

Conociendo al
Segmento familias en el Perú
El Turismo en Cifras

4



Conociendo al segmento familias en el Perú
Una publicación de la Comisión de Promoción del Perú
para la Exportación y el Turismo - PromPerú.
Calle Uno Oeste N° 50, Urb. Córpac,
San Isidro. Lima 27, Perú
Teléfono: (51-1) 616-7300
www.promperu.gob.pe
© PromPerú. Todos los derechos reservados.

Lima, febrero de 2015
Distribución gratuita. Prohibida su venta.

Investigación:
Subdirección de Inteligencia y Prospectiva Turística -
Dirección de Promoción del Turismo, PROMPERÚ.
Edición de textos:
Joana Cervilla.
Diseño, diagramación e infografías:
Josué Figueroa Escobar - Graffiti.
Producción:
Subdirección de Producción -
Dirección de Comunicaciones e Imagen País, PROMPERÚ.



Primera edición - Febrero 2015.

Contenido

Presentación	5
Introducción.....	7
Resumen ejecutivo.....	8

1 Las Familias en el Perú.....	10
Cómo han evolucionado las familias peruanas	12
Mercado de las familias peruanas	13
Comportamiento de las familias peruanas	16

2 Comportamiento de viajes del segmento familias	18
¿En qué consiste el segmento de familias?	20
¿Cómo se desarrollaron los indicadores turísticos del segmento familias?	20
¿Qué motiva al segmento familias a viajar?	22
Gasto y planificación del viaje	24

3 ¿Cómo viaja la familia peruana?	26
La familia vacacionista limeña.....	30
La familia vacacionista trujillana.....	34
La familia vacacionista arequipeña	40
La familia vacacionista chiclayana	44
La familia vacacionista huancaína	50

4 Clasificación de las familias peruanas que viajan	54
Mejor prospecto	56
Familia clásica.....	58
Familia circunstancial	60

5 Turismo familiar: un segmento con grandes oportunidades	62
¿Qué beneficios trae el turismo familiar interno en el Perú?	64
¿Qué oportunidades trae el turismo familiar interno en el Perú para el sector turismo?.....	66

Anexos	
Destinos, atractivos y actividades por ciudades	68
Destinos visitados y destinos que podrían visitar las familias peruanas.....	68
Destinos visitados y actividades que podrían realizar las familias peruanas.....	69
Glosario	72
Bibliografía	74

Cuando viajan, las familias peruanas buscan crear **recuerdos** colectivos, **compartir** momentos y pasar **tiempo** de calidad realizando actividades en conjunto.

Presentación

Viajar con los hijos permite compartir vivencias, poner en práctica los conceptos de planificación y flexibilidad, aprender a ser organizados y ser abiertos a eventualidades.

Asimismo, genera experiencias, una mejor comprensión del mundo y la conciencia de que somos muchos y diferentes. Y con ello, se contribuye a crear cultura de viaje.

Las principales ciudades emisoras estudiadas en el “Perfil del Vacacionista Nacional 2013” fueron Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Huancayo. El segmento familias representó el 62% de los viajes nacionales. A partir de ello, encontramos una serie de oportunidades para el turismo interno, debido al volumen de personas que moviliza y al consumo de servicios que demanda.

El presente estudio, “Conociendo al segmento familias en el Perú”, analiza los hábitos, las características y las tendencias de las familias que viajan por vacaciones, recreación u ocio, lo que permite definir una oferta de servicios que satisfaga sus necesidades.

Esta es la cuarta entrega de la colección EL Turismo en Cifras, investigación realizada por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo a través de PROMPERÚ, que ponemos al alcance del sector turismo y del público interesado.

Magali Silva Velarde-Álvarez
Ministra de Comercio Exterior y Turismo

Introducción

¿En qué consiste la publicación *Conociendo al segmento familias en el Perú*?

- Es un informe que permite conocer, entender y valorar las características, motivaciones, costumbres e intereses de los peruanos que pertenecen a una familia y realizan viajes de placer dentro del territorio nacional.
- La información está vinculada al turismo del segmento familias, que se deriva de un estudio más amplio titulado *Perfil del Vacacionista Nacional 2013*. Esta investigación se desarrolló en Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Huancaayo, donde participaron hombres y mujeres de entre 18 y 64 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B y C.
- El informe se ha basado, además, en diversas fuentes secundarias, tales como “Niveles socioeconómicos 2013” de APEIM 2013, “Estudio nacional del consumidor peruano 2013” de Arellano Marketing y “Estado de la población peruana 2014” del INEI.

¿Para qué sirve?

- 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 data para crear productos y servicios con valor agregado, cubrir las necesidades y satisfacer mejor la demanda de las familias viajeras peruanas.
- Como base para que las autoridades locales y regionales emprendan nuevos proyectos y tomen decisiones que favorezcan el turismo familiar en sus respectivas jurisdicciones.
- 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.

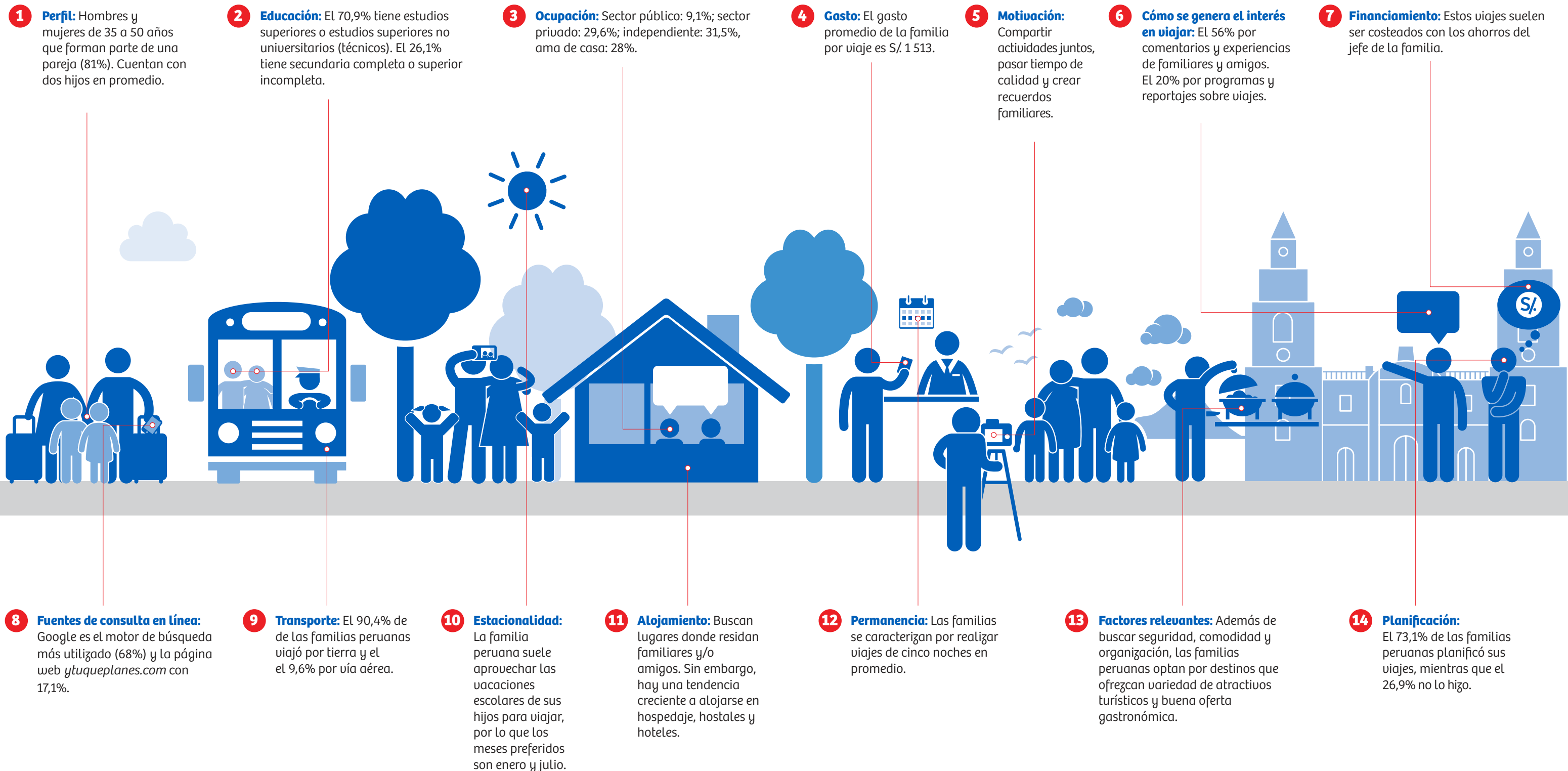
¿Cuáles son los objetivos generales?

- Brindar al sector privado herramientas para el desarrollo de negocios turísticos y emprendimientos vinculados al turismo familiar.
- Exponer la importancia del segmento para el crecimiento del turismo interno.
- Conocer las características, hábitos y motivaciones de las familias peruanas que viajan por vacaciones, recreación u ocio.
- Cuantificar el tamaño del segmento y conocer los principales beneficios para la industria turística.



Resumen ejecutivo ¿Cómo viaja el segmento familias en el Perú?

De acuerdo al estudio “Perfil del Vacacionista Nacional 2013”, el segmento familias representó el **61,7%** del turismo interno total, un incremento del 18,8% con respecto al año anterior. En el siguiente gráfico se presentan los principales hallazgos del mencionado estudio:





Las familias en el Perú

La familia peruana ha ido evolucionando de acuerdo a vínculos, afinidad y/o decisiones personales.

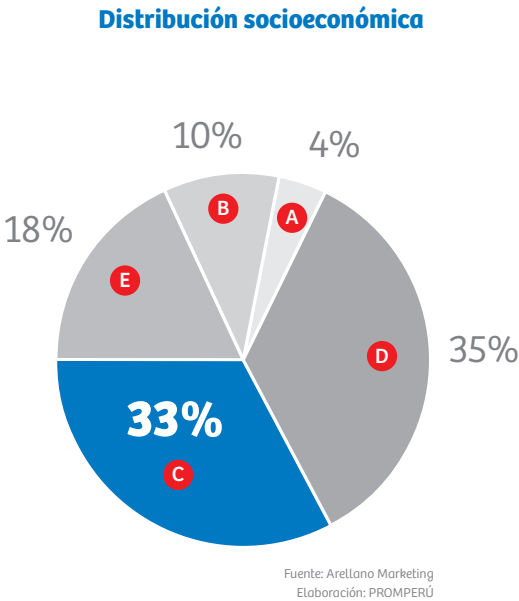
1



¿Cómo se componen actualmente las familias peruanas?

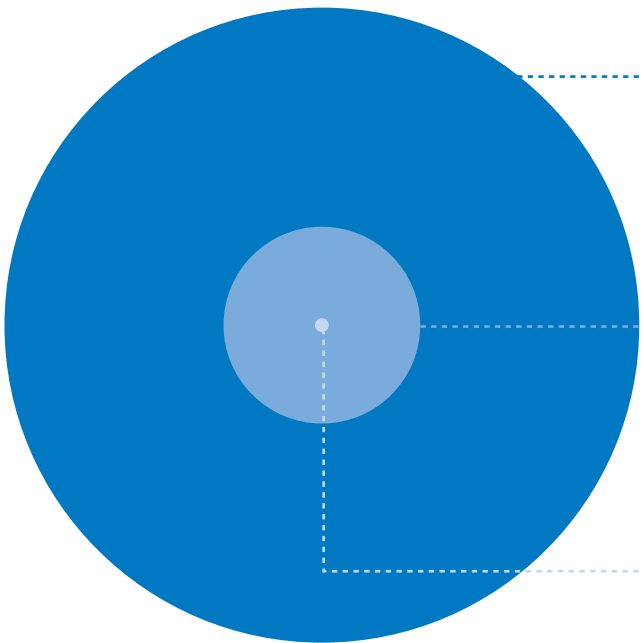
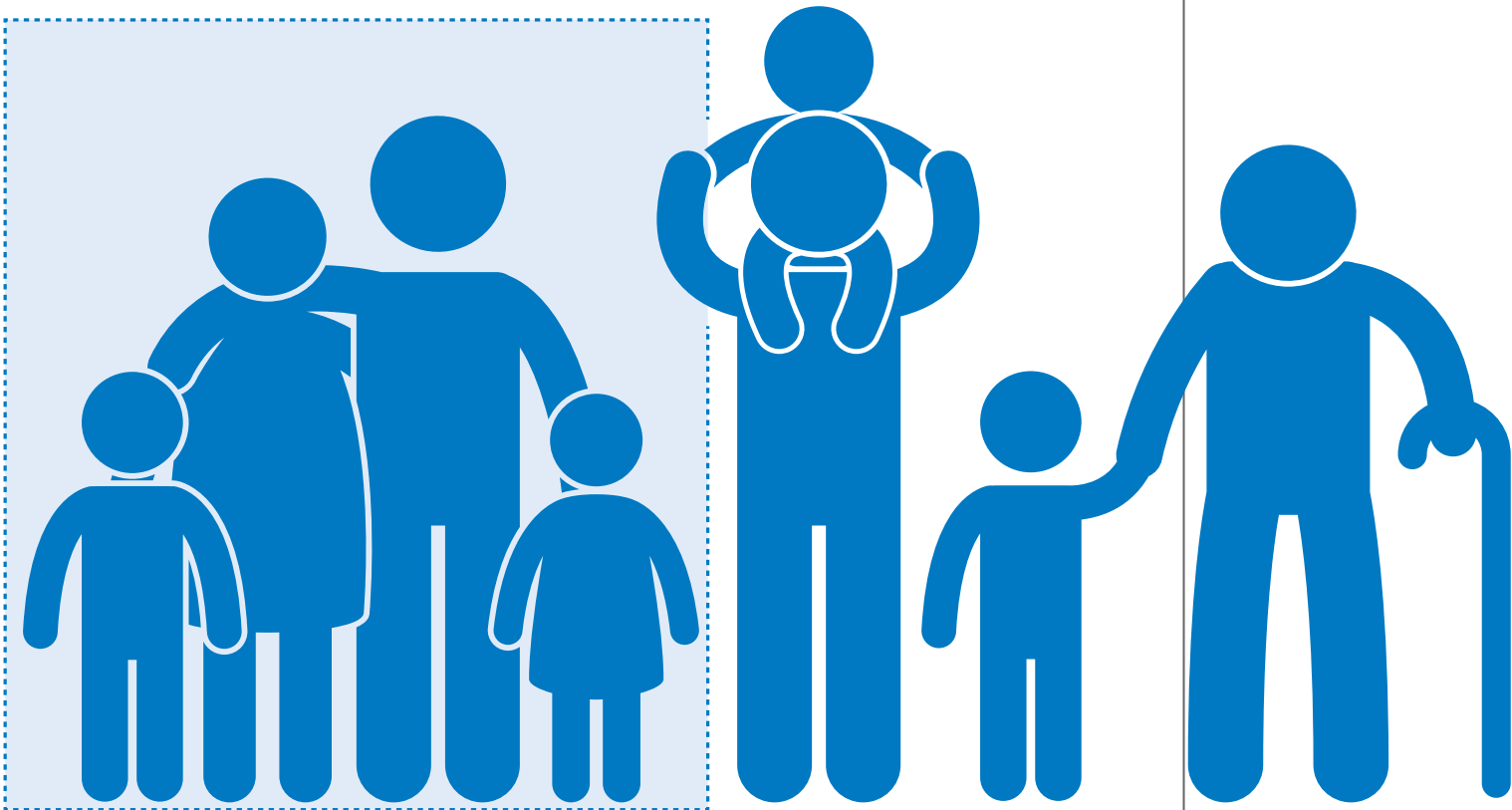
La definición general de familias alude al grupo de personas que tienen lazos de parentesco sanguíneo o de afinidad. Asimismo, se incluye a los padres que conviven, los solteros, separados y divorciados con hijos.

