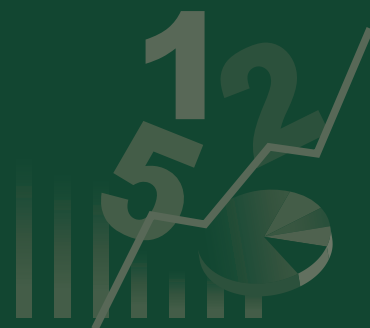




## Perfil de los "No Viajeros" - Provincias



*prom*  
perú



*prom  
perú*

**Perfil de los “No Viajeros” - Provincias**

***Un mercado potencial***

## Índice

	<u>Página</u>
<b>Presentación</b>	3
<b>Conclusiones</b>	4
<b>Resumen ejecutivo</b>	5
<b>Ficha técnica</b>	12
<b>Resultados</b>	
I. AREQUIPA	14
II. TRUJILLO	26
III. HUANCAYO	38
IV. IQUITOS	50
<b>Glosario</b>	62

## Presentación

En el año 2004, PromPerú realizó un estudio denominado Perfil de los "No Viajeros" - Un Mercado Potencial. Dicha investigación se concentró en conocer a aquellas personas residentes en Lima que no acostumbran realizar viajes por recreación al interior del país.

Aquel estudio brindó una serie de características conductuales muy importantes de los no viajeros limeños, las cuales tienen una influencia en la actitud frente a los viajes. Asimismo permitió identificar cuatro segmentos psicográficos a los cuales denominamos: circunstanciales (con poco tiempo para el ocio), plásticos (cosmopolitas, con preferencias por los viajes al extranjero), rígidos (preocupados por la seguridad) y tímidos (de personalidad introvertida y poco independiente de sus decisiones).

El *Perfil de los "No Viajeros" - Provincias*, es un estudio de mercado bajo la misma estrategia de investigación, pero enfocado en las cuatro principales ciudades emisoras de turistas nacionales que le siguen al mercado limeño: Arequipa, Trujillo, Huancayo e Iquitos. En este último estudio se podrá apreciar que los no viajeros de estas ciudades presentan características casi similares al limeño, pero con la influencia de otras variables como la idiosincrasia, las tradiciones y las costumbres de los habitantes de dichas ciudades, estructuras culturales que debemos conocer para brindar un mejor producto.

Como en el caso de Lima, los resultados permitirán orientar adecuadamente las estrategias comunicacionales de la oferta turística, de manera focalizada y permitiendo el diseño de mensajes y productos diferenciales para cada segmento determinado. En ese sentido esperamos que el presente documento sirva de base a los agentes del sector turismo para optimizar sus acciones de marketing y así lograr motivar a este mercado potencial para convertirlos en los nuevos viajeros a nivel nacional.

Cabe mencionar, que esta entrega es producto del esfuerzo y la dedicación del equipo profesional de PromPerú y no hubiera sido posible sin el valioso aporte del área de Investigación de Mercados. Nuestro reconocimiento también a todas aquellas personas que participaron en la elaboración, diagramación y corrección del texto.

**Elizabeth Barthelmess Saco**

Gerente General  
PromPerú

Lima, julio del 2006

## Conclusiones

- Las razones por las que este mercado potencial no viaja, van más allá de la falta de tiempo o dinero (como normalmente manifiestan). No obstante, valoran los viajes porque permiten conocer nuevas costumbres y nuevos lugares, así como relajarse y descansar.
- Entre los no viajeros de las ciudades evaluadas (Arequipa, Trujillo, Huancayo e Iquitos) se identificaron tres segmentos psicográficos, en los cuales influyen una serie de factores externos (medioambientales), factores internos (estructura personal) y factores culturales (idiosincrasia local):
  - El **no viajero circunstancial**; conforma el grupo más propenso a realizar viajes por vacaciones, recreación u ocio, ya que su principal preocupación es la falta de tiempo. Dicho segmento puede ser prioritario al momento de desarrollar una estrategia de mercado. Habría que ofrecerle destinos cercanos a su lugar de residencia, porque sus múltiples obligaciones le impiden tomarse muchos días. La comunicación debe apelar a la importancia de disfrutar el presente y no postergarlo para mañana. Este segmento es muy significativo en la ciudad de Trujillo (66%).
  - El **no viajero social / rígido**; quien piensa que viajar no es interesante porque percibe que es escasa la posibilidad de encontrar diversión en otras ciudades del país. Además, considera que viajar es complicado e inseguro (estafas, robos, accidentes). La propuesta de comunicación debe estar orientada a brindarle seguridad durante todo el viaje, desde su planeación hasta su término. Asimismo, para los más jóvenes, proponer una oferta de diversión por las noches. La presencia del segmento en la ciudad de Iquitos es mayor que en otras ciudades (26%).
  - El **no viajero tímido / regionalista**; el cual muestra un sentimiento muy arraigado sobre su región. Tiende a divertirse en su localidad, porque es allí donde se siente más seguro y libre de actuar. Es quizás el segmento no muy recomendable para esperar resultados a corto o mediano plazo. No obstante, se puede iniciar una labor de comunicación para visitar lugares o destinos en donde pueda disfrutar de fiestas patronales. Este segmento tiene una presencia muy importante en Arequipa, Huancayo e Iquitos.
- La ciudad de Lima como destino turístico tiene una imagen negativa para los no viajeros de provincias. Esto se debe a la percepción de inseguridad debido a la delincuencia.
- Asimismo, el transporte terrestre no es de total confianza, principalmente cuando se piensa en viajes al centro del país (percepción de carreteras y vehículos en mal estado).
- Los no viajeros de Iquitos, sienten una fuerte barrera en lo referente al transporte. Es por vía aérea y demasiado caro. En ese caso, se deben tomar las medidas respectivas para economizar el transporte o difundir un sistema de facilidades de crédito para viajar.

## Resumen ejecutivo

El presente estudio tuvo como finalidad investigar a la población "no viajera" residente en Arequipa, Trujillo, Huancayo e Iquitos a fin de conocer su perfil psicográfico y sociodemográfico, las razones por las que no viajan y los factores que los motivarían a viajar.

Dicha información fue recabada sobre la base de 16 focus group y 1,600 encuestas personales realizadas en dichas ciudades a personas que no realizaron viajes por vacaciones, recreación u ocio en los últimos doce meses por el interior del país.

A continuación se presenta un resumen de los principales resultados obtenidos a través de la presente investigación:

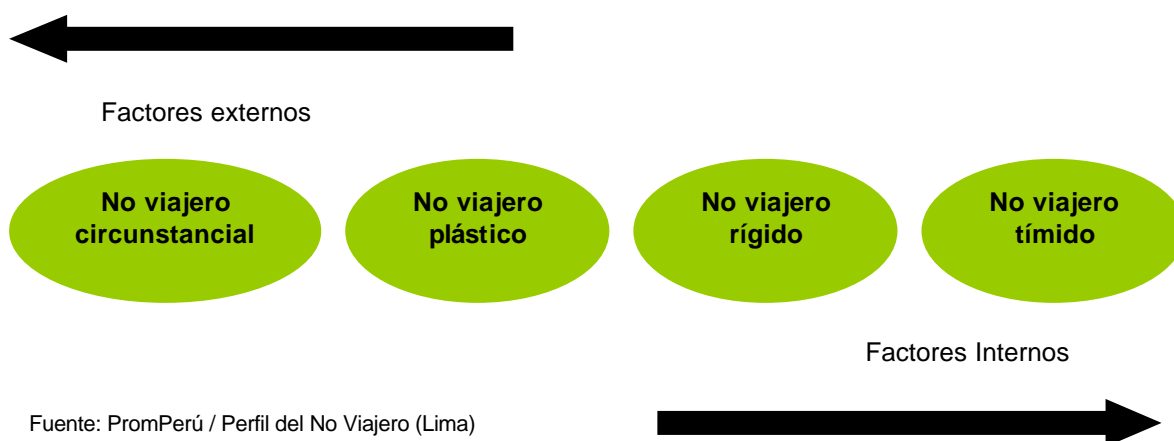
### Población No Viajera

Se estima que existe un mercado potencial de aproximadamente seiscientos mil residentes "No Viajeros" entre las cuatro ciudades estudiadas: Arequipa, Trujillo, Huancayo e Iquitos, cuya población está comprendida entre los 18 y 64 años de edad y que pertenecen a los niveles socioeconómicos A, B y C.

Ciudades	Población No Viajera
Arequipa	233 925
Trujillo	185 065
Huancayo	110 602
Iquitos	76 069
<b>Total</b>	<b>605 691</b>

Al igual que en el estudio Perfil del No Viajero realizado en el año 2004 (limeños no viajeros), se buscó segmentar la población de no viajeros de provincias en segmentos psicográficos, en base a las actitudes y a los esquemas de la personalidad.

Se recordará, que el estudio realizado en Lima identificó cuatro segmentos que involucraban tanto a factores externos (medio ambientales) como a factores internos (personalidad):

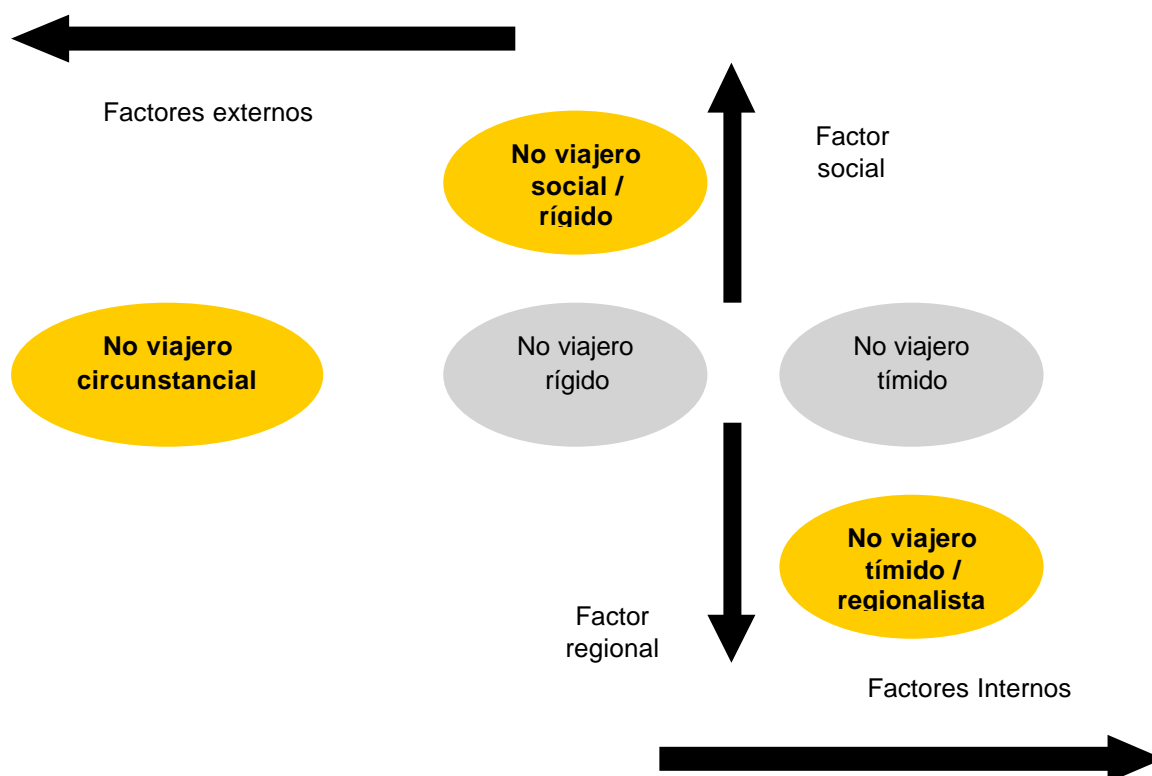


En la presente investigación se detectaron algunos esquemas similares, pero con una fuerte influencia de las costumbres e idiosincrasia cultural de los pobladores de dichas ciudades del interior del país.

### Segmentación de los No Viajeros de Provincias

Este análisis nos ha llevado a identificar tres segmentos psicográficos dentro de esta población, que si bien tienen muchas características en común, también suelen contar con ciertas diferencias entre las ciudades (lo cual se verá más adelante). Estos segmentos han sido denominados y definidos como siguen:

- No viajero circunstancial
- No viajero social / rígido
- No viajero tímido / regionalista



#### No viajero circunstancial:

- Es aquella persona con cierta experiencia en los viajes, ya que en años anteriores los ha llegado a realizar. Es por ello, que manifiesta que los viajes permiten conocer las costumbres y culturas del país.
- No obstante, se debe tomar en cuenta que no es muy afín a la diversión (juerga) si es que piensa en viajar. En ese sentido, más le interesa conocer y disfrutar de los atractivos y lugares visitados.

