

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

Turismo en Cifras

2015

Perfil del Vacacionista Nacional 2015

Una publicación de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERÚ.

Calle Uno Oeste 50, Urb. Córpac, San Isidro, Lima 27- Perú

Teléfono: (51-1) 616-7300

www.promperu.gob.pe

© PROMPERÚ. Todos los derechos reservados.

Lima, noviembre de 2016

Distribución gratuita. Prohibida su venta.

Investigación:

Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística -
Dirección de Promoción del Turismo, PROMPERÚ.

Edición, diseño y diagramación:

Grupo Editorial Comunica 2

Edición de textos:

María José Ampuero

Diseño:

Antonio Revilla

Corrección de estilo:

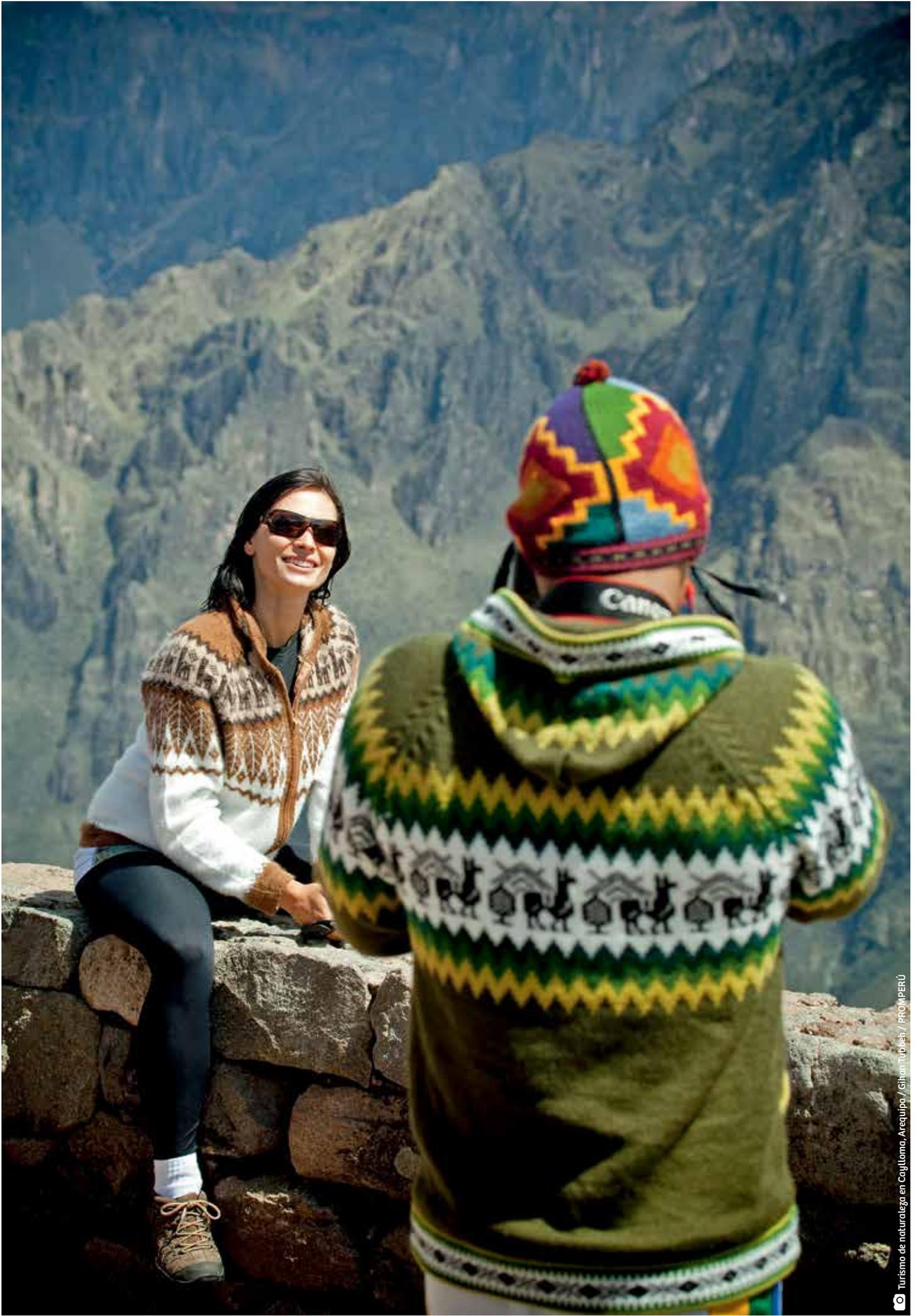
Yvette Ugarriza

Fotografía:

Eduardo Amat y León

CONTENIDO

Presentación	5
Introducción	7
Perú: Panorama económico	8
Turismo Interno	9
Resumen ejecutivo	10
1. El vacacionista nacional	12
2. Ciudades emisoras	24
Lima	26
Arequipa	28
Trujillo	30
Chiclayo	32
Huancayo	34
Piura	36
3. El mejor prospecto del vacacionista nacional	38
Anexos	
Glosario	44
Ficha metodológica del estudio	47



PRESENTACIÓN

El turismo es uno de los principales sectores económicos en nuestro país y los beneficios que aporta son indiscutibles. Hace posible la distribución descentralizada del ingreso económico y, al generar empleo, contribuye con el progreso de su población. Pero la industria turística permite mucho más que esto: convierte los sueños en realidad, impregna de recuerdos nuestra alma, estrecha lazos. Además, gracias al turismo comprendemos otras culturas, conocemos historias, contemplamos entornos. Y en el Perú, es fundamental para construir y afianzar nuestra identidad como nación.

Se estima que durante los 365 días del 2015, cerca de 1,71 millones de compatriotas visitaron algún punto del Perú en viajes de vacaciones, descanso o diversión. Historias de encuentros, vivencias, aprendizajes y anécdotas que en muchos casos se comparten en alguna de las redes y plataformas tecnológicas actuales, convirtiendo así la experiencia en un recuerdo inolvidable.

La cifra ha venido creciendo y es el reflejo de una serie de variables: crecimiento económico, desarrollo de infraestructura y oferta, al igual que la aplicación de estrategias y campañas de promoción por parte de diferentes actores de los sectores público y privado.

Conscientes de la importancia de orientar las acciones con fundamentos técnicos y basados en las tendencias, desde hace más de 15 años, y de manera ininterrumpida, PROMPERÚ analiza el mercado nacional de viajes y publica el PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL, una herramienta que facilita conocer los hábitos, las preferencias y otras características personales, sociales, económicas y culturales de los peruanos que visitan alguna ciudad o destino del país, ya sea por vacaciones o por ocio.

Ponemos a disposición la presente publicación, accesible a través de la plataforma TURISMO IN, un servicio de PROMPERÚ, que otorga una visión completa del sector a través de perfiles, análisis de tendencias e información especializada.

Para acceder a la publicación completa, ingrese aquí:

www.promperu.gob.pe



INTRODUCCIÓN

El Perfil del Vacacionista Nacional 2015 es una herramienta fundamental para conocer, entender y valorar las características, hábitos e intereses de los peruanos que viajan por recreación dentro del territorio nacional. Para su elaboración, PROMPERÚ efectúa estudios estadísticos basados en una serie de encuestas a hombres y mujeres entre 18 y 64 años de los niveles socioeconómicos A, B y C, que residen en las principales ciudades emisoras de turismo interno: Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y Piura, y que hayan realizado al menos un viaje por vacaciones o recreación dentro del Perú, durante el último año.

Los resultados de este estudio ofrecen información concreta, confiable y actualizada para la planificación de proyectos, la mejora de servicios y la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico. De esta manera, PROMPERÚ pone a disposición, tanto de empresarios e inversionistas, como de todos los involucrados en el sector, información útil que les permita crear productos y servicios con valor agregado para satisfacer las demandas de los vacacionistas nacionales.

