



PERÚ

Perfil del Vacacionista Nacional 2009





***Perfil del Vacacionista Nacional
2009***

Índice

	<u>Página</u>
Presentación	3
Conclusiones	4
Ficha técnica	6
Principales resultados	7
I. Motivaciones para realizar viajes por vacaciones, recreación u ocio a algún lugar del Perú	8
1.1 Factor principal que motiva a viajar por vacaciones, recreación u ocio	8
1.2 Medio que despierta interés para realizar un viaje	10
1.3 Aspectos que se toman en cuenta para elegir un destino	11
II. Características del último viaje	13
2.1 Búsqueda de información	13
2.2 Grupo de viaje	18
2.3 Medio de transporte	19
2.4 Tipo de alojamiento	20
2.5 Modalidad de viaje	21
2.6 Duración del viaje	22
2.7 Gasto y financiamiento del viaje	24
2.8 Lugares visitados	27
2.9 Actividades realizadas	33
III. Hábitos de viaje	38
3.1 Temporada para realizar viajes por vacaciones, recreación u ocio	38
3.2 Tenencia y uso del auto propio	39
IV. Clasificación del vacacionista nacional	41
V. Características sociodemográficas	47
Anexos	53
Perfil del Excursionista Nacional (visitas del día por motivo de vacaciones, recreación u ocio)	54
Glosario de términos	60

Presentación

Salir a conocer nuevos lugares, culturas, relacionarse con gente de otras ciudades o regiones tiene efectos positivos en las personas, es decir, estar en contacto con la naturaleza, visitar museos, monumentos y en general cambiar del entorno en el que se vive habitualmente deja en muchos de nosotros una sensación de beneficio, como el haber ganado algo y el haber tenido una experiencia que cambie nuestras vidas.

Son estos beneficios los que buscamos cuando hacemos turismo interno, en donde el bienestar mental, físico y espiritual son necesarios en nuestra vida diaria, permitiendo el fortalecimiento de los lazos que compartimos con la familia y los amigos, saliendo de la rutina. Además, las múltiples actividades turísticas que se pueden realizar, permiten encontrar también estos beneficios, que a su vez genera empleo y crecimiento económico a muchas personas en todas las regiones del país.

Una vez más, el *Perfil del Vacacionista Nacional 2009* es un estudio de mercado que nos permite conocer a los turistas nacionales que viajan por motivo de vacaciones, recreación u ocio por el interior del Perú, cuyos resultados son una fuente de información de primera mano que ayuda a identificar las motivaciones de viaje más esenciales que tienen los peruanos, desde la decisión del viaje, así como sus hábitos y principales tendencias en el comportamiento de viaje.

La investigación tiene como universo a los peruanos que residen en las ciudades de Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Huancayo, las principales ciudades emisoras de turistas nacionales. Dichos viajeros pertenecen a los niveles socioeconómicos Alto (A), Medio (B) y Bajo (C), cuyas edades se encuentran entre 18 a 64 años, siendo las características que corresponden al segmento objetivo de nuestras principales acciones de promoción en turismo interno.

Este documento, también contiene el comportamiento de viaje de los excursionistas (o visitantes del día) correspondiente a las mismas ciudades emisoras, que también comprende a aquellas personas que visitaron lugares cercanos a su lugar de residencia por motivos de recreación y que regresaron el mismo día a sus hogares, lo que constituye una importante información a las expectativas del turismo interno en el Perú.

Esperamos que la presente publicación sea de gran utilidad como fuente de información para las decisiones estratégicas de los empresarios, inversionistas, profesionales y académicos, a fin de conocer al turista nacional y mejorar el producto turístico peruano.

Jacqueline Saettone

Directora de Promoción del Turismo
PROMPERU

Lima, junio del 2010

Conclusiones

- El motivo más importante, que movilizó a los residentes peruanos que viajar por recreación en el 2009, es la búsqueda de descanso y relax. También es importante el deseo de compartir con la familia y de conocer nuevos lugares, aspectos que estarían mostrando una tendencia creciente respecto del 2008; logrando imponerse a la búsqueda de diversión, otrora más valorada por los turistas nacionales, sobre todo en el segmento joven. Cabe indicar que a mayor edad, la búsqueda de descanso y relax despierta mayor interés, mientras que a menor edad, la expectativa de conocer nuevos lugares es un motivo más valorado.
- En esta oportunidad, los comentarios y experiencias de las personas más cercanas, en el ámbito familiar y amical, son los que influyen en la decisión de viajar dentro del país. Otros medios que despiertan el interés por los viajes son los programas de televisión que han acercado al público a los diversos escenarios que nuestro país puede ofrecer. Además, Internet es otro medio que no es aun protagonista en la motivación, pero con gran potencial por su avance tecnológico. Su uso se ha incrementado (2008: 8% y 2009: 12%) generando mayores adeptos entre los más jóvenes.
- El comportamiento de viaje de un vacacionista nacional mantiene una tendencia similar a la observada en años anteriores, en donde las características más peculiares de un viaje por vacaciones, recreación u ocio son:
 - ✓ La gran mayoría no siente la necesidad de buscar información antes de viajar porque ya conoce el lugar (52%), porque tiene referencias del mismo, porque tiene familiares viviendo allí o porque cuenta con familiares o amigos que pueden darles referencias. La autonomía que caracteriza al vacacionista nacional, lo inhibe de adquirir paquetes turísticos ya que prefiere tomar sus propias decisiones antes y después de llegar al lugar.
 - ✓ Los viajes suelen organizarse en grupos de familiares directos (padres e hijos) y en grupos de familiares o amigos (sin niños) y en su mayoría, eligen viajar por carretera; nótese una relativa disminución (2008: 79% vs 2009: 75%) en el uso de este medio; en tanto que, el uso del propio automóvil se ha incrementado de 9% a 14% respecto del año pasado, especialmente entre las personas de 35 a 44 años, entre los hombres y en el segmento de mayor poder adquisitivo.
 - ✓ En promedio, el gasto por viajero se estima en S/. 326 nuevos soles, pernoctando un promedio de seis noches; y la fuente de financiamiento principal del viaje siguen siendo los ahorros de los vacacionistas, aunque se observa mayor tendencia también al uso del sueldo del momento, sobre todo, entre los que trabajan en el sector público.
 - ✓ El alojamiento más utilizado es el hospedaje en casa de amigos y familiares, cuyo uso ha pasado de 45% en el 2008 a 50% en el 2009. El alojamiento pagado también es muy utilizado por los vacacionistas, en donde se aprecia que el uso de hoteles y hostales viene mostrando una tendencia creciente (2007: 35% vs. 2008: 40% vs. 2009: 45%), sobre todo en los niveles socioeconómicos medio y alto.
 - ✓ Lima es uno de los departamento que más demanda tiene en los vacacionista nacionales (la tercera parte) es especial por los propios limeños (36%) y los huancaínos (37%), seguido por Ica (10%) y Arequipa (8%), en donde éste último tiene mayor afluencia por los propios

arequipeños (55%). Por su parte Junín (7%) resulta de interés en los huancaínos (33%), mientras que La Libertad (6%) lo es para los trujillanos y chiclayanos.

- ✓ Además, entre las actividades preferidas por el vacacionista nacional se encuentran las compras y el turismo de naturaleza, preferido por los vacacionistas limeños. Como es natural, cada región tiene sus preferencias, tal es el caso de trujillanos y chiclayanos que además de las compras son atraídos por el turismo cultural. Para los arequipeños, el turismo de sol y playa y las compras son los más requeridos; mientras que para el huancaíno, el turismo de naturaleza obtiene mayor preferencia.
- ✓ El perfil demográfico del turista nacional está compuesto en su mayoría por jóvenes de 18 a 34 años (66%), por personas con estudios superiores (73%). Asimismo, la tercera parte trabaja en el sector privado y la cuarta parte de manera independiente. Más de la mitad tiene hijos y casi todos dependientes económicamente.
- Siguiendo la clasificación de los vacacionistas nacionales de acuerdo a sus motivaciones de viaje, las características más resaltantes son:
 - ✓ El turista de **descanso y relax (39%)** da preferencia al contacto con la naturaleza, a los paisajes naturales y a salir con la familia. La mayoría tiene hijos (que dependen económicamente) y proviene mayoritariamente del sector privado e independiente. Se observa mayor preferencia a hospedarse en casa de familiares y amigos en el lugar de destino, en segunda opción utiliza hoteles, donde en promedio pernocta 5 noches y el gasto por persona asciende a S/.321 nuevos soles.
 - ✓ Los **conocedores (17%)** Buscan realizar actividades culturales a través de nuevas experiencias acompañado con los paisajes y variedad de atractivos turísticos que ofrece el destino. En este segmento, el grupo de viaje se compone de familiares directos, padres e hijos. Prefieren hospedarse en hoteles y en casa de familiares y amigos. En promedio pernoctan 6 noches en el lugar visitado y el gasto por persona asciende a S/364 nuevos soles. La mayoría recurre a sus ahorros para financiar el viaje.
 - ✓ En el segmento denominado como los **divertidos (25%)**, los vacacionistas se encuentran a la búsqueda diversión con un poco de aventura. Más de la mitad pertenece al rango etario más joven, de 18 a 34 años, por hombres, solteros y cursan estudios universitarios. El grupo de viaje se conforma por amigos y familiares, sin niños. En el lugar de destino, pernocta un promedio de 5 noches y el gasto por persona asciende a S/. 332 nuevos soles.
 - ✓ Los **ahorradores (19%)**, consideran en primer lugar la economía y el ahorro y se encuentran a la búsqueda de lugares conocidos o cercanos, comúnmente repiten los destinos de viaje. En este segmento predominan las mujeres y la mayoría forma parte de una pareja, en donde la tenencia de hijos es predominante (64%), siendo el segmento que pernocta mayor número de noches (7 en promedio) en el lugar de destino. Asimismo, el gasto es el más reducido S/.292 nuevos soles por persona, y se justifica porque el 62% utiliza sus ahorros para financiar los gastos del viaje.

Ficha técnica

1. Objetivos

- Conocer las motivaciones de los peruanos para realizar viajes por vacaciones, recreación u ocio al interior del país.
- Determinar las características y hábitos de viaje.
- Identificar el perfil demográfico y socioeconómico de los vacacionistas nacionales.

2. Metodología

- Tipo de estudio: cuantitativo.
- Técnica: entrevista personal directa en el hogar.
- Instrumento: cuestionario estructurado y estandarizado con preguntas abiertas y cerradas.
- Universo: conformado por hombres y mujeres de nacionalidad y residencia peruana, de 18 a 64 años de edad, pertenecientes a los niveles socioeconómicos Alto (A), Medio (B) y Bajo (C), que hayan realizado un viaje al interior del país al menos una vez entre los meses Enero y diciembre del 2009 por motivo de vacaciones, recreación u ocio.
- Ámbito Geográfico: Las encuestas se realizaron en las cinco principales ciudades emisoras de turistas nacionales: Lima, Arequipa, Trujillo, Chiclayo y Huancayo.
- Tipo de muestreo: probabilística
- Técnica de muestreo: estratificado desproporcionado, utilizando el método de Kish para la selección aleatoria de las unidades de información.
- Tamaño de la muestra: 3,600 casos, disgregado de la siguientes manera (margen de error al 95% de nivel de confianza, considerando máxima varianza: $p/q=1$):

- Lima	: 1,200 casos	(± 2.8%)
- Arequipa	: 600 casos	(± 4.0%)
- Trujillo	: 600 casos	(± 4.0%)
- Chiclayo	: 600 casos	(± 4.0%)
- Huancayo	: 600 casos	(± 4.0%)
- Fecha del trabajo de campo: 1ra medición en Abril del 2009, 2da medición en Julio del 2009, 3ra medición en Octubre del 2009 y 4ta medición en Enero del 2010.
- Empresa contratada: IPSOS APOYO OPINIÓN Y MERCADO.

Principales resultados

I. MOTIVACIONES PARA REALIZAR VIAJES POR VACACIONES, RECREACIÓN U OCIO A ALGÚN LUGAR DEL PERÚ

1.1 FACTOR PRINCIPAL QUE MOTIVA A VIAJAR POR VACACIONES, RECREACIÓN U OCIO

Alrededor de la mitad de los entrevistados viajan por vacaciones, recreación u ocio para descansar y relajarse, siendo esta la motivación más importante en casi todos los segmentos investigados, sobre todo entre las personas de mayor edad (45/64: 51%).

Asimismo, salir con la familia, sería el segundo motivo más importante, especialmente para los residentes de Huancayo (28%) y el segmento femenino (23%) que valoran relativamente mejor este aspecto.

Conocer nuevos lugares también genera expectativas especialmente entre los residentes de Arequipa, Chiclayo y entre los más jóvenes.

Factor más importante que motiva a viajar por vacaciones, recreación u ocio - Por sexo y ciudad de residencia

	TOTAL	SEXO		CIUDAD DE RESIDENCIA				
		Masculino	Femenino	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
		%	%	%	%	%	%	%
Descansar / relajarse	47	47	47	47	45	43	46	38
Salir con la familia	20	18	23	20	20	21	18	28
Conocer nuevos lugares	14	15	13	14	18	14	18	14
Diversión	7	7	6	7	4	6	7	6
Conocer atractivos turísticos	6	6	6	6	7	8	5	5
Salir de la rutina	5	6	4	5	4	7	6	7
Conocer otras costumbres	1	1	1	1	1	2	1	2

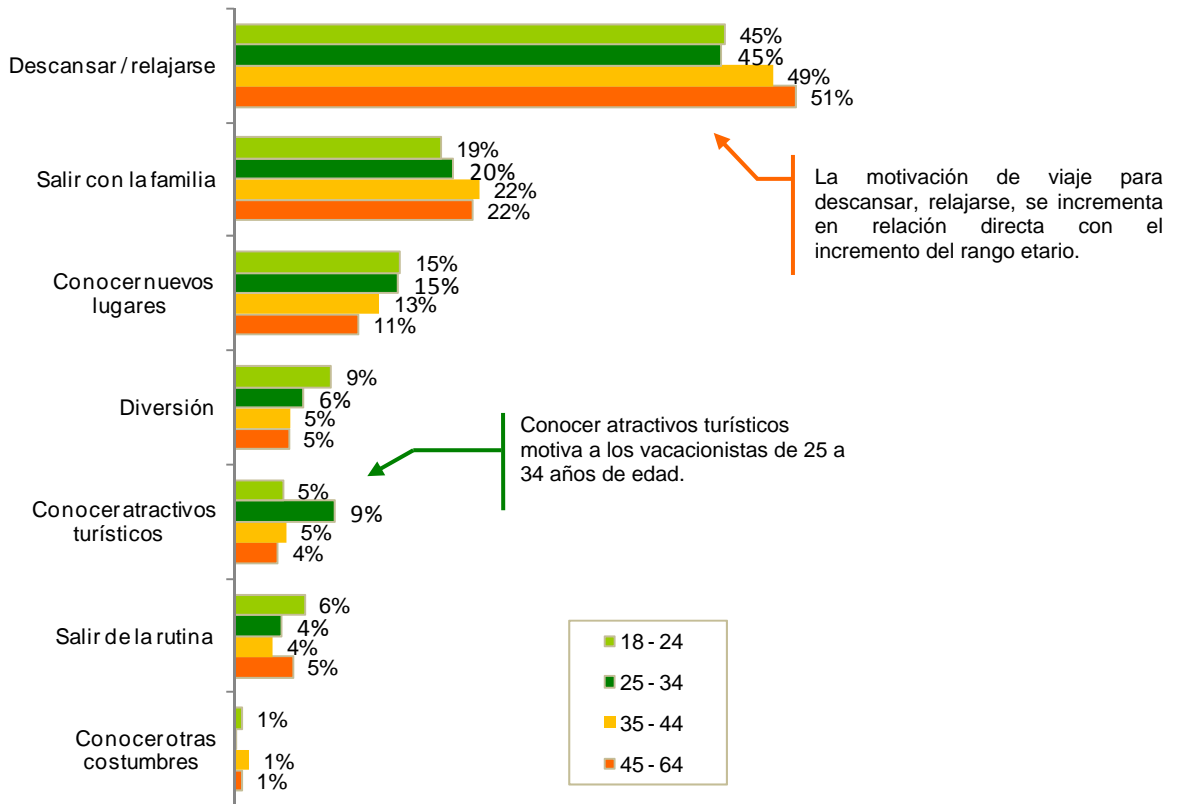
Total 100%

Factor más importante que motiva a viajar por vacaciones, recreación u ocio - Por NSE

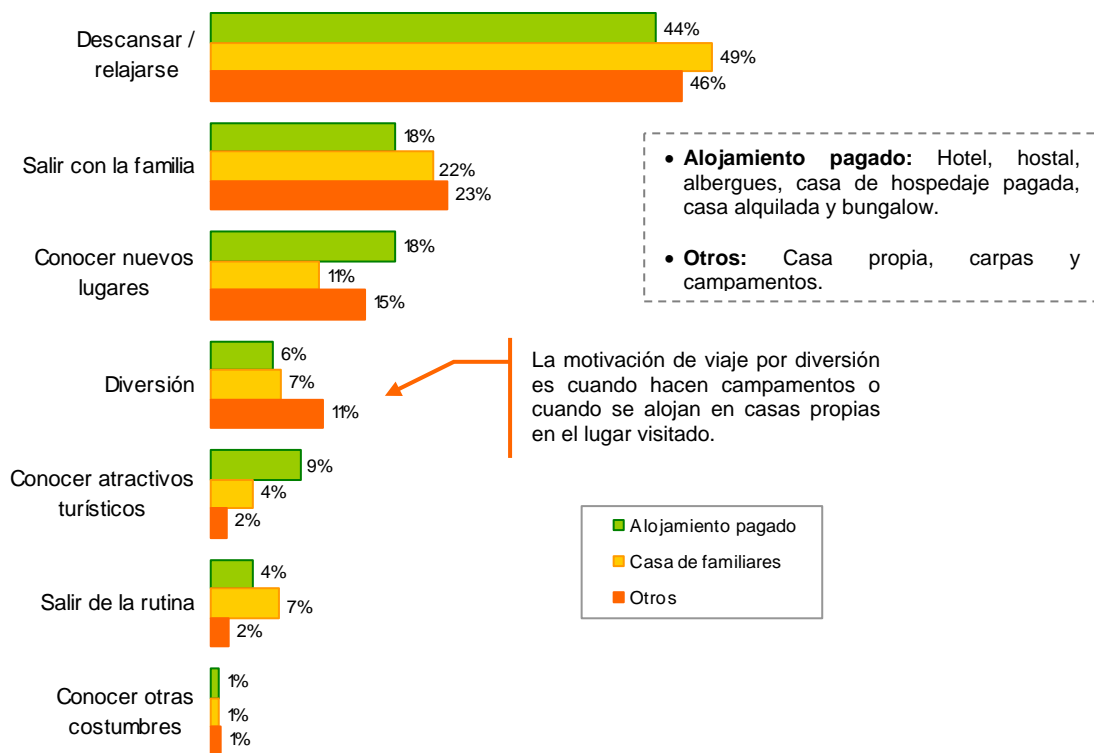
	TOTAL	NIVEL SOCIOECONÓMICO	
		A/B	C
		%	%
Descansar / relajarse	47	47	46
Salir con la familia	20	19	22
Conocer nuevos lugares	14	14	15
Diversión	7	7	7
Conocer atractivos turísticos	6	7	5
Salir de la rutina	5	6	4
Conocer otras costumbres	1	1	1

Total 100%

Factor más importante que motiva a viajar por vacaciones, recreación u ocio - Por Edad -



Factor más importante que motiva a viajar por vacaciones, recreación u ocio - Por tipo de alojamiento utilizado -



1.2 MEDIO QUE DESPIERTA INTERÉS PARA REALIZAR UN VIAJE

Para la mayor parte de los vacacionistas, los comentarios y las experiencias de familiares y amigos, despiertan y mueven el interés en la realización del viaje. Esto lo manifiestan en mayor grado, los residentes de Arequipa (50%) y de Chiclayo (48%). Asimismo, los programas de televisión sobre viajes y los documentales, también generan interés, especialmente entre los residentes de Trujillo (30%) y a medida que se incrementa la edad de los vacacionistas.

