



Intención de viaje de los peruanos

cuarta medición 2025



Ficha técnica



OBJETIVO:

Conocer la intención de los peruanos de viajar dentro del Perú en sus próximas vacaciones 2026.



UNIVERSO DE ESTUDIO:

Hombres y mujeres de 18 a 70 años, de todos los estratos socioeconómicos, de nacionalidad peruana y residentes en el Perú.



MUESTRA:

970 peruanos
(margen de error: ± 3.1 % | nivel de confianza: 95 %).



FECHAS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN:

Diciembre 2025 (medición anterior: octubre 2025).
Empresa investigadora: Ipsos Perú.

Sección 1

Contexto del mercado

Fin de año libera presupuesto adicional para viajar en 2026



El cierre de año genera un incremento estacional de liquidez en los hogares con empleos formales, asociado a pagos adicionales al ingreso mensual.

Este ingreso extraordinario amplía temporalmente la capacidad de gasto discrecional, lo que facilita las decisiones de consumo no esencial, entre ellas la planificación de viajes para los primeros meses de 2026.

Fuentes: MTPE - El peruano, diciembre 2025.

Nota: la gratificación y bonificación extraordinaria aplican a trabajadores del sector formal.

Precios estabilizados reducen la incertidumbre económica

1.51 %

**Inflación anual Lima
Metropolitana**
(dic. 2025)

1.83 %

**Inflación sin alimentos
ni energía**
(dic. 2025)

Inflación total e inflación sin alimentos y energía
(Var. % 12 meses)



Inflación bajo control

La inflación anual cerró dentro del rango meta del BCRP (1 %-3 %), lo que consolidó estabilidad de precios al cierre de 2025.



Ajustes acotados en servicios turísticos

En diciembre de 2025 se registraron incrementos en transporte terrestre nacional (+34.6 %) y transporte aéreo nacional (+26 %), sin generar presiones inflacionarias generalizadas.



Previsibilidad para el hogar

La estabilidad de precios reduce la incertidumbre económica y mejora la percepción de control financiero del hogar.



Impacto en las decisiones de viaje

Este entorno permite planificar gastos de mediano plazo y facilita decisiones de viaje para los primeros meses de 2026.

Fuentes: INEI – Índice de Precios al Consumidor / BCRP – Nota Semanal, enero 2026 (información a diciembre 2025).

Nota: la inflación se presenta para Lima Metropolitana, indicador de referencia oficial usado por el BCRP para el seguimiento de precios a nivel nacional.

Gráfico superior: elaboración propia, con base en datos oficiales del INEI con Python / Gráfico inferior: Banco Central de Reserva del Perú – Nota Semanal (enero 2026).

El verano concentra el turismo interno: los viajes se planifican desde fin de año

Vacaciones escolares

Periodo enero-febrero concentra mayor movilidad de viajes familiares.

Temporada de verano

Mejores condiciones climáticas incrementan la preferencia por viajes internos.

Planificación anticipada

Las decisiones de viaje se activan al cierre del año para viajar el verano siguiente.

Estacionalidad marcada

El patrón se repite cada año y no responde a eventos aislados.

Índice estacional de arribos de turismo interno en hospedajes (2019-2025)



Fuentes: MINCETUR – encuesta mensual de establecimientos de hospedaje.

Cálculo: índice estacional histórico a partir de arribos mensuales de turistas nacionales a hospedajes (2019–2024 y 2025 ene–sep) y proyección oct–dic 2025.

Nota: el índice estacional se calcula dividiendo el arribo mensual entre el promedio anual. Valores >1 indican meses por encima del promedio anual.

Gráfico: elaboración propia con Python.

Mayor confianza activa decisiones de viaje interno hacia 2026

45.4 pts.

+1.4 pts.



Índice de Confianza del Consumidor - noviembre 2025



Mejora en la confianza del consumidor

La recuperación de la confianza al cierre de 2025 refleja una percepción más favorable de la estabilidad económica de los hogares.



Menor cautela en el gasto del hogar

Este entorno reduce la postergación de gastos no esenciales y favorece la planificación anticipada de consumo discrecional.



Activación del turismo interno

La mayor confianza actúa como catalizador que convierte la liquidez estacional de fin de año en decisiones concretas de viaje interno para los primeros meses de 2026.

Fuentes: Ipsos Perú – Índice de Confianza del Consumidor (CCI), reporte noviembre 2025.

Nota 1: noviembre corresponde al último dato disponible del cierre anual.

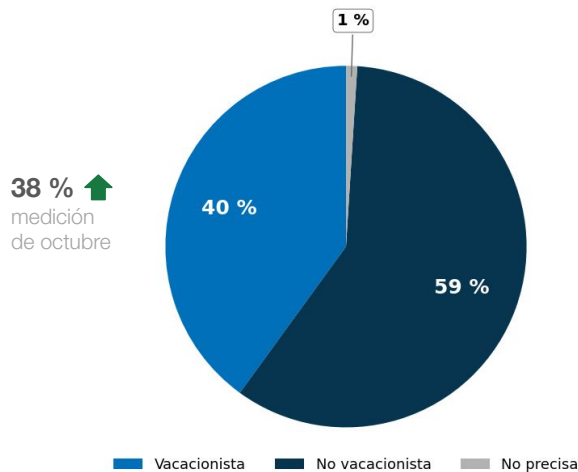
Nota 2: el Índice de Confianza del Consumidor mide el optimismo de los hogares respecto a su situación económica y su disposición a realizar compras importantes.