- Para él, las obligaciones laborales y familiares son los principales elementos restrictivos para realizar un viaje. Además, considera que no tiene el tiempo suficiente para viajar. Sin embargo, no pierde la expectativa de que lo vuelva a hacer en un futuro inmediato.
- En lo que respecta a sus gastos, es una persona previsora en el uso del dinero, es decir, planifica y prefiere cumplir sus metas poco a poco.

#### No viajero social rígido

- Este tipo de no viajero, considera que viajar se vuelve aburrido si es que no encuentra diversión o "juerga" en el lugar visitado, por lo cual prefiere quedarse en su ciudad en donde concurre a fiestas y a lugares de diversión nocturna.
- No obstante, valora los viajes porque piensa que es una manera de conocer otras costumbres y las culturas de los pueblos.
- También manifiesta desconfianza e inseguridad con el hecho de viajar, porque percibe que algo puede salir mal o que quizás lo puedan estafar. Estas ideas hacen que el "no viajero social rígido" vea a los viajes como una actividad complicada e incómoda.
- Su grupo social es de características similares, por lo que decide no viajar si ellos tampoco lo hacen.

#### No viajero tímido regionalista

- Es aquel que prefiere disfrutar de los atractivos que le ofrece su ciudad y de las fiestas patronales que se realizan en su lugar de residencia. Por lo tanto, no muestra mucho interés en viajar y conocer otros lugares fuera de su región.
- Prefiere la diversión dentro de su localidad, en donde se siente valorado y reconocido por los demás. Razones que lo motivan a realizar sus gastos en este tipo de diversiones con la finalidad de darse un gusto.
- El factor tiempo no es una restricción para viajar, ya que sus momentos de ocio los dedica a la diversión en su lugar de residencia.

## **NO VIAJERO DE AREQUIPA**

### **Perfil sociocultural**

Los arequipeños no viajeros, por lo general se consideran:

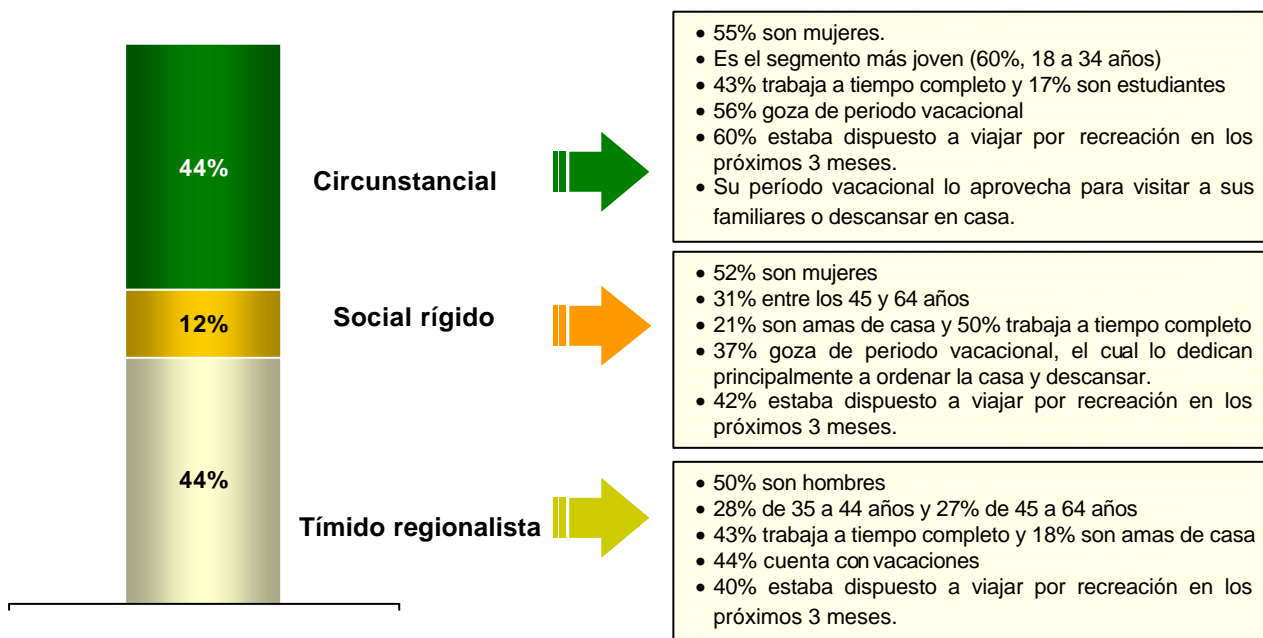
- Tradicionales, porque mantienen los conceptos de la unión familiar y la jerarquía generacional (respeto a la autoridad paterna). Parte de sus costumbres es reunirse en familia (tanto cercana como lejana).
- Se consideran orgullosos y regionalistas, en vista de ello valoran sus atractivos locales, la limpieza de su ciudad y la buena comida de su región. Esta manera de ser los lleva a ser exigentes con los atractivos y servicios de otro lugar.
- Son programados y previsores, porque valoran el ahorro y el progreso estableciéndose metas. Suelen priorizar en sus gastos.
- Si bien perciben a su ciudad como moderna, ordenada, limpia y con cultura cívica, también reconocen que existen en ella algunos problemas sociales, como la delincuencia.

- Sienten que el quehacer diario los está llevando a vivir el stress de una gran ciudad (horario corrido de trabajo, laborar fines de semana, menos contacto con la familia, etc.).
- Los viajes están relacionados al concepto de distracción, cultura y diversión.

### Razones para no viajar (*no coyunturales*)

- El planeamiento del viaje ya implica un costo. Pero, no dejarían de hacerlo, ya que por lo general son personas previsoras.
- Afinidad con viajes familiares, pero este implica mayor costo.
- Perciben a los destinos cercanos como poco interesantes para viajes de recreación (Tacna, sólo para compras; Moquegua, con pocos atractivos y Juliaca, para los que tienen familiares)
- Para los arequipeños no viajeros, Lima tiene una imagen de inseguridad, además de la delincuencia, el desorden y la suciedad.
- Tienen una percepción negativa del servicio de transporte (inseguridad, incomodidad, accidentes, asaltos en la carretera, unidades deterioradas, mantenimiento deficiente, chóferes imprudentes).
- Los destinos considerados más interesantes requieren muchas horas de viaje (Trujillo, Chiclayo y Cusco).
- Sienten que no cuentan con información turística de destinos fuera de su localidad (manifiestan que en Arequipa sólo se oferta el Cañón del Colca).

### Perfil de los segmentos psicográficos



## NO VIAJERO DE TRUJILLO

### Perfil sociocultural

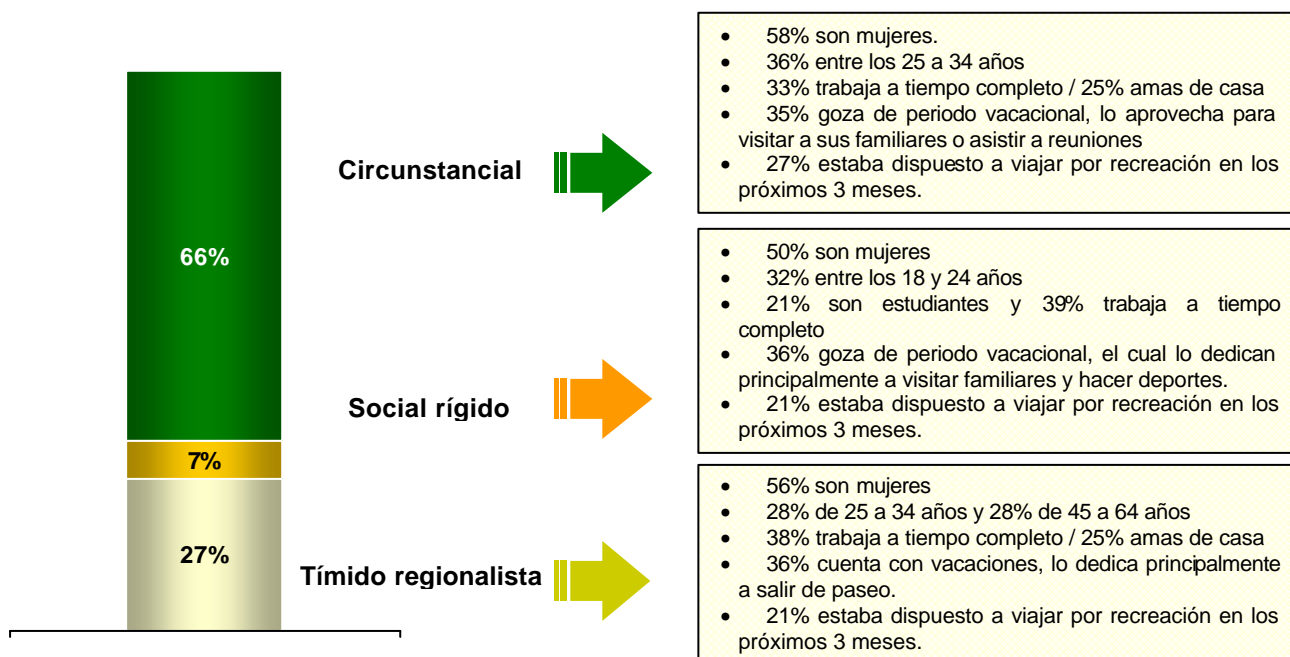
Los trujillanos no viajeros, por lo general se consideran:

- Personas alegres, cálidas, amables, hospitalarias y respetuosas de lo foráneo. Además, gustan de las fiestas y la diversión. Asimismo, son formales, tradicionales y conservadores, por su trato cortés y gentil. Son optimistas y progresistas, porque ven el trabajo y el estudio como fuente de desarrollo y superación. Por lo tanto, se consideran personas cultas, educadas y competitivas.
- Perciben que su ciudad es muy atractiva, por el buen clima y la limpieza del ornato. Valoran su gastronomía y aprecian la belleza de las mujeres trujillanas.
- Suelen pasar los momentos libres tanto con familiares como con amigos, ya sea dentro de la ciudad o en sus alrededores (playas y lugares de campo). El tiempo libre es sinónimo de diversión grupal, descanso y conocer lugares y/o personas.
- Para ellos los viajes significan diversión y conocimiento, previsto de un planeamiento anticipado.

### Razones para no viajar (*no coyunturales*)

- Para los trujillanos no viajeros, Lima era un lugar preferido sobre todo para un viaje de compras y paseos. Pero la imagen de inseguridad la ha desvalorado. Además, por el ingreso de tiendas por departamentos y comercios en Trujillo, ya no es tan necesario viajar a la capital para descubrir novedades.
- Tienen la percepción de que los servicios turísticos son caros, principalmente hacia: Iquitos y Cusco. También manifiestan que existe poca difusión sobre otros destinos (lugares y servicios), lo cual les genera temores y les inhibe la motivación.
- Para ellos, no existe seguridad en los viajes por carretera (asaltos y calidad del transporte: buses camión adaptados). No obstante valoran la calidad de la infraestructura vial de norte a sur, pero no tanto así el estado de las carreteras a las zonas de sierra y selva.

### Perfil de los segmentos psicográficos



## NO VIAJERO DE HUANCAYO

### Perfil sociocultural

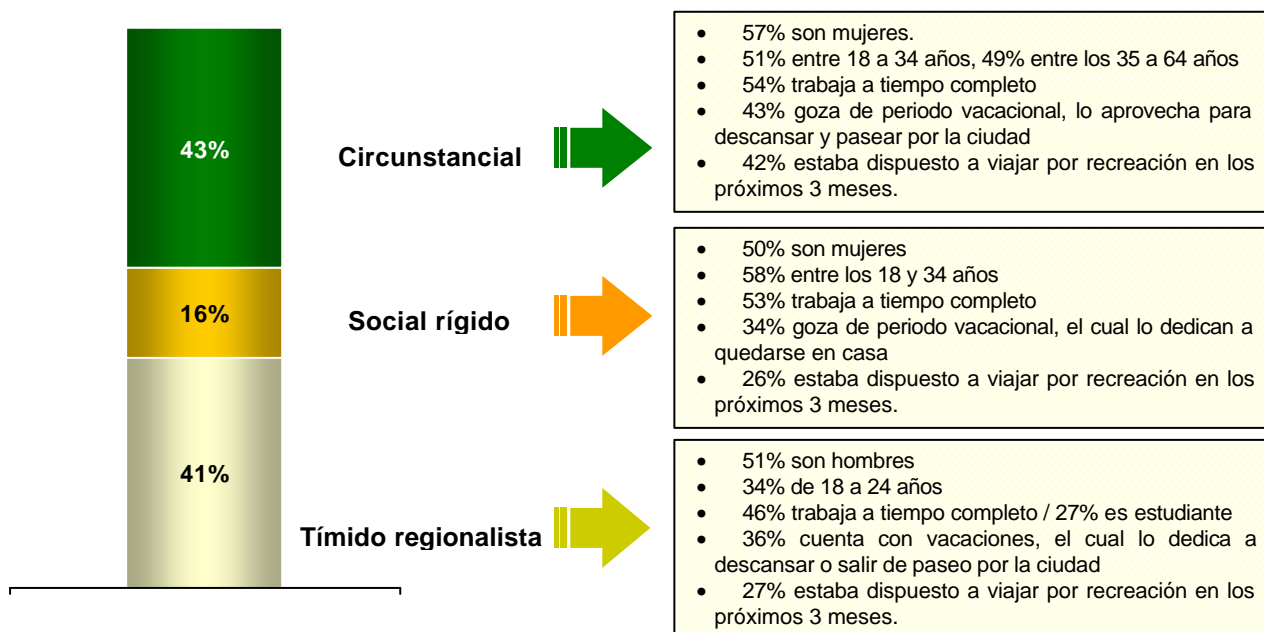
Los no viajeros residentes en Huancayo se autoperciben como:

- Personas muy trabajadoras y emprendedoras, razón por la cual se califican como buenos comerciantes. Perciben que el tiempo no trabajado es pérdida de dinero. Son introvertidos y reservados, principalmente con la gente desconocida. Pero, se sienten seguros dentro de su entorno habitual.
- Tienen alta valoración del dinero y la autosatisfacción inmediata (comida y bebida). Para ellos, el progreso significa crecimiento del negocio y uso del dinero en fiestas patronales (en donde demuestran el poder económico). El tiempo libre está relacionado a diversión / fiestas en donde se mezcla el consumo, la vida social y las creencias religiosas.
- Reconocen que el turismo es una fuente de ingresos para su región y no necesariamente como una forma de esparcimiento para ellos.