En el Perú, el concepto tradicional de **familia** ha ido evolucionando de acuerdo a vínculos, afinidad y/o decisiones personales, y hoy puede dividirse en dos grandes grupos: nucleares y extendidas.



1. Familias nucleares: 60%

- Una pareja unida por matrimonio o unión de hecho con hijos.
- Familias monoparentales (padre o madre) con hijos. Ejemplo: madre o padre con hijos.



Fuente: APEIM 2013, Ipsos
Elaboración: PROMPERÚ

2. Familias extendidas: 22%

- Un núcleo familiar más otras personas con algún parentesco entre ellas: un padre o una madre con hijos y otros familiares.
- Dos o más núcleos familiares emparentados entre sí. Ejemplo: el hijo que forma una pareja (con hijos), pero se queda viviendo con sus padres.
- Dos o más núcleos familiares emparentados entre sí, más otras personas emparentadas por lo menos con uno de los núcleos.
- Hijos criados por sus abuelos u otro familiar cercano, en caso sus padres se divorcien, fallezcan o estén impedidos de hacerse cargo de ellos.

3. Otros: 18%

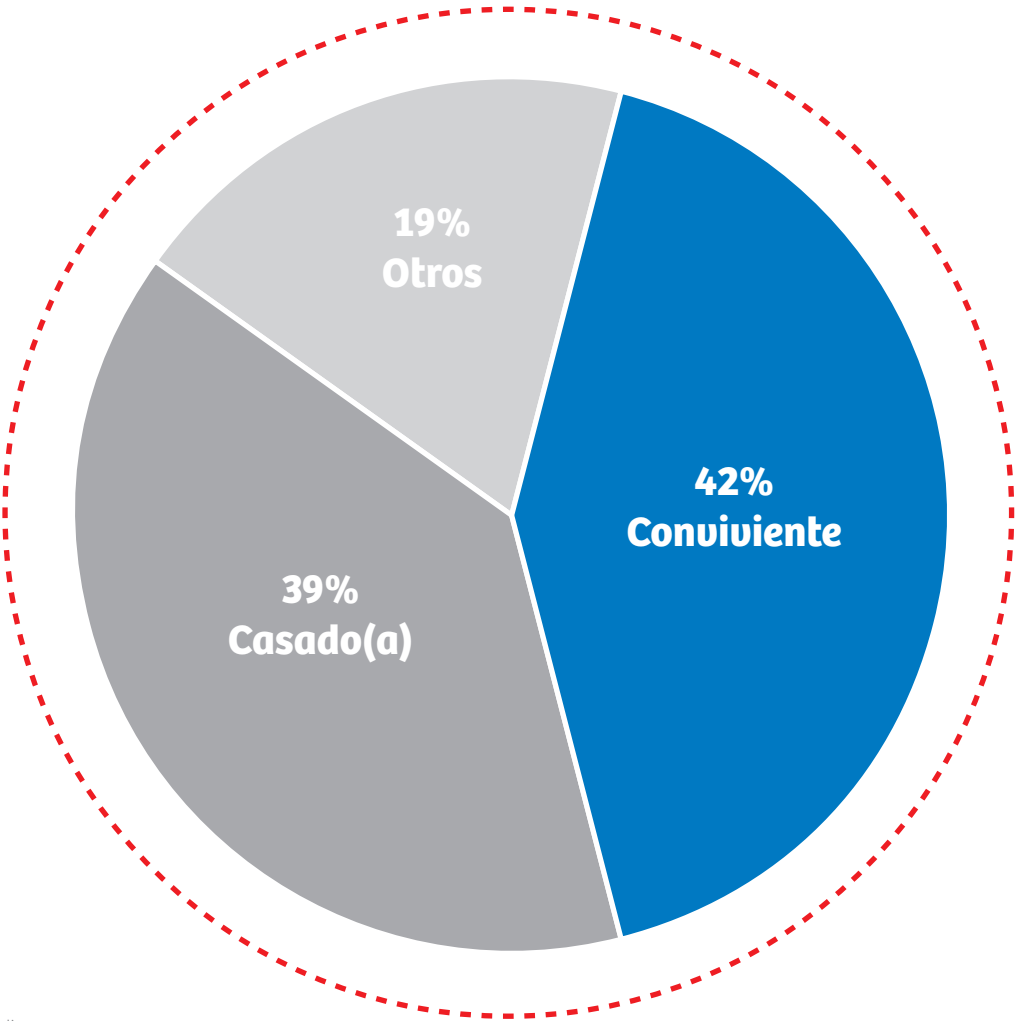
Hogares compuestos por personas sin parentesco directo. Ejemplo: Dos personas que comparten gastos y viven juntos.

Fuente: INEI
Elaborado: PROMPERÚ

Estructura de las familias peruanas

De acuerdo al estudio “Estado de la población peruana 2014” realizado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el Perú existen alrededor de 8 millones de hogares. De este total, aproximadamente el 76% corresponde a hogares del área urbana y el restante 24%, al área rural.

En un análisis paralelo donde solamente se evaluaron los hogares monoparentales, se constata el predominio de aquellos que son administrados por mujeres solas en un 81,9%.



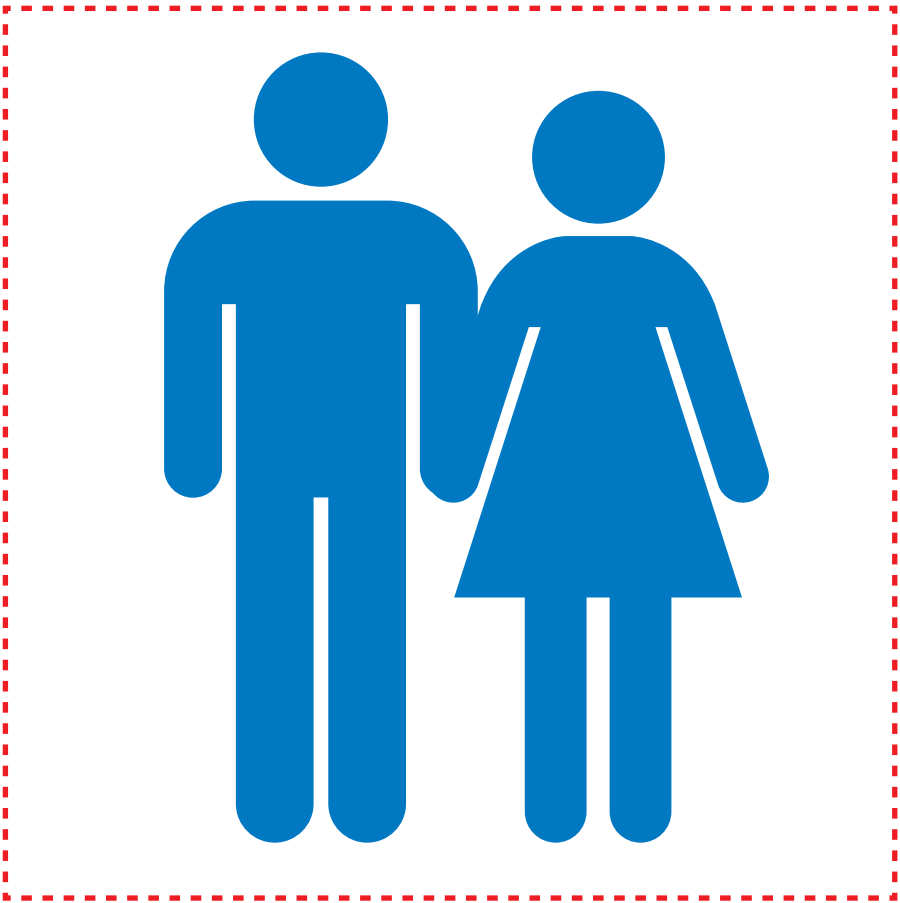
✓
Los ingresos familiares anuales tienen un promedio de **S/. 40 212** en el NSE B y **S/. 23 868** en el NSE C.

Según el “Estudio Nacional del Consumidor Peruano 2013” desarrollado por Arellano Marketing, factores como la tecnología, la globalización y el crecimiento económico del país han transformado el comportamiento y las preferencias de las familias peruanas.

Esta transformación ha hecho que la pirámide tradicional se convierta en un rombo; siendo los NSE (niveles socioeconómicos) más representativos el C (con ingresos anuales entre S/. 16 800 a S/. 56 000) y el D (con ingresos anuales entre S/. 8400 a S/. 28 000).

- El rango de edad más representativo es de 35 a 45 años.
- Esto refleja cambios significativos en la conformación familiar, donde la familia nuclear es predominante, pero ya no la única.

Estado civil



Fuente: Arellano Marketing
Elaborado: PROMPERÚ

Comportamiento de las familias peruanas

Adicionalmente a los cambios de estructura de los NSE y de las familias; ha habido variaciones en el comportamiento de las mismas.

La segmentación por estilo de vida de las personas que conforman la familia es producto del análisis de los ingresos, de la forma de actuar, ser y pensar. Los estilos de vida de las familias peruanas se distribuyen de la siguiente manera:

Esta segmentación por estilo de vida permite ofrecer a las familias peruanas un mix de marketing turístico acorde a sus necesidades y expectativas, tanto económicas como aspiracionales.

1 Progresistas - (hombres)

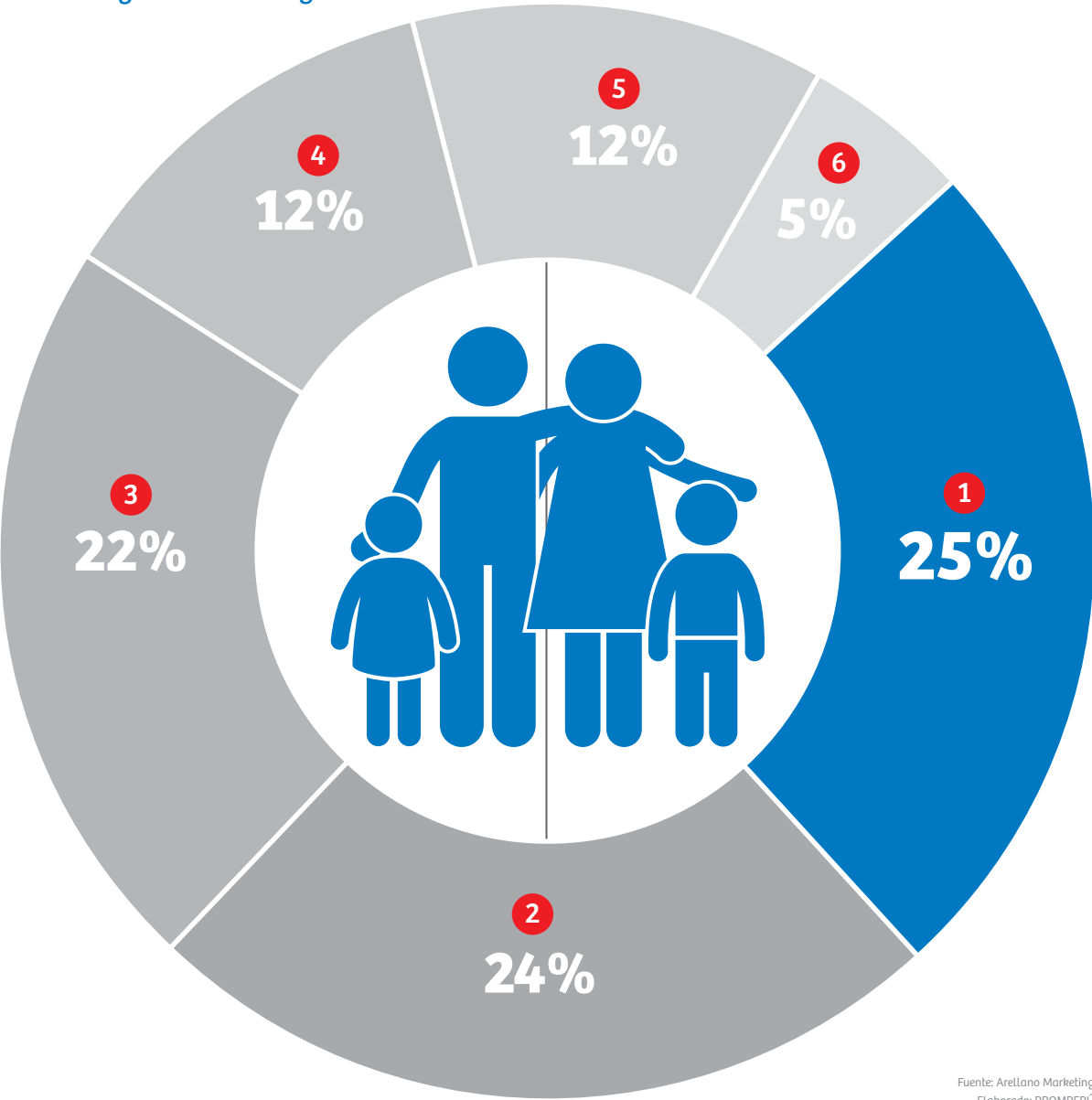
- Trabajadores pujantes
- Utilitarios en su consumo
- Buscadores de rendimiento
- Poco interés en la imagen
- Optimistas

2 Modernas - (mujeres)

- Trabajadoras
- Interés en la imagen
- Innovadoras
- Buscadoras de marca y moda
- Trabajo = foco de realización
- Líderesas de opinión
- Preocupación por la salud
- Importancia por la calidad y luego por el precio

3 Conservadoras - (mujeres)

- “Mamás gallina”
- Familia = centro de interés
- Buscadoras de nutrición
- Poco interés en la imagen
- Machistas
- Ahorrativas
- Importancia por el precio y, luego, por la calidad



4 Adaptados - (hombres)

- Respetan la tradición
- Adversos al riesgo
- Informados
- Interés en familia y amigos
- Adoptadores tardíos

5 Resignados - (mixto)

- Tradicionalistas
- Poco informados(as)
- Buscadores(as) de precio

6 Sofisticados - (mixto)

- Innovadores(as)
- Confiados(as) en sí mismos(as)
- Triunfadores(as)
- Tecnológicos(as)
- Buscadores(as) de marca, calidad y servicio
- Precio = indicador de calidad
- Marca = símbolo de diferenciación

Fuente: Arellano Marketing
Elaborado: PROMPERÚ



Comportamiento de viajes del segmento familias

El Segmento Familias representó, en el 2013, el **61,7%** del turismo interno total y además es el segmento más grande que mantiene un crecimiento sostenido.

2



¿En qué consiste el segmento familia?

Son turistas menores de 60 años con hijos.

