) [GO](#)

[member features](#) - [Join NOW!](#) | [Wildlife Lists](#) | [Backyard Habitats](#) | [Nature Theater](#) | [Member Services](#) | [Help](#)

[Field Guides](#) | [ZipGuides](#) | [Parks & Refuges](#) | [Birding](#) | [eCards](#) | [Experts](#) | [Newsletters](#) | [shop.eNature.com](#)

[Log in](#)



[Bird Watching Binoculars](#)

Official binocular site. 1000s in stock up to 60% off. Free shipping

[Birding Peru - Good value](#)

Endemics. Rare species. More birds! Birdwatching in South America

[Ads by Goooooogle](#)

[Ads by Goooooogle](#)

[Icelandic Geographic](#)

Terrific representation of Iceland Check the 3-issues special offer!
www.icelandicgeograph

[Binoculars bird watching](#)

Shop Online & Save. Treat Yourself to Great

Birding

[Birding Focus >](#)

- Regional Birding
- Monthly birding updates for your region
- Boreal Birds
- Garden Birds
- Spring Migration
- Fall Hawkwatch
- Birdcall Challenge

[Backward Birding >](#)

Bird-watching

Birds are our most accessible link with nature. They are the most visible, most colorful, most fascinating forms of wildlife in North American. By watching them in their natural environment - eating, bathing, singing, courting, raising young - we are rewarded with fulfilling experiences.

How to ID a Bird

The challenge is to distinguish one bird from another. Experienced bird-watchers can identify a bird 30 or 50 feet away in a tree, in a shrub, or on the ground quickly and easily by looking for certain clues.

1. Size & Shape
2. Field Marks
3. Behavior
4. Habitat



Internet

[Inicio](#) [e](#) [C](#) [E](#) [AMCHAM2...](#) [Microsoft ...](#) [eNature.c...](#) [WEBPERUI...](#) ES [10:09 p.m.](#)



CAMPAÑA DE INTERNET NORTEAMÉRICA

ENATURE

Nature and Wildlife eCards - eNature.com - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Adelante Detener Actualizar Inicio Búsqueda Favoritos Multimedia Historial Correo Imprimir Editar Conversar

Dirección http://enature.com/ecard/ecard_home.asp

Google Buscar en la Web PageRank 165 bloqueado(s) Opciones



top eCards

Click on an image to create an eCard:



eCard of the Day



Andean Condor (*Vultur gryphus*)

occasions

categories

[Peruvian Wildlife](#)
[Top eCards](#)
[Migratory Birds](#)
[Birds](#)

image search

Can't find that perfect image? Search over

Descargando imagen http://m3.doubleclick.net/viewad/873133/3-120x600_enature.jpg...

Internet

Inicio Nature a... Administr... Administr... Inbox -... screen sh... Adobe P... 04:11 p.m.



CAMPAÑA NORTEAMÉRICA

TRAVEL CHANNEL – 16 Nov

Dirección <http://travel.discovery.com/schedule/episode.jsp?episode=0&cpi=109357&gid=13145&channel=TRV>

Ir Vínculos >>

Travel
CHANNEL

Discovery
CHANNEL
STORE

This holiday season, give better!
[Holiday Shopping](#)



Discovery Channel
TLC
Animal Planet
Travel Channel
Discovery Health

[Site Index](#)

travelchannel.com

Search



Get a peek at **video previews** of coming shows. ▶

TVepisode

•Travel Channel TV Schedule

▶ Travel Channel TV

▶ Fan Favorites

Amazing Vacation
Homes

Best Beaches

Events Guide

Fantasy Living

Get Packing

Kings of the Road

John Ratzenberger's
Made in America

Read Trip



on air

[remind me](#) ✓

On Air (ET):

Peru: The Royal Tour

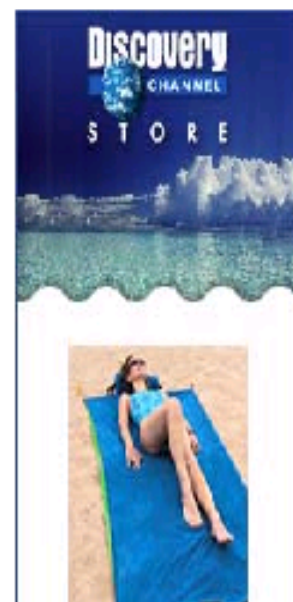
Peru: The Royal Tour

Peru's President Alejandro Toledo leads a personal tour over desert coastline, mountain peaks, and tropical rainforest to showcase the natural beauty and ancient Incan treasures of this exotic land.

tv :: pg
cc :: unavailable

Advertisement

Advertisement



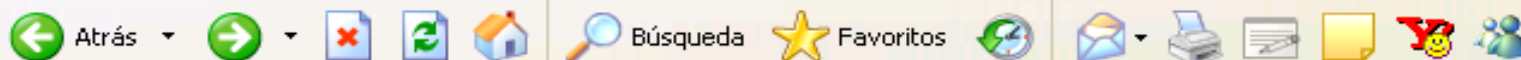


CAMPAÑA NORTEAMÉRICA

TRAVEL CHANNEL – 16 Nov

TRV :: Series :: Peru: The Royal Tour - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda



Dirección <http://travel.discovery.com/schedule/series.jsp?series=109357&gid=13145&channel=TRV>

Ir Vínculos

travelchannel.com

Site Index

Search go!