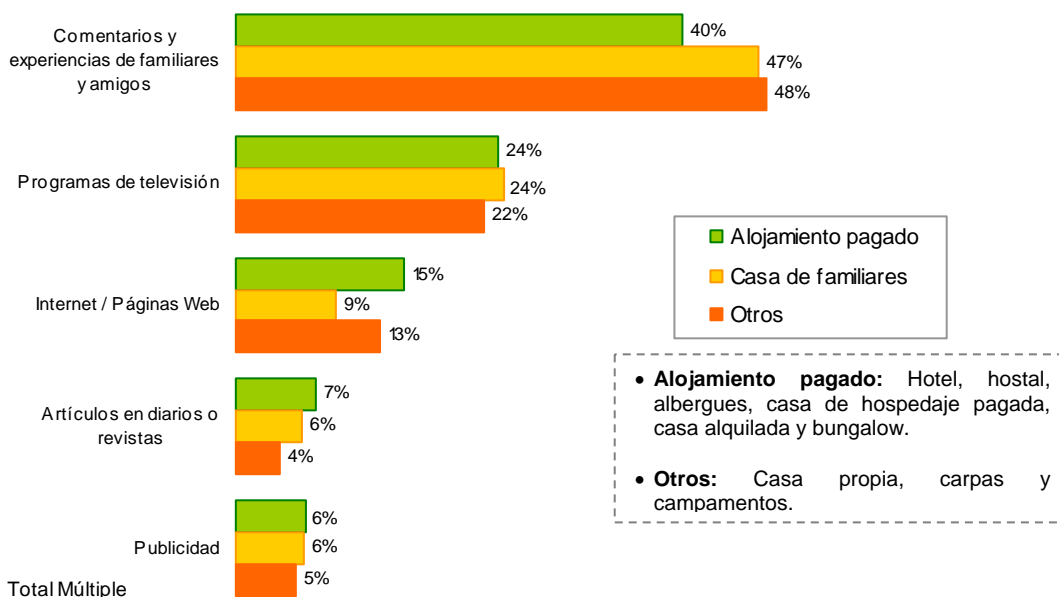
Entretanto, el uso de Internet (incrementándose, 2008: 8% y 2009: 12%), está siendo mencionado entre los más jóvenes, quienes a su vez son usuarios frecuentes de redes sociales como Facebook o Twitter, en donde los testimonios de experiencias de viajes de los amigos generan mayor interés y relación más cercana a un destino turístico

Medio que despierta el interés para realizar un viaje por vacaciones, recreación u ocio - Por edad y ciudad de residencia

	TOTAL	EDAD				CIUDAD DE RESIDENCIA				
		18/24	25/34	35/44	45/64	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
		%	%	%	%	%	%	%	%	%
Comentarios y experiencias de familiares y amigos	44	45	44	43	44	44	50	41	48	39
Programas de televisión sobre viajes / reportajes	24	21	25	25	27	24	27	30	26	17
Internet / páginas web	12	15	14	9	7	13	8	9	11	7
Artículos en diarios o revistas	7	6	6	10	6	7	5	7	5	5
Publicidad	6	8	5	6	6	7	3	5	7	5
Ninguno	7	5	6	8	9	6	6	9	2	28

Total 100%

Medio que despierta interés para realizar un viaje por vacaciones, recreación u ocio - Por tipo de alojamiento utilizado -



1.3 ASPECTOS QUE SE TOMAN EN CUENTA PARA ELEGIR UN DESTINO

Aunque el paisaje y la naturaleza del lugar sigue siendo el aspecto más considerado en la elección de un destino, este ha decrecido respecto del año anterior (2008: 52% vs. 2009: 39%), siendo aún menos valorado entre los residentes de Chiclayo (29%).

En esta oportunidad el vacacionista nacional prioriza los lugares con variedad de atractivos turísticos, por ejemplo a los trujillanos les atrae el clima cálido, a los huancaínos, tener personas conocidas viviendo en el lugar y a chiclayanos y trujillanos que el lugar sea tranquilo y seguro.

Por otro lado, un destino también debe presentar servicios con precios económicos para ser considerado en un viaje, aunque este requisito ha sido menor respecto al año 2008 (2008: 27% vs 2009: 14%).

Aspectos que toman en cuenta para elegir un destino para viajar por vacaciones, recreación u ocio - Por sexo y ciudad de residencia

	SEXO			CIUDAD DE RESIDENCIA				
	TOTAL	Masculino	Femenino	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%	%	%
Paisajes / naturaleza	39	40	39	41	34	40	29	32
Variedad de atractivos turísticos	28	29	25	27	25	37	45	27
Clima cálido	22	22	21	22	21	16	21	37
Tener familiares y amigos que viven en el lugar	21	18	25	21	22	30	32	17
Lugar tranquilo / sin bulla	21	22	20	21	19	18	21	24
Lugar seguro	19	19	19	19	18	19	26	22
Precios económicos	14	14	15	15	11	18	19	11
Clima seco	6	5	8	7	1	4	1	2
Corta distancia	6	6	6	6	7	10	5	7

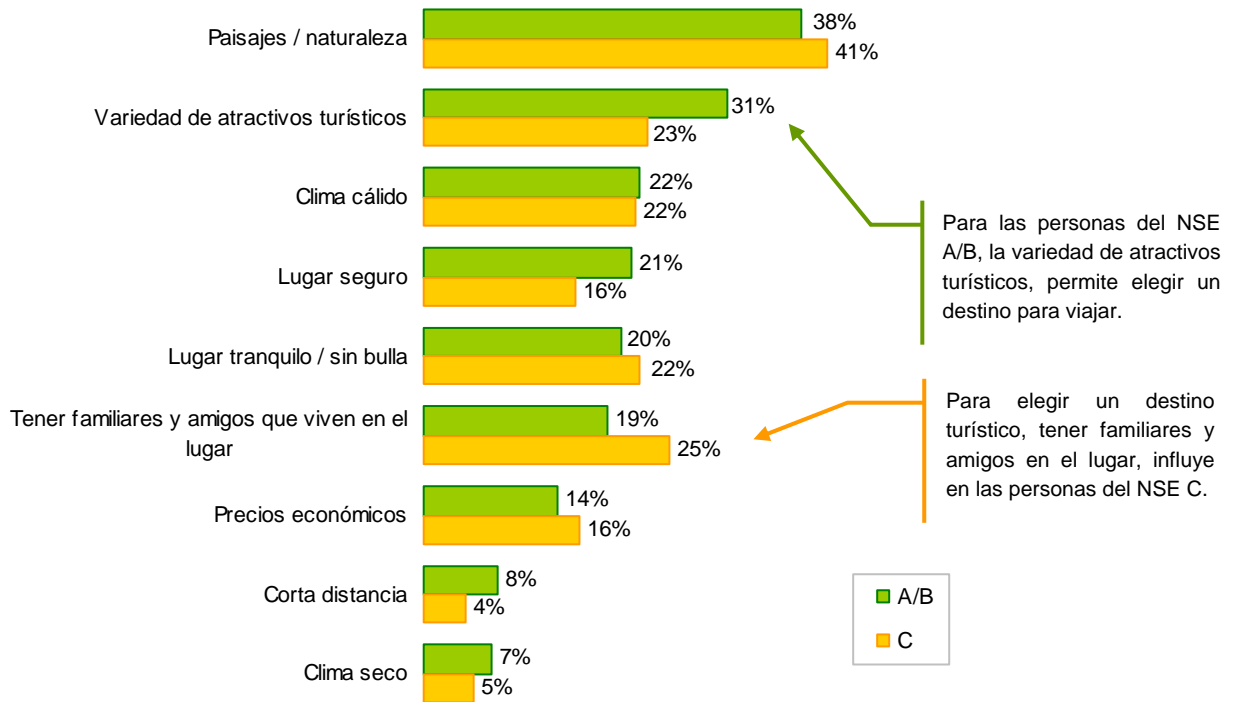
Total Múltiple

Aspectos que toman en cuenta para elegir un destino para viajar por vacaciones, recreación u ocio - Por edad

	EDAD				
	TOTAL	18/24	25/34	35/44	45/64
	%	%	%	%	%
Paisajes / naturaleza	39	36	42	41	41
Variedad de atractivos turísticos	28	28	29	27	24
Clima cálido	22	22	22	22	20
Tener familiares y amigos que viven en el lugar	21	22	20	19	25
Lugar tranquilo / sin bulla	21	18	21	25	25
Lugar seguro	19	16	19	21	22
Precios económicos	14	15	16	12	13
Clima seco	6	3	7	6	11
Corta distancia	6	7	6	6	6

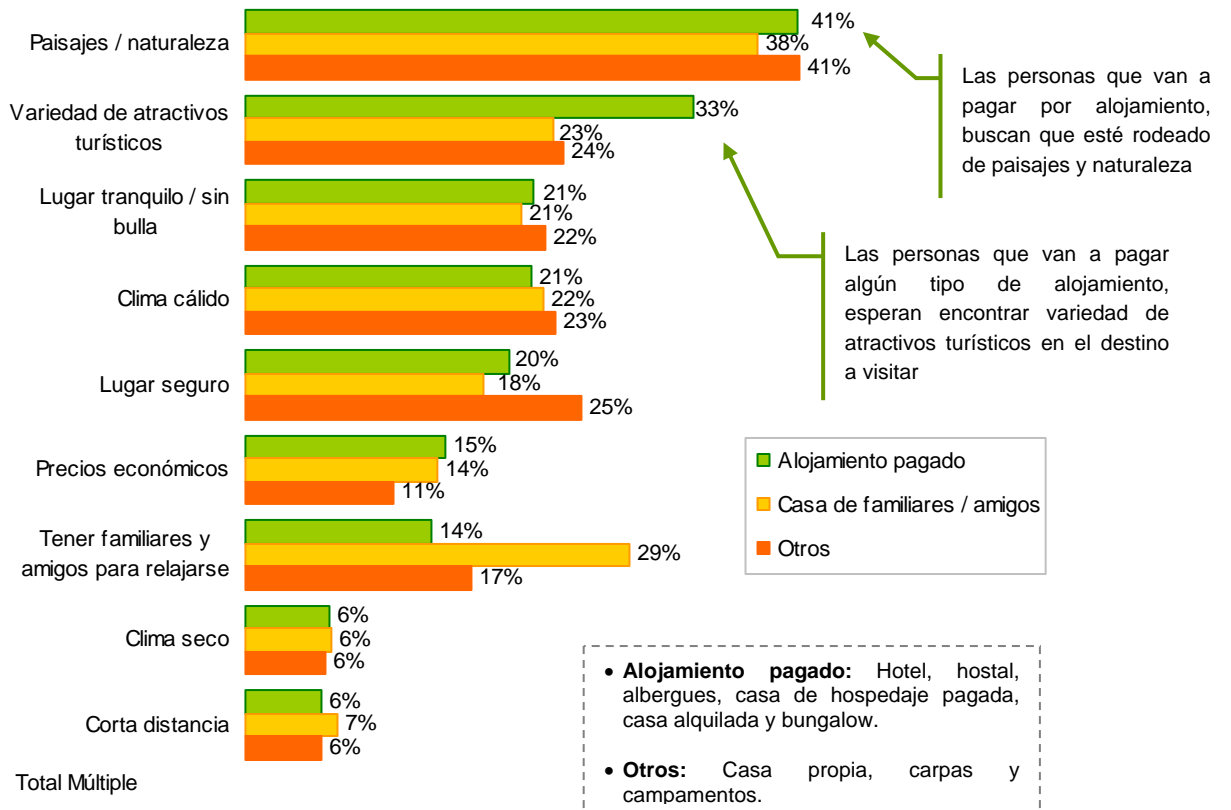
Total Múltiple

Aspectos que se toman en cuenta para elegir un destino para viajar por vacaciones, recreación u ocio - Por nivel socioeconómico -



Total Múltiple

Aspectos que se toman en cuenta para elegir un destino para viajar por vacación, recreación u ocio - Por tipo de alojamiento -



Total Múltiple

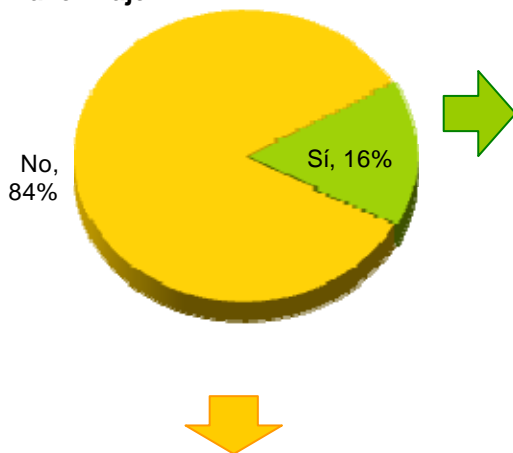
II. CARACTERÍSTICAS DEL ÚLTIMO VIAJE

2.1 BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

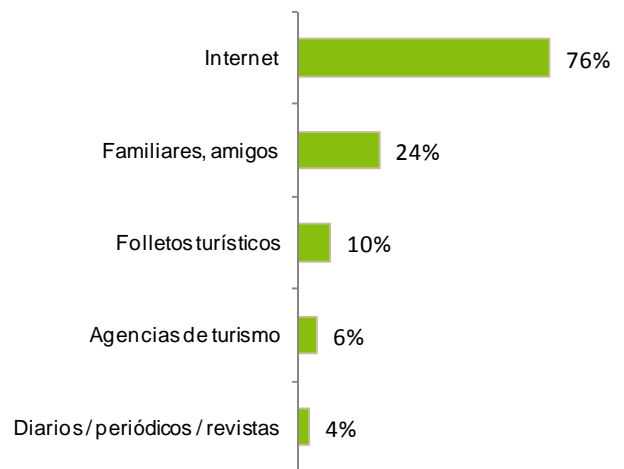
Pocos son los que buscan información antes de realizar un viaje; comportamiento que se viene observando desde el año 2006 sin variación, y la razón principal sería que los vacacionistas nacionales suelen repetir el destino a visitar.

Para los que sí buscan información previo al viaje, el Internet sigue siendo la fuente más consultada, incluso ha incrementado su uso en 18 puntos porcentuales respecto del año pasado. Además, ha logrado imponerse a las consultas a familiares y/o amigos.

Búsqueda de información antes de realizar el viaje

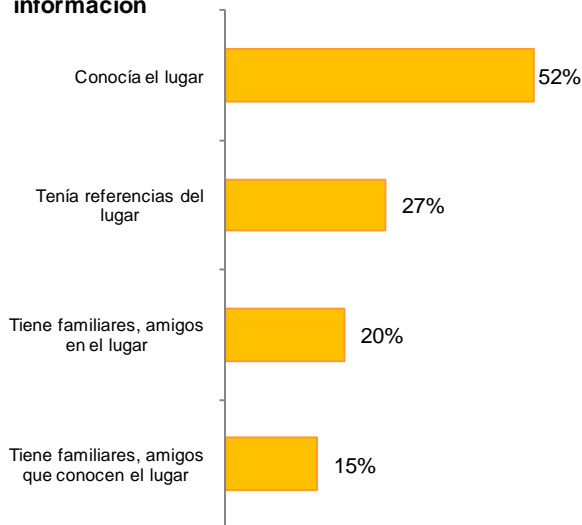


Fuentes de información consultadas



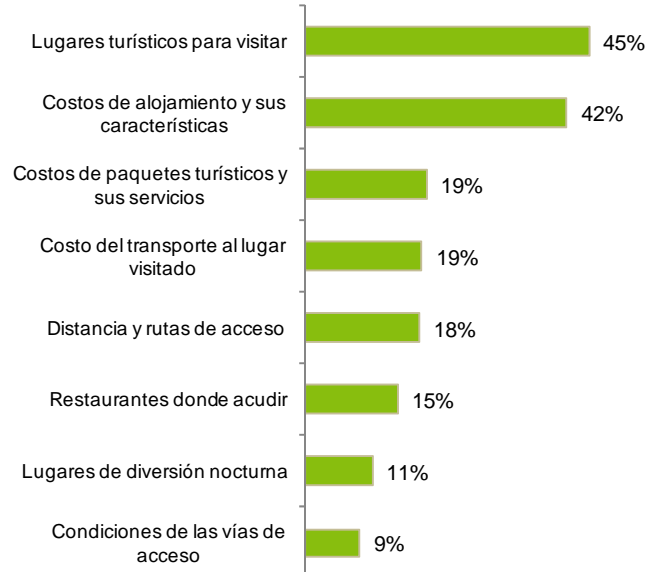
Total Múltiple
Base: Aquellos que sí buscaron información antes de realizar el viaje

Razones por las que no buscó información



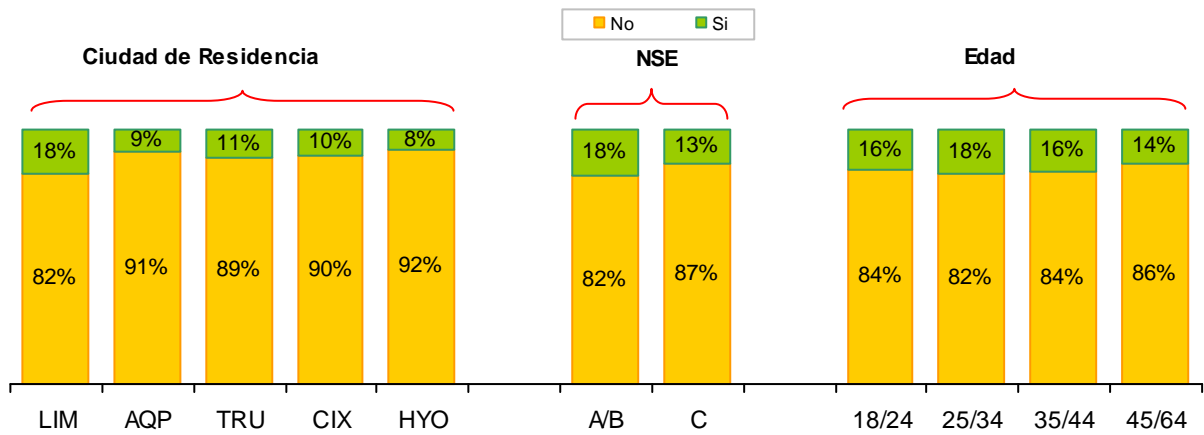
Total Múltiple
Base: Aquellos que NO buscaron información antes de realizar el viaje

Tipo de información buscada



Total Múltiple
Base: Aquellos que SI buscaron información antes de realizar el viaje

Búsqueda de información antes de realizar el viaje – Por ciudad de residencia, NSE y edad



Si bien el uso de internet se creía potestativo de los jóvenes, la tendencia demuestra que es una fuente de información muy consultada y con excepción de Huancayo, es una herramienta de consulta muy valorada entre los que se informan antes de viajar.