### Razones para no viajar (*no coyunturales*)

- Perciben que Huancayo es una ciudad receptora de turistas, por esa razón ven una oportunidad de trabajo en los días feriados. Su estilo de vida está enfocado en el trabajo y el comercio. Son costumbristas orientados hacia las fiestas patronales de la región, en la cual canalizan toda su distracción. Se sienten seguros e importantes dentro de su localidad. Muestran poca motivación por conocer nuevos lugares y costumbres.
- Manifiestan que la capital del país es insegura, por la delincuencia y los precios caros. Sólo es interesante para los negocios y el comercio. Perciben un mal estado en el transporte hacia la selva, así como malas carreteras.
- Sienten que ciertos destinos vistos como atractivos son muy lejanos: Trujillo, Arequipa y Cusco, con la incomodidad de tener que viajar a Lima como escala en muchos casos.

### Perfil de los segmentos psicográficos



## NO VIAJERO DE IQUITOS

### Perfil sociocultural

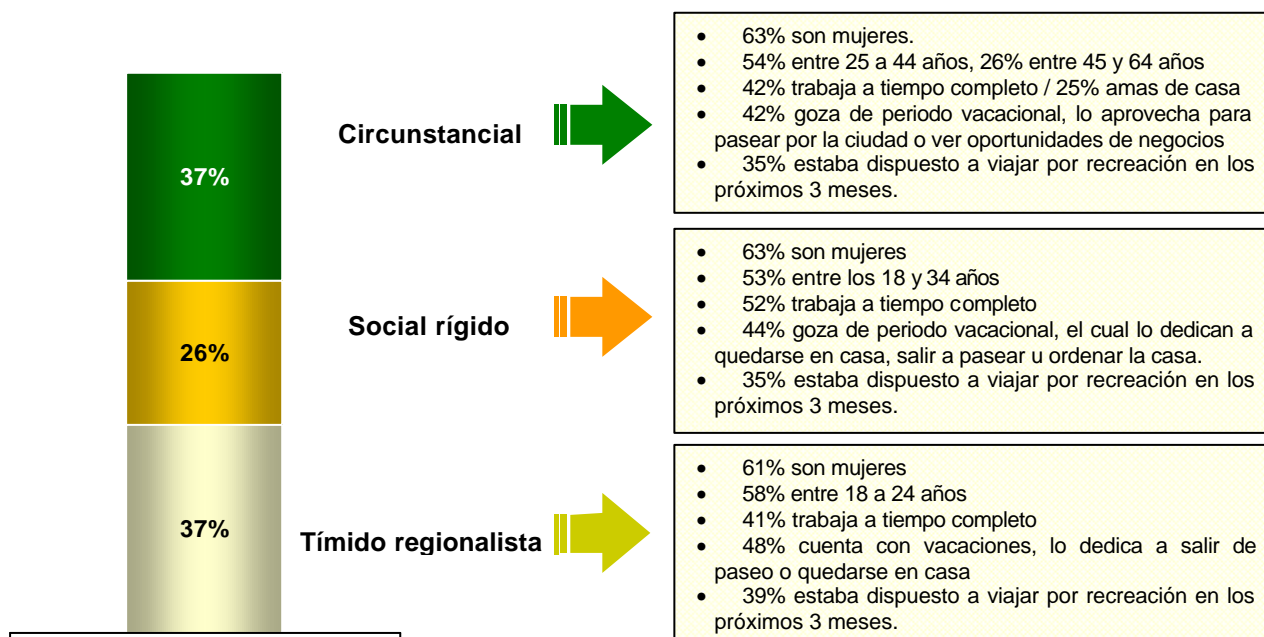
Los no viajeros residentes en Iquitos se autoperciben como:

- Alegres y sociables, porque gustan de la diversión en compañía de familiares y amigos. No viven estresados por el trabajo o los estudios, debido a que cuentan con un tiempo dedicado al descanso (jornadas laborales cortas y horarios de trabajo partidos). Son hospitalarios y confían de la gente.
- No son interesados en la acumulación de la riqueza, por lo que piensan que otros los califican como "conformistas". Además no son ahorradores frecuentes, sólo lo hacen si tienen una meta (comprar un artefacto, arreglar la casa, etc.).
- Valoran su ciudad y sus atractivos por considerarla pródiga en recursos naturales. Además es acogedora y libre de stress, aunque con alto costo similar al de Lima.
- Su tiempo libre está asociado al ocio, descanso y la diversión en grupo de amigos y familiares.

### Razones para no viajar (*no coyunturales*)

- Dificultad con el transporte, porque se presenta como la principal barrera para salir fuera de Iquitos. Tienen que utilizar el transporte aéreo que es demasiado caro para ellos. Otros medios de transporte son muy incómodos.
- Desconocimiento de medios de financiamiento, que pueden ser aprovechados como una modalidad para comprar pasajes aéreos.
- Conocen muy pocas fuentes de información para viajes. Además, lo poco que conocen parece estar orientado al turista extranjero o limeño.
- Lima es percibida como una ciudad insegura y de poca hospitalidad, sin embargo existe la curiosidad por conocerla.

### Perfil de los segmentos psicográficos



## Ficha técnica

El presente estudio fue realizado en dos etapas: una cualitativa y otra cuantitativa

### 1ra. Fase: INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

#### I. OBJETIVOS:

- Conocer la importancia que le asignan a los viajes por recreación u ocio al interior del país.
- Conocer las razones por las que no viajan con mayor frecuencia al interior del país.
- Conocer la valoración que asignan a los viajes al interior vs. el exterior.
- Conocer cómo distribuye su ingreso en gastos no básicos.
- Conocer los factores que motivarían la realización de un viaje al interior del país.

#### II. METODOLOGÍA:

- Tipo de investigación: cualitativo
- Técnica: focus group
- Instrumento: guía de indagación semi-estructurada, compuesta por preguntas abiertas
- Universo: hombres y mujeres de nacionalidad y residencia peruana, de 18 años o más, de los niveles socioeconómicos A, B y C que no hayan viajado por vacaciones / recreación u ocio al interior del país en los últimos dos años.
- Ámbito de aplicación: Principales ciudades de provincias emisoras de turistas (Arequipa, Trujillo, Huancayo e Iquitos).
- Tamaño de la muestra: 16 focus group (4 focus group por ciudad)
- Fecha del trabajo de campo: octubre de 2005

### 2da. Fase: INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

#### I. OBJETIVOS:

- Cuantificar el número de no viajeros.
- Conocer la importancia que le asignan a los viajes por recreación u ocio al interior del país.
- Determinar cuáles serían los factores que motivarían a realizar más viajes al interior del país.
- Conocer sus hábitos en el uso del tiempo libre (fines de semana, feriados largos, vacaciones, etc.), así como las razones de dicho comportamiento
- Determinar los medios más adecuados para realizar una campaña de promoción
- Determinar segmentos psicográficos / beneficios esperados

**II. METODOLOGÍA:**

- Tipo de investigación: Cuantitativo
- Técnica: Encuestas personales en hogares
- Instrumento: cuestionario estructurado y estandarizado con preguntas abiertas y cerradas
- Universo: hombres y mujeres de nacionalidad y residencia peruana, de 18 a 64 años de edad, de los niveles socioeconómicos A/B y C que no han realizado viajes de vacaciones / recreación u ocio al interior del país durante el 2004 y lo que va de 2005.
- Ámbito de aplicación: Principales ciudades emisoras de provincia (Arequipa, Trujillo, Huancayo e Iquitos).
- Tipo de muestro: probabilística
- Técnica de muestreo estratificado desproporcionado
- Tamaño de la muestra: 1,600 (400 encuestas por ciudad).
- Fecha: del trabajo de campo: noviembre de 2005

Empresa contratada: DENE B SRL.

## **I. PERFIL DEL NO VIAJERO RESIDENTE EN AREQUIPA**

## No Viajero de Arequipa

### 1. Proyección de la población

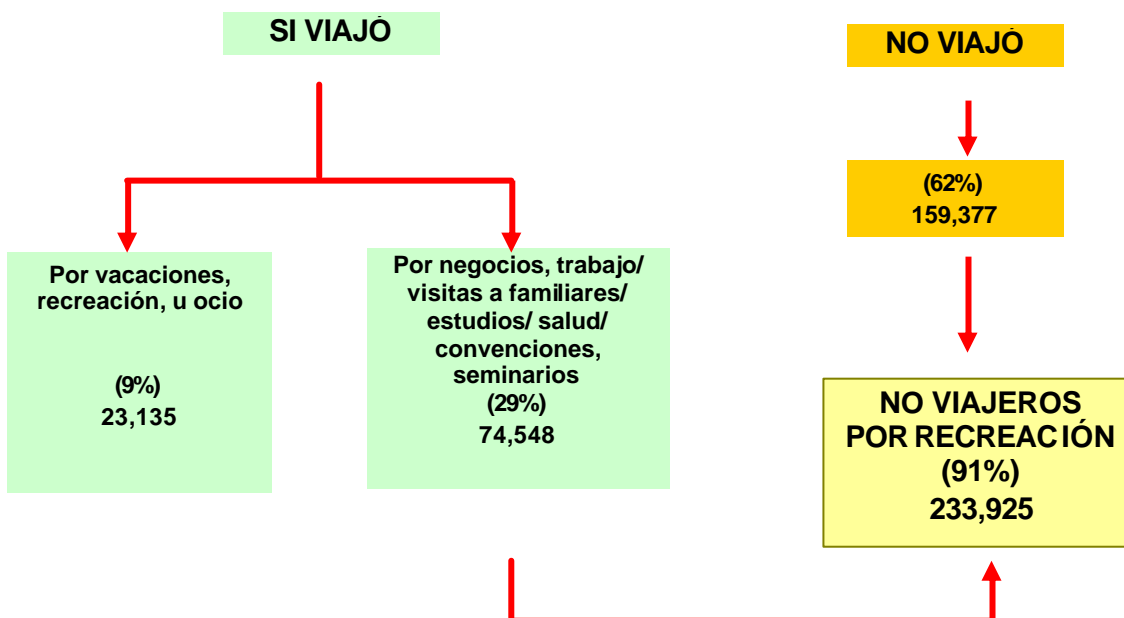
Población estimada de la ciudad de Arequipa:

841,000

Población objetivo del estudio (hombres y mujeres de 18 a 64 años del NSE A, B y C):

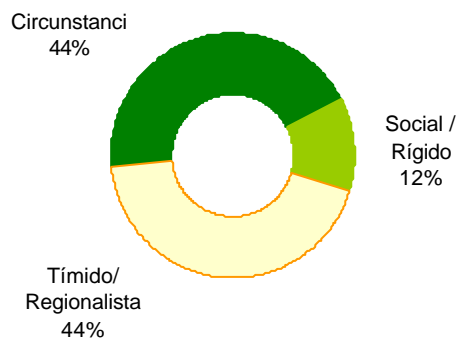
257,060

¿Realizaron por lo menos 1 viaje a otra ciudad del país entre noviembre 2004 y noviembre 2005?