Get a peek at **video previews** of coming shows. ▶

TVseries

TV Schedules

Daily Schedule

Weekly Schedule

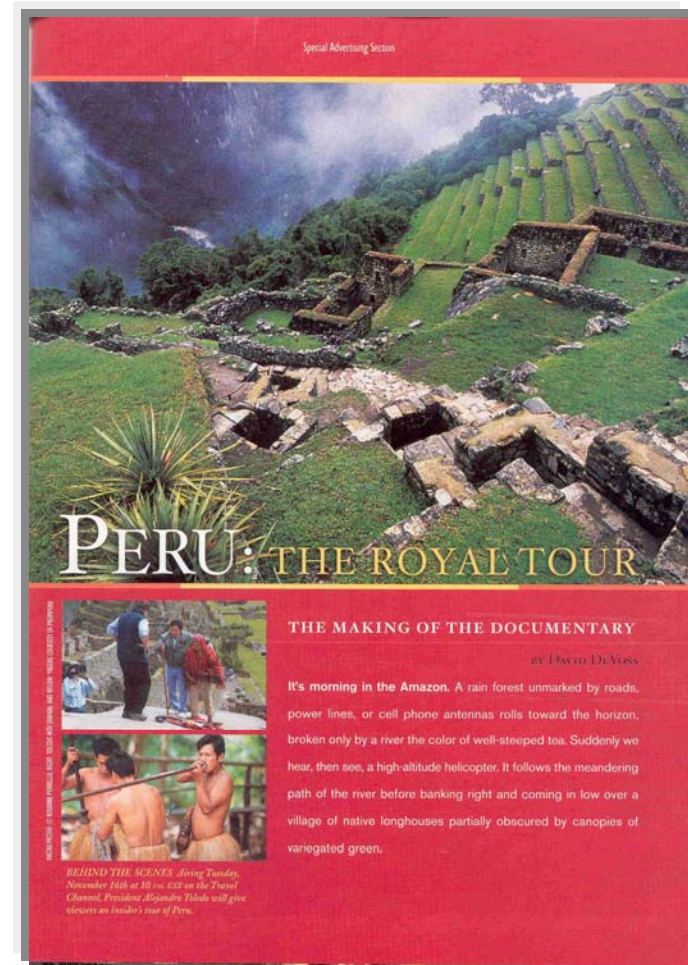
Peru: The Royal Tour

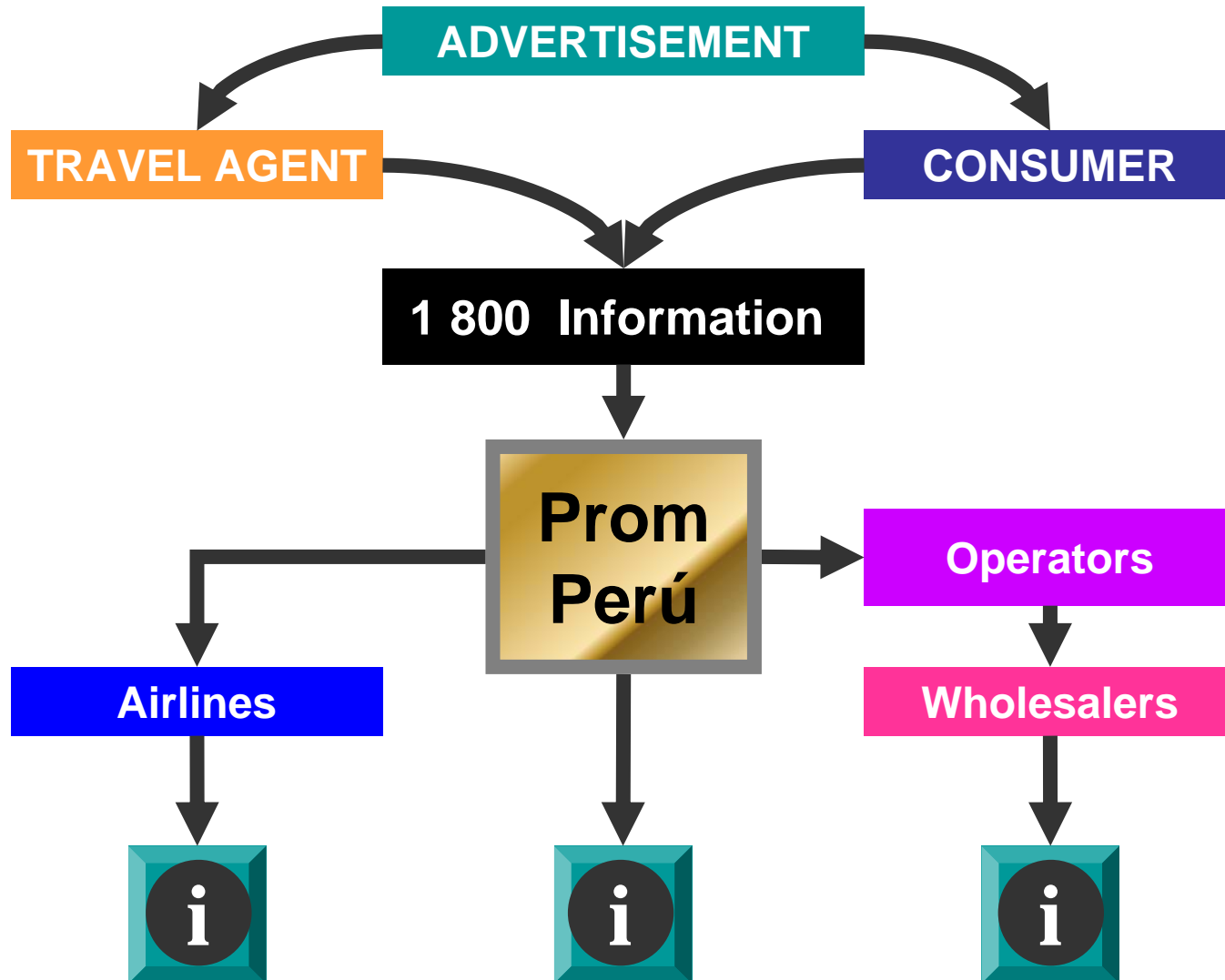
Time (ET)	Series Title	Episode Title	CC	TV	✓
Nov 16 2004 @ 10:00 PM	Peru: The Royal Tour	<u>Peru: The Royal Tour</u>		pg	<input type="checkbox"/>
Nov 17 2004 @ 01:00 AM	Peru: The Royal Tour	Peru: The Royal Tour		pg	<input type="checkbox"/>
Nov 19 2004 @ 08:00 PM	Peru: The Royal Tour	Peru: The Royal Tour		pg	<input type="checkbox"/>
Nov 19 2004 @ 11:00 PM	Peru: The Royal Tour	Peru: The Royal Tour		pg	<input type="checkbox"/>
Nov 21 2004 @ 06:00 PM	Peru: The Royal Tour	Peru: The Royal Tour		pg	<input type="checkbox"/>
Nov 22 2004 @ 07:00 PM	Peru: The Royal Tour	Peru: The Royal Tour		pg	<input type="checkbox"/>
Nov 23 2004 @ 02:00 AM	Peru: The Royal Tour	Peru: The Royal Tour		pg	<input type="checkbox"/>



CAMPAÑA NORTEAMÉRICA

NEW YORKER







CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