Sección 2

Vacacionista y no vacacionista

El vacacionista nacional en 2025

Distribución de los vacacionistas - diciembre 2025



Vacacionista: persona que ha realizado al menos un viaje por vacaciones dentro del país desde 2023.

No vacacionista: persona que no ha viajado por vacaciones en el Perú desde 2023 o solo ha viajado al extranjero.

Base: 970 encuestados.

P: ¿Ha realizado algún viaje por vacaciones dentro del país en estos años?

Gráfico: elaboración propia en Python.

Evolución del vacacionista en los últimos años

Participación de viaje de los vacacionistas encuestados



Según su participación de viaje

5 % ha viajado **solo dos años** (entre el 2023 y 2025)

↑ **+3 p. p.** vs. enero-octubre 2025

Un vacacionista frecuente

5 % ha viajado en **los tres últimos años**

Base: 970 encuestados.

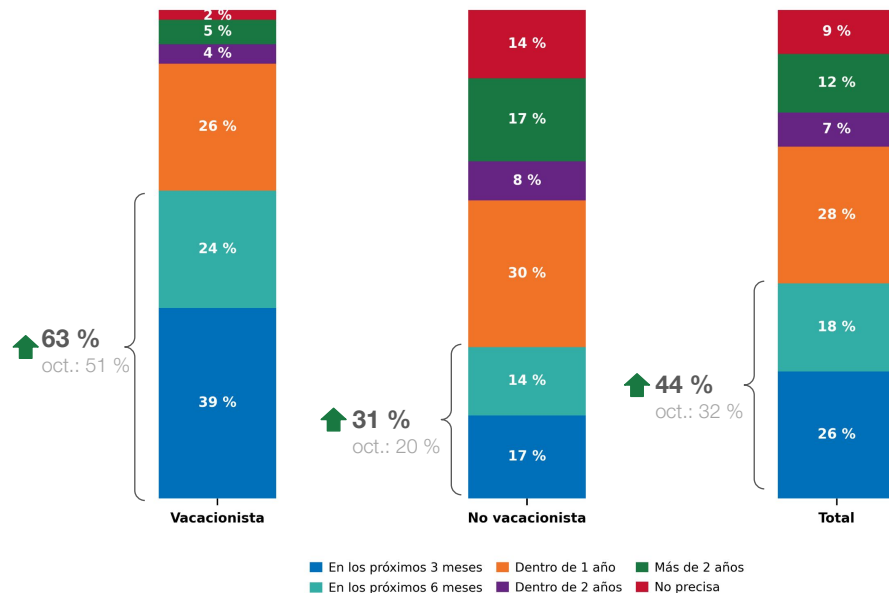
P: ¿Ha realizado algún viaje por vacaciones dentro del país en estos años?

Sección 3

Intención de viaje de los peruanos

La intención de viaje se recupera: 44 % de peruanos viajaría en los próximos seis meses

Intención de viaje de los peruanos - diciembre 2025



✓ La intención de viaje en el corto plazo alcanza 44 % (+12 p. p. vs. octubre), lo que evidencia una **recuperación** en la disposición a viajar.

✓ Los **vacacionistas lideran el repunte**: 63 % viajaría en el corto plazo (+12 p. p.).

✓ Entre los no vacacionistas, la intención de corto plazo alcanza un 31 % (+11 p. p.), que refleja **mayor apertura a retomar viajes**.

✓ El crecimiento se debería a las mejores expectativas en el gasto familiar y por la temporada de verano.

Base: 970 encuestados.

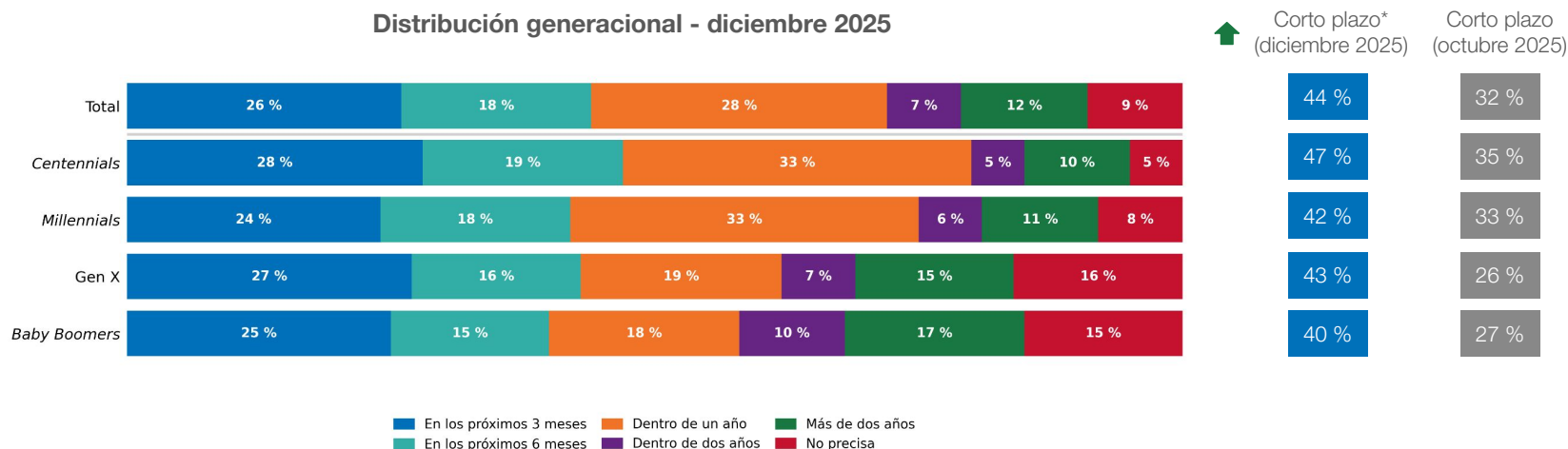
P: ¿En cuánto tiempo consideraría usted volver a viajar por vacaciones?