¿Cómo se desarrollaron los indicadores turísticos del segmento familias?

Los indicadores del segmento familias son positivos y han incrementado en cuanto a flujo de viajes nacionales, con un crecimiento de 4,5% en el 2012, con respecto al año anterior; y de 18,5% en el 2013, con respecto al año 2012. Por su parte, la población viajera del 2013 se incrementó en 28,8%, recuperándose de la caída del 2012 .

Evolución de la participación del segmento familias



Indicadores	2011	2012	2013
Cantidad de viajes nacionales	2 248 459	2 350 339	2 784 796
Cantidad de personas que viajan	760 661	696 307	896 613
Frecuencia de viaje	3,0	3,4	3,1
Movimiento de dinero (millones)	S/. 878	S/. 1 148	S/. 1 226
Gasto promedio por noche	S/. 68	S/. 80	S/. 93

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2011 - 2013
Elaboración: PROMPERÚ

Perfil sociodemográfico



- Hombres y mujeres.
- De 35 a 50 años de edad: (52%).



- Forman parte de una pareja: 81%.
- No forma parte de una pareja: 19%.



- Con dos hijos en promedio.



- Con estudios superiores (universitarios o técnicos): 70,9%.
- Con secundaria completa o superior incompleta: 26,1%.



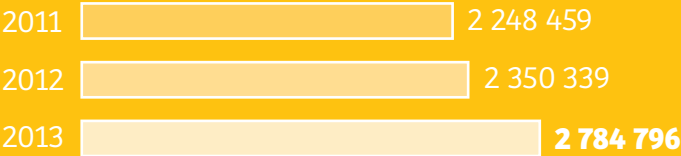
- Trabajan como independientes: 31,5%.
- Son dependientes, del sector privado: 29,6%.



- Sus ingresos anuales oscilan entre S/. 28 000 y S/. 56 000.

El flujo de viajes nacionales del segmento creció en 24% con respecto al 2011; y la población viajera creció en 28,8% en el 2013.

Incremento del flujo de viajes nacionales por año



Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2011 - 2013.



¿Cuánto gastan?

S/. 440

Gasto por viaje por integrante



¿Cuántos componen el grupo?

4

Personas (padres e hijos)



¿Cuántas noches permanecen?

5

Noches



Indicadores económicos

El flujo de viaje aumentó en **18,5%** frente al 2012

La población viajera se incrementó en **28,8%** respecto al 2012

El movimiento total de dinero aumentó **7%** respecto al 2012



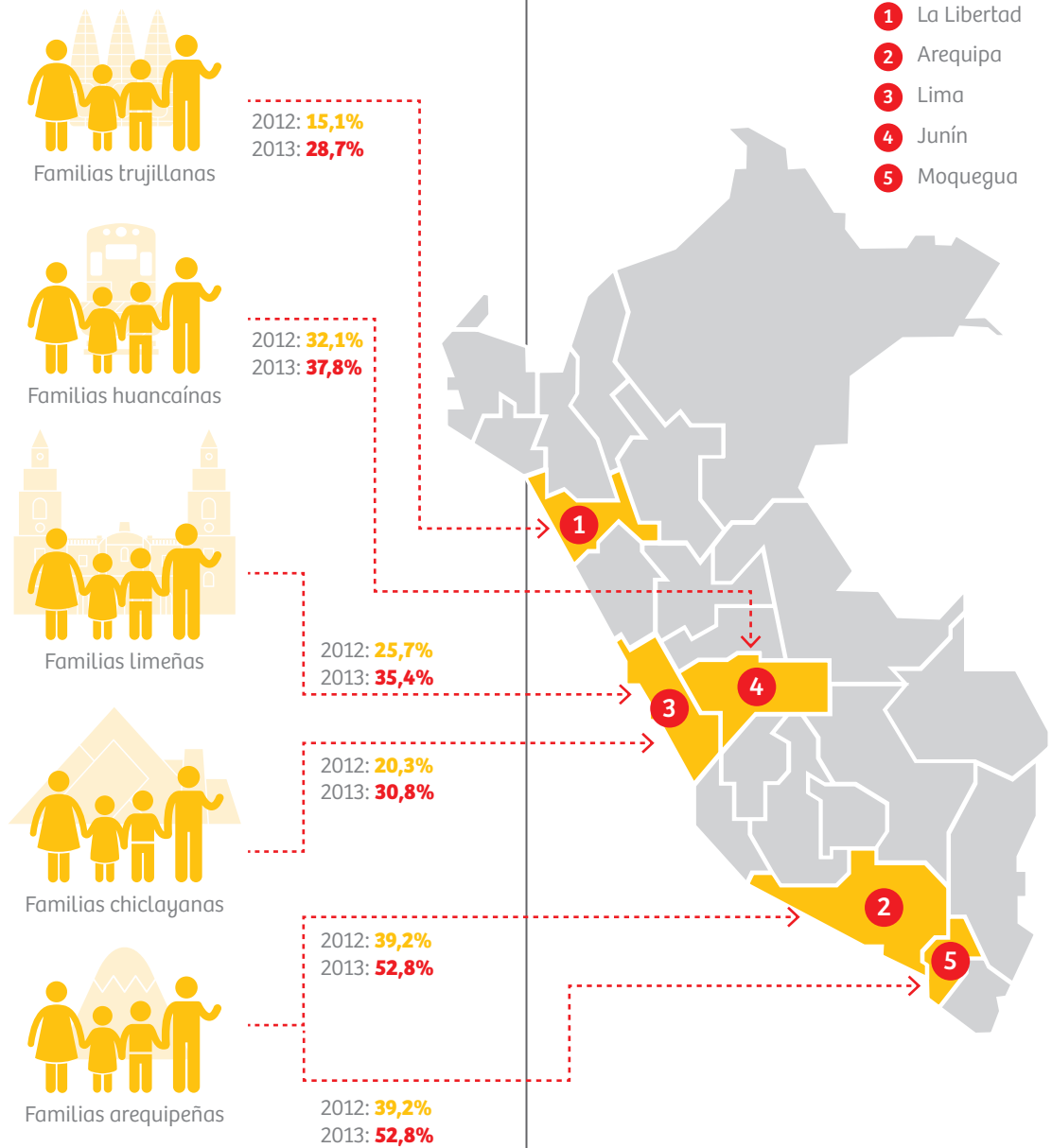
¿Qué motiva al segmento familias a viajar?

Principalmente descansar, viajar con la familia y compartir experiencias juntos, razón por la cual buscan destinos con instalaciones y servicios que se adapten a las necesidades de todos sus integrantes.

Destinos preferidos según el origen de las familias 2013

Los destinos preferidos por las familias peruanas en el 2013 fueron en gran medida al interior del departamento de origen, lo que se ha incrementado respecto del 2012. Así, las familias de Lima, Trujillo y Huancayo optaron por destinos del mismo departamento. Las familias arequipeñas escogieron, además de lo anterior, aquellos del cercano Moquegua. En Chiclayo, la preferencia de las familias fue a visitar la capital del país.

Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2012 - 2013
Elaboración: PROMPERÚ



¿Qué buscan? Atributos del destino a visitar

- Paisajes y naturaleza donde puedan descansar y desconectarse de su rutina.
- Tranquilidad, lugares sin mucho ruido.
- Seguridad.
- Clima cálido o seco.
- Variedad de atractivos turísticos.
- Buena oferta gastronómica.
- Precios accesibles (transporte, alojamiento y alimentación).
- Que haya familiares y/o amigos viviendo en dicho lugar.

Datos de interés

- Los factores clave que resumen las necesidades de este segmento son seguridad, comodidad y organización.
- Los hijos influyen cada vez más en la elección del destino a visitar.
- Las parejas con hijos menores de seis años prefieren destinos que tengan una oferta de ocio muy variada y donde puedan encontrar todo en un solo lugar. Es fundamental, por lo tanto, que cuenten con las comodidades necesarias para los niños y que ofrezcan actividades para todas las edades (menús infantiles, juegos, etc.).

Gasto y planificación del viaje

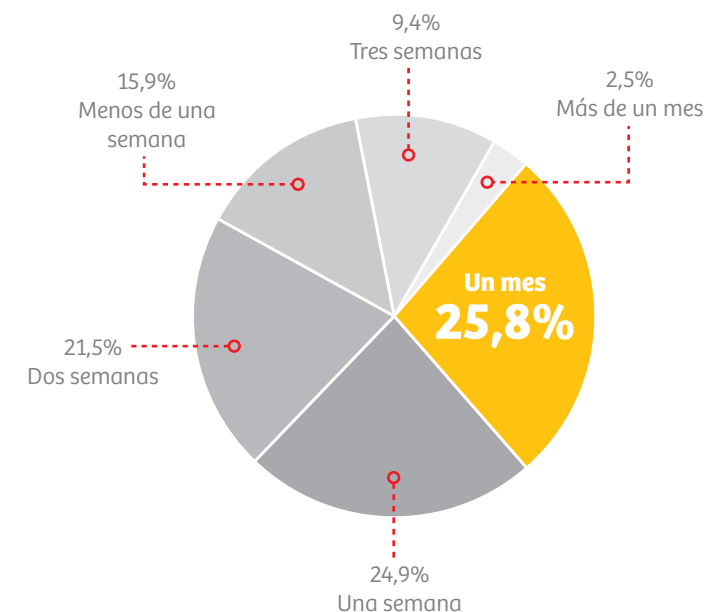
Cada integrante de una familia gasta en promedio **S/. 440** por viaje. Además, la permanencia promedio en el lugar es de cinco noches.

73,1%

planifica sus viajes y 26,9% realiza viajes sin tener que planificar.



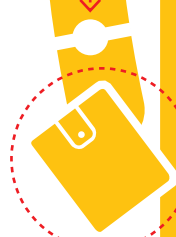
Tiempo de planificación de viaje familiar 2013



Fuente: Perfil del Vacacionista Nacional 2013.
Elaboración: PROMPERÚ

15,9%

Lo hace con menos de una semana de anticipación, un dato interesante dado que representa un aumento considerable en relación al año 2012, el que representó el 1,2%. Por lo que las familias están prefiriendo viajes cortos al interior de sus departamentos o a lugares cercanos.



Las familias peruanas utilizan sus

ahorros

a la hora de salir de viaje con sus hijos.

La estimación del gasto de las familias por viaje es de

S/. 1 513.

Se suele aprovechar las **vacaciones**

escolares de los hijos para viajar, por lo que los meses preferidos son enero y julio.



¿Cómo viaja la familia peruana?

¿Quiénes son
y cómo se
comportan
las familias
vacacionistas
limeñas,
arequipeñas,
trujillanas,
chiclayanas y
huancaínas?

3





La magia del Norte

En Lima existe gran diversidad de familias. Un ejemplo es la compuesta por los Flores conformada por Jorge, un emprendedor que invirtió sus ahorros en comprar una casa y hacer crecer su negocio, por lo que gran parte de su tiempo se encuentra fuera de casa. Esto ha permitido que conozca a muchas personas, cuyas opiniones influyen mucho en sus intereses y en la toma de sus decisiones al momento de realizar una compra. En su última reunión de amigos, a Jorge le recomendaron viajar al Norte con su esposa e hijos, ya que existe allí gran variedad de atractivos y actividades que se pueden realizar en familia y pasar así unas vacaciones inolvidables. Al llegar a casa le comentó a su esposa Rosario lo que sus amigos le habían sugerido. Ella comparte su tiempo entre las labores del hogar y su trabajo, por lo que la idea de Jorge le encantó. Ambos revisaron sus ahorros y vieron que en julio recibirían un ingreso extra. A un mes de las vacaciones que estaban programando, le comentaron sus planes a sus dos hijos, Juan de 11 años y Milagros de 7 años. Juan había pensado en pasar sus vacaciones con sus amigos jugando pelota y Milagros planeaba ir al circo. Al ver la negativa de sus hijos, Rosario buscó en Internet actividades que podía realizar con sus hijos y encontró la página web ytuqueplanes.com, en la cual hay paquetes turísticos a muy buenos precios. Además, encontró ofertas de pasajes aéreos. Así que les dijo a sus hijos que sería una experiencia nueva y diferente que les encantaría. Esto convenció a Juan y Milagros. Estando así todos de acuerdo, realizaron la compra de los pasajes rumbo al Norte, donde permanecerían 5 días en un viaje familiar inolvidable.

Texto ficticio.

Las principales ciudades emisoras de turistas son Lima, Trujillo, Chiclayo, Huancayo y Arequipa¹.

La familia vacacionista limeña

Para la familia limeña, el principal motivador de viaje es el descanso (42,9%).

Otros motivadores de viaje:

- Salir con la familia: 35,5%
- Conocer nuevos lugares: 11,4%
- Búsqueda de diversión: 4,7%

Lima es la principal emisora del segmento, representando el **82,4%**.

¿Qué medios influyen en la elección del destino?

- Los comentarios y la experiencia de familiares y/o amigos (56,6%).
- Los programas de televisión sobre viajes o reportajes (21,4%) .

¿Cómo planifica su viaje?

- Consulta a sus familiares y/o amigos.
- Utiliza Internet como medio para identificar promociones y comparar paquetes turísticos. Los gastos lo evalúan de manera independiente.
- Busca destinos con bonitos paisajes, naturaleza, clima cálido, que además sea seguro, ofrezca servicios económicos –alojamiento, transporte y alimentación– y donde idealmente vivan familiares y/o amigos.

¿Cuántos integrantes conforman el viaje?

- Cuatro personas.
- Sus viajes se dan mayormente con la familia nuclear (padres e hijos).

Oportunidad para el sector: diversificar su oferta de destinos, promocionando nuevos lugares que ofrezcan actividades recreativas para toda la familia.

¹ Los criterios considerados fueron: arribos nacionales, distribución de la población económicamente activa (PEA) y el nivel socioeconómico del departamento.

Características del viaje de la familia vacacionista limeña

¿Cuántas noches pernocta en el destino?

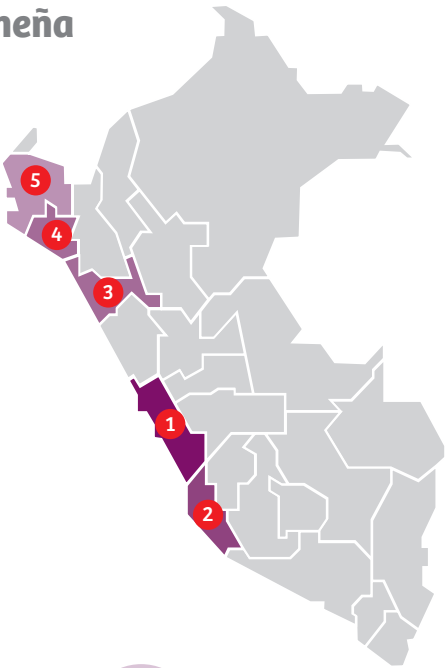
Cinco.

¿Cómo costea el viaje?

- Con los ahorros y el sueldo del jefe de familia.

¿Cuánto gastan?

- El gasto familiar estimado por viaje es S/. 1 607.
- El gasto promedio por noche es de S/. 96,91 por cada integrante. En el último año incrementó el gasto promedio por noche en 19,72% con respecto al 2012.