NUEVA PÁGINA DE INTERNET

:: Peru - Turismo / Tourism - PromPeru :: - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda



Dirección http://www.peru.org.pe/index_content.html

Ir

Vínculos >>



Choose your Language / Escoja su idioma <<----->>

Comisión de Promoción del Perú

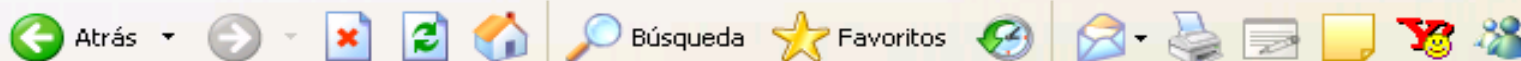


CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

NUEVA PÁGINA DE INTERNET

Peru - Tourism, Travel and Official Promotion Website - Prom Peru - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda



Dirección <http://www.peru.org.pe/perueng.asp>

Ir Vínculos



Saturday 13, November 2004

Search >>

PERÚ at a glance

- Peru at a Glance
- Cities & Destinations
- Historical Places
- Nature & Landscapes
- Culture & Traditions
- Adventure Sports
- Special Interest
- Tourist Circuit
- Specials Reports

Multimedia

Photo Gallery

[Home](#) | [Castellano](#) | [Other Languages](#) | [Contact us](#) | [FAQ](#) | [Links](#) | [Website Map](#)