Gráfico: elaboración propia en Python.

Todas las generaciones se plantean viajar a corto plazo

Hacia diciembre de 2025, todas las generaciones incrementan su intención de viaje en el corto plazo. **Los *centennials* registran la mayor proporción de planes inmediatos** (47 %), mientras que los **X muestran el mayor crecimiento frente a octubre** (+17 p. p.), lo que indica una activación generalizada de decisiones de viaje al cierre del año.

Distribución generacional - diciembre 2025



*Corto plazo corresponde a la suma de quienes viajarían en los próximos 3 meses y en los próximos 6 meses.

Base: 970 encuestados.

P: ¿En cuánto tiempo consideraría usted volver a viajar por vacaciones?

Nota: los porcentajes menores al 3 % no se muestran para mantener la claridad del gráfico.

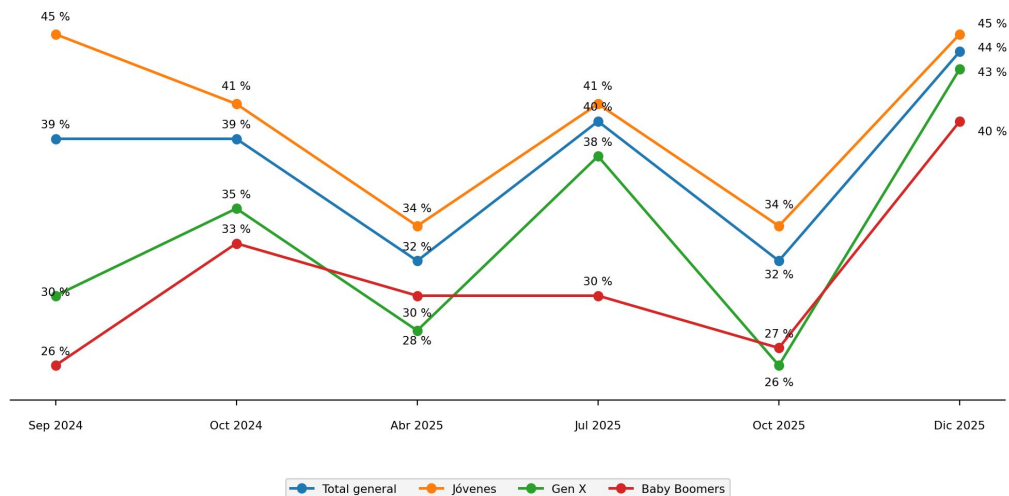
Generaciones: *centennials*: 18 - 30 años, *millennials*: 31 - 46 años, gen X: 47 - 60 años, *baby boomers*: 61 - 70 años.

Gráfico: elaboración propia en Python.

Cierre de 2025 activa decisiones de viaje inmediatas en todas las generaciones

Intención de viaje a corto plazo (de 3 a 6 meses)

Distribución generacional (septiembre 2024 - diciembre 2025)



- ✓ Al cierre de 2025, la intención de viaje de corto plazo muestra una recuperación transversal: **todas las generaciones** se ubican en un rango estrecho de **40 % a 45 %**. Esto deja claro una activación generalizada de decisiones de viaje inmediatas.
- ✓ La convergencia entre generaciones indica que **la estacionalidad de cierre de año actúa como detonante común de planificación anticipada**, más allá de diferencias etarias.
- ✓ Este comportamiento refuerza que la **temporada de verano concentra la activación de viajes internos**, alineándose con el patrón estacional observado en arribos a hospedajes.

*Jóvenes corresponde a los *centennials* y *millennials*

Base: 970 encuestados.