Fuente: PROMPERU / Perfil de No Viajero Provincias  
Apoyo Opinión y Mercado

### 2. Perfil Psicográfico



#### No viajero circunstancial,

- Tiene experiencia de viaje
- No es afín a los viajes de diversión (juerga)
- Las obligaciones laborales y familiares le restringen el viaje
- Planificador y previsor con el uso del dinero

#### No viajero social/ rígido,

- Gustaría de los viajes con diversión y "juerga"
- Prefiere su ciudad porque con seguridad encuentra diversión y fiestas
- Desconfía de los viajes porque lo pueden estafar
- Pero valora los viajes (porque permiten conocer costumbres y culturas)

#### No viajero tímido/ regionalista,

- Prefiere disfrutar lo atractivos de su localidad, sobretodo las fiestas patronales
- No muestra interés por viajar fuera de su región
- Gusta de la diversión dentro de su localidad
- El factor tiempo no es una restricción para viajar

### 3. Perfil Sociodemográfico

Sexo	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Hombre	48	45	48	50
Mujer	52	55	52	50

Total: 100%

Edad	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
18 - 24	24	28	23	21
25 - 34	27	32	25	23
35 - 44	24	19	21	28
45 - 64	25	21	31	27

Total: 100%

Estado Civil	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Soltero / Divorciado / Separado / Viudo	46	48	48	44
Casado / Conviviente	54	52	52	56

Total: 100%

Tenencia de hijos	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Sí	66	64	65	68
No	34	36	35	32

Total: 100%

Grado de Instrucción	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Primaria/ Secund. Incompleta	6	3	12	7
Secundaria	21	19	19	23
Técnica	30	32	25	31
Universitaria	40	42	42	37
Post Grado	3	4	2	2

Total: 100%

Nivel Socioeconómico	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Alto/ Medio	16	17	12	15
Bajo	84	83	88	85

Total: 100%

Tenencia de tarjetas de crédito	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
SI	34	35	33	34
NO	64	65	65	64
No opina	2	-	2	2

Total: 100%

Situación Laboral	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Trabajo a tiempo completo	44	43	50	43
Trabajo a medio tiempo	6	6	6	8
Trabaja eventualmente	8	8	6	8
Desempleado	5	6	9	3
Jubilado o retirado	3	3	2	4
Amas de casa	18	17	21	18
Estudiante	15	17	6	15

Total: 100%

Trabaja los días feriados	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
SI	32	31	30	33
NO	48	50	52	44
A veces	20	19	18	22

Total: 100%

Días laborables	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Lunes a Viernes	35	35	37	33
Lunes a Sábado	38	42	41	34
Lunes a Domingo	25	21	22	30
Sábado y Domingo	1	1	-	1
3 días a la semana	1	1	-	1

Total: 100%

Días laborables	Total	Nivel socioeconómico		Edad				Sexo	
		A/B	C	18-24	25-34	35-44	45-54	Hombre	Mujer
		%	%	%	%	%	%	%	%
Lunes a Viernes	35	61	24	23	39	33	37	33	37
Lunes a Sábado	38	24	34	53	42	34	28	41	34
Lunes a Domingo	25	12	22	17	19	31	33	25	25
Sábado y Domingo	1	3	-	7	-	-	-	1	1
3 días a la semana	1	-	1	-	-	2	2	-	3

Base: Trabajan a tiempo completo o a medio tiempo  
Total: 100%

#### 4. Actitud ante los viajes por vacaciones, recreación u ocio

##### Importancia asignada a los viajes



##### Razones por las que califica Muy importante/ importante

- Para relajarse/ descansar
- Conocer nuevos lugares/ ciudades/ pueblos
- Conocer nuevas costumbres/ culturas
- Conocer el país
- Para divertirme

##### Razones por las que califica Poco importante/ Nada importante

- Hay otras prioridades
- Porque no hay dinero
- No le gusta viajar
- Prefiere quedarse/ descansar en casa

Razones por las que no viajan por vacaciones, recreación u ocio	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circun- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista	Alto/ medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Por falta de tiempo	63	68	60	59	70	62
Por falta de dinero / tengo muchos gastos	62	60	65	65	46	66
Por mis estudios	15	17	12	14	16	15
Tiene que atender a sus hijos, bebe, niños	12	10	19	11	16	11
Por la época escolar	9	10	8	9	8	10
Por salud	8	6	6	10	10	7
No lo considera tan necesario, no le gustan	6	3	4	8	5	6

Total Múltiple

Viajaría en los próximos 3 meses al interior del país	Total	Psicográfico		
		Circun- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
No viajaría	39	28	46	48
Viajaría por vacaciones, recreación u ocio	49	60	42	40
Viajaría para visitar familiares y amigos	10	12	8	10
Viajaría por otros motivos	2	1	4	2

Total 100%

## 5. Uso del tiempo Libre

Actividades que acostumbra realizar en su tiempo libre	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Quedarse en casa viendo TV	85	90	84	85	81	86
Dormir y descansar	68	63	79	69	70	67
Hacer arreglos en la casa	62	62	62	61	54	63
Asistir a reuniones familiares	56	54	62	56	64	55
Comer con la familia en un restaurante de la ciudad	50	49	38	54	57	49
Ir de compras o mirar tiendas o centros comerciales	43	47	38	40	49	42
Salir de paseo dentro de la ciudad	40	39	33	43	40	40
Asistir a reuniones o fiestas en casa de amigos	39	39	46	38	57	36
Salir de paseo al campo o al río	36	36	31	39	33	37
Salir de paseo a la playa	30	27	25	34	38	28
Ir al cine	27	26	29	27	34	25
Ir a discotecas o pubs	22	21	25	23	40	20
Practicar deporte	21	18	17	25	27	20
Asistir a fiestas patronales	21	16	25	28	18	21
Asistir a fiestas sociales, polladas o actividades sociales	18	18	12	19	16	18
Comer con la familia en un restaurante fuera de la ciudad (campestre o playero)	14	16	8	14	14	14
Asistir a shows artísticos, recitales o conciertos	14	19	12	14	22	12
Total Múltiple						

Lugares a los que suele ir de paseo	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Mollendo	37	31	35	43	43	36
Sabandía	34	30	35	37	36	33
Characato	34	36	35	31	36	33
Tingo	29	32	35	26	25	30
Yura	28	28	53	23	25	29
Camaná	27	24	53	24	32	26
Baños de Jesús	13	9	6	17	4	14
Yarabamba	5	4	6	6	4	5
Total Múltiple						

Base: Arequipeños que salen de paseo

Personas con las que acostumbra salir de paseo	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Sólo	1	3	-	-	-	1
Con mi pareja	7	10	-	6	4	8
En grupo familiar directo (padre e hijos)	56	56	41	58	50	57
Con amigos y/o familiares con hijos	28	22	29	33	39	26
Con amigos y/o familiares sin hijos	8	9	29	4	7	8

Total 100%

Base: Arequipeños que salen de paseo

Tiene período vacacional	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Sí	48	56	37	44	55	47
No	52	44	63	56	45	53

Total 100%

Duración de las vacaciones	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
1 semana	21	19	22	22	9	23
15 días	18	16	6	22	14	18
1 mes	44	43	61	40	57	40
2 meses	8	9	6	8	11	8
3 meses	10	12	5	8	9	10

Total 100%

Base: Arequipeños que tienen vacaciones

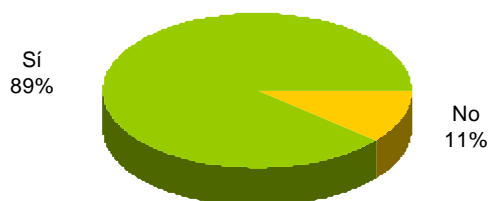
Actividades que realiza en sus vacaciones	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Visitar familiares/ asistir a reuniones	40	38	25	47	8	47
Ordenar la casa	26	26	50	19	33	24
Quedarse en casa	23	32	-	19	50	18
Ir a la playa	18	12	12	25	25	16
Descansar	18	18	25	16	17	18
Pasear dentro de la ciudad	16	21	-	16	8	18
Salir de paseo	15	18	-	16	25	13
Pasear por el campo	11	9	-	16	-	13
Hacer compras	11	15	-	9	8	11
Hacer deporte/ practicar deporte	10	12	12	6	-	11
Ver TV	7	9	12	3	17	5

Total Múltiple

Base: Arequipeños que ya salieron de vacaciones

## 6. Actitudes frente a los medios

¿Ha visto/ escuchado en los medios información sobre lugares o atractivos turísticos nacionales?



Medios en donde ha visto o escuchado información sobre lugares turísticos	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista
		%	%	%
Televisión	90	94	98	94
Radios	50	46	58	52
E-mail, internet	50	55	46	46
Folleto turísticos	34	38	42	28
Artículos en diarios, periódicos	30	31	33	29
Volantes, afiches	24	26	30	21
Revistas distritales	16	16	21	16
Encartes en diarios, periódicos	15	14	21	14
Catálogos en autoservicios	8	10	9	5

Total Múltiple

Base: Arequipeños que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos

Medios en los que le gustaría recibir información sobre lugares turísticos	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista
		%	%	%
Televisión	72	72	73	72
Radios	34	35	25	29
E-mail, internet	31	37	31	33
Folleto turísticos	26	26	29	27
Artículos en diarios, periódicos	21	22	23	20
Volantes, afiches	16	20	15	12
Revistas distritales	13	13	15	13
Catálogos en autoservicios	10	12	15	7
Encartes en diarios, periódicos	10	11	8	10

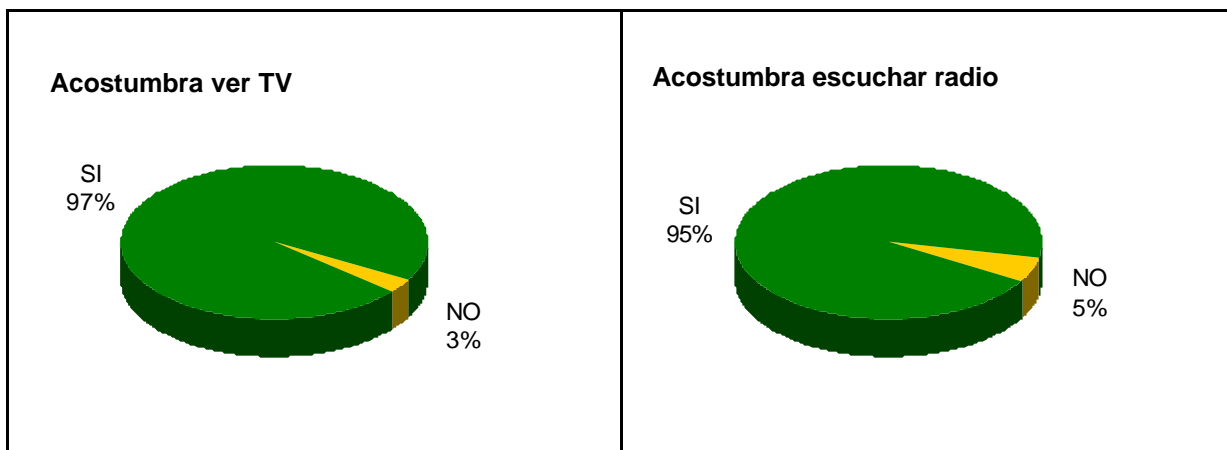
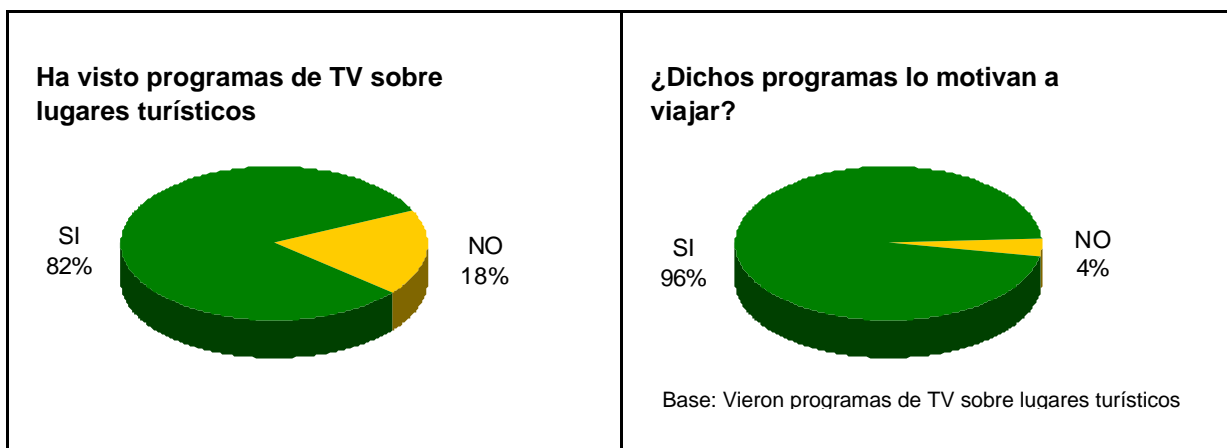
Total Múltiple

Base: Arequipeños que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos

Tipo de información turística requerida	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista
		%	%	%
Lugares y atractivos turísticos	59	62	62	56
Costo de servicios	55	54	54	56
Costo de alojamiento y sus características	39	38	44	38
Transporte	35	32	35	38
Costo de paquetes turísticos y sus servicios	28	27	31	27
Paquetes turísticos	25	26	29	23
Distancia y rutas de acceso	18	19	15	18
Fiestas locales, patronales	15	15	6	16
Restaurantes donde acudir	15	14	17	16
Mapas (carreteras, vías de acceso)	12	12	6	12

Total Múltiple

Base: Arequipeños que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos



Programa televisivos que acostumbra ver	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Noticiero/ informativo	71	68	76	74
Películas	52	54	56	47
Culturales	48	48	50	48
Novelas	36	34	35	37
Deportivos	28	31	22	25
Humorísticos	24	28	11	24
Musicales	24	31	24	17

Total Múltiple  
Base: Arequipeños que acostumbran ver TV.