Heir to ancient cultures and a rich colonial tradition, Perú is a magical spot which involves one of the richest biodiversities of Earth, and is a melting pot of different cultures who together are forging the promise of a better future. Also, Peru has an important hotel infrastructure and accessibility by air and land **(++ More)**

PERU: A PRIVILEGED DESTINATION

Activities

Taking a trip to Peru means to live an

Please choose an activity

1 (866) 661-PERU
(1 (866) 661-7378)



TOLL FREE
TELEPHONE LINE
U.S. AND CANADA



UK travellers

CLICK HERE
to come to Peru

PLAN YOUR TRIP

- Airlines
- Hotels &



ACCIONES EN CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Monto de inversión total: US \$ 2 568 893

FERIAS

- IATOS, *Chicago*
- IT&ME, *Chicago*
- Adventure Travel Expo, *S. Fco*
- Luxury Travel Expo, *Las Vegas*

WORKSHOPS

- Los Angeles, *S. Fco, Seattle*
- Miami, *Chicago, Houston, Dallas, Denver, New York, Boston, USTOA*

FESTIVAL GASTRONÓMICO

- Miami, *San Francisco*

FAM TRIPS

- Fiesta Tours Perú, *Encounter*
- *Naturaleza*

META 2004

Número de Turistas:	247 000
Participación de Mcdo:	0,44%
Tiempo de perman:	15 días
Gasto promedio US \$	840
Ingresos en Divisas US \$	207 480 000



ACCIONES EN CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Monto de inversión total: US \$ 231 312