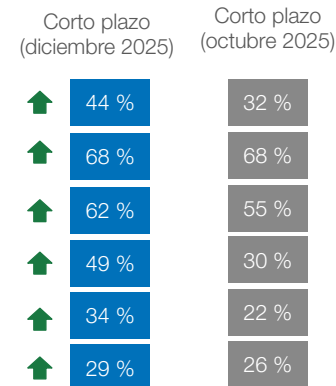
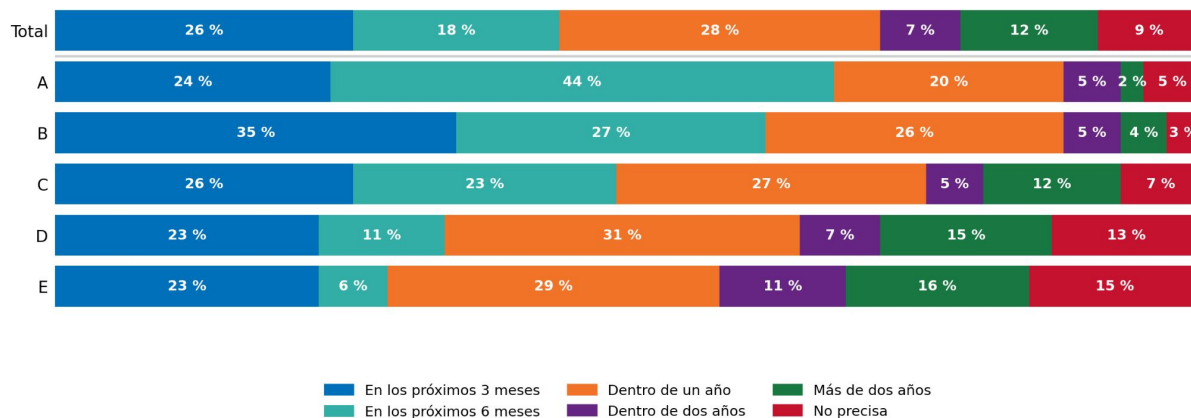
P: ¿En cuánto tiempo consideraría usted volver a viajar por vacaciones?

Gráfico: elaboración propia en Python.

La decisión de viajar pronto se mantiene concentrada en los NSE altos

Todos los NSE incrementan su intención de viajar en el corto plazo frente a la medición anterior. Los niveles **A y B mantienen el liderazgo** en la concreción de viajes próximos, mientras que **C y D muestran una recuperación progresiva**, aunque aún con mayor tendencia a postergar viajes hacia plazos más largos.

Estratos socioeconómicos - diciembre 2025



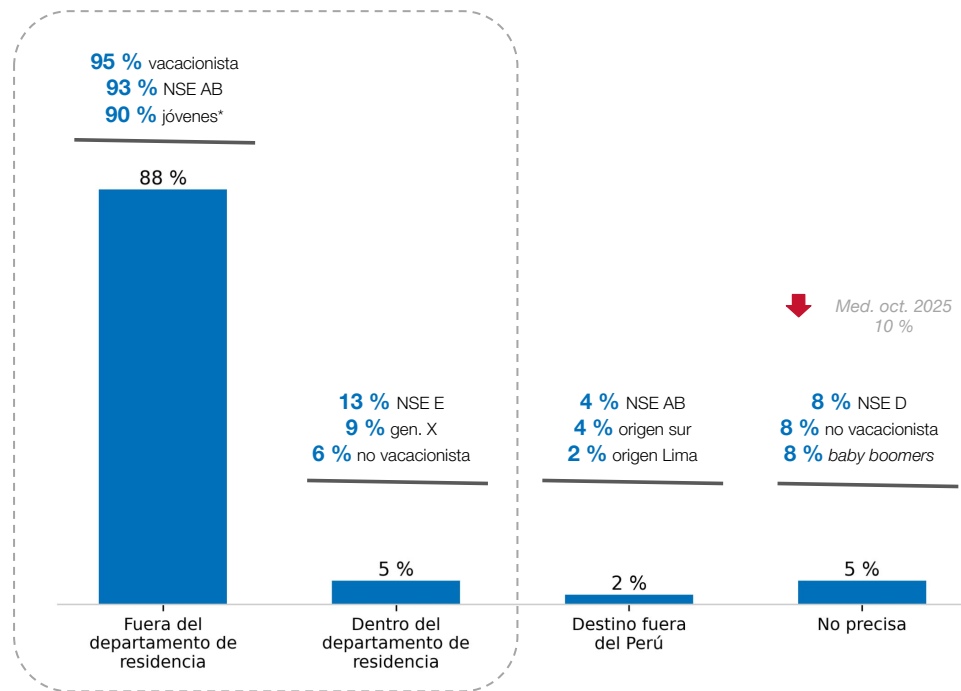
Base: 970 encuestados.

P: ¿En cuánto tiempo consideraría usted volver a viajar por vacaciones?

Nota: los porcentajes menores al 3 % no se muestran para mantener la claridad del gráfico.

Gráfico: elaboración propia en Python.

El turismo interno domina la elección del próximo viaje



✓ El 93 % de peruanos planea viajar **dentro del país**. Así se consolida el predominio del turismo interno.

✓ La alta preferencia por **viajar fuera del departamento de residencia (88 %)**, liderada por vacacionistas, NSE AB y jóvenes, **refleja una búsqueda activa de destinos interdepartamentales**.

✓ Quienes planean realizar viajes locales (5 %), al exterior (2 %) o aún no precisan destino (5 %) **mantienen participaciones bajas**. Esto crea oportunidades de activación de demanda.

*Jóvenes corresponde a los *centennials* y *millennials*

Base: 970 encuestados.

