

# Perfil del Vacacionista Nacional

## El Turismo en Cifras

2014

TURISMO  
INTERNO



**Perfil del Vacacionista Nacional 2014**

Una publicación de la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo - PROMPERU.  
Calle Uno Oeste N° 50, Urb. Córpac,  
San Isidro, Lima 27, Perú  
Teléfono: (51-1) 616-7300

[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)

© PromPerú. Todos los derechos reservados.

Hecho el Depósito Legal en la  
Biblioteca Nacional del Perú N° 2015-17631  
Imprenta: Azagraphic (Av. José Leal 257, Lince)  
Lima, diciembre de 2015  
Distribución gratuita. Prohibida su venta.

**Investigación:**

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

**Producción editorial:**

Josué Figueroa Escobar - Grafitti.pe

**Diseño y diagramación:**

María del Carmen Sáenz

**Edición de textos:**

Antonio Yong Martínez

**Edición fotográfica:**

Roger Riega

**Producción:**

Subdirección de Producción -  
Dirección de Comunicaciones e Imagen País, PROMPERÚ.



Primera edición - Diciembre 2015.

# Contenido

	Presentación .....	5
	Introducción.....	7
	Estadísticas .....	8
	Resumen ejecutivo.....	10
<b>1</b>	<b>El turismo interno .....</b>	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>El vacacionista nacional .....</b>	<b>17</b>
<b>3</b>	<b>Ciudades emisoras .....</b>	<b>29</b>
<b>4</b>	<b>Mejor prospecto de vacacionista nacional.....</b>	<b>41</b>
	<b>Anexos</b>	
	• Glosario .....	44
	• Ficha metodológica.....	46

Los vacacionistas nacionales que viajaron por el Perú generaron un movimiento económico de **S/. 2 230 millones** durante el 2014.

# Presentación

El turismo interno es uno de los principales motores de la economía nacional y una herramienta integradora, pues nos permite a los peruanos ampliar nuestros conocimientos sobre la diversidad geográfica, biológica y cultural del país. El Perú tiene una de las economías más estables del mundo, la cual lleva creciendo ininterrumpidamente más de década y media. Esta mejora sostenida ha hecho posible que los peruanos dispongan de mayores ingresos para destinarlos a viajar por el país con fines de recreación u ocio, es decir, como vacacionistas.

Esta relevancia nos obliga a buscar las herramientas adecuadas para conocer los hábitos, preferencias y otras características personales, sociales, económicas y culturales de los vacacionistas nacionales. Conocer a estos viajeros les permite a los empresarios turísticos, gremios, inversionistas, sector académico y autoridades de todo el país, alentar la generación de una experiencia turística de calidad para nuestros visitantes.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y PROMPERÚ desarrollan anualmente estudios de mercado con el mencionado propósito, tanto del turismo receptivo como del interno, y presentan los principales resultados en la colección EL TURISMO EN CIFRAS. En ese sentido, el Perfil del Vacacionista Nacional 2014 tiene como objetivo permitir a las empresas prestadoras de servicios y gremios turísticos, gobiernos regionales y locales, potenciales inversionistas, entre otros, contar con información relevante sobre dicho segmento para el crecimiento de sus negocios y la mejora de la experiencia de los visitantes.

Para acceder a la publicación completa, ingrese aquí [www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe).

**Magali Silua Velarde-Álvarez**  
Ministra de Comercio Exterior y Turismo



# Introducción

## ¿En qué consiste el Perfil del Vacacionista Nacional 2014?

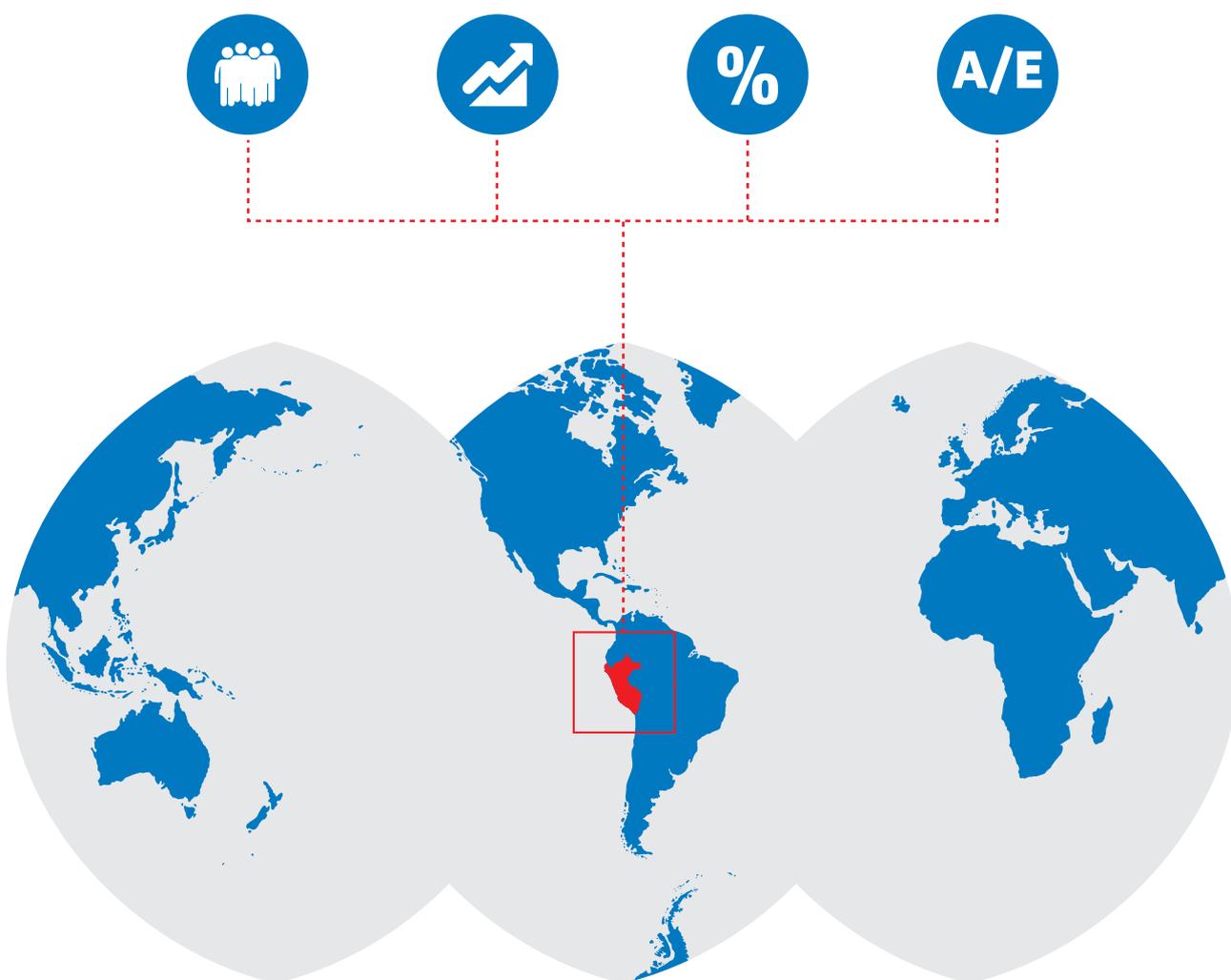
- El Perfil del Vacacionista Nacional 2014 es el resultado de un estudio elaborado para conocer el comportamiento de los peruanos que viajan por el Perú por vacaciones, recreación u ocio.
- El universo del estudio estuvo conformado por:
  - Hombres y mujeres entre 18 y 64 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos (NSE) A, B y C, que residen en Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y, por primera vez, Piura.
  - Que hayan realizado al menos un viaje por vacaciones o recreación en el último año.
- El objetivo general del estudio fue conocer las características y los hábitos de los vacacionistas nacionales, así como indagar sobre sus principales motivaciones para viajar por el Perú.

## ¿Para qué sirve?

- El informe y su posterior análisis se convierten en una herramienta fundamental para conocer, entender y valorar las características, motivaciones, costumbres, intereses y gastos de los peruanos que realizan viajes por recreación dentro del territorio nacional.
- Ofrece información concreta, confiable y actualizada para la planificación de proyectos, la mejora de servicios y la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico.
- Los empresarios, los inversionistas, los profesionales y todos los actores involucrados directa e indirectamente con el sector turismo pueden utilizar esta información para crear productos y servicios con valor agregado, cubrir las necesidades y satisfacer mejor las demandas de los viajeros nacionales.
- Las autoridades locales y regionales pueden tomar como base este estudio para emprender nuevos proyectos y tomar decisiones que favorezcan el turismo interno en su jurisdicción.
- Los estudiantes podrán desarrollar investigaciones y propuestas novedosas a partir de estos resultados y el público en general estará adecuadamente informado para participar en el debate público sobre temas turísticos y el desarrollo nacional.

## Indicadores económicos del Perú

El Perú tiene una de las economías más estables del mundo. Su producción lleva **17 años consecutivos en crecimiento** y su inflación es una de las más bajas de América Latina. Esta mejora sostenida ha hecho posible que los peruanos dispongan de mayores ingresos para destinarlos a viajar por el país con fines de recreación u ocio, es decir, como vacationistas.