1	Lima	35,4%
2	Ica	12,1%
3	La Libertad	7,1%
4	Lambayeque	7,1%
5	Piura	6,9%
	Otros	31,4%

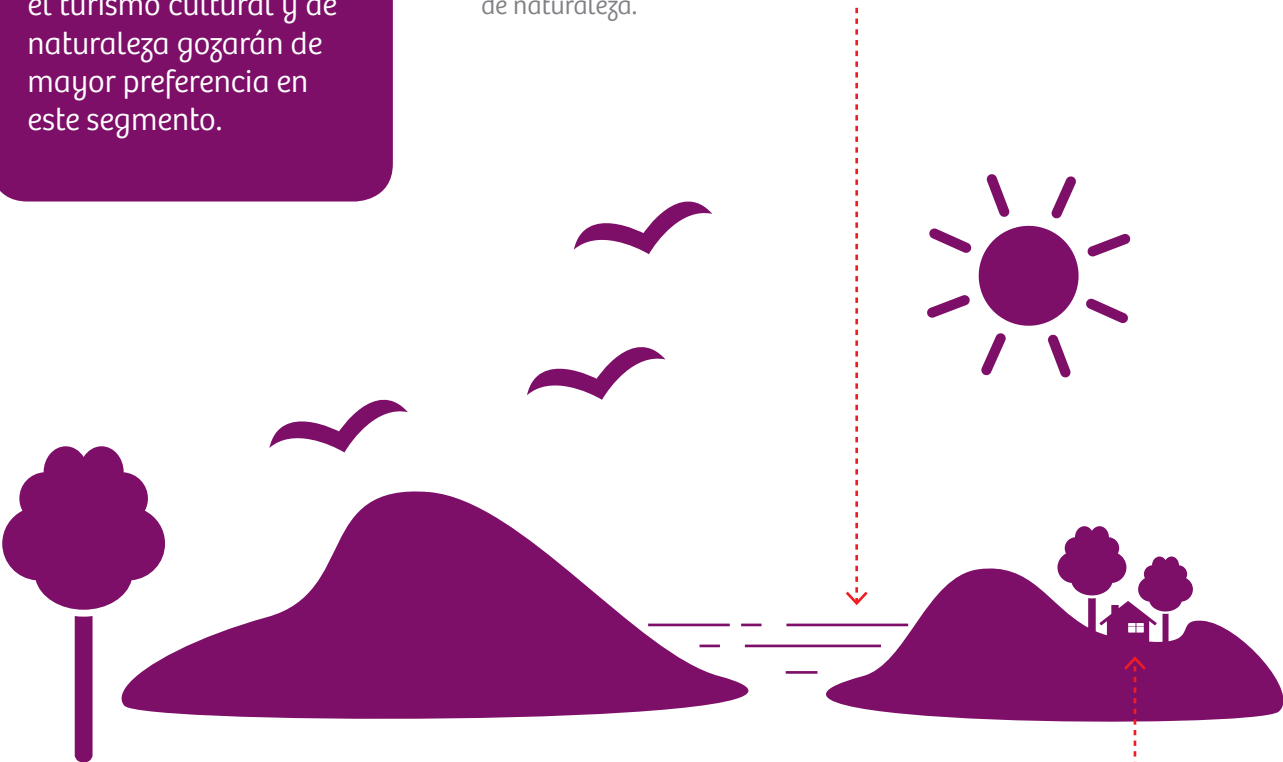
Oportunidad para el sector: aquellas actividades que acoplen el turismo cultural y de naturaleza gozarán de mayor preferencia en este segmento.

¿Cuáles son los destinos más visitados?

Las familias de Lima han incrementado sus viajes dentro de su departamento en 9,7%, lo que podría deberse al incremento de publicidad y promociones de *full day* con cuponerías: lo que fortalece el conocimiento del destino, así como las actividades a realizar, motivando los viajes de vacaciones.

¿Qué actividades realiza?

Las actividades que más realizan las familias en los destinos son visitar iglesias, catedrales o conventos, lo que fortalece el turismo cultural; visitar áreas, reservas naturales, observación de flora y fauna en su ambiente natural, y pasear por lagos y ríos, desarrollando el turismo de naturaleza.



¿Dónde se aloja?

- Cada vez más en hostales y hospedajes, y menos en casa de familiares y/o amigos.

Oportunidad para el sector: las familias de Lima están dejando de hospedarse en casa de familiares y/o amigos y están prefiriendo pagar hostales y hospedajes.

¿Qué medio de transporte utiliza?

El terrestre. En el 2013, el aumento de promociones entre las agencias de transporte interprovincial habría permitido dinamizar el sector.



La familia vacacionista trujillana

Para la familia trujillana, los dos principales motivadores de un viaje son pasar un tiempo con la familia (43%), descansar y relajarse (34,5%). Pero conviene resaltar que cada vez muestra mayor interés en conocer nuevos lugares, algo que los operadores de turismo deberían tomar en cuenta al momento de ofrecer paquetes familiares.

¿Qué medios influyen en la elección del destino?

- Los comentarios y la experiencia de familiares y/o amigos.
- Los programas de televisión sobre viajes.
- Internet, donde confirman la información vista en los reportajes de viajes e indagan sobre costos.

El paisaje, el clima y los atractivos turísticos influyen en la elección del destino a visitar.

¿Cómo planifica su viaje?

- Consulta a familiares y/o amigos.
- Búsqueda en Internet sobre costos de transporte, alojamiento, alimentación, distancia y accesibilidad de las rutas.
- La elección del destino dependerá de sus paisajes, naturaleza y clima cálido, pero también le otorga importancia a que sus familiares y/o amigos vivan en el lugar, que este sea seguro y ofrezca diversos atractivos turísticos.
- La planificación total suele durar menos de una semana.



¿Cuántos integrantes tiene la familia trujillana?

- Tres personas (padres e hijo).
- Aunque en la mayoría de las ocasiones se trata de la familia nuclear, también se incluyen las familias monoparentales.

Características del viaje de la familia vacacionista trujillana

¿Qué medio de transporte utiliza?

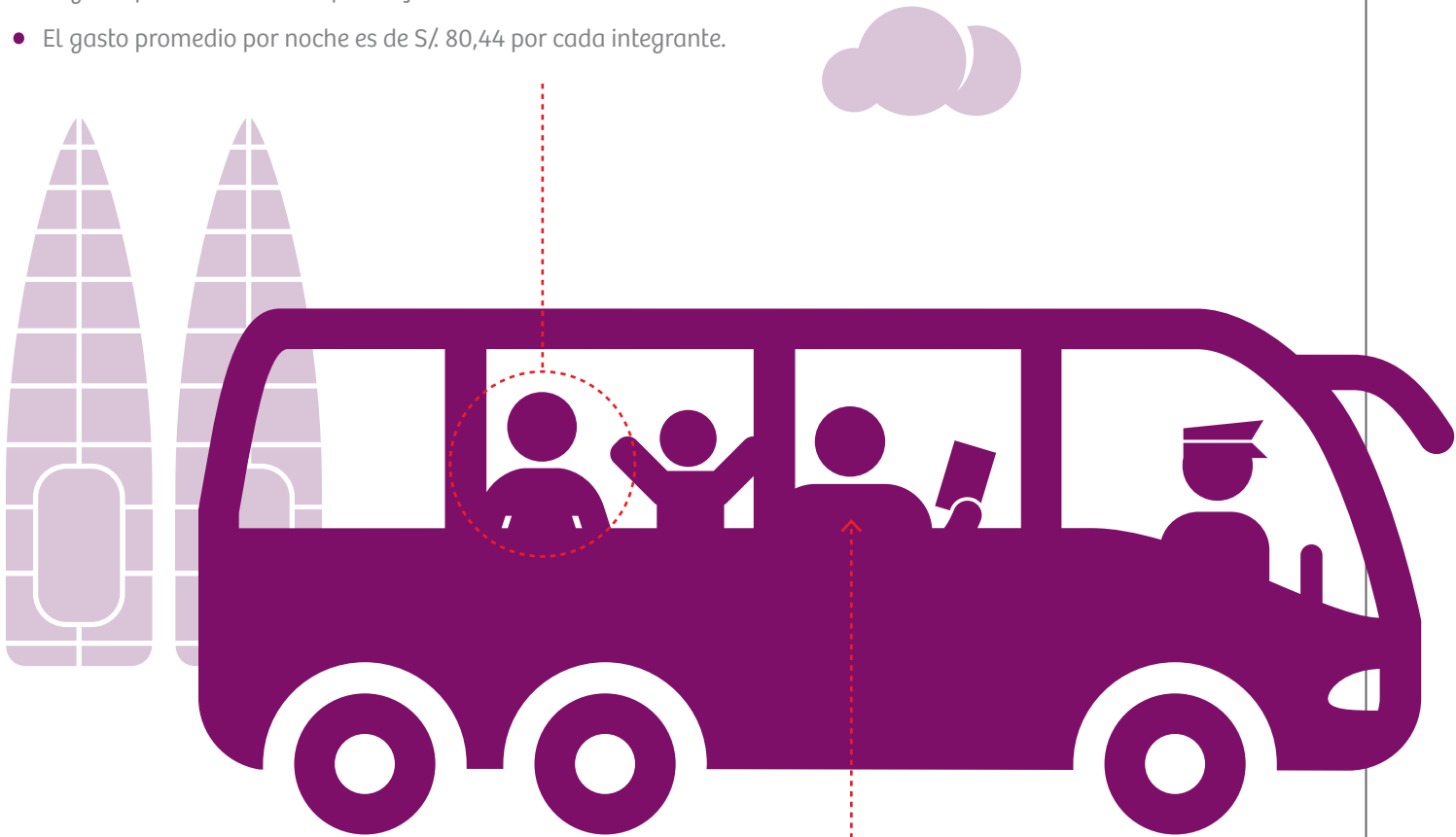
- El terrestre, mayormente los ómnibus interprovinciales.
- Las aerolíneas.

¿Cuántas noches pernocta en el destino?

Cinco (en el 2012 eran cuatro).

¿Cuánto gastan?

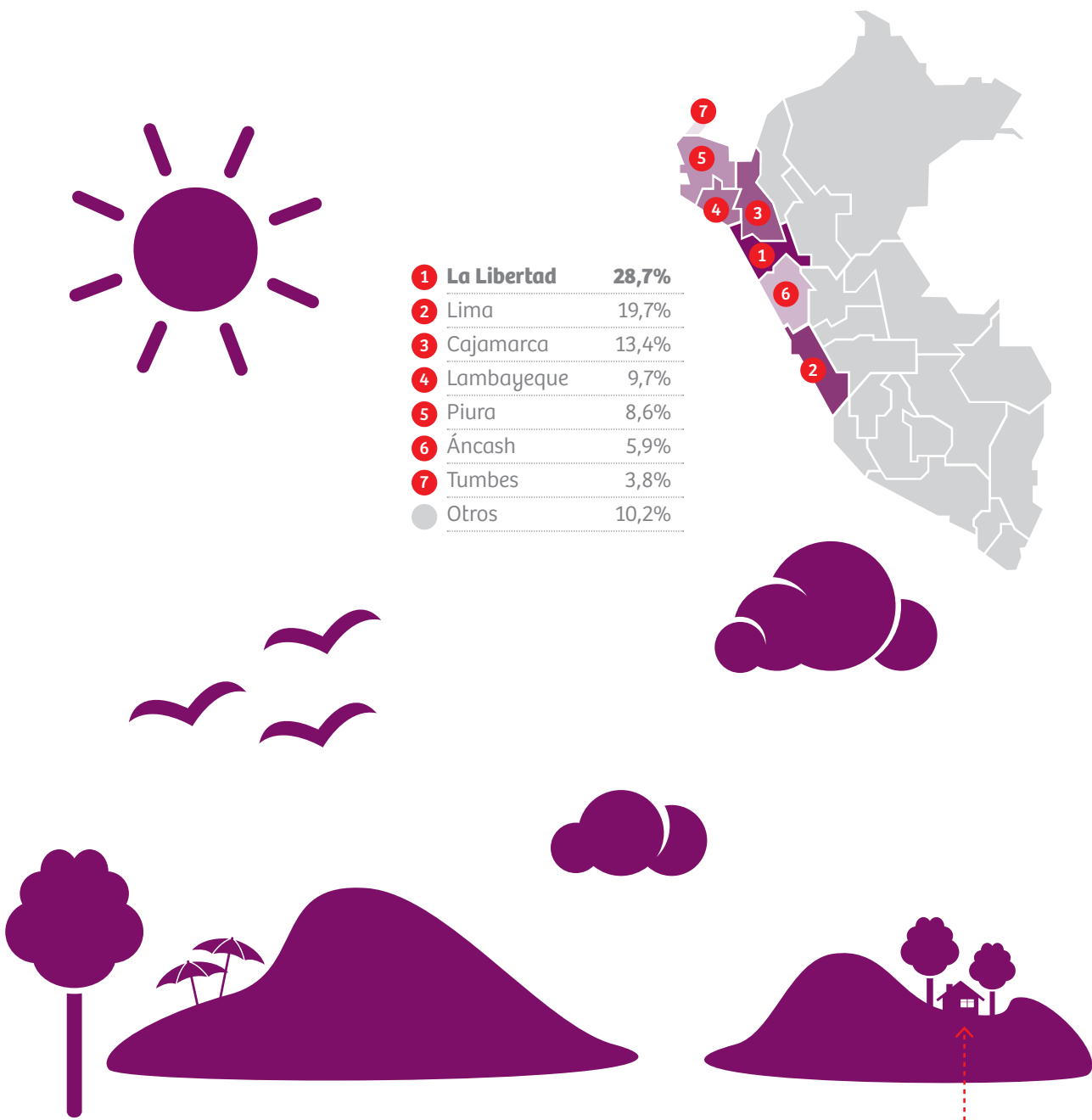
- El gasto familiar estimado por viaje es S/. 1 086.
- El gasto promedio por noche es de S/. 80,44 por cada integrante.



¿Cómo costea el viaje?

Con los ahorros y el sueldo del jefe de familia.

¿Cuáles son los destinos más visitados?



¿Dónde se aloja?

Casa de familiares y amigos, hotel y hostel (82,3%).



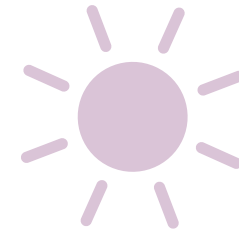
Aventuras en el Colca

La familia Chávez es de Arequipa y es muy particular al momento de elegir los destinos de sus viajes. Tiene dos hijos adolescentes, Carla de 12 años y Fernando de 15, y sus intereses para sus vacaciones hacen difícil programar un viaje familiar como quisieran su padre Víctor y su madre Elena. Conversaron al respecto y pensaron en realizar actividades más acordes a los intereses de sus hijos como canotaje, bicicleta de montaña, entre otras. A los chicos les emocionó la idea de esta nueva experiencia, ya que nunca lo habían hecho. El siguiente fin de semana enrumbaron al Colca en auto y se hospedaron en un hostel donde pasaron 3 días de diversión en familia. A su regreso, compartieron sus experiencias con sus amigos del colegio y del barrio. Ahora, Carla y Fernando se encuentran más animados a conocer otros lugares que les ofrezcan actividades similares o más divertidas.

Texto ficticio.