Fuentes de información consultadas antes de realizar el viaje - Por edad y ciudad de residencia

	TOTAL	EDAD				CIUDAD DE RESIDENCIA				
		18/24	25/34	35/44	45/64	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Internet	76	79	75	79	65	78	57	57	66	35
Familiares y amigos	24	28	25	16	24	24	28	22	33	31
Folleto turísticos	10	12	9	11	5	9	7	17	15	23
Agencias de turismo	6	5	5	4	13	4	21	29	6	21
Diarios / Periódicos / Revistas	4	4	3	2	7	4	1	10	5	3

Total Múltiple

Base: Aquellos vacacionistas que SI buscaron información antes de realizar el viaje

Tipo de información buscada antes de realizar el viaje - Por ciudad de residencia

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Lugares turísticos para visitar	45	45	47	68	43	51
Costos de alojamiento y sus características	42	42	42	41	42	24
Costos de paquetes turísticos y sus servicios	19	19	14	36	25	26
Costo del transporte al lugar visitado	19	19	21	22	18	9
Distancia y rutas de acceso	18	18	18	9	23	19
Restaurantes donde acudir	15	15	17	20	11	13
Lugares de diversión nocturna	11	10	12	14	8	13
Condiciones de las vías de acceso	9	9	11	4	8	8

Total Múltiple

Base: Aquellos vacacionistas que SI buscaron información antes de realizar el viaje

Tipo de información buscada antes de realizar el viaje - Por edad y NSE

	EDAD					NSE	
	TOTAL	18/24	25/34	35/44	45/64	A/B	C
	%	%	%	%	%	%	%
Lugares turísticos para visitar	45	48	42	53	39	48	41
Costos de alojamiento y sus características	42	37	40	50	49	47	32
Costos de paquetes turísticos y sus servicios	19	20	16	22	23	23	13
Costo del transporte al lugar visitado	19	18	23	18	12	16	24
Distancia y rutas de acceso	18	20	15	27	12	16	23
Restaurantes donde acudir	15	16	14	15	13	18	8
Lugares de diversión nocturna	11	26	4	1	5	10	12
Condiciones de las vías de acceso	9	8	11	9	5	10	6

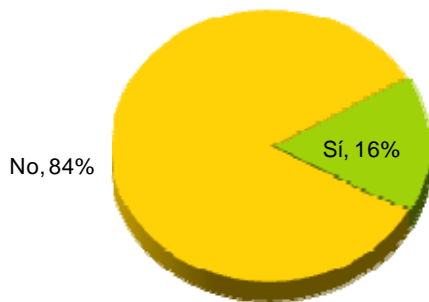
Total Múltiple

Base: Aquellos vacacionistas que SI buscaron información antes de realizar el viaje

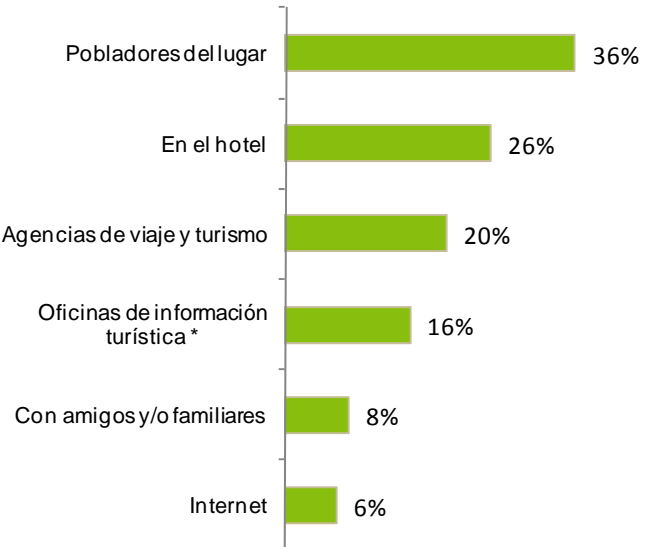
Una vez en el destino de viaje, la incidencia en la búsqueda de información se incrementa de manera relativa en comparación a “antes del viaje”. Sin embargo, sigue siendo baja la proporción de vacacionistas que buscan información (2008: 22% vs. 2009: 19%).

En general, los pobladores del lugar, son la fuente principal de consulta, también hoteles, agencias de viaje y las oficinas de información turística atienden la inquietud del vacacionista nacional. Aquí, el uso de Internet es muy bajo.

Búsqueda de información una vez llegado al destino

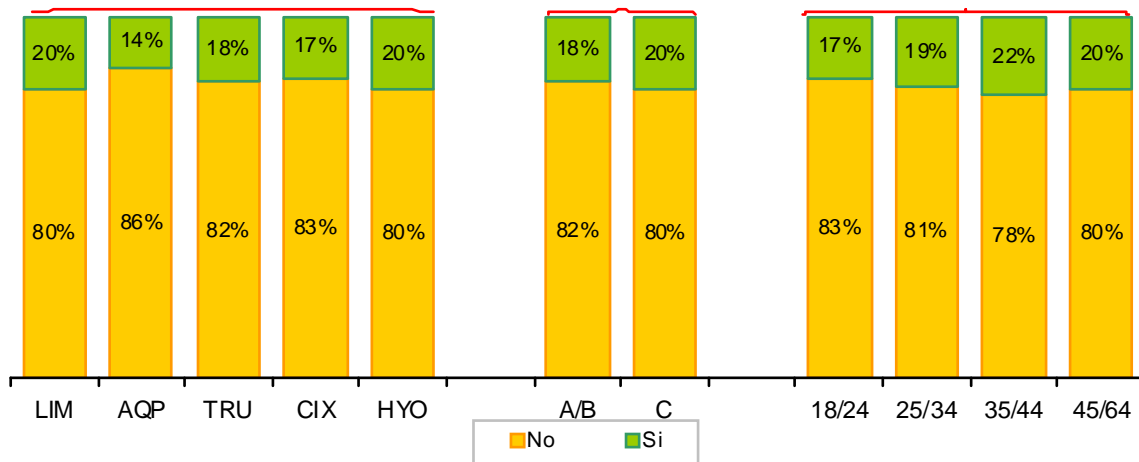


Fuentes de información consultadas



Total Múltiple
Base: Aquellos que SI buscaron información una vez que llegaron al destino
* (iPerú, Oficina de la Municipalidad, etc)

Búsqueda de información una vez llegado al destino – Por ciudad de residencia, NSE y Edad



Fuentes de información consultadas una vez llegado al destino - Por edad y ciudad de residencia

	EDAD					CIUDAD DE RESIDENCIA				
	TOTAL	18/24	25/34	35/44	45/64	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pobladores / taxistas del lugar	36	45	36	29	30	36	40	39	35	32
En el hotel	26	22	25	35	24	27	8	28	18	28
Agencias de viaje y turismo	20	14	20	21	28	20	19	23	31	24
Oficinas de información turística *	16	18	12	17	16	16	19	10	9	13
Con amigos y/o familiares	8	8	8	5	12	7	16	9	16	10
Internet	6	4	13	2	4	7	6	4	8	2

Total Múltiple

Base: Aquellos vacacionistas que SI buscaron información una vez que llegaron al destino

* (iPerú, Oficina de la Municipalidad, etc.)

Por otro lado, estar bien informado se ha convertido en una necesidad para aquellos que si tienen la costumbre de buscar información antes y durante un viaje, esto es más frecuente en los huancaínos y también en las personas mayores a 35 años.

Búsqueda de información antes y durante el viaje - Por ciudad de residencia

	Busca información antes de realizar el viaje									
	SI					NO				
	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Busca información durante el viaje										
Sí	54	53	56	49	63	12	10	14	13	16
No	46	47	44	51	37	88	90	86	87	84

Total 100%

Búsqueda de información antes y durante el viaje - Por edad

	Busca información antes de realizar el viaje							
	SI				NO			
	18/24	25/34	35/44	46/64	18/24	25/34	35/44	46/64
	%	%	%	%	%	%	%	%
Busca información durante el viaje								
Si	50	54	61	53	11	11	15	14
No	50	46	39	47	89	89	85	86

Total 100%

2.2 GRUPO DE VIAJE

La tercera parte de los vacacionistas nacionales, viajan en grupo de familiares directos (padres e hijos), cuya incidencia crece en el segmento de 35 a 44 años, entre las mujeres y entre los residentes de Chiclayo y Huancayo.

En segundo término, se menciona el grupo conformado por los amigos y/o familiares (sin niños), mencionado especialmente en el segmento más joven.

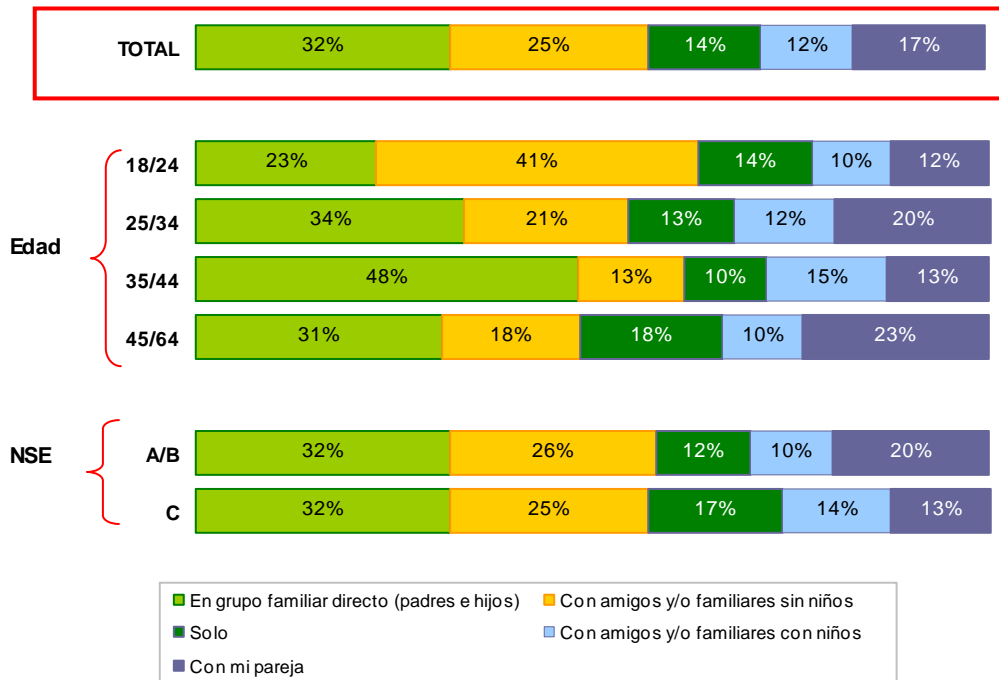
Viajar con la pareja está siendo más valorado en el segmento de vacacionistas de mayor edad y entre los que tienen mayor poder adquisitivo.

Personas con las que realizó el viaje - Por sexo y ciudad de residencia

	SEXO			CIUDAD DE RESIDENCIA				
	TOTAL	Masculino	Femenino	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%	%	%
En grupo familiar directo (padres e hijos)	32	24	42	30	37	37	42	47
Con amigos y/o familiares, sin niños	25	30	20	26	22	25	20	14
Con mi pareja	17	20	13	18	11	13	9	13
Sólo	14	17	11	13	20	17	23	23
Con amigos y/o familiares, con niños	12	9	15	12	10	7	6	4

Total 100%

Personas con las que realizó el viaje - Por edad y NSE



2.3 MEDIO DE TRANSPORTE

Siguiendo la tendencia observada en años anteriores, para viajar dentro del Perú, el ómnibus interprovincial es el medio de mayor uso, el mismo que se extiende a todos los segmentos investigados. Su uso se incrementa a medida que baja el nivel socio económico y entre los residentes de provincias.

Sin embargo, también se observa que unos pocos utilizan su propio automóvil para viajar, modalidad que se ha incrementado 5 puntos porcentuales respecto del año pasado. Esta modalidad de viaje se incrementa en el segmento de 35/44 años, entre los hombres y a medida que crece el poder adquisitivo de las personas.

Transporte utilizado para viajar - Por sexo y ciudad de residencia

	SEXO			CIUDAD DE RESIDENCIA				
	TOTAL	Masculino	Femenino	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%	%	%
Ómnibus/ bus interprovincial	75	73	77	73	75	86	83	80
Auto propio	14	16	11	14	14	7	10	9
Movilidad particular	7	6	8	7	8	5	5	8
Avión / avioneta	6	7	6	7	5	2	2	3

Total Múltiple

Transporte utilizado para viajar - Por edad y NSE

	EDAD				NSE	
	18/24	25/34	35/44	45/64	A/B	C
	%	%	%	%	%	%
Ómnibus/ bus interprovincial	76	77	68	74	71	80
Auto propio	12	12	20	14	16	10
Movilidad particular	9	5	7	7	7	7
Avión / avioneta	5	8	7	7	8	4

Total Múltiple

2.4 TIPO DE ALOJAMIENTO

El uso de hoteles u hostales ha mostrado una tendencia creciente en los últimos años (2009: 46% vs. 2008: 40% vs. 2007: 35%), siendo los arequipeños y trujillanos los que utilizan este servicio en relativa mayor proporción, así como en el segmento masculino.

No obstante, hospedarse en casa de familiares/ amigos ha resultado ser una alternativa que también ha incrementado su uso (2009: 49% vs. 2008: 45%).

Tipo de alojamiento utilizado - Por sexo y ciudad de residencia

	TOTAL	SEXO		CIUDAD DE RESIDENCIA				
		Masculino	Femenino	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
		%	%	%	%	%	%	%
Alojamiento pagado	46	47	44	46	47	48	42	44
Hotel/ hostal	39	41	36	38	43	41	36	39
Casa de hospedaje pagada	6	6	7	7	5	7	5	3
Casa de familiares / amigos	49	49	50	49	48	46	53	52
Otros	7	6	8	6	11	7	6	5
Carpas, campamento	4	4	4	4	6	3	3	3
Casa propia	3	2	3	2	5	4	3	2

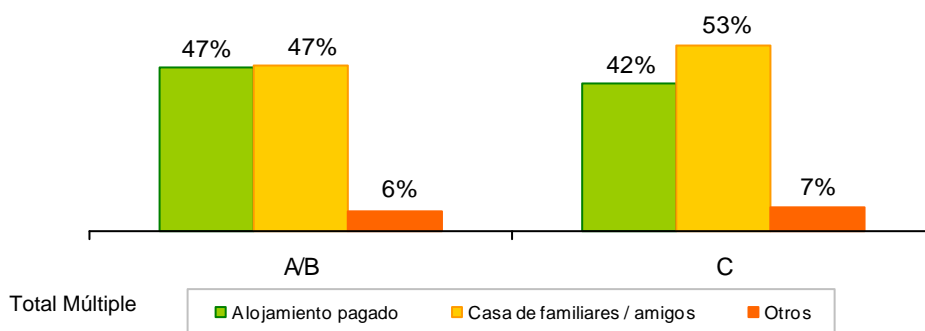
Total Múltiple

Tipo de alojamiento utilizado - Por edad

	EDAD			
	18/24	25/34	35/44	45/64
	%	%	%	%
Alojamiento pagado	42	49	48	45
Hotel/hostal	37	41	40	36
Casa de hospedaje pagada	5	6	7	8
Casa de familiares / amigos	49	49	47	51
Otros	11	4	5	6
Carpas, campamento	7	2	2	2
Casa propia	4	1	2	4

Total Múltiple

Tipo de alojamiento - Por nivel socioeconómico



2.5 MODALIDAD DE VIAJE

El vacacionista nacional es totalmente autónomo, y aún, la mayoría no percibe beneficio en contratar paquetes turísticos a través de una agencia; tendencia que se mantiene en relación al año pasado y en todos los segmentos investigados.

Modalidad de viaje - Por ciudad de residencia

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Viajé totalmente por cuenta propia	98	98	99	97	98	98
Compré un paquete turístico a una agencia de turismo en la ciudad donde vivo	1	1	1	2	1	1
Compré un paquete turístico a una agencia de turismo en el lugar visitado	1	1	0	1	1	1
Total 100%						

2.6 DURACIÓN DEL VIAJE

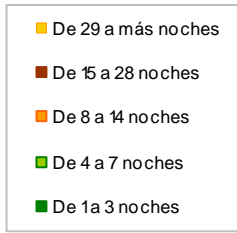
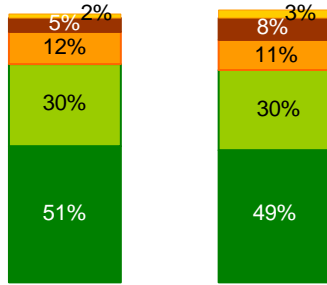
Al igual que en el 2008, la permanencia promedio sigue siendo de seis noches por viaje, mismo que disminuye si se opta por un alojamiento pagado.

Sin embargo, para la mitad de los vacacionistas nacionales, los viajes duran entre 1 y 3 noches, pero los que viajan por avión, suelen permanecer más tiempo en el lugar de destino.

Duración del viaje - Por edad y ciudad de residencia

	EDAD					CIUDAD DE RESIDENCIA				
	TOTAL	18/24	25/34	35/44	45/64	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
De 1 a 3 noches	50	51	48	52	49	50	54	53	48	39
De 4 a 7 noches	30	30	33	27	29	30	29	30	32	42
De 8 a 14 noches	12	10	12	12	13	12	11	10	11	11
De 15 a 28 noches	6	7	3	7	7	6	4	5	6	5
De 29 a más noches	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2
Promedio (En noches)	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6
Total 100%										

Permanencia - Por NSE



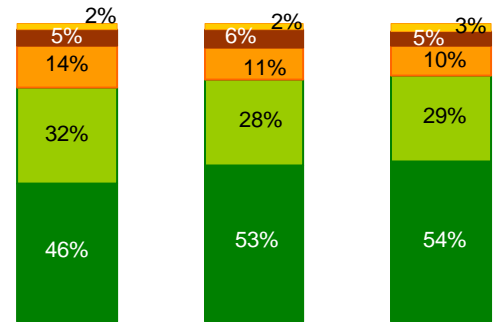
A/B

C

6	6
---	---

Promedio de noches
← →

Permanencia - Por sector laboral



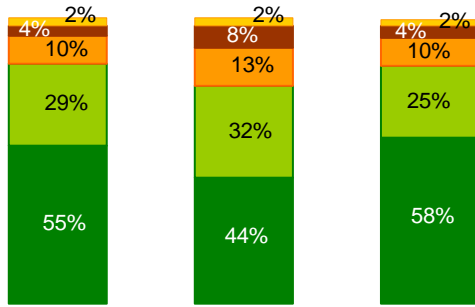
Público

Privado

Independiente

6	6	5
---	---	---

Permanencia - Por tipo de alojamiento



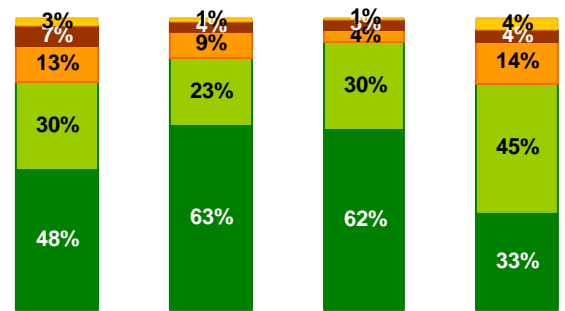
Alojamiento pagado

Casa familia/amigos

Otros

5	6	5
---	---	---

Permanencia - Por tipo de transporte



Omnibus

Auto Propio

Movilidad Particular

Avión / Avioneta

6	5	4	7
---	---	---	---

• **Alojamiento pagado:** Hotel, hostel, albergues, casa de hospedaje pagada, casa alquilada y bungalow.

