

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

Turismo en cifras



2019

Perfil del Vacacionista Nacional 2019

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, diciembre de 2020

Distribución gratuita. Prohibida su venta.

Investigación:

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

Empresa investigadora

IPSOS Opinión y Mercado

Fotografía:

PROMPERÚ

CONTENIDO

Presentación	4
Panorama económico nacional	6
Los viajes por vacaciones dentro de Perú	8
El vacacionista nacional	11
El vacacionista nacional que viaja por vía aérea	33
El vacacionista joven	44
Glosario	56
Ficha metodológica	58



PRESENTACIÓN

Como cada año, PROMPERÚ ha elaborado el Perfil del Vacacionista Nacional (PVN), donde se analiza al vacacionista peruano a través del estudio de sus motivaciones de viaje, planificación, tipos de alojamiento preferidos, medios empleados para informarse acerca de un destino, sus grupos de viaje y más.

Para su elaboración, se encuestaron a hombres y mujeres de nacionalidad peruana, de 18 a 64 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B y C, que residen en las seis principales ciudades emisoras de turistas (Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y Piura) y que realizaron al menos un viaje por vacaciones en el 2019. Estas encuestas recogieron información en tres momentos del año, a fin de contar con una visión anual del mercado.

El estudio pretende proveer información relevante para los actores del turismo, tal que les permita desarrollar estrategias comerciales de atracción y fidelización, así como identificar nuevos segmentos de mercado para satisfacer las necesidades turísticas de los vacacionistas nacionales.

En esta edición, como sucede en el mundo, las generaciones más jóvenes empiezan a modificar gradualmente el entorno turístico. Si bien el perfil de los *millennials* y *centennials* aún no se aleja en demasía del vacacionista promedio, sí comienza a labrar el sendero que seguirá el sector en los próximos años.



El panorama económico nacional

El 2019 estuvo marcado por tensiones políticas, sociales y comerciales a nivel mundial. Sin embargo, nuestro país mantuvo una senda de crecimiento impulsada, principalmente, por la demanda interna a través del consumo y la inversión privada.

Ello generó un menor índice de inflación con respecto al 2018.

Población 2019

Perú	32 131 400
Lima Metropolitana	10 582 487

Inflación anual (% anual acumulada)

Perú	1,88 %
Lima Metropolitana	1,90 %



Crecimiento del PBI (% anual)

2,16 %

Distribución por nivel socioeconómico

En Perú, la mitad de la población aún pertenece a estratos económicos bajos (NSE D y E). Al hacer un análisis detallado, se destaca que Lima Metropolitana y otras ciudades principales están compuestas sobre todo por la clase media (NSE C).

El presente estudio únicamente recoge información de los niveles socioeconómicos A, B y C.

Distribución	NSE AB	NSE C	NSE D	NSE E
Perú	12,6 %	28,2 %	27,2 %	32,0 %
Lima Metropolitana	27,6 %	45,5 %	21,9 %	5,0 %
Arequipa	15,6 %	38,2 %	33,7 %	12,5 %
La Libertad	7,7 %	26,3 %	30,5 %	35,4 %
Lambayeque	8,9 %	25,7 %	38,5 %	26,9 %
Junín	4,2 %	14,9 %	28,4 %	52,3 %
Piura	4,1 %	24,5 %	36,6 %	34,8 %

Fuente: Niveles socioeconómicos 2019. Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (Apeim).

MERCADO NACIONAL DE VIAJES

El turismo interno



El mercado nacional de viajes

En el 2019, el 92 % de los viajes realizados en Perú fueron por turismo interno.



- ✓ Solo peruanos
- ✓ Incluye todos los motivos de viaje, a excepción del de residencia y trabajo remunerado en el destino
- ✓ Incluye todos los niveles socioeconómicos
- ✓ A nivel nacional
- ✓ Todas las edades

Un turista puede hacer más de un viaje

Viajes por vacaciones a nivel nacional

El turismo por vacaciones representa el 29,4 % de los viajes dentro de nuestro país.

Solo las principales ciudades agruparían 5,2 millones de viajes por vacaciones (realizados por 1,66 millones de vacacionistas).

48,6
millones
de viajes nacionales
por turismo

14,3
millones
de viajes nacionales
por vacaciones

5,2
millones
de viajes nacionales
por vacaciones
desde las principales
ciudades emisoras de
los NSE A, B y C

PERFIL DEL

Vacacionista nacional



Turismo interno

De los **5 412 114** peruanos pertenecientes al segmento en análisis, tenemos que:

El **31 %** viajó por vacaciones



Lo que se traduce en **1,66 millones** de vacacionistas



Cada vacacionista realizó **3 viajes** al año
(en promedio)



Logrando **5,2 millones** de viajes



Los vacacionistas gastaron **S/ 476** en promedio



Que generaron **S/ 2454 millones**
de movimiento económico

Viajes por ciudad emisora

La mayoría de los traslados por vacaciones se hicieron desde Lima. La capital representó el 86 % del movimiento económico generado por turismo interno.

Distribución de viajes por vacaciones

84 %



Lima

4336

2116

6 %



Arequipa

295

129

4 %



Trujillo

205

78

2 %



Chiclayo

130

56

2 %



Piura

109

39

2 %



Huancayo

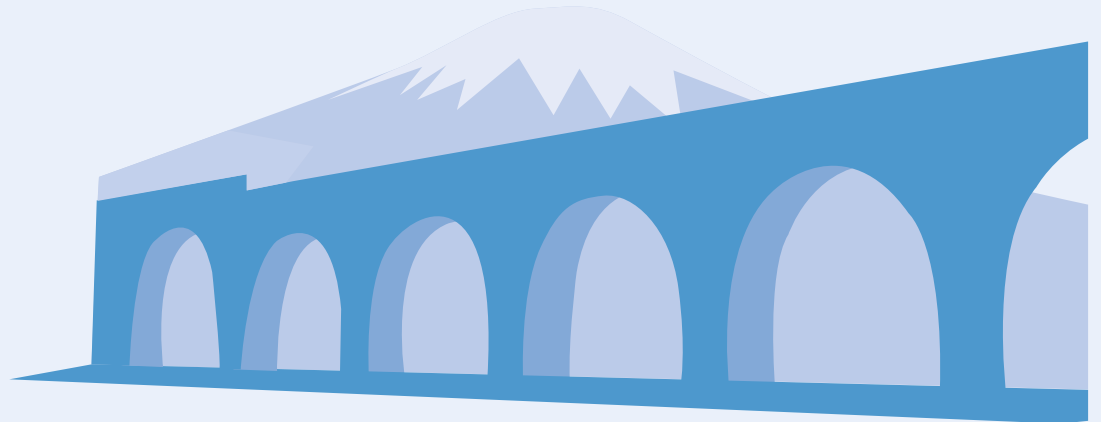
80

34

N.º viajes (miles)

Movimiento económico (millones de S/)

Presentó un **crecimiento mayor al 50 %** en el número de viajes y movimiento económico respecto a 2018



PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

Principales hallazgos

En 2019, el 31 % de la población analizada* (1 662 939 personas) viajó por vacaciones, recreación u ocio a algún destino nacional.

Población: Hombres y mujeres de 18 a 64 años de los niveles socioeconómicos A, B y C y residentes de Lima Metropolitana, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y Piura.



¿Qué características tienen los vacacionistas?

Los jóvenes fueron los que más viajaron; los *centennials* y *millennials* representaron el **63 % del total de viajeros**. Por otro lado, aumentó el porcentaje de vacacionistas hombres y de personas solteras.

Género



Hombre

48 % ^

(2018: 43 %)



Mujer

52 %

Estado civil



Parte de una pareja

51 %



Soltero

49 % ^

(2018: 46 %)

Edad



21 %

Centennials
(15-24 años)*



42 %

Millennials
(25-40 años)



27 %

Gen. X
(41-54 años)



10 %

Baby boomers
(55-73 años)

NSE

NSE A/B

48 %

52 %

NSE C

Grado de instrucción

33 %



Básica**

42 %



Técnica

24 %



Universitaria

1 %



Posgrado

*El segmento *centennials* agrupa a personas de 3 y 24 años; sin embargo, para el presente estudio se considera a hombres y mujeres de 18 a 24 años. En lo que respecta a *baby boomers*, si bien el rango abarca a personas de 55 a 73 años, se ha considerado solo a aquellos en el rango de 55 a 64 años.
**La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

¿Qué los motiva a viajar?

El principal motivo para viajar por vacaciones continúa siendo descansar o relajarse, seguido por salir con la familia.

Asimismo, conocer nuevos lugares también resulta importante, en especial entre los chiclayanos (26 %).



¿Qué les llamó la atención?

La naturaleza y la variedad de atractivos turísticos fueron los principales aspectos al elegir un destino. Por otro lado, los servicios con precios económicos tuvieron más importancia que en el 2018.

¿Qué aspectos tomaron en cuenta para elegir un destino?

1	Los paisajes y la naturaleza	53 %
2	La variedad de atractivos turísticos	31 %
3	Que los servicios tengan precios económicos	27 % ^
4	Que sea seguro	26 %
5	Clima cálido	25 % ^

✓ “Precios económicos” pasó del 21 % (2018) a un 27 % (2019).

✓ De igual forma, “que tenga clima cálido” creció de un 21 % (2018) a un 25 % (2019)

¿Qué medios los motivaron a viajar?

1	Comentarios y experiencias de familiares, amigos y otros (*)	44 %
2	Internet (páginas web)	25 %
3	Programas de TV y reportajes	14 %
4	Publicidad en TV	12 %
5	Artículos en diarios o revistas	5 %

(*): Los comentarios pueden ser de manera presencial o virtual.

¿Planificaron su viaje?

Al igual que en el 2018, ocho de cada diez personas planificaron su viaje. Entre los que no lo hicieron, el 69 % ya habría visitado el destino.



Y, ¿con cuánta anticipación lo hicieron?

Seis de cada 10 vacacionistas que organizan su viaje lo hacen con dos semanas o menos de antelación.

Más de un mes 5 %

Un mes 24 % (19 % - 2018) ^

Tres semanas 11 %

Dos semanas 20 %

Una semana 23 % 60 % v
(63 % - 2018)

En menos de una semana 17 %

¿Buscaron información antes de viajar?

3 de cada 10 vacacionistas buscan información antes de viajar. Entre quienes no lo hacen, destacan los que ya visitaron el lugar y aquellos que tienen compañeros de viaje que conocen el destino.



Top 5 de tipos de información buscada

Entre quienes buscan información, destaca la búsqueda a través de páginas web (78 %) Cabe mencionar que **72 978 vacacionistas habrían utilizado www.ytuqueplanes.com**

1	Lugares turísticos para visitar	57 %
2	Costos de alojamiento y sus características	57 %
3	Distancia y rutas de acceso	31 %
4	Costos de paquetes turísticos y sus servicios	29 %
5	Costo del transporte al lugar visitado	23 %

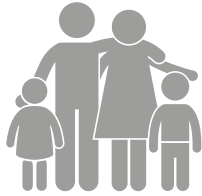
Y, ¿cómo viajaron?

Los vacacionistas se movilizaron principalmente en grupo, ya sea con familiares o amigos. El 23 % de los piuranos y el 20 % de los arequipeños viajaron solos.



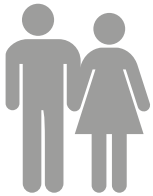
34 %

Amigos o familiares,
sin niños



25 %

Grupo familiar
directo



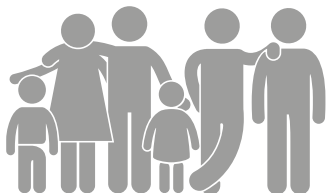
18 %

En pareja



13 %

Solo



10 %

Amigos o familiares,
con niños

¿Qué transporte utilizaron?