META 2004

FERIAS

- SITV, Montreal
- The Leisure Show, Toronto

WORKSHOPS

- Toronto, Montreal, Vancouver, Calgary

FESTIVAL GASTRONÓMICO

- Montreal

FAM TRIPS

- Voyages Cassis
- Canadá

PRESS TOURS

- Canadá

Número de Turistas: 26 000

Participación de Mcdo: 0,15%

Tiempo de perman: 20 días

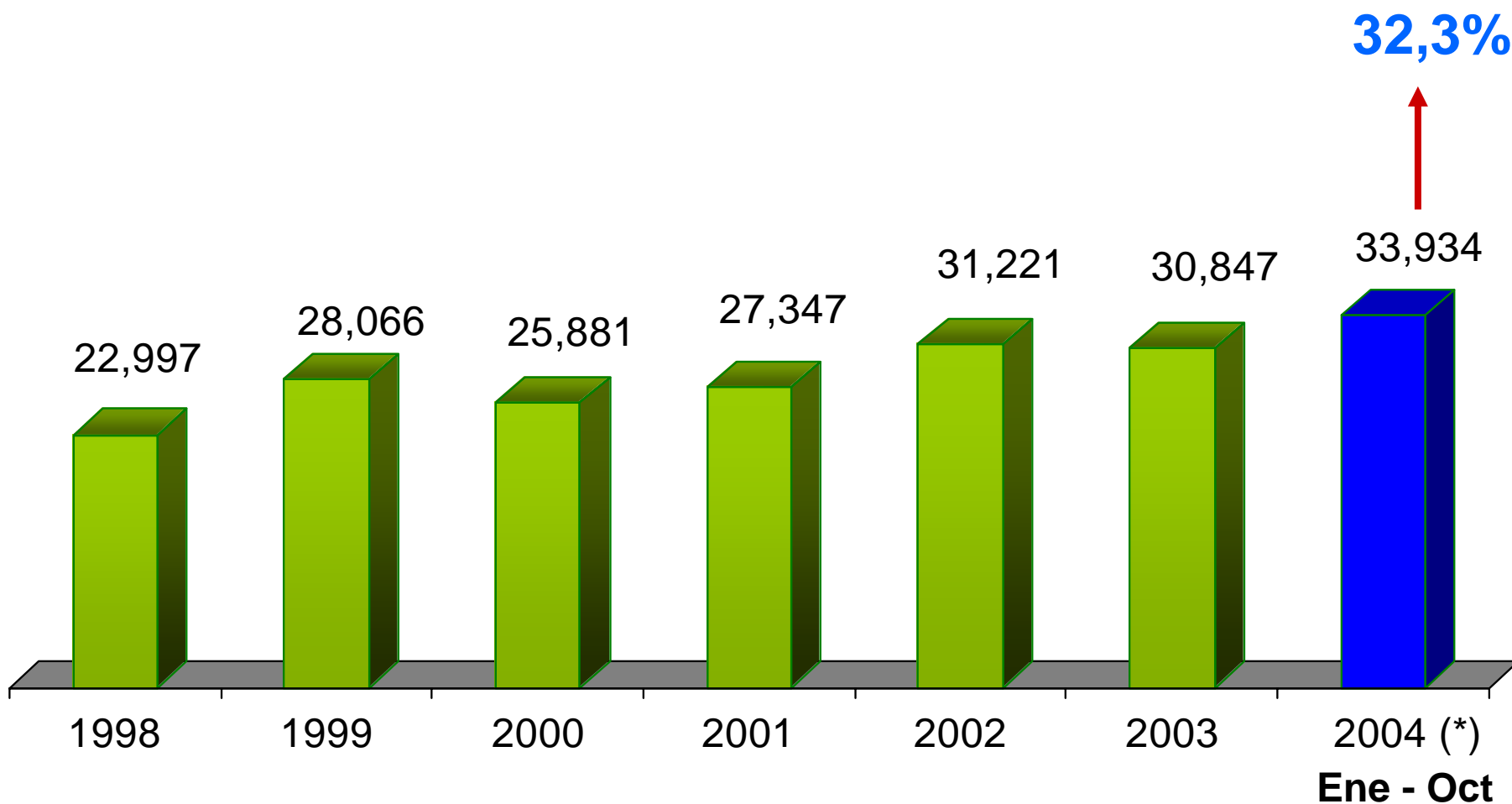
Gasto promedio US \$ 790

Ingresos en Divisas US \$ 20 540 000



EUROPA

- España representa el noveno país emisor de turistas al Perú con 30,847 llegadas de turistas al 2003 y el tercer país europeo de Ene a Jul de este año.
- En la actualidad se está llevando a cabo una campaña de promoción en conjunto con Viajes El Corte Inglés.
- Mercado de gran potencial de crecimiento.
- De Ene a Jul de este año el arribo de turistas procedentes de España ha crecido 50,7%, con respecto al mismo periodo de 2003.



Fuente: Viceministerio de Turismo, MININTER

(*) Preliminar

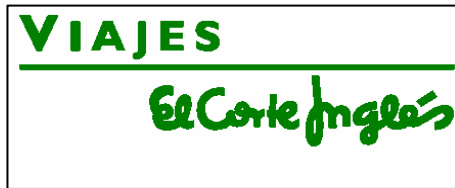


PROMOCIÓN CONJUNTA

TOURS OPERADORES 2005



Primer grupo turístico de España, con 94 años de antigüedad. Empezó a operar desde el 3 de nov con la línea aérea Air Plus Comet



Es una empresa filial del Grupo El Corte Inglés, uno de los más importantes grupos empresariales de España. Segundo año de promoción conjunta con PROMPERU.



Es la mayorista de IBERIA, por tanto, las plazas aéreas también están garantizadas. Comercializa sus productos en más de 9,000 agencias minoristas de toda España.



Es una empresa turística con más de 20 años, especialista en viajes Long Haul.



Es el tour operador internacional número uno de España y el número uno en oficinas que venden el destino Perú.