• **Otros:** Casa propia, carpas y campamentos.

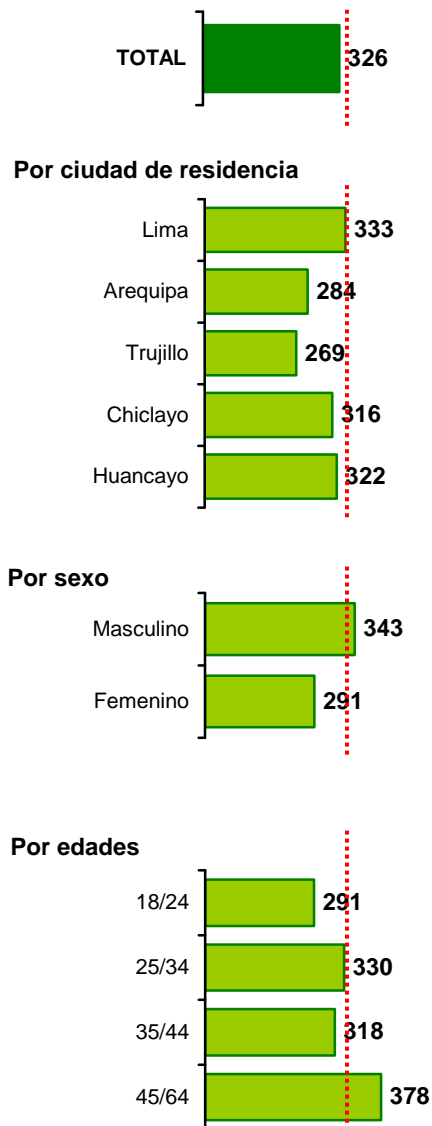
2.7 GASTO Y FINANCIAMIENTO DEL VIAJE

En el 2009, el gasto promedio se estima en **S/. 326 nuevos soles**, el mismo que ha disminuido S/.7 nuevos soles respecto del 2008. El monto señalado incluye costos de transporte, alojamiento y gastos en el lugar visitado. Cabe indicar que los gastos fueron cubiertos principalmente con los **ahorros** (en todos los segmentos estudiados) o **sueldos del mes** (significativamente en el sector público).

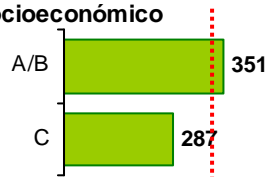
El uso de tarjetas de crédito para financiar un viaje, aún es bajo, pero se incrementa entre las personas de mayor edad, cuando se incrementa el poder adquisitivo, entre los hombres y entre los limeños.

Los vacacionistas limeños y huancaínos son los que más gastan, y los trujillanos los que menos; dicho gasto se incrementa a mayor edad de la persona y cuando se tiene que pagar algún tipo de alojamiento.

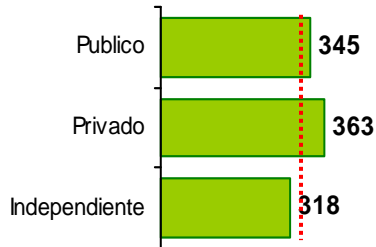
Gasto promedio por viajero (en Nuevos Soles)



Por Nivel Socioeconómico

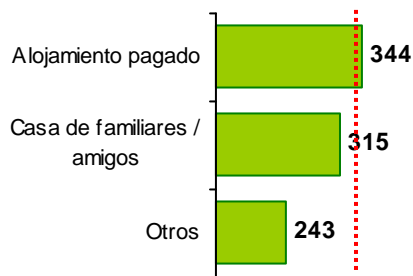


Por sector laboral

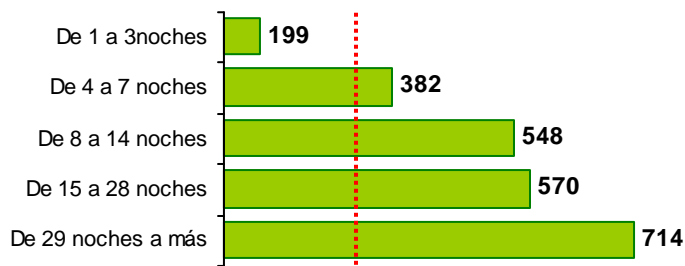


- **Alojamiento pagado:** Hotel, hostel, albergues, casa de hospedaje pagada, casa alquilada y bungalow.
- **Otros:** Casa propia, carpas y campamentos.

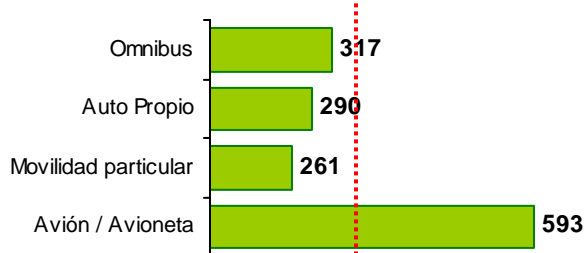
Por tipo de alojamiento utilizado



Por noches de permanencia



Por tipo de transporte



Forma de financiamiento del viaje - Por NSE y ciudad de residencia

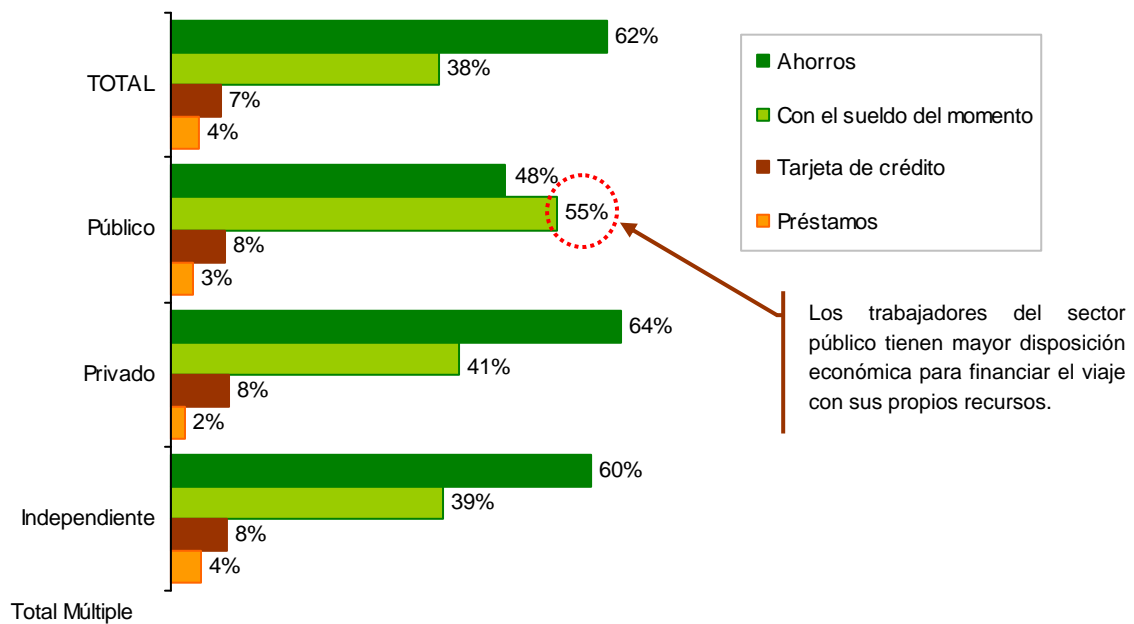
	NSE			CIUDAD DE RESIDENCIA				
	TOTAL	A/B	C	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%	%	%
Ahorros	62	61	63	62	63	65	61	56
Con el sueldo del momento	38	37	40	38	37	37	36	43
Tarjeta de crédito	7	8	6	8	3	7	6	5
Préstamos	4	4	4	4	4	3	3	5

Total Múltiple

Forma de financiamiento del viaje - Por sexo y edad

	SEXO			EDAD			
	TOTAL	Masculino	Femenino	18/24	25/34	35/44	45/64
	%	%	%	%	%	%	%
Ahorros	62	63	61	60	62	62	64
Con el sueldo del momento	38	40	36	39	39	41	33
Tarjeta de crédito	7	8	6	4	9	7	9
Préstamos	4	3	5	6	3	3	4

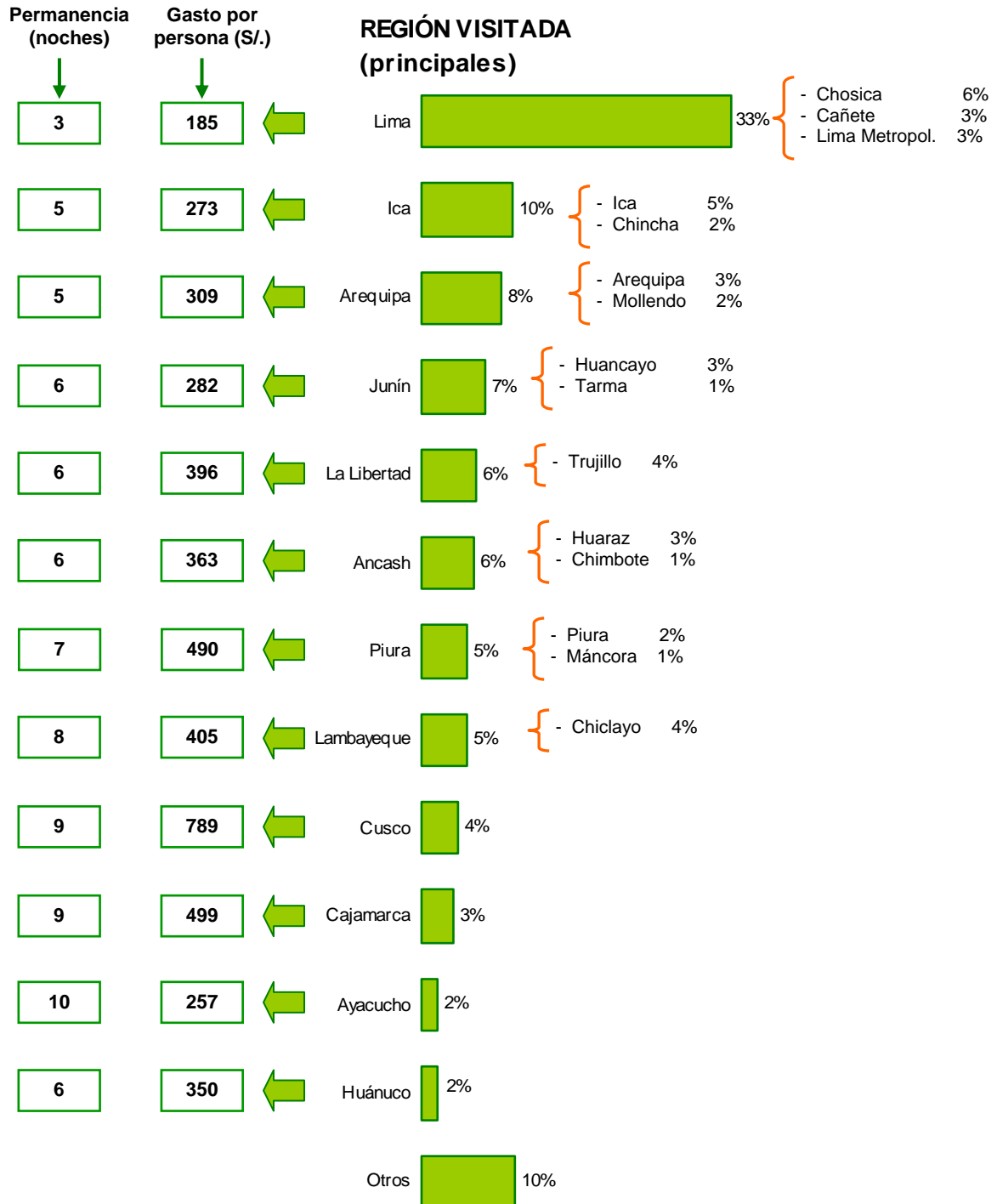
Total Múltiple

Forma de financiamiento del viaje - Por sector laboral


2.8 LUGARES VISITADOS

Lima sigue siendo el destino que recibe más visitantes, alrededor de la tercera parte de los vacacionistas nacionales. Siendo Chosica, Cañete y Lima Metropolitana los lugares más demandados.

Otras regiones participan también pero en menor proporción, donde Ica es un destino con mucho potencial, gracias a su cercanía a Lima.

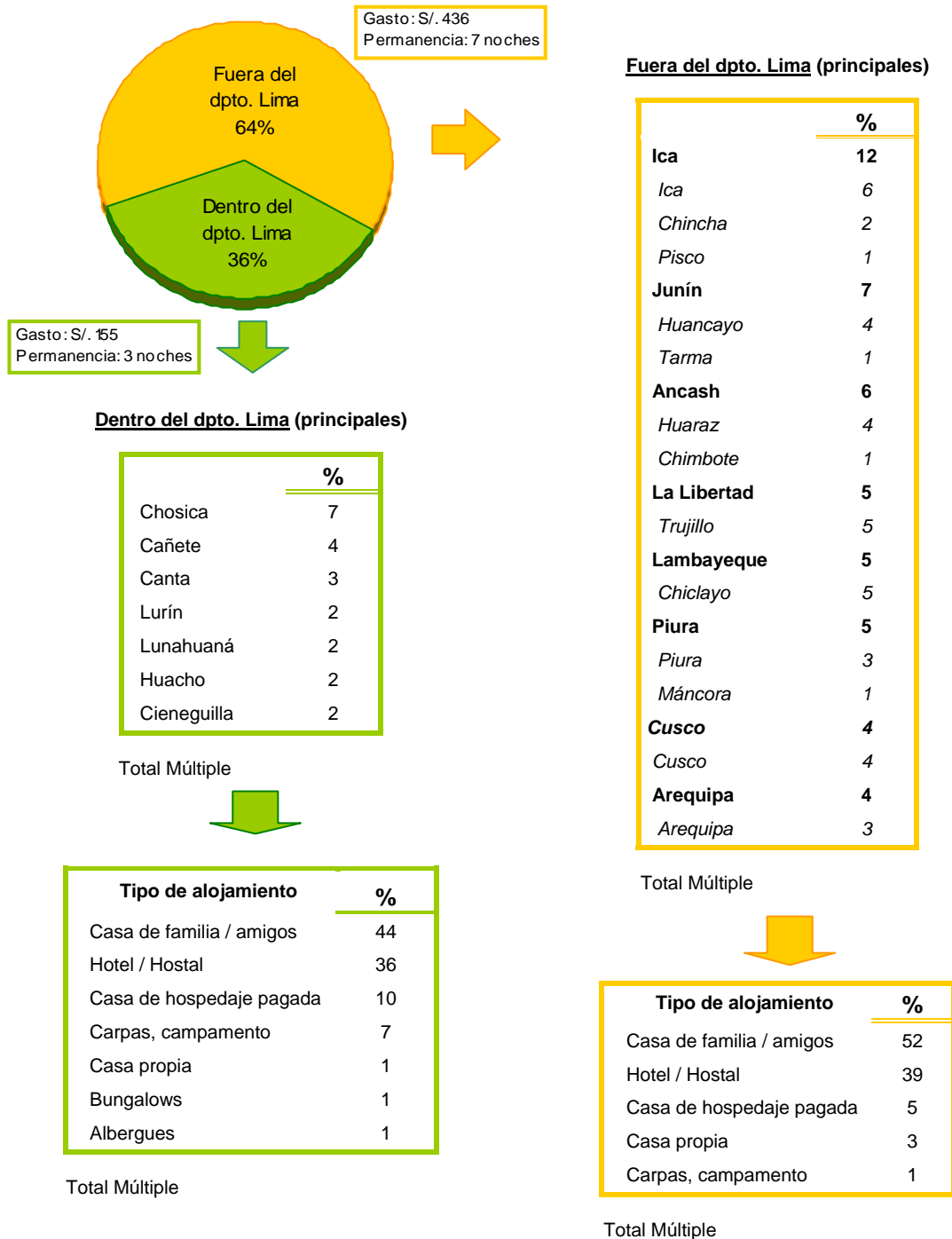


Total 100%

Lugares visitados por los vacacionistas limeños

Casi las dos terceras partes de los vacacionistas limeños optan por viajar fuera de Lima aunque eso signifique mayor inversión en tiempo y en dinero. Sin embargo, se observa preferencia por los destinos más cercanos, lo que evidentemente genera cierto ahorro en el gasto.

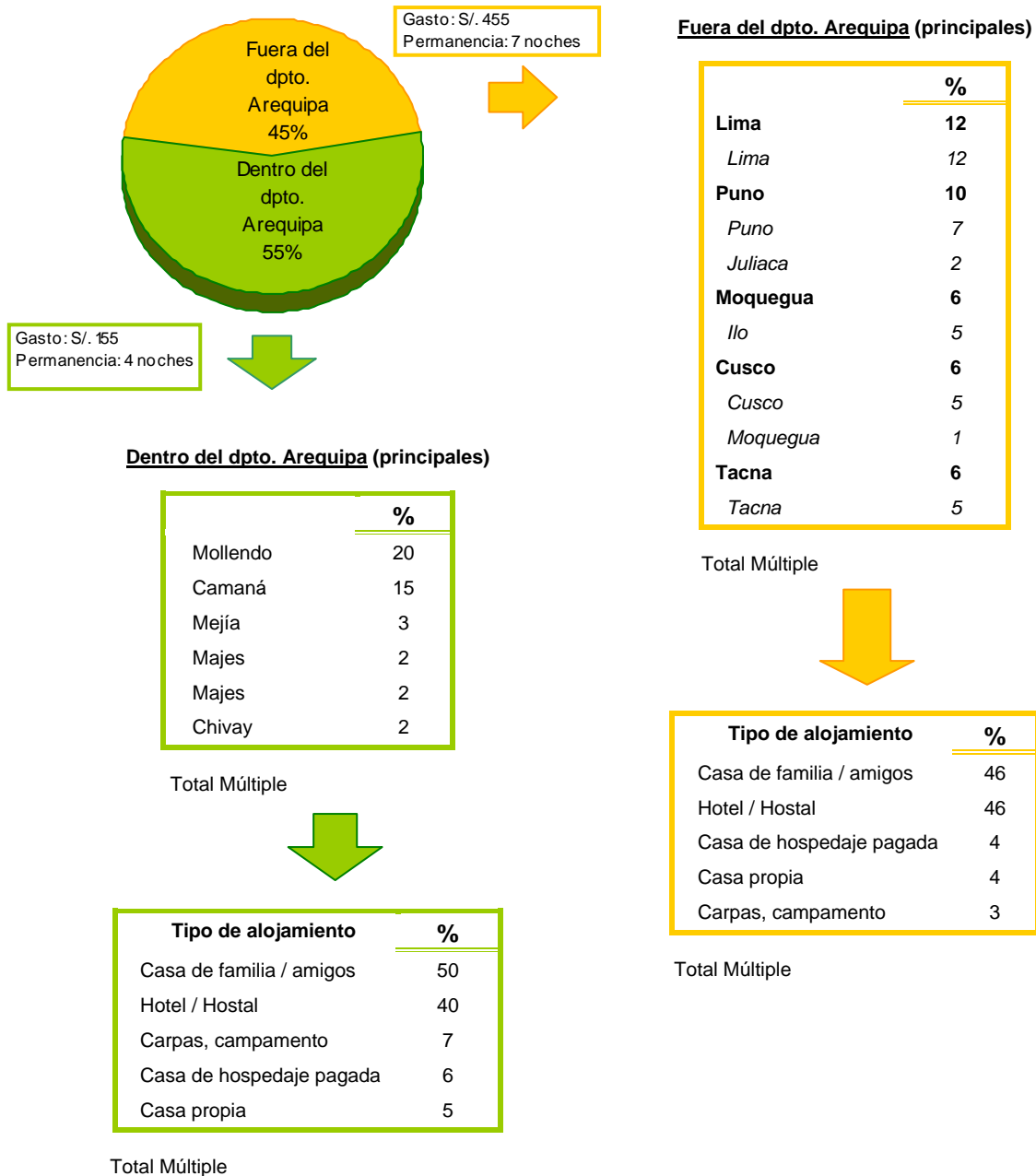
Nótese que tanto los que viajan dentro del departamento de Lima como los que viajan fuera de este, señalan que su alojamiento principal será la casa de la familia/ amigos.