PERÚ: PANORAMA ECONÓMICO

Durante la última década, la economía peruana viene creciendo de manera sostenida; actualmente registra una de las tasas de inflación más bajas de Latinoamérica.



Población (habitantes)

2013: **30 475 144**
2014: **30 814 175**
2015: **31 151 643**



Crecimiento PBI (variación % anual)

2013: **5,77%**
2014: **2,35%**
2015: **3,26%**



Inflación anual (variación % acumulada)*

Perú
2013: **3,08%**
2014: **3,20%**
2015: **4,13%**

Lima
Metropolitana
2013: **2,86%**
2014: **3,22%**
2015: **4,40%**



Nivel socioeconómico 2015**

Perú
NSE A: **2,0%**
NSE B: **10,7%**
NSE C: **25,6%**
NSE D: **24,2%**
NSE E: **37,5%**

Lima
Metropolitana
NSE A: **4,7%**
NSE B: **19,7%**
NSE C: **42,0%**
NSE D: **25,5%**
NSE E: **8,1%**

(*) Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

(**) Asociación Peruana de Empresas Investigadoras de Mercado (APEIM).

TURISMO INTERNO EN EL PERÚ

En el 2015, la cantidad de viajes por turismo interno se incrementó en 4% con respecto al año anterior. No obstante, el vacacionista nacional redujo en una noche su estadía promedio, por lo que el movimiento económico disminuyó en 6%.



**Total de vacacionistas
(en millones de personas)**

1,71



**Movimiento económico
(en millones de soles)**

2093



**Total de viajes por vacaciones
(en millones de viajes)**

4,64



**Traslados por vacaciones desde las
principales ciudades emisoras**



Lima: **87%**



Arequipa: **5%**



Trujillo: **3%**



Chiclayo: **2%**



Piura: **2%**



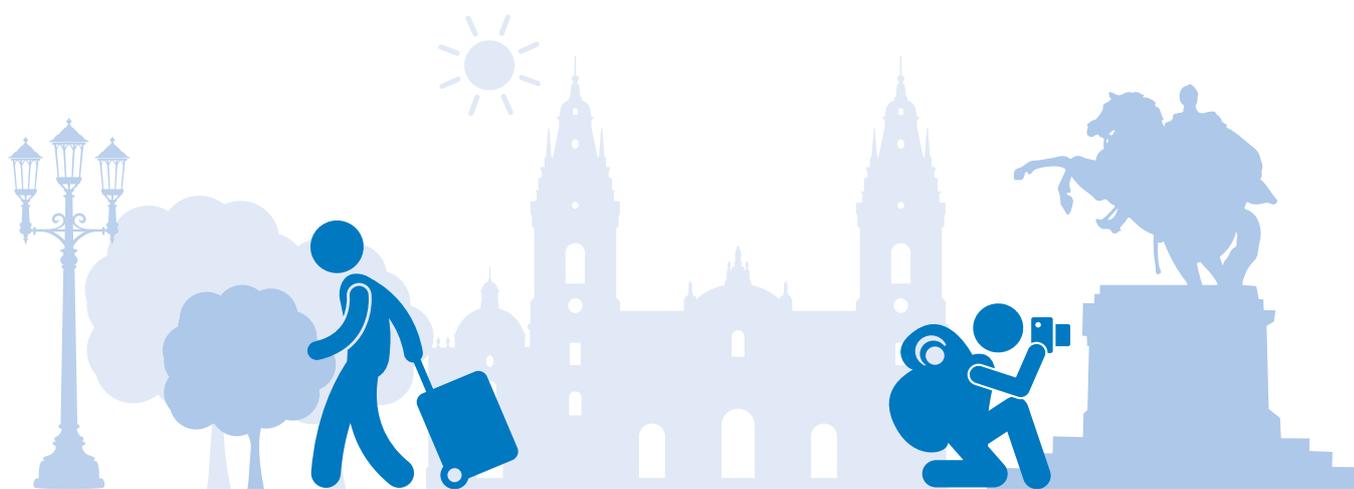
Huancayo: **1%**

RESUMEN EJECUTIVO

En el 2015 se realizaron 4,6 millones de viajes nacionales por motivo de recreación o vacaciones (4% más que en el 2014).

Vacacionista nacional

- 1 Género**
60% mujeres y 40% hombres.
- 2 Edad promedio**
38 años.
- 3 Estado civil**
63% forma parte de una pareja.
- 4 Estadía promedio**
5 noches.
- 5 Grado de instrucción**
64% tiene educación superior universitaria o técnica.
- 6 Gasto**
S/ 451 en promedio (incluye transporte). Movimiento económico total: S/ 2093 millones.



Por ciudades emisoras

- 12 Gasto**
Los limeños tienen un gasto promedio superior (S/ 466) al resto de ciudades evaluadas. Los trujillanos son los que más utilizan sus ahorros para financiar el viaje.
- 13 ¿A dónde viajan?**
Lima (14%) sigue siendo el principal destino visitado por los vacacionistas nacionales; seguido de Ica (14%). Asimismo, el 93% de chiclayanos y 74% de limeños visitan lugares en otras regiones.
- 14 ¿Dónde se hospedan?**
La mayoría de limeños y huancaínos se hospedan en alojamientos pagados; sin embargo, más de la mitad de arequipeños, trujillanos, chiclayanos y piuranos se alojan en casas de familiares o de amigos.

- 7 Motivo de viaje**
39% viaja para descansar o relajarse; 23% para salir con la familia; y 16%, para conocer nuevos lugares.
- 8 Planificación**
35% lo hace en una semana o menos; 19% en un mes o más; y 19% viajó sin planificar.
- 9 Regiones visitadas**
Lima (25%), Ica (14%), Piura (7%), La Libertad (7%), Junín (7%) y Áncash (7%).
- 10 Actividades realizadas**
Turismo urbano (73%), de naturaleza (63%), compras (40%), cultural (35%), sol y playa (28%) y diversión y entretenimiento (24%).
- 11 Grupo de viaje**
38% viaja en grupo familiar directo (padres e hijos); 20% con amigos o familiares (sin niños); 19% en pareja; 12% viaja solo y 11% con amigos o familiares (con niños).



El mejor prospecto de vacacionista nacional*

- 15 Características**
El 70% pertenece al nivel socioeconómico A y B, el 50% tiene educación superior y el 20% financia su viaje con tarjeta de crédito.
- 16 Promedio de gasto y estadía**
S/ 772 y 5 noches.
- 17 Transporte**
47% viaja en ómnibus; el 38% lo hace por vía aérea.
- 18 Búsqueda de información**
56% realiza consultas antes del viaje, frente al 22% del vacacionista nacional promedio.

(*) Residentes en Lima que viajan fuera de su región y se hospedan en hoteles de 3 estrellas o más.



1.

EL VACACIONISTA NACIONAL

A lo largo del año 2015 se llevaron a cabo 4 639 338 viajes por recreación o vacaciones, lo cual generó un movimiento económico de S/ 2093 millones.



EL VACACIONISTA NACIONAL

Alrededor de un tercio de peruanos (34%) suele viajar por recreación u ocio al interior del país. Ellos conforman el grupo de los vacacionistas nacionales.

¿QUIÉNES SON?

Características

- Tienen una edad promedio de 38 años y la mayor parte son mujeres.
- Dos tercios de ellos tienen estudios universitarios o técnicos.
- El 63% forma parte de una pareja (casado o conuiiente).