Monto de inversión total: US \$ 1 251 886

FERIAS

- Fitur, Madrid
- SITC, Barcelona
- Expovacaciones, Bilbao
- EIBTM, Barcelona

WORKSHOPS

- WK Madrid y Barcelona

FESTIVAL GASTRONÓMICO

- FG España, Madrid Fusión

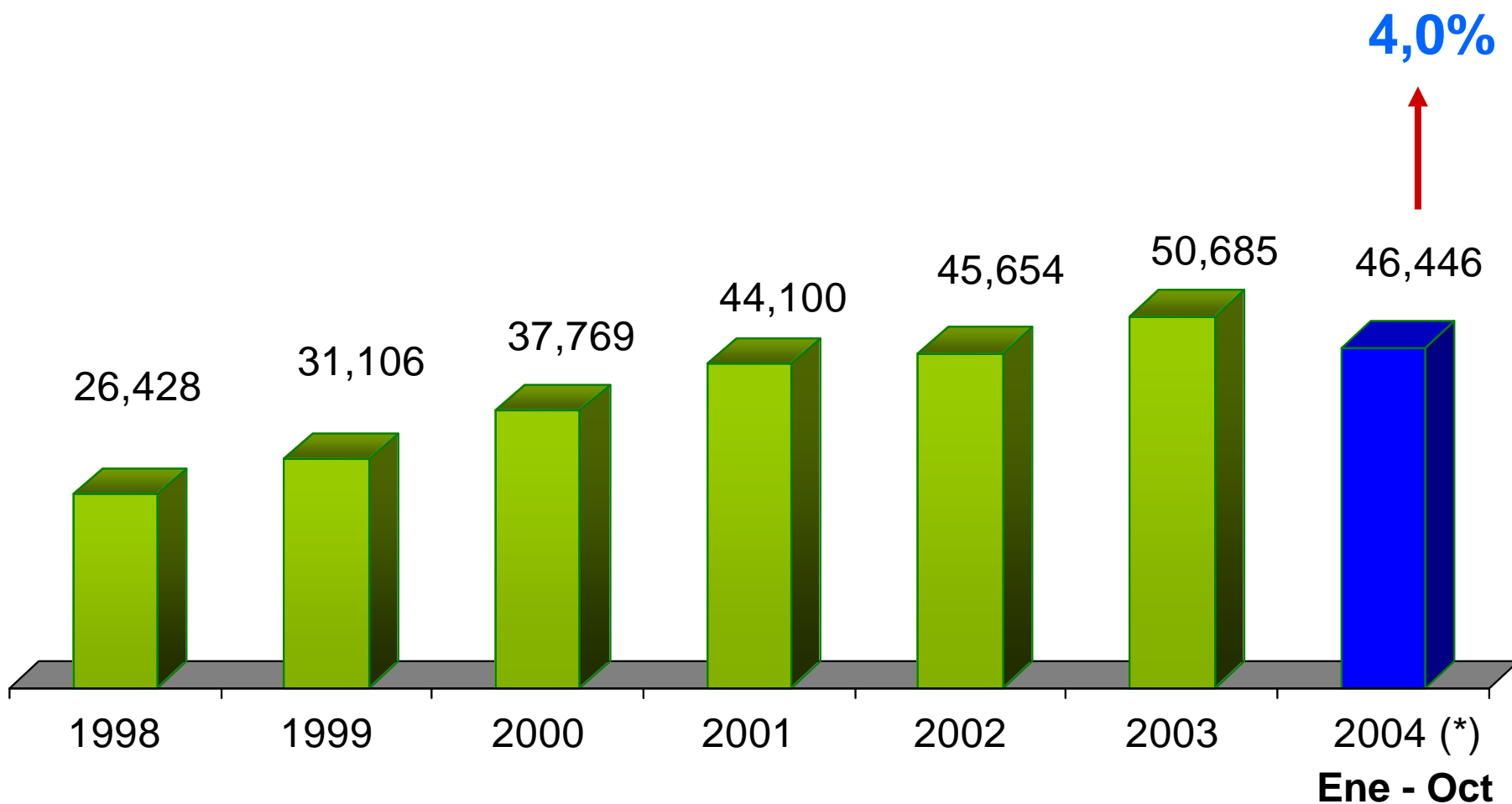
FAM TRIPS

- Vecisa, Iberia, Lima Tours
- Viajes Diomensiones, PTB, Lan
- Okatur, Huaraz Chavín Tour, Lan
- Nobel Tours, Viracocha, Lan
- FT España

META 2004

Número de Turistas:	40 100
Participación de Mcdo:	0,10%
Tiempo de perman:	20 días
Gasto promedio US \$	1 025
Ingresos en Divisas US \$	41 102 500

- Es el primer mercado emisor de turistas europeos al Perú y el más importante de Europa (50,685 al 2003).
- Desde 1994 hasta el 2003 el incremento de turistas es sostenido con un porcentaje acumulado de 292%.
- La permanencia del turista británico en el Perú es una de las más largas con un promedio de 18 días, y un gasto promedio de US \$ 994.
- El 16% de los turistas británicos viajan a un país fuera de Europa, el más alto porcentaje comparado con los demás países europeos.
- Es el 4° país en gasto promedio en turismo internacional, después de EEUU, Alemania y Japón.
- El Perú fue elegido por The Guardian/ The Observer como el segundo destino de larga distancia (long haul) preferido por los británicos



Fuente: Viceministerio de Turismo, MININTER

(*) Preliminar

PROMOCIÓN CONJUNTA

TOURS OPERADORES 2005



Fue fundada en 1758. Tiene 246 años de experiencia en viajes constituyendo la compañía de organización de viajes más antigua del mundo.



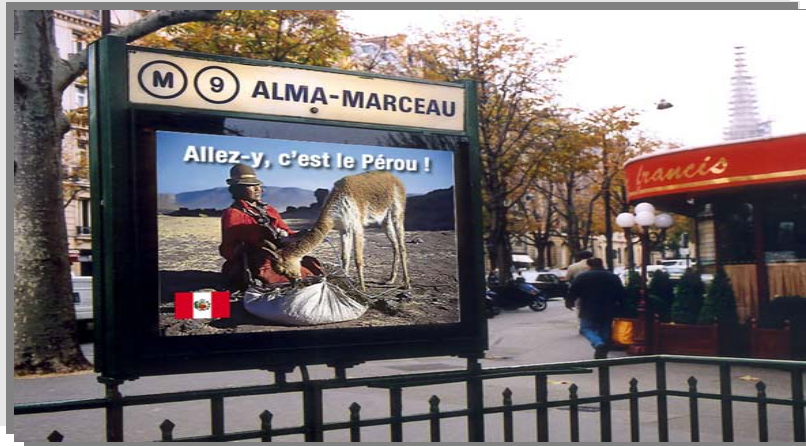
Ha sido elegida entre los 10 mejores tour operadores de Latinoamérica por una encuesta realizada por The Guardia/The Observer, uno de los principales medios especializados en turismo. Guardian Award 2004.



