



2019

TURISMO EN CIFRAS

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2019



www.turismo.in.pe

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.



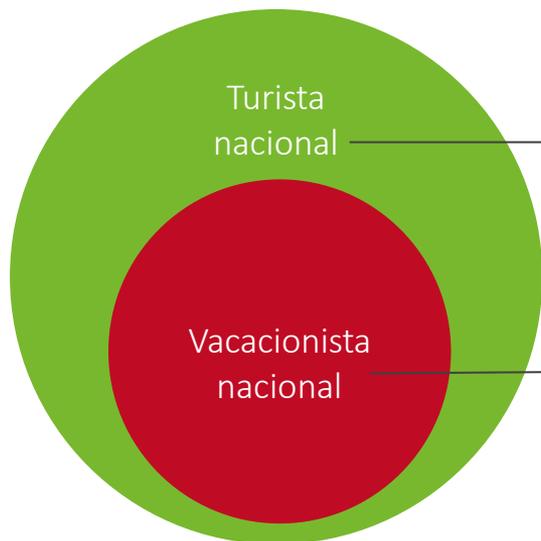
Un turista puede hacer más de un viaje

Fuente: Mincetur



PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

Algunas definiciones



Turista nacional

De 18 a 64 años, que permanece fuera de su lugar de residencia por lo menos una noche y cuyo motivo de viaje fue diferente al de residencia o trabajo remunerado en el destino.

Vacacionista

El motivo fundamental de su viaje es la recreación o el ocio. La decisión del viaje recae sobre el vacacionista.

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.

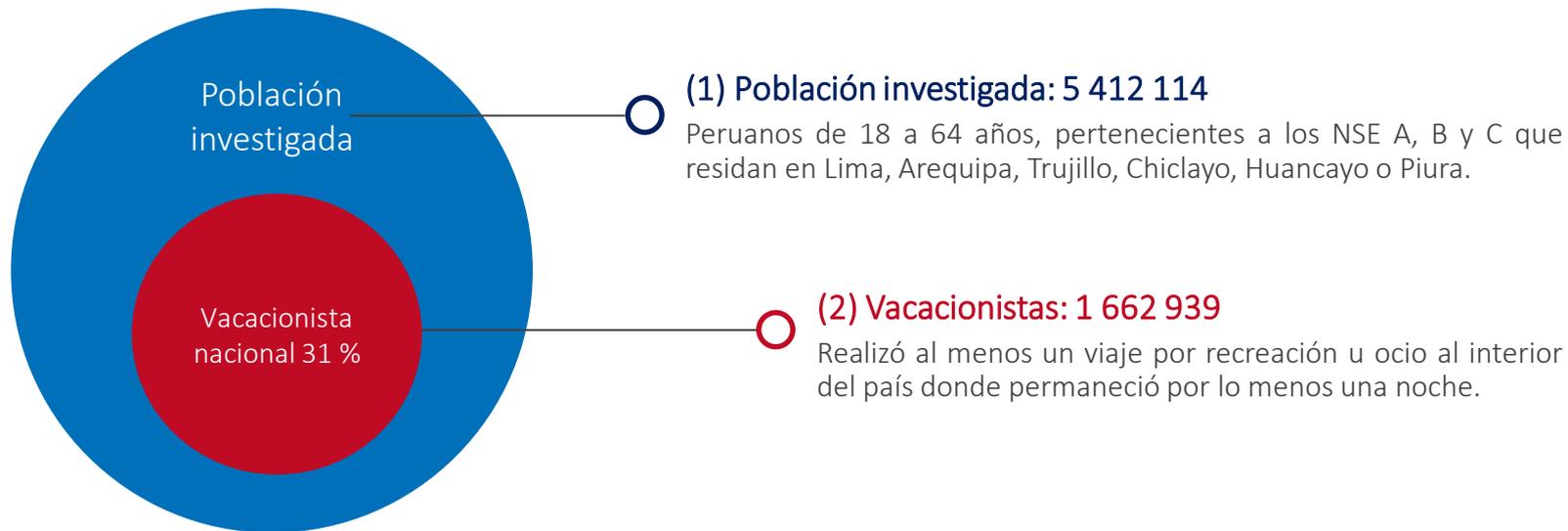


TRABAJO DE CAMPO

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

¿A quiénes investigamos?