Programa televisivos que acostumbra ver	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
		%	%	%	%
Noticiero/ informativo	71	57	72	79	78
Películas	52	52	59	51	43
Culturales	48	44	42	53	54
Novelas	36	32	45	27	37
Deportivos	28	37	26	27	20
Humorísticos	24	30	28	22	16
Musicales	24	36	34	14	11

Total Múltiple  
Base: Arequipeños que acostumbran ver TV

Programas radiales que acostumbra escuchar	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Musicales	91	92	91	90
Noticiero/ informativo	52	53	46	52
Políticos	16	16	13	15
Deportivos	14	17	9	12
Culturales	13	15	17	10

Total 100%.  
Base: Arequipeños que acostumbran escuchar radio

Programas radiales que acostumbra escuchar	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
		%	%	%	%
Musicales	91	98	92	89	86
Noticiero/ informativo	52	24	52	57	74
Políticos	16	15	15	17	15
Deportivos	14	14	18	9	12
Culturales	13	8	16	15	15

Total Múltiple  
Base: Arequipeños que acostumbran escuchar radio

Tipo de música que acostumbra escuchar por la radio	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Salsa	52	53	43	52
Rock	31	37	21	28
Pop	29	32	19	28
Boleros	25	20	26	29
Romántica/ baladas	22	23	29	18
Clásica	19	26	9	16
Andina	16	13	12	20

Total Múltiple  
Base: Arequipeños que escuchan programas musicales en la radio

Tipo de música que acostumbra escuchar por la radio	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
	%	%	%	%	%
Salsa	52	63	59	50	31
Rock	31	50	45	15	10
Pop	29	48	37	19	7
Boleros	25	14	18	23	46
Romántica/ baladas	22	21	20	30	17
Clásica	19	19	21	19	18
Andina	16	9	10	21	24

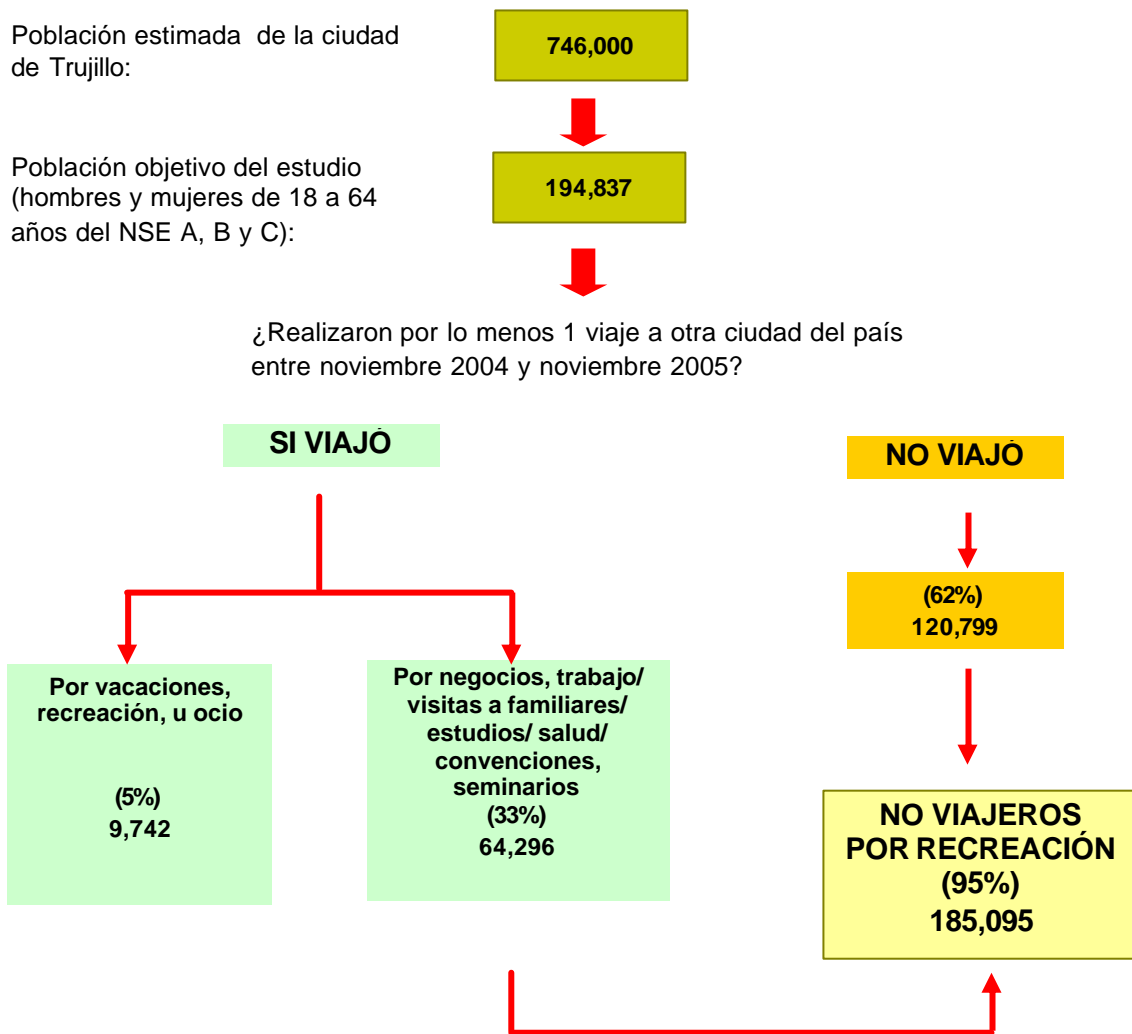
Total Múltiple

Base: Arequipeños que escuchan programas musicales en la radio

## **II. PERFIL DEL NO VIAJERO RESIDENTE EN TRUJILLO**

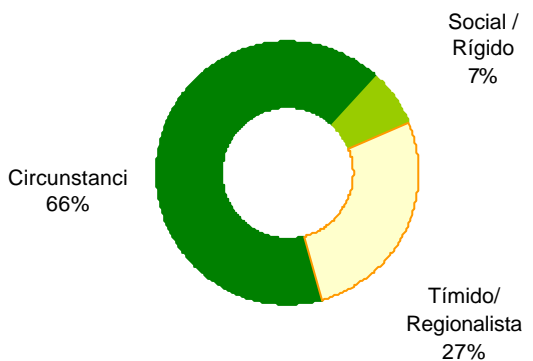
## No Viajero de Trujillo

### 1. Proyección a la población



Fuente: PROMPERU / Perfil de No Viajero Provincias  
Apoyo Opinión y Mercado

### 2. Perfil Psicológico



- No viajero circunstancial,**

  - Tiene experiencia de viaje
  - No es afín a los viajes de diversión (juerga)
  - Las obligaciones laborales y familiares le restringen el viaje
  - Planificador y previsor con el uso del dinero
- No viajero social/ rígido,**

  - Gustaría de los viajes con diversión y "juerga"
  - Prefiere su ciudad porque con seguridad encuentra diversión y fiestas
  - Desconfía de los viajes porque lo pueden estafar
  - Pero valora los viajes (porque permiten conocer costumbres y culturas)
- No viajero tímido/ regionalista,**

  - Prefiere disfrutar lo atractivos de su localidad, sobretudo las fiestas patronales
  - No muestra interés por viajar fuera de su región
  - Gusta de la diversión dentro de su localidad
  - El factor tiempo no es una restricción para viajar

### 3. Perfiles Socio/ Demográfico

Sexo	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Hombre	43	42	50	44
Mujer	57	58	50	56

Total: 100%

Edad	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
18 - 24	23	22	32	25
25 - 34	33	36	21	28
35 - 44	24	26	25	19
45 - 64	20	17	21	28

Total: 100%

Estado Civil	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Soltero / Divorciado / Separado / Viudo	49	49	46	50
Casado / Conviviente	51	51	54	50

Total: 100%

Tenencia de hijos	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Sí	60	61	61	59
No	40	32	32	41

Total: 100%

Grado de Instrucción	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Primaria/ Secund. Incompleta	6	6	14	5
Secundaria	27	24	32	32
Técnica	32	32	29	31
Universitaria	33	36	25	29
Post Grado	2	2	-	4

Total: 100%

Nivel Socioeconómico	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Alto/ Medio	36	37	21	35
Bajo	64	63	79	65

Total: 100%

Tenencia de tarjetas de crédito	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
SI	40	38	25	48
NO	57	58	75	49
No opina	3	4	-	3

Total: 100%

Situación Laboral	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Trabajo a tiempo completo	35	33	39	38
Trabajo a medio tiempo	10	12	7	5
Trabaja eventualmente	5	6	4	4
Desempleado	5	4	7	5
Jubilado o retirado	2	2	7	4
Amas de casa	24	25	15	25
Estudiante	18	17	21	19
Otros	1	1	-	-

Total: 100%

Trabaja los días feriados	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
SI	35	31	46	41
NO	35	36	31	33
A veces	30	33	23	26

Total: 100%

Días laborables	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Lunes a Viernes	25	26	-	30
Lunes a Sábado	37	39	54	28
Lunes a Domingo	34	30	46	39
Sábado y Domingo	1	1	-	-
3 días a la semana	2	2	-	-
4 días a la semana	2	1	-	2

Total: 100%

Días laborables	Total	Nivel socioeconómico		Edad				Sexo	
		A/B	C	18-24	25-34	35-44	45-54	Hombre	Mujer
		%	%	%	%	%	%	%	%
Lunes a Viernes	25	25	26	19	25	27	26	26	25
Lunes a Sábado	37	33	40	52	33	33	35	37	38
Lunes a Domingo	34	37	32	29	34	34	35	35	32
Sábado y Domingo	1	-	2	-	2	-	-	1	-
3 días a la semana	2	2	2	-	-	4	3	1	3
4 días a la semana	2	3	-	-	2	2	-	1	1

Base: Trabajan a tiempo completo o a medio tiempo  
Total: 100%

#### 4. Actitud ante los viajes por vacaciones, recreación u ocio

##### Importancia asignada a los viajes



##### Razones por las que califica Muy importante/ importante

- Conocer nuevos lugares/ ciudades/ pueblos
- Para relajarse/ descansar
- Conocer el país
- Conocer nuevas costumbres/ culturas
- Conocer lo nuestro
- Para divertirme

##### Razones por las que califica Poco importante/ Nada importante

- No le gusta viajar
- Porque no hay dinero
- Hay prioridades más importantes
- Falta de tiempo
- Lo más importantes es el trabajo
- Por los estudios
- Lo toma como una opción más

Razones por las que no viajan por vacaciones recreación u ocio	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista	Alto/ medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Por falta de dinero/ tengo muchos gastos	66	62	79	70	55	71
Por falta de tiempo	57	60	50	49	61	55
Tengo que atender a mis hijos, bebe, niños	16	20	14	6	13	18
Por mis estudios	16	16	18	16	22	13
Por salud	5	4	4	8	7	4
Por seguridad de su casa	4	4	11	4	4	5
No lo considera tan necesario, no le gustan	4	2	4	6	1	5
Nunca planifica viajar	3	3	-	5	6	2

Total Múltiple

Viajaría en los próximos 3 meses al interior del país	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
No viajaría	58	54	61	70
Viajaría por vacaciones, recreación u ocio	25	27	21	21
Viajaría para visitar familiares y amigos	14	16	18	8
Viajaría por otros motivos	2	3	-	2

Total 100%

## 5. Uso del tiempo Libre

Actividades que acostumbra realizar en su tiempo libre	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Quedarse en casa viendo TV	77	78	79	74	77	76
Hacer arreglos en la casa	60	62	57	56	58	60
Dormir y descansar	49	46	46	56	49	49
Ir de compras o ver tiendas / centros comerciales	44	46	54	38	54	39
Asistir a reuniones familiares	46	48	61	39	45	47
Salir de paseo dentro de la ciudad	37	38	36	36	41	35
Salir de paseo a la playa	37	37	25	41	45	33
Comer con la familia en un restaurante de la ciudad	29	29	32	28	38	24
Asistir a reuniones o fiestas en casa de amigos	28	28	39	27	30	28
Salir de paseo al campo o al río	25	25	25	24	30	22
Practicar deporte	16	16	29	14	13	18
Asistir a fiestas patronales	14	16	7	9	16	13
Ir al cine	12	12	14	8	17	8
Comer con la familia en un restaurante fuera de la ciudad (campestre o playero)	12	11	11	13	18	8
Asistir a shows artísticos, recitales o conciertos	11	10	11	11	13	9
Ir a discotecas o pubs	9	8	4	11	12	7
Asistir a fiestas sociales, polladas o actividades sociales	8	8	11	6	8	7