P: ¿Qué destino elegiría para su próximo viaje por vacaciones?

Gráfico: elaboración propia en Python.

Preferencia de destinos para el próximo viaje

En conjunto, estos destinos concentran la mayor intención de viaje, impulsados por accesibilidad, tradición turística y experiencias diferenciadas según el perfil del viajero.

Medición de octubre - Quinto puesto: Ica 5 %



vacacionistas: lo reconocen como destino tradicional de sol y playa

jóvenes*/ gen. X: escapadas rápidas con familia y clima cálido

origen norte: cercanía para escapadas rápidas



Arequipa 8 % **3**

vacacionistas: lo reconocen como destino clásico de escapadas

NSE AB: valoran la gastronomía local con *city tour* y buen servicio

origen sur: cercanía para experiencias urbanas simples



Cajamarca 8 % **2**

no vacacionistas: eligen la accesibilidad y cercanía

NSE C/D/E: fuerte preferencia por costo asequible y viaje corto

baby boomers: priorizan tranquilidad y riqueza histórica del destino



Lima 6 % **4**

no vacacionistas: lo eligen por rapidez y practicidad

NSE C/D/E: optan por viajes cercanos para evitar largos desplazamientos

gen. X: prefieren viajes familiares cómodos y cortos



Cusco 21 % **1**

no vacacionistas: lo consolidan como el destino "estrella" del turismo interno

jóvenes: lo eligen por las experiencias con amigos y aventura

NSE AB: prefieren viajes más largos y organizados, con mayor inversión

Base: 970 encuestados.

P: ¿Qué destino elegiría para su próximo viaje por vacaciones?

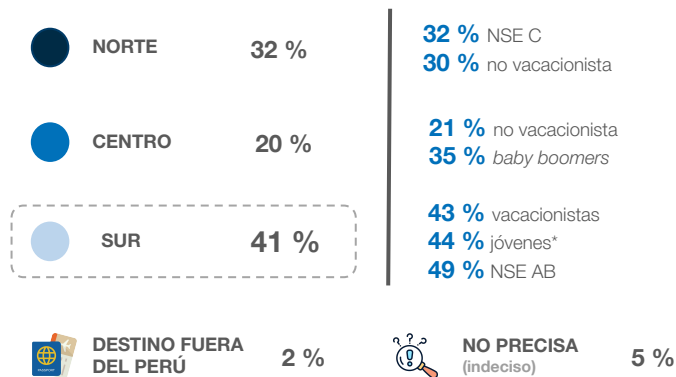
Nota: se muestran los cinco destinos con mayor intención de elección a nivel nacional.

Gráfico: elaboración propia en Python.

Predomina la elección de destinos fuera de la región de residencia

Distribución por macrorregión

El sur concentra la mayor intención de elección, impulsado por vacacionistas, jóvenes y NSE altos, mientras que el norte y centro ganan relevancia entre NSE medios y no vacacionistas.



Distribución según distancia



VIAJA DENTRO DE SU REGIÓN
5 %

La intención de viaje se orienta principalmente a desplazamientos entre regiones, liderados por jóvenes, adultos y segmentos de mayor gasto.



VIAJA FUERA DE SU REGIÓN
88 %

23 % cerca de su región

NSE D: 28 %
gen. X: 25 %
origen Sur: 43 %

65 % lejos de su región

gen. X: 68 %
NSE AB: 77 %
vacacionistas: 69 %

*Jóvenes corresponde a los *centennials* y *millennials*

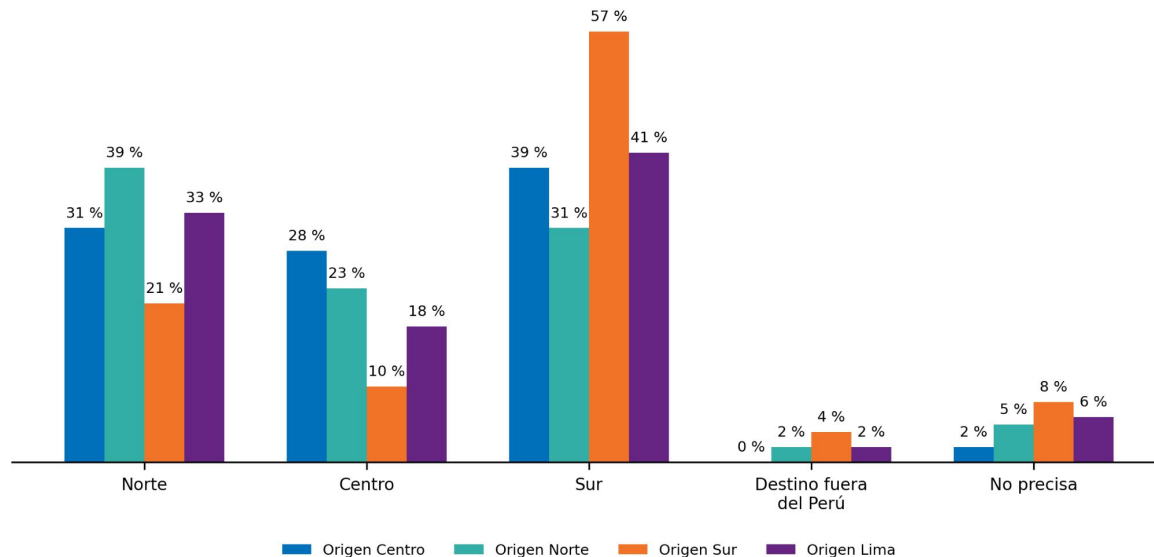
Base: 970 encuestados.

