

# **CCL: se espera un importante incremento en el gasto de los turistas en Fiestas Patrias**

Vacaciones escolares, gratificaciones en los bolsillos y el espíritu festivo que provoca la celebración de la Independencia del Perú hacen que la campaña de Fiestas Patrias sea crucial para las empresas del sector Turismo. Para este año, las perspectivas son positivas y en este informe sustentamos por qué y señalamos cómo aprovechar la temporada alta.

Pregúntele a un empresario hotelero o de una agencia de viajes sobre sus perspectivas para la campaña de Fiestas Patrias y verá satisfacción dibujada en su rostro. Y es que la mejora económica respecto a los años precedentes avizora un escenario optimista.

“Según datos del Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la Cámara de Comercio de Lima (CCL) durante Fiestas Patrias se espera un incremento en el ticket promedio, cercano al 10 %”, afirma Marienela Mendoza, presidenta del Gremio de Turismo de la CCL.

Mendoza especifica que la proyección positiva se fundamenta porque se espera una mayor duración de las estadías, combinadas con paquetes turísticos más intensivos que incluyen excursiones, actividades culturales y alojamiento. Hay que tener en cuenta que este año, los feriados estrictos del 28 y 29 de julio caen lunes y martes, respectivamente, por lo que muchos peruanos tendrán unas minivacaciones desde el viernes 25 hasta el miércoles siguiente, cuando tendrán que reincorporarse a sus labores.



“Estas Fiestas Patrias se perfilan como una temporada de impulso para el turismo, tanto interno como receptivo. A pesar de los desafíos macroeconómicos, existen mejoras en la reactivación del sector y optimismo entre los emprendedores y empresarios del rubro”, indica.

LEER TAMBIÉN:

Perú como destino corporativo: cómo hacer crecer el Turismo de Negocios

### **CRECIMIENTO SOSTENIDO DEL TURISMO RECEPTIVO**

Las cifras respaldan el optimismo. Durante el primer semestre del año, el Perú recibió 795 967 turistas, lo que representó un crecimiento del 3,6 % respecto a similar periodo del 2024. Y si se consideran los primeros cinco meses, el ingreso de turistas aumentó 5,16 % de forma interanual, detalla Mendoza.

Agrega que estos indicadores reflejan una recuperación paulatina del turismo receptivo, apoyada por la mejora del entorno global, una mejor conectividad aérea y el esfuerzo constante de promoción, tanto el sector público como privado.

## **DESTINOS EN TENDENCIA**

El Gremio de Turismo de la CCL espera que los destinos con mayor demanda durante Fiestas Patrias sean aquellos que combinen cultura, naturaleza y adecuada conectividad. En definitiva, nadie le quitará el sitio a Machu Picchu como líder de las preferencias; sin embargo, destinos como Ica, Arequipa y ciudades del Norte como Piura destacarán durante este feriado largo para muchos viajeros.

Según cifras oficiales, durante el primer bimestre del año Machu Picchu fue el producto turístico más visitado con más de 191 000 turistas, un crecimiento de 16,7 % respecto a enero-febrero del 2024. Otros atractivos históricos y naturales como Sacsayhuamán, Kuélap, Paracas, también reportaron aumentos significativos, lo que demuestra el dinamismo del turismo interno y receptivo.

## **PERUANOS CON MONEDA FUERTE**

Pero no todo será turismo interno. La campaña de Fiestas Patrias también incluye la compra de paquetes turísticos hacia el exterior. “Muchos viajeros optan por destinos internacionales. Algunos de los más destacados son Cartagena, Buenos Aires, Miami, entre otros. En esta campaña podría haber una mayor salida hacia destinos internacionales”, advierte Mendoza.

La ejecutiva explica que el tipo de cambio actual favorece al turismo emisor. “Puesto que el precio del dólar es más bajo

en comparación con su nivel en 2024, viajar fuera del Perú está resultando relativamente más económico. Esto puede motivar una mayor salida de turismo emisor.

## **LAS CLAVES PARA TENER UNA BUENA CAMPAÑA**

La importancia de la Campaña de Fiestas Patrias está demostrada, pero ¿qué factores deben tener en cuenta los empresarios del sector para sacarle el máximo provecho? Graciela Seminario, jefa nacional del Centro de Formación en Turismo (Cenfotur), nos indica cómo debe estar preparado un profesional del sector. “La visión estratégica es clave. En estas fechas, es crucial entender qué perfil de viajero tiene mayor potencial, qué destinos ganan protagonismo y cómo se pueden generar propuestas diferenciadas y adaptadas a las motivaciones del viajero contemporáneo”, refiere.

La jefa de Cenfotur agrega que se debe dar por descontado que los empresarios utilicen herramientas digitales que permitan desde la gestión de campañas en redes sociales hasta el uso de herramientas de reservas online y posicionamiento en buscadores.

“La planificación de una campaña turística efectiva, especialmente en fechas de alta demanda como Fiestas Patrias, exige un conjunto de competencias técnicas y estratégicas. No se trata de improvisar; se requiere una planificación anticipada, considerando aspectos como la gestión de alianzas estratégicas, la sostenibilidad de la propuesta, la promoción multicanal y la logística operativa”, indica.

Como puede verse, con una ciudadanía más dispuesta a viajar y un ecosistema empresarial mejor preparado, las Fiestas Patrias del 2025 no solo representa una oportunidad comercial para el sector Turismo, sino también una señal de confianza en la recuperación económica del país. El reto será capitalizar este impulso con planificación, innovación y calidad en el

servicio, para que el entusiasmo de julio se traduzca en un crecimiento sostenido durante el resto del año.

—

## **EL DATO**

**Impacto gastronómico.** Según el Perfil del Turista Extranjero 2024, del Mincetur, el 15 % de los vacacionistas internacionales que ingresan por el aeropuerto Jorge Chávez tienen como motivación principal la comida peruana, lo que genera un movimiento económico de US\$ 300 millones. Esta cifra se vería incrementada por la elección del restaurante Maido, dirigido por el chef Mitsuharu Tsumura, conocido como «Misha», como el mejor restaurante del mundo en The World's 50 Best Restaurants de 2025.

## **LEER MÁS:**

Turismo en alza: 13 000 extranjeros llegaron por cruceros en lo que va el 2025

Cifras positivas del Día del Padre impulsarían campaña sólida en Fiestas Patrias

Perú como destino corporativo: cómo hacer crecer el Turismo de Negocios