Total Múltiple

Lugares a los que suele ir de paseo	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Huanchaco	62	61	36	71	57	66
Simbal	30	33	46	18	26	33
Las Delicias	18	17	9	24	18	19
Moche	11	12	9	8	13	9
Puerto Mori	5	4	9	6	5	5
Sausal	5	5	9	2	7	3
Mirador	5	5	-	4	7	3
Playa Buenos Aires	4	5	-	2	4	4
Virú	3	2	-	6	4	3
Puerto Salaverry	3	2	9	2	4	2

Total Múltiple

Base: Trujillanos que salen de paseo

Personas con las que acostumbra salir de paseo	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Sólo	1	2	-	-	-	3
Con mi pareja	8	7	9	12	8	8
En grupo familiar directo (padre e hijos)	51	53	46	47	52	50
Con amigos y/o familiares con hijos	18	14	27	26	17	19
Con amigos y/o familiares sin hijos	22	24	18	16	23	21

Total 100%

Base: Trujillanos que salen de paseo

Tiene período vacacional	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
SI	36	35	36	36	40	33
NO	64	65	64	64	60	67

Total 100%

Duración de las vacaciones	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
1 semana	11	12	10	8	12	9
15 días	13	16	10	8	10	15
1 mes	37	38	30	38	33	40
2 meses	18	14	10	31	16	20
3 meses	20	20	40	15	28	15

Total 100%  
Base: Trujillanos que tienen vacaciones

Actividades que realiza en sus vacaciones	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Visitar familiares/ asistir a reuniones	28	27	50	23	30	27
Salir de paseo	26	24	25	31	35	20
Estar/ quedarse en casa	20	21	25	15	15	23
Pasear dentro de la ciudad	18	24	25	-	20	17
Ir a la playa	14	9	25	23	25	7
Hacer deporte	12	9	50	8	10	13
Pasear con los amigos	10	6	-	23	10	10
Estudiar/ capacitarse	10	12	-	8	5	13
Ver oportunidades de negocio	8	6	-	15	10	7
Pasear por el campo	6	6	25	-	5	7
Descansar	6	3	-	15	15	-

Total Múltiple  
Base: Trujillanos que ya salieron de vacaciones

## 6. Actitudes frente a los medios

¿Ha visto/ escuchado en los medios información sobre lugares o atractivos turísticos nacionales?



Medios en donde ha visto/ escuchado información sobre lugares turísticos	Total	Psicográfico		
		Circun-	Social/	Tímido/
		tancial	Rígido	Regionalista
	%	%	%	%
Televisión	92	95	91	83
Folletos turísticos	44	44	48	42
E-mail, internet	37	36	26	42
Radios	36	37	48	29
Artículos en diarios, periódicos	29	29	22	29
Volante, afiches	19	18	26	18
Revistas distritales	18	18	22	15
Encartes en diarios, periódicos	14	14	18	12
Catálogos en autoservicios	10	10	13	11

Total Múltiple

Base: Trujillanos que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos

Medios en los que le gustaría recibir información sobre lugares turísticos	Total	Psicográfico		
		Circun-	Social/	Tímido/
		tancial	Rígido	Regionalista
	%	%	%	%
Televisión	60	62	61	58
E-mail, internet	40	40	25	43
Folletos turísticos	24	23	25	26
Volantes, afiches	23	25	25	19
Encartes en diarios, periódicos	17	17	14	11
Radios	16	14	21	18
Artículos en diarios, periódicos	15	16	14	11
Catálogos en autoservicios	13	12	14	15
Revistas distritales	12	15	11	5
Catálogos en grifos	4	4	-	6

Total Múltiple

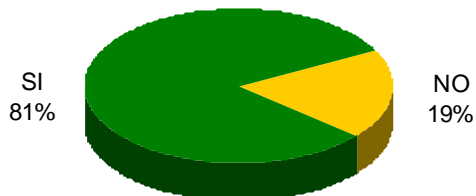
Base: Trujillanos que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos

Tipo de información turística requerida	Total	Psicográfico		
		Circun-	Social/	Tímido/
		tancial	Rígido	Regionalista
	%	%	%	%
Lugares y atractivos turísticos	61	62	57	59
Costo de servicios	53	52	57	54
Costo de alojamiento y sus características	43	43	32	45
Transporte	33	32	54	28
Costo de paquetes turísticos y sus servicios	33	36	25	30
Paquetes turísticos	25	11	14	16
Distancia y rutas de acceso	14	14	7	16
Fiestas locales, patronales	14	11	21	15
Restaurantes donde acudir	13	24	29	24
Mapas (carreteras, vías de acceso)	12	16	4	13

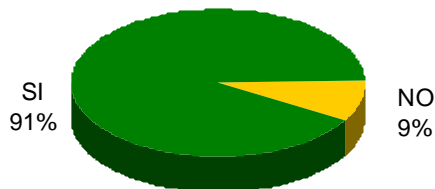
Total Múltiple

Base: Trujillanos que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos

**Ha visto programas de TV sobre lugares turísticos**

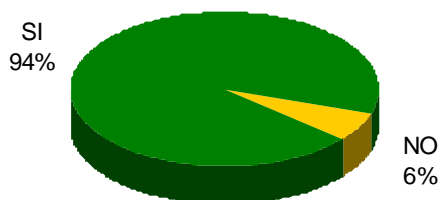


**¿Dichos programas lo motivan a viajar?**

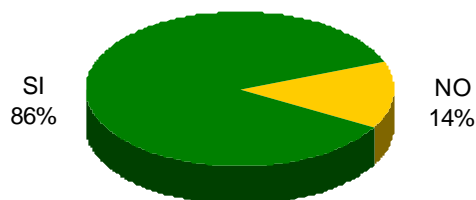


Base: Vieron programas de TV sobre lugares turísticos

**Acostumbra ver TV**



**Acostumbra escuchar radio**



Programa televisivos que acostumbra ver	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Noticiero/ informativo	65	68	63	60
Películas	48	45	48	54
Musicales	29	30	22	29
Novelas	29	30	33	26
Culturales	26	28	22	24
Deportivos	24	24	15	26
Espectáculos	15	17	4	12
Humorísticos	12	14	11	8

Total Múltiple

Base: Trujillanos que acostumbran ver tv.

Programa televisivos que acostumbra ver	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
		%	%	%	%
Noticiero/ informativo	65	43	59	79	83
Películas	48	55	52	36	46
Musicales	29	51	32	18	14
Novelas	29	30	26	28	32
Culturales	26	19	23	34	31
Deportivos	24	27	28	18	19
Espectáculos	15	21	15	16	8
Humorísticos	12	20	14	4	12

Total Múltiple

Base: Trujillanos que acostumbran ver tv.

Programas radiales que acostumbra escuchar	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Musicales	92	92	92	94
Noticiero/ informativo	48	48	56	46
Deportivos	12	10	8	15
Humorísticos	10	11	4	8
Culturales	6	6	16	3

Total 100%.

Base: Trujillanos que escuchan radio

Programas radiales que acostumbra escuchar	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
		%	%	%	%
Musicales	92	99	96	87	84
Noticiero/ informativo	48	20	45	62	76
Deportivos	12	14	16	6	8
Humorísticos	10	17	12	5	-
Culturales	6	5	4	10	5

Total Múltiple

Base: Trujillanos que acostumbran escuchar radio

Tipo de música que acostumbra escuchar por la radio	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Salsa	54	58	35	48
Boleros	30	31	26	30
Rock	23	21	22	27
Romántica/ balada	18	18	13	21
Pop	15	12	17	22
Andina	9	8	13	9

Total Múltiple

Base: Trujillanos que escuchan programas musicales en la radio

Tipo de música que acostumbra escuchar por la radio	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
	%	%	%	%	%
Salsa	54	72	63	41	23
Boleros	30	18	30	40	40
Rock	23	41	27	10	2
Romántica/ balada	18	19	14	29	10
Pop	15	27	19	4	2
Andina	9	2	11	12	10

Total Múltiple

Base: Trujillanos que escuchan programas musicales en la radio

### **III. PERFIL DEL NO VIAJERO RESIDENTE EN HUANCAYO**

## No Viajero de Huancayo

### 1. Proyección a la población

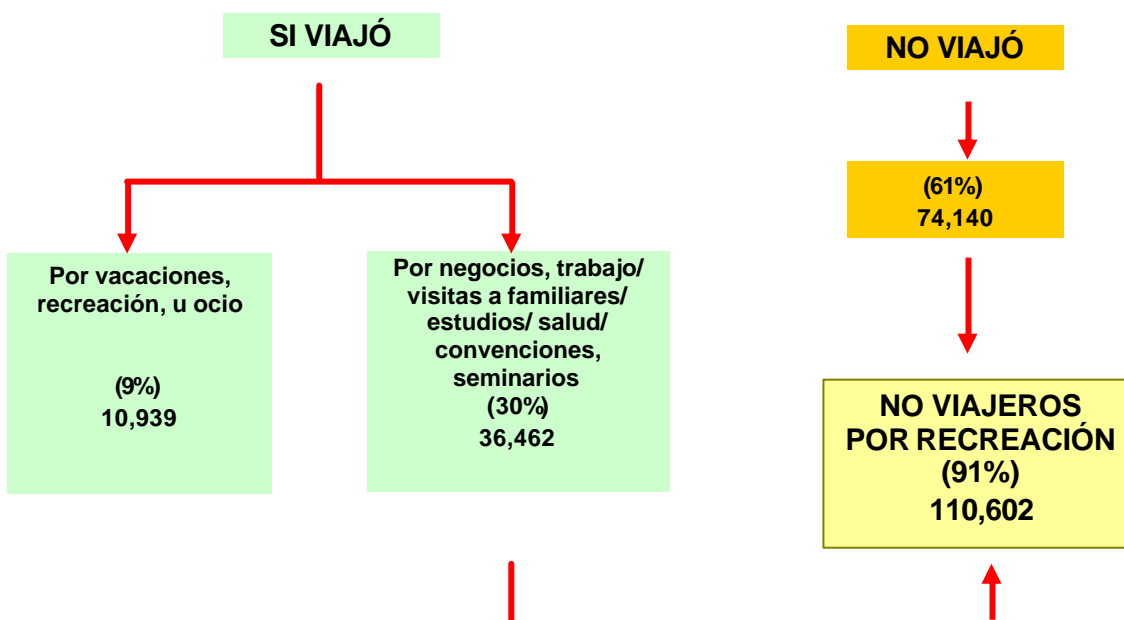
Población estimada de la ciudad de Huancayo:

480,400

Población objetivo del estudio (hombres y mujeres de 18 a 64 años del NSE A, B y C):

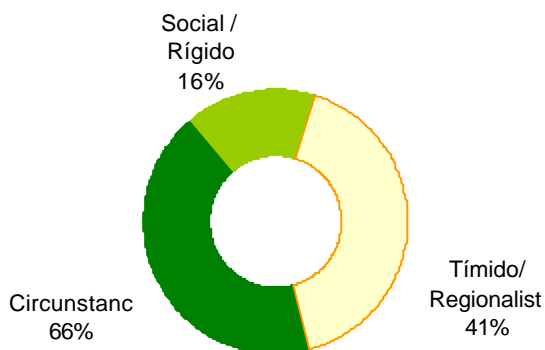
121,541

¿Realizaron por lo menos 1 viaje a otra ciudad del país entre noviembre 2004 y noviembre 2005?