La familia vacacionista arequipeña

Para la familia arequipeña, el principal motivador de un viaje es salir con la familia (46,4%). Sin embargo, es interesante comprobar cómo ha aumentado el interés por la diversión (creció en 10,6% del 2012 al 2013) y por conocer nuevos lugares, que en el mismo periodo aumentó en 4,1%.



¿Cómo planifica su viaje?

- Consulta a sus familiares y/o amigos.
- Utiliza Internet como medio para identificar promociones y comparar paquetes turísticos. Los gastos los evalúa de manera independiente.
- Busca destinos con bonitos paisajes, naturaleza, clima cálido, que además sea seguro, ofrezca servicios económicos –alojamiento, transporte y alimentación– y donde idealmente vivan familiares y/o amigos.
- La planificación total suele durar una semana en promedio.



¿Cuántos integrantes tiene la familia arequipeña?

- Cuatro personas.
- Sus viajes se dan mayormente con la familia nuclear (padres e hijos).

¿Qué medios influyen en la elección del destino?

- Los comentarios y la experiencia de familiares y/o amigos (52,9%).
- Internet, aunque en menor medida.

Oportunidad para el sector: diversificar su oferta de destinos, promocionando nuevos lugares que ofrezcan actividades recreativas para toda la familia.





© Circuito Mágico del Agua, Parque de la Reserva, Lima © Daniel Silva / PROMPERÚ

Características del viaje de la familia vacacionista arequipeña

¿Cómo costea el viaje?

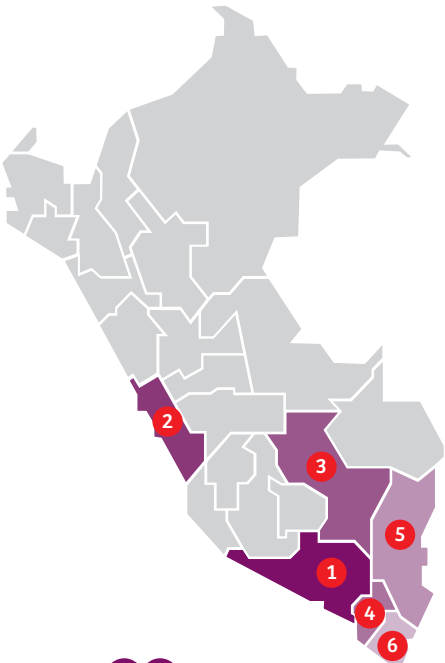
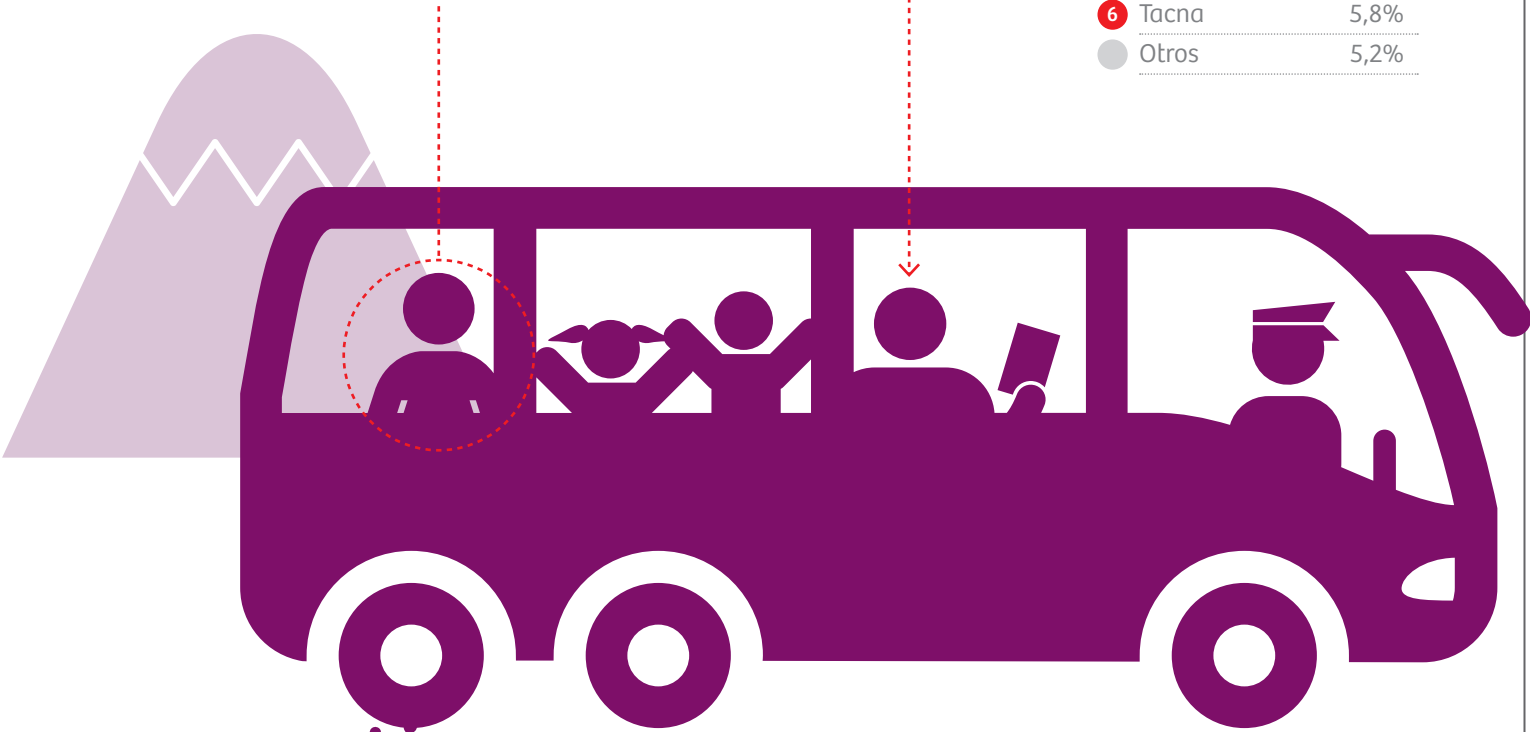
- Con los ahorros y el sueldo del jefe de familia.

¿Cuánto gastan?

- El gasto familiar estimado por viaje es S/. 990.
- El gasto promedio por noche es de S/. 85,78 por cada integrante.

¿Cuáles son los destinos más visitados?

1	Arequipa	52,8%
2	Lima	14,9%
3	Cusco	8,6%
4	Moquegua	6,5%
5	Puno	6,2%
6	Tacna	5,8%
	Otros	5,2%



¿Cuántas noches pernocta en el destino?

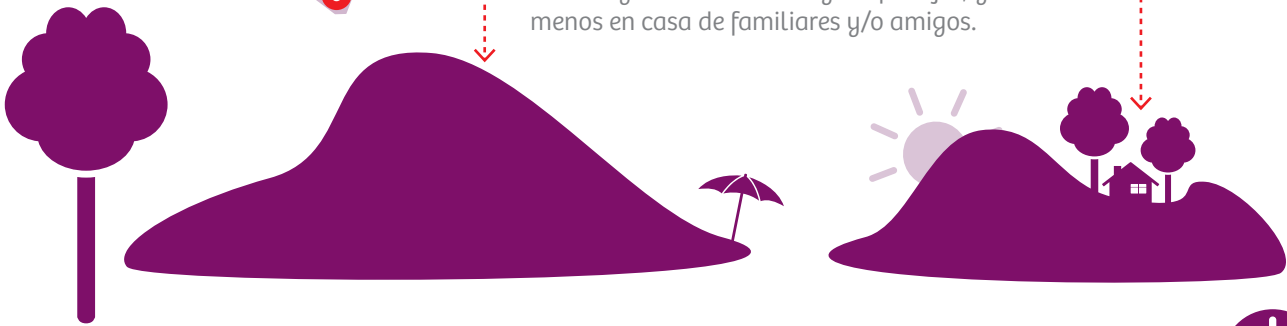
Cuatro.

¿Qué actividades realiza?

- Va a la playa a pasar el día.
- Visita iglesias, catedrales, conventos y sitios arqueológicos. Combina, así, el turismo cultural con el que prefiere el contacto con la naturaleza.

¿Dónde se aloja?

Cada vez más en hostales y hospedajes, y menos en casa de familiares y/o amigos.



Oportunidad para el sector: aquellas actividades que acoplen el turismo de naturaleza y el cultural gozarán de mayor preferencia en este segmento.



La familia vacacionista chiclayana

Para la familia chiclayana, el principal motivador de un viaje familiar es descansar y relajarse, indicador que subió de 35,1% en el 2012 a 40,5% en el 2013. Otro aspecto importante es pasar tiempo con la familia.

¿Cómo planifica su viaje?

- Consulta a sus familiares y/o amigos.
- La planificación total suele durar una semana en promedio.

¿Qué medios influyen en la elección del destino?

- Los comentarios y la experiencia de familiares y/o amigos (62,7%).
- Los programas de televisión sobre viajes y los reportajes turísticos (19,1%).



Oportunidad para el sector: diversificar su oferta de destinos, promocionando nuevos lugares que ofrezcan actividades recreativas para toda la familia.

Características del viaje de la familia vacacionista chiclayana

¿Cuántas noches pernocta en el destino?

Cinco.

¿Cuánto gastan?

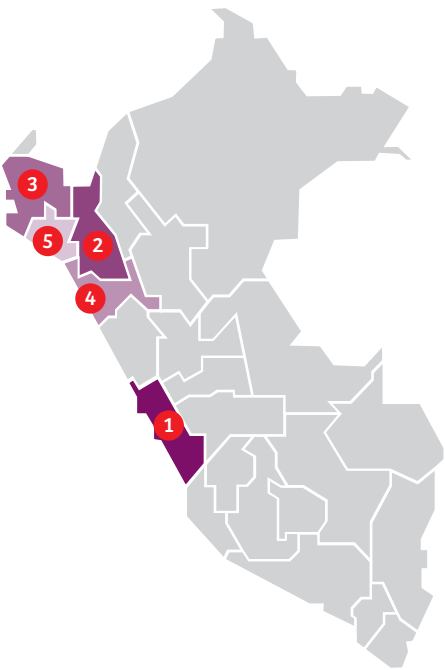
- El gasto familiar estimado por viaje es S/. 1 047.
- El gasto promedio por noche es de S/. 61,10 por cada integrante.



¿Cómo costea el viaje?

Con los ahorros y el sueldo del jefe de familia.

¿Cuáles son los destinos más visitados?



1	Lima	30,8%
2	Cajamarca	22,3%
3	Piura	16,3%
4	La Libertad	14,3%
5	Lambayeque	3,6%
	Otros	12,7%



¿Qué actividades realiza?

- Visita iglesias, catedrales, conventos y sitios arqueológicos.
- Recorre áreas verdes o reservas naturales.
- Va a pasar el día a la playa.



De viaje al corazón de los Andes

Catalina vive en Huancayo junto a sus dos hijos, uno de 8 años y otro de 6. Gracias al esfuerzo de sus padres, Catalina es una madre moderna que se desarrolla profesionalmente en una empresa transnacional. Esto hace que ella no tenga mucho tiempo libre para salir con sus hijos de vacaciones. Conversando con sus padres, ellos le comentaron que sus primos de Huancavelica eran los organizadores de la Fiesta de las Cruces y que les gustaría que ella y sus hijos vayan a ayudarlos. A Catalina le gustó la idea y pensó que sería una gran oportunidad para que sus hijos conozcan la ciudad y sus atractivos. Además, vio una publicidad en televisión de la campaña “¿Y tú qué planes?”, donde ofrecían ofertas interesantes. Así, pidió días libres a cuenta en su trabajo, aprovechó las vacaciones bimestrales de sus hijos para organizar el viaje y compró los pasajes en ómnibus rumbo a Huancavelica. Al llegar, uno de sus primos le ofreció su casa para hospedarse. Sin embargo, para no incomodarlos, Catalina prefirió quedarse en un hostel por 4 noches. Ella y sus hijos aprovecharon el viaje para visitar a sus demás familiares, conocer lugares llenos de naturaleza y, por supuesto, disfrutar de la gran fiesta de la ciudad. En esos días, se animaron a regresar en tren. Durante el regreso a Huancayo viajaron en paralelo al río Mantaro, observando sus hermosos y variados paisajes.

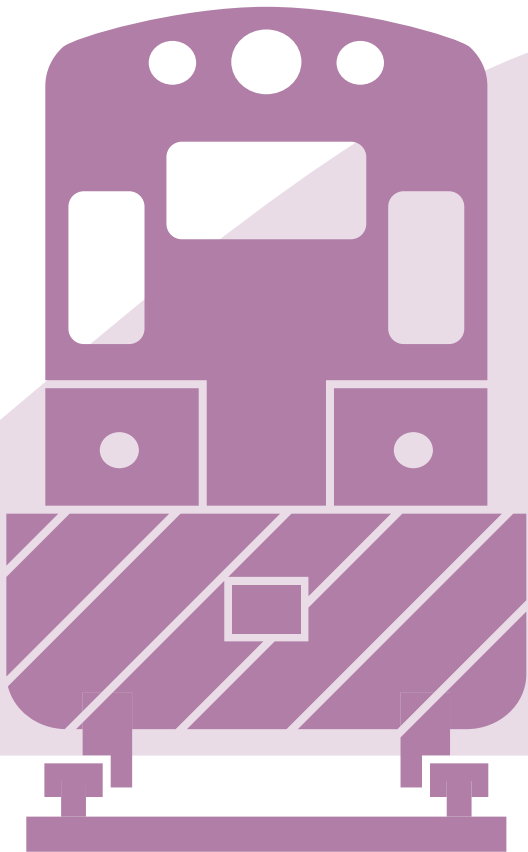
Texto ficticio.

La familia vacacionista huancaína

Para la familia huancaína, el principal motivador de viaje es el salir con la familia (42,4%). El segundo motivador es el descanso. Y el tercer motivador es la diversión.

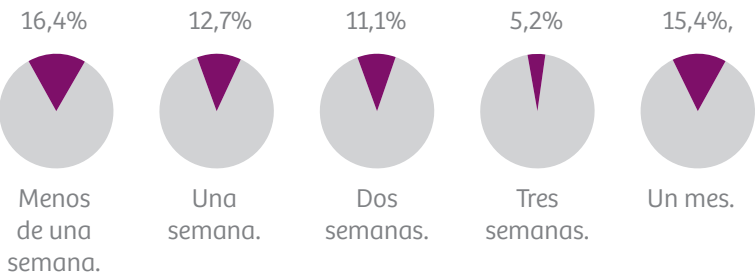
¿Qué medios influyen en la elección del destino?

- El medio que más influye en la elección del destino son los comentarios y experiencias de familiares y/o amigos (57,5%).
- Los programas de televisión sobre viajes (23%).
- Internet, donde confirman la información vista en los reportajes de viajes e indagan sobre costos.



¿Cómo planifica su viaje?

- Se inicia con las consultas a sus familiares y amigos, siendo complementado con los reportajes de viaje del destino e Internet. Sin embargo, el 37,8% no planifica su viaje.
- El tiempo de planificación de viaje ha disminuido considerablemente, tomando la decisión en menos de un mes.