**Población\***  
(habitantes)

2012: **30 135 875**  
2013: **30 475 144**  
2014: **31 151 643**



**Crecimiento PBI\***  
(variación % anual)

2012: **5,95%**  
2013: **5,77%**  
2014: **2,35%**



**Inflación anual**

**Perú\***  
(variación % acumulada)

2012: **2,65%**  
2013: **3,08%**  
2014: **3,20%**

**Lima Metropolitana\***  
(variación % acumulada)

2012: **2,65%**  
2013: **2,86%**  
2014: **3,22%**



**Nivel Socioeconómico 2014**

**Perú\*\***

NSE A: **1,8%**  
NSE B: **10,2%**  
NSE C: **25,5%**  
NSE D: **24,3%**  
NSE E: **38,2%**

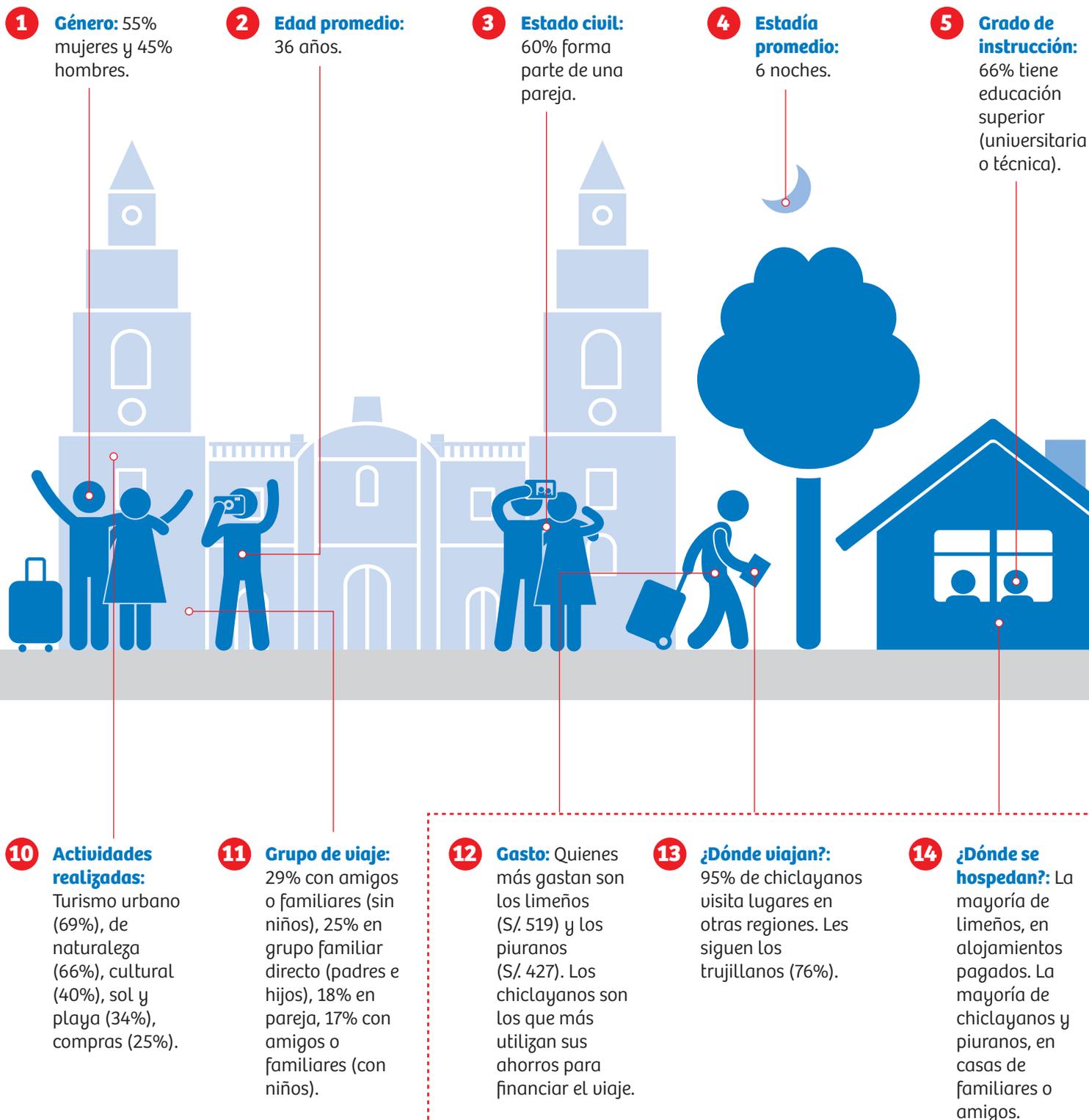
**Lima Metropolitana\*\***

NSE A: **4,4%**  
NSE B: **18,4%**  
NSE C: **43,2%**  
NSE D: **25,2%**  
NSE E: **8,8%**

Nota: El INEI publica la inflación anual a nivel nacional desde el 2013. Este cálculo incluye información de precios en 26 ciudades.  
Fuentes: (\*) Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).  
(\*\*) Asociación Peruana de Empresas Investigadoras de Mercado (APEIM).

# Resumen ejecutivo

## ¿Qué caracteriza al vacacionista nacional?



Principales ciudades emisoras

Las encuestas se realizaron a personas de los NSE A, B y C que el 2014 realizaron al menos un viaje, por recreación u ocio, dentro del Perú.

- 6 Gasto:** S/. 498 en promedio (incluye todos los desembolsos efectuados durante el viaje, incluyendo el transporte). El movimiento económico total fue de S/. 2 230 millones.
- 7 Motivo del viaje:** 37% viaja para descansar o relajarse, 16% para salir con la familia, 15% para conocer nuevos lugares.
- 8 Planificación del viaje:** 30% lo hace en una semana y 46%, en un mes o más.
- 9 Regiones visitadas:** Lima (32%), Ica (9%), La Libertad, Junín y Arequipa (7% en cada caso).



- 15 Mejor prospecto:** Residentes en Lima que realizan viajes fuera de su región y se hospedan en hoteles de 3 estrellas o más. Dinamizan el sector turístico porque gastan notoriamente más que el promedio.
- 16 Gasto y estadía promedio:** S/. 913 y 6 noches.
- 17 Transporte:** 50% en ómnibus. El transporte aéreo es la segunda opción (34%).
- 18 Búsqueda de información:** Más del doble que el vacacionista promedio: 37% versus 16% (consultas antes del viaje).

Durante el 2014, **1,76 millones de peruanos** recorrieron el país por vacaciones, recreación u ocio. El total de viajes que realizaron fue de 4,48 millones.



1

# El turismo interno



## ¿Por qué es importante?

- Porque contribuye a distribuir el ingreso nacional y, por ende, a expandir el progreso económico.
- Porque brinda a los peruanos la oportunidad de conocer el país y sus variadas manifestaciones culturales.
- Porque ayuda a crear conciencia sobre la preservación y protección de nuestro patrimonio histórico, cultural y natural.



El 2014,  
**1,76 millones**  
de vacacionistas nacionales  
recorrieron el Perú.



Los vacacionistas nacionales realizaron  
**4,48 millones**  
de viajes por el interior del país durante el 2014.

## ¿Cuál fue el ingreso económico generado?

El gasto promedio de los vacacionistas nacionales que viajaron fuera de su región, fue más del doble del que realizaron quienes viajaron dentro de su región (S/.626 y S/.258, respectivamente).



El 2014, el movimiento económico generado por los vacacionistas nacionales ascendió a  
**S/. 2 230 millones**



Las ciudades emisoras de vacacionistas consideradas en el estudio son:



Arequipa



Chiclayo



Huancayo



Lima

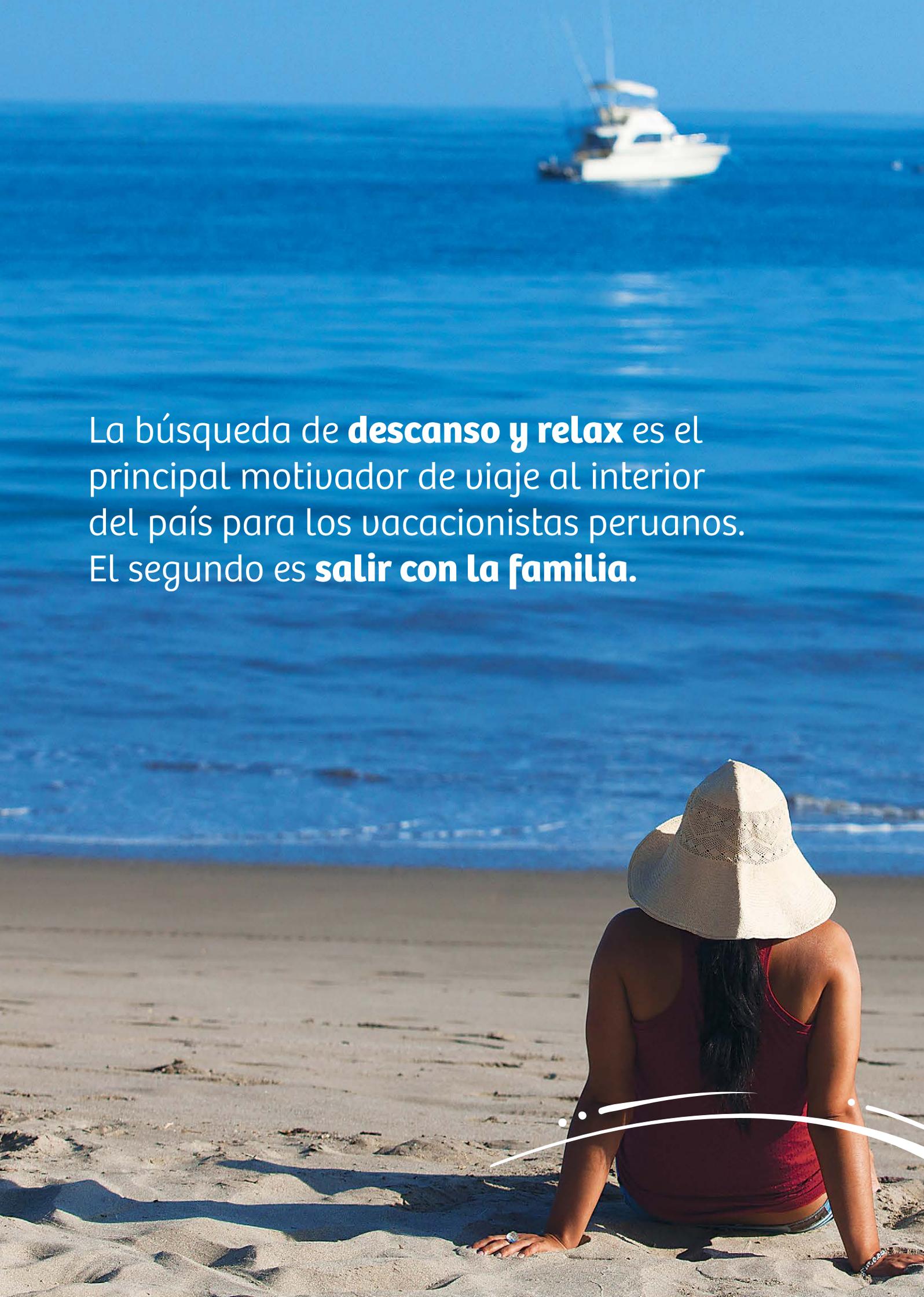


Trujillo



Piura





La búsqueda de **descanso y relax** es el principal motivador de viaje al interior del país para los vacationistas peruanos. El segundo es **salir con la familia**.

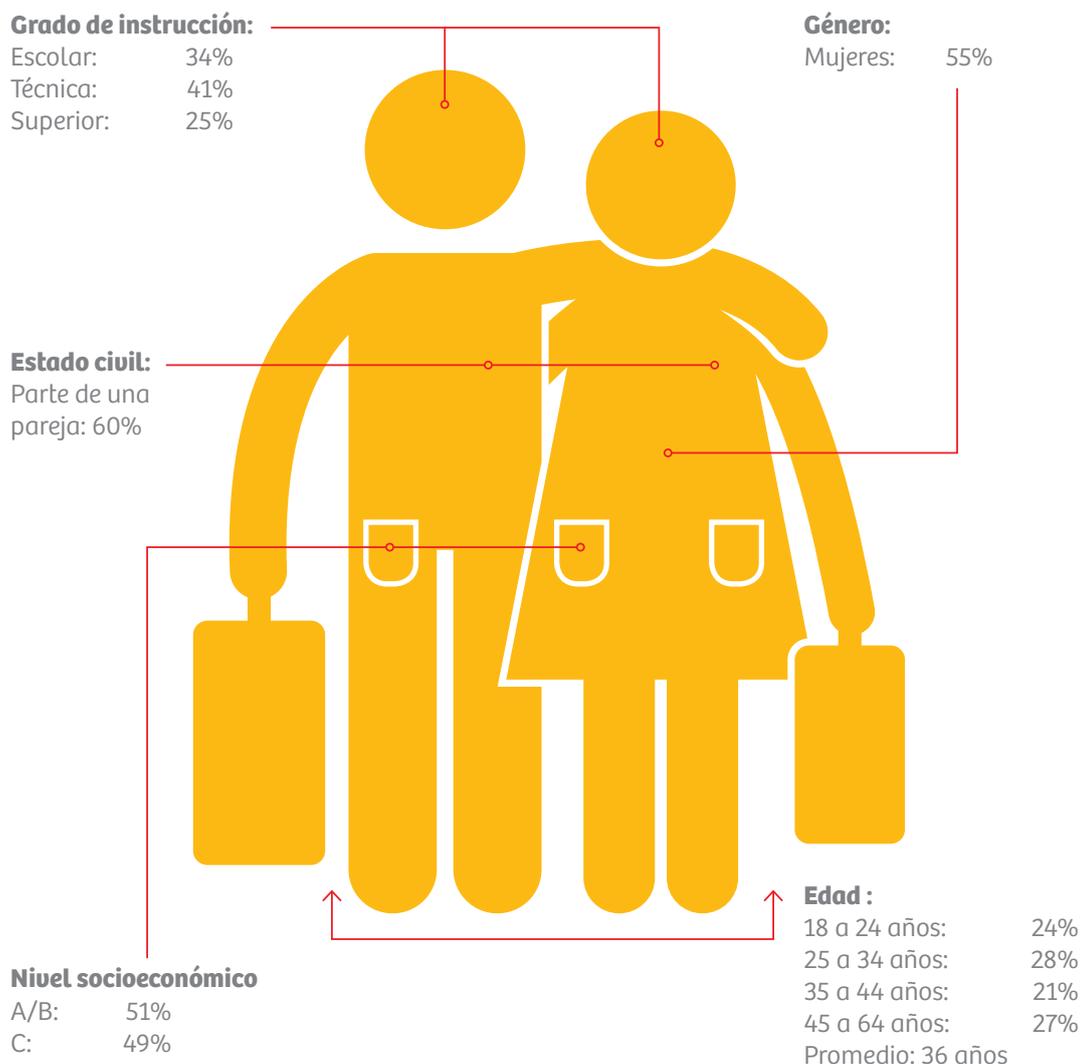
2

# El vacationista nacional

## ¿Quiénes son?

- La mayor parte son mujeres (55%).
- La edad promedio es 36 años.
- 6 de cada 10 forman parte de una pareja (casados o convivientes).
- En cuanto al grado de instrucción, la mayoría posee estudios superiores (universitarios o técnicos).
- Más de la mitad pertenece a los NSE A y B (51%).

El 57% considera que los comentarios y experiencias de familiares y amigos despiertan su interés por viajar dentro del Perú.





**37%**  
Descansar / relajarse

## Motivación del viaje

- La principal es descansar y relajarse, especialmente entre los vacacionistas chiclayanos (45% de todas las menciones) y arequipeños (40%).
- En segundo lugar figura salir con la familia. Este elemento es importante particularmente para los arequipeños (24%), huancaínos y piuranos (21% en cada caso).
- El vacacionista nacional también busca conocer nuevos lugares. Esta motivación destaca en los jóvenes entre 18 y 24 años.



**16%**  
Salir con la familia



**15%**  
Conocer nuevos lugares



**11%**  
Diversión



**7%**  
Conocer atractivos turísticos



**4%**  
Salir de la rutina



**3%**  
Compartir tiempo con las amistades



**3%**  
El clima



**3%**  
Conocer otras costumbres

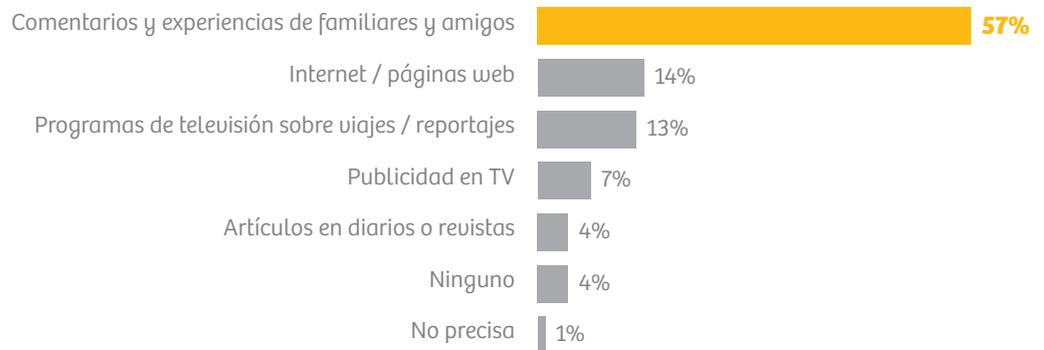


**3%**  
Fiestas patronales

Total: 100%

## ¿Qué medios despiertan el interés por viajar?

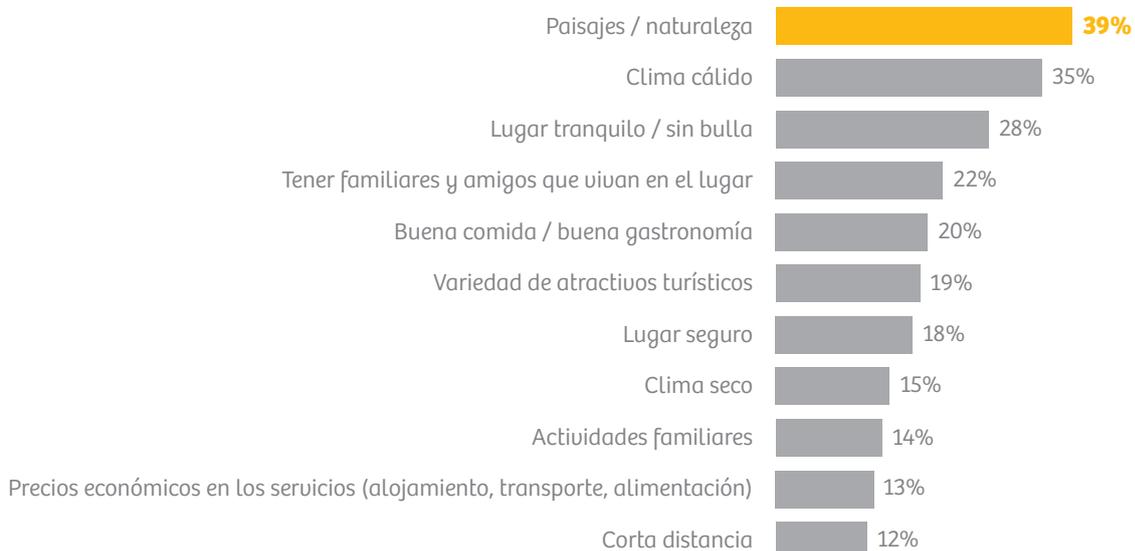
- Los comentarios y experiencias de otros viajeros se mantienen como el principal medio que despierta el interés por viajar dentro del Perú, siendo especialmente relevante para los trujillanos.
- En segundo lugar figura la información publicada en Internet, sobre todo para los arequipeños.
- Los reportajes televisivos sobre viajes también influyen en la decisión de viajar, sobre todo para los piuranos.



Total: 100%

## ¿Qué aspectos se toman en cuenta para elegir un destino?

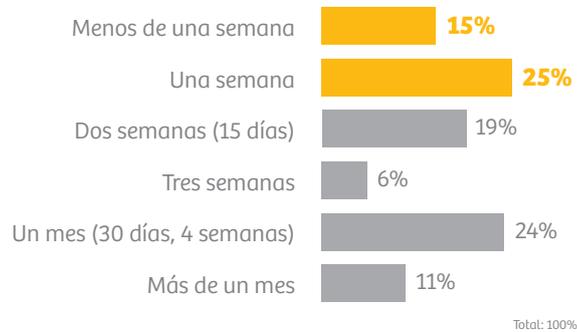
- El interés por disfrutar de paisajes, de la naturaleza, y la búsqueda de destinos con clima cálido son los atributos más importantes al momento de escoger un lugar para viajar.
- Además, se toma en cuenta la tranquilidad y la presencia de familiares y amigos en el lugar elegido.



Total: múltiple

# Planificación del viaje

- Son los más jóvenes (de 18 a 24 años) quienes dedican menos tiempo para planificar su viaje dentro del país.
- El 40% de los vacacionistas nacionales que planifican su viaje lo hacen en una semana o menos.



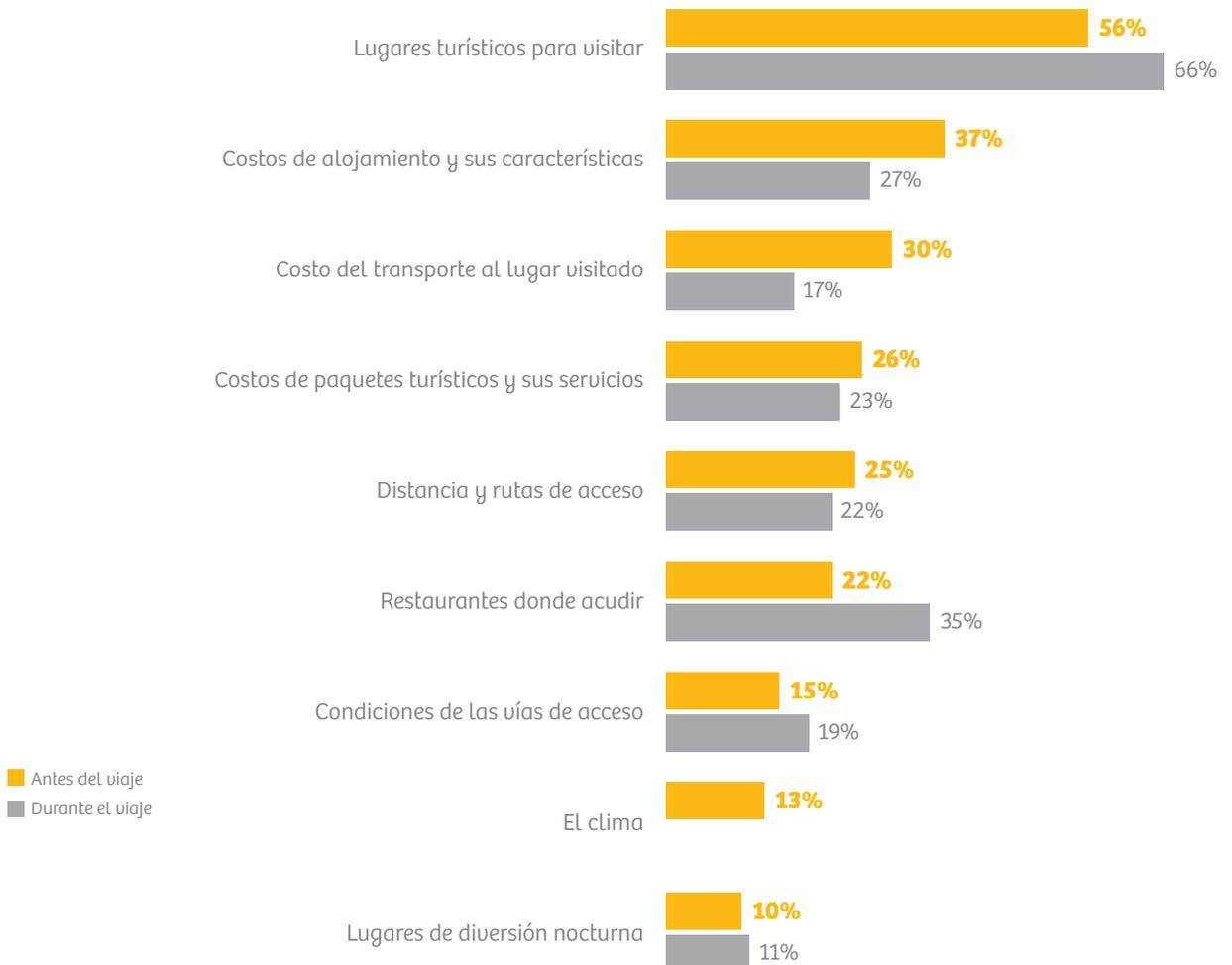
# Búsqueda de información

- Solamente el 16% busca información antes de realizar el viaje (el 22% en los NSE A y B).
- El mismo porcentaje lo hace durante el viaje.
- El motivo para la no búsqueda de información que recibe más menciones (43%) es porque vuelven a visitar lugares ya conocidos. El segundo factor es porque tienen referencias previas del lugar (33%).



## ¿Qué tipo de información turística busca?

- Quienes buscan información, indagan principalmente acerca de qué lugares turísticos visitar.
- En segundo lugar, figuran los costos: de alojamiento, de transporte y de paquetes turísticos.

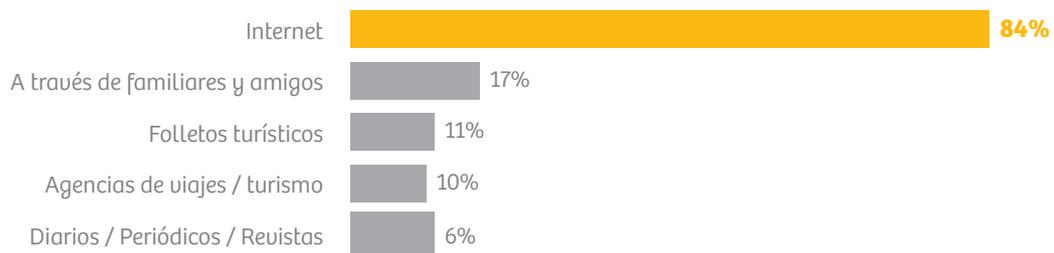


## ¿Dónde busca la información?



### Antes del viaje:

- El medio más utilizado es Internet. Destaca el uso de plataformas especializadas como [www.ytuqueplanes.com](http://www.ytuqueplanes.com) (23% de las menciones) y [www.turismoperu.info](http://www.turismoperu.info) (15%).
- La segunda fuente de consulta son los familiares y amigos.

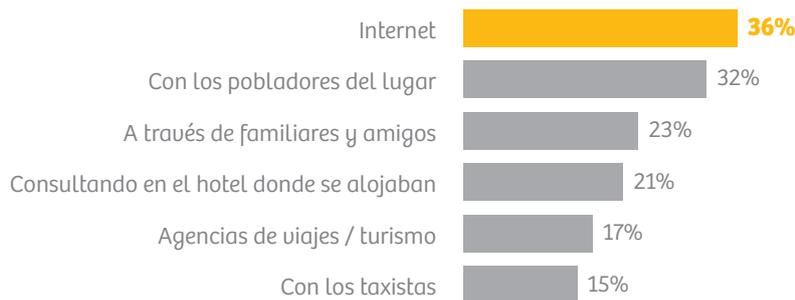


Total: múltiple



### Durante el viaje:

- Internet se mantiene en primer lugar, aunque con menos menciones (36%).
- Los pobladores del lugar visitado son la segunda fuente de consulta.



Total: múltiple

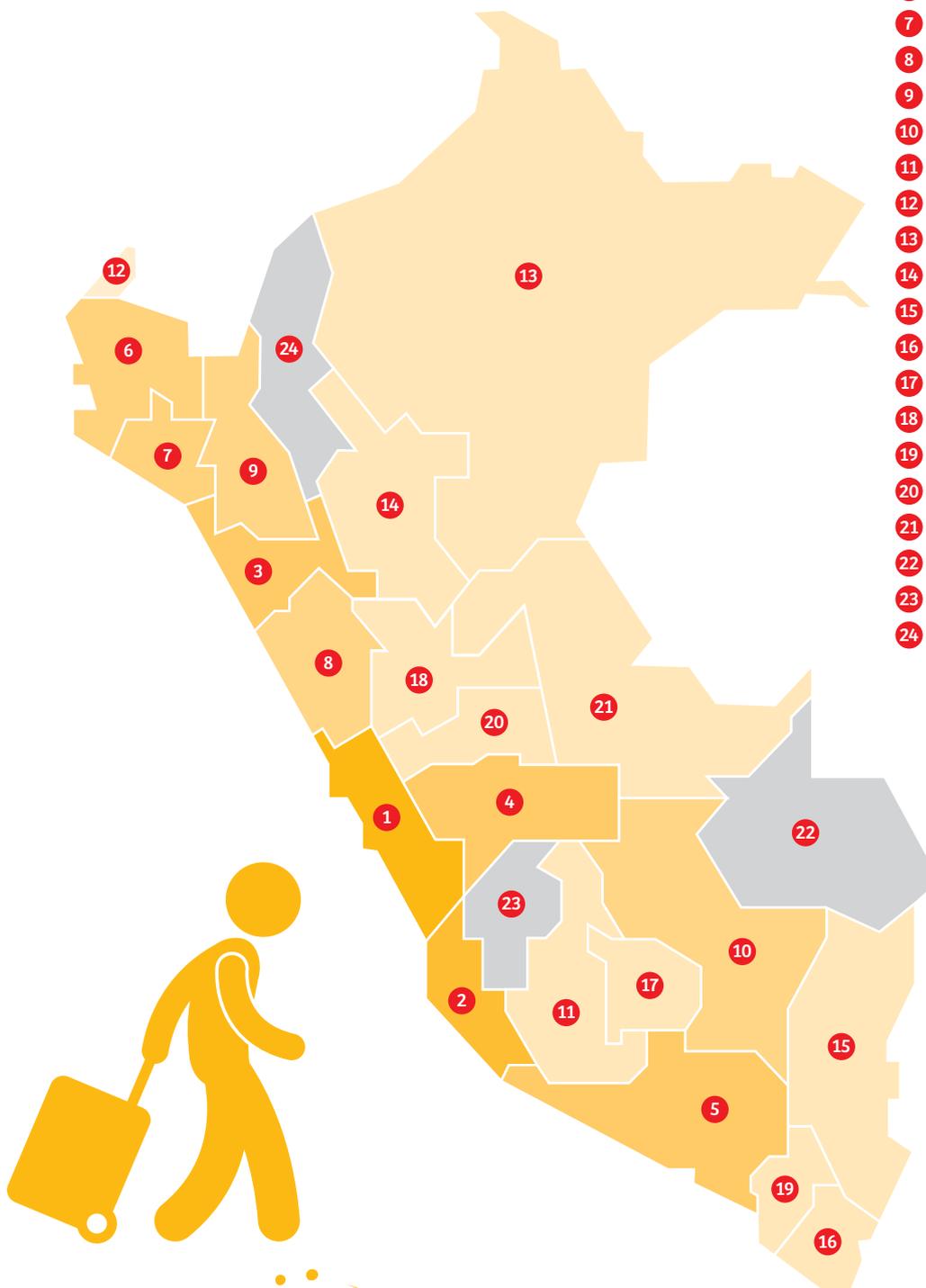
## ¿Qué medios alternativos utilizan?

- El 57% de los vacacionistas nacionales que buscan información en Internet antes o durante el viaje, ha visitado el sitio [www.ytuqueplanes.com](http://www.ytuqueplanes.com) y cerca de la mitad consultó el sitio [www.turismoperu.info](http://www.turismoperu.info).
- Más de la mitad posee un smartphone. Aunque solo la tercera parte de ellos lo utiliza para buscar información turística, el 64% lo usa para comentar su viaje en las redes sociales.

## ¿Dónde van?

- Los destinos más visitados están ubicados en las regiones de Lima, Ica, La Libertad, Junín y Arequipa, que acumulan en conjunto el 62% de los viajes por vacaciones, recreación u ocio.
- En Lima, las provincias más visitadas son Lima, Cañete y Canta (74% del total).

1	<b>Lima</b>	<b>31,8%</b>
2	Ica	9,5%
3	La Libertad	7,0%
4	Junín	6,8%
5	Arequipa	6,8%
6	Piura	5,7%
7	Lambayeque	5,5%
8	Áncash	4,3%
9	Cajamarca	4,0%
10	Cusco	3,8%
11	Ayacucho	2,5%
12	Tumbes	2,1%
13	Loreto	1,5%
14	San Martín	1,4%
15	Puno	1,2%
16	Tacna	1,1%
17	Apurímac	1,0%
18	Huánuco	0,9%
19	Moquegua	0,8%
20	Pasco	0,6%
21	Ucayali	0,6%
22	Madre de Dios	0,4%
23	Huancavelica	0,3%
24	Amazonas	0,3%



# ¿Qué actividades turísticas realizan?

Hay que tener en cuenta que, en general, los vacacionistas no viajan para realizar una sola actividad turística, sino que escogen una combinación de dos o más alternativas.



- La principal es el turismo urbano (69% de las menciones): pasear por parques, plazas y visitar iglesias, catedrales, conventos.
- Le sigue, con 66% de las menciones, el turismo de naturaleza: pasear por zonas naturales, observar flora y fauna.
- En tercer lugar se ubica el turismo cultural (40%): visitar sitios arqueológicos y museos, así como participar en festividades y visitar comunidades.



**69%**  
Turismo urbano



**66%**  
Turismo de naturaleza



**40%**  
Turismo de cultura



**34%**  
Turismo de sol y playa



**25%**  
Compras



**22%**  
Diversión y entretenimiento



**7%**  
Turismo de aventura



**23%**  
Otros

# ¿En qué época del año viajan?



Principalmente en **febrero, julio, agosto, octubre y diciembre**. En el caso de las familias, probablemente por la coincidencia de esas fechas con las vacaciones de los hijos.

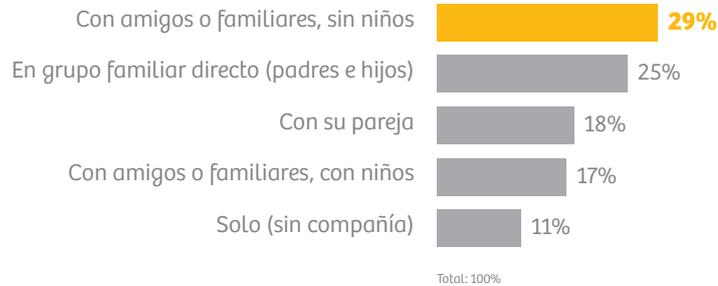
Total: múltiple

## ¿Cómo viajan?

### ¿Con quiénes viajan?

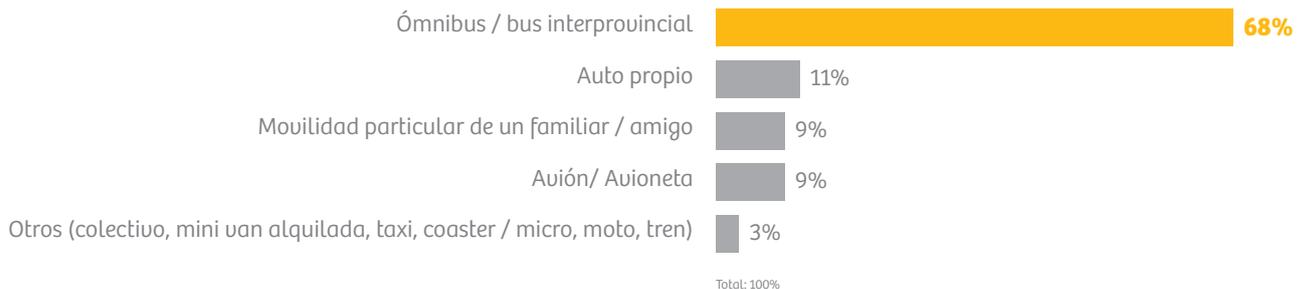
- El grupo de viaje preferido está conformado por amigos o familiares, sin niños. La mayor incidencia ocurre en los vacacionistas de 18 a 24 años.
- En segundo lugar, se encuentra el vacacionista que viaja en grupo familiar directo (padres e hijos), sobre todo entre quienes tienen de 35 a 64 años.
- El grupo de viaje promedio está integrado por 4 personas.

El 97%  
declara haber  
viajado por cuenta  
propia (sin utilizar  
agencias de viaje o  
turismo). De ellos, el 8%  
contrató un tour guiado  
durante su visita.



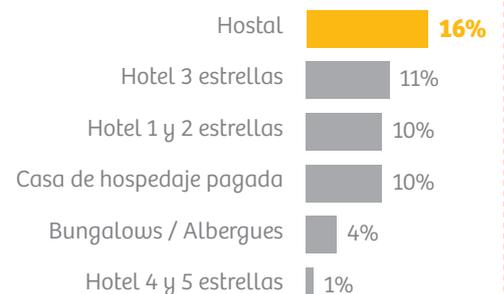
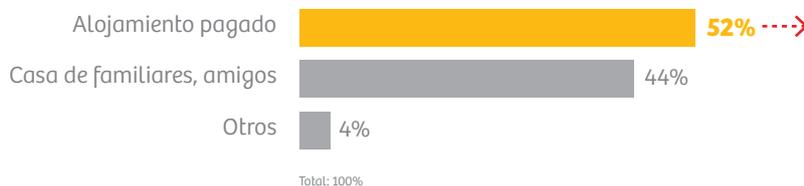
### ¿Cómo se movilizan?

- El principal medio usado para trasladarse al interior del país es el ómnibus.



### ¿Dónde se hospedan?

- El 52% se hospeda en alojamientos pagados. Ese porcentaje aumenta hasta 58% para los vacacionistas de los NSE A y B.
- El resto, en casas de familiares o amigos, campamentos o casas propias.





Gasto promedio por turista  
**S/. 498**

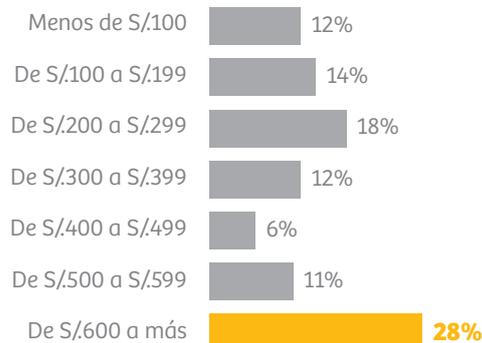


Permanencia promedio por turista  
**6 noches**

## Gasto y estadía

### ¿Cuánto gastan?

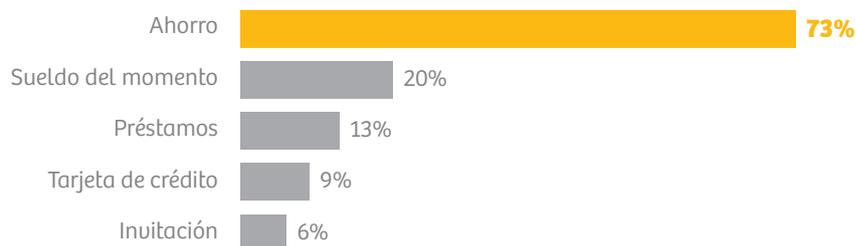
- El 2014, el vacacionista nacional gastó S/. 498 en promedio durante su viaje. Este monto considera todos los desembolsos efectuados durante el viaje, incluyendo el transporte.
- Cabe destacar que el 28% gastó más de S/. 600. Le siguió en importancia el rango de gasto entre S/. 200 y S/. 299 (18% del total).
- Si el viaje se realiza fuera de la región donde reside el vacacionista, el gasto promedio es más del doble que el de un viaje dentro de la región.
- Quienes se hospedan en establecimientos pagados gastan más que quienes se alojan en casas de amigos o familiares.
- Quienes viajan en ómnibus gastan más que quienes lo hacen en auto propio.



Total: 100%

### ¿Cómo financian el viaje?

- Los ahorros son la principal fuente de financiamiento (73% de las menciones), especialmente para los vacacionistas chiclayanos y arequipeños (78% y 75%, respectivamente).
- Las otras alternativas de financiamiento tienen una relevancia menor.
- Quienes utilizan tarjetas de crédito, otorgan su preferencia a Visa y MasterCard.



Total: múltiple

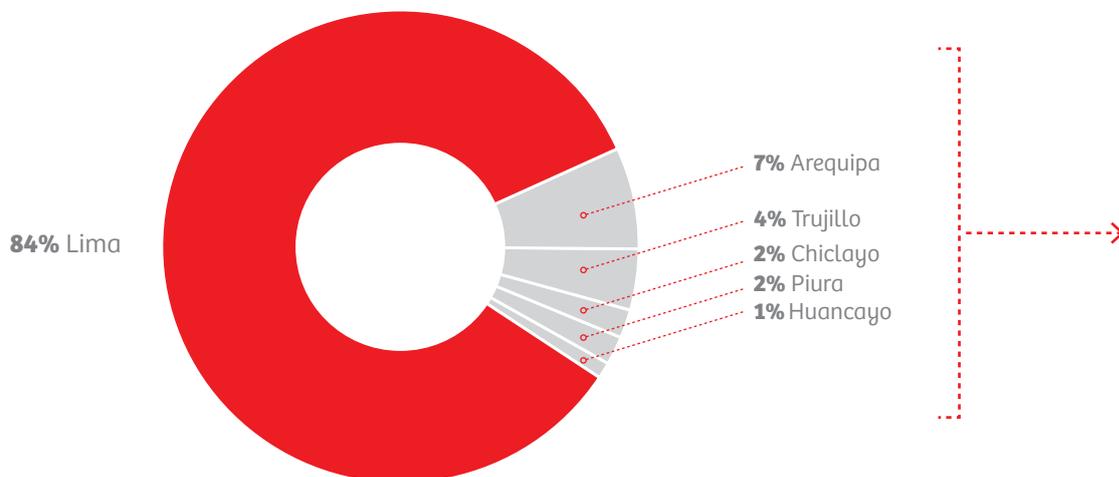
Las ciudades emisoras de vacacionistas consideradas en el estudio son: **Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Piura y Huancayo**. A continuación, presentamos las características del vacacionista de cada una de ellas.



3

# Ciudades emisoras





## Lima

- El **84%** de los traslados que el 2014 se realizaron a nivel nacional por vacaciones tuvieron a la capital del Perú como punto de partida.
- Esto representó un total de **3 736 113 viajes**.
- Estos viajes originaron un movimiento económico de **S/. 1940,2 millones**.



## Arequipa

- Un total de **310 697** viajes hacia el resto del país se iniciaron en la Ciudad Blanca (7% del total).
- El movimiento económico generado sumó **S/. 120,3 millones**.



## Trujillo

- Un total de **165 493 viajes** se iniciaron en esta ciudad (4% del total).
- Los vacacionistas trujillanos generaron un movimiento económico de **S/. 61,4 millones**.





**84%** Lima



**7%** Arequipa



**4%** Trujillo



**2%** Chiclayo



**2%** Piura



**1%** Huancayo



## Chiclayo

- Esta ciudad fue el origen de **100 771 viajes**, lo que representó el 2% del total.
- Los viajes desde Chiclayo generaron **S/. 42,7 millones**.



## Piura

- **96 379** vacacionistas piuranos viajaron por el país el 2014 (2% del total).
- Estos viajes generaron **S/. 41,2 millones**.



## Huancayo

- Esta ciudad emitió **67 125 viajes** al resto del país el 2014 (1% del total).
- El movimiento económico generado por los vacacionistas huancaínos ascendió a **S/. 24,2 millones**.

# Gasto y permanencia



## Lima

- El gasto de viaje promedio del vacacionista limeño fue **S/. 519**, superior en **S/. 42**, respecto de lo reportado el 2013.
- La estadía promedio aumentó a **6 noches**.
- El gasto promedio de limeños que viajan fuera de la región (Lima Metropolitana, Callao y Lima Provincias) y se alojan en hospedajes pagados (**S/. 831**) es mayor que el gasto promedio de los vacacionistas limeños en general (**S/. 519**).
- El principal medio para financiar el viaje corresponde a los ahorros (**73%** de las menciones).



## Arequipa

- El gasto de viaje promedio del vacacionista arequipeño fue **S/. 387**, superior en **S/. 21** con respecto al 2013.
- La estadía promedio aumentó a **6 noches**.
- El gasto promedio de los vacacionistas arequipeños que viajan fuera de la región Arequipa y se alojan en hospedajes pagados (**S/. 655**) es superior al gasto promedio de los vacacionistas arequipeños en general (**S/. 387**).
- El principal medio para financiar el viaje corresponde a los ahorros (**75%** de las menciones).



## Trujillo

- El gasto de viaje promedio del vacacionista trujillano fue **S/. 371**, inferior en **S/. 34** al reportado el 2013.
- La estadía promedio aumentó a **5 noches**.
- El gasto promedio de los vacacionistas trujillanos que viajan fuera de la región La Libertad y se alojan en hospedajes pagados (**S/. 518**) es mayor que el gasto promedio de los vacacionistas trujillanos en general (**S/. 371**).
- El principal medio para financiar el viaje corresponde a los ahorros (**74%** de las menciones).



## Chiclayo

- El gasto de viaje promedio del vacacionista Chiclayano fue **S/.424**, superior en S/64 al reportado el 2013.
- La estadía promedio aumentó a **6 noches**.
- El gasto promedio de los vacacionistas chiclayanos que realizaron viajes fuera de la región Lambayeque se incrementó en **S/74**.
- El principal medio para financiar el viaje corresponde a los ahorros (**78%** de las menciones).



## Piura

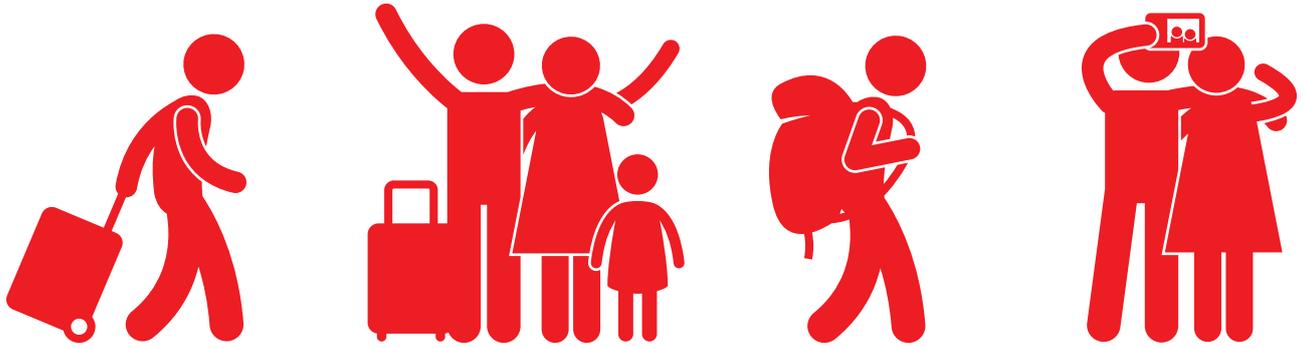
- El vacacionista piurano gasta en promedio **S/. 427** durante su viaje.
- La estadía promedio fue de **6 noches**.
- El gasto promedio de los piuranos que viajan fuera de la región Piura y se alojan en hospedajes pagados (**S/.633**) es superior al gasto promedio de los vacacionistas piuranos en general.
- El principal medio para financiar el viaje corresponde a los ahorros (**67%** de las menciones).



## Huancayo

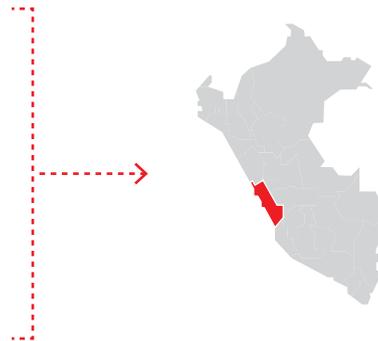
- El gasto de viaje promedio del vacacionista huancaíno fue **S/. 360**, inferior en **S/. 23** respecto al 2013.
- La estadía promedio se mantuvo en **6 noches**.
- El gasto promedio de los vacacionistas huancaínos que viajaron fuera de la región Junín y se alojaron en hospedajes pagados (**S/.511**) es superior al gasto de quienes se alojan en hospedajes pagados dentro de la región (**S/.292**).
- El principal medio para financiar el viaje corresponde a los ahorros (**57%** de las menciones), aunque tiene menor peso que en las otras ciudades emisoras.

# Características demográficas



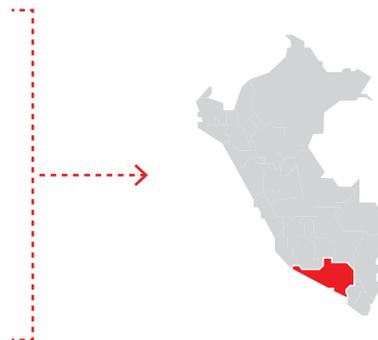
## Lima

- La mayoría son mujeres **(56%)**.
- La edad promedio es **36 años**.
- El **61%** forma parte de una pareja.
- El **63%** posee educación superior (técnica o universitaria).
- El **51%** pertenece a los NSE A y B.



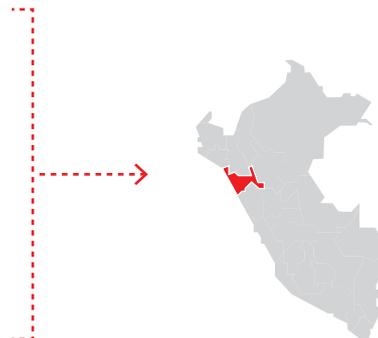
## Arequipa

- La mayoría son mujeres **(56%)**.
- La edad promedio es **36 años**.
- El **52%** forma parte de una pareja.
- El **78%** posee educación superior (técnica o universitaria).
- El **54%** pertenece a los NSE A y B.



## Trujillo

- La mayoría son mujeres **(55%)**.
- La edad promedio es **36 años**.
- El **61%** forma parte de una pareja.
- El **76%** posee educación superior (técnica o universitaria).
- El **54%** pertenece al NSE C.





### Chiclayo

- La mayoría son mujeres **(56%)**.
- La edad promedio es **37 años**.
- El **58%** forma parte de una pareja.
- El **79%** posee educación superior (técnica o universitaria).
- El **54%** pertenece al NSE C.



### Huancayo

- La mayoría son mujeres **(56%)**.
- La edad promedio es **36 años**.
- El **60%** forma parte de una pareja.
- El **82%** posee educación superior (técnica o universitaria).
- El **55%** pertenece a los NSE A y B.



### Piura

- La mayoría son mujeres **(51%)**.
- La edad promedio es **35 años**.
- El **50%** forma parte de una pareja.
- El **74%** posee educación superior (técnica o universitaria).
- El **51%** pertenece a los NSE A y B.

# Lugares visitados

## Lima

- Las dos terceras partes de los vacationistas limeños viajan fuera de la región, principalmente a las ciudades de Ica, Trujillo, Chiclayo y Huancayo.

1	Lima	34%
2	Cañete	27%
3	Canta	11%
4	Huaral	9%
5	Huaura	7%
6	Huarochirí	5%
7	Barranca	4%
8	Oyón	3%

1	<b>Ica</b>	<b>17%</b>
	Ica	10%
2	<b>Junín</b>	<b>11%</b>
	Huancayo	5%
3	<b>La Libertad</b>	<b>10%</b>
	Trujillo	9%
4	<b>Lambayeque</b>	<b>9%</b>
	Chiclayo	8%

- Dentro de la propia región
- Fuera de la propia región



## Arequipa

- Más de la mitad de los vacationistas arequipeños viaja fuera de su región; mayormente a las ciudades de Lima, Cusco, Puno y Tacna.

1	Islay	43%
2	Camaná	28%
3	Caylloma	17%
4	Arequipa	4%
5	Castilla	3%
6	Caravelí	2%
7	Condesuyos	1%
8	La Unión	1%

1	<b>Lima</b>	<b>20%</b>
	Lima	18%
2	<b>Puno</b>	<b>19%</b>
	Puno	14%
3	<b>Cusco</b>	<b>18%</b>
	Cusco	17%
4	<b>Moquegua</b>	<b>16%</b>
	Ilo	10%
5	<b>Tacna</b>	<b>12%</b>
	Tacna	12%



## Trujillo

- Las dos terceras partes viajan fuera de la región La Libertad, siendo los destinos más visitados las ciudades de Lima, Cajamarca, Piura y Chiclayo.

1	Otuzco	22%
2	Pacasmayo	18%
3	Sánchez Carrión	14%
4	Ascope	13%
5	Gran Chimú	11%
6	Santiago de Chuco	8%
7	Trujillo	7%
8	Virú	4%
9	Chepén	2%
10	Bolívar	1%

1	<b>Lima</b>	<b>27%</b>
	Lima	26%
2	<b>Cajamarca</b>	<b>17%</b>
	Cajamarca	13%
3	<b>Piura</b>	<b>16%</b>
	Piura	10%
4	<b>Áncash</b>	<b>13%</b>
	Santa	7%
5	<b>Lambayeque</b>	<b>9%</b>
	Chiclayo	8%



- Dentro de la propia región
- Fuera de la propia región



## Chiclayo

- La gran mayoría de vacacionistas chiclayanos realiza viajes fuera de la región Lambayeque, siendo los destinos más visitados las ciudades de Lima, Trujillo, Cajamarca y Piura.

<b>1</b>	<b>Cajamarca</b>	<b>24%</b>
	Cajamarca	10%
<b>2</b>	<b>Lima</b>	<b>21%</b>
	Lima	20%
<b>3</b>	<b>La Libertad</b>	<b>17%</b>
	Trujillo	14%
<b>4</b>	<b>Piura</b>	<b>15%</b>
	Piura	10%

<b>1</b>	Lambayeque	67%
<b>2</b>	Chiclayo	17%
<b>3</b>	Ferreñafe	16%

## Huancayo

- La mayoría de vacacionistas huancaínos realiza viajes fuera de la región Junín, principalmente a las ciudades de Lima, Huancavelica y Huánuco.



<b>1</b>	<b>Lima</b>	<b>50%</b>
	Lima	48%
<b>2</b>	<b>Huancavelica</b>	<b>15%</b>
	Huancavelica	9%
<b>3</b>	<b>Huánuco</b>	<b>9%</b>
	Huánuco	7%
<b>4</b>	<b>Pasco</b>	<b>9%</b>
	Oxapampa	5%

<b>1</b>	Chanchamayo	43%
<b>2</b>	Satipo	21%
<b>3</b>	Jauja	12%
<b>4</b>	Tarma	9%
<b>5</b>	Yauli	5%

## Piura

- Más de la mitad de los vacacionistas piuranos viaja fuera de su región, siendo los destinos más visitados las ciudades de Lima, Chiclayo, Trujillo y Tumbes.



<b>1</b>	<b>Lima</b>	<b>32%</b>
	Lima	30%
<b>2</b>	<b>Lambayeque</b>	<b>21%</b>
	Chiclayo	20%
<b>3</b>	<b>La Libertad</b>	<b>16%</b>
	Trujillo	15%
<b>4</b>	<b>Tumbes</b>	<b>14%</b>
	Tumbes	10%

<b>1</b>	Talara	33%
<b>2</b>	Ayabaca	16%
<b>3</b>	Huancabamba	14%
<b>4</b>	Paita	14%
<b>5</b>	Morropón	8%
<b>6</b>	Sullana	7%
<b>7</b>	Piura	5%
<b>8</b>	Sechura	3%

## Características del viaje

### Lima

- El grupo de viaje está integrado, en promedio, por **4 personas**.
- El grupo más representativo es el que **viaja con amigos o familiares**, pero sin niños.
- La gran mayoría se traslada al lugar visitado en **ómnibus**.
- Más de la mitad se aloja en **establecimientos pagados**.
- Solo la cuarta parte de los vacacionistas limeños tiene auto propio. De ellos, más de la mitad acostumbra viajar en él.



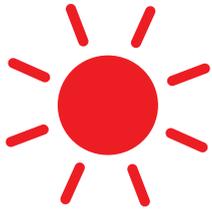
### Arequipa

- El grupo de viaje está integrado, en promedio, por **4 personas**.
- **Los viajes en familia** (padres e hijos) son los más frecuentes, seguidos de los viajes en grupos de amigos o familiares (sin niños).
- El principal medio de transporte es el **ómnibus**.
- El **48%** se hospeda en casas de familiares o amigos y el 44%, en alojamientos pagados.



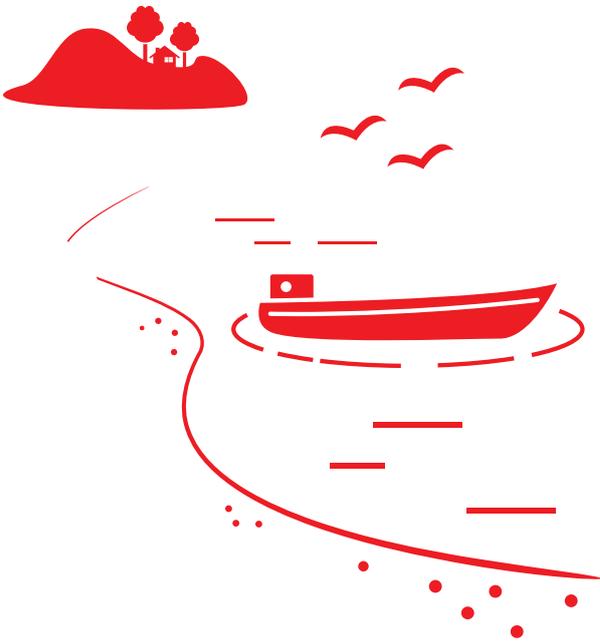
### Trujillo

- El grupo de viaje está integrado, en promedio, por **3 personas**.
- Los **viajes en familia** (padres e hijos) son los más frecuentes, seguidos de los viajes en grupos de amigos o familiares (sin niños).
- La mayoría se traslada en **ómnibus** (86% de las menciones).
- La proporción entre quienes se alojan en establecimientos pagados y quienes lo hacen en casas de familiares o amigos es similar.



## Chiclayo

- El grupo de viaje está integrado, en promedio, por **3 personas**.
- Los **viajes en familia** son los mayoritarios (33% del total).
- La mayoría se traslada en **ómnibus** (83% de las menciones).
- La gran mayoría se aloja en **casas de familiares** o amigos.



## Huancayo

- El grupo de viaje está integrado, en promedio, por **3 personas**.
- Los **viajes en familia** (padres e hijos) son los mayoritarios (35% del total).
- El 70% viaja en **ómnibus**.
- El 48% se aloja en **establecimientos pagados** y el 46%, en casas de familiares o amigos.



## Piura

- El grupo de viaje está integrado, en promedio, por **3 personas**.
- Los grupos de viaje más frecuentes son con **amigos o familiares**, pero sin niños (27%), en familia (24%) y en pareja (22%).
- El **ómnibus** es el medio de transporte más utilizado (85% de las menciones).
- La mayoría se hospeda en **casas de familiares** o amigos.

An aerial photograph of the Machu Picchu archaeological site in Peru. The ruins, including stone buildings and terraces, are nestled in a lush green valley. A massive, steep mountain peak dominates the background under a blue sky with scattered white clouds. In the bottom right corner, a person's arm wearing a light blue sweater is partially visible. A white decorative line with three dots is positioned at the bottom of the page.

Este segmento generó un movimiento económico de **S/. 115 millones en el 2014**, lo que representó un incremento de 10% respecto del 2013.

4

# Mejor prospecto de vacacionista nacional



## Mejor prospecto de vacacionista nacional



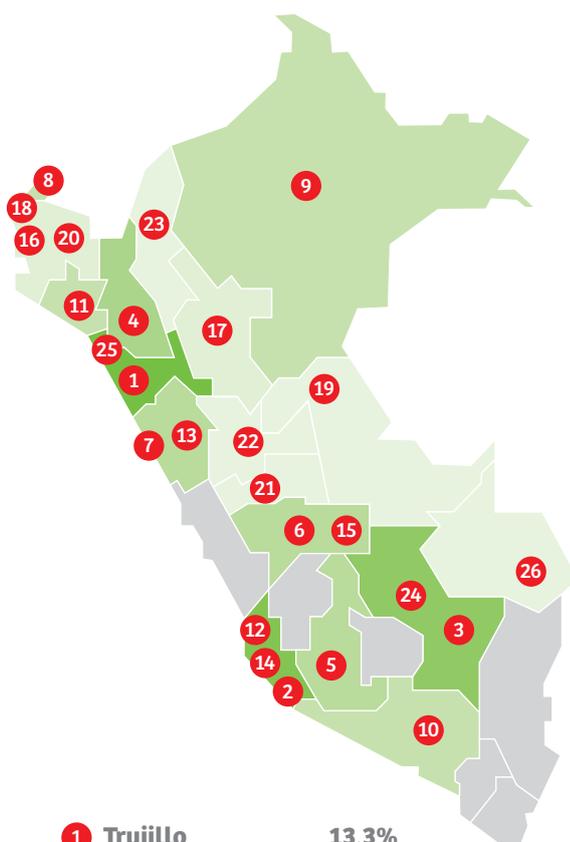
### ¿Quiénes son?

- Son un segmento de vacacionistas nacionales residentes en la ciudad de Lima, que realizan viajes fuera de su región y se alojan en hoteles de 3 estrellas o más.
- Representan el 9% de los vacacionistas limeños que recorrieron el Perú durante el 2014.
- Su importancia radica en que dinamizan el sector turístico porque gastan notoriamente más que el vacacionista nacional promedio.
- La mayoría son mujeres (53%).
- La edad promedio es 38 años.
- El 53% forma parte de una pareja.
- El 78% posee educación superior (técnica o universitaria).
- El 74% pertenece a los NSE A y B.

### Búsqueda de información

- Más de la tercera parte busca información antes del viaje (37%) y durante el viaje (34%). En ambos casos, superan por más del doble al vacacionista promedio.
- Antes del viaje, la búsqueda se realiza mayoritariamente en Internet.
- Durante el viaje, la principal fuente de consulta son los pobladores del lugar.





1	Trujillo	13,3%
2	Ica	12,2%
3	Cusco	9,9%
4	Cajamarca	6,4%
5	Huamanga	5,3%
6	Huancayo	5,0%
7	Chimbote	4,9%
8	Tumbes	4,0%
9	Iquitos	3,9%
10	Arequipa	3,8%
11	Chiclayo	3,8%
12	Chincha	3,8%
13	Huaraz	3,5%
14	Pisco	2,9%
15	Chanchamayo	2,4%
16	Máncora	2,4%
17	Tarapoto	2,3%
18	Punta Sal	1,4%
19	Pucallpa	1,4%
20	Piura	1,2%
21	Oxapampa	1,2%
22	Huánuco	1,0%
23	Jaén	1,0%
24	Quillabamba	1,0%
25	Chepén	1,0%
26	Puerto Maldonado	1,0%

## Lugares visitados

- Las ciudades más visitadas son Trujillo, Ica, Cusco, Cajamarca, Huamanga y Huancayo, que acumulan el 52,1% de los viajes por vacaciones, recreación u ocio.

## Gasto y estadía

- El gasto promedio (S/. 913) se incrementó 19,2% respecto del 2013.
- La estadía promedio fue de 6 noches (una más que el 2013).
- Para financiar el viaje, la primera opción son los ahorros (81% de las menciones) y la segunda, el sueldo del momento (27%).

## Características del viaje

- Grupo promedio de viaje: **4 personas.**
- Los **viajes con amigos o familiares**, pero sin niños, son los mayoritarios (33% de las menciones).
- El segundo lugar es ocupado por los viajes en pareja (22% de las menciones), a diferencia del vacacionista promedio, que prefiere los viajes familiares (padres e hijos).
- Los traslados en **avión** son más usados por este segmento (34% de las menciones) que por el vacacionista promedio (9%), lo que ubica a este medio de transporte en el segundo lugar de preferencias.
- El ómnibus continúa siendo el principal medio de transporte pero su importancia es menor que para el vacacionista promedio.
- El 22% contrata **tours guiados.**
- El 84% se hospeda en establecimientos de 3 estrellas, en tanto que el 16% lo hace en hoteles de categoría superior.

# Glosario

## Agencia de viajes o de turismo

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

## Atractivo turístico

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

## Ciudad de residencia

Es la ciudad donde ha vivido una persona durante todo el último año (últimos 12 meses).

## Ciudad emisora

Es la ciudad desde la cual se generan los viajes de los residentes hacia otra ciudad (destino turístico elegido).

## Culturas vivas

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

## Destino turístico

Lugar visitado durante el viaje.

## Estacionalidad

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

## Gasto del turista

Egresos por los consumos efectuados por un turista durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Se deben excluir de este cálculo los siguientes desembolsos:

- Compras para efectos comerciales; es decir, para venta o uso como factor de producción.
- Inversiones de capital como terrenos, casas, fincas y bienes importantes tales como automóviles, remolques y barcos, entre otros; aunque en el futuro puedan ser utilizadas para viajes turísticos.
- Efectivo entregado a familiares o amigos durante un viaje de vacaciones, siempre que no represente el pago por bienes turísticos; así como donaciones a instituciones.

## Gastronomía

Es el arte de preparar una buena comida. Se la considera uno de los atractivos turísticos de un lugar.

## Grupo de viaje

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

## Motivo de viaje

Razón sin la cual el viaje no se hubiera producido. Normalmente se consideran los siguientes motivos:

- **Vacaciones, recreación u ocio**  
Se realizan por motivos de descanso o diversión, y son costeadas 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 este no es el motivo principal del viaje.
- **Visitas a familiares y amigos**  
Visitas sociales que en ciertos casos tienen como finalidad participar de algún compromiso o reunión social, tales como matrimonios, bautizos o funerales.
- **Negocios**  
Viaje realizado por exigencias relacionadas con la ocupación del viajero o la actividad económica de la empresa para la que trabaja. La decisión de realizarlo y el financiamiento corren por cuenta de alguien diferente al viajero mismo.
- **Salud**  
Visita a clínicas, hospitales, consultorios médicos, centros de mantenimiento físico, baños terapéuticos y cualquier otro tratamiento relacionado al bienestar físico y mental del paciente.

## Paquete turístico

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

### Promoción turística

Es el conjunto de acciones públicas o privadas que se realizan con el fin de incentivar a los potenciales viajeros a visitar un determinado destino.

### Servicio turístico

Todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a sus proveedores (agencias de viaje, operadores turísticos, entre otros). Si bien no dan como resultado la propiedad de algún bien, 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

Es el conjunto de actividades realizadas 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 interno**  
Viajes que realizan los residentes de un país dentro del mismo.
- **Turismo emisor**  
Viajes que realizan los residentes de un país hacia otros países.
- **Turismo receptivo**  
Visitas que recibe un país desde otros países.

### Turismo cultural

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

### Turismo de aventura

Permite estar en contacto con la naturaleza, pero realizando grandes esfuerzos y actividades de alto riesgo que, por lo general, implican desafiar la geografía del lugar.

### Turismo de naturaleza

Permite estar en contacto con las áreas naturales, para admirar la flora y fauna del lugar, así como su biodiversidad y medio ambiente.

### Turismo de sol y playa

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

### Turismo urbano

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

### Turismo vivencial

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

#### Turista

Persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y que permanece en él por un periodo mínimo de una noche y no mayor de doce meses consecutivos. Su principal motivo de viaje no es realizar una actividad remunerada ni residir en el lugar de destino.

- **Vacacionista**  
Turista que viaja por motivos de recreación u ocio, siendo el propio turista quien decide hacer el viaje turístico. En ocasiones, se visita a parientes y amigos, aunque este no es el motivo principal de la visita.
- **Mejor prospecto de vacacionista nacional**  
Vacacionistas que realizan viajes fuera de su ciudad de residencia (Lima) y se alojan en establecimientos de 3 estrellas o más.

#### Visitante

Toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses consecutivos y por motivos que no sean realizar una actividad remunerada o residir allí. Los visitantes se clasifican como turistas o excursionistas (aquellos que no pernoctan en el lugar visitado).

# Ficha metodológica

## Objetivos

Conocer e identificar las características y particularidades del comportamiento de viaje de los viajeros nacionales por vacaciones, recreación u ocio de las principales ciudades emisoras de turismo interno en el Perú (Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y Piura).

## Tipo de estudio

Cuantitativo. Encuesta personal directa en hogares.

## Instrumento

Cuestionario estructurado y estandarizado con preguntas abiertas y cerradas.

## Universo

Hombres y mujeres de nacionalidad y residencia peruana, de 18 a 64 años de edad, pertenecientes a los niveles socioeconómicos (NSE) Alto (A), Medio (B) y Bajo (C), que hayan realizado un viaje al interior del país por vacaciones, recreación u ocio, al menos una vez entre enero y diciembre del 2014.

## Puntos de muestreo

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

## Tipo de muestreo

Probabilístico.

## Tamaño de la muestra

3,201 casos, distribuidos de la siguiente manera:

- Lima: 917 casos ( $\pm 3,2\%$ ).
- Arequipa: 450 casos ( $\pm 4,6\%$ ).
- Trujillo: 459 casos ( $\pm 4,6\%$ ).
- Chiclayo: 459 casos ( $\pm 4,6\%$ ).
- Huancayo: 458 casos ( $\pm 4,6\%$ ).
- Piura: 458 casos ( $\pm 4,6\%$ ).

## Mediciones

- Julio y octubre del 2014, enero del 2015.

## Empresa contratada

IPSOS Opinión y Mercado S.A.





Para acceder a la colección, ingrese aquí:



La colección **EL TURISMO EN CIFRAS** es una serie de publicaciones que reúne una amplia gama de información estadística, estudios y análisis de segmentos específicos, con el fin de transformarla en conocimiento al servicio de empresas, organismos e instituciones vinculados a este sector, así como autoridades, estudiantes y público en general interesados en el tema.

En este número presentamos el Perfil del Vacacionista Nacional 2014, un estudio de las características, usos, intereses, motivaciones, comportamientos y experiencias de los peruanos que hicieron turismo interno en el país, procedentes de las seis principales ciudades emisoras de viajeros.

[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)