Período de análisis: enero-diciembre de 2019.



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

Turismo interno

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

El **31 %**
viajó por
vacaciones

Representando
1,66
millones
vacacionistas

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

Logrando
5,2 millones
de viajes

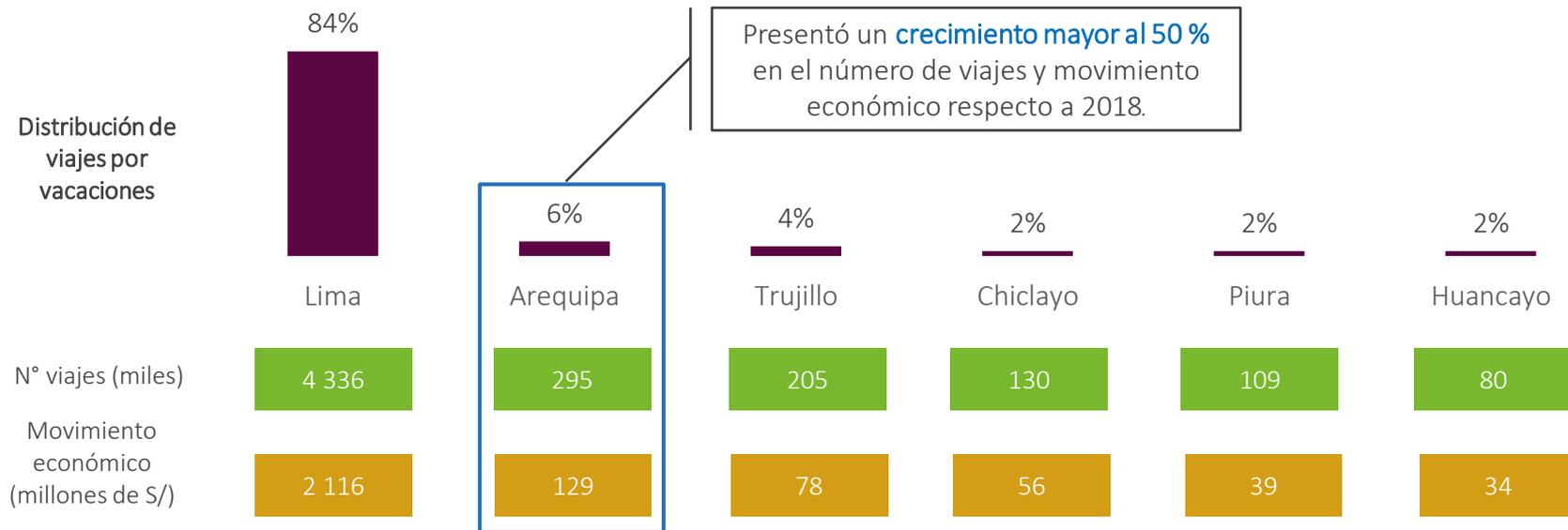
Los
vacacionistas
gastaron
S/ 476 en
promedio

Que generaron
S/ 2 454
millones de
movimiento de
económico

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.