- La elección del destino dependerá de la oferta integral. Asimismo valora los siguientes atributos: sus paisajes, naturaleza y clima cálido, también otorga importancia a que familiares y/o amigos vivan en el lugar, que este sea seguro y ofrezca diversos atractivos turísticos.

¿Cuántos integrantes tiene la familia huancaína?

- Tres personas (padres e hijo).
- Aunque en la mayoría de las ocasiones se trata de la familia nuclear, también se incluyen a las familias monoparentales.



Características del viaje de la familia vacacionista huancaína

¿Cuántas noches pernocta en el destino?

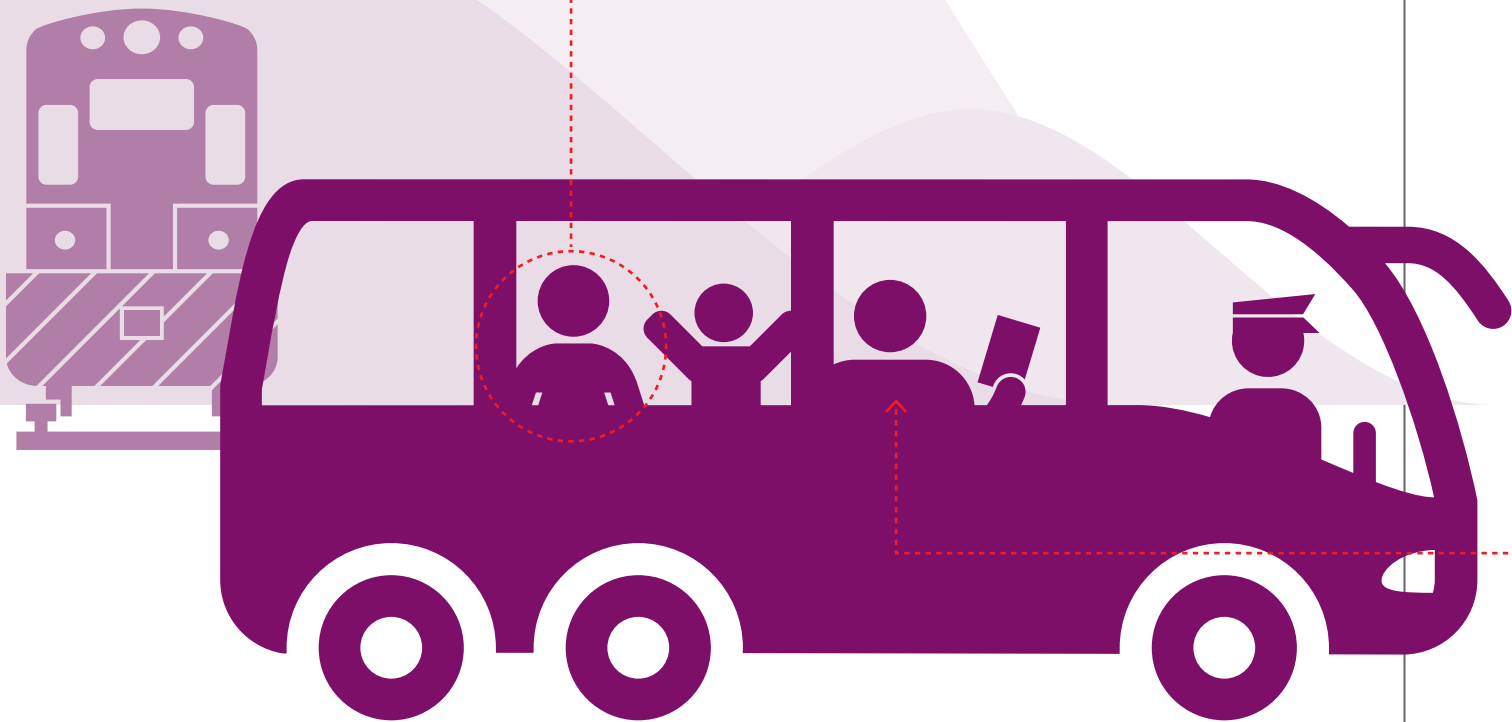
Seis.

¿Qué medio de transporte utiliza?

El terrestre, mayormente los ómnibus interprovinciales.

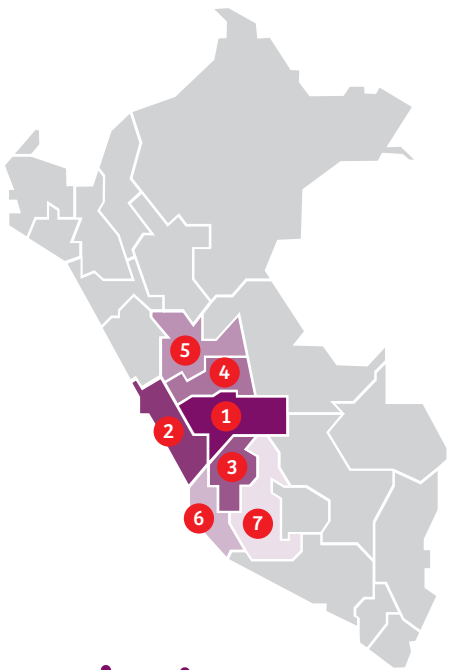
¿Cuánto gastan?

- El gasto familiar estimado por viaje es S/. 1 129.
- El gasto promedio por noche es de S/. 60 por cada integrante.



¿Cuáles son los destinos más visitados?

En el último año, las familias de Huancayo incrementaron sus viajes dentro de Junín en un 5,7% con respecto al año anterior. Adicionalmente, han aparecido dos nuevos departamentos: Huancavelica y Pasco.



1	Junín	37,8%
2	Lima	32%
3	Huancavelica	8,7%
4	Cerro de Pasco	4,8%
5	Huánuco	4,7%
6	Ica	3%
7	Ayacucho	1,8%
	Otros	7,2%

¿Dónde se aloja?

Casa de familiares, amigos y hoteles/hostales.



¿Cómo costea el viaje?

Con los ahorros y el sueldo del jefe de familia.



Clasificación de las familias peruanas que viajan

Los destinos que ofrecen atractivos naturales son los preferidos para el segmento de mayor gasto.

4



Esta segmentación es resultado del análisis de las variables de gasto y permanencia del PVN (Perfil del Vacacionista Nacional 2013). La clasificación de las familias peruanas que viajan se presenta de la siguiente manera:

Mejor prospecto

Por las características que presenta esta familia, trae mayores oportunidades de crecimiento para el turismo familiar del Perú, en términos económicos. Es el vacacionista del segmento familias que tiene el gasto promedio de viaje más alto que los otros. Es resultado de la mayor permanencia en destino, se trasladan por vía aérea y se hospedan en hoteles de tres a más estrellas.

¿De dónde vienen?

Proviene las siguientes ciudades: Lima (93,4%), Arequipa (5,8%) y Trujillo (0,8%) y pertenecen al siguiente NSE: A: 12,3%; B: 29,8% y C: 58,0%.

¿Cuánto gastan?

S/. 599
en promedio de viaje

¿Cuántas noches permanecen?

5
noches en promedio

¿Qué consideran para elegir el destino?

1. Paisajes de naturaleza.
2. Clima cálido.
3. Lugar seguro.

¿Cuántas personas conforman el grupo?

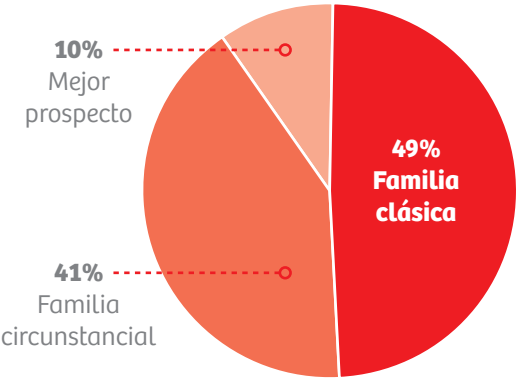
4
personas



¿Cuántos viajan fuera del departamento?

92,9%

La base de la muestra son el segmento familia que viaja en familia y representa el 55,1%.



¿Qué lugares prefieren?

Lugares que brinden naturaleza.

¿Cuál es la motivación del viaje?

Descanso, relajó y conocer nuevos lugares.

¿Qué medio de transporte utilizan?

- Ómnibus: 69,8%
- Avión / avioneta: 17,4%
- Auto particular: 11,4%
- Otros: 1,4%

¿Qué destinos visitan?

A esta clase de familia le motiva conocer nuevos lugares fuera de su departamento y prefieren viajar a lugares de la zona norte tales como: La Libertad: 13,9%; Ica: 10,5%; Lambayeque: 10,2%; Junín: 10,1% y Piura: 9,6% (fomentados por la campaña “¿Y tú qué planes?-Viaje al Norte”).

¿Qué tipo de alojamiento utilizan?

Es el subsegmento que menos se queda en casa de familiares y amigos (44,8%). El hospedaje pagado se distribuye de la siguiente manera:

- Hostal: 16,6%
- Hotel 3 estrellas: 16,2%
- Hotel 1 y 2 estrellas: 11,9%
- Casa hospedaje pagado: 6,5%
- Hotel 4 y 5 estrellas: 4%

¿En qué mes acostumbran salir de viaje?

Julio

¿Cuánto tiempo planifican el viaje?

1
mes (30 días, 4 semanas)



Río Chontabamba, Pasco © Rocío León

Familia clásica

Este tipo de familia es la que tiene mayor participación y presenta características de una familia tradicional; sin embargo, esta va cambiando de acuerdo a lo que ofrece el sector y si está acorde a su presupuesto.

¿De dónde vienen?

Proviene de las siguientes ciudades: Trujillo (44,9%), Chiclayo (33,0%) y Huancayo (22,1%) y pertenecen al siguiente NSE: A: 1,5%; B: 28,9% y C: 69,6%.

¿Cuánto gastan?

S/. 265
en promedio de viaje

¿Cuántas noches permanecen?

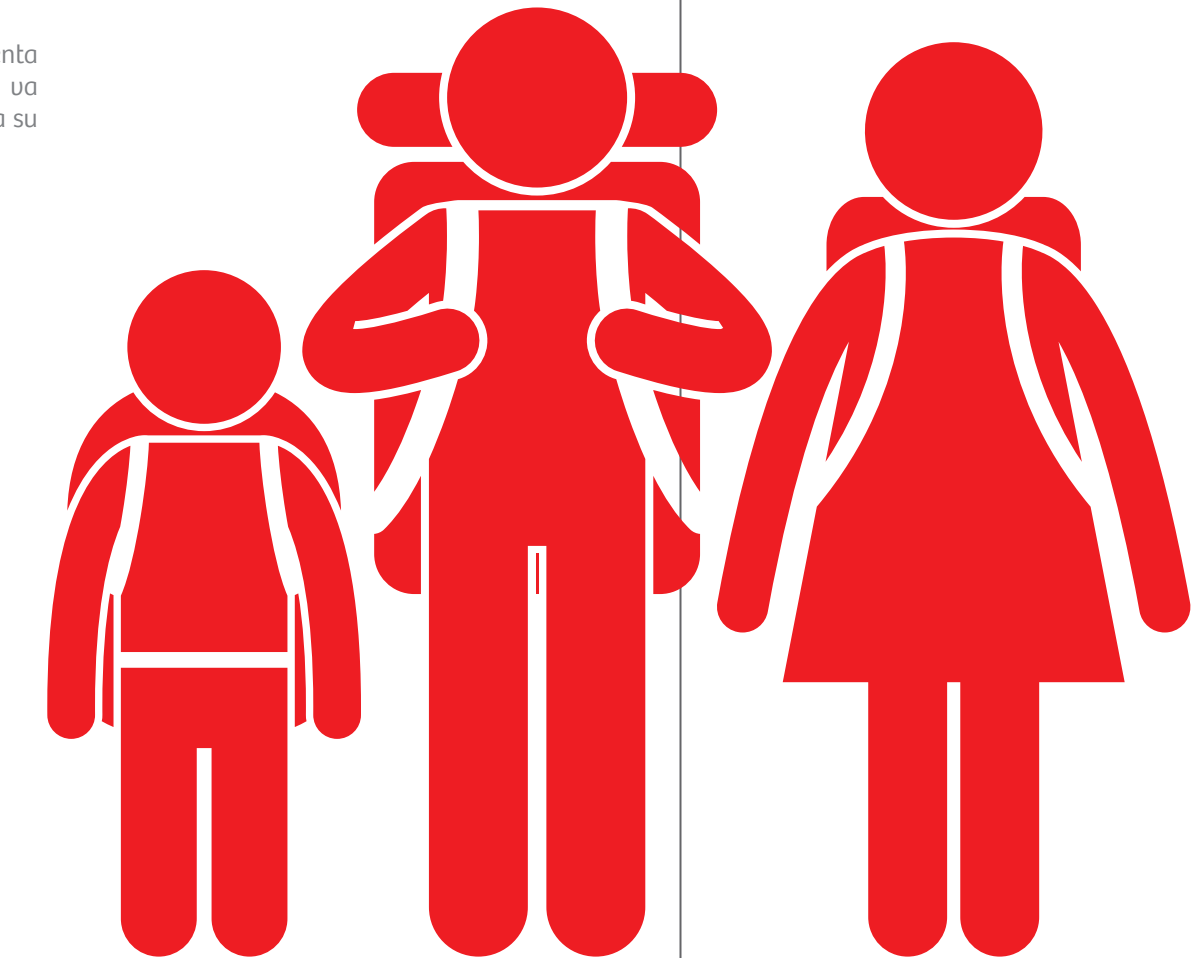
4
noches en promedio

¿Qué consideran para elegir el destino?

1. Paisajes de naturaleza.
2. Tener familiares y amigos que viven en el lugar.
3. Variedad de atractivos.

¿Cuántas personas conforman el grupo?

3
personas



¿Cuántos viajan fuera del departamento?

75,1%

¿Con cuánto tiempo planifican el viaje?

Con poco tiempo o no planifican el viaje.

¿Qué lugares prefieren?

Lugares conocidos para viajar con familiares y amigos.

¿Cuál es la motivación del viaje?

Salir con la familia.

¿Qué medio de transporte utilizan?

- Ómnibus: 85,8%
- Auto particular: 9,6%
- Otros: 3,9%
- Avión / avioneta: 0,7%

¿Qué destinos visitan?

Prefieren ir a lugares donde tengan familiares y amigos que vivan en el lugar. En el 2013, los principales departamentos que visitaron fueron: Junín: 39,5%; Lima: 28,8%; **Huancavelica: 8,6%; Pasco: 5,6%** y Huánuco: 5,5 %.

¿Qué tipo de alojamiento utilizan?

Es el subsegmento que más se hospeda en casa de familiares y amigos (57,6%). El hospedaje pagado se distribuye de la siguiente manera:

- Hostal: 16,5%
- Hotel 1 y 2 estrellas: 13,7%
- Hotel 3 estrellas: 8,9%
- Casa hospedaje pagado: 2,9%
- Hotel 4 y 5 estrellas: 0,4%

¿En qué mes acostumbran salir de viaje?

Cualquier mes del año.

Familia circunstancial

Prefieren viajar dentro de su departamento o lugares aledaños en auto propio. Donde el gasto promedio de viaje no es alto; sin embargo, tienden a realizar viajes con mayor frecuencia a distintos lugares.