P: ¿Qué destino elegiría para su próximo viaje por vacaciones?

Gráfico: elaboración propia en Python.

Preferencias de destino por macrorregión

Destino elegido para el próximo viaje, según macrorregión de origen (%)



Las macrorregiones configuran un patrón de flujos interregionales definido:

Lima actúa como el principal punto de redistribución de la demanda. Desde la capital, los viajes se orientan principalmente hacia el sur y, en segundo lugar, hacia el norte, lo que confirma su rol como centro emisor que impulsa la movilidad turística interna.

El **sur** concentra la mayor preferencia de destinos a nivel nacional. El **norte** mantiene una participación relevante asociada a su oferta de sol y playa, mientras que el **centro** destaca como una región de conexión y cercanía, que favorece viajes de corta distancia y escapadas frecuentes.

Base: 970 encuestados.

P: ¿Qué destino elegiría para su próximo viaje por vacaciones?

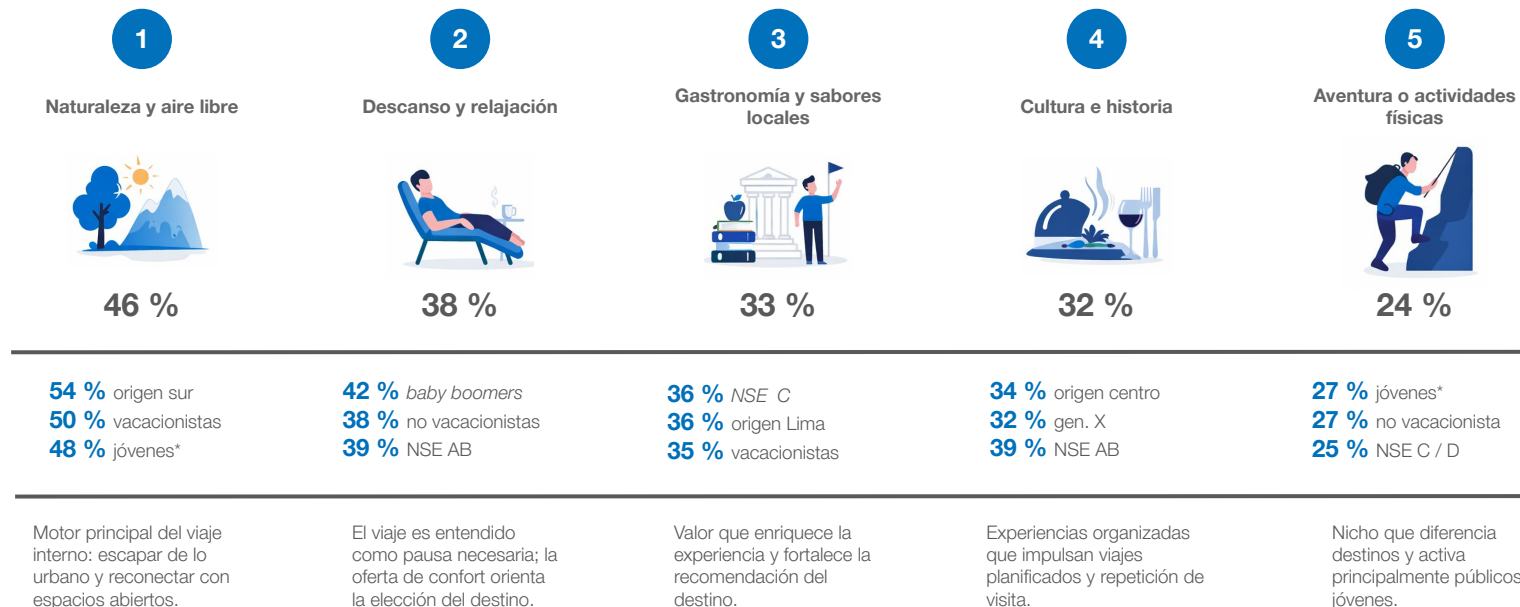
Nota: los porcentajes se interpretan por macrorregión de origen, no como totales generales.

Gráfico: elaboración propia en Python.

Sección 4

De la intención a la acción

Qué experiencias buscan los peruanos cuando piensan en viajar dentro del Perú



*Jóvenes corresponde a los *centennials* y *millennials*.

Base: 970 encuestados.

P: ¿Si viajara por vacaciones dentro del Perú, ¿qué tipo de experiencia le interesaría vivir más? / respuesta múltiple.

Nota: otras experiencias mencionadas incluyen actividades en familia (17%), entretenimiento (8%) y convivencia con comunidades locales (8%).