Lugares visitados por los vacacionistas arequipeños

Es interesante que más de la mitad de los arequipeños viajen dentro de su propia región, generando mayor demanda por balnearios y playas como Mollendo y Camaná.

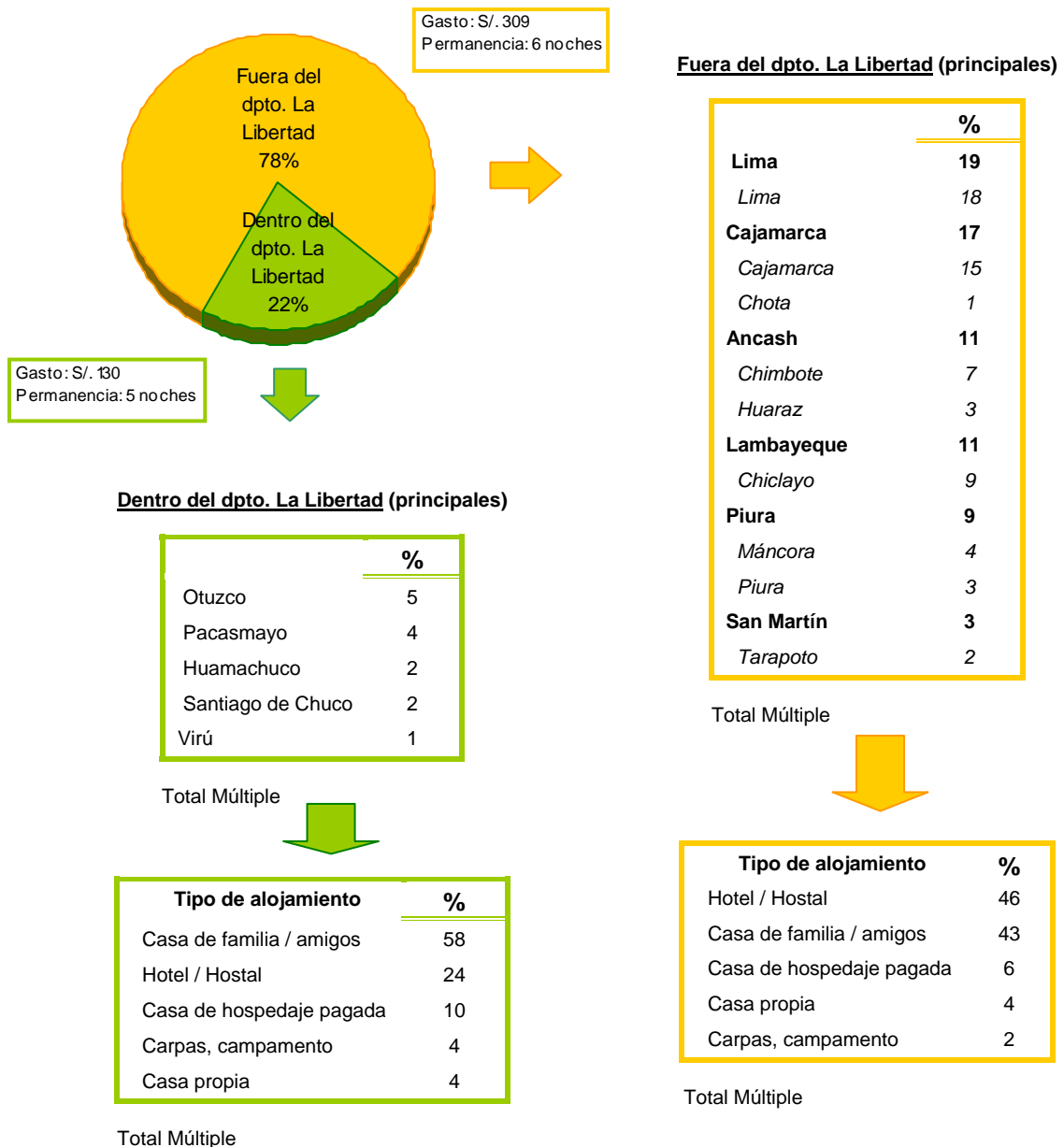
Lima es la opción principal de este público cuando deciden viajar fuera de su región, pero en segundo término consideran destinos como: Cusco, Puno, Tacna, Moquegua e Ica.



Lugares visitados por los vacacionistas trujillanos

Los trujillanos se encuentran entre los vacacionistas con mayor preferencia por viajar fuera de su región, siendo Lima su destino principal, pero también, suelen visitar regiones cercanas como Cajamarca, Lambayeque, Ancash, Piura y San Martín.

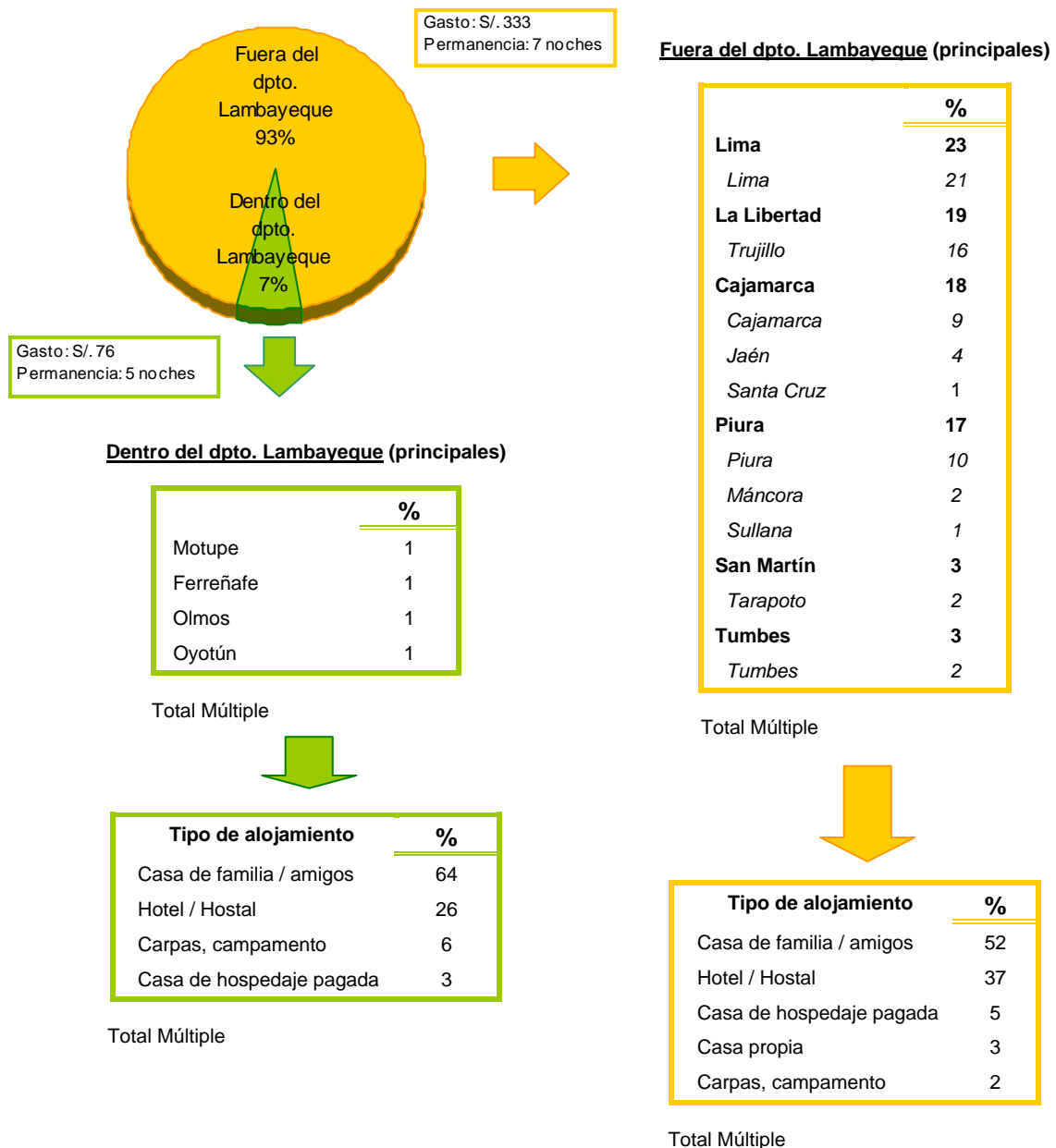
Cabe indicar que el uso de alojamiento en casa de familia/ amigos y en hoteles es casi similar, aunque no por ello se incrementa su gasto en el rubro en comparación con los arequipeños o limeños. En cambio, cuando viajan dentro de su región es considerablemente mayor el uso de casa de familia/ amigos.



Lugares visitados por los vacacionistas chiclayanos

Para los vacacionistas chiclayanos es una prioridad viajar fuera de su región, siendo Lima su destino principal, también acostumbran visitar destinos colindantes como La Libertad, Cajamarca y Piura, entre los principales.

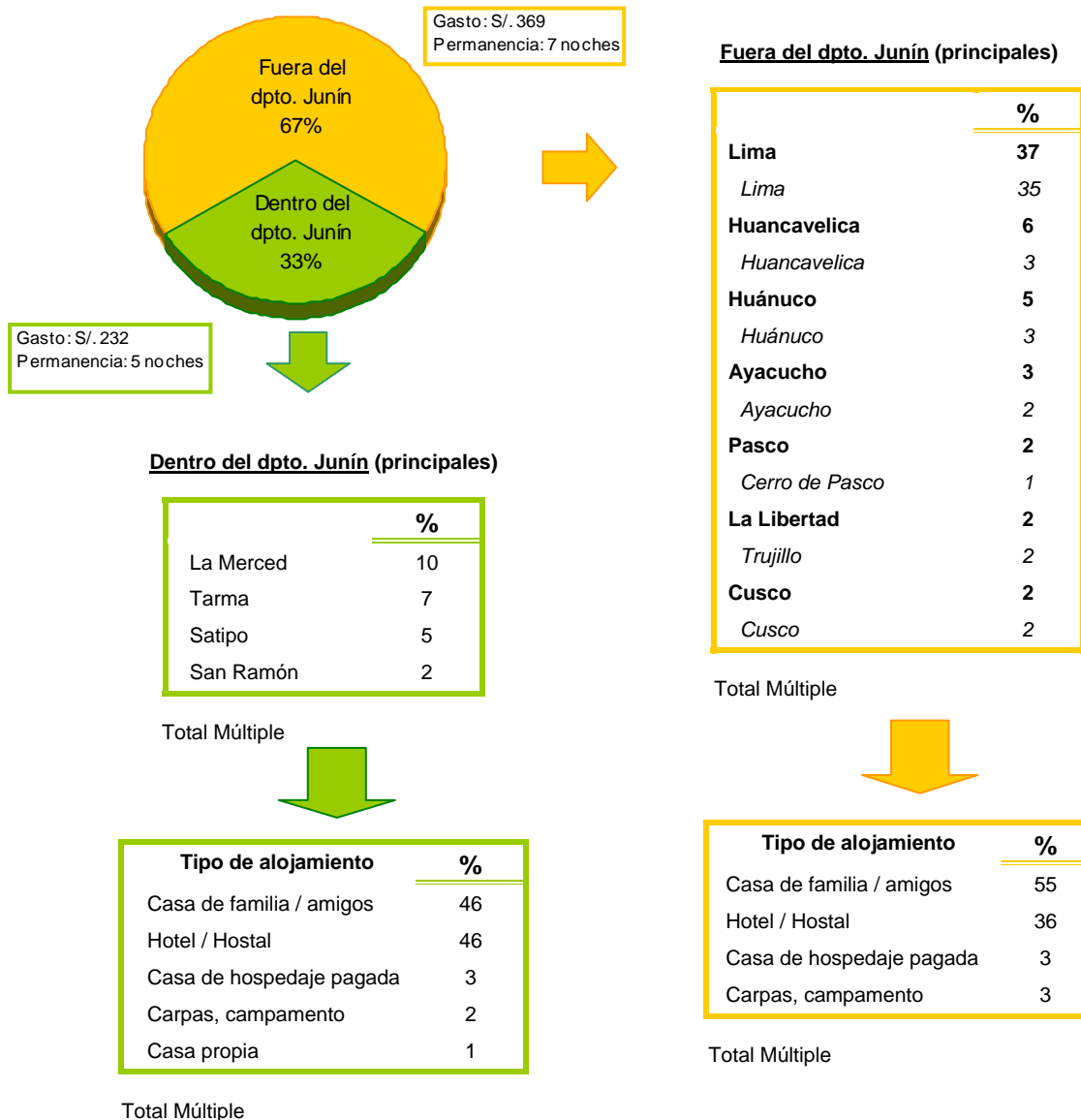
Ya sea que el viaje sea fuera o dentro de la región, la mayoría se aloja en la casa de algún familiar o amigo.



Lugares visitados por los vacacionistas huancaínos

Si bien la mayor parte de vacacionistas huancaínos opta por salir fuera de su región y principalmente teniendo a Lima como destino. También se aprecia que entre los que viajan dentro de la región Junín, prefieren los destinos más cálidos como La Merced, Satipo y San Ramón.

Nótese también que, para los viajes fuera o dentro de la región, el hospedaje preferido es la casa de un familiar o amigo. Sin embargo, cuando viaja dentro de la región, el gasto es significativamente mayor respecto de lo mencionado por el público de Lima, Arequipa, Trujillo y Chiclayo, ya que a medida que se ingresa en zona de selva, los costos en general, se incrementan.



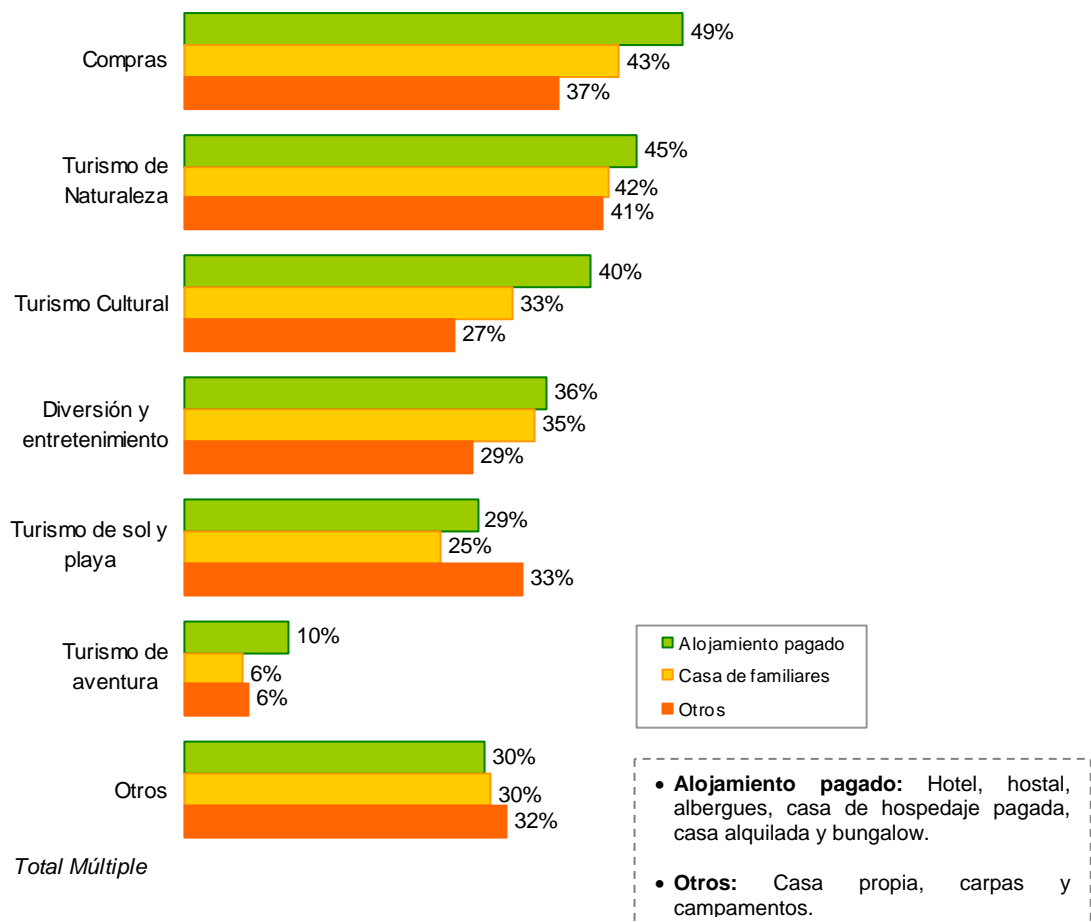
2.9 ACTIVIDADES REALIZADAS

Las principales actividades realizadas por el vacacionista nacional son las compras y el turismo de naturaleza, aunque los intereses varían de acuerdo con la ciudad de residencia.

Para trujillanos y chiclayanos, el turismo cultural y el entretenimiento se suman al primero; en tanto que para los arequipeños el turismo de sol y playa y las compras adquieren prioridad.

Por otro lado, si bien las compras son una actividad común en todos los segmentos investigados, para el arequipeño el turismo de naturaleza no genera atractivo, mientras que para el huancaíno los temas relacionados con la diversión no se encuentra entre sus prioridades, pero sí el turismo cultural.