Fuente: PROMPERU / Perfil de No Viajero Provincias  
Apoyo Opinión y Mercado

### 2. Perfil Psicográfico



#### No viajero circunstancial,

- Tiene experiencia de viaje
- No es afín a los viajes de diversión (juerga)
- Las obligaciones laborales y familiares le restringen el viaje
- Planificador y previsor con el uso del dinero

#### No viajero social/ rígido,

- Gustaría de los viajes con diversión y "juerga"
- Prefiere su ciudad porque con seguridad encuentra diversión y fiestas
- Desconfía de los viajes porque lo pueden estafar
- Pero valora los viajes (porque permiten conocer costumbres y culturas)

#### No viajero tímido/ regionalista,

- Prefiere disfrutar lo atractivos de su localidad, sobretudo las fiestas patronales
- No muestra interés por viajar fuera de su región
- Gusta de la diversión dentro de su localidad
- El factor tiempo no es una restricción para viajar

### 3. Perfiles Socio/ Demográfico

Sexo	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Hombre	47	43	50	51
Mujer	53	57	50	49

Total: 100%

Edad	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
18 - 24	28	23	28	34
25 - 34	28	28	30	26
35 - 44	20	24	19	18
45 - 64	24	25	23	22

Total: 100%

Estado Civil	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Soltero/Divorciado/Separado/Viudo	47	43	50	50
Casado/Conviviente	53	57	50	50

Total: 100%

Tenencia de hijos	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Sí	60	66	56	56
No	40	34	44	44

Total: 100%

Grado de Instrucción	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Primaria/ Secund. Incompleta	4	2	2	7
Secundaria	18	18	17	19
Técnica	22	19	22	25
Universitaria	52	56	55	47
Post Grado	4	5	5	3

Total: 100%

Nivel Socioeconómico	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Alto/ Medio	21	28	16	16
Bajo	79	72	84	84

Total: 100%

Tenencia de tarjetas de crédito	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
SI	24	34	22	15
NO	75	66	78	84
No opina	1	-	-	1

Total: 100%

Situación Laboral	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Trabajo a tiempo completo	51	54	53	46
Trabajo a medio tiempo	7	8	14	4
Trabaja eventualmente	6	5	9	6
Desempleado	2	1	-	3
Jubilado o retirado	4	5	2	4
Amas de casa	8	8	3	10
Estudiante	22	18	19	27
Otros	1	1	-	1

Total: 100%

Trabaja los días feriados	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
SI	35	36	30	38
NO	42	41	46	40
A veces	23	23	24	22

Total: 100%

Días laborables	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Lunes a Viernes	31	33	29	30
Lunes a Sábado	38	37	50	33
Lunes a Domingo	28	27	21	35
Sábado y Domingo	1	1	-	-
3 días a la semana	1	1	-	-
4 días a la semana	1	1	-	2

Total: 100%

Días laborables	Total	Nivel socioeconómico		Edad				Sexo	
		A/B	C	18-24	25-34	35-44	45-54	Hombre	Mujer
		%	%	%	%	%	%	%	%
Lunes a Viernes	31	31	32	24	34	30	34	29	34
Lunes a Sábado	38	36	38	44	42	30	39	38	37
Lunes a Domingo	28	31	27	32	22	37	23	32	25
Sábado y Domingo	1	-	1	-	-	-	2	-	1
3 días a la semana	1	-	1	-	-	1	2	-	2
4 días a la semana	1	2	-	-	1	1	-	1	1

Base: Trabajan a tiempo completo o a medio tiempo  
Total: 100%

#### 4. Actitud ante los viajes por vacaciones, recreación u ocio

##### Importancia asignada a los viajes



##### Razones por las que califica Muy importante/ importante

- Conocer nuevas costumbre/ culturas
- Conocer nuevas lugares/ ciudades/ pueblos
- Conocer el país
- Para relajarse / descansar
- Conocer lo nuestro
- Para visitar familiares
- Conocer sitios turísticos

##### Razones por las que califica Poco importante/ Nada importante

- Hay prioridades más importantes
- Porque no hay dinero
- Prefiere quedarse/ descansar en casa
- Falta de tiempo
- Por los estudios
- Lo más importantes es el trabajo

Razones por las que no viajan por vacaciones recreación u ocio	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista	Alto/ medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Por falta de tiempo	70	72	77	65	81	67
Por falta de dinero/ tengo muchos gastos	60	58	61	62	40	66
Por mis estudios	22	18	23	27	33	20
Tengo que atender a mis hijos, bebe, niños	13	10	19	14	11	14
Por la época escolar	8	8	8	7	9	7
Por salud	7	9	3	6	6	7
Por seguridad de su casa	5	9	3	2	4	6
Prefiero pasarlo con mi familia	4	3	6	4	6	4

Total Múltiple

Viajaría en los próximos 3 meses al interior del país	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
No viajaría	50	36	69	58
Viajaría por vacaciones, recreación u ocio	34	42	26	27
Viajaría para visitar familiares y amigos	15	19	5	15
Viajaría por otros motivos	2	3	-	-

Total 100%

## 5. Uso del tiempo Libre

Actividades que realiza en su tiempo libre	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Quedarse en casa viendo TV	81	85	67	82	78	81
Salir de paseo al campo o al río	76	85	73	68	82	75
Asistir a reuniones familiares	63	72	61	54	69	61
Dormir y descansar	60	64	59	57	55	62
Hacer arreglos en la casa	52	59	53	46	52	53
Comer con la familia en un restaurante de la ciudad	50	68	41	35	74	44
Salir de paseo dentro de la ciudad	49	63	36	39	68	44
Asistir a reuniones o fiestas en casa de amigos	39	43	39	35	48	37
Ir de compras o mirar tiendas o centros comerciales	37	53	27	24	53	32
Practicar deporte	35	42	36	28	48	31
Comer con la familia en un restaurante fuera de la ciudad (campestre o playero)	31	44	30	18	54	24
Asistir a shows artísticos, recitales o conciertos	26	36	27	16	36	24
Asistir a fiestas sociales, polladas o actividades sociales	25	31	20	21	28	24
Ir a discotecas o pubs	22	25	14	24	29	21
Asistir a fiestas patronales	22	20	19	26	33	19
Ir al cine	4	5	2	3	5	4

Total Múltiple

Lugares a los que suele ir de paseo	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Ingenio	50	59	51	39	61	47
Pilcomayo	32	32	38	30	31	33
Laguna de Paca	24	26	36	15	30	22
La Huacha	22	23	28	19	19	23
Santa Rosa de Ocopa	17	21	17	12	19	17
Chupaca	14	10	19	17	23	11
Sicaya	9	12	13	4	13	8
Miraflores	7	8	9	6	10	6
Orcotuna	6	8	2	4	7	6

Total Múltiple

Base: Huancaínos que salen de paseo

Personas con las que acostumbra salir de paseo	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Sólo	1	1	-	1	1	1
Con mi pareja	6	3	9	8	9	5
En grupo familiar directo (padre e hijos)	73	82	68	65	76	73
Con amigos y/o familiares con hijos	17	13	19	20	13	18
Con amigos y/o familiares sin hijos	3	1	4	6	1	4

Total 100%

Base: Huancaínos que salen de paseo

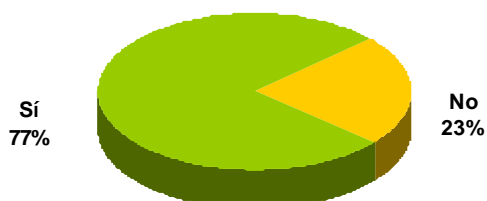
Tiene período vacacional	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
SI	38	43	34	36	46	36
NO	62	57	66	64	54	64
Total 100%						

Duración de las vacaciones	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
1 semana	15	16	-	18	17	14
15 días	12	14	7	9	9	14
1 mes	47	45	73	43	46	47
2 meses	14	12	7	25	11	16
3 meses	11	13	13	4	16	8
Total 100%						
Base: Huancaínos que tienen vacaciones						

Actividades que realiza en sus vacaciones	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Descansar	34	27	-	58	-	44
Pasear dentro de la ciudad	31	33	-	42	29	32
Estar/ quedarse en casa	25	20	60	17	14	28
Visitar familiares/ asistir a reuniones familiares	16	7	20	25	14	16
Dedicar tiempo a sus hijos	12	-	20	25	-	16
Estudiar/ capacitarse	9	20	-	-	29	4
Ordenar la casa	9	7	20	8	-	12
Salir de paseo	9	13	-	8	14	8
Cuidar a un familiar enfermo	6	13	-	-	-	8
Hacer compras	6	7	-	8	29	-
Hacer deporte/ practicar deporte	6	-	-	17	14	4
Total Múltiple						
Base: Huancaínos que ya salieron de vacaciones						

## 6. Actitudes frente a los medios

¿Ha visto/ escuchado en los medios información sobre lugares o atractivos turísticos nacionales?



Medios en donde ha visto/ escuchado información sobre lugares turísticos	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Televisión	93	92	94	93
Folletos turísticos	45	51	42	39
Radios	44	49	33	44
Volante, afiches	35	35	29	37
E-mail, internet	35	36	44	30
Revistas distritales	24	27	19	22
Artículos en diarios, periódicos	22	33	10	14
Encartes en diarios, periódicos	9	12	10	4
Catálogos en autoservicios	7	10	12	2

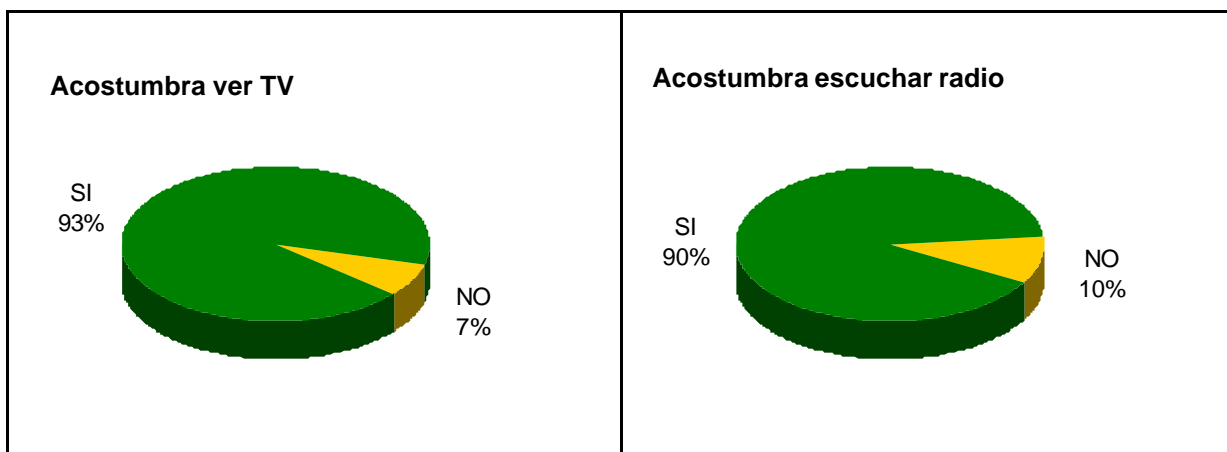
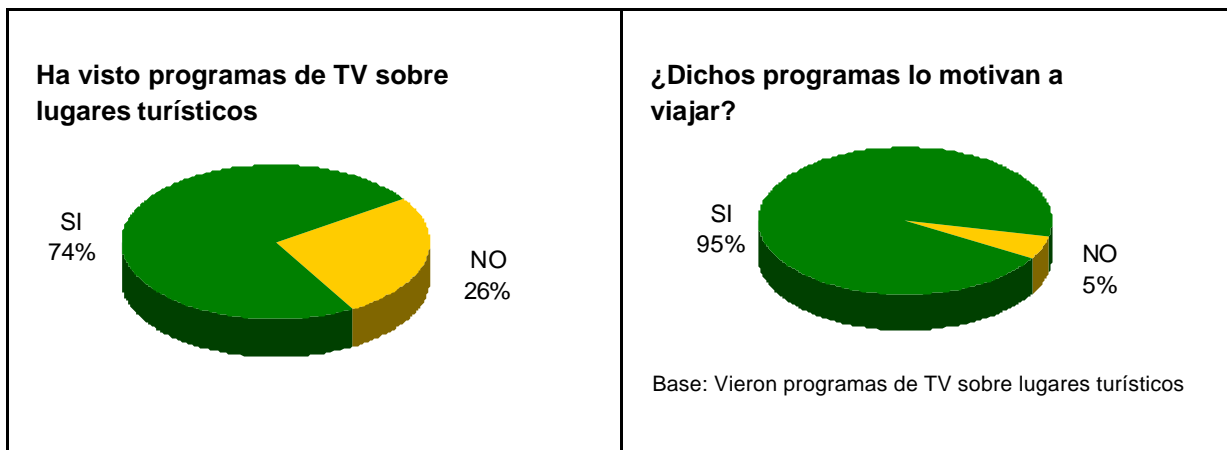
Total Múltiple  
Base: Huancaínos que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos

Medios en los que le gustaría recibir información sobre lugares turísticos	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Televisión	69	67	58	75
E-mail, internet	44	45	61	36
Radios	43	50	42	36
Folletos turísticos	34	40	39	27
Volantes, afiches	32	29	42	30
Revistas distritales	20	31	14	12
Artículos en diarios, periódicos	14	23	9	7
Encartes en diarios, periódicos	11	20	8	4
Catálogos en autoservicios	10	14	9	6

Total Múltiple  
Base: Huancaínos que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos

Tipo de información turística requerida	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Lugares y atractivos turísticos	61	62	50	64
Costo de servicios	58	61	56	54
Costo de alojamiento y sus características	46	51	44	41
Transporte	32	30	28	37
Costo de paquetes turísticos y sus servicios	25	29	28	19
Paquetes turísticos	20	20	16	21
Distancia y rutas de acceso	19	19	11	21
Fiestas locales, patronales	16	6	6	16
Restaurantes donde acudir	13	13	34	13
Mapas (carreteras, vías de acceso)	10	8	27	13

Total Múltiple  
Base: Huancaínos que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos



Programa televisivos que acostumbra ver	Total	Psicográfico		
		Circuns-tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Noticiero/ informativo	76	83	52	77
Culturales	39	50	32	30
Películas	31	40	25	22
Deportivos	29	35	30	23
Novelas	28	30	19	28
Musicales	24	31	17	18
Espectáculos	19	26	14	14
Humorísticos	15	18	10	13

Total Múltiple  
Base: Huancainos que acostumbran ver tv.

Programa televisivos que acostumbra ver	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
		%	%	%	%
Noticiero/ informativo	76	59	76	86	86
Culturales	39	34	40	42	42
Películas	31	38	33	22	27
Deportivos	29	31	27	27	32
Novelas	28	38	27	14	27
Musicales	24	36	20	15	19
Espectáculos	19	22	22	14	18
Humorísticos	15	25	11	6	14

Total Múltiple

Base: Huancaínos que acostumbra ver tv.

Programas radiales que acostumbra escuchar	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Musicales	71	74	62	72
Noticiero/ informativo	62	71	59	52
Culturales	20	28	21	10
Políticos	17	25	10	11
Deportivos	16	21	17	9

Total 100%.

Base: Huancaínos que escuchan radio

Programas radiales que acostumbra escuchar	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
		%	%	%	%
Musicales	71	90	79	54	54
Noticiero/ informativo	62	44	53	79	81
Culturales	20	16	21	18	24
Políticos	17	11	16	20	23
Deportivos	16	16	19	17	11

Total Múltiple

Base: Huancaínos que acostumbra escuchar radio

Tipo de música que acostumbra escuchar por la radio	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Salsa	41	45	42	38
Rock	37	35	42	39
Andina	32	37	36	24
Pop	28	31	31	23
Clásica	26	32	22	22

Total Múltiple

Base: Huancaínos que escuchan programas musicales en la radio

Tipo de música que acostumbra escuchar por la radio	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
	%	%	%	%	%
Salsa	41	40	54	31	31
Rock	37	52	39	18	20
Andina	32	10	39	41	56
Pop	28	33	29	18	22
Clásica	26	20	21	49	31

Total Múltiple

Base: Huancaínos que escuchan programas musicales en la radio

## **IV. PERFIL DEL NO VIAJERO RESIDENTE EN IQUITOS**

## No Viajero de Iquitos

### 1. Proyección a la población

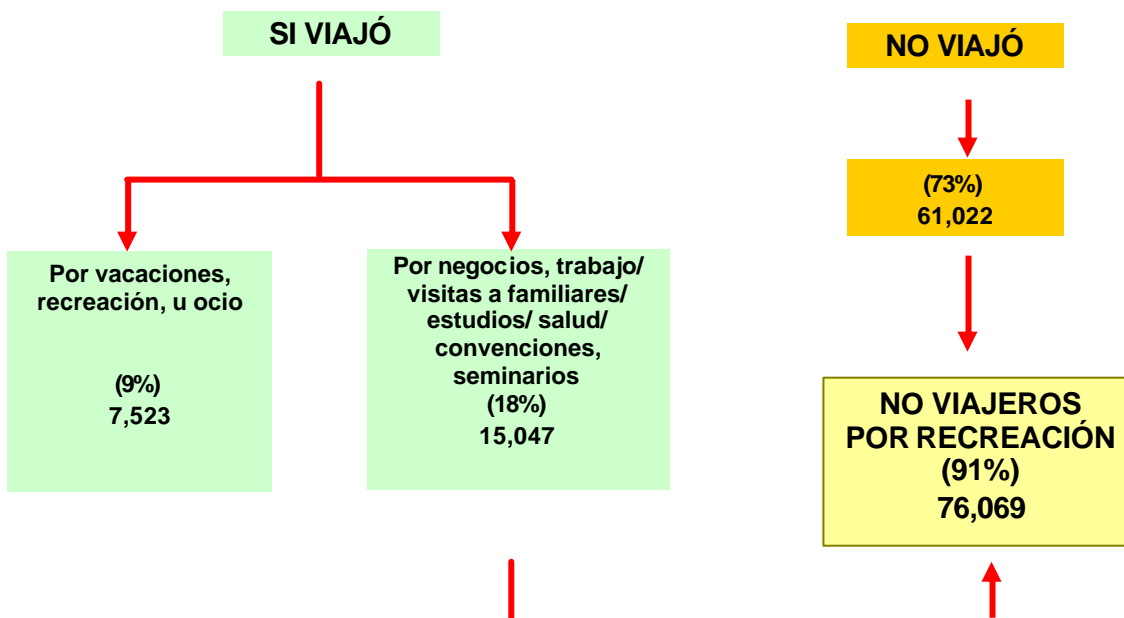
Población estimada de la ciudad de Iquitos:

523,300

Población objetivo del estudio (hombres y mujeres de 18 a 64 años del NSE A, B y C):

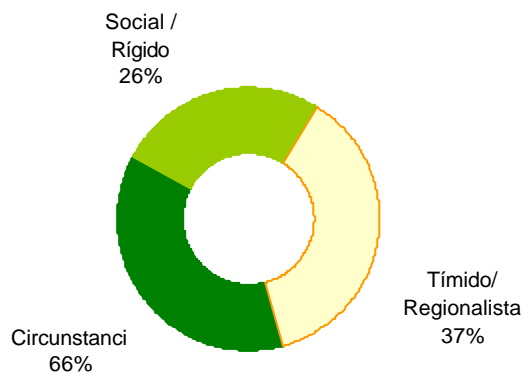
83,592

¿Realizaron por lo menos 1 viaje a otra ciudad del país entre noviembre 2004 y noviembre 2005?



Fuente: PROMPERU / Perfil de No Viajero Provincias  
Apoyo Opinión y Mercado

### 2. Perfil Psicográfico



- No viajero circunstancial,**
- Tiene experiencia de viaje
  - No es afín a los viajes de diversión (juerga)
  - Las obligaciones laborales y familiares le restringen el viaje
  - Planificador y previsor con el uso del dinero

- No viajero social/ rígido,**
- Gustaría de los viajes con diversión y "juerga"
  - Prefiere su ciudad porque con seguridad encuentra diversión y fiestas
  - Desconfía de los viajes porque lo pueden estafar
  - Pero valora los viajes (porque permiten conocer costumbres y culturas)

- No viajero tímido/ regionalista,**
- Prefiere disfrutar lo atractivos de su localidad, sobretodo las fiestas patronales
  - No muestra interés por viajar fuera de su región
  - Gusta de la diversión dentro de su localidad
  - El factor tiempo no es una restricción para viajar

### 3. Perfiles Socio/ Demográfico

Sexo	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Hombre	38	37	37	38
Mujer	62	63	63	61

Total: 100%

Edad	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
18 - 24	26	20	27	30
25 - 34	28	29	26	28
35 - 44	22	25	24	18
45 - 64	25	26	24	24

Total: 100%

Estado Civil	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Soltero/Divorciado/Separado/Viudo	37	41	50	51
Casado/Conviviente	53	59	50	49

Total: 100%

Tenencia de hijos	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
SI	70	74	70	66
NO	30	26	30	34

Total: 100%

Grado de Instrucción	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Primaria/ Secund. Incompleta	12	11	13	12
Secundaria	29	27	31	30
Técnica	20	24	17	17
Universitaria	38	37	37	39
Post Grado	1	1	1	2

Total: 100%

Nivel Socioeconómico	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Alto/ Medio	31	34	24	32
Bajo	69	66	76	68

Total: 100%

Tenencia de tarjeta de crédito	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
SI	26	30	21	25
NO	73	69	77	75
No opina	1	1	2	-

Total: 100%

Situación Laboral	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Trabajo a tiempo completo	44	42	52	41
Trabajo a medio tiempo	6	8	5	5
Trabaja eventualmente	9	8	12	8
Desempleado	4	2	6	5
Jubilado o retirado	4	3	3	4
Amas de casa	18	22	10	19
Estudiante	15	16	11	18

Total: 100%

Trabaja los días feriados	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
SI	34	46	28	28
NO	42	37	47	43
A veces	24	17	25	29

Total: 100%

Días laborables	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Lunes a Viernes	37	33	45	35
Lunes a Sábado	32	33	30	33
Lunes a Domingo	30	33	25	30
Sábado y Domingo	1	-	-	1

Total: 100%

Base: Trabajan a tiempo completo o a medio tiempo

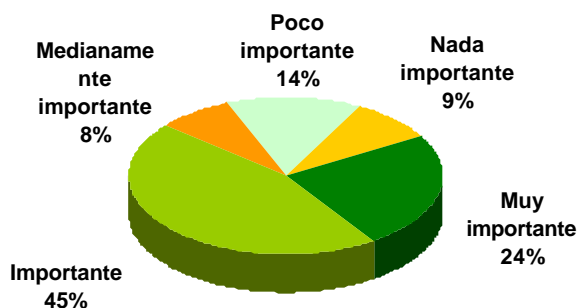
Días laborables	Total	Nivel socioeconómico		Edad				Sexo	
		A/B	C	18-24	25-34	35-44	45-54	Hombre	Mujer
		%	%	%	%	%	%	%	%
Lunes a Viernes	37	42	35	33	38	36	40	31	42
Lunes a Sábado	32	33	32	42	41	27	24	30	34
Lunes a Domingo	30	23	33	25	19	36	36	39	23
Sábado y Domingo	1	2	-	-	2	-	-	1	-

Total: 100%

Base: Trabajan a tiempo completo o a medio tiempo

#### 4. Actitud ante los viajes por vacaciones, recreación u ocio

##### Importancia asignada a los viajes



##### Razones por las que califica Muy importante/ importante

- Conoce nuevas costumbres/ nuevas culturas
- Conocer nuevos lugares/ ciudades/ pueblos
- Para relajarse/ descansar
- Conocer el país
- Para ver oportunidades de trabajo
- Conocer lo nuestro

##### Razones por las que califica Poco importante/ Nada importante

- Porque no hay dinero
- No le gusta viajar
- Hay prioridades más importantes
- Conoce casi todo el Perú
- Falta de tiempo
- Prefiere quedarse/ descansar en casa
- Es una opción más

Razones por las cuales no viajan por vacaciones recreación u ocio	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circun- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista	Alto/ medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Por falta de dinero/ tengo muchos gastos	67	69	66	66	57	71
Por falta de tiempo	64	69	61	60	68	62
Por mis estudios	14	12	13	16	14	14
Por salud	9	9	10	8	13	7
Tengo que atender a mis hijos, bebe, niños	9	10	7	10	9	9
Prefiero pasarlo con mi familia	7	6	4	11	6	8
No es tan necesario/ no le gustan	6	5	6	5	5	6
Por problemas familiares	4	5	2	4	4	4

Total Múltiple

Viajaría en los próximos 3 meses al interior del país	Total	Psicográfico		
		Circun- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
No viajaría	54	52	53	56
Viajaría por vacaciones, recreación u ocio	36	35	35	39
Viajaría para visitar familiares y amigos	8	11	8	4
Viajaría por otros motivos	2	2	4	1

Total 100%

## 5. Uso del tiempo Libre

Actividades que realiza en su tiempo libre	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circun- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista	Alto/ medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Quedarse en casa viendo TV	55	60	57	49	50	57
Dormir y descansar	55	49	59	57	46	59
Asistir a reuniones familiares	51	46	71	41	27	22
Hacer arreglos en la casa	42	46	33	44	42	42
Salir de paseo al campo o río	28	27	31	27	33	26
Asistir a reuniones o fiestas en casa de amigos	24	26	26	20	27	22
Practicar deporte	24	24	26	22	18	26
Comer con la familia en un restaurante de la ciudad	24	24	30	18	27	22
Ir de compras o mirar tiendas o centros comerciales	23	31	18	18	27	21
Ir al cine	18	20	16	18	20	17
Asistir a shows artísticos, recitales o conciertos	16	14	24	14	19	15
Salir de paseo dentro de la ciudad	16	20	15	12	20	14
Comer con la familia en un restaurante fuera de la ciudad	12	12	19	7	15	10
Asistir a fiestas sociales, polladas o actividades sociales	12	14	18	5	11	12
Ir a discotecas o pubs	12	8	15	12	11	12
Asistir a fiestas patronales	12	12	13	10	14	10

Total Múltiple

Lugares a los que suele ir de paseo	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circun- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista	Alto/ medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Quistococha	39	20	69	32	50	33
Bellavista Nanay	23	22	34	15	26	22
Caserío Santo Tomás	13	2	26	12	17	11
Santa Clara	10	8	23	-	10	10
Nauta	7	8	3	10	5	8
El Encanto de Laguna	5	5	9	2	-	8

Total Múltiple  
Base