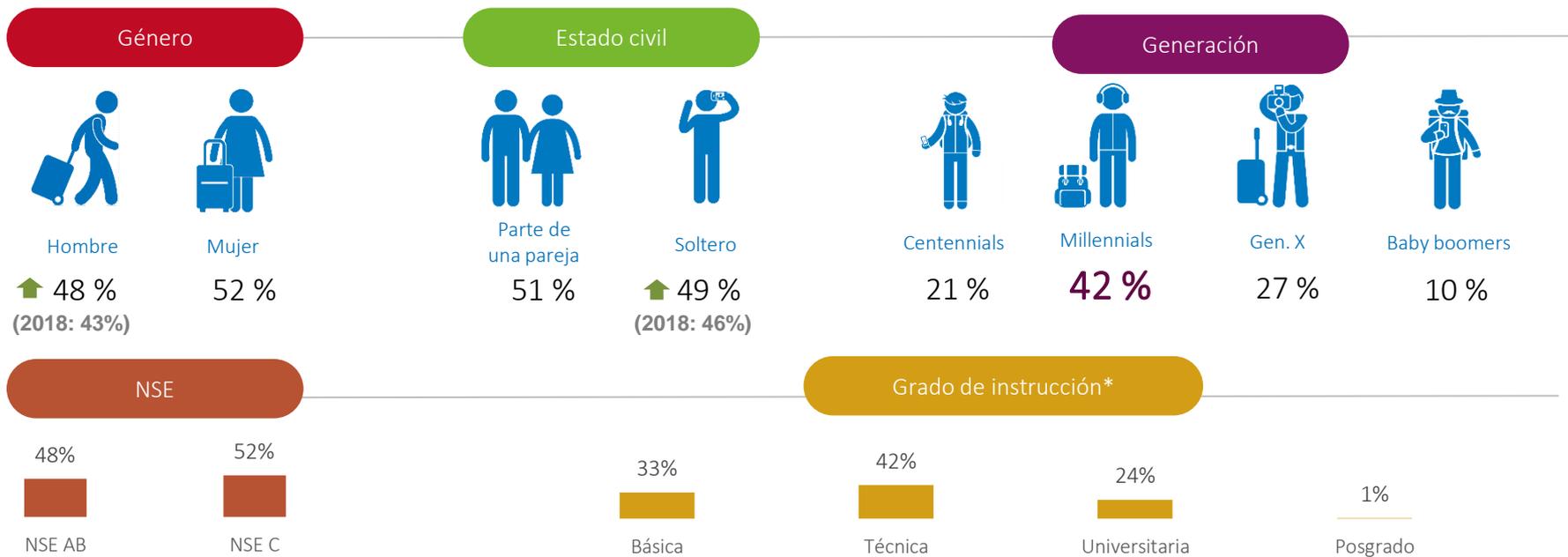


PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

Principales hallazgos

¿Qué características tenían los vacacionistas?

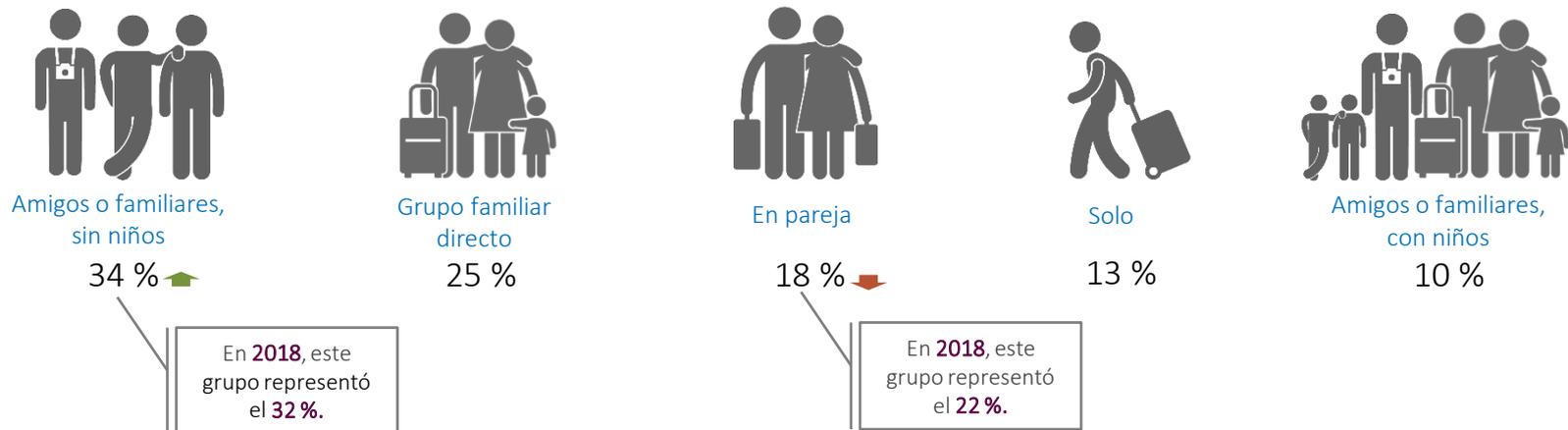
Los jóvenes fueron los que más viajaron; los *centennials* y *millennials* representaron el **63 % del total de viajeros**. Por otro lado, aumentó el porcentaje de vacacionistas hombres y de personas solteras.