Actividades realizadas - Por tipo de alojamiento utilizado -



Actividades realizadas durante el viaje - Por ciudad de residencia

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
COMPRAS	46	45	44	63	60	38
Productos del lugar	28	28	22	34	29	19
Dulces típicos	19	21	7	30	17	8
Artesanías	19	19	12	31	28	19
Artículos de vestir	9	7	15	19	24	11
TURISMO DE NATURALEZA	43	48	9	39	36	43
Visitar áreas / reservas naturales	24	26	7	14	21	30
Observación de flora o fauna en su ambiente natural	23	25	5	27	16	24
Pasear por lagos, lagunas y ríos	21	23	3	13	15	18
TURISMO CULTURAL	36	36	24	54	53	26
Visitar iglesias, catedrales, conventos	21	21	17	36	36	12
Visitar restos arqueológicos	17	18	8	26	22	9
Visitar museos	11	11	9	21	13	12
Visitar inmuebles históricos y monumentos	7	7	5	11	9	7
City Tour guiado	2	2	2	3	2	2
DIVERSIÓN Y ENTRETENIMIENTO	35	34	36	43	40	29
Ir a discotecas / pubs	27	27	27	33	28	20
Ir a peñas y shows folklóricos	8	8	10	10	9	7
Ir a espectáculos deportivos	4	4	3	5	5	1
Ir a cines y teatros	3	3	3	5	8	8
Asistir a conciertos y festivales folklóricos	3	3	2	2	4	2
Ir a casinos, bingos y tragamonedas	2	2	1	2	3	2
TURISMO DE SOL Y PLAYA	27	25	49	30	31	19
Ir a la playa	27	24	48	30	31	18
Acampar en la playa	6	5	12	5	2	3
TURISMO DE AVENTURA	8	9	5	4	3	5
Trekking	3	3	2	0	0	2
Ciclismo de montaña	2	2	1	0	0	1
Canotaje	1	1	1	0	1	1
Andinismo	1	1	1	1	1	1
Surf / tabla hawaiana	1	1	0	2	0	1
OTROS	30	29	30	34	30	46
Participar en festividades locales	6	6	5	6	4	6
Ir a parques de diversión	5	5	5	7	7	7
Visitar aguas termales	5	5	4	10	7	4
Visitar bodegas de vinos, piscos	5	5	2	3	2	1
Participar en festividades religiosas	5	5	4	4	4	5
Visitar criaderos	4	5	2	5	3	2
Ir a zoológicos	3	2	4	8	7	20
Total Múltiple						

Actividades realizadas durante el viaje - Por edad

	EDAD				
	TOTAL	18/24	25/34	35/44	45/64
	%	%	%	%	%
COMPRAS	46	41	46	50	50
Productos del lugar	28	25	31	28	25
Dulces típicos	19	18	19	21	21
Artesanías	19	16	20	20	22
Artículos de vestir	9	11	9	8	5
TURISMO DE NATURALEZA	43	42	42	50	43
Visitar áreas / reservas naturales	24	21	24	27	25
Observación de flora o fauna	23	20	23	28	25
Pasear por lagos, lagunas y ríos	21	24	18	22	20
TURISMO CULTURAL	36	32	36	37	41
Visitar iglesias, catedrales, conventos	21	20	21	23	24
Visitar restos arqueológicos	17	15	18	17	22
Visitar museos	11	9	12	10	14
Visitar inmuebles históricos y monumentos	7	6	7	6	8
City Tour guiado	2	2	2	1	3
DIVERSIÓN Y ENTRETENIMIENTO	35	43	38	30	19
Ir a discotecas / pubs	27	38	32	15	7
Ir a peñas y shows folklóricos	8	7	7	12	10
Ir a espectáculos deportivos	4	6	3	2	3
Ir a cines y teatros	3	5	3	2	1
Asistir a conciertos y festivales folklóricos	3	3	3	5	2
Ir a casinos, bingos y tragamonedas	2	2	2	1	2
TURISMO DE SOL Y PLAYA	27	33	25	25	21
Ir a la playa	27	32	25	25	21
Acampar en la playa	6	10	5	3	3
TURISMO DE AVENTURA	8	11	7	7	5
Trekking	3	3	3	4	1
Ciclismo de montaña	2	3	1	1	1
OTROS	30	27	29	32	35
Participar en festividades locales	6	6	6	7	7
Ir a parques de diversión	5	6	5	4	4
Visitar aguas termales	5	4	4	5	8
Visitar bodegas de vinos, piscos	5	6	4	5	3
Participar en festividades religiosas	5	4	3	6	7
Visitar criaderos	4	4	4	5	5
Ir a zoológicos	3	3	3	4	3

Total Múltiple

III. HABITOS DE VIAJE

3.1 TEMPORADA PARA REALIZAR VIAJES POR VACACIONES RECREACIÓN U OCIO

Sigue siendo poco común esperar una fecha especial para hacer viajes por recreación, más de la tercera parte, viaja en cualquier momento, especialmente aprovechado por los que tienen una ocupación independiente; otros esperan las vacaciones (especialmente entre los del sector laboral privado) o los feriados largos (resalta entre los más jóvenes).

Temporada en la que prefieren realizar sus viajes de vacaciones, recreación u ocio - Por ciudad de residencia y sector laboral

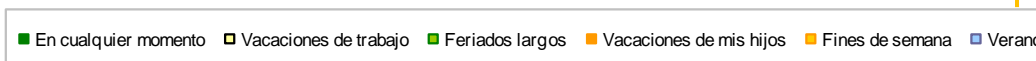
	CIUDAD DE RESIDENCIA						NSE	
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO	A/B	C
	%	%	%	%	%	%	%	%
En cualquier momento	38	39	29	33	37	29	36	39
Vacaciones de trabajo	21	20	31	23	17	21	22	19
Feriados largos	17	17	10	17	18	24	17	16
Vacaciones de mis hijos	11	10	13	13	14	15	10	11
Fines de semana	6	6	5	5	4	4	6	6
Verano	5	4	9	5	6	5	4	5

Total 100%

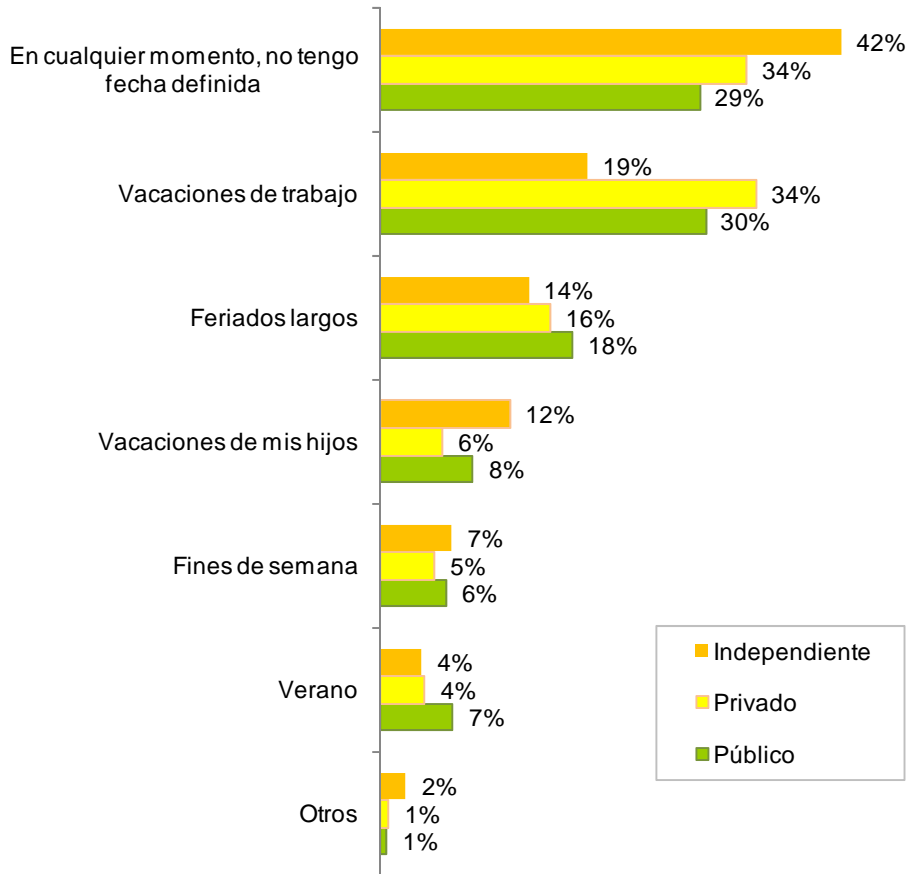
Temporada en la que prefieren viajar - Por sexo y edad -



Para elegir la fecha del viaje, las vacaciones de trabajo influyen de manera importante en el segmento masculino y las vacaciones de los hijos es significativo en el segmento femenino y en las personas de 35 a 44 años



Temporada en la que prefieren realizar sus viajes de vacaciones, recreación u ocio - Por sector laboral

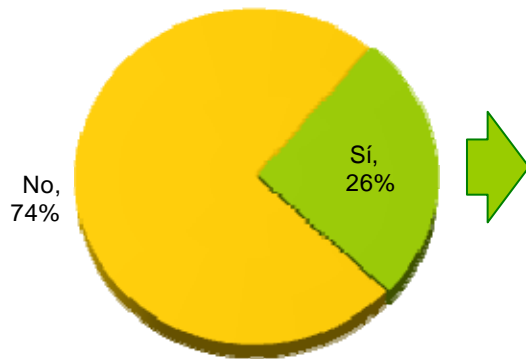


3.2 TENENCIA Y USO DE AUTO PROPIO

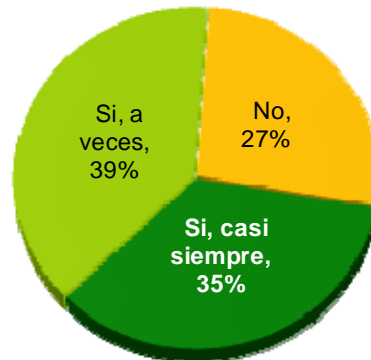
La cuarta parte de los vacacionistas nacionales cuenta con auto propio, de los cuales, alrededor de las tres cuartas partes, lo utiliza a veces o casi siempre para viajar.

La tenencia de auto propio se incrementa con la edad, con el nivel socioeconómico y entre limeños y arequipeños. Estos últimos y los huancaínos señalan usar el auto con más frecuencia para viajar.

Tenencia de auto propio

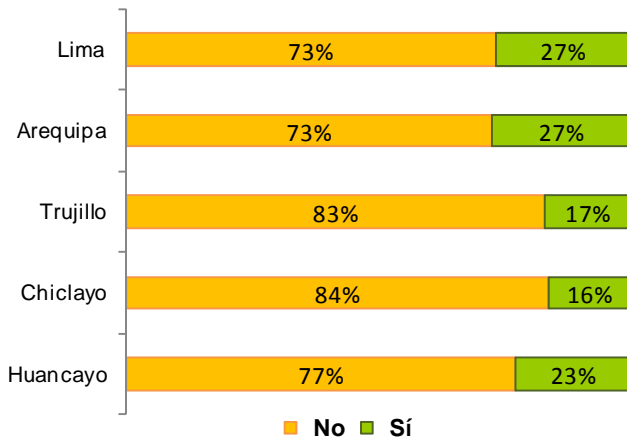


Acostumbra a viajar en su auto

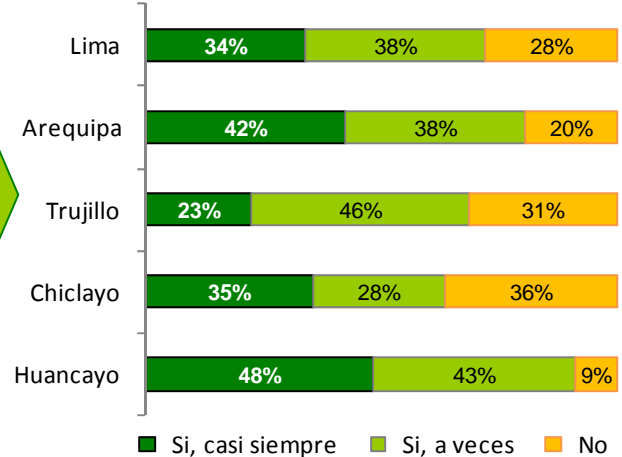


Base: Vacacionistas que SI tiene auto propio

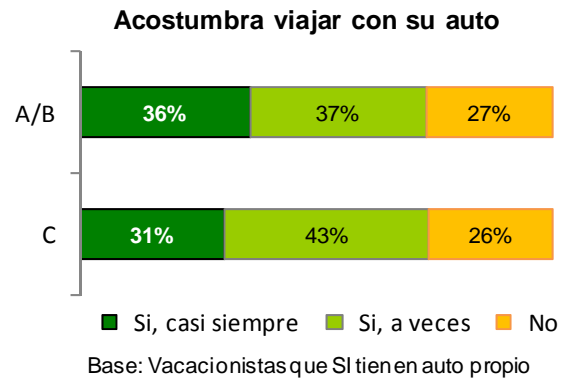
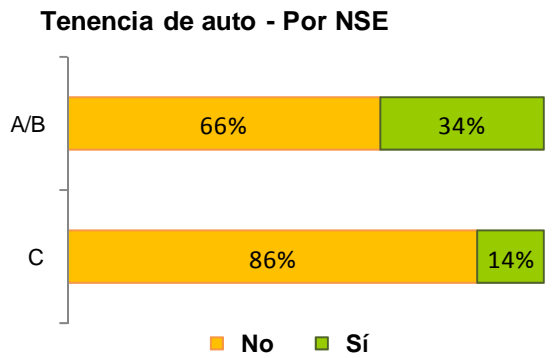
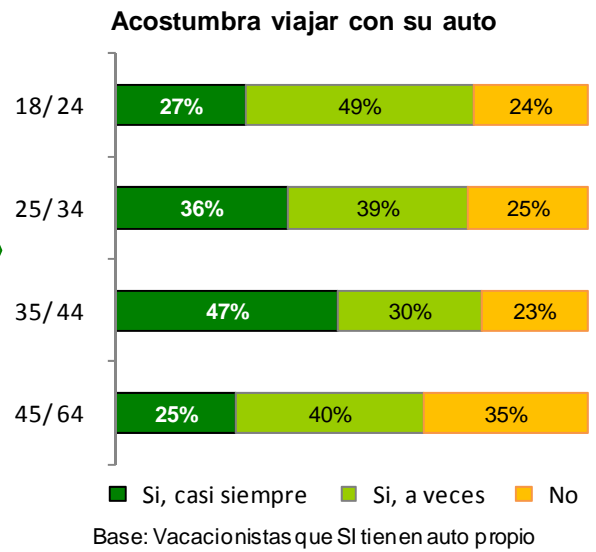
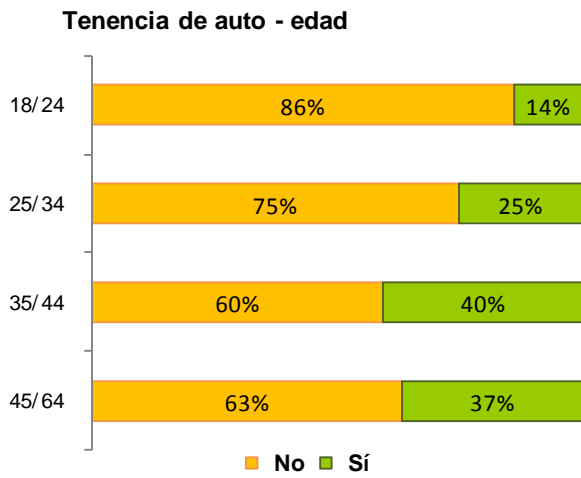
Tenencia de auto - Por ciudad de residencia



Acostumbra viajar con su auto



Base: Vacacionistas que SI tienen auto propio

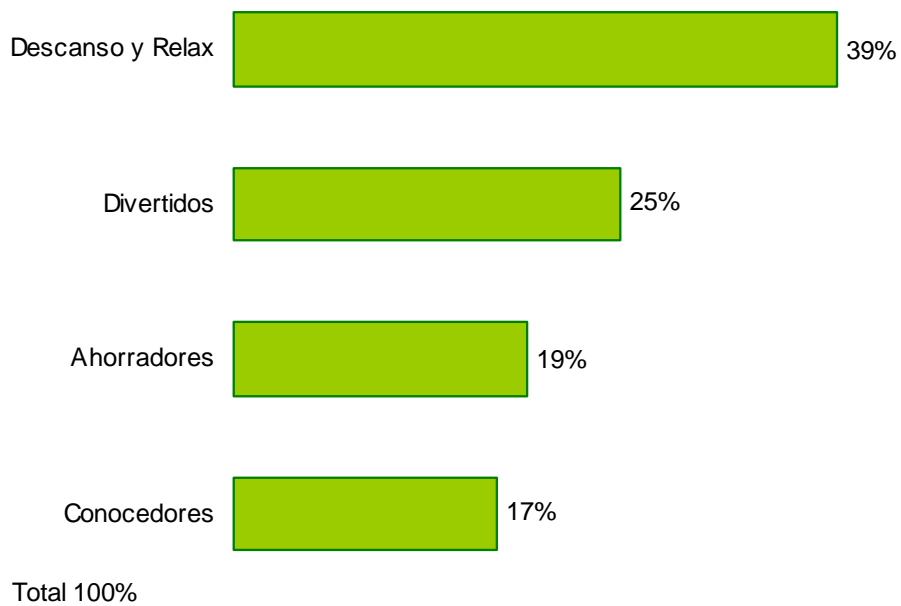


IV. CLASIFICACIÓN DEL VACACIONISTA NACIONAL

Continuando con el marco de la investigación del Perfil del Vacacionista Nacional, para el 2009 se continúa estudiando los diversos comportamientos de los viajeros nacionales en cuanto a las actitudes y búsqueda de beneficios..

En línea con ello, la clasificación de los vacacionistas nacionales respecto a su actitud frente a los viajes se distribuye de la siguiente manera:

Clasificación del vacacionista nacional



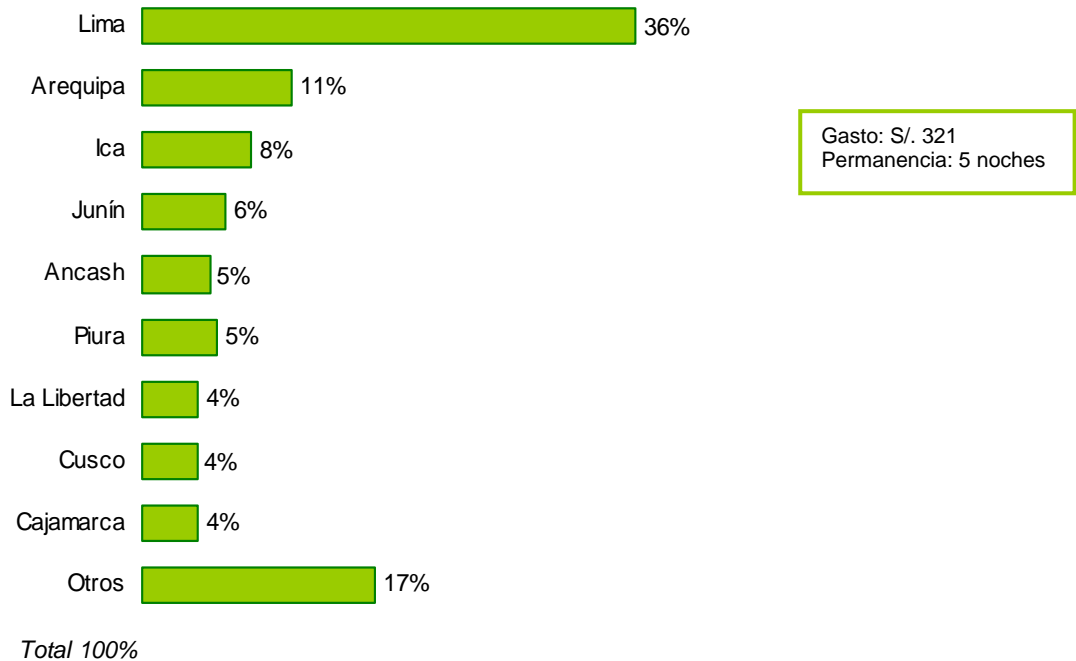
4.1 TURISTA DE DESCANSO Y RELAX

El turista que pertenece a este segmento prioriza el contacto con la naturaleza disfrutando de los paisajes naturales y salir con la familia. También se observa que la mayoría tiene hijos (que dependen económicamente) y que proviene mayoritariamente del sector privado e independiente.