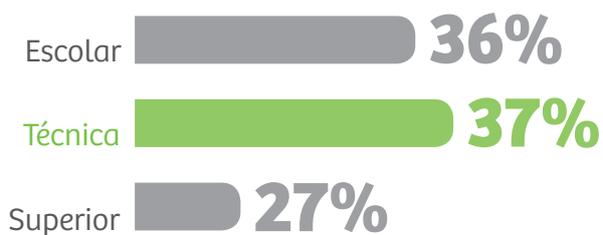


Género*

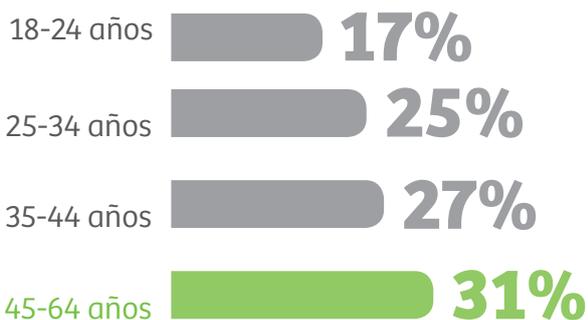
 **60%**
Mujeres

 **40%**
Hombres

Grado de instrucción



Edad



Nivel socioeconómico (NSE)



MOTIVACIÓN E INTERÉS POR VIAJAR

¿Qué los motiva a viajar?

“Descansar y relajarse” continúa siendo la principal motivación de viaje para los vacacionistas nacionales, en especial para los trujillanos; mientras que “salir con la familia” es particularmente importante para los arequipeños.



39%

Descansar / relajarse



23%

Salir con la familia



16%

Conocer nuevos lugares



13%

Diversión



4%

Conocer atractivos turísticos



3%

Salir de la rutina



2%

Conocer otras costumbres

¿Qué medios despiertan el interés por un viaje?

Fundamentalmente, los comentarios y las experiencias de otros viajeros, siendo especialmente relevante en el caso de los trujillanos.

48% Comentarios y experiencias de familiares y amigos

21% Programas de televisión sobre viajes/reportajes

19% Internet/páginas web

7% Publicidad en televisión

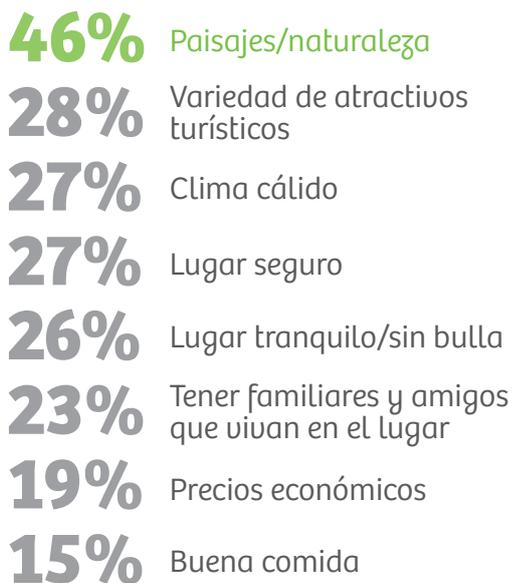
5% Artículos en diarios o revistas



PLANIFICACIÓN DEL VIAJE

¿Qué aspectos se toman en cuenta al elegir un destino?*

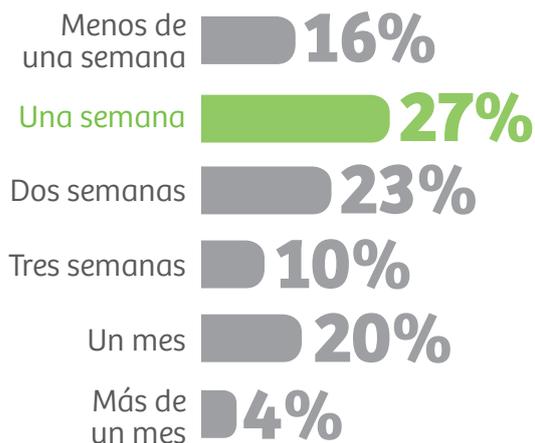
Destaca el interés por disfrutar del paisaje y la naturaleza, sobre todo en el caso de los trujillanos.



(*) Total múltiple



¿Con cuánto tiempo de anticipación planificó su viaje?



¿Planificó su viaje?



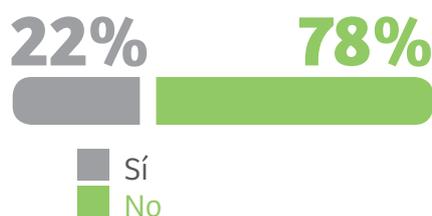
Planificar con tiempo

Aunque la mayor parte de vacacionistas sí planifica sus vacaciones, la anticipación con la que lo hacen es cada vez menor.

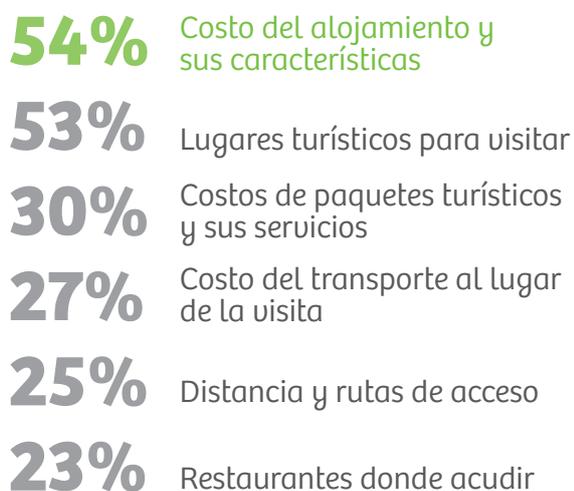


BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN ANTES DEL VIAJE

¿Buscó información antes del viaje?



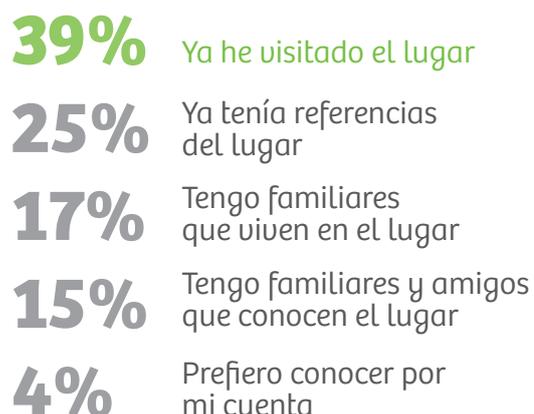
¿Qué tipo de información turística buscó?*



(*) Total múltiple

Base: Total de encuestados que sí buscaron información

¿Por qué no buscó información?



Base: Total de encuestados que no buscaron información

¿Dónde buscó información turística?*

Internet continúa siendo el medio más utilizado, con las plataformas de búsqueda Google.com e Ytúqueplanes.com.



(*) Total múltiple

Base: Total de encuestados que sí buscaron información

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿A dónde van los vacacionistas nacionales?

El 60% de los viajes nacionales tienen como destino las regiones de Lima, Ica, Piura, La Libertad y Junín. Mayormente la región de Ica es visitada por limeños, probablemente porque se encuentra a pocas horas de Lima.



Regiones visitadas

1	Lima	25%	12	Huánuco	2%
2	Ica	14%	13	Tumbes	1%
3	Piura	7%	14	Loreto	1%
4	La Libertad	7%	15	Ucayali	1%
5	Junín	7%	16	San Martín	1%
6	Áncash	7%	17	Puno	1%
7	Arequipa	5%	18	Tacna	1%
8	Lambayeque	5%	19	Apurímac	1%
9	Cusco	5%	20	Pasco	1%
10	Cajamarca	4%	21	Moquegua	1%
11	Ayacucho	3%	22	Amazonas	1%



Provincias visitadas en la región Lima

1	Lima	33%
2	Cañete	28%
3	Huaral	11%
4	Huaura	9%
5	Barranca	6%
6	Canta	6%
7	Huarocharí	4%
8	Oyón	3%
9	Yauyos	1%





¿En qué mes viajó?

En julio, agosto, octubre, noviembre y diciembre se llevó a cabo el 56% del total de viajes del 2015.

15%	Julio
12%	Diciembre
10%	Octubre
10%	Noviembre
9%	Agosto
8%	Febrero
7%	Enero
7%	Setiembre
6%	Marzo
6%	Abril
6%	Junio
4%	Mayo



Feriatos tradicionales

01	de enero (Año Nuevo)
02 y 03	abril (Semana Santa)
01	de mayo (Día del Trabajo)
29	de junio (San Pedro y San Pablo)
28 y 29	de julio (Fiestas Patrias)
08	de octubre (Combate de Angamos)
08	de diciembre (Inmaculada Concepción)
25	de diciembre (Navidad)

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿Qué actividades turísticas realizan?*

Luego del turismo urbano y de naturaleza, las compras de dulces típicos, artesanía y demás se posicionaron como la tercera actividad preferida durante el 2015.



73% Turismo urbano



63% Turismo de naturaleza



40% Compras



35% Turismo de cultura



28% Turismo de sol y playa



24% Diversión y entretenimiento



9% Turismo de aventura



23% Otros

Actividades de turismo urbano

55%

Pasear por parques y plazas

39%

Visitar iglesias y conventos

15%

Visitar inmuebles históricos y monumentos

Actividades de turismo de naturaleza

38%

Pasear por lagos, lagunas y ríos

37%

Pasear por campos y zonas naturales

21%

Visitar reservas naturales

Compras realizadas

21%

Dulces típicos

16%

Artesanía

15%

Productos comestibles no dulces

(* Total múltiple)

¿Dónde se alojan?

54%

Alojamiento pagado

Tipo de alojamiento pagado

Hotel 1 y 2 estrellas: **18%**

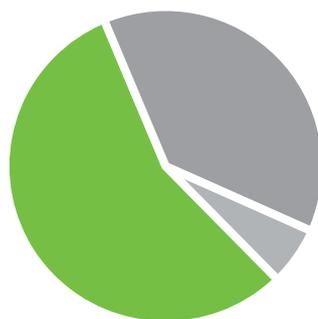
Hostal: **13%**

Hotel 3 estrellas: **12%**

Casa de hospedaje pagadas: **8%**

Hotel 4 y 5 estrellas: **2%**

Bungalows y albergues: **1%**



40%

Casa de familiares/amigos

6%

Otros

¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a su destino?



72%

Ómnibus/bus interprovincial



11%

Avión



9%

Automóvil propio



8%

Movilidad particular de un familiar o amigo

¿Tiene auto propio?

22%

78%



■ Sí
■ No

¿Acostumbra viajar con su auto?

23% Sí, casi siempre

53% Sí, a veces

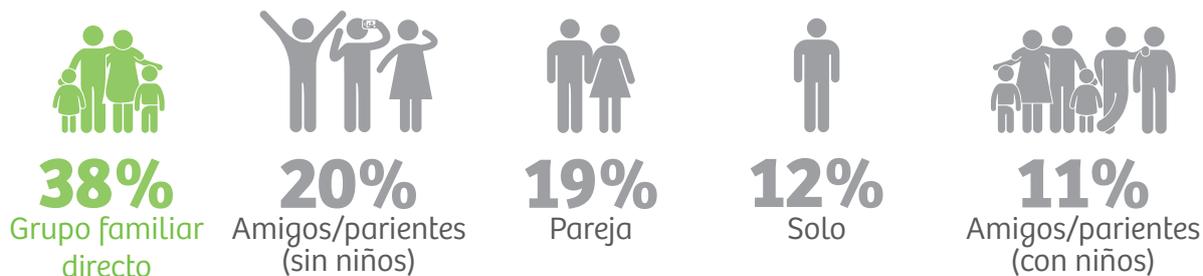
24% No



CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿Con quiénes viaja?

El grupo promedio de viaje es de tres personas.



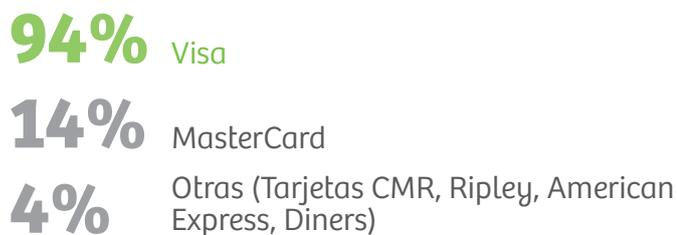
¿Cómo financió el viaje?*



(*) Total múltiple



¿Qué tarjeta utilizó para financiar su viaje?*



(*) Total múltiple

GASTO Y ESTADÍA



¿Cuánto gastan?

En el 2015 gastaron en promedio S/ 47 menos que el año anterior, debido a que su estadía promedio disminuyó una noche.

Gasto promedio

S/ 451

Permanencia promedio

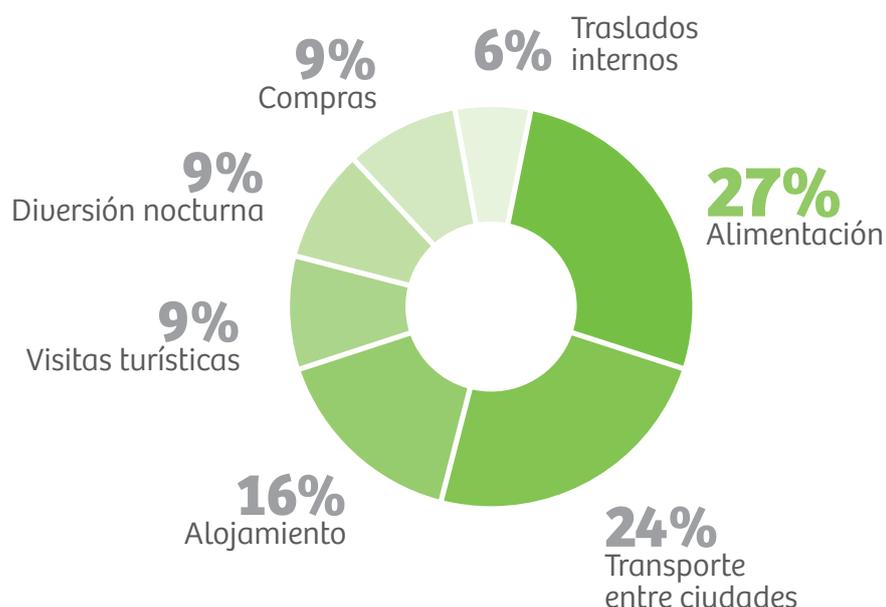
5 noches

Gasto por turista

< S/ 100	8%
S/ 100 - S/ 199	17%
S/ 200 - S/ 299	18%
S/ 300 - S/ 399	16%
S/ 400 - S/ 499	9%
S/ 500 - S/ 599	8%
≥ S/ 600	24%

Distribución del gasto de viaje

Resulta importante destacar que el gasto en alimentación es el primer concepto considerado en el presupuesto de viaje del vacacionista nacional.

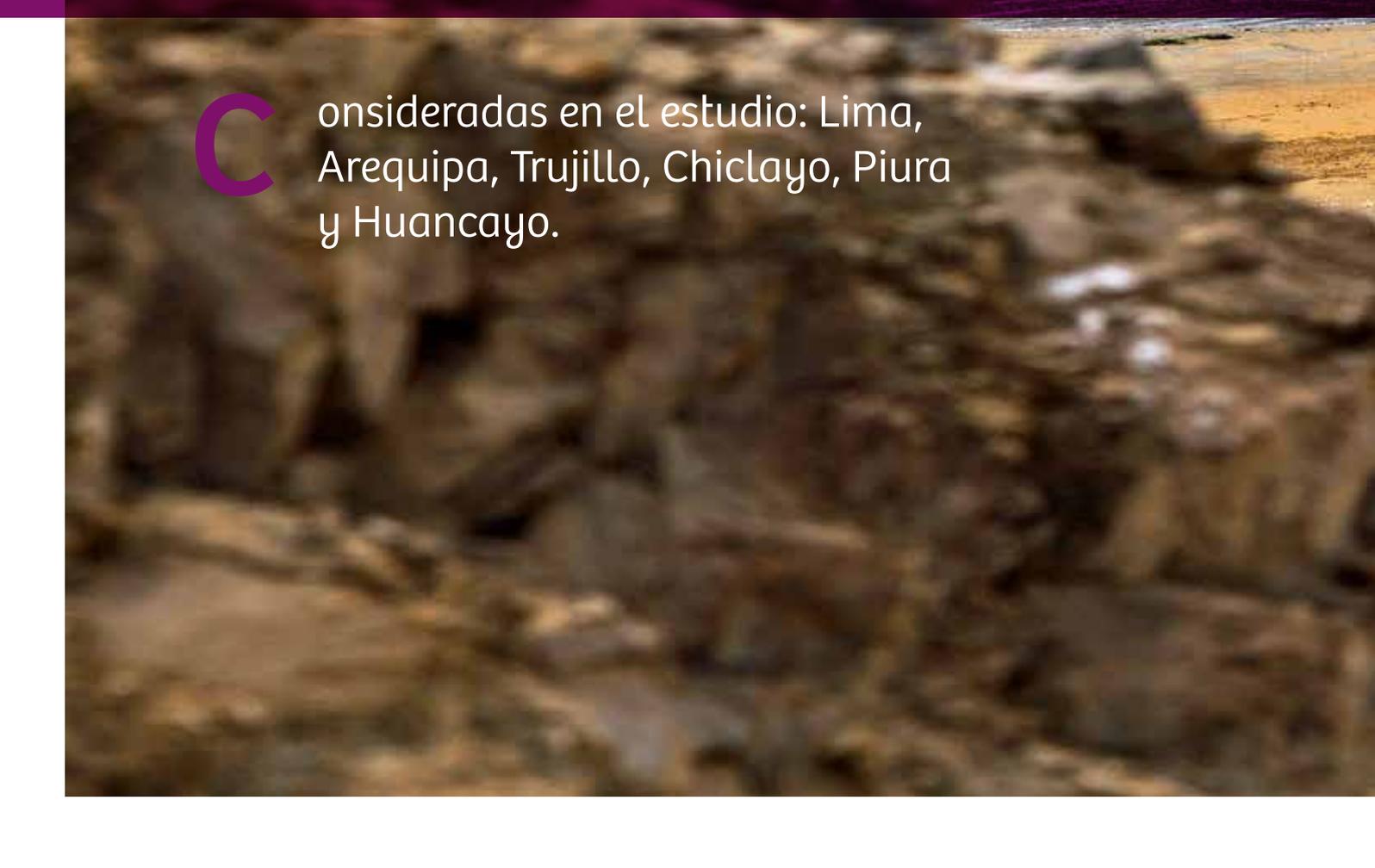




2.

CIUDADES EMISORAS

Consideradas en el estudio: Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura y Huancayo.





LIMA

Es el mercado más importante en turismo interno. En el 2015 esta ciudad fue el origen de 4 006 244 viajes, lo que generó un movimiento económico de S/ 1867 millones.

EL VACACIONISTA LIMEÑO

¿Quién es?



- Su edad promedio es 38 años; y 6 de cada 10 son mujeres.
- El 64% forma parte de una pareja; el 63% tiene estudios universitarios o técnicos.
- Más de la mitad pertenece a los NSE C.
- Su grupo promedio de viaje es de tres personas.

Lugares visitados

Mayormente destinos fuera de su región, como: Ica, Junín y Áncash.

Cañete	31%	➊ Ica	21%
Lima	26%	➋ Junín	10%
Huara	12%	➌ Áncash	10%
Huaura	9%	➍ La Libertad	9%
Barranca	7%	➎ Piura	9%
Otros	15%		



Viajes dentro y fuera de la región



74%

Gasto promedio de S/ 537 y permanencia de 6 noches.

26%

Gasto promedio de S/ 259 y permanencia de 4 noches.

● Fuera de Lima ● Dentro de Lima

Gasto promedio por turista

S/ 466

Permanencia promedio por turista

5 noches

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿Con quiénes viaja?



38%

Grupo familiar directo



20%

Amigos/parientes (sin niños)



19%

Pareja



12%

Solo



11%

Amigos/parientes (con niños)

¿Cómo viaja?



71%

Ómnibus/bus interprovincial



12%

Avión



9%

Automóvil propio



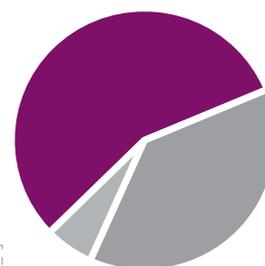
8%

Movilidad particular de un familiar o amigo

¿Dónde se alojan?

56%

Alojamiento pagado



Tipo de alojamiento pagado

Hotel 1 y 2 estrellas: **19%**

Hostal: **13%**

Hotel 3 estrellas: **13%**

Casa de hospedaje pagada: **8%**

Hotel 4 y 5 estrellas: **2%**

Bungalows y albergues: **1%**

6%
Otros

38%

Casa de familiares/
amigos

¿Cómo financió el viaje?*

76%

Ahorros

27%

Con el sueldo del momento

8%

Tarjeta de crédito

1%

Otros (préstamo bancario, me lo regalaron)

(*) Total múltiple

AREQUIPA

En el 2015, fue el segundo mercado más importante para el turismo interno. Un total de 213 110 viajes se iniciaron en esta ciudad, lo que generó un movimiento económico de S/ 67 millones.

EL VACACIONISTA AREQUIPEÑO

¿Quién es?



- Su edad promedio es 37 años; la mitad son mujeres.
- El 78% tiene estudios universitarios o técnicos y el 54% pertenece a los NSE A y B.
- De cada 10 vacacionistas arequipeños, 6 forman parte de una pareja.
- Su grupo promedio de viaje es de tres personas.

Lugares visitados

Más de la mitad son destinos fuera de su región, como Lima y Cusco.

Islay	46%	1 Lima	25%
Camaná	25%	2 Cusco	20%
Caylloma	20%	3 Puno	17%
Arequipa	4%	4 Moquegua	15%
Castilla	4%	5 Tacna	9%
Otros	2%	6 Ica	5%



● Fuera de Arequipa
● Dentro de Arequipa

Viajes dentro y fuera de la región



53%

Gasto promedio de S/ 415 y permanencia de 5 noches.

47%

Gasto promedio de S/ 201 y permanencia de 3 noches.

● Fuera de Arequipa ● Dentro de Arequipa

Gasto promedio por turista

S/ 314

Permanencia promedio por turista

4 noches

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿Con quiénes viaja?



42%

Grupo familiar directo



18%

Pareja



16%

Amigos/parientes (sin niños)



16%

Solo



8%

Amigos/parientes (con niños)

¿Cómo viaja?



79%

Ómnibus/bus interprovincial



12%

Automóvil propio



4%

Avión



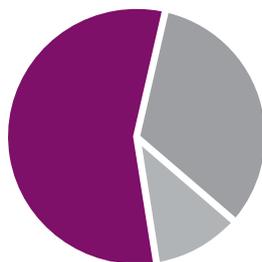
3%

Movilidad particular de un familiar o amigo

2%

Otros

¿Dónde se alojan?



36%

Alojamiento pagado

54%

Casa de familiares/amigos

10%

Otros

Tipo de alojamiento pagado:

Hotel 1 y 2 estrellas: **12%**

Hostal: **15%**

Hotel 3 estrellas: **6%**

Casa de hospedaje pagada: **2%**

Hotel 4 y 5 estrellas: **1%**

¿Cómo financió el viaje?*

76%

Ahorros

28%

Con el sueldo del momento

8%

Tarjeta de crédito

(*) Total múltiple

TRUJILLO

En el 2015, un total de 143 761 viajes se iniciaron en esta ciudad, los cuales produjeron un movimiento económico de S/ 53 millones.

EL VACACIONISTA TRUJILLANO

¿Quién es?

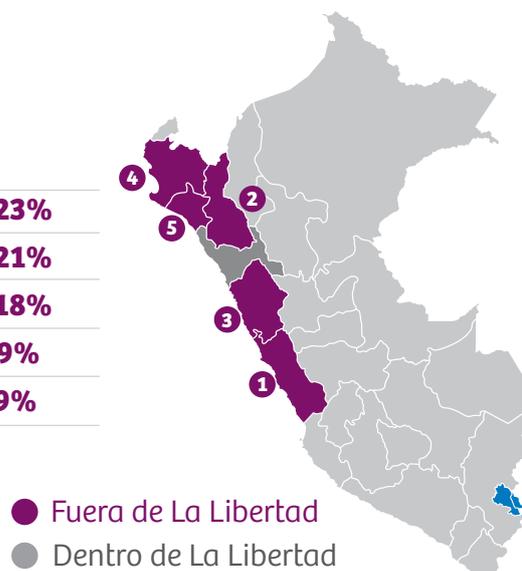


- Su edad promedio es 37 años; el 61% forma parte de una pareja.
- De cada 10 vacacionistas trujillanos, 7 son mujeres.
- El 63% pertenece al NSE C, y más de la mitad tiene estudios universitarios o técnicos.
- Su grupo promedio de viaje es de tres personas.

Lugares visitados

Las dos terceras partes son destinos fuera de su región, como Lima, Cajamarca y Áncash.

Otuzco	28%	1 Lima	23%
Sánchez Carrión	18%	2 Cajamarca	21%
Pacasmayo	14%	3 Áncash	18%
Ascope	12%	4 Piura	9%
Santiago de Chuco	8%	5 Lambayeque	9%
Trujillo	8%		
Otros	7%		



Viajes dentro y fuera de la región



71%

Gasto promedio de S/ 446 y permanencia de 5 noches.

29%

Gasto promedio de S/ 172 y permanencia de 3 noches.

● Fuera de La Libertad ● Dentro de La Libertad

Gasto promedio por turista

S/ 368

Permanencia promedio por turista

4 noches

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿Con quiénes viaja?



38%

Grupo familiar directo



19%

Amigos/parientes (sin niños)



16%

Pareja



16%

Solo



11%

Amigos/parientes (con niños)

¿Cómo viaja?



83%

Ómnibus/bus interprovincial



7%

Automóvil propio



6%

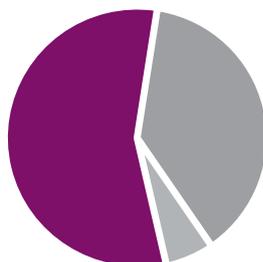
Movilidad particular de un familiar o amigo



4%

Auión

¿Dónde se alojan?



44%

Alojamiento pagado

54%

Casa de familiares/amigos

2%

Otros

Tipo de alojamiento pagado

Hotel 1 y 2 estrellas: **11%**

Hostal: **10%**

Hotel 3 estrellas: **16%**

Casa de hospedaje pagada: **4%**

Hotel 4 y 5 estrellas: **3%**

¿Cómo financió el viaje?*

86%

Ahorros

12%

Con el sueldo del momento

7%

Tarjeta de crédito

1%

Otros (préstamo bancario, me lo regalaron)

(*) Total múltiple

CHICLAYO

Desde esta ciudad se realizaron 106 930 de viajes, lo que permitió un movimiento económico de S/ 41 millones.

EL VACACIONISTA CHICLAYANO

¿Quién es?



- Su edad promedio es 36 años; y 6 de cada 10 son mujeres.
- Más de la mitad forma parte de una pareja.
- El 68% tiene estudios universitarios o técnicos y el 56% pertenece al NSE C.
- Su grupo de viaje promedio es de dos personas.

Lugares visitados

La gran mayoría son destinos fuera de su región, como Cajamarca, Lima y Piura.

Chiclayo	53%	➊ Cajamarca	26%
Lambayeque	28%	➋ Lima	24%
Ferreñafe	19%	➌ Piura	19%
		➍ La Libertad	14%



Viajes dentro y fuera de la región



93%

Gasto promedio de S/ 395 y permanencia de 5 noches.

7%

Gasto promedio de S/ 132 y permanencia de 6 noches.

● Fuera de Lambayeque ● Dentro de Lambayeque

Gasto promedio por turista

S/ 379

Permanencia promedio por turista

5 noches

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿Con quiénes viaja?



39%

Grupo familiar directo



20%

Amigos/parientes (sin niños)



17%

Solo



13%

Pareja



11%

Amigos/parientes (con niños)

¿Cómo viaja?



84%

Ómnibus/bus interprovincial



6%

Movilidad particular de un familiar o amigo



5%

Automóvil propio



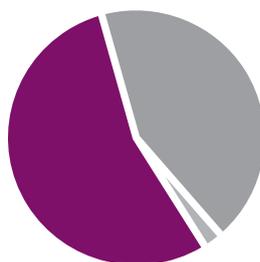
4%

Avión

1%

Otros

¿Dónde se alojan?



42%

Alojamiento pagado

57%

Casa de familiares/amigos

1%

Otros

Tipo de alojamiento pagado:

Hotel 1 y 2 estrellas: **12%**

Hostal: **10%**

Hotel 3 estrellas: **13%**

Casa de hospedaje pagada: **5%**

Hotel 4 y 5 estrellas: **1%**

Bungalows y albergues: **1%**

¿Cómo financió el viaje?*

71% Ahorros

38% Con el sueldo del momento

5% Tarjeta de crédito

(*) Total múltiple

HUANCAYO

En el 2015 fue el punto de partida de 63 265 viajes, lo que generó un movimiento de dinero de S/ 23 millones.

EL VACACIONISTA HUANCAÍNO

¿Quién es?



- Su edad promedio es 35 años; y 6 de cada 10 son mujeres.
- El 83% tiene estudios universitarios o técnicos y el 57% pertenece al NSE C.
- El 65% forma parte de una pareja.
- Su grupo promedio de viaje es de tres personas.

Lugares visitados

Más de la mitad son destinos fuera de su región, principalmente Lima.

Chanchamayo	62%	1 Lima	49%
Satipo	18%	2 Huánuco	9%
Tarma	12%	3 Pasco	8%
Yauli	4%	4 Huancavelica	6%
Jauja	1%		



Viajes dentro y fuera de la región



64%

Gasto promedio de S/ 416 y permanencia de 6 noches.

36%

Gasto promedio de S/ 270 y permanencia de 3 noches.

● Fuera de Junín ● Dentro de Junín

Gasto promedio por turista

S/ 364

Permanencia promedio por turista

5 noches

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿Con quiénes viaja?



48%

Grupo familiar directo



17%

Amigos/parientes (sin niños)



16%

Pareja



10%

Solo



9%

Amigos/parientes (con niños)

¿Cómo viaja?



68%

Ómnibus/bus interprovincial



15%

Automóvil propio



8%

Movilidad particular de un familiar o amigo



4%

Avión

5%

Otros

¿Dónde se alojan?

53%

Alojamiento pagado

Tipo de alojamiento pagado

Hotel 1 y 2 estrellas: **20%**

Hostal: **19%**

Hotel 3 estrellas: **7%**

Casa de hospedaje pagada: **6%**

Hotel 4 y 5 estrellas: **1%**

Bungalows y albergues: **1%**



2%
Otros

45%
Casa de familiares/
amigos

¿Cómo financió el viaje?*

72% Ahorros

42% Con el sueldo del momento

5% Tarjeta de crédito

(*) Total múltiple

PIURA

Esta ciudad fue el punto de partida de 106 028 viajes en el 2015, lo que generó un movimiento económico de S/ 42 millones.

EL VACACIONISTA PIURANO

¿Quién es?



- Su edad promedio es 37 años; y el 60% son mujeres.
- Más de la mitad forma parte de una pareja.
- El 67% tiene estudios universitarios o técnicos, y el 61% pertenece al NSE C.
- Su grupo promedio de viaje es de dos personas.

Lugares visitados

Más de la mitad son destinos fuera de su región, siendo los más visitados Lima y Lambayeque.

Talara	35%	1 Lima	30%
Paita	15%	2 Lambayeque	24%
Morropón	14%	3 Tumbes	19%
Huancabamba	12%	4 La Libertad	8%
Ayabaca	10%	5 Cajamarca	7%
Sullana	7%		
Otros	7%		



Viajes dentro y fuera de la región



58%

Gasto promedio de S/ 500 y permanencia de 7 noches.

42%

Gasto promedio de S/ 253 y permanencia de 4 noches.

● Fuera de Piura ● Dentro de Piura

Gasto promedio por turista

S/ 398

Permanencia promedio por turista

5 noches

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿Con quiénes viaja?



24%

Grupo familiar directo



24%

Amigos/parientes (sin niños)



19%

Solo



18%

Amigos/parientes (con niños)



15%

Pareja

¿Cómo viaja?



81%

Ómnibus/bus interprovincial



7%

Movilidad particular de un familiar o amigo



6%

Avión



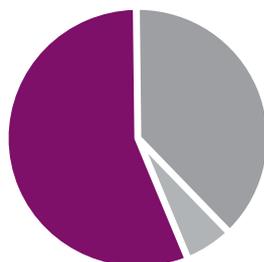
4%

Automóvil propio

2%

Otros

¿Dónde se alojan?



59%

Casa de familiares/amigos

4%

Otros

37%

Alojamiento pagado

Tipo de alojamiento pagado

Hotel 1 y 2 estrellas: **8%**

Hostal: **10%**

Hotel 3 estrellas: **10%**

Casa de hospedaje pagada: **6%**

Hotel 4 y 5 estrellas: **2%**

Bungalows y albergues: **1%**

¿Cómo financió el viaje?*

70%

Ahorros

33%

Con el sueldo del momento

6%

Tarjeta de crédito

1%

Préstamo bancario

(*) Total múltiple



3.

EL MEJOR PROSPECTO DEL VACACIONISTA NACIONAL

Es el segmento de vacacionistas nacionales que vive en Lima, viaja fuera de su región y se aloja en hoteles de 3 estrellas o más. Este grupo dinamiza el sector turístico porque gasta más que el promedio.



EL MEJOR PROSPECTO

Este segmento representa el 13% de los vacacionistas limeños que recorrieron el Perú durante el 2015, generando un movimiento económico de S/ 142 millones, lo que representó un incremento del 23% con respecto al 2014.

¿QUIÉNES SON?

Características

- Tienen una edad promedio de 40 años.
- La mayor parte tiene estudios universitarios o técnicos.
- Entre ellos, 7 de cada 10 forman parte de una pareja.

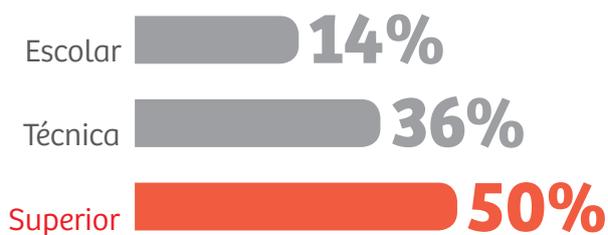


Género*

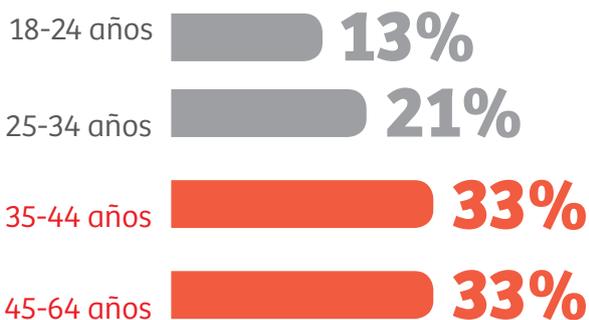
 **54%**
Mujeres

 **46%**
Hombres

Grado de instrucción



Edad



Nivel socioeconómico (NSE)



¿CÓMO SE COMPORTAN?

Gasto y permanencia

En el 2015, el gasto promedio de este segmento disminuyó S/ 142 con respecto al 2014, debido a que redujo en una noche su estadía.

Gasto promedio por turista

S/ 771

Permanencia promedio

5 noches

Búsqueda de información

La búsqueda de información antes del viaje se incrementó en 19 puntos porcentuales en el 2015, respecto del 2014.

¿Busca información antes del viaje?



¿Dónde buscó información turística?*



88%
Internet



31%
A través de familiares y amigos



12%
Agencias de viajes/ turismo



9%
Folletos turísticos

6%
Otros

(*) Total múltiple

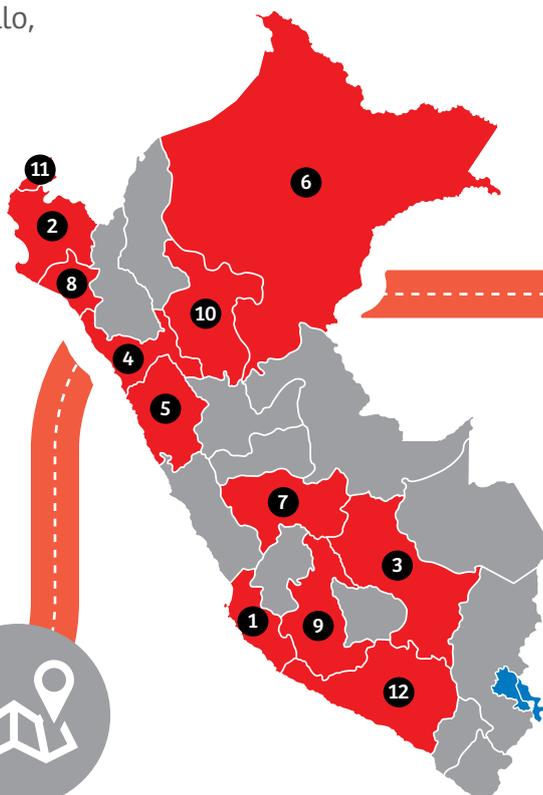


CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

¿A dónde van de vacaciones?

El 45% de los viajes tuvieron como destino las provincias de Talara, Ica, Trujillo, Urubamba y Cusco.

1	Ica	21%
2	Piura	16%
3	Cusco	12%
4	La Libertad	9%
5	Áncash	6%
6	Loreto	6%
7	Junín	4%
8	Lambayeque	4%
9	Ayacucho	4%
10	San Martín	3%
11	Tumbes	3%
12	Arequipa	3%
13	Otros	9%



¿Con quiénes viaja?

Su grupo de viaje promedio es de cuatro personas.



34%
Grupo familiar
directo



30%
Pareja



22%
Amigos/parientes
(sin niños)



9%
Amigos/parientes
(con niños)



5%
Solo



¿Cómo viaja?



47%
Ómnibus/bus
interprovincial



38%
Avión



9%
Automóvil propio



6%
Movilidad particular de
un familiar o amigo



Tipo de alojamiento

84% Hotel 3 estrellas

16% Hotel 4 y 5 estrellas



¿Cómo financió el viaje?*

74% Ahorros

26% Con el sueldo del momento

20% Tarjeta de crédito

5% Préstamo bancario

(* Total múltiple)



GLOSARIO

Agencia de viajes

Empresa que se dedica a la organización de viajes y a la venta de servicios turísticos, ya sea en forma individual o en paquete. Por lo general, tiene carácter de intermediario entre el prestador de los servicios turísticos y el usuario. El término “agencia de turismo” se debe considerar como similar al de “agencia de viaje”.

Atractivo turístico

Es todo lugar, objeto, elemento o acontecimiento de interés turístico: monumentos, paisajes, gastronomía y actividades culturales, deportivas o recreativas. Constituyen la motivación principal para el flujo turístico de un país.

Casa de hospedaje o pensión familiar

Alojamiento en casa de familia que se acondiciona, principalmente, en épocas de temporada alta.

Ciudad emisora

Es la ciudad desde la cual se generan los viajes de los residentes hacia un determinado destino turístico.

Culturas vivas

Son manifestaciones culturales y sociales de algunas poblaciones o comunidades, las cuales preservan costumbres y tradiciones ancestrales.

Destino turístico

Lugar visitado durante el viaje.

Entorno habitual

Incluye una zona determinada en torno al lugar de residencia y todos los otros lugares cercanos o distantes que el vacacionista visita de manera frecuente.

Estacionalidad

Tendencia de la demanda turística a concentrarse en determinadas épocas del año.

Gasto del turista

Egresos por consumo de un turista durante su desplazamiento y permanencia en el lugar de destino. Se excluyen las compras para efectos comerciales, las inversiones de tipo capital (como adquisiciones de terrenos, casas, fincas u otros bienes importantes) y el efectivo entregado a familiares o amigos durante el viaje de vacaciones, siempre que no represente el pago por bienes turísticos o donaciones a instituciones.

Gastronomía

Es el arte de preparar una buena comida. Constituye uno de los atractivos turísticos de un lugar.

Grupo de viaje

Visitantes que se desplazan juntos durante parte de su viaje o la totalidad del mismo.

Motivo de viaje

Razón sin la cual el viaje no se hubiera producido. Se suelen considerar los siguientes motivos:

- **Vacaciones, recreación u ocio**
Se realizan por motivos de descanso o diversión, y son costeados con fondos familiares. Quien decide hacer el viaje es el propio visitante, quizás en conjunto con los demás miembros de la familia. En algunos casos, se visita a parientes y amigos, aunque no es el motivo principal del viaje.
- **Visitas a familiares y amigos**
Se refiere a los viajes sociales que, en ciertos casos, tienen como finalidad participar de compromisos o reuniones como matrimonios, bautizos o funerales.
- **Negocios**
Son viajes realizados por exigencias relacionadas con la ocupación del viajero o la actividad económica de la empresa para la que trabaja. La decisión de efectuarlo y el financiamiento corresponden a alguien diferente al viajero mismo, como su empresa.
- **Salud**
Hace referencia a los viajes por tratamientos de salud. Incluyen, básicamente, la visita a clínicas, hospitales, consultorios médicos, centros de mantenimiento físico, baños de mar terapéuticos o cualquier otro tratamiento o cura relacionado con el bienestar físico y mental del paciente.

Paquete turístico

Conjunto de servicios entre los que se incluye el alojamiento, el transporte, la alimentación y las visitas turísticas. Los servicios especificados en un paquete turístico se venden a un precio global y, por lo general, en un solo acto de compra.

Servicio Turístico

Se refiere a todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a sus proveedores, como agencias de viaje y operadores turísticos. Su prestación es facilitada por un adecuado equipamiento. Entre los principales servicios turísticos se encuentran el alojamiento, la alimentación, la organización de viajes y las excursiones guiadas.

Turismo

Conjunto de actividades llevadas a cabo por las personas durante sus viajes y permanencia en lugares distintos a su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

Turismo cultural

Tipo de turismo que satisface el deseo de conocer la historia del lugar y de admirar atractivos culturales, sitios arqueológicos, monumentos arquitectónicos, inmuebles históricos y museos.

Turismo de aventura

Tipo de turismo que permite estar en contacto con la naturaleza, pero haciendo grandes esfuerzos y practicando actividades de alto riesgo que, por lo general, implican desafiar la geografía del lugar.

Turismo de naturaleza

Tipo de turismo que brinda la oportunidad de recorrer áreas naturales para admirar la flora y fauna del lugar, así como su biodiversidad y medioambiente.

Turismo de sol y playa

Conciernen a la elección de destinos costeros con el propósito de buscar buen clima, descansar, relajarse y divertirse.

Turismo vivencial

Visita a comunidades autóctonas, así como participación en festividades y tradiciones de un país o lugar determinado.

Turismo urbano

Se desarrolla en el entorno urbano, con la finalidad de conocer sus principales atractivos turísticos (plazas, parques, calles y avenidas importantes) y comerciales (centros comerciales, grandes tiendas y ferias). Este tipo de turismo es practicado también por los viajeros de negocios, por los que participan en convenciones y congresos y por quienes van a visitar a familiares y amigos.

Visitante

Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, con una permanencia inferior a 12 meses consecutivos y por razones que no sean dedicarse a una actividad remunerada o residir en el lugar visitado. Los visitantes se clasifican como turistas o como visitantes del día:

- **Turista**
Persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y que permanece en él por un **periodo mínimo de una noche y no mayor de 12 meses consecutivos**. Su principal motivo de viaje no está relacionado con el desarrollo de actividades remuneradas o con residir en el lugar de destino.
- **Visitante del día (o excursionista)**
Es aquella persona que realiza un viaje fuera de su entorno habitual y que **no pernocta en el lugar visitado**. Dicho viaje obedece a fines diferentes a ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Técnica

Cuantitativa. Encuesta personal directa en hogares.

Instrumento

Cuestionario estructurado y estandarizado con preguntas abiertas y cerradas.

Público objetivo

Hombres y mujeres de nacionalidad y residencia peruana, entre los 18 y los 64 años de edad, pertenecientes a los niveles socioeconómicos Alto (A), Medio (B) y Bajo (C), que hayan realizado un viaje al interior del país por motivo de vacaciones, recreación u ocio, al menos una vez entre los meses de enero y diciembre del 2015.

Ámbito geográfico

Las encuestas se efectuaron en las seis principales ciudades emisoras del Perú: Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y Piura.

Tipo de muestreo

Probabilístico.

Tamaño de la muestra

3223 casos, distribuidos de la siguiente manera:

- Lima: 908 casos (\pm 3,3%)
- Arequipa: 459 casos (\pm 4,6%)
- Trujillo: 457 casos (\pm 4,6%)
- Chiclayo: 462 casos (\pm 4,6%)
- Huancayo: 454 casos (\pm 4,6%)
- Piura: 483 casos (\pm 4,5%)

Trabajo de campo

Primera medición en julio del 2015; segunda medición en octubre del 2015, y tercera medición en enero del 2016.

Empresa contratada

CONSORCIO TELECYL PERÚ S.A./TELECYL PERÚ S.A.C. (MADISON)



La colección El Turismo en Cifras consta de una serie de publicaciones que reúnen una amplia gama de información estadística, estudios y análisis de segmentos específicos. El objetivo es proporcionar conocimiento al servicio de empresas, organismos e instituciones relacionados con este sector, así como autoridades, estudiantes y público en general interesados en el tema. En esta entrega presentamos el Perfil del Vacacionista Nacional 2015: un estudio de las características, usos, intereses, motivaciones, comportamientos y experiencias de los peruanos que hicieron turismo interno en el país, procedentes de las seis principales ciudades emisoras de vacacionistas nacionales.