* La instrucción básica comprende la primaria y secundaria.

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 % ↑

- ✓ 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)

¿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 %

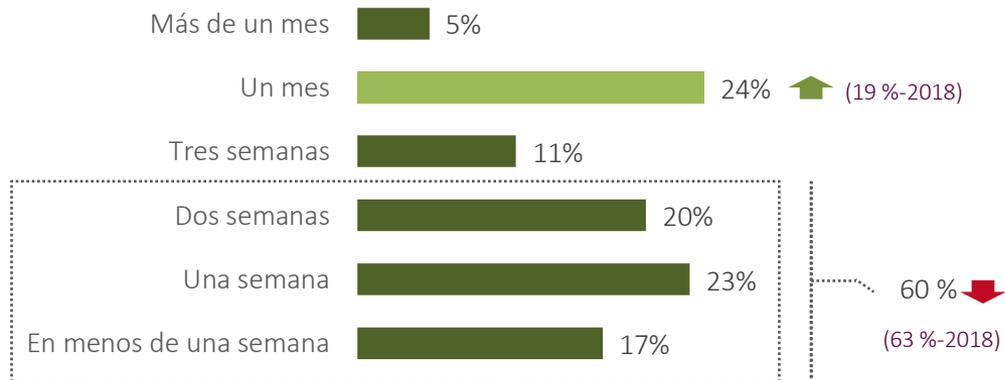
(*): Los comentarios pueden ser de manera presencial o virtual.

¿Planificaron su viaje?

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



Y, ¿con cuánta anticipación lo hicieron?



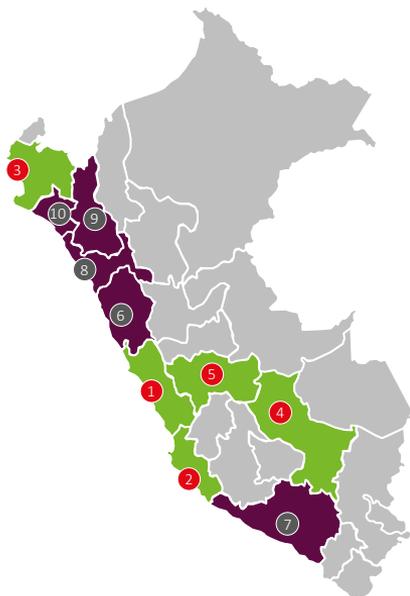
¿Buscaron información antes de viajar?

- ✓ “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**.



Top 10 – Regiones visitadas

1	Lima Región	(2018: 27 %)	30 %	6	Áncash	5 %
2	Ica		13 %	7	Arequipa	5 %
3	Piura		7 %	8	La Libertad	4 %
4	Cusco		6 %	9	Cajamarca	4 %
5	Junín		6 %	10	Lambayeque	4 %

Principales provincias visitadas en Ica

Ica	64 %
Pisco	25 %

Principales provincias visitadas en Lima

Lima Metropolitana	30 %
Cañete	21 %

¿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

	Lima	Arequipa	Chiclayo	Trujillo	Piura	Huancayo
1	Ica (23 %)	Cusco (21 %)	Cajamarca (28 %)	Cajamarca (24 %)	Lima (27 %)	Lima (38 %)
2	Junín (9 %)	Puno (20 %)	Lima (21 %)	Lima (18 %)	Lambayeque (24 %)	Pasco (15 %)
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

	1	Lima (25 %)	Camaná (36 %)	Lambayeque (42 %)	S. Carrión (23 %)	Talara (29 %)	Chanchamayo (57 %)
Dentro de la región	2	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.



