

TURISMO EN CIFRAS

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2019



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 de 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 permitan desarrollar estrategias comerciales de atracción y fidelización, así como identificar nuevos segmentos de mercado, con el objetivo de satisfacer las necesidades turísticas de los vacacionistas nacionales.
- En la presente 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.







MERCADO NACIONAL DE VIAJES

EL TURISMO INTERNO

El mercado nacional de viajes

En el año 2019, los viajes por turismo interno representaron el **92 %** del total viajes en el Perú.



Fuente: Mincetur





PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

Algunas definiciones







Ficha técnica



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 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 de 2019.



MUESTRA

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

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



TRABAJO DE CAMPO

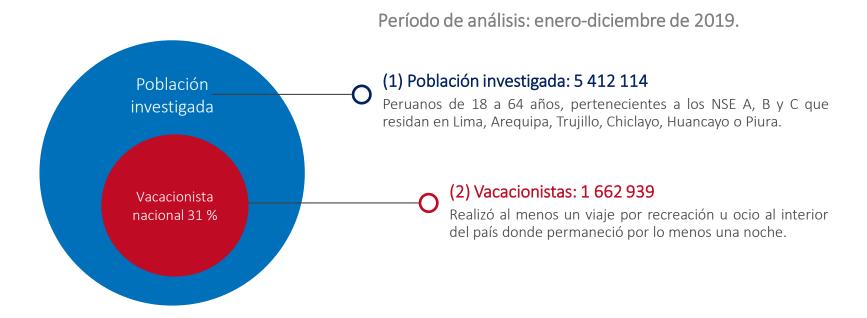
• Primera medición: julio 2019.

• Segunda medición: octubre 2019.

• Tercera medición: enero 2020.



¿A quiénes investigamos?



Fuentes: (1) INEI (Proyecciones), y (2) Perfil del vacacionista nacional





Turismo interno

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



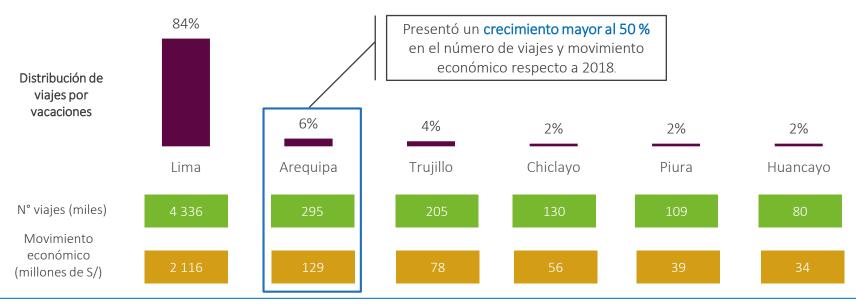
Fuente: Promperú





Viajes por ciudad emisora

- ✓ La mayoría de los traslados por vacaciones se hicieron desde Lima.
- ✓ Cabe mencionar, que la capital representó el 86 % del movimiento económico generado por turismo interno.







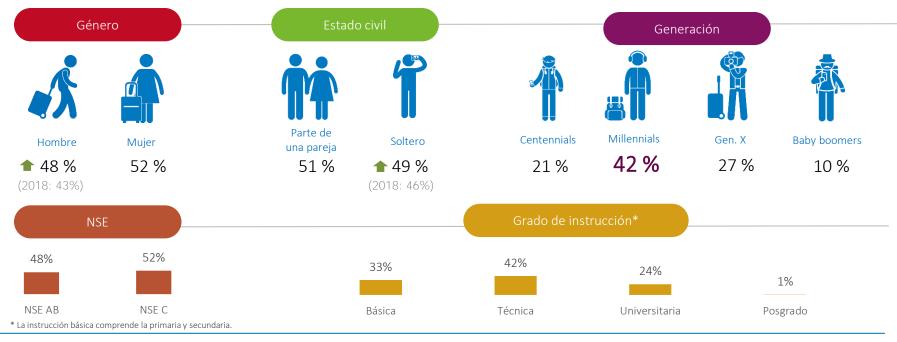


PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

Principales hallazgos

¿Qué características tenían 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.

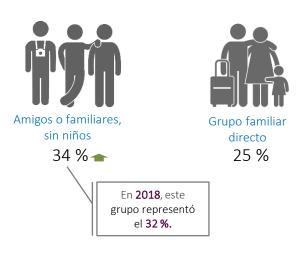


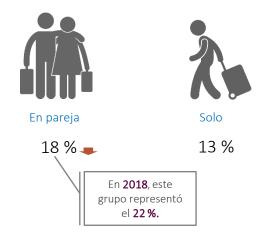




Y, ¿cómo viajaron?

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









¿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 % 👚

¿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.





[✓] Precios económicos pasó de 21 % (2018) a 27 % (2019).

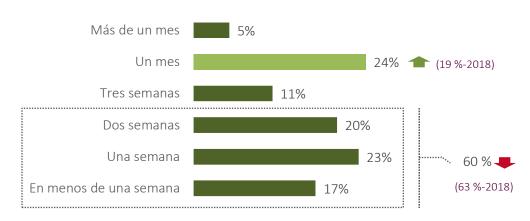
[✓] De igual forma, que tenga clima cálido presentó un crecimiento, de 21% (2018) al 25 % (2019)

¿Planificaron su viaje?

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



Y, ¿con cuánta anticipación lo hicieron?







¿Buscaron información antes de viajar?

- ✓ "Y tú que planes" fue la página web de búsqueda de información turística más mencionada.
- ✓ Fue usada por el 4 % de la población vacacionista estudiada, lo que representa a 72 978 personas.







¿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**.



Lima Región	(2018: 27 %)	55 / 5	6 Áncash	5 %
lca		13 %——	7 Arequipa	5 %
Piura			8 La Libertad	4 %
Cusco		0 /0	9 Cajamarca	4 %
Junín		0 70	Lambayeque	4 %
			Principales provincias	visitadas en I
		as visitadas en Ica	Lima Metropolitar	
	lca	64 %	Cañete	2





¿Visitaron destinos dentro o fuera de su región?

El **68 %** de los vacacionistas viajó **fuera de su región de residencia**. Salvo Piura, los residentes de las demás regiones viajaron principalmente fuera.













	Lima	Arequipa	Chiclayo	Trujillo	Piura	Huancayo
Fuera de la región	67 %	63 %	94 %	77 %	48 % 📤 (42 % - 2018)	69 %
Dentro de la región	33 %	37 %	6 %	23 %	52 %	31 %

Los **piuranos** fueron quienes más viajaron a destinos **dentro** de su región. Por su parte, los **chiclayanos** ocupan el primer lugar en viajes **fuera** de la propia región.





Principales destinos visitados

¿Qué destinos visitaron fuera de su región?

Ciudad de residencia













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





Principales destinos visitados

¿Qué destinos visitaron dentro de su región?

Ciudad de residencia













	Lima	Arequipa	Chiclayo *	Trujillo	Piura	Huancayo
Dentro 1	Lima (25 %)	Camaná (36 %)	Lambayeque (42 %)	S. Carrión (23 %)	Talara (29 %)	Chanchamayo (57 %)
de la región	Cañete (23 %)	Islay (35 %)	Chiclayo (32 %)	Otuzco (16 %)	Paita (23 %)	Satipo (21 %)
(provincias) 3	Huaral (13 %)	Caylloma (20 %)	Ferreñafe (26 %)	Pacasmayo (14 %)	Ayabaca (12 %)	Tarma (12 %)

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





¿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			N.° noches
	Hotel 4 o 5 estrellas	2 %		Δ
Alojamiento pagado	Hotel/hostal 3 estrellas	17 %	2018	
	Hotel/hostal 1 o 2 estrellas	24 % 🛖 –	22 %	
	Albergue/hostel	18 %		HOTEL
	Casa de familiares o amigos	24 % 🚚 -	 28 %	
	Casa de hospedaje pagada / Búngalo /Club	10 %		
	Otros *	5 %		

^{*} Incluye: carpas, campamento, casa propia





¿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 d	le transporte					Uso de avión	
Bus	(2018: 64%)	60 %	•	Total	15%	16%	12%
Avión	(2018: 16%)	15 %		->			
Movilidad particular	(2018: 9%)	13 %			2019	2018	2017
Auto propio	(2018: 8%)	10 %					
Otros		2 %		NSE A/B	23%	21%	17%
					2019	2018	2017





¿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.



Turismo urbano (83 % en 2018)

Pasear por parques y plazas	79 %
Visitar iglesias y conventos	47 %
Visitar mercados locales	31%



andinas/campesinas





Turismo de

Pasear por lagos y lagunas	27 %
Visitar aguas termales	12 %
	7 %





Compras (38 % en 2018)

Artesanías	21%
Comestibles (no dulces)	8 %
Dulces típicos	6 %



Diversión v entretenimiento

(28 % en 2018)

Ir a discotecas / pubs / bares / karaokes	20 %
Ir a restaurant campestre / recreos / restaurant.	6 %
Visitar club /centros de	 5 %
esparcimiento	J /0









Turismo de aventura

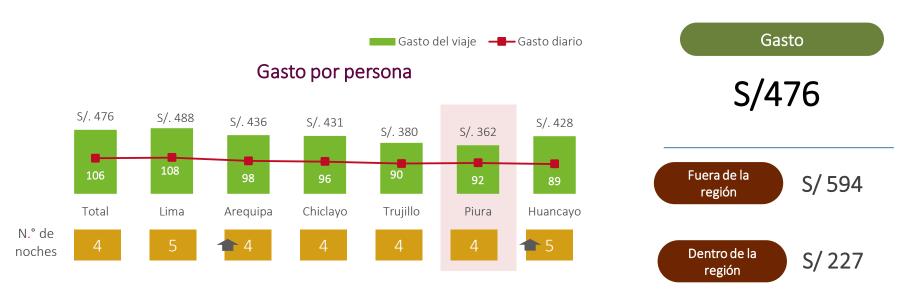
15 %





¿Cuánto gastó cada vacacionista?

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

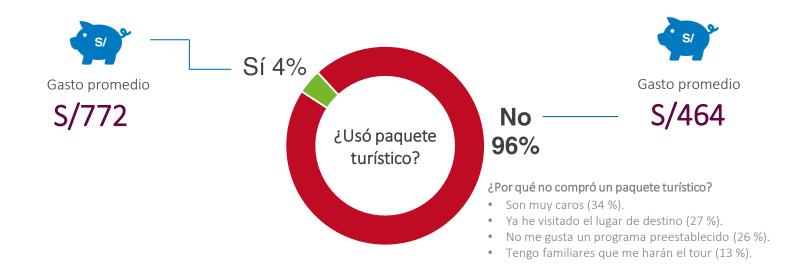






¿Usaron paquete turístico?

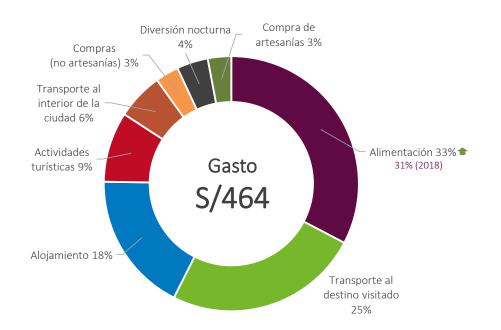
La mayoría organizó su viaje adquiriendo los servicios por separado. El **uso de paquete turístico se redujo** en el último año del 6 % al 4 %.







No usaron paquete turístico - Distribución del Gasto



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)









2019

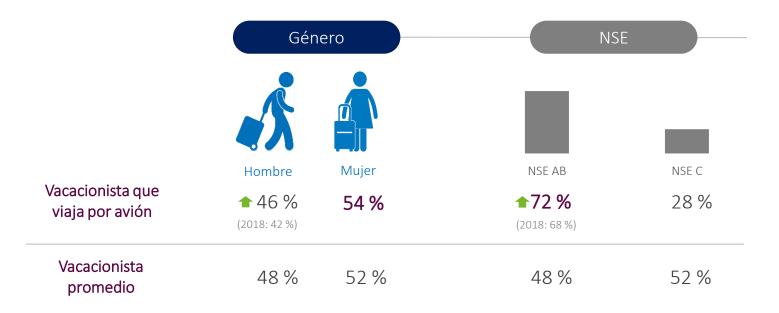
PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

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

Fueron sobre todo del NSE A/B. Por género, las mujeres usaron más este medio.





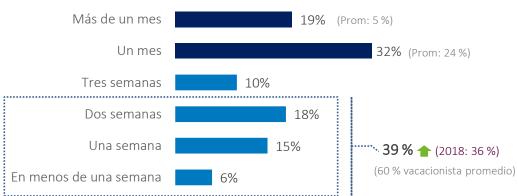


¿Planificaron su viaje?

La mayoría planificó su viaje con una anticipación mayor 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.



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?



Top 10 – Regiones visitadas

1	Cusco	28 % 🜉
2	Piura	13 %
3	Arequipa	11 %
4	Ayacucho	7 % 🛖
5	Tumbes	7 %

6	Loreto	6 %
7	Ucayali	6 % 👚
8	San Martín	5 %
9	Cajamarca	3 %
10	Tacna	3 %

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





Conformación del grupo de viaje

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

	Ar	migos o familiares, sin niños	En pareja	Grupo familiar directo	Solo	Amigos o familiares, con niños
Vacacionista que viaja por avión	2018:	—42 % ★	20 %	^{2018:} 15 %	14 %	4 %
Vacacionista promedio		34 %	18 %	25 %	13 %	10 %





¿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			Gasto por persona en el viaje	
	Hotel 4 o 5 estrellas	7 %		C /4 004	
00	Hotel/hostal 3 estrellas	35 %	2018	S/1 001	
pagado	Hotel/hostal 1 o 2 estrellas	29 % 👚	 24 %		
	Albergue/ hostel	4 % 🖊	 8%		
Ī	Casa de familiares o amigos	16 %		Número de noches	
	Casa de hospedaje pagada / búngalo	7 %		6 noches	
	Otros*	2 %			

^{*} Incluye: carpas, campamento, casa propia





¿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 las actividades de **diversión y entretenimiento**.

Rank	Viajaron por avión	Vacacionista promedio
1 Turismo urbano	96 %	88 % Rank:1
Turismo cultural	60 %	36 % Rank: 4
Turismo de naturaleza	56 %	55 % Rank:2
4 Compras	45 %	33 % Rank: 5

Rank	Viajaron por avión	Vacacionista promedio
Diversión y entretenimiento	43 %	36 % Rank: 3
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.



Turismo urbano

Pasear por parques y plazas	82 %	Prom ·
Visitar iglesias y conventos	66 % —	47 %
Visitar mercados locales	36 %	•





Compras 45 %

		Prom.:
Artesanías	37 % —	21 %
Art y acc. de vestir.	8 %	
Comestibles (no dulces)	7 %	





Turismo

Visitar sitios arqueológicos	38% —	Prom.: 21 %
Visitar museos	30 %	17 %
Visitar comunidades nativas/		



Ir a discotecas / pubs / bares / karaokes	28 %
Ir a zoológicos	7 %
Visitar club /centros de esparcimiento	5 %





Pasear por lagos y lagunas	25 %
Obs flora y fauna en amb. natural	13 %
Visitar aguas termales	13 %





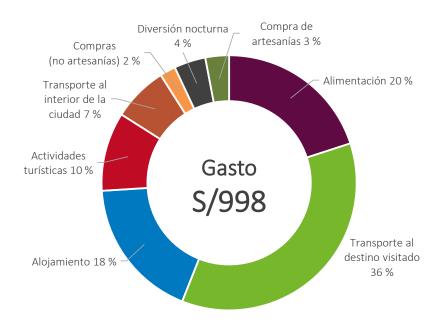


Turismo de aventura 12 %





No usaron paquete turístico - Distribución del Gasto



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.









PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

Jóvenes Vacacionistas (centennials y millennials)

En el 2019, los jóvenes (*centennials* o *millennials*) representaron el 63 % de la población vacacionista.

Principales características

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

	Género		NS	SE	Generación	
	Hombre	Mujer	NSE AB	NSE C	Centennials	Millennials
Vacacionista joven	49 %	51 %	46 %	54 %	33 %	67 %
Vacacionista promedio	48 %	52 %	48 %	52 %	21 %*	42 %*

^{*}Porcentaje respecto a la muestra total vacacionista



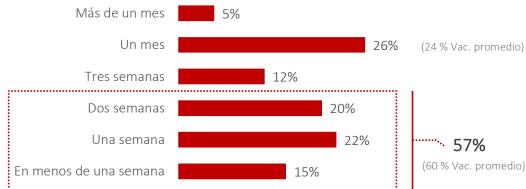


¿Planificaron su viaje?

Al igual que el vacacionista promedio, 8 de cada 10 planificaron su viaje.



¿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.
- ✓ El uso de esta página representa al 5 % de la población vacacionista estudiada; es decir, 48 611 personas.







Y, ¿cuáles fueron los destinos visitados?

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



Lima Región		31 %	6 Áncash	5 %
Ica		12 % —	7 Arequipa	4 %
Piura		7 %	8 Cajamarca	4 %
Cusco		6 %	9 La Libertad	4 %
Junín		6 %	10 Ayacucho	4 %
oales provincias v	visitadas en Ica 68 % →	(64%	Principales provincias vis	
a			lima Matropolita	ını 3/% 🚽





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.

	ĦŢħ				
	Amigos o familiares, sin niños	Grupo familiar directo	En pareja	Solo	Amigos o familiares, con niños
Vacacionista joven	39 %	22 %	18 %	12 %	9 %
Vacacionista promedio	34 %	25 %	18 %	13 %	10 %





¿Cuánto gastaron en el viaje?

El gasto por persona fue mayor que 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







¿Qué tipo de hospedaje usaron?

Al igual que el vacacionista promedio, 7 de cada 10 se alojaron en **hospedajes pagados**. Sin embargo, hubo un menor uso de **hoteles 3 estrellas**.

	Tipo de alojamiento			Número de noches
	Hotel 4 o 5 estrellas	2 %	(Vac. prom.) 2 %	
Alojamiento pagado	Hotel/hostal 3 estrellas	14 %	17 %	5 ,
ojamien pagado	Hotel/hostal 1 o 2 estrellas 24 %	24 %	24 %	3 noches
₹	Albergue/hostel	19 %	18 %	(Vac. promedio: 4 noches)
	Casa de familiares o amigos	24 %	24 %	
	Casa de hospedaje pagada / búngalo /Club	11 %	10 %	
	Otros *	6 %	5 %	

^{*} 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 transp	orte	
		(Vac. prom.)
Bus	59 %	60 %
Movilidad particular	15 %	13 %
Avión	15 %	15 %
Auto propio	9 %	10 %
Otros	2 %	2 %





¿Qué actividades realizaron durante el viaje?

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

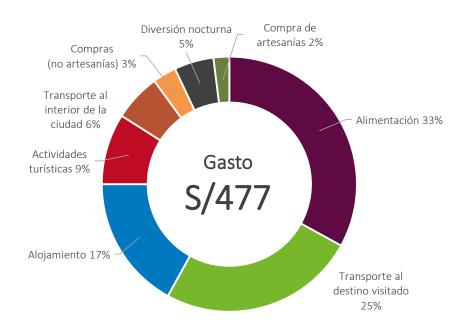
Rank		Vacacionista joven	Vacacionista promedio
1	Turismo urbano	87 %	88 % Rank: 1
2	Turismo de naturaleza	54 %	55 % Rank: 2
3	Diversión y entretenimiento	39 %	36 % Rank:3
4	Turismo cultural	35 %	36 % Rank: 4

Rank		Vacacionista joven	Vacacionista promedio
5	Compras	33 %	33 % Rank: 5
6	Turismo de sol y playa	32 %	30 % Rank: 6
7	Turismo de aventura	14 %	15 % Rank:7





No usaron paquete turístico - Distribución del Gasto



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.









TURISMO EN CIFRAS

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2019