Pionero en vender el concepto de "viajes a la medida", con más de 15 años de experiencia vendiendo Latinoamérica.



Inició sus operaciones en Reino Unido en 1986, ofreciendo la mayor y más exitosa gama de viajes a China. Posteriormente expandió sus destinos cubriendo en la actualidad Indochina, India, Nepal, Shri Lanka, **Perú**, Chile, Argentina, Brasil, México, Ecuador, Sud Africa, Marruecos y Nueva Zelanda.





PUBLICIDAD LONDON UNDERGROUND





PUBLICIDAD WORLD TRAVEL MARKET





STAND DEL PERÚ WORLD TRAVEL MARKET







ACCIONES EN CANALES DE DISTRIBUCIÓN



FERIAS

- Destinations, Londres
- Bird Fair, Londres
- WTM, Londres

WORKSHOPS

- Wk Londres y Manchester

FESTIVAL GASTRONÓMICO

- FG Inglaterra

FAM TRIPS

- Just a Drop
- Fam Trip Fiesta Tours Perú Encounter
- FT Inglaterra

Monto de inversión total: US \$ 1 452 082

META 2004

Número de Turistas: 58 288

Participación de Mcdo: 0,09%

Tiempo de perman: 20 días

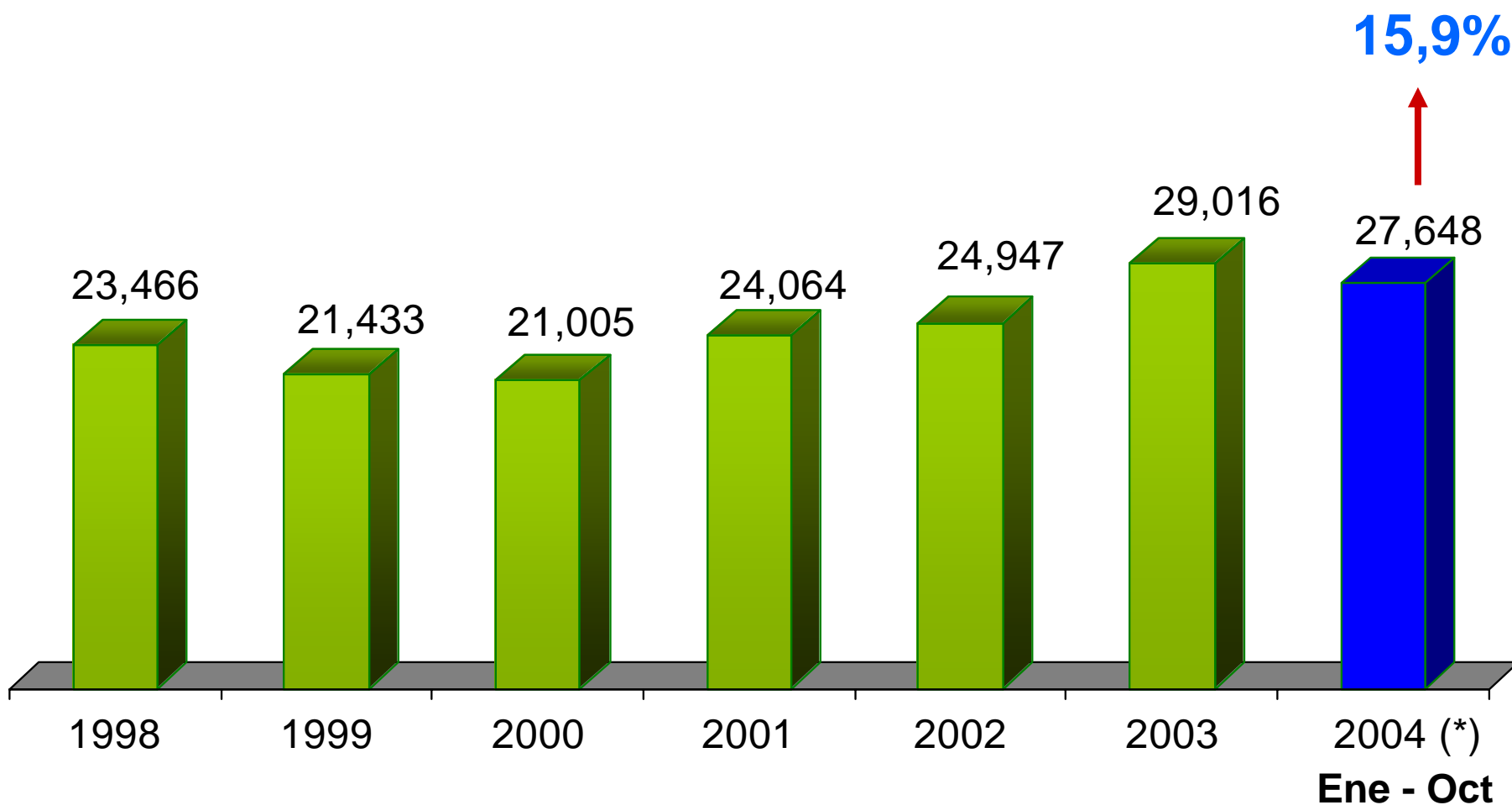
Gasto promedio US \$ 1 015

Ingresos en Divisas US \$ 59 162 320



SUDAMÉRICA

- Brasil tiene una población de 170 millones de habitantes y su economía está considerada entre las 10 mayores del mundo.
- En el año 2003 Brasil emitió cerca de 2 millones de turistas al exterior, con un gasto promedio de 1,500 dólares.
- El número de llegadas de turistas al Perú en el año 2003, fue de 29,016, con un crecimiento de 16,03% con respecto al 2002, ubicándose en el 10° lugar.
- La tendencia en Brasil es preferir viajes de corta y mediana duración.
- Sao Paulo es el principal centro emisor hacia el Perú (48%) y Río de Janeiro el segundo (13%).



Fuente: Viceministerio de Turismo, MININTER

(*) Preliminar



PROMOCIÓN CONJUNTA

TOURS OPERADORES 2005

AGAXTUR

*Actualmente el porcentaje de ventas correspondiente al destino Perú es del 5 %.
Su objetivo de ventas respecto a Perú para los próximos 12 meses es de US\$ 1 170 000
significando un incremento del 30% respecto al nivel actual de ventas.*

FLOT