En este segmento se conoce el lugar visitado, su principal destino es Lima y opta por viajar en cualquier momento y 4 de cada 10 señala utilizar su propio auto para hacerlo.

Existe mayor preferencia por hospedarse en casa de familiares y amigos en el lugar de destino y en segunda opción utiliza hoteles. En promedio pernocta 5 noches en el lugar visitado y el gasto por persona asciende a S/.321 nuevos soles.

Departamento visitado por el turista de descanso y relax



Tipo de alojamiento	%
Casa de familia / Amigos	47
Hotel / Hostal	41
Casa de hospedaje pagada	6
Carpas, campamento	3
Casa propia	3
Albergues	1

Total Múltiple

Transporte	%
Ómnibus / Bus Interprovincial	70
Auto propio	16
Movilidad particular	8
Avión / Avioneta	6
Combi / Custer	0

Total Múltiple

4.2 LOS DIVERTIDOS

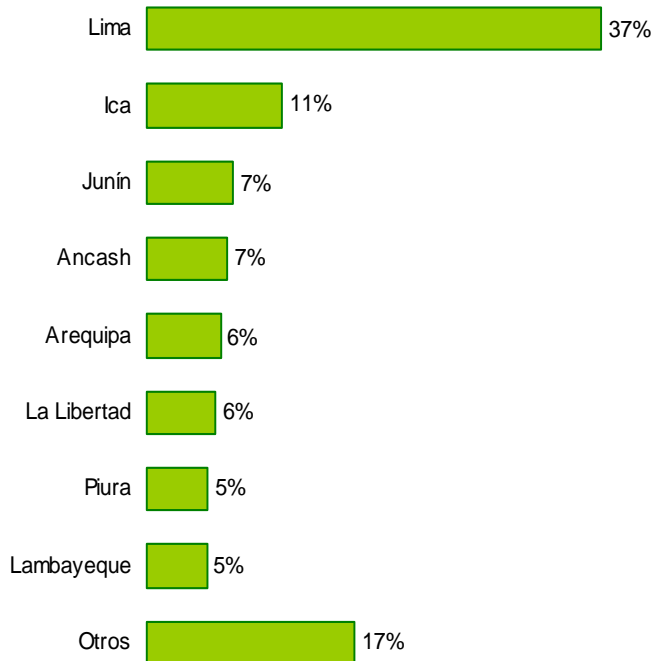
En este segmento, los vacacionistas se encuentran motivados por la búsqueda de diversión, entretenimiento y un poco de aventura. Se muestran totalmente autónomos ya que planifican y ejecutan su viaje por sí mismos.

Más de la mitad pertenece al rango etario más joven, de 18 a 34 años, conformado por hombres, solteros y cursando estudios universitarios actualmente.

Los grupos de viaje se conforman esencialmente por amigos y familiares, sin niños.

Una vez en el lugar de destino, pernocta un promedio de 5 noches y el gasto por persona asciende a S/. 332 nuevos soles.

Departamento visitado por el turista divertido



Gasto: S/. 332
Permanencia: 5 noches

Total 100%

Tipo de alojamiento	%
Casa de familia / Amigos	45
Hotel / Hostal	42
Casa de hospedaje pagada	6
Carpas, campamento	5
Casa propia	3
Bungalows	1

Total Múltiple

Transporte	%
Ómnibus / Bus Interprovincial	75
Auto propio	13
Movilidad particular	6
Avión / Avioneta	7
Combi / Custer	0

Total Múltiple

4.3 LOS AHORRADORES

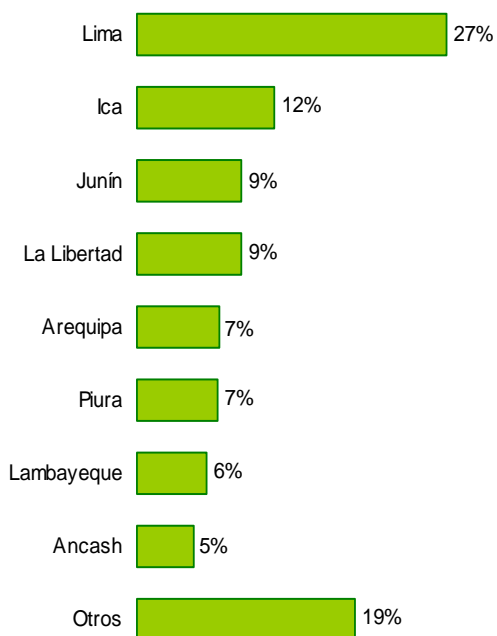
En este segmento, los turistas consideran en primer lugar la economía y el ahorro, para ello casi siempre está a la búsqueda de lugares ya conocidos o cercanos, es decir, son comúnmente repetidores de destinos.

Existe cierta predominancia de mujeres en este grupo y la mayoría forma parte de una pareja, en donde la tenencia de hijos es predominante (64%).

La búsqueda de descanso y relax es la motivación principal del viaje y es el segmento que pernocta mayor número de noches (7 en promedio) en el lugar de destino.

Asimismo, el gasto es el más reducido S/.292 nuevos soles por persona, el mismo que se justifica esencialmente porque el 62% utiliza sus ahorros para cubrir los gastos del viaje.

Departamento visitado por el turista ahorrador



Gasto: S/. 292
Permanencia: 7 noches

Total 100%

Tipo de alojamiento	%
Casa de familia / Amigos	69
Hotel / Hostal	22
Casa de hospedaje pagada	5
Carpas, campamento	2
Casa propia	3
Albergues	0

Total Múltiple

Transporte	%
Ómnibus / Bus Interprovincial	83
Auto propio	10
Movilidad particular	5
Avión / Avioneta	4
Combi / Custer	0

Total Múltiple

4.4 LOS CONOCEDORES

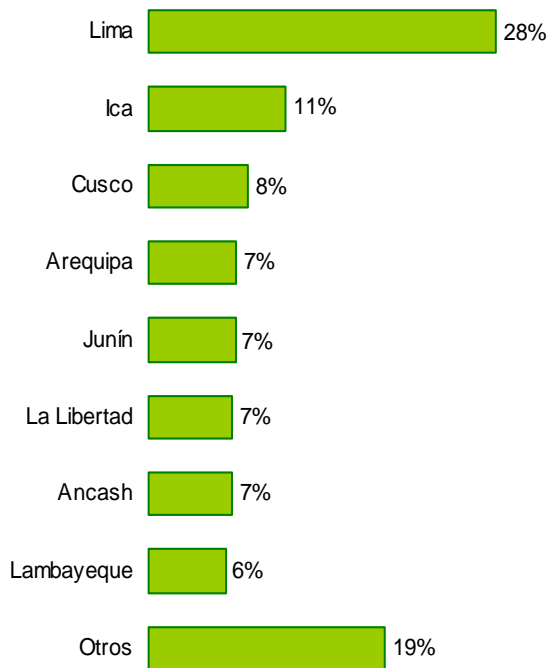
Están en la búsqueda de nuevas experiencias, aficionados a las actividades culturales, que van desde la apreciación de atractivos turísticos hasta el encuentro de las costumbres y culturas de los pueblos, suelen viajar en cualquier momento y también cuando las vacaciones de trabajo lo permiten.

En este segmento, la composición del grupo de viaje es de familiares directos, padres e hijos, en mayor grado y se motiva especialmente cuando escucha la experiencia de familiares y amigos así como por los programas de televisión sobre viajes y reportajes.

Cuando viajan, prefieren hospedarse en hoteles y en segundo término en casa de familiares y amigos. En promedio pernoctan 6 noches en el lugar visitado y el gasto por persona asciende a S/364 nuevos soles.

La mayoría recurre a sus ahorros para financiar sus viajes, así que dispone del gasto especialmente en la alimentación, alojamiento y en las visitas a atractivos turísticos. También se siente motivado por las compras y el turismo de naturaleza.

Departamento visitado por el turista conecedor



Gasto: S/. 364
Permanencia: 6 noches

Total 100%

Tipo de alojamiento	%
Casa de familia / Amigos	38
Hotel / Hostal	47
Casa de hospedaje pagada	9
Carpas, campamento	5
Casa propia	2
Albergues	1

Total Múltiple

Transporte	%
Ómnibus / Bus Interprovincial	75
Auto propio	13
Movilidad particular	6
Avión / Avioneta	7
Combi / Custer	0

Total Múltiple

Clasificación del turista nacional de acuerdo a sus actitudes de viaje

	SEGMENTOS			
	Descanso y Relax	Diverti dos	Ahorrador es	Conocedor es
	%	%	%	%
Estado Civil				
Soltero	40	77	40	48
Parte de una pareja	59	23	59	51
Ocupación principal				
Alto funcionario (público o privado), director de empresa	3	1	2	4
Profesional ejecutivo	17	13	10	18
Profesional técnico	20	19	18	17
Empleado en servicios	15	21	21	18
Obrero, artesano, agricultor	3	3	3	2
Fuerzas armadas	1	0	0	0
Estudiante	11	31	14	16
Ama de casa	16	4	20	11
Jubilado, cesante	3	0	2	3
Independiente	6	3	5	6
No trabaja	3	2	3	4
Sector laboral				
Sector público	8	5	8	12
Sector privado	32	37	28	31
Trabajador independiente	27	24	25	22
Ama de casa	15	4	19	11
Estudiante	10	28	14	16
No trabaja (jubilado, cesante)	3	0	2	3
Grado de Instrucción				
Sin estudios / primaria incompleta	0	1	0	1
Primaria completa / secundaria incompleta	3	1	3	3
Secundaria completa / superior técnica incompleta	20	26	32	22
Superior técnica completa / superior universitaria incompleta	38	49	41	37
Superior universitaria completa	36	22	23	35
Post grado / Maestría	2	1	1	1
Doctorado / Phd	0	0	0	1
Total 100%				

Clasificación del turista nacional de acuerdo a sus actitudes de viaje

	SEGMENTOS			
	Descanso y Relax	Diverti dos	Ahorradore s	Conocedore s
	%	%	%	%
<u>Sexo</u>				
Masculino	49	73	48	48
Femenino	51	27	52	52
<u>Nivel socioeconómico</u>				
NSE A/B	60	63	51	64
NSE C	40	37	49	36
<u>Edad</u>				
18 a 24 años	23	56	28	29
25 a 34 años	33	35	31	30
35 a 44 años	22	6	21	18
45 a 64 años	22	3	21	23
Total 100%				

V. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

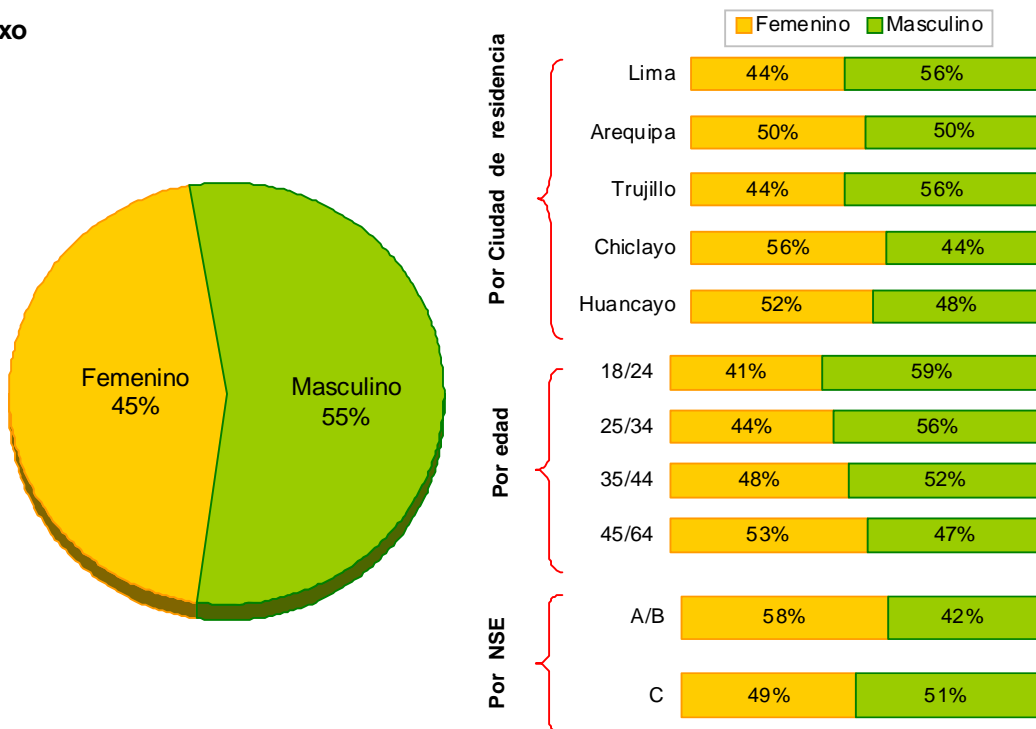
En esta oportunidad, la presencia de hombres es mayor (55%), especialmente entre los residentes limeños y arequipeños. También se observa mayor presencia masculina a medida que disminuye la edad del vacacionista.

Asimismo, en este segmento, la composición es igualitaria entre solteros y parte de una pareja, con mayor preponderancia de hombres entre los solteros y entre los que residen en la ciudad de Huancayo.

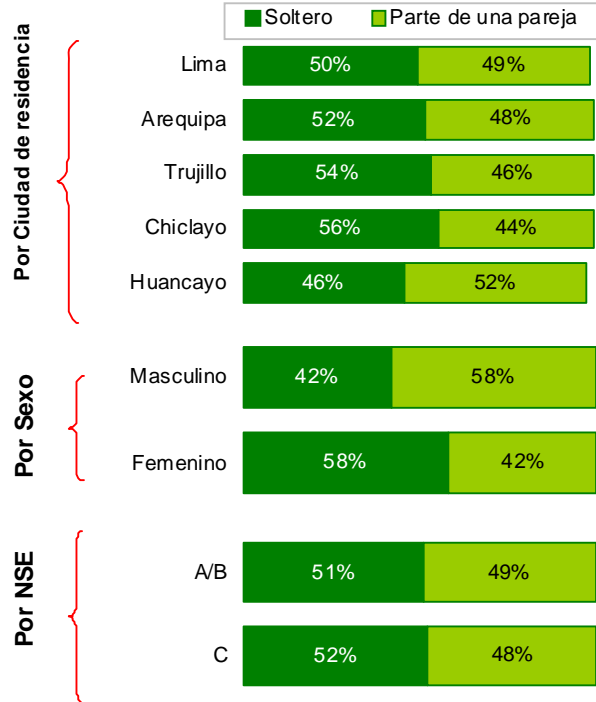
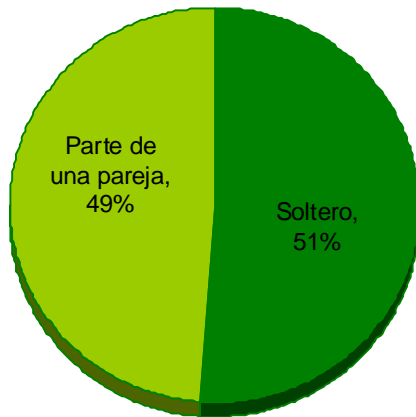
También se observa mayor presencia de hombres, jóvenes y con mayor graduación de estudios académicos respecto del segmento femenino.

En cuanto a la ocupación, el segmento masculino tiene mayor presencia en el sector privado, en tanto que en el segmento femenino es más fuerte la tendencia a no estar trabajando actualmente.

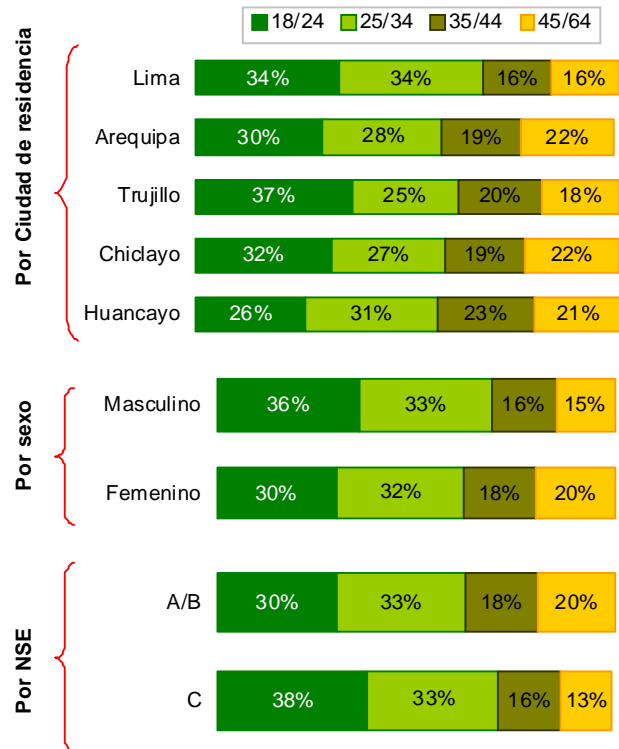
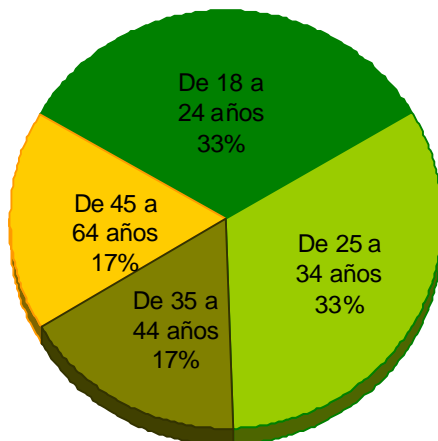
Sexo