Qué necesita activarse para que el viaje se concrete

Condiciones económicas



Sí puedo viajar

- 42 %** mejorar la situación económica del hogar
- 32 %** encontrar promociones o precios accesibles

— HALLAZGO —

El viaje se concreta cuando el hogar puede asumir el gasto sin comprometer su economía.

Precio y promociones son el principal gatillador que convierte la intención en decisión de viaje.

Condiciones de tiempo y seguridad



Sí es posible viajar

- 32 %** tener tiempo disponible o vacaciones confirmadas
- 31 %** sentir seguridad al viajar (delincuencia, rutas, orden)
- 17 %** saber que transporte y carreteras operan con normalidad
- 7 %** mayor claridad sobre la situación del país

— HALLAZGO —

Antes de elegir destino, los peruanos evalúan si existen condiciones prácticas para viajar.

Tiempo disponible y sensación de seguridad actúan como filtros previos que definen si el viaje es posible.

Condiciones de planificación



Sí es fácil viajar

- 17 %** viajar acompañado / en grupo
- 13 %** planificar fácilmente el destino
- 10 %** recibir una recomendación confiable

— HALLAZGO —

Cuando la organización del viaje es simple y confiable, disminuye la incertidumbre y se acelera la decisión de compra.

Facilidad de planificación y confianza son clave para transformar deseo en acción.

Base: 970 encuestados.

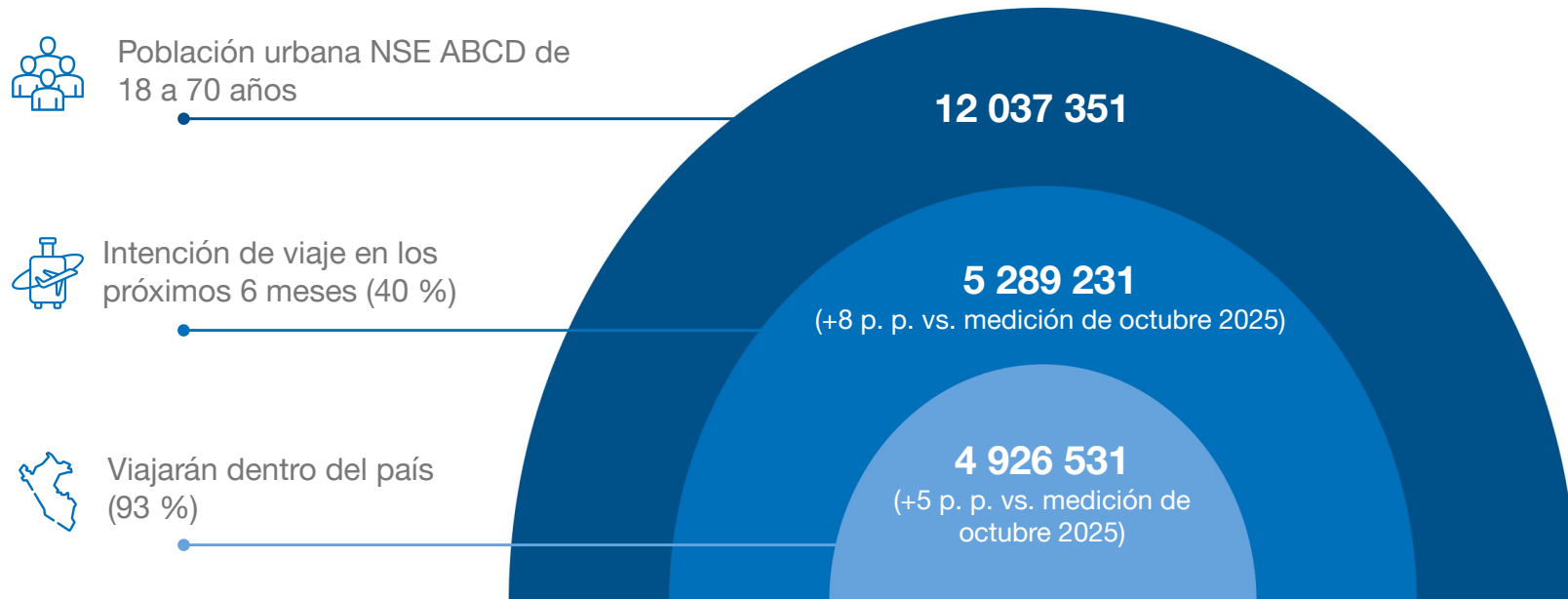
P: Si viajara por vacaciones dentro del Perú, ¿qué tipo de experiencia le interesaría vivir más?

Nota: solo un 2 % indicó no tener una opinión definida o que no realizaría el viaje.