N.º noches

4



* Incluye: carpas, campamento, casa propia

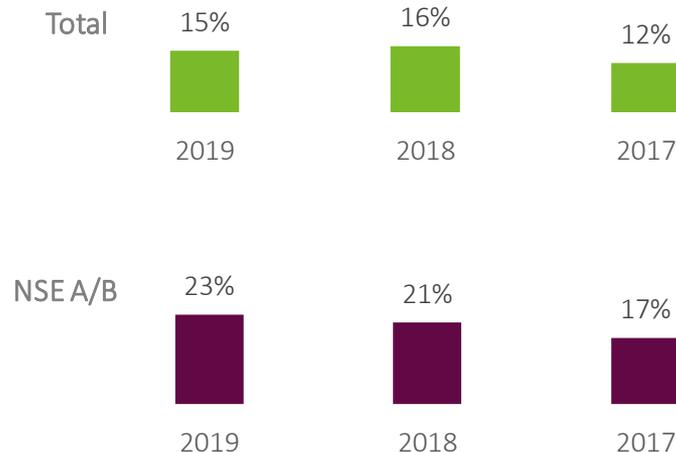
¿Qué transporte utilizaron?

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 de transporte

Bus	(2018: 64%)	60 %	↓
Avión	(2018: 16%)	15 %	↓
Movilidad particular	(2018: 9%)	13 %	↑
Auto propio	(2018: 8%)	10 %	↑
Otros		2 %	

Uso de avión



¿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.



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



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



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



Visitar sitios arqueológicos	21 %
Visitar museos	17 %
Visitar comunidades nativas/ andinas/campesinas	3 %

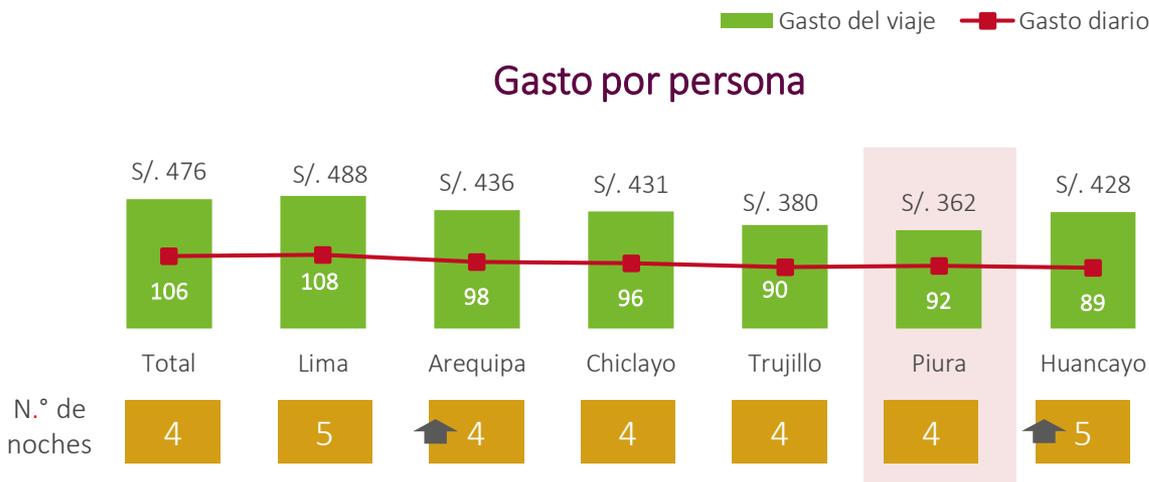


Artesanías	21 %
Comestibles (no dulces)	8 %
Dulces típicos	6 %



¿Cuánto gastó cada vacacionista?

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



Gasto

S/476

Fuera de la
región

S/ 594

Dentro de la
región

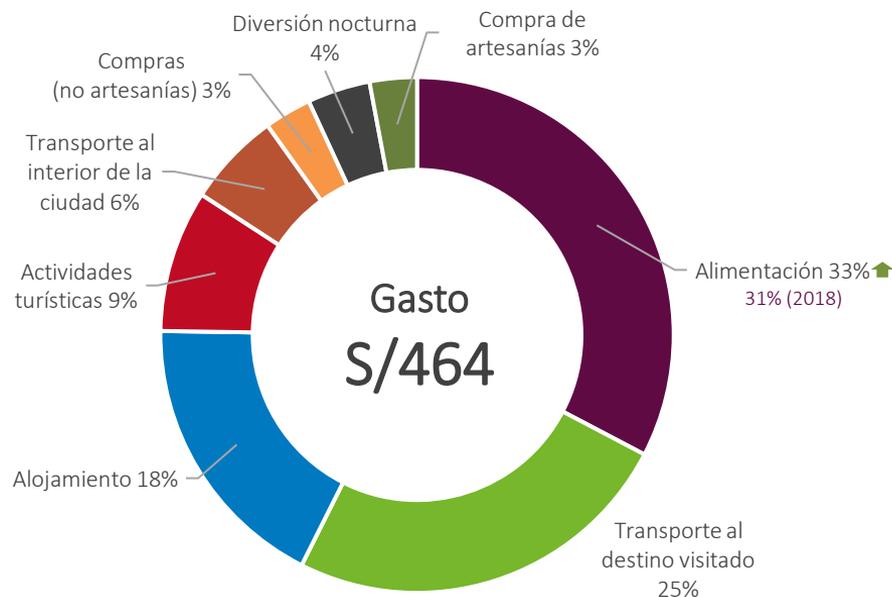
S/ 227

¿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)



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**.



2019

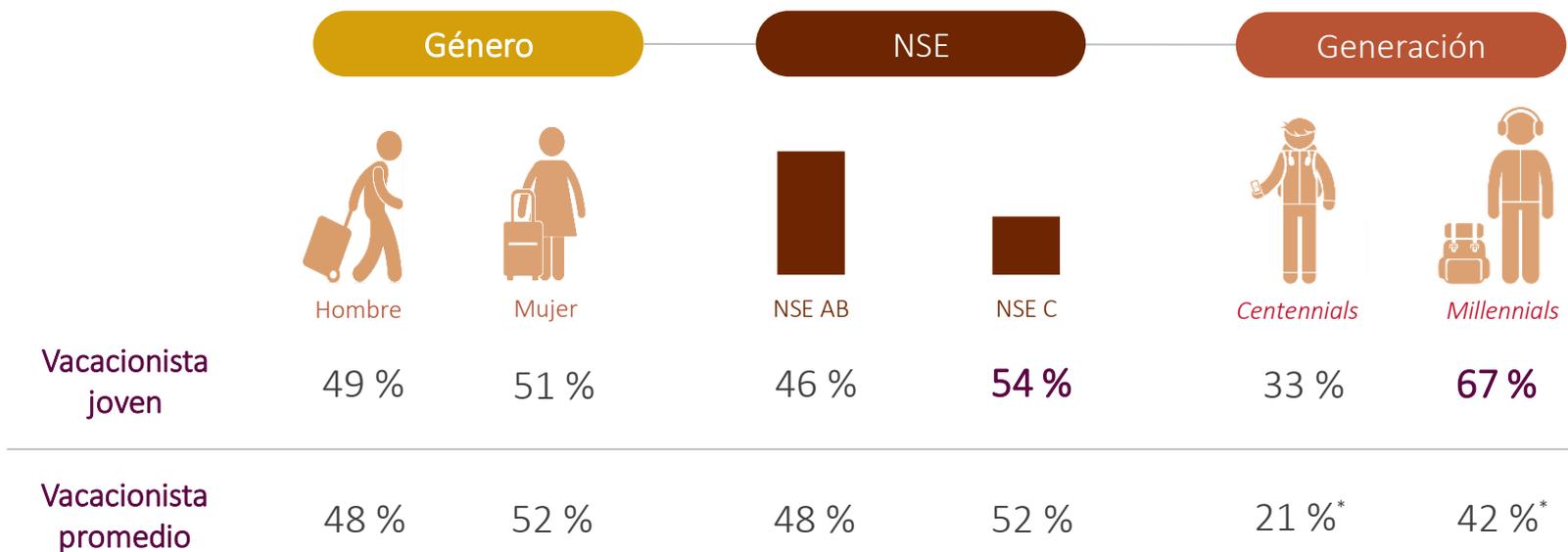
PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL

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.



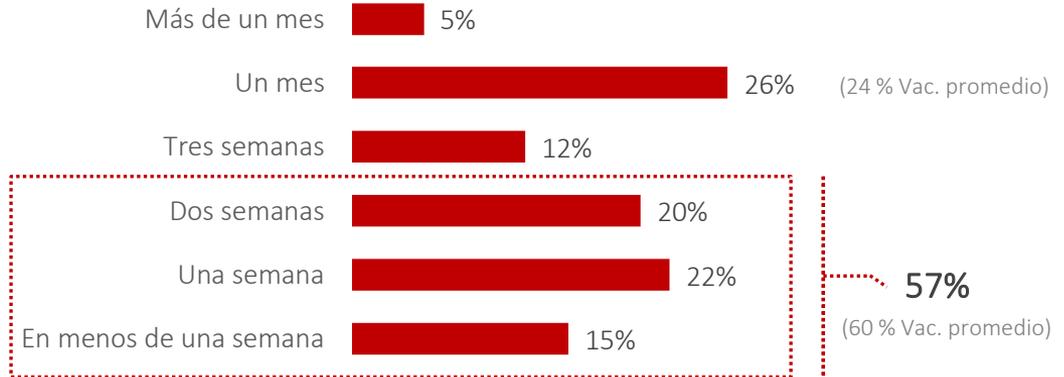
*Porcentaje respecto a la muestra total vacacionista

¿Planificaron su viaje?

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



¿Con cuánta anticipación planificaron su viaje?



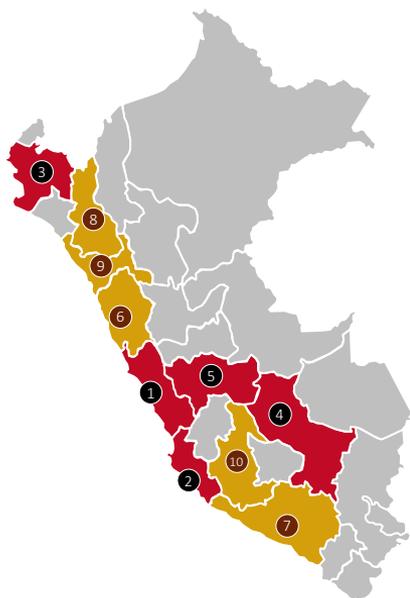
¿Buscaron información antes de viajar?

- ✓ “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.



Top 10 – Regiones visitadas

1	Lima Región	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	Ayacucho	4 %

Principales provincias visitadas en Ica

Ica	68 %	→ (64% Vac. prom.)
Pisco	24 %	

Principales provincias visitadas en Lima

Lima Metropolitana	32 %	→ (30% Vac. prom.)
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.



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

Fuera de la
región

S/619

(Vac. Prom. S/594)

Sin paquete
turístico

S/477

(Vac. Prom. S/464)

Dentro de la
región

S/227

(Vac. Prom. S/227)

Con paquete
turístico

S/741

(Vac. Prom. S/772)

¿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		(Vac. prom.)
Alojamiento pagado	Hotel 4 o 5 estrellas	2 %
	Hotel/hostal 3 estrellas	14 %
	Hotel/hostal 1 o 2 estrellas	24 %
	Albergue/hostel	19 %
	Casa de familiares o amigos	24 %
	Casa de hospedaje pagada / bungalow / Club	11 %
	Otros *	6 %

Número de noches

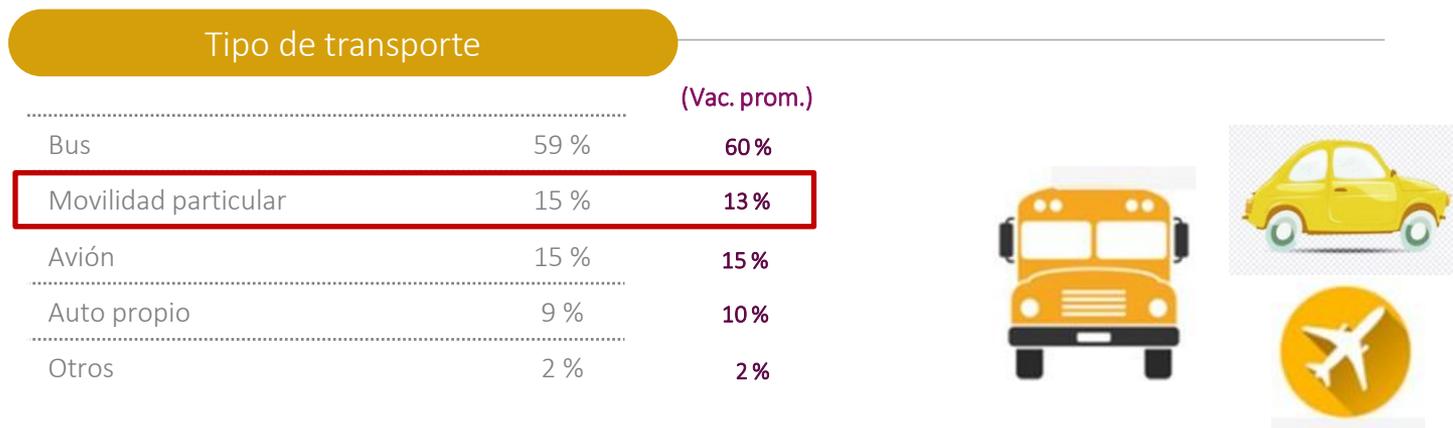
5 noches
(Vac. promedio: 4 noches)



* 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**.



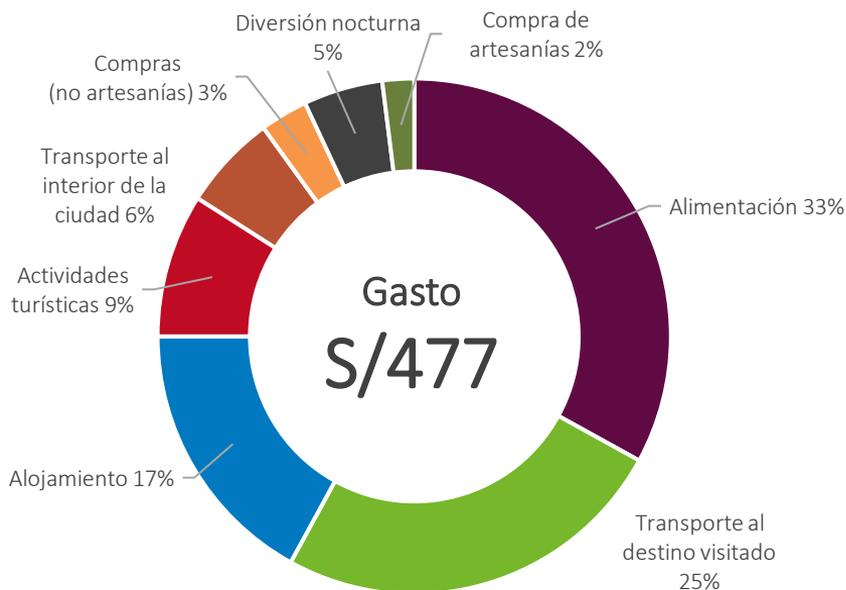
¿Qué actividades realizaron durante el viaje?

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**.

A man in a red jacket and a woman in a tan jacket are holding hands and celebrating in a tunnel of waterfalls. The water is cascading down the walls of the tunnel, creating a dramatic and scenic environment. The couple is in the center of the frame, with their arms raised in joy. The background is filled with the sound and sight of water falling over a rocky structure.

El **54 %**
pertenece al
NSE C

Visitaron
principalmente
Lima e Ica

7 de cada
10 se alojaron
en **hospedajes**
pagados

Pernoctaron **5**
noches, una
más que el
vacacionista
promedio

El gasto
promedio fue
de **S/486**,
siendo el del
millennial de
S/501



2019

TURISMO EN CIFRAS

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2019