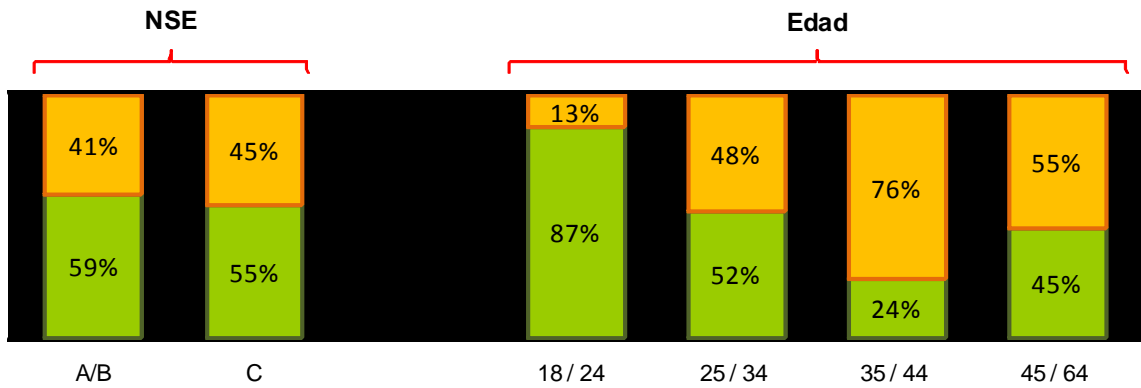
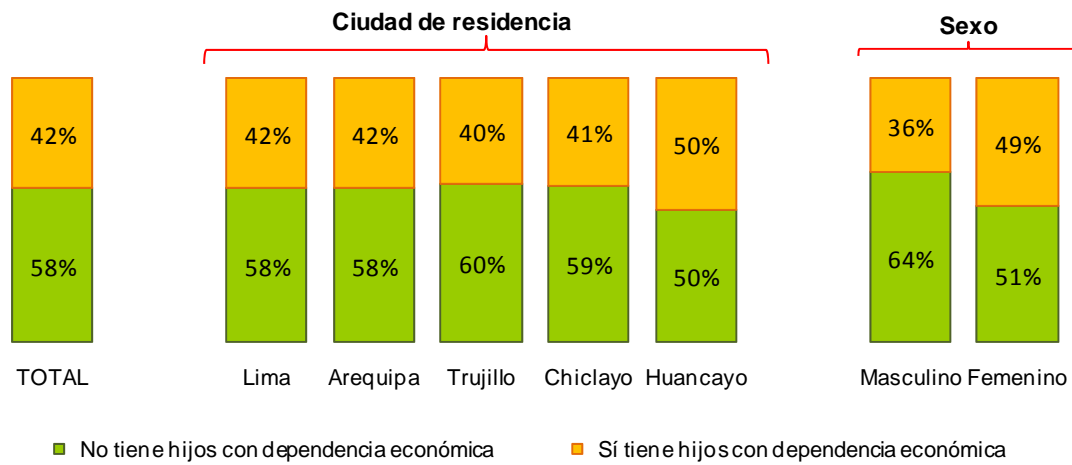
Estado civil



Edad



Tenencia de hijos con dependencia económica



Grado de instrucción

	CIUDAD DE RESIDENCIA						NSE	
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO	A/B	C
	%	%	%	%	%	%	%	%
Sin estudios / Primaria incompleta	0	0	1	0	0	1	0	1
Primaria completa / Secundaria incompleta	3	3	2	4	2	3	1	5
Secundaria completa / Superior técnica incompleta	24	25	19	27	21	16	13	41
Superior técnica completa / Superior universitaria incompleta	41	41	41	41	46	32	41	41
Superior universitaria completa	30	29	36	26	28	45	42	11
Post grado / Maestría	2	2	2	2	2	3	3	0
Doctorado / Phd	0	1	0	0	0	0	1	0

Total 100%

Grado de instrucción

	SEXO			EDAD			
	TOTAL	Masculino	Femenino	18/24	25/34	35/44	45/64
	%	%	%	%	%	%	%
Sin estudios / Primaria incompleta	0	0	0	0	0	0	1
Primaria completa / Secundaria incompleta	3	1	5	1	2	3	6
Secundaria completa / Superior técnica incompleta	24	22	27	30	24	18	21
Superior técnica completa / Superior universitaria incompleta	41	44	37	60	35	31	26
Superior universitaria completa	30	31	29	9	37	43	43
Post grado / Maestría	2	2	1	0	2	5	2
Doctorado / Phd	0	0	1	0	0	0	2

Total 100%

Ocupación

	CIUDAD DE RESIDENCIA						NSE	
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO	A/B	C
	%	%	%	%	%	%	%	%
Profesional técnico	20	20	22	15	17	13	19	20
Empleado en servicios	19	19	15	23	19	20	14	26
Estudiante	18	17	21	21	24	18	19	16
Profesional ejecutivo	15	16	12	13	14	21	23	5
Ama de casa	13	13	14	14	17	10	11	17
Trabajador independiente	5	6	6	3	2	5	5	6
Obrero	3	3	5	6	1	3	1	6
Alto funcionario (público o privado), director de empresa	3	3	2	2	2	4	3	1
Jubilado, cesante	2	2	3	2	3	4	3	1
Fuerzas armadas	0	0	0	0	1	1	0	1
Otros	1	2	0	0	1	1	2	1

Total 100%

Ocupación

	SEXO			EDAD			
	TOTAL	Masculino	Femenino	18/24	25/34	35/44	45/64
	%	%	%	%	%	%	%
Profesional técnico	20	24	14	16	22	23	17
Empleado en servicios	19	21	16	16	21	21	16
Estudiante	18	20	15	49	5	1	0
Profesional ejecutivo	15	17	14	6	23	21	14
Ama de casa	13	0	30	6	16	16	20
Trabajador independiente	5	7	4	3	5	7	10
Obrero	3	4	2	3	3	3	4
Alto funcionario (público o privado), director de empresa	3	3	2	1	3	4	5
Jubilado, cesante	2	2	2	0	0	0	13
Fuerzas armadas	0	1	0	0	1	1	0
Otros	1	2	1	0	3	2	1

Total 100%

Sector laboral

	CIUDAD DE RESIDENCIA						NSE	
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO	A/B	C
	%	%	%	%	%	%	%	%
Sector privado	32	35	20	25	19	20	36	28
Trabajador independiente	25	25	28	28	21	28	24	27
Sector público	8	7	12	10	14	17	8	8
No trabaja (*)	34	33	39	38	46	35	33	37

Total 100%

(*) Ama de casa, estudiante, jubilado, etc.

Sector laboral

	SEXO			EDAD			
	TOTAL	Masculino	Femenino	18/24	25/34	35/44	45/64
	%	%	%	%	%	%	%
Sector privado	32	40	23	26	44	34	21
Trabajador independiente	25	30	20	16	25	37	31
Sector público	8	8	8	4	9	10	12
No trabaja (*)	34	22	50	54	22	19	35

Total 100%

(*) Ama de casa, estudiante, jubilado, etc.

Anexos

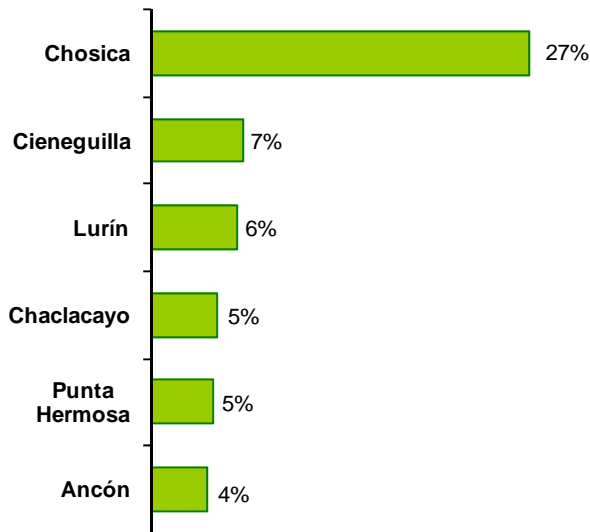
Perfil del Excursionista Nacional

(Excursiones o visitas del día por motivo de vacaciones, recreación u ocio)

I. CARACTERÍSTICAS DE LOS EXCURSIONISTAS NACIONALES

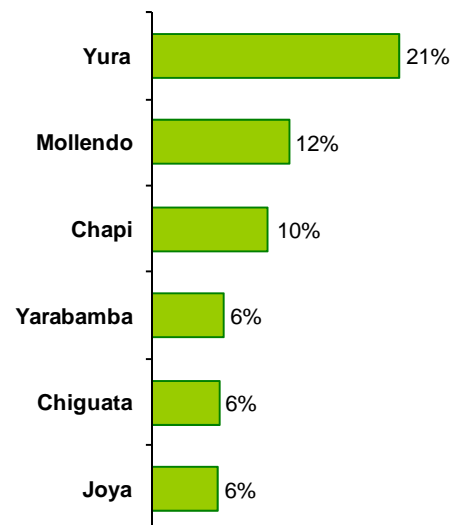
Principales lugares visitados

Limeños



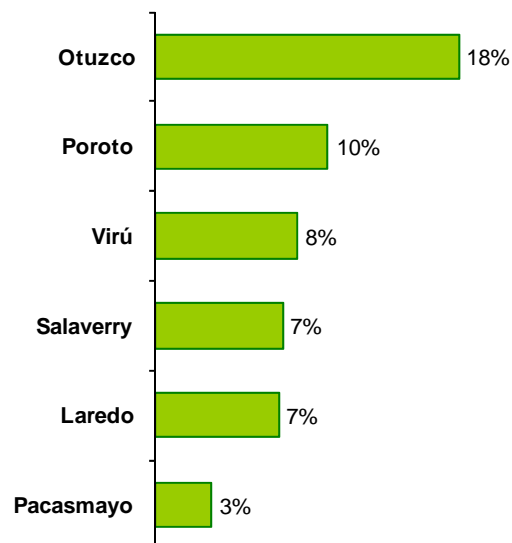
Total Múltiple

Arequipeños



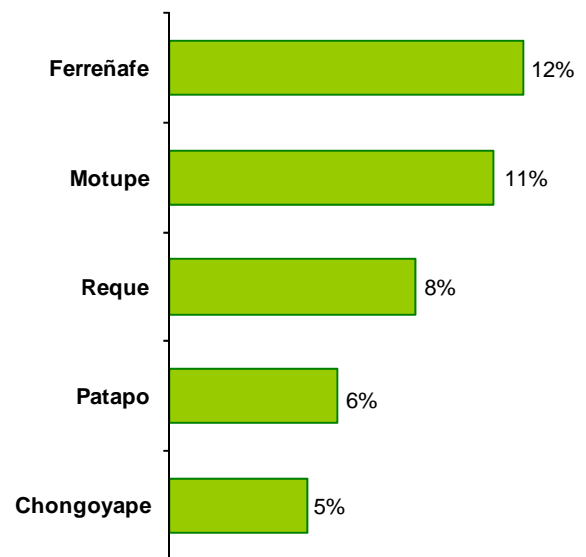
Total Múltiple

Trujillanos

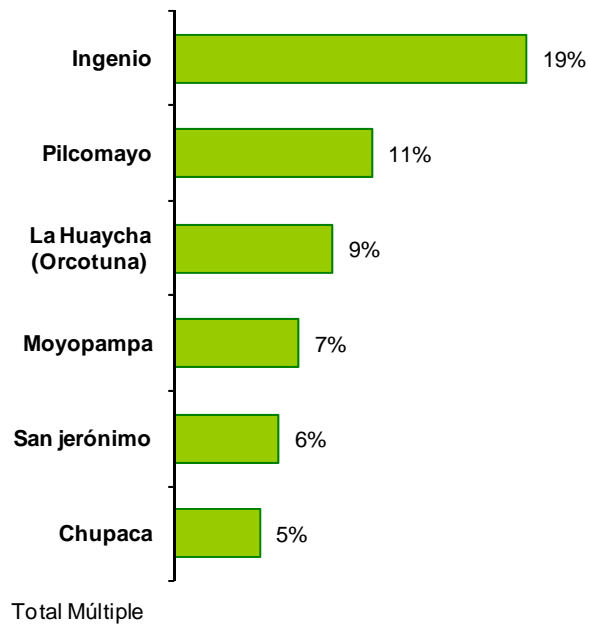


Total Múltiple

Chiclayanos



Total Múltiple

Huancaíno

Medio de transporte utilizado

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Ómnibus / Bus / Combi	52	50	59	66	67	63
Auto propio (auto del hogar)	27	28	28	23	12	21
Auto amigo / familiares	13	14	9	8	10	7
Movilidad privada (Full day, alquiler, promociones)	7	7	4	2	7	4
Taxi	1	1	1	2	1	2
Otros	1	1	0	0	0	0

Total Múltiple

Grupo de viaje

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Grupo familiar directo (padres e hijos)	46	44	46	50	49	65
Con amigos y/o familiares sin niños	22	23	25	17	23	15
Con amigos y/o familiares con niños	15	16	14	12	10	10
Con mi pareja	11	12	8	11	9	8
Solo	5	5	7	9	9	2
Total 100%						

Organización de la excursión

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Totalmente por cuenta propia	97	96	98	96	97	99
Contrató un tour desde la ciudad de residencia	1	1	1	2	2	1
Contraté un tours en el lugar visitado	2	2	1	2	1	0
Otros	0	0	0	0	0	0
Total 100%						

Gasto por excursionista

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Hasta 50 soles	67	63	81	77	85	92
De 51 a 100 soles	24	27	14	20	13	7
Más de 100 soles	9	10	4	3	3	0
Promedio (S/.)	53	57	38	43	33	28
Total 100%						

Rubros en los que hizo gasto

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Alimentación	93	94	90	95	88	94
Transporte	76	75	78	82	86	87
Compras	35	37	27	31	34	26
Visitas a atractivos turísticos	14	13	18	21	21	14
Gasolina	14	15	16	13	11	6
Entradas al club	10	12	2	5	1	2
Alojamiento	4	4	2	4	3	2
Entretenimiento	0	1	0	1	0	0
Baños termales	0	0	3	0	0	0
Cerveza	0	0	2	0	0	0
Otros	5	6	6	3	5	4

Total Múltiple

II. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DEL EXCURSIONISTA NACIONAL
Sexo

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Masculino	51	51	54	50	47	47
Femenino	49	49	46	50	53	53

Total 100%

Edad

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
De 18 a 24 años	25	26	21	25	26	26
De 25 a 34 años	28	27	32	36	29	30
De 35 a 44 años	25	26	20	18	24	20
De 45 a 64 años	22	21	27	21	21	25
Promedio (En años)	35	35	36	34	35	35

Total 100%

Estado Civil

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Parte de una pareja	56	56	54	53	52	60
Soltero	44	44	46	47	48	40
Total 100%						

Tenencia de hijos con dependencia económica

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Si	50	49	50	48	49	56
No	50	51	50	52	51	44
Total 100%						

Grado de Instrucción

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Sin estudios / primaria incompleta	1	1	0	1	1	1
Primaria completa / secundaria incompleta	5	5	3	4	4	5
Secundaria completa / superior técnica incompleta	28	29	21	31	21	20
Superior técnica completa / superior universitaria incompleta	35	35	38	35	43	32
Superior universitaria completa	29	28	37	26	28	39
Post Grado / Maestría	2	2	0	2	3	2
Doctorado / PHD	0	0	0	0	0	0
Total 100%						

Sector Laboral

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Trabajador independiente	30	30	25	27	20	31
Sector privado	26	27	23	27	22	17
Ama de casa	17	17	15	16	19	17
Estudiante	14	13	16	15	15	17
Sector público	7	6	14	9	16	11
Jubilado / Cesante	3	3	4	3	3	4
No trabaja	4	4	3	4	4	3

Total 100%

Ocupación principal

	CIUDAD DE RESIDENCIA					
	TOTAL	LIM	AQP	TRU	CIX	HYO
	%	%	%	%	%	%
Empleado en servicios	22	22	19	25	17	22
Profesional técnico	20	21	20	13	23	12
Ama de casa	18	18	15	17	20	18
Estudiante	15	14	16	16	16	18
Profesional ejecutivo	11	11	9	12	14	15
Obrero	5	5	6	6	1	4
Independiente	4	3	8	5	2	5
Jubilado / Cesante	3	3	4	3	3	4
Alto funcionario, Director de empresa	2	2	2	1	2	3
Fuerzas Armadas	1	1	1	1	2	0

Total 100%

Glosario

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”. Tiene por lo general, carácter de intermediario entre el prestador de los servicios turísticos y el usuario.

El término “agencia de turismo” debe considerarse como similar a “agencia de viaje”

Atractivo turístico

Es todo lugar, objeto, elemento o acontecimiento de interés turístico. Por ejemplo: monumentos, paisajes, gastronomía, 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 familia que se acondiciona mayormente en épocas de temporada alta.

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 en torno al lugar de residencia y todos los otros lugares cercanos o distantes que visita muy frecuentemente.

Estacionalidad

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

Gasto del turista

Gastos de consumo efectuados por un turista durante su desplazamiento y estancia turística en el lugar de destino.

El gasto se mide mayormente como “gasto por turista durante todo el viaje”.

Se debe excluir del gasto turístico lo siguiente:

- Compras para efectos comerciales, es decir para venta o uso como factor de producción.
- Inversiones de tipo capital efectuadas por los visitantes, como adquisiciones de terrenos, casas, fincas u otros bienes importantes (automóviles, remolques, barcos, segundas residencias) aunque puedan ser utilizadas en el futuro para viajes turísticos.
- Efectivo dado 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 considera a la gastronomía como uno de los atractivos turísticos de un lugar.

Grupo de viaje

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

Motivo de viaje

Razón sin la cual el viaje no se hubiera producido o el destino no se habría visitado. Normalmente se consideran los siguientes grupos:

- Vacaciones, recreación u ocio
- Visitas a familiares y amigos
- Negocios
- Tratamientos de salud
- Otros motivos

1. Vacaciones, recreación u ocio:

Se hace normalmente por motivos de descanso o diversión. Es el visitante (quizá conjuntamente con los demás miembros de la familia) quien decide hacer el viaje turístico, costéandolo con fondos familiares. Durante el viaje, en algunos casos, se visita a parientes y amigos, aunque no es éste el motivo principal del viaje.

2. Visitas a familiares y amigos:

Visitas sociales, que en algunos casos tienen como finalidad el estar presente en algún compromiso o reunión social (matrimonios, bautizos, etc.). También se consideran los viajes para asistir a funerales / velorios.

3. Negocios:

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

4. 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 y cura relacionada al bienestar físico y mental.

Paquete turístico

Conjunto de servicios entre los que normalmente se encuentran incluidos: 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 generalmente, en un solo acto de compra.

Servicio turístico

Es todo tipo de servicio ofrecido a los turistas o a los proveedores de éstos (agencias de viaje, *tour* operadores, 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, entre otros.

Turismo

Es el conjunto de actividades realizadas por las personas durante sus viajes y permanencias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, por motivos diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado.

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 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 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 también la biodiversidad y el medio ambiente.

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, desafiando la geografía del lugar.

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, avenidas y calles importantes) y comerciales (centros comerciales, grandes tiendas, ferias, etc.). Las ciudades son puntos inevitables de contacto durante un viaje de un país a otro. Este tipo de turismo es practicado también por los turistas de negocios, por los que viajan por convenciones y congresos y para visitar a familiares y amigos.

Turista

Es aquella persona que viaja a otro país o lugar distinto de donde reside por un **periodo mínimo de una noche y no más de doce meses** consecutivos y cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país o residir en el mismo.

Visitante

Toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual por una duración inferior a 12 meses consecutivos y cuyo principal motivo de viaje es diferente al de realizar una actividad remunerada en el país o residir en el mismo.

Los visitantes se clasifican como turistas o como visitantes del día (ver definiciones).

Excursionista o Visitante del día

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

Visita turística (tours)

Es una visita guiada dentro de la ciudad. Por lo general se realiza en ómnibus y dura entre una y tres horas, pero también puede ser a pie.