¿De dónde vienen?

Proviene de los siguientes departamentos: Lima (88,2%) y Arequipa (11,8%) y pertenecen al siguiente NSE: A: 9,2%; B: 29,9% y C: 60,9%.

¿Cuánto gastan?

S/. 181
en promedio de viaje

¿Cuántas noches permanecen?

3
noches en promedio

¿Qué consideran para elegir el destino?

- 1. Paisajes de naturaleza.
- 2. Clima cálido.
- 3. Lugar tranquilo y sin bulla.

¿Cuántas personas conforman el grupo?

4
personas

¿Cuántos viajan dentro de su departamento?

71,6%

Esta clase de familia aprovecha los fines de semana largos para salir de viaje.

¿Qué lugares prefieren?

Lugares que brinden naturaleza.

¿Cuál es la motivación del viaje?

Salir con la familia y divertirse.

¿Qué medio de transporte utilizan?

Medios de transporte: La mayoría de los casos viaja en ómnibus; sin embargo, les gusta viajar con la familia dentro de su departamento en auto propio.

- Ómnibus: 61,3%
- Auto particular: 29,4%
- Otros: 9,3%

¿Qué destinos visitan?

Prefieren realizar viajes cortos dentro de su departamento o lugares aledaños: Arequipa: 64,7%; Tacna: 8,7%; Moquegua: 8,1%; Puno: 6,4% y Cusco: 5,6%.

¿Qué tipo de alojamiento utilizan?

Se hospedan en casa de familiares y amigos (47,4%). Y los que se alojaron en un hospedaje pagado, lo hicieron de la siguiente manera:

- Casa hospedaje pagado: 14,2%
- Hostal: 14,7%
- Hotel 1 y 2 estrellas: 12,4%
- Hotel 3 estrellas: 10,3%
- Hotel 4 y 5 estrellas: 1%

¿Con cuánto tiempo planifican el viaje?

Una semana.

¿En qué mes acostumbran salir de viaje?

Enero y febrero.



Segmento Familias: un segmento con grandes oportunidades

Una oportunidad para generar productos y servicios integrales adecuados para las diferentes generaciones.

5



¿Qué beneficios trae el turismo familiar interno en el Perú?

El turismo interno es una actividad económica generadora de empleo, impactando positivamente en la calidad de vida de los diferentes departamentos del país. En el caso particular del segmento familias, se debe considerar los siguientes factores:



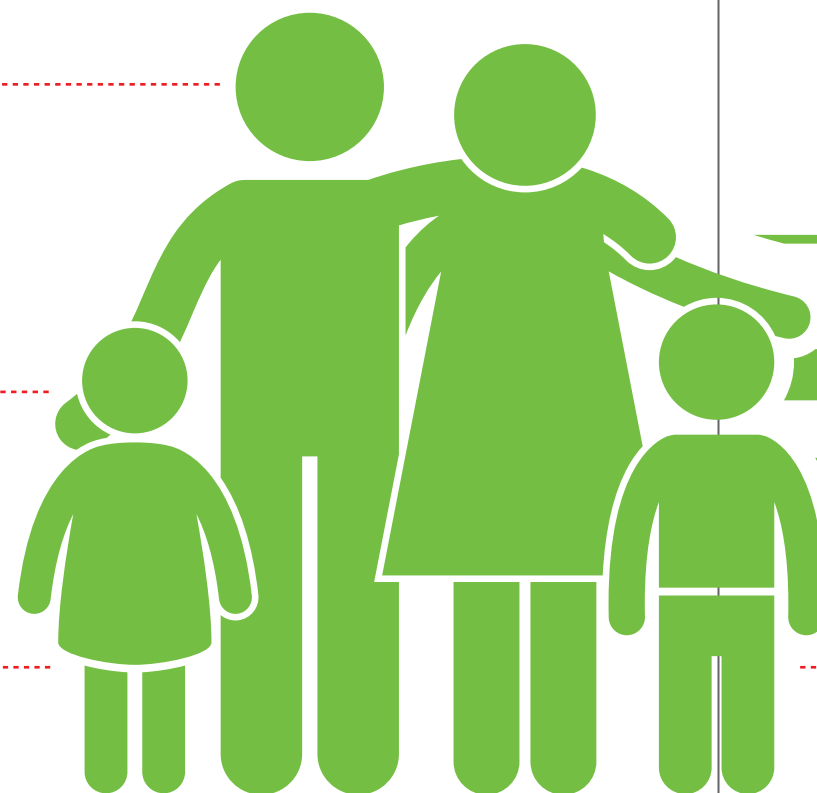
Es un segmento de demanda en crecimiento.



Genera un alto consumo de oferta de ocio intergeneracional (padres-hijos-abuelos-nietos).



El turismo familiar interno permite desarrollar productos y servicios integrales multigeneracionales.



Lima es la principal ciudad emisora del segmento. Aumentó el flujo de viaje en 20%.

Crecimiento de las ciudades emisoras

- Arequipa incrementó en 34% el flujo de viaje en base al 2012.
- Chiclayo creció en 12% el flujo de viaje en base al 2012.



La demanda de servicios en los destinos integra alojamiento, restauración, ocio, comercio, equipamiento e instalaciones públicas.



Fideliza al turista con el destino.



Genera alta capacidad de recomendación de destinos.

¿Qué oportunidades trae el turismo familiar interno en el Perú para el sector turismo?

Como lo hemos adelantado líneas arriba, el turismo familiar interno ofrece una serie de oportunidades ligadas al desarrollo, la implementación y el acondicionamiento de servicios pensados en las necesidades de este segmento. Estas deben partir de ofrecer organización, tanto al momento de planear el viaje como durante el mismo, y seguridad. Algunas sugerencias puntuales son las siguientes:

- Lanzar la publicidad de paquetes turísticos familiares con un mes de anticipación (junio y diciembre), y darle mayor impulso dos semanas antes del viaje.
- Establecer alianzas estratégicas con operadores locales que permitan que las familias viajeras cuenten con toda la seguridad y organización necesarias tanto antes del viaje como durante su estancia en el destino. Los padres no quieren llevarse ninguna sorpresa durante estos días que se alejan de la rutina.
- Considerando que el Internet como medio de consulta previo al viaje ha aumentado en los últimos meses, las empresas del sector deben buscar posicionarse mejor en las plataformas digitales. Siendo Google el buscador más utilizado, podría ser una buena entrada para colocar publicidad segmentada.

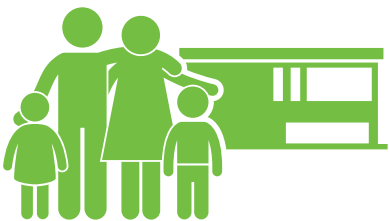
Para hoteles, hostales y hospedajes

- Instalaciones adaptadas para albergar a familias: cuartos conectados, camarotes, camas y cunas extras, frigobares, baños con agua caliente y fría, frazadas adicionales, alquiler de coches, etc.
- Servicios y actividades de entretenimiento para niños, como zonas al aire libre y salas de estar con juegos de mesa.
- Actividades recreativas para toda la familia (espectáculos, concursos, actividades deportivas, etc.).
- Piscinas para niños.
- Servicio de guardería.
- Para los hoteles de playa de Tumbes y Piura: ofrecer recorridos turísticos para el circuito “Puerto Pizarro, manglares e islas”.



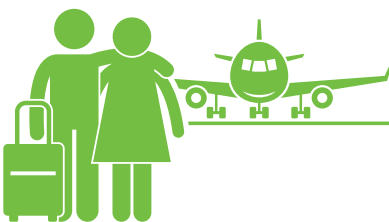
Para restaurantes

- Implementación de menús infantiles.
- Servicios e instalaciones para niños, como sillas para poder sentarse al comedor y cambiadores para bebés en los baños.
- Que los restaurantes campestres cuenten con juegos y actividades recreativas al aire libre y con piscinas.



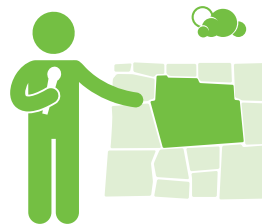
Para centros culturales de ocio y tiempo libre

- Centros de interpretación con actividades y talleres para niños (museos y centros arqueológicos).
- Prestadores de servicios de deportes de aventura habilitados para niños.



Para servicios de transporte

- **Transporte aéreo:**
 - Alianzas estratégicas con establecimientos de hospedaje.
 - Ofrecer menús para niños.
- **Transporte terrestre:**
 - Alianzas estratégicas con establecimientos de hospedaje.
 - Como alternativa a los buses para rutas cortas podrían ofrecer el servicio de traslado en vans o de alquiler de camionetas para familias.
 - Menús para niños en los buses interprovinciales.
 - Precios especiales para niños y bebés.



Operadores de turismo

- Servicio de traslado en camioneta para familias.

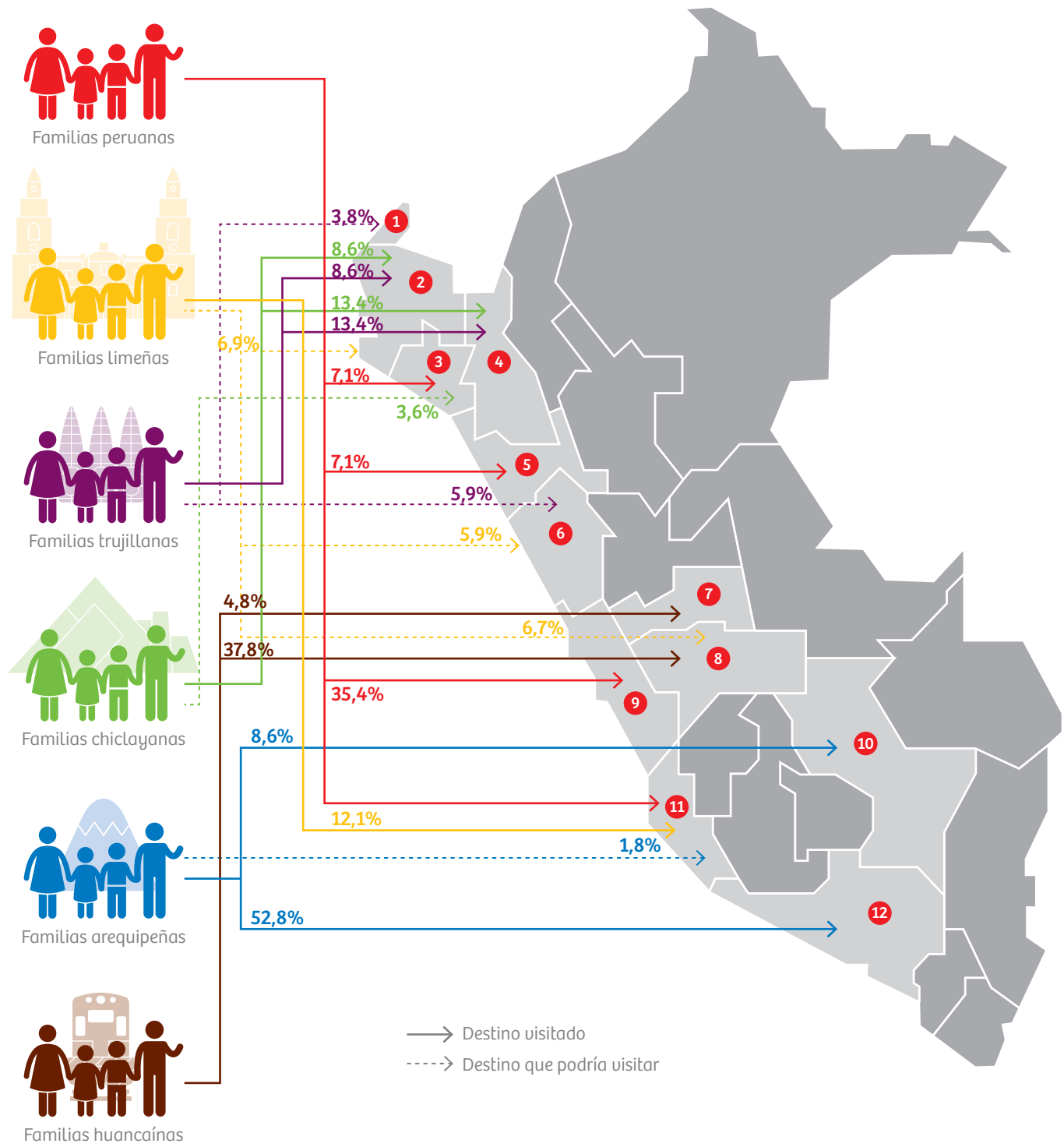


“¿Y tú qué planes?”

- Coordinar fechas para promover atractivos con promociones de empresas de transporte aéreo, terrestre, hospedaje, entre otras.

Destinos visitados y destinos que podrían visitar las familias peruanas

Las familias de Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Huancayo prefieren el turismo de cultura y de naturaleza, siendo la ciudad de Lima el destino preferido por todas ellas.



Valle de las Pirámides de Túcume, Lambayeque © Alex Bryce / PROMPERÚ

Destinos visitados y actividades que podrían realizar las familias peruanas

- 1 TUMBES**
Puerto Pizarro
 - Deportes acuáticos (ski acuático).
 - Gastronomía.**Isla Los Pájaros, zoológico e isla del Amor**
 - Avistamiento de aves y cocodrilos.
 - Paseo en lancha.
 - Natación.**Santuario Nacional de Manglares de Tumbes**
 - Paseos en bote.
 - Observación de flora y fauna.
 - Avistamiento de aves.
 - Caminatas.**Punta Sal y Zorritos**
 - Descanso y relax en hoteles de playa.
 - Paseos a caballo.
 - Gastronomía regional.
- 2 PIURA**
Restos Arqueológicos de Narihuatlá
 - Visitas guiadas, toma de fotografías, filmaciones y visita al museo de sitio.**Catacaos**
 - Observación de elaboración de artesanías y compras.**Playas: Máncora, Colán, Vichayito, Las Pocitas, Los Órganos**
 - Descanso y relax en hoteles de playa, spa.
 - Deportes acuáticos (natación, buceo).
 - Avistamiento de fauna marina (ballenas jorobadas, tortugas).**Paseos en lancha, cabalgatas, campamentos, zipline.**
 - Gastronomía local.
- 3 LAMBAYEQUE**
Circuito de playas
 - Pimentel.
 - Eten.
 - Santa Rosa.
 - Monsefú (mercado artesanal).**Pirámides de Túcume**
 - Visita al museo de sitio.
 - Caminatas por el circuito.
 - Visita al pueblo y al biohuerto.**Huaca Rajada-Sipán**
 - Visita a la zona arqueológica.
 - Museo de sitio.
 - Observación de excavaciones arqueológicas.
 - Artesanías.**Museo Tumbas reales de Sipán**
 - Visita al museo.
 - Observación de joyas, ornamentos y restos encontrados dentro de las tumbas.
 - Artesanías.**Museo Brüning**
 - Observación de materiales arqueológicos pertenecientes a todas las culturas que se desarrollaron en la costa norte.**Bosque de Pómac**
 - Visita a huacas.
 - Rutas de aves.
 - "Sendero cortarrama".
 - Centro de interpretación.
 - Compra de miel y algarrobina.
 - Museo de Sicán.**Chaparri**
 - Observación de flora y fauna.
 - Caminatas por senderos.
 - Albergues Ecológicos.
 - Restaurantes.
 - Centro de interpretación.
 - Artesanías.
- 4 CAJAMARCA**
Plaza de Armas de la ciudad de Cajamarca
 - City tour, caminata.**Mirador de Santa Apolonia**
 - Visitas, excursiones, artesanía y gastronomía.**Complejo Arqueológico de Cumbemayo**
 - Excursiones, caminatas y visitas guiadas.**Campaña cajamarquina**
 - Hoteles de descanso, haciendas con alojamiento. Actividades dentro de los establecimientos de hospedaje, aguas termales.**Baños del Inca**
 - Visita al museo de sitio.
 - Spa, piscinas individuales y comunes.
 - Alojamiento, cafetería.**Granja Porcón**
 - Ecoturismo (observación de flora y fauna).
 - Zoológico y piscigranja.
 - Visitas guiadas.
 - Turismo vivencial.
 - Siembra de árboles (viviero forestal).
 - Agroturismo (elaboración de queso, esquile de oveja y alpaca, ordeño de vacas, siembra y cosecha de papas).
 - Turismo vivencial (vivir como parte del pueblo, aprender a cocinar sobre leña, recolección de hongos y hierbas).
 - Aventura (caminatas, cabalgatas, nadar en el río, trekking).
 - Alojamiento (campamentos y hospedajes).