Perú representa actualmente el 5% de sus ventas; su objetivo de ventas respecto al destino Perú es US\$ 900 000 lo que equivale a un crecimiento del 50% respecto al año anterior

MARSANS

Perú representa el 15% del total de las ventas de América del Sur. Su objetivo de ventas respecto a nuestro destino es un incremento del 35% respecto al nivel de ventas actuales.

CLIMB

Perú representa el 60% de sus ventas actuales. Su objetivo de ventas para el presente año es de US\$ 663 000, representando un incremento del 23%

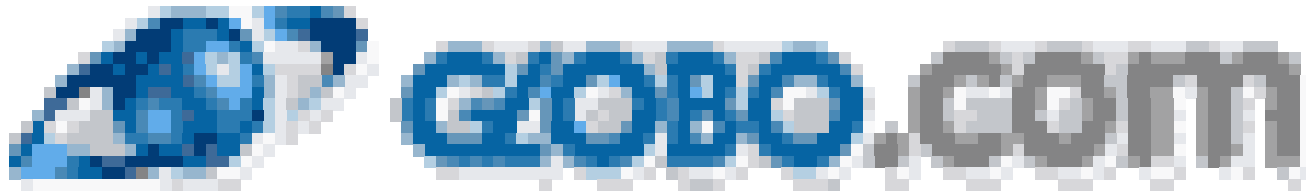
RAIDHO

Perú es responsable del 15% total de sus ventas anuales. Su objetivo de ventas para los próximos doce meses respecto a nuestro destino es de un incremento de 25%.





CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN ***RADIO CBN BRASIL***





ACCIONES EN CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Monto de inversión total: US \$ 888 405

FERIAS

- AVIESP, *Sao Paolo*
- ADVENTURE FAIR, *Sao Paolo*
- ABAV, *Rio Janeiro*
- LATIN TRAVEL MART, *Foz de Iguazu*
- FESTIVAL DE TURISMO, *Gramado*

WORKSHOPS

- WK Brasil (1)
- WK Brasil (3)
- WK Braztoa

FAM TRIPS

- FT Brasil

META 2004

Número de Turistas:	35 000
Participación de Mcdo:	1,88%
Tiempo de perman:	15 días
Gasto promedio US \$	660
Ingresos en Divisas US \$	23 100 000

- Ampliación de la oferta turística gracias a la consolidación del Circuito Turístico Nor Amazónico y de la zona central del Perú.
- Desarrollo de una campaña de Conciencia Turística.
- Fortalecimiento del Turismo Interno en todos sus niveles.
- Reforzar la gastronomía como elemento de promoción turística.
- Acción decidida para favorecer las inversiones en el sector turismo

- Fortalecer la oferta de Lima y otras ciudades del Perú para la realización de eventos y el desarrollo de la industria “RICE”.
- Profundización en materia de biodiversidad y conservación mediante la promoción del ecoturismo.
- Consolidar la unión entre el turismo y el deporte, como uno de los elementos más importantes para el posicionamiento del destino Perú y para la realización de eventos deportivos
- Participación activa en el desarrollo de la conectividad