Sección 5

Dimensión del mercado interno

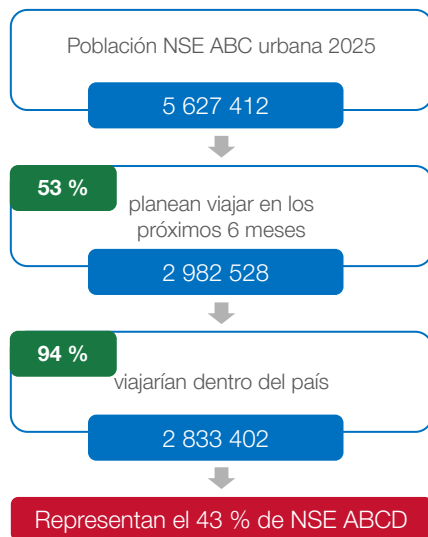
Evolución del mercado potencial de viajeros internos



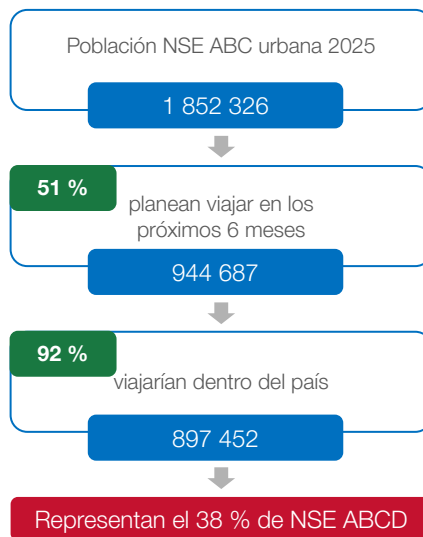
Fuente: APEIM 2024 - 2025 / INEI - REDATAM
Elaboración: DIMT PROMPERÚ.
Proyección poblacional de acuerdo al censo 2017.

¿Cuántos peruanos del NSE ABC viajarían dentro del país en el corto plazo?

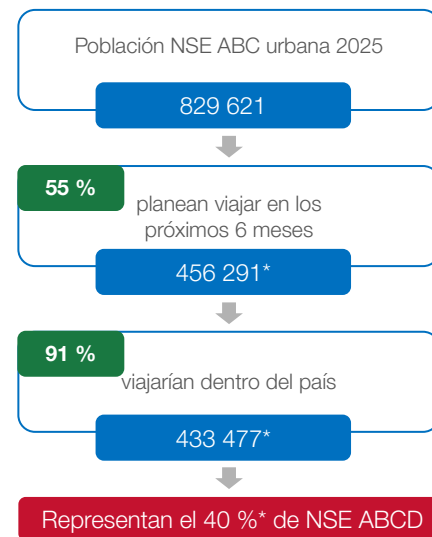
Centennials + millennials



Generación X



Baby Boomers



Población (ABCD – urbano): 19 619 976.

Para la estimación de intención de viaje, se considera la respuesta "No precisa" ante la pregunta sobre el destino del próximo viaje por vacaciones.

(*) Datos aproximados debido a base reducida para el cálculo.

Fuente: APEIM 2025 / INEI (Proyecciones de población) / IPSOS

Nota: estimaciones internas elaboradas por PromPerú (DIMIT) a partir de APEIM 2025, INEI e IPSOS.

Sección 6

Reflexiones finales

La intención de viaje existe, la decisión se frena

El mercado quiere viajar, pero requiere condiciones



Eje

El peruano mantiene el deseo de viajar, pero hoy evalúa primero si puede hacerlo sin comprometer su estabilidad económica.



Hallazgos

- el **40 % tiene intención de viajar en los primeros 6 meses** (5.29 millones de potenciales viajeros)
- solo un 32 % indica que viajaría si consigue **precios asequibles**
- un 13 % considera que **hoy “es fácil viajar”** en términos de planificación



Oportunidad

Reducir la distancia entre intención y compra, lo que facilita las condiciones concretas de decisión.



Acciones

- promover **paquetes con precio final cerrado**
- **activar promociones en momentos de alta decisión** (quincenas, feriados)
- **simplificar procesos** de búsqueda y reserva en un solo paso

El turismo interno ya es interregional

Los viajes dentro del Perú se configuran como flujos nacionales, no locales



Eje

Viajar dentro del país hoy implica **cruzar regiones**, no solo desplazamientos cercanos.



Hallazgos

- el **88 %** viajará fuera de su región de residencia
- el **65 %** elegirá destinos lejanos
- El **sur concentra el 41 % de preferencia nacional** (Cusco)
- Lima actúa como **nodo redistribuidor** hacia norte y sur



Oportunidad

Articular destinos en circuitos interregionales para capturar flujos nacionales.



Acciones

- diseñar **rutas combinadas** entre regiones conectadas
- coordinar **promoción conjunta entre destinos**
- posicionar marcas de **circuito turístico**, no solo destinos individuales

La experiencia define la elección

El peruano decide qué vivir antes que dónde ir



Eje

Las motivaciones de experiencia organiza la preferencia de destinos.



Hallazgos

- **naturaleza (46 %) y descanso (38 %)** lideran la demanda
- **gastronomía (33 %) y cultura (32 %)** consolidan el valor del destino
- **aventura (24 %)** activa principalmente a públicos jóvenes



Oportunidad

Traducir destinos en experiencias que se conviertan en una compra o próxima visita, no solo en una opción para más adelante.



Acciones

- empaquetar **experiencias temáticas** (3 días de naturaleza + gastronomía)
- crear calendarios con las **actividades de la temporada**
- **facilitar la compra directa de experiencias**, no solo hospedaje o transporte



**SUBDIRECCIÓN DE INTELIGENCIA Y
PROSPECTIVA TURÍSTICA - PROMPERÚ**

amori@promperu.gob.pe