Las familias de Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Huancayo prefieren el turismo de cultura y de naturaleza.



📍 Museo Tumbas Reales de Sipán, Lambayeque © Favio Ovalle / PROMPERU

5 LA LIBERTAD

Huaca El Brujo - Museo de Cao

- Visita al sitio arqueológico y museo de sitio.
- Compra de souvenirs.

Ciudadela de Chan Chán

- Visita al sitio arqueológico y museo.
- Compra de artesanías y souvenirs.

Huaca del Sol y Huaca de la Luna - Campiña Moche

- Visita al sitio arqueológico y museo Huacas de Moche.
 - Actividades lúdicas y culturales para familias y niños.
 - Visita a talleres artesanales.
 - Murales.
 - Gastronomía local.
- ### Balneario de Huanchaco
- Descanso y relax.
 - Caminatas por el malecón.
 - Deportes náuticos (surf).
 - Paseos en caballitos de totora.
 - Visita al poblado.
 - Artesanías.
 - Infraestructura hotelera y restaurantes.
 - Gastronomía local.

6 ÁNCASH

Huarmey

- Sol y playa.
- Sitios arqueológicos (Gauilanes, Lecheral, Mandinga).

Casma

- Visita a Complejo Arqueológico de Sechín.

Balneario de Tortugas, Playa El Huauro

- Sol y playa.

Callejón de Huaylas

- Yungay.
- Caraz.
- Carhuaz.

Recuay, Laguna de Llanganuco, Parque Nacional del Huascarán, Churup y Parón

- Laguna de Llanganuco.
- Parque Nacional del Huascarán.
- Churup.
- Parón.

Chavín de Huántar

- Sitio arqueológico y museo de sitio.
- Textileros de Carhuayoc y Carash.

Conchucos

- Laguna de Purhuay.
- Catarata María Jiray.
- Poblado Chacas (Taller Don Bosco).
- Santuario de Pomayucay.

Huaraz

- City tour.

Chiquián

- Pueblo de Chiquián.
- Cordillera de Huayhuash.

7 PASCO

Oxapampa

- Visita a la plaza principal.
- Visita a la procesadora de lácteos La Floralp.
- Chontabamba (Tunqui Cueva).
- Gastronomía local.

Prusia y Pozuzo

- Plaza principal.
- Museo Schafferer.
- Procesadora de caña El Warapo.

Parque Nacional Yanachaga Chemillén

- Observación de flora, mariposas y aves (gallito de las rocas).
- Toma de fotografías.
- Caminatas, campamentos y ciclismo de montaña.

Villa Rica - Laguna El Oconal, caídas de agua (El León y Jesús)

- Gastronomía local.
- Plantaciones de café.
- Fincas de piña y rocoto.

8 JUNÍN

Ciudad de Huancayo

- City tour (Plaza de la Constitución, centro de Huancayo, parque de la Identidad Wanka, Cerrito de La Libertad).

Hualhuas, San Jerónimo de Tunán, Cochas, Viques

- Circuito artesanal telares, platería, mates burilados, bordados.

Valle del Mantaro- Concepción

- Planta lechera del Mantaro.
- Convento e Iglesia de Ocapa.

Jauja

- Laguna de Paca (paseos en bote).

Tarma (Circuito Altoandino)

- Visita al Valle de las Flores (en el mes de agosto).
- Haciendas La Florida y Santa María.
- Artesanías en San Pedro de Cajas.
- Observación de fauna en cuevas de Huagapo.
- Peregrinación al Santuario Señor de Murguay.

San Ramón, La Merced, valle de Chanchamayo (circuito selva central)

- Caídas de agua (Bayoz, Velo de la Novia, El Tirol).
- Puente Kimiri.
- Comunidad nativa de Pampa Michi.
- Procesadoras de café.
- Santuario Nacional de Pampa Hermosa y Satipo.

9 LIMA

Churín, Huancahuasi, Picoy

- Ruta de los baños termales Churín y Huancahuasi.
- Visita a la zona arqueológica de Antamarka.
- Avistamiento de paisajes naturales (nevado de Yarahuayna).

Huaral

- Baños termales de Collpa.
- Observación de flora y fauna.
- Visita de zonas arqueológicas en las Lomas de Lachay.
- Visita al Castillo de Chancay.
- Tours en "Eco Truly Park" (talleres educativos ambientales, cocina vegetariana, yoga, hospedaje).

Huacho

- Visita a la albufera del Nuevo Mundo (observación de paisajes y aves, paseos en bote, camping, caminatas, playa).
- Observación de aves en la laguna El Paraíso.
- Observación de fauna marina en las islas Huampanú, Loberas y Magorca.

Barranca

- Sol y playa en Bandurria, Colorado y Puerto Chico.

Antioquia

- Visita al pueblo, retablo y mirador.
- Visita al pueblo de San José de Nieves.
- Camino Inca de Sisicaya y pueblo cd Sisicaya (visita al pueblo fantasma y la zona arqueológica).

Lunahuaná

- Deportes de aventura, como canotaje.
- Visita a restos arqueológicos del Complejo Incahuasi.
- Pacarán (trekking, bicicleta de montaña y caminatas, vitivinícola y gastronomía local).

Agpitia

- Gastronomía.
- Calango.
- Salinas.

Yauyos

- Huancaya y deportes de aventura.
- Viñak.
- Reserva Paisajística Nor-Yauyos Cochas.

Canta

- Visita a petroglifos de Checta.
- Santa Rosa de Quives.
- Arahuary.

Cañete

- Lagunas medicinales Las Salinas.

Asia, Sarapampa y Chepeconde

- Sol y playa.

Huarochari

- Catarata de Antankallo, Marachanca y laguna Arca.

Pachacamac

- Visita a zona arqueológica, iglesia y playa.

10 CUSCO

Ciudad de Cusco (Plaza de Armas, Catedral, Templo de La Compañía de Jesús, Palacio Argobispal, Qoricancha, Barrio y Templo de San Blas)

- City tour, caminatas y visitas.

Complejos Arqueológicos (Sacsayhuaman, Qenqo, Puka Pukara, Tambomachay)

- Caminatas.
 - Visitas a centros arqueológicos.
- ### Valle Sagrado (Ollantaytambo, Pisac, Chinchero)

- Caminatas.
- Visitas a centros arqueológicos.
- Escalada de montaña.
- Zipline.
- Mercados artesanales.

Machu Picchu

- Caminatas, visita a la Ciudadela de Machu Picchu.

11 ICA

Paracas: Islas Ballestas, Reserva Nacional de Paracas

- Paseo en lancha, observación de fauna marina.

Ica: laguna y dunas de La Huacachina, museos regionales y dunas

- Visita a zona natural.
- Caminata por el malecón.
- Pedalones y sandboard.
- Visita a museos.
- Sandboard y areneros.

Nasca: Líneas de Nasca, centros arqueológicos (Cahuachi y Paredones)

- Observación de las Líneas de Nasca.
- Visita a centros arqueológicos.
- Acueductos de Cantayoc y geoglifos.
- Museos.

12 AREQUIPA

Ciudad de Arequipa y Plaza de Armas, Catedral, Iglesia y Convento de La Compañía, Monasterio de Santa Catalina, casonas y museos

- City tour: visitar iglesias, conventos, casonas y museos.

Campiña arequipeña (Mirador de Yanahuara, Distrito de Cayma, Pueblo y Molino de Sabandía, Mansión del Fundador, Distrito de Characato)

- Observación de paisajes naturales.
 - Disfrutar de actividades al aire libre (caminatas).
 - Visitar casonas.
- ### Parque Jurásico de Querullpa
- Observación de huellas de animales prehistóricos y fósiles.
- ### Petroglifos de Toro Muerto
- Observación de tallados en piedras (figuras que representan plantas, animales, seres antropomorfos y formas geométricas).

Valle de los Volcanes

- Caminata y observación de volcanes.

Reserva Nacional de Salinas y Aguada Blanca

- Observación de paisajes, flora y fauna, caminatas.

Reserva Nacional Lagunas de Mejía

- Observación de aves.

Playas de Arequipa: Camaná, Mejía y Mollendo

- Descanso y relax.
- Deportes acuáticos (natación y buceo).
- Gastronomía local.

Cañón del Colca

- Caminatas.
- Observación del vuelo del cóndor.

Agencia de viajes

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. El término “agencia de turismo” debe considerarse equivalente al de “agencia de viajes”.

Atractivo turístico

Es todo lugar, objeto, elemento o acontecimiento de interés turístico: monumentos, paisajes, gastronomía y actividades culturales, deportivas o recreativas. Los atractivos turísticos constituyen la motivación principal para el flujo turístico de un país.

Casa de hospedaje o pensión familiar

Alojamiento en casa de una familia. Se acondiciona mayormente en épocas de temporada alta.

Corrientes turísticas (flujos)

Conjunto de personas que se desplazan de un lugar a otro con fines turísticos, formando un canal continuo con características especiales que permiten la realización de actividades recreacionales. (Fuente: Mincetur).

Culturas vivas

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

Destino turístico

Lugar visitado durante el viaje.

Entorno habitual

Incluye una zona determinada alrededor del lugar de residencia y todos aquellos otros sitios, cercanos o distantes, que una persona visita cotidianamente.

Estacionalidad

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

Excursionista o visitante del día

Es aquella persona que realiza un viaje fuera de su entorno habitual, por cualquier motivo diferente al de ejercer una actividad remunerada, y que no pernocta en el lugar visitado.

Gasto del turista

Gastos de consumo efectuados por un turista durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Se miden mayormente como “gasto por turista durante todo el viaje”. 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 tipo capital —terrenos, casas, fincas u otros bienes importantes tales como automóviles, remolques, barcos, etc.—, aunque en el futuro puedan ser utilizadas para viajes turísticos.
- Efectivo entregado a familiares o amigos durante un viaje de vacaciones que no representa 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 da normalmente por motivos de descanso o diversión. Es el visitante (quizá conjuntamente con los demás miembros del hogar) quien decide hacer el viaje turístico, costéándolo con fondos familiares. En algunos casos durante el trayecto se visita a parientes y amigos, aunque no es este 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 (matrimonios, bautizos, etc.). También se consideran los viajes para asistir a funerales.

Negocios

Es el viaje realizado por exigencias relacionadas con la ocupación del viajero o la actividad económica de la empresa para la que trabaja. Su realización y financiamiento son decisiones tomadas frecuentemente por alguien diferente al viajero mismo.

Salud

Incluye todo tratamiento por motivos de salud fuera del entorno habitual. En la práctica esta categoría se refiere principalmente a la visita a clínicas, hospitales, consultorios médicos, centros de mantenimiento físico, baños de mar terapéuticos y cualquier otro tratamiento o cura relacionados al bienestar físico y mental del paciente.

Paquete turístico

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

Servicio turístico

Es todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a los proveedores de estos: agencias de viaje, operadores turísticos, guías de turismo, etc. Si bien son básicamente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo, su prestación es facilitada por un adecuado equipamiento turístico. 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 permanencias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, y por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

Turismo cultural

Es el tipo de turismo que satisface el deseo de conocer la historia del lugar y admirar atractivos culturales, sitios arqueológicos, monumentos arquitectónicos, inmuebles históricos y museos.

Turismo de aventura

Es el tipo de turismo que 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

Es el tipo de turismo que permite estar en contacto con las áreas naturales, para admirar la flora y fauna del lugar, así como su biodiversidad y medioambiente.

Turismo de sol y playa

Este tipo de turismo está referido a la elección de destinos costeros con el propósito de buscar buen clima, descansar, relajarse y divertirse.

Turismo urbano

Es el tipo de turismo que se desarrolla en el entorno urbano de un destino, con la finalidad de visitar y conocer sus principales atractivos turísticos (plazas, parques, calles y avenidas importantes) y comerciales (centros comerciales, grandes tiendas, ferias, etc.). Las ciudades son puntos inevitables de contacto durante el recorrido de un país a otro. Este tipo de turismo es practicado también por los turistas de negocios, por los que viajan para participar en convenciones y congresos, y por quienes van a visitar a familiares y amigos.

Turista

Es aquella persona que se traslada a un lugar distinto de donde reside y que permanece en él por un período mínimo de una noche y no mayor de doce meses consecutivos. Su principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada o residir en el lugar de destino.

Vacionistas nacionales

Todos aquellos peruanos que se trasladan a alguna zona del país diferente a donde residen, principalmente para relajarse, descansar, divertirse o conocer nuevos lugares, por un período mayor a una noche y menor a doce meses. (Fuente: Publicación PVN).

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 en el lugar de destino. Los visitantes se clasifican como turistas o como visitantes del día.

Material impreso

- Estudio Nacional del Consumidor Peruano 2013. Arellano Marketing. Lima, 2013.
- *Perfil del Vacacionista Nacional 2013*. Colección: *El Turismo en Cifras*. Promperú. Lima, 2013.

Material virtual

- Huarcaya Rentería, Gloria. “Nuevos rasgos en las familias de Latinoamérica”. En: <http://beta.udep.edu.pe/hoy/2013/nuevos-rasgos-en-las-familias-de-latinoamerica/>
- DTF-¿Qué es Destino Turismo Familiar? En: <http://www.costadebarcelonamaresme.cat/es/turismo-familiar/dtf-que-es-destino-turismo-familiar>
- “The sustainable demographic dividend”. En: <http://sustaindemographicdividend.org/wp-content/uploads/2012/07/SDD-2011-Final.pdf>
- Organización Mundial de Turismo (OMT). En: <http://www2.unwto.org/es>



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 cuarto número presentamos *Conociendo al segmento familias en el Perú*, donde encontrará un estudio de las características, usos, intereses, motivaciones, comportamientos y experiencias de las familias peruanas que hicieron turismo interno en el país, procedentes de las cinco principales ciudades emisoras de viajeros. Así como los beneficios de desarrollar este tipo de turismo por el sector.

www.promperu.gob.pe