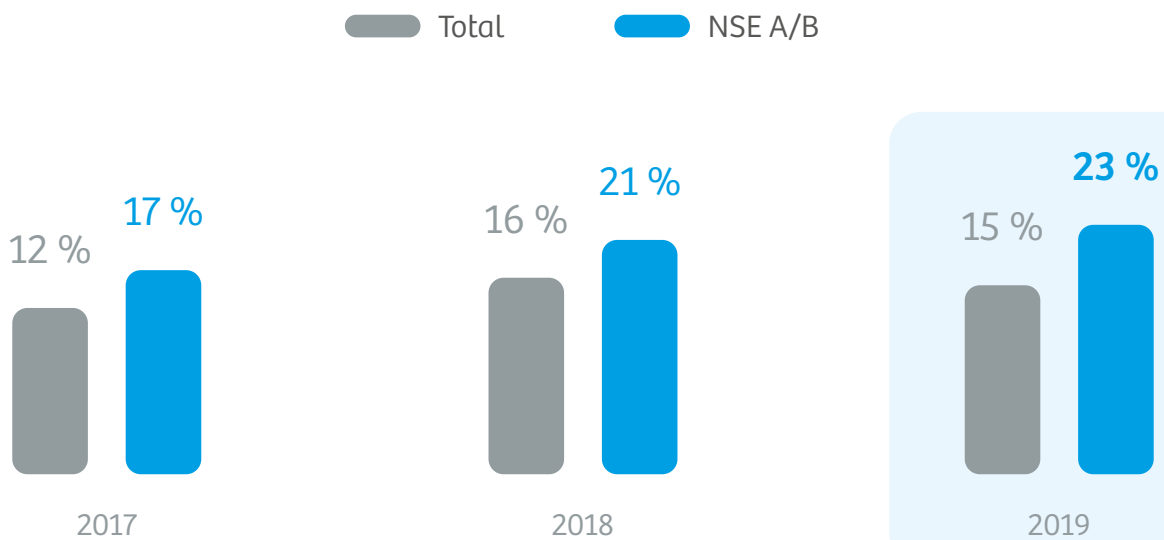
Con respecto al 2018, el uso de medios alternativos como movilidad particular y auto propio presentó incrementos, mientras que el empleo del bus mostró un retroceso (del 64 % al 60 %).

Tipo de transporte

	Bus	(2018: 64 %)	60 %	▼
	Avión	(2018: 16 %)	15 %	▼
	Movilidad particular	(2018: 9 %)	13 %	▲
	Auto propio	(2018: 10 %)	10 %	▲
	Otros	(2018: 2 %)	2 %	




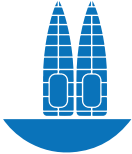

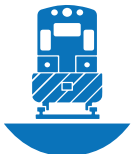
Uso de avión

El uso de avión crece sostenidamente, en especial en el nivel socioeconómico alto.






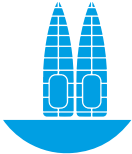

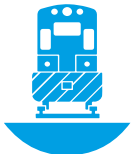
¿Visitaron destinos dentro o fuera de su región?

El 68 % de los vacacionistas viajó fuera de su región de residencia. A excepción de los piuranos, los residentes de las demás regiones viajaron principalmente fuera.

		Fuera de la región	Dentro de la región
	Lima	67 %	33 %
	Arequipa	63 %	37 %
	Chiclayo	94 %	6 %
	Trujillo	77 %	23 %
	Piura	48 %	52 %
	Huancayo	69 %	31 %


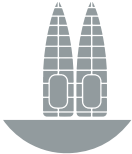

Principales destinos visitados

¿Qué destinos visitaron fuera de su región?

Ciudad de residencia	1	2	3	4	5
 Lima	Ica 23 %	Junín 9 %	Cusco 9 %	Áncash 9 %	Piura 8 %
 Arequipa	Cusco 21 %	Puno 20 %	Lima 16 %	Tacna 8 %	Ica 8 %
 Chiclayo	Cajamarca 28 %	Lima 21 %	Piura 17 %	La Libertad 10 %	Amazonas 7 %
 Trujillo	Cajamarca 24 %	Lima 18 %	Áncash 15 %	Lambayeque 12 %	Piura 11 %
 Piura	Lima 27 %	Lambayeque 24 %	Tumbes 19 %	La Libertad 14 %	Cajamarca 7 %
 Huancayo	Lima 38 %	Pasco 15 %	Huánuco 9 %	Ayacucho 7 %	Ica 7 %

Principales destinos visitados

¿Qué destinos visitaron dentro de su región?

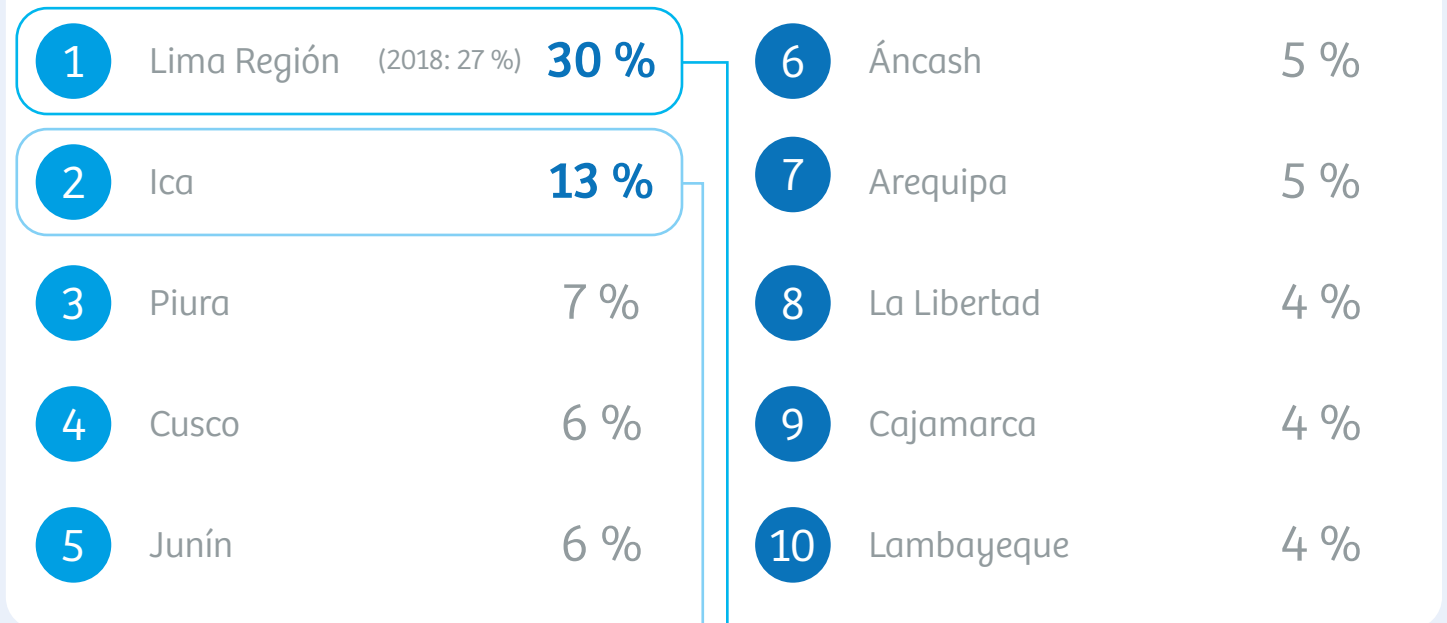
Ciudad de residencia	1	2	3
	Dentro de la región (provincias)		
 Lima	Lima 25 %	Cañete 23 %	Huaral 13 %
 Arequipa	Camaná 36 %	Islay 35 %	Caylloma 20 %
 Chiclayo*	Lambayeque 28 %	Chiclayo 35 %	Ferreñafe 26 %
 Trujillo	Sánchez Carrión 23 %	Otuzco 16 %	Pacasmayo 14 %
 Piura	Talara 29 %	Paita 23 %	Ayabaca 12 %
 Huancayo	Chanchamayo 57 %	Satipo 21 %	Tarma 12 %

* Datos referenciales, dado que la base no es significativa.

¿Cuáles fueron los destinos más visitados?

El *ranking* de las regiones más visitadas no cambió con respecto al 2018; sin embargo, se rescata que Lima presentó la mayor tasa de crecimiento.

Top 10 – Regiones visitadas



Principales provincias visitadas en Ica

Ica	64 %
Pisco	25 %

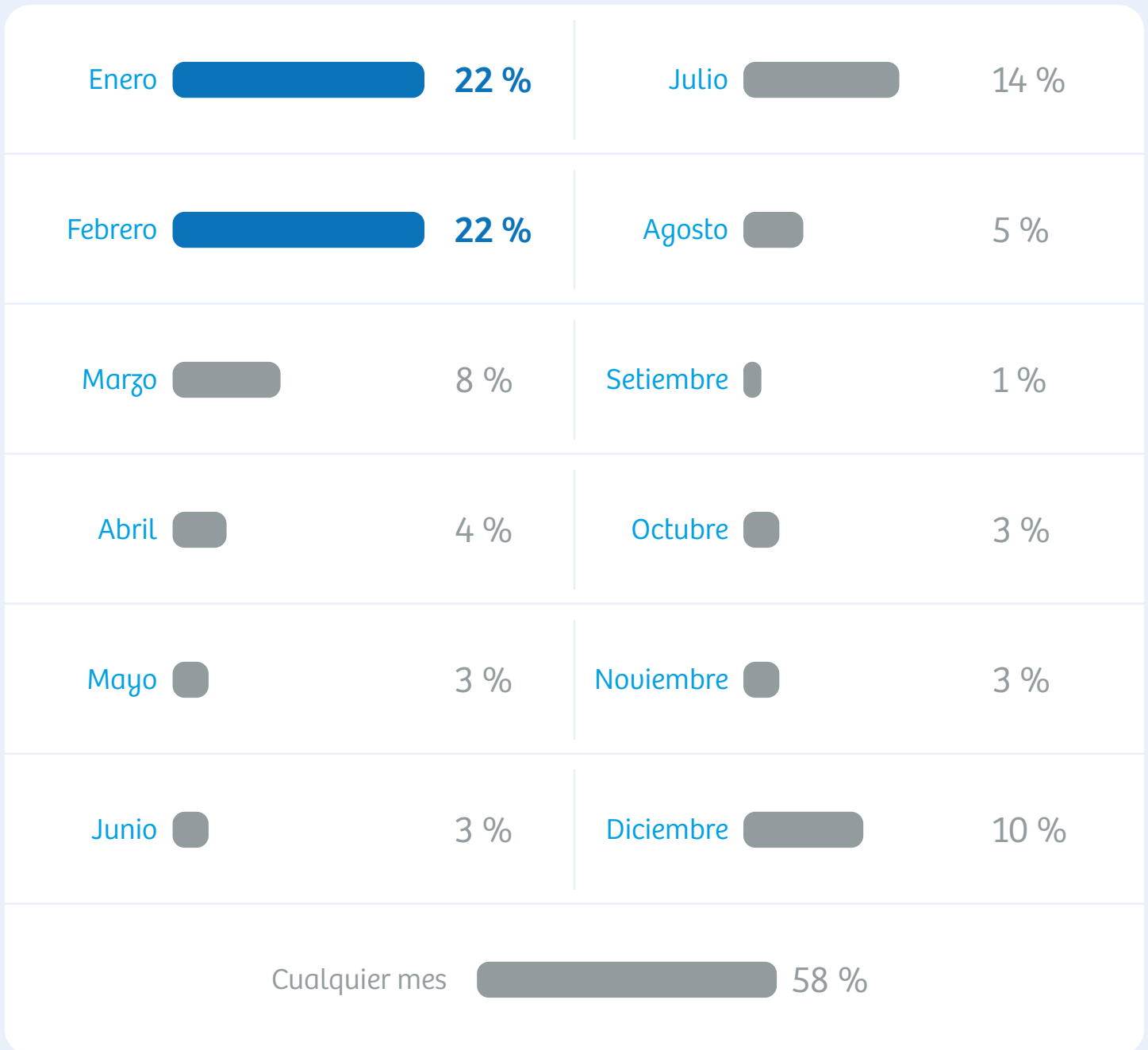
Principales provincias visitadas de Lima

Lima Metropolitana	30 %
Cañete	21 %



¿En qué mes suelen viajar?

Más de la mitad de los vacacionistas no prefiere viajar en algún mes en particular; sin embargo, la temporada de verano y las vacaciones de medio año tendrían mayor acogida.



Feridos durante el 2019

Lunes 1 de enero: Año Nuevo

Jueves 18 de abril: Jueves Santo

Viernes 19 de abril: Viernes Santo

Domingo 21 de abril: Domingo de Resurrección

Miércoles 1 de mayo: Día del Trabajador

Sábado 29 de junio: Día de San Pedro y San Pablo

Viernes 26 de julio: Inauguración de los Juegos Panamericanos

Domingo 28 de julio: Independencia del Perú

Lunes 29 de julio: Fiesta Patrias

Viernes 30 de agosto: Día de Santa Rosa de Lima

Martes 8 de octubre: Combate de Angamos

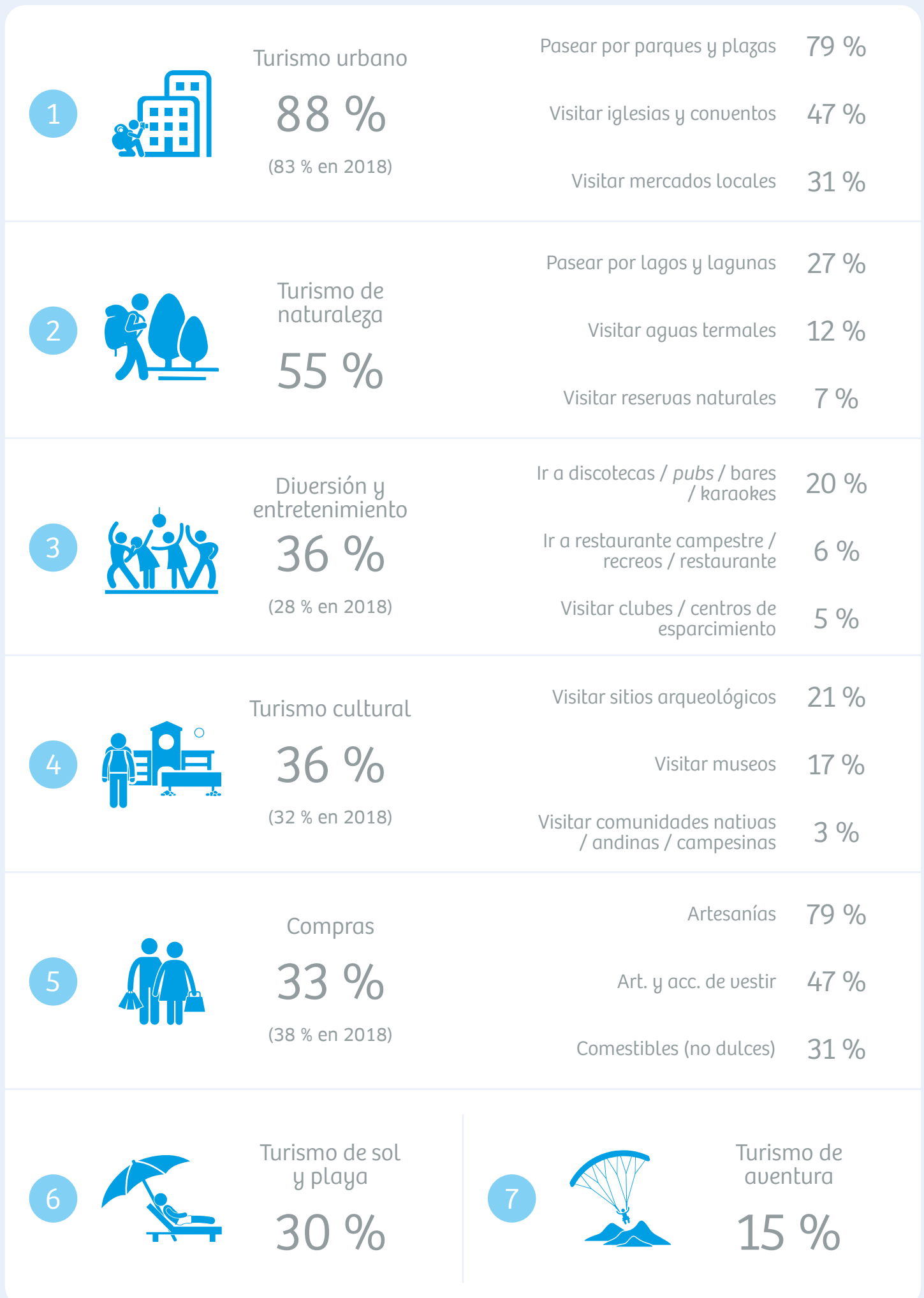
Viernes 1 de noviembre: Día de Todos los Santos

Domingo 8 de diciembre: Día de la Inmaculada Concepción

Miércoles 25 de diciembre: Navidad

¿Qué actividades realizaron durante el viaje?

Las actividades urbanas, de diversión y entretenimiento, así como el turismo cultural registraron importantes incrementos en comparación con el 2018.



¿Qué tipo de hospedaje usaron?

El uso de alojamiento pagado creció con respecto al 2018 (de 67 % a 71 %), motivado por el uso de hoteles de 1 o 2 estrellas.

Tipo de alojamiento		
Hotel 4 o 5 estrellas		2 %
Hotel/hostal 3 estrellas		17 %
Hotel/hostal 1 o 2 estrellas	(2018: 22 %)	24 % ▲
Albergue/hostel		18 %
Casa de familiares o amigos	(2018: 28 %)	24 % ▼
Casa de hospedaje pagada / Búngalo / Club		10 %
Otros *		5 %

N° de noches

4

Quienes viajaron fuera de su región de residencia tuvieron una estadía de cinco noches (en promedio), mientras que quienes viajaron dentro, de tres (en promedio).

* Incluye: carpas, campamento, casa propia

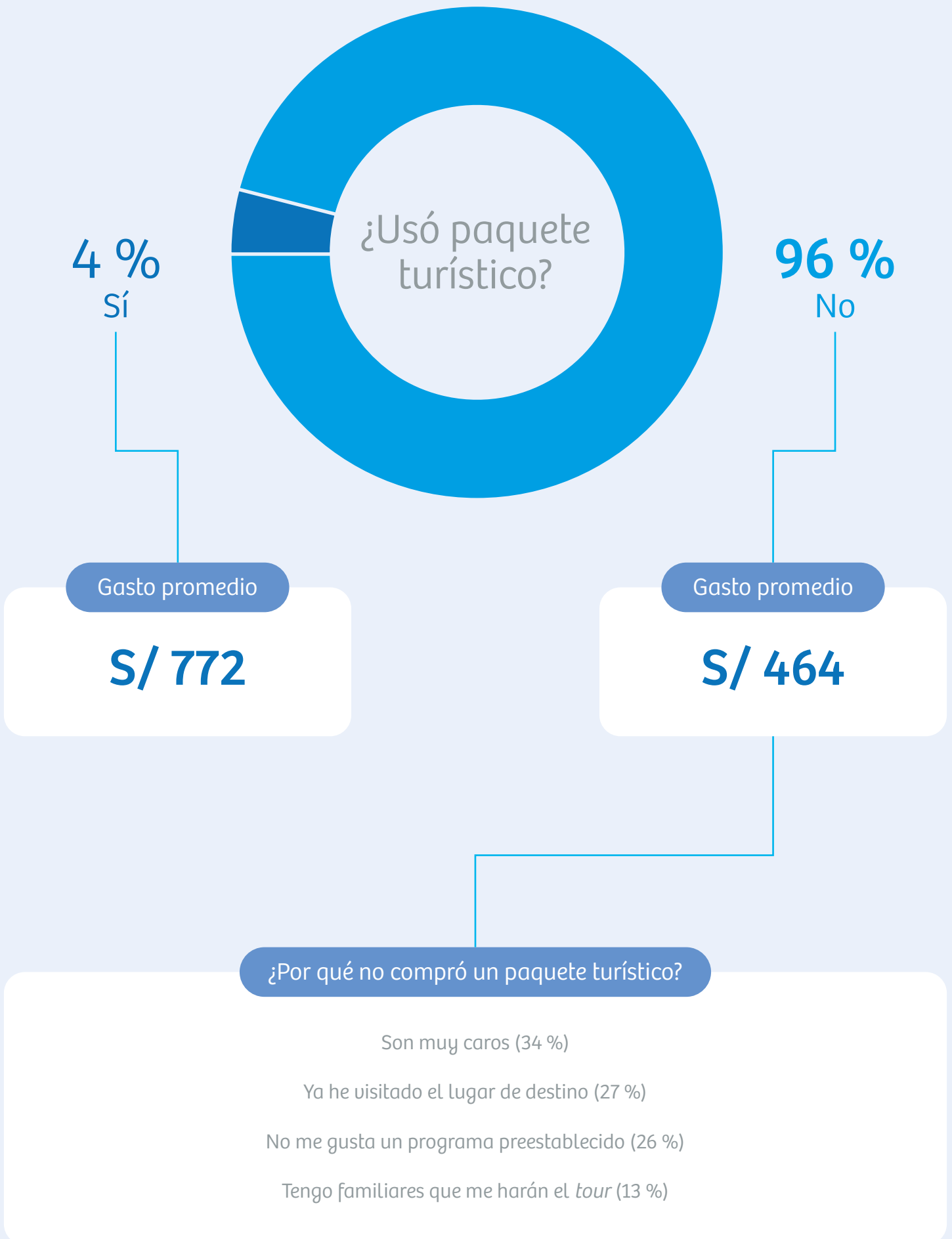
¿Cuánto gastó cada vacacionista?

Los limeños son quienes más gastaron en sus viajes, tanto en el promedio general como en el diario.



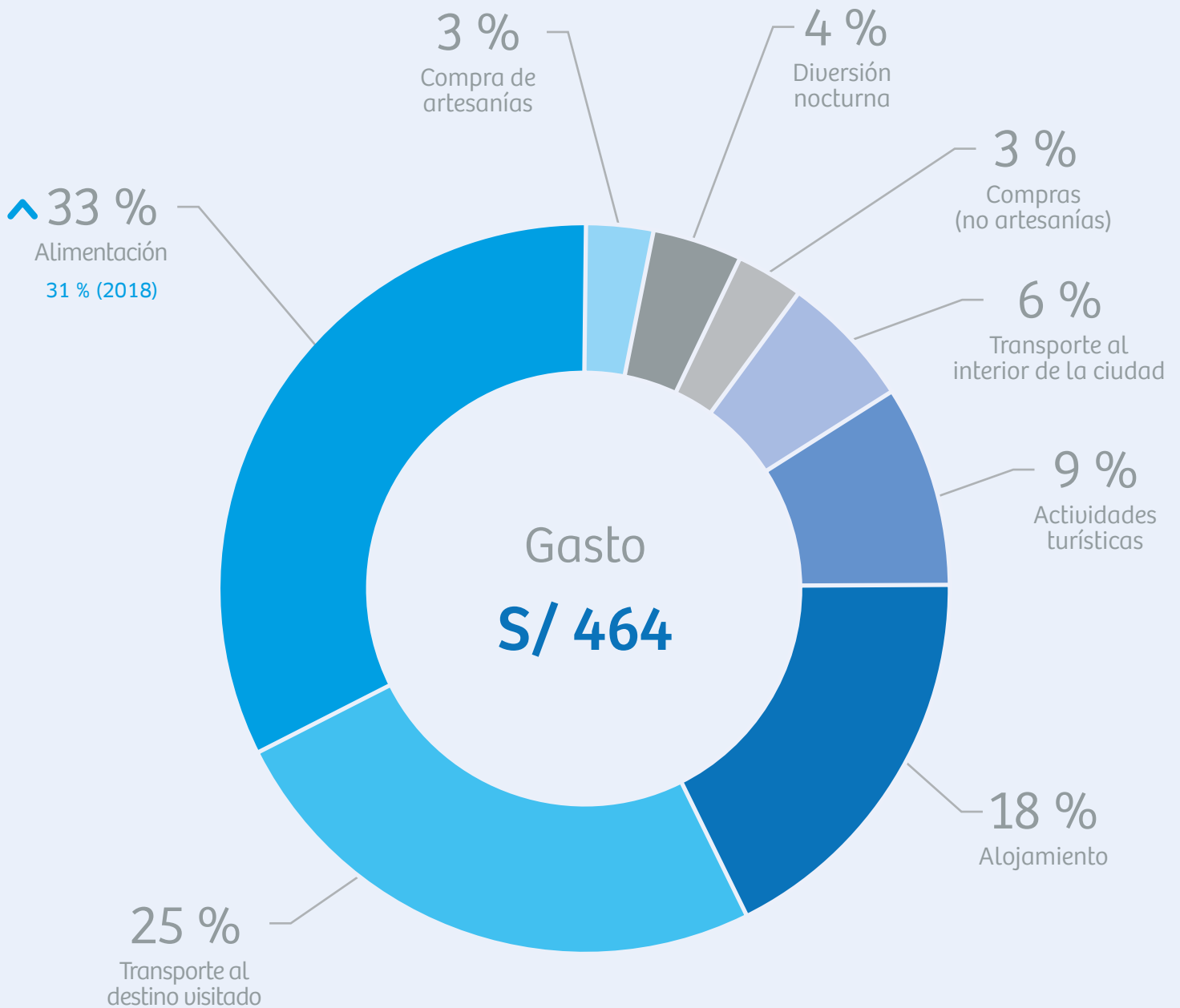
¿Usaron paquete turístico?

La mayoría organizó su viaje adquiriendo los servicios por separado. El uso de paquete turístico se redujo en el último año del 6 % al 4 %.



Distribución del gasto cuando no usaron paquete turístico

Los vacacionistas que no usaron paquete turístico destinaron la mayor parte de su presupuesto a la alimentación y el transporte al destino visitado (el 58 % del presupuesto promedio), seguidos por el alojamiento.



El 37 % de los vacacionistas que viajaron por avión compró el boleto por internet.
(21 % en el 2018)

Se incrementó
de 21 % a 37 %
la compra de
boleto de avión
por
internet

Se incrementó el
uso de avión, del
21 % al 23 % en
el
NSE A/B

Se incrementó
del 40 % al 43 %
el uso de
hoteles

Aumentaron las
actividades
culturales y de
diversión

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

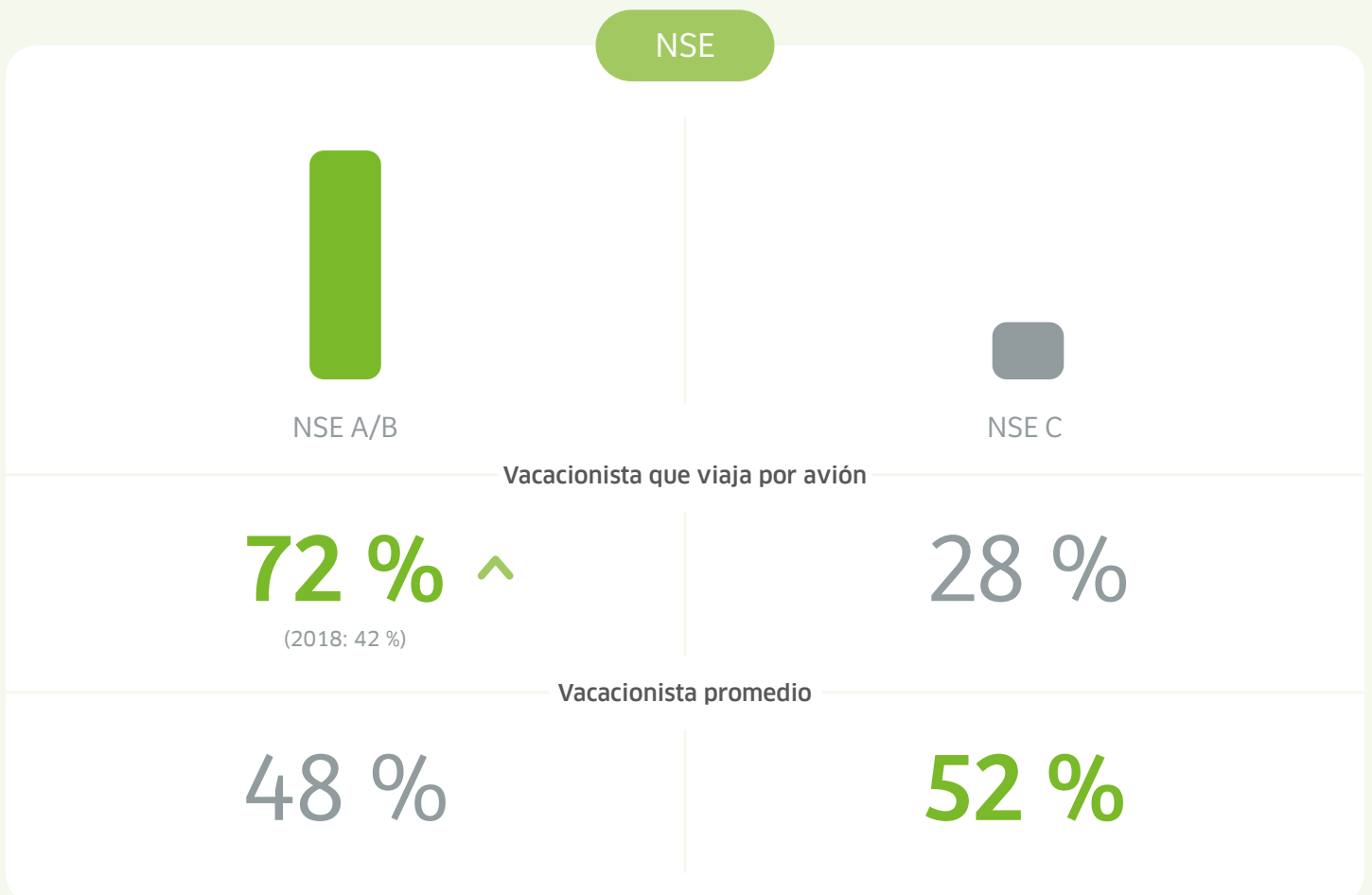
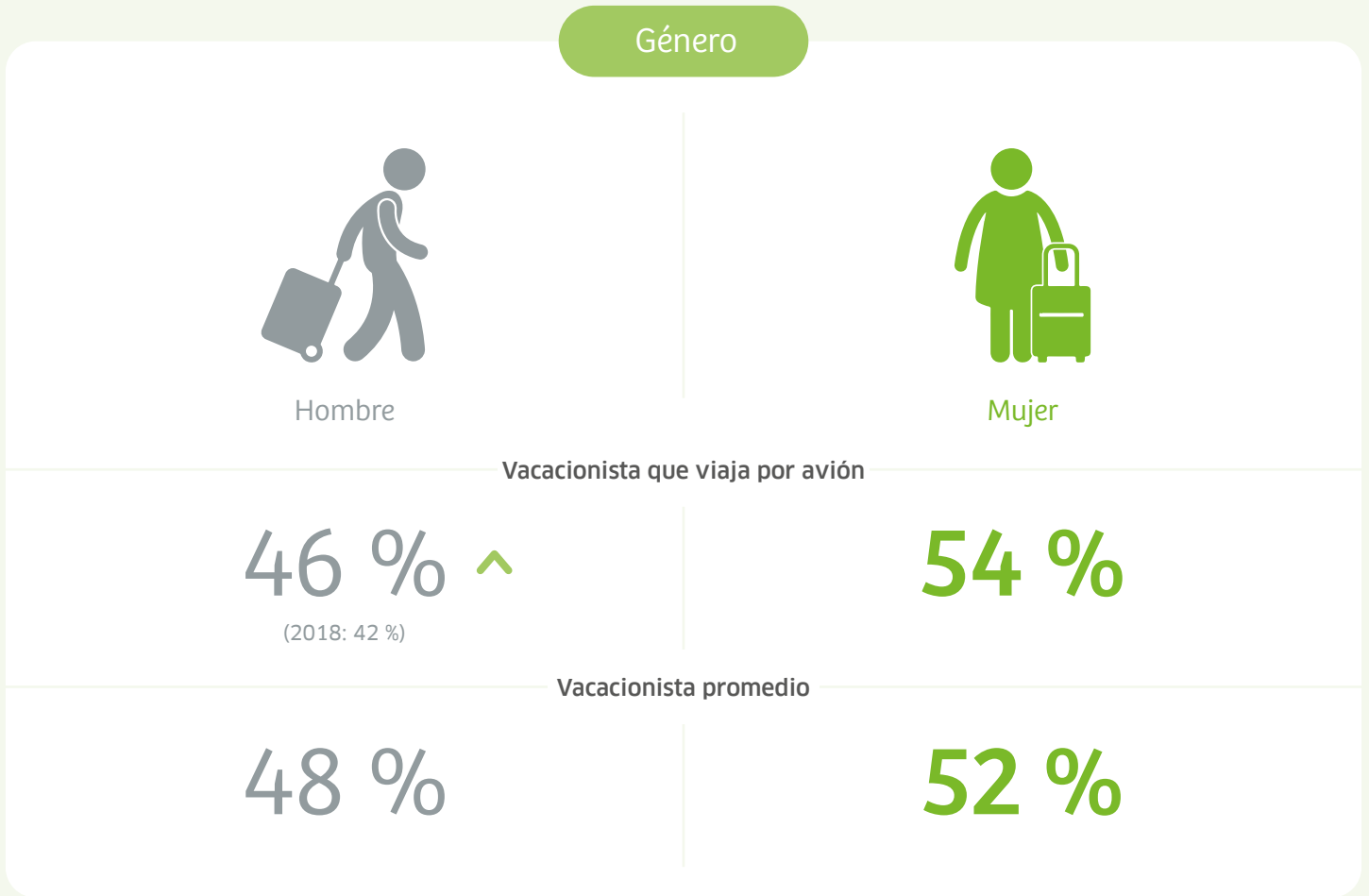
Vacacionistas que viajaron por avión

En el 2019, el 15 % de vacacionistas viajó por avión, lo que se traduce en 250 873 personas.



Principales características

Los vacacionistas que viajaron por avión fueron sobre todo del NSE A/B. Por género, las mujeres usaron más este medio.

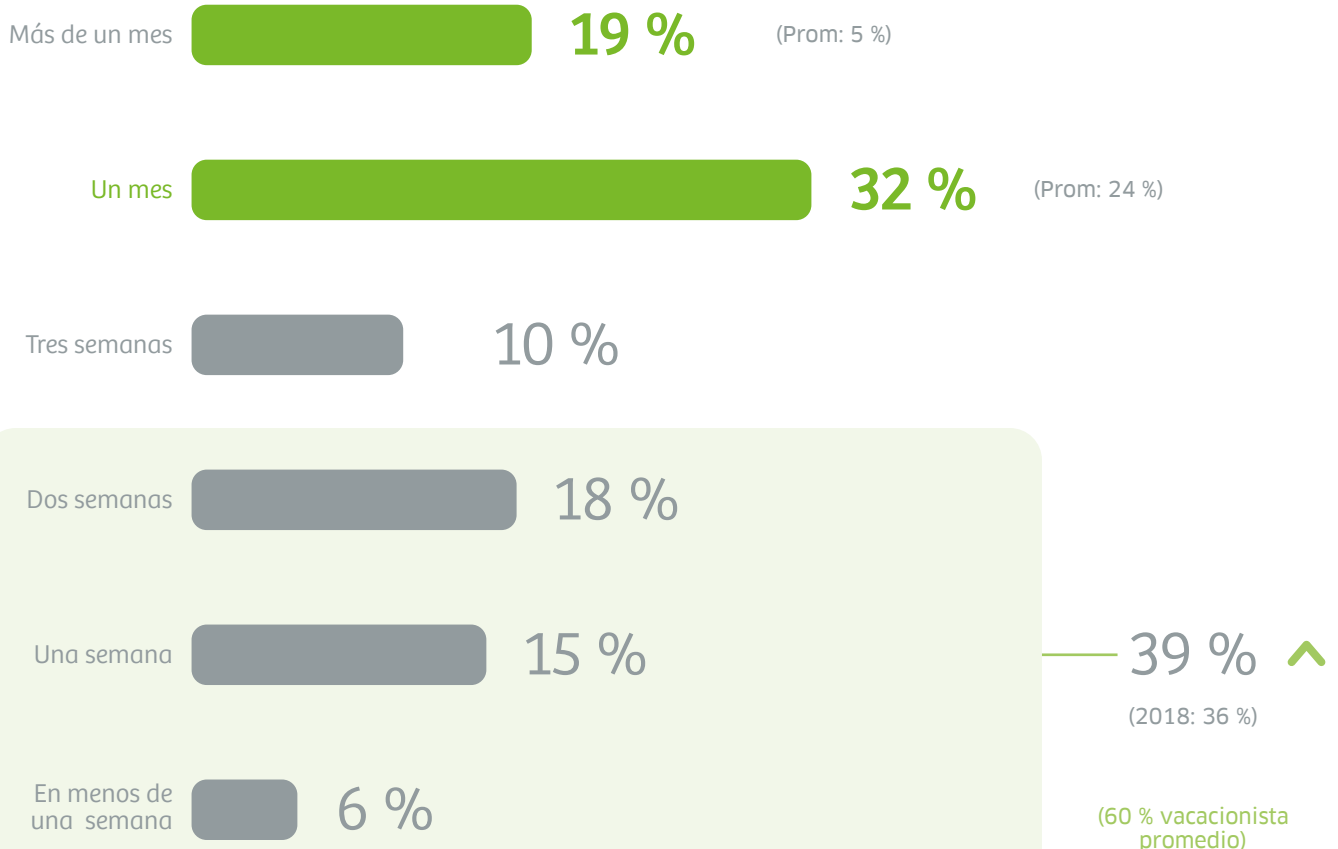


¿Planificaron su viaje?

La mayoría planificó su viaje con más anticipación que el vacacionista promedio.

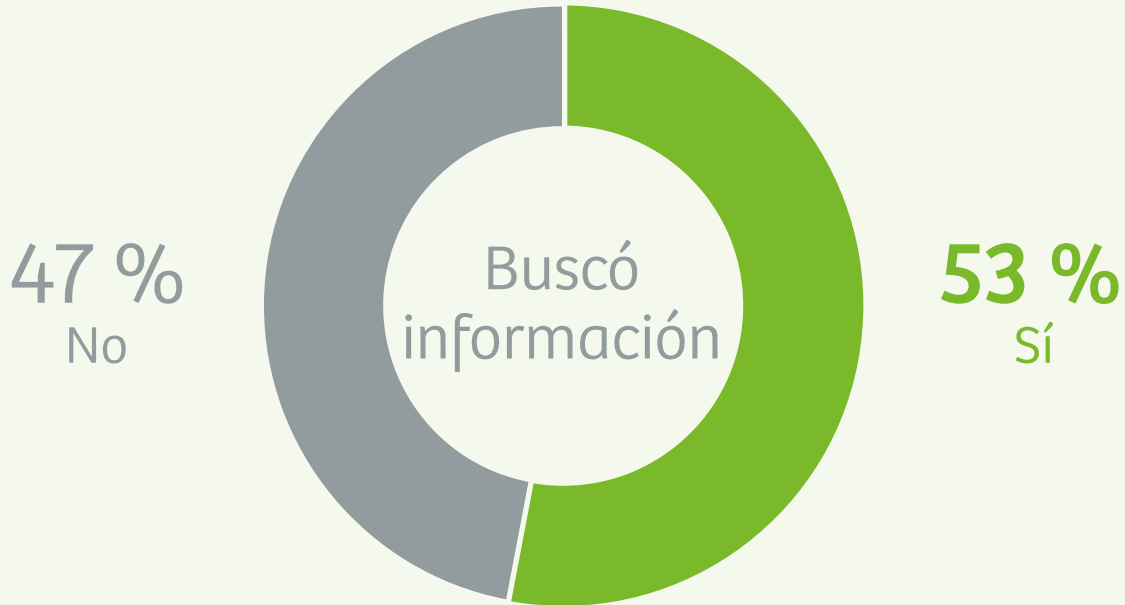


¿Con cuánta anticipación planificaron su viaje?



¿Buscaron información antes de viajar?

Y tú que planes fue la principal página web de búsqueda de información turística.



87 % lo hizo por páginas web



27 % usó la página para informarse

En general, el 12 % de los vacacionistas nacionales que viajaron por avión usó la página Y tú que planes; es decir, 30 960 personas de este segmento.

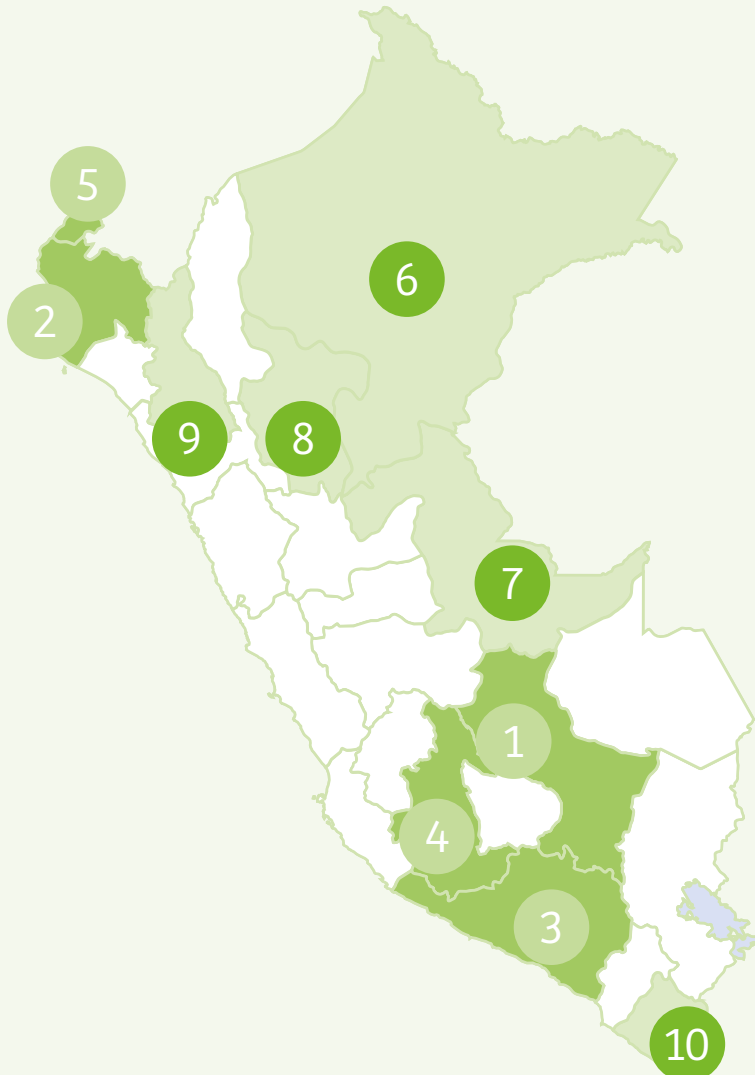
Y, ¿cuáles fueron los destinos visitados?

Cusco se mantiene como destino líder entre los vacacionistas que viajan por avión; sin embargo, cayó del 36 % (2018) al 28 % (2019). En tanto, se registró un incremento en las visitas a Ayacucho (del 3 % al 7 %) y Ucayali (del 3 % al 6 %).

Top 10 – Regiones visitadas

1	Cusco	28 % ▼	6	Loreto	6 %
2	Piura	13 %	7	Ucayali	6 % ▲
3	Arequipa	11 %	8	San Martín	5 %
4	Ayacucho	7 % ▲	9	Cajamarca	3 %
5	Tumbes	7 %	10	Tacna	3 %

Cabe mencionar que los vacacionistas nacionales suelen repetir el destino visitado; de este modo, el 45 % ya habría visitado la región de viaje en anteriores ocasiones.



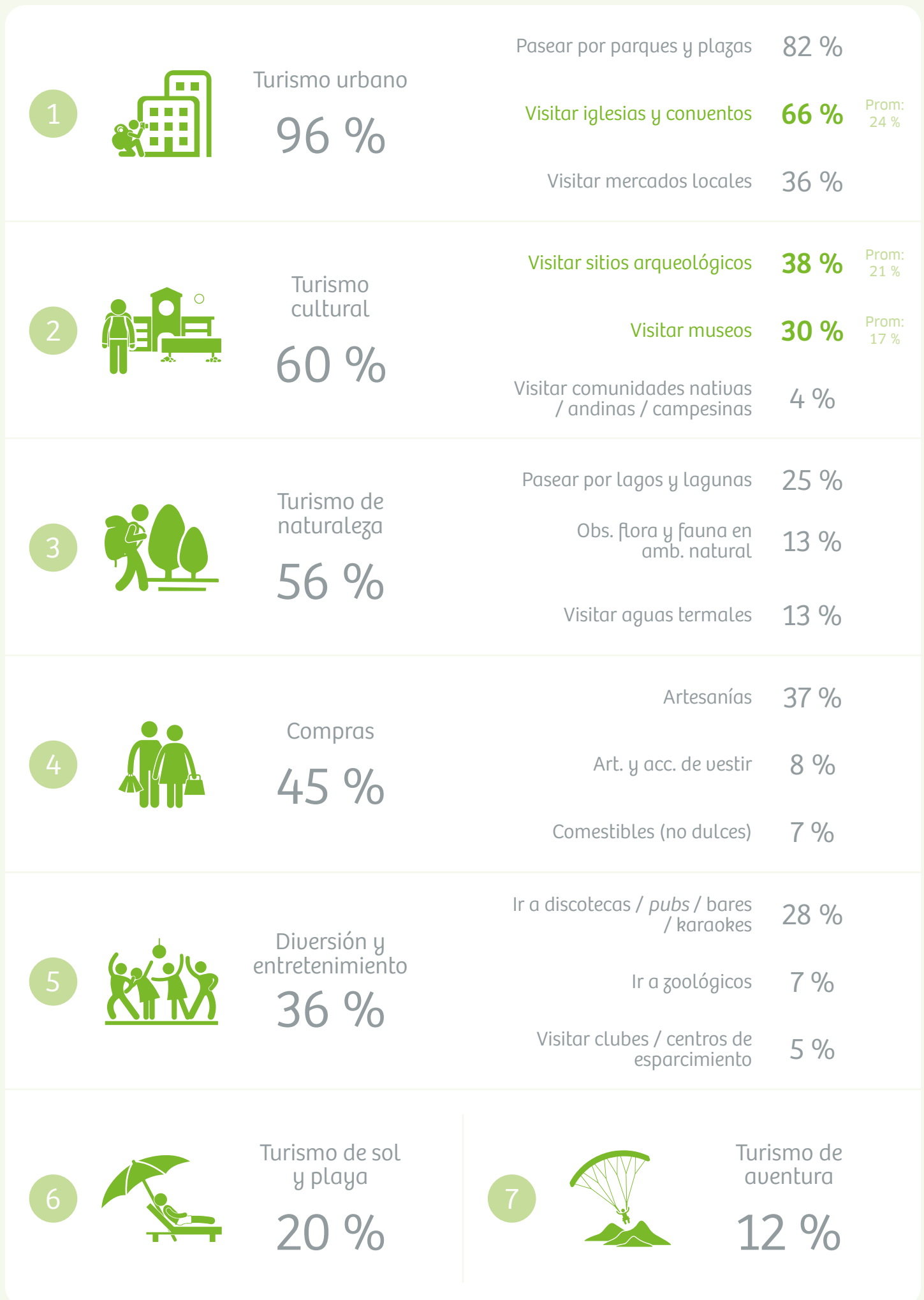
¿Qué actividades realizaron durante el viaje?

Las actividades urbanas son las preferidas. En comparación al vacacionista promedio, toman mayor importancia el turismo cultural y las compras y menos importancia a las actividades de diversión y entretenimiento.

		Vacacionista que viaja por avión	Vacacionista promedio	
1	Turismo urbano	96 %	88 %	Rank: 1
2	Turismo cultural	60 %	36 %	Rank: 2
3	Turismo de naturaleza	56 %	55 %	Rank: 3
4	Compras	45 %	33 %	Rank: 4
5	Diversión y entretenimiento	43 %	36 %	Rank: 5
6	Turismo de sol y playa	20 %	30 %	Rank: 6
7	Turismo de aventura	12 %	15 %	Rank: 7






¿Qué actividades en específico realizaron durante el viaje?

Este segmento marcó diferencias con el vacacionista promedio en actividades como visitas a iglesias, sitios arqueológicos, museos y compras de artesanías.



Conformación del grupo de viaje

Se aprecia una mayor preferencia por viajar con amigos o familiares (sin niños) respecto al vacacionista promedio.

	Vacacionista que viaja por avión	Vacacionista promedio
 <p>Amigos o familiares, sin niños</p>	<p>42 % ^</p> <p>Prom: 33 %</p>	<p>34 %</p>
 <p>En pareja</p>	<p>20 %</p>	<p>18 %</p>
 <p>Grupo familiar directo</p>	<p>20 % ^</p> <p>Prom: 15 %</p>	<p>25 %</p>
 <p>Solo</p>	<p>13 %</p>	<p>13 %</p>
 <p>Amigos o familiares, con niños</p>	<p>4 %</p>	<p>10 %</p>

¿Qué tipo de hospedaje usaron?

Ocho de cada diez personas se alojaron en hospedajes pagados. Destaca el incremento del uso de hoteles de 1 o 2 estrellas y se mantuvo el número de noches.

Tipo de alojamiento	
Hotel 4 o 5 estrellas	7 %
Hotel/hostal 3 estrellas	35 %
Hotel/hostal 1 o 2 estrellas	29 %  2018 15 %
Albergue/hostel	4 %  2018 8 %
Casa de familiares o amigos	16 %
Casa de hospedaje pagada / Búngalo / Club	7 %
Otros *	2 %

Gasto por persona en el viaje

S/ 1001

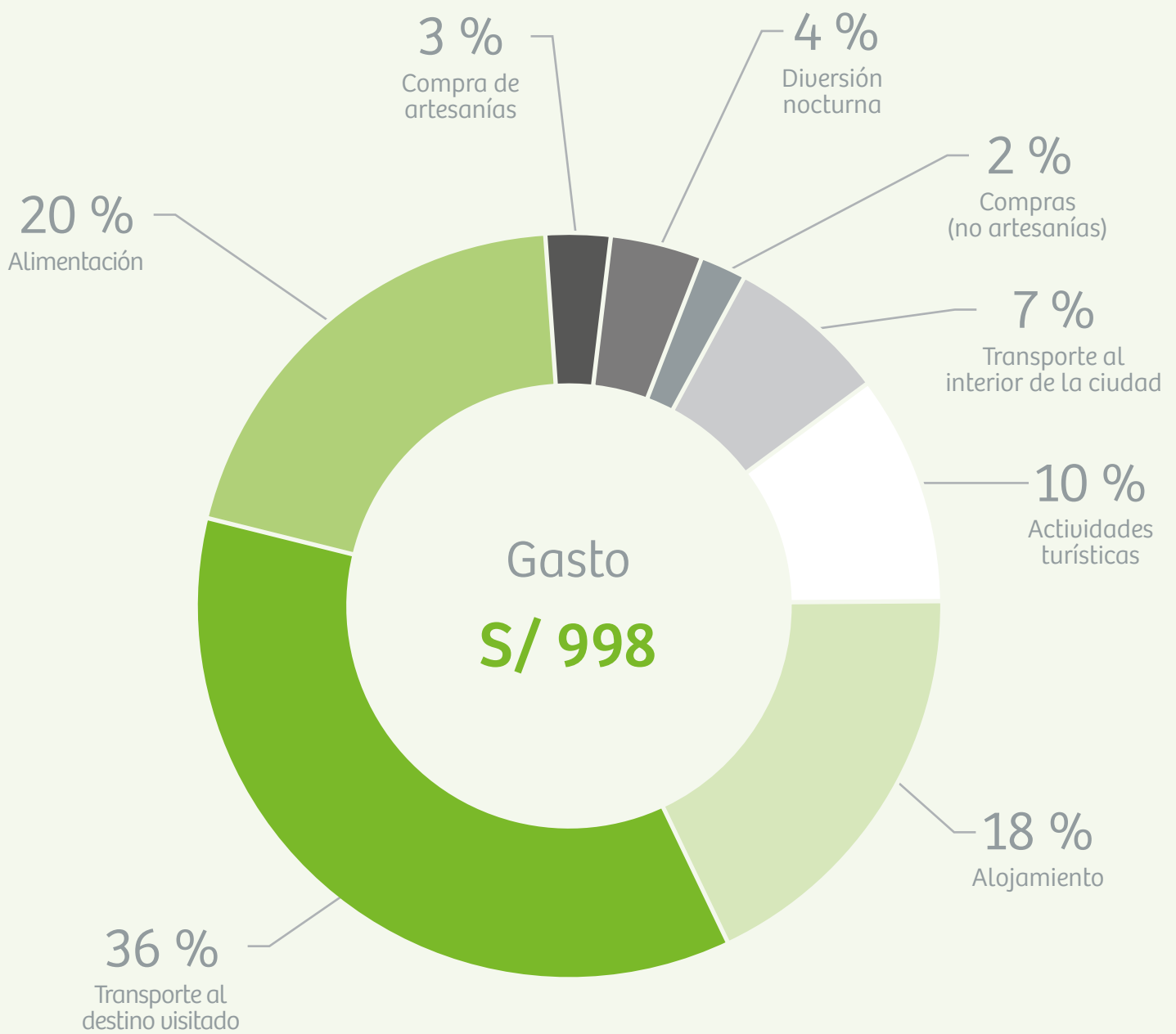
Número de noches

6 noches

* Incluye: carpas, campamento, casa propia

Distribución del gasto cuando no usaron paquete turístico

Los vacacionistas que no usaron paquete turístico destinaron la mayor parte de su presupuesto al transporte por avión al destino visitado, seguido por los gastos en alimentación y alojamiento.



El 72 %
pertenecía al
NSE A/B

Visitaron
principalmente
Cusco y Piura

El gasto promedio
fue más del doble
del vacacionista
promedio:
S/ 1001

Aumentó la
planificación del
viaje, del 91 % al
96 %

Se incrementó el uso de
hoteles de 1 o 2
estrellas,
del 24 % al 29 %

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

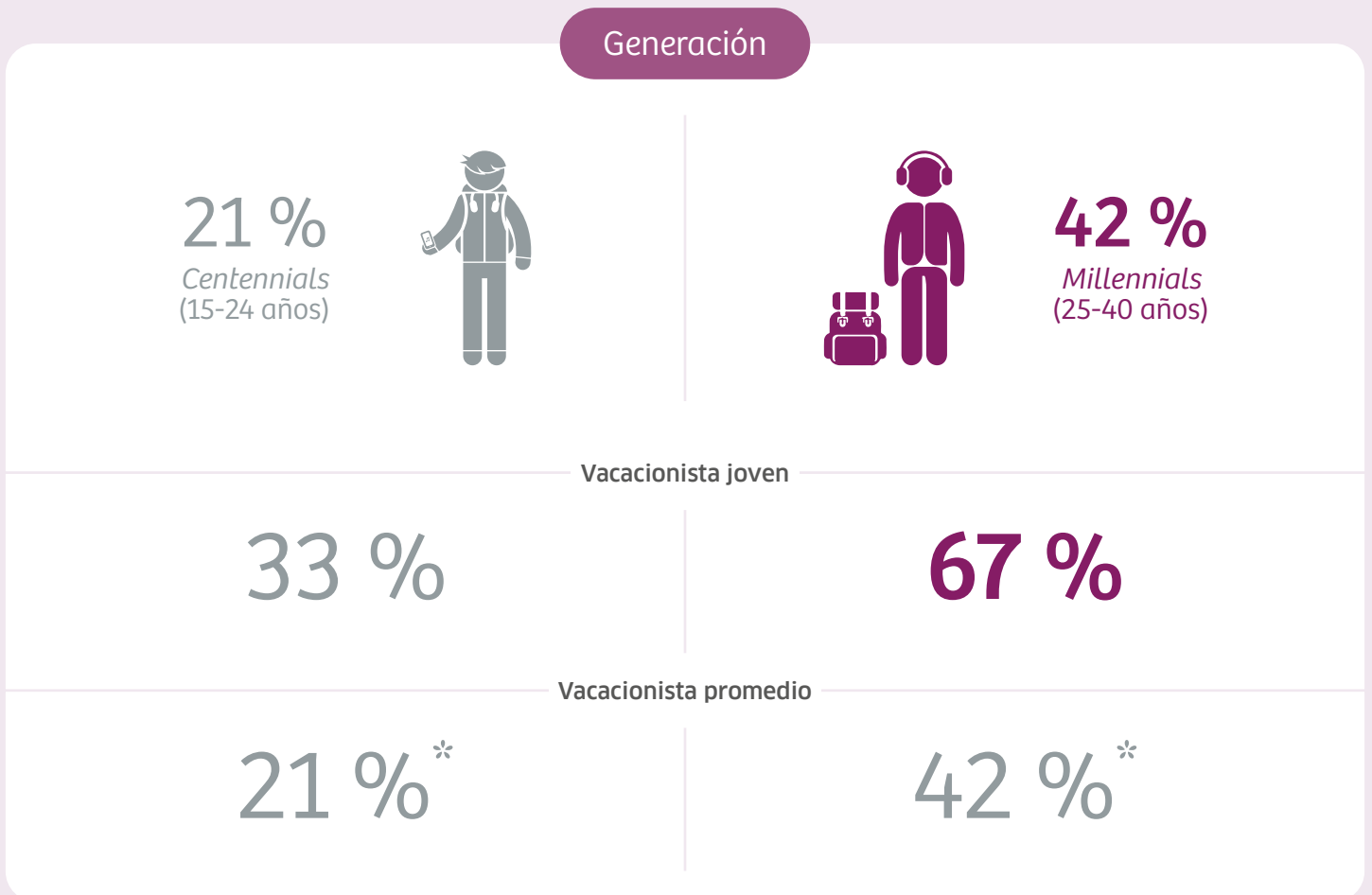
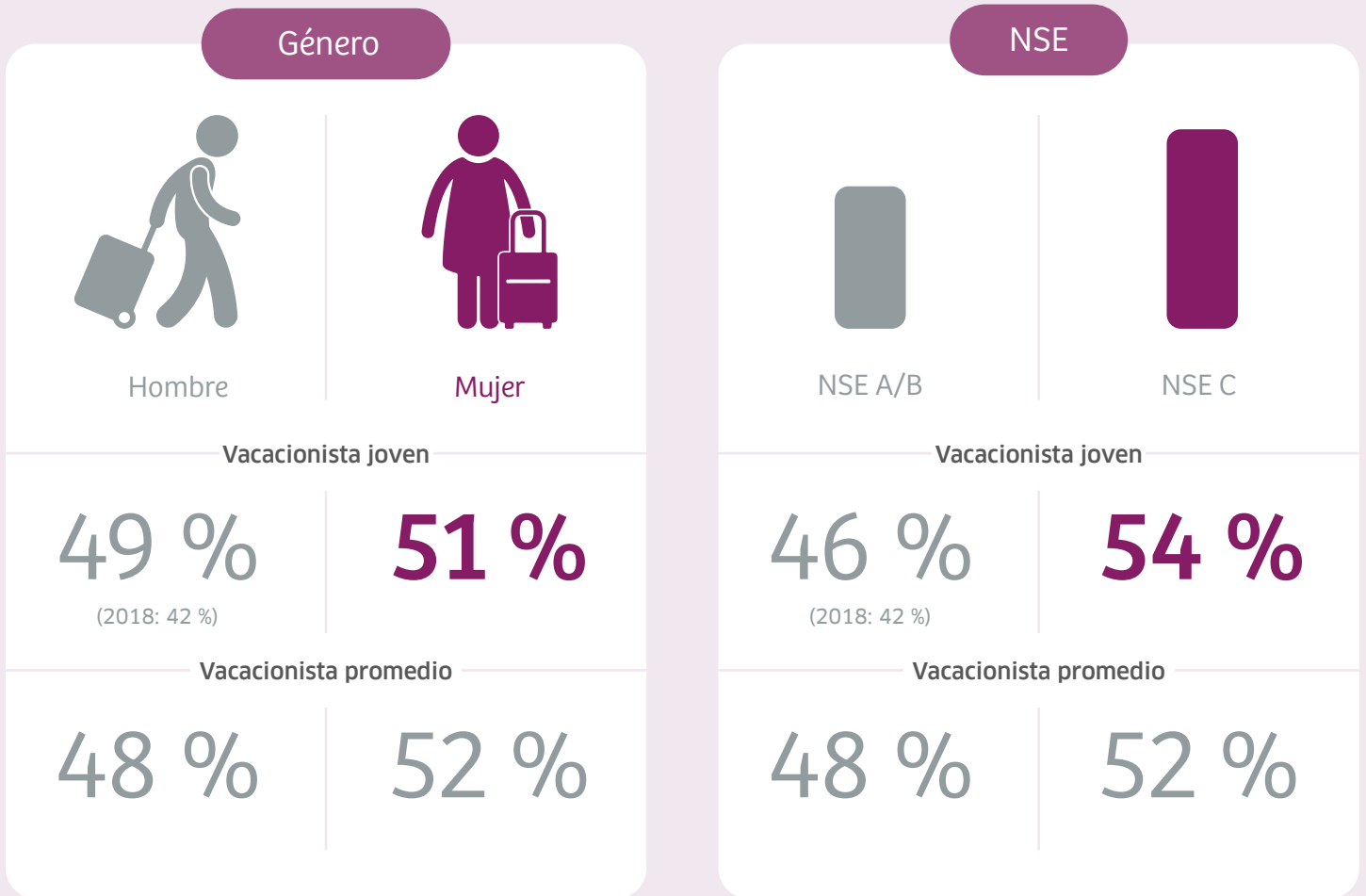
Jóvenes vacacionistas (*centennials* y *millennials*)

En el 2019, estas generaciones representaron el 63 % de la población vacacionista.



Principales características

En comparación con el vacacionista promedio, en este segmento hay una mayor proporción del NSE C.



*Porcentaje respecto a la muestra total del vacacionista

¿Planificaron su viaje?

La mayoría planificó su viaje con más anticipación que el vacacionista promedio.



¿Con cuánta anticipación planificaron su viaje?

Más de un mes **5 %**

Un mes **26 %**

(24 % vacacionista promedio)

Tres semanas **12 %**

Dos semanas **20 %**

Una semana **22 %**

57 %

En menos de una semana **15 %**

(60 % vacacionista promedio)

¿Buscaron información antes de viajar?

Y tú que planes fue la principal página web de búsqueda de información turística. El uso de esta página representa al 5 % de la población vacacionista estudiada; es decir, 48 611 personas.



76 % lo hizo por páginas web



1 de cada 5 usó la página para informarse

Y, ¿cuáles fueron los destinos visitados?

Al igual que con el vacacionista promedio, Lima fue la región más visitada, seguida de Ica. El top 10 es el mismo, salvo Lambayeque que entró en el ranking reemplazando a Ayacucho.

Top 10 – Regiones visitadas

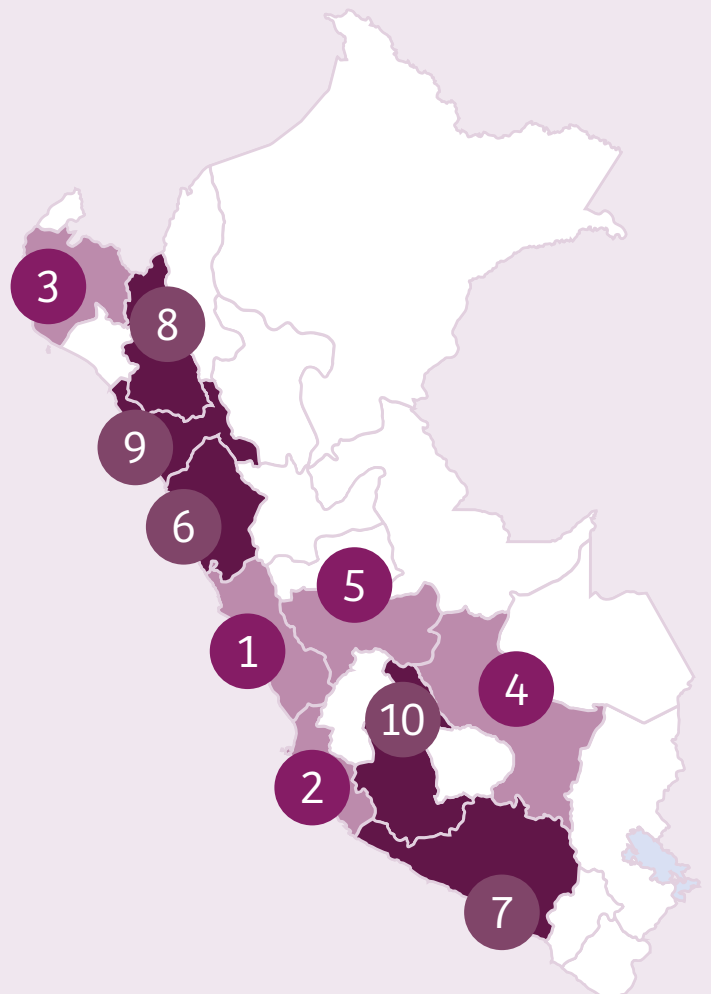
1	Lima Región (2018: 27 %)	31 %	6	Áncash	5 %
2	Ica	12 %	7	Arequipa	4 %
3	Piura	7 %	8	Cajamarca	4 %
4	Cusco	6 %	9	La Libertad	4 %
5	Junín	6 %	10	Lambayeque	4 %

Principales provincias visitadas en Ica

Ica	68 %
Pisco	24 %

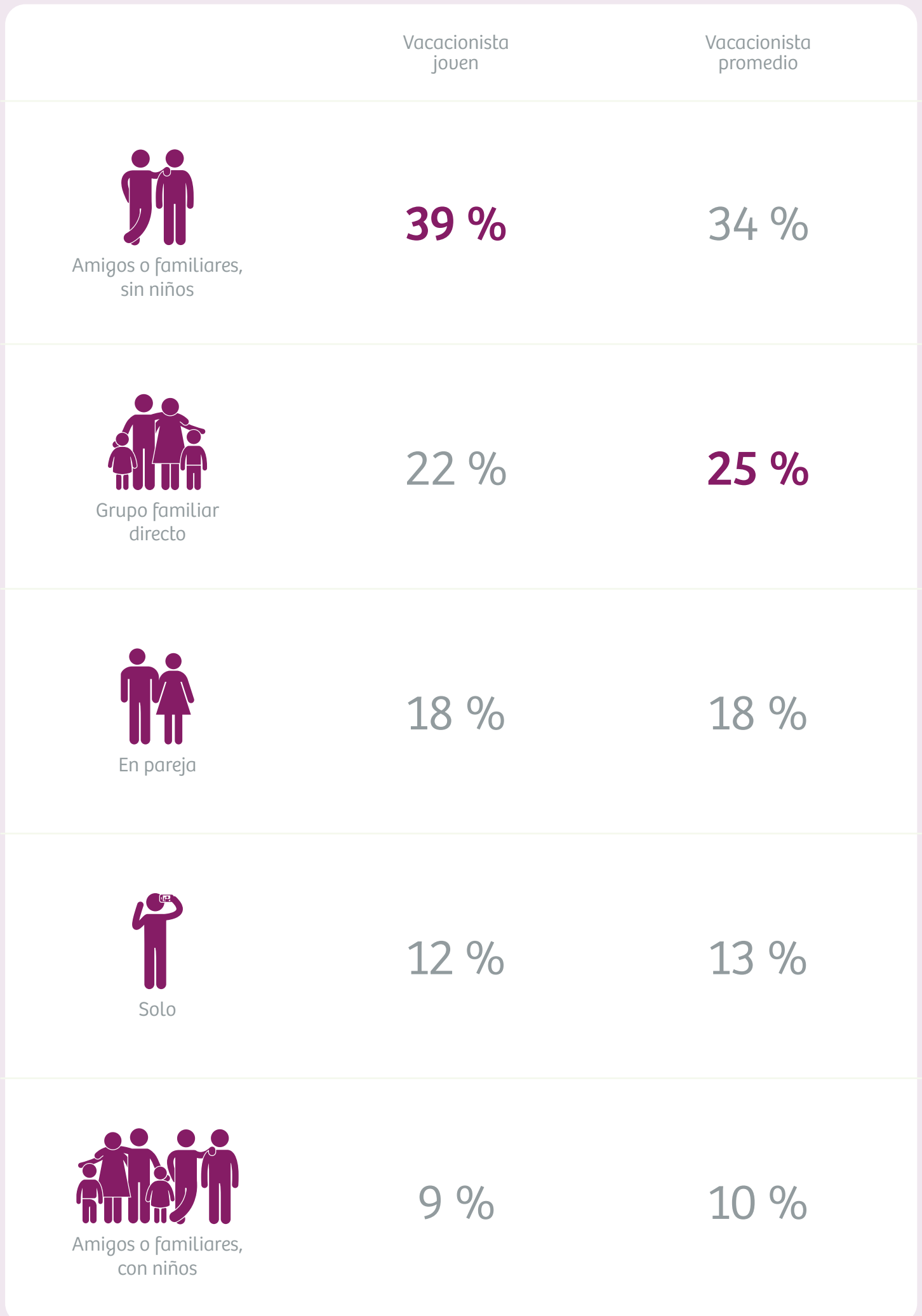
Principales provincias visitadas de Lima

Lima Metropolitana	32 %
Cañete	19 %



Conformación del grupo de viaje

Los jóvenes prefirieron viajar en mayor porcentaje con amigos o familiares (sin niños) y algo menos con su grupo familiar directo, en comparación con el vacacionista promedio.



¿Cuánto gastaron en el viaje?

El gasto por persona fue mayor que el del vacacionista promedio, determinado por los viajes fuera de la región y por quienes viajaron sin paquete turístico. Asimismo, este gasto fue mayor en los *millennials*.

Gasto por persona en el viaje

S/ 486

(Vac. promedio S/476)

Centennials

S/ 456

Millennials

S/ 501

Fuera de la región

S/ 619

(Vac. promedio S/ 594)

Dentro de la región

S/ 227

(Vac. promedio S/ 227)

Sin paquete turístico

S/ 477

(Vac. promedio S/ 464)

Con paquete turístico

S/ 741

(Vac. promedio S/ 772)

¿Qué tipo de hospedaje usaron?

Ocho de cada diez vacacionistas jóvenes se alojaron en hospedajes pagados. Destaca el uso de hoteles de 1 o 2 estrellas y aumenta el número de noches con respecto al vacacionista promedio.

Tipo de alojamiento		
	Vacacionista joven	Vacacionista promedio
Hotel 4 o 5 estrellas	2 %	2 %
Hotel/hostal 3 estrellas	14 %	17 %
Hotel/hostal 1 o 2 estrellas	24 %	24 %
Albergue/hostel	19 %	18 %
Casa de familiares o amigos	24 %	24 %
Casa de hospedaje pagada / Búngalo / Club	11 %	10 %
Otros *	6 %	5 %

Número de noches






5 noches

(Vac. promedio: 4 noches)

* Incluye: carpas, campamento, casa propia

¿Qué transporte utilizaron?

El bus fue el principal medio de transporte. Las preferencias son similares al vacacionista promedio; sin embargo, existe mayor uso de movilidad particular.

		Tipo de transporte	
		Vacacionista joven	Vacacionista promedio
	Bus	59 %	60 %
	Movilidad particular	13 %	15 %
	Avión	15 %	13 %
	Auto propio	10 %	10 %
	Otros	2 %	2 %

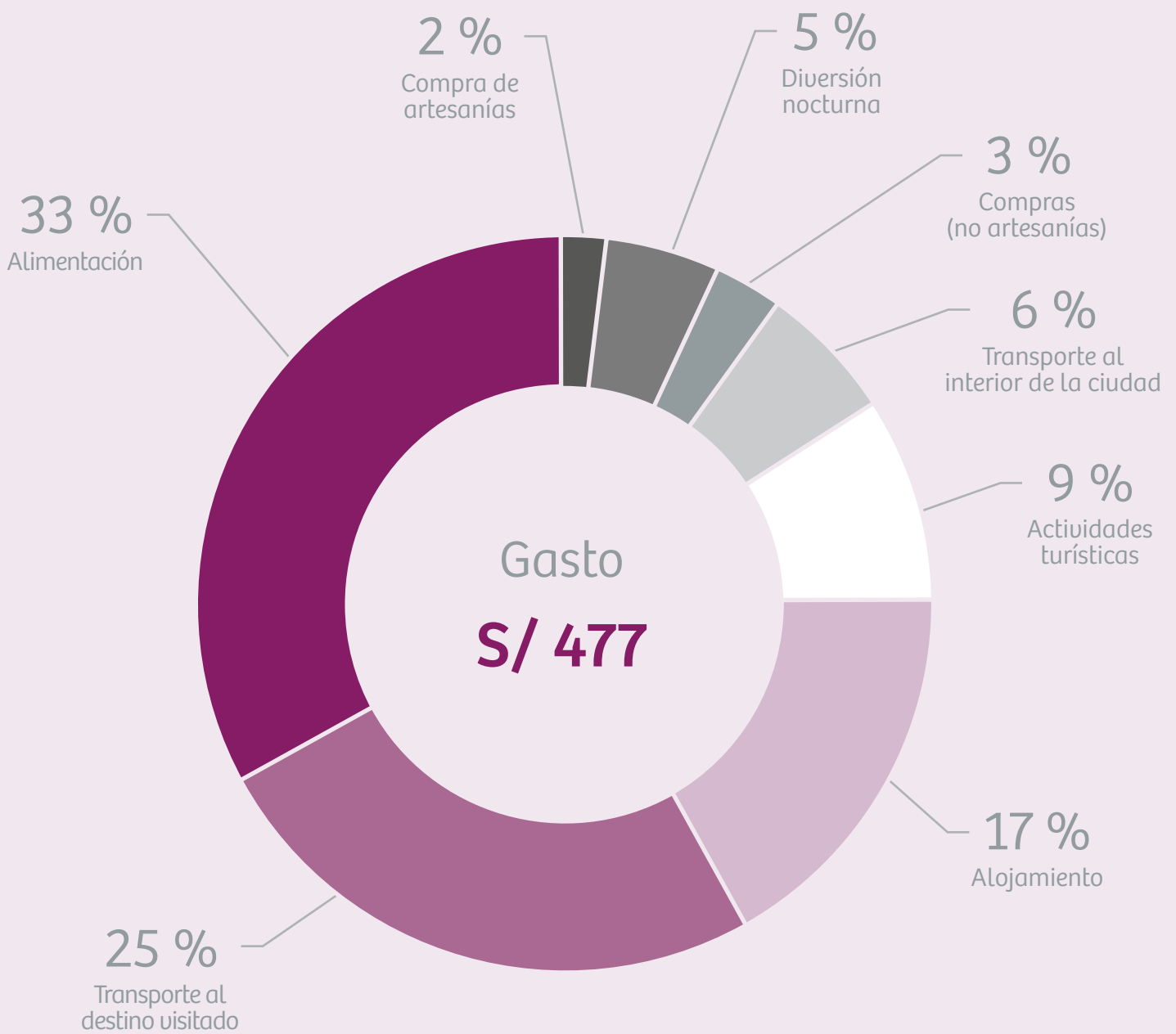
¿Qué actividades realizaron durante el viaje?

No se aprecian diferencias significativas en las actividades con respecto al vacacionista promedio, salvo una mayor preferencia por las actividades de diversión y entretenimiento.

		Vacacionista joven	Vacacionista promedio	
1	Turismo urbano	87 %	88 %	Rank: 1
2	Turismo de naturaleza	54 %	55 %	Rank: 2
3	Diversión y entretenimiento	39 %	36 %	Rank: 3
4	Turismo cultural	35 %	36 %	Rank: 4
5	Compras	33 %	33 %	Rank: 5
6	Turismo de sol y playa	32 %	30 %	Rank: 6
7	Turismo de aventura	14 %	15 %	Rank: 7

Distribución del gasto cuando no usaron paquete turístico

Al igual que el vacacionista promedio, aquellos que no usaron paquete turístico destinaron la mayor parte de su presupuesto a la alimentación y el transporte al destino visitado, seguido del alojamiento.



El 54 %
pertenece al

NSE C

Visitaron
principalmente

Lima y Ica

7 de cada 10

se alojaron en
hospedajes pagados

Pernoctaron
5 noches

un día más que
el vacacionista
promedio

El gasto promedio fue
de **S/ 486**, siendo el
del *millennial* de

S/ 501

Glosario

Agencia de viajes o de turismo: empresa que se dedica a la organización de viajes y la venta de servicios turísticos, ya sea en forma individual o en paquete. Por lo general, tiene carácter de intermediario entre el prestador de servicios turísticos y el usuario.

Atractivo turístico: es todo lugar, objeto, elemento o acontecimiento de interés turístico, como monumentos, paisajes, gastronomía, y actividades culturales, deportivas o recreativas.

Destino turístico: Lugar visitado durante el viaje.

Gasto del turista: egresos por los consumos realizados por un turista durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Se excluyen de este cálculo ciertos desembolsos como compras para fines comerciales, inversiones de capital (terrenos, casas, fincas y bienes como automóviles, remolques y barcos), donaciones a instituciones, y efectivo entregado a familiares o amigos durante el viaje de vacaciones, siempre que no represente el pago por bienes turísticos.

Generación: grupo de personas influenciado por el contexto en el que crece en cuanto a aspectos culturales, sociales, políticos, económicos, tecnológicos, entre otros.

- **Centennials:** nacidos entre 1995 y 2016. Actualmente, tienen entre 3 y 24 años.
- **Millennials:** nacidos entre 1979 y 1994. Actualmente, tienen entre 25 y 40 años.
- **Generación X:** nacidos entre 1965 y 1978. Actualmente, tienen entre 41 y 54 años.
- **Baby boomers:** nacidos entre 1946 y 1964. Actualmente, tienen entre 55 y 73 años.
- **Generación silenciosa:** nacidos entre 1925 y 1945. Actualmente, tienen entre 74 y 94 años.

Grupo de viaje: visitantes que se desplazan juntos durante parte o la totalidad del viaje.

Instrucción básica: instrucción escolar, que comprende la primaria y la secundaria.

Mercado emisor: área geográfica en la que residen los turistas y desde donde parten hacia el destino turístico elegido.

Motivo de viaje: A continuación, se detallan los más frecuentes:

- **Vacaciones, recreación u ocio:** Son viajes programados por motivos de descanso o diversión y costeados con fondos familiares. Quien decide hacer el viaje es el propio visitante, quizás con los demás miembros del hogar. En algunos casos, se visita a parientes y amigos, aunque esta no es la razón principal del traslado.
- **Visitas a familiares y amigos:** son 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 del viaje y su financiamiento corresponden a alguien diferente al viajero mismo, como su empresa
- **Salud:** son 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.

País de residencia: es el país donde ha vivido una persona durante el último año.

País emisor: es el país desde el cual se generan los viajes de los residentes hacia el país receptor.

Paquete turístico: conjunto de servicios entre los que se incluyen 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.

Posgrado: estudios universitarios de especialización posteriores a la graduación o licenciatura. Incluye maestrías, doctorados y similares.

Servicio turístico: 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 incluye 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 periodo 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 incluye al menos dos de los siguientes tres elementos: actividad física, entorno natural e inmersión cultural.

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

Turista: persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y permanece allí por un periodo mínimo de una noche y un máximo de 12 meses consecutivos. Su principal motivo de viaje no se relaciona con el desarrollo de actividades remuneradas o con residir en el lugar de destino.

Vacacionista: turista que viaja por motivos de recreación u ocio, y que proyecta y planea personalmente el viaje. En ocasiones, visita a parientes y amigos, aunque este no es el motivo principal del traslado.

Visitante: persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, por un tiempo menor a 12 meses consecutivos y por motivos que no suponen efectuar una actividad remunerada o residir allí. Los visitantes se clasifican como turistas o excursionistas (aquellos que no pernoctan en el lugar visitado).

Ficha metodológica

Universo



Hombres y mujeres de nacionalidad y residencia peruana, de 18 a 64 años, pertenecientes a los NSE A, B y C que hayan realizado al menos un viaje al interior del país por vacaciones en el 2019.

Metodología



Encuestas personales en hogares en las seis principales ciudades emisoras de Perú: Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y Piura.

Período de análisis: enero-diciembre del 2019.

Muestra



Se realizaron un total de 3266 encuestas, distribuidas para cada ciudad de la siguiente manera:

Lima:	959 encuestas	Chiclayo:	453 encuestas
Arequipa:	464 encuestas	Huancayo:	461 encuestas
Trujillo:	465 encuestas	Piura:	464 encuestas

Trabajo de campo



Primera medición:	julio 2019
Segunda medición:	octubre 2019
Tercera medición:	enero 2020

¿A quiénes investigamos?

(1) Población investigada: 5 412 114

Peruanos de 18 a 64 años, pertenecientes a los NSE A, B y C que residan en Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo o Piura.

Población
investigada

31 %
Vacacionista
nacional

(2) Vacacionistas: 1 662 939

Realizó al menos un viaje por recreación u ocio al interior del país donde permaneció por lo menos una noche.



www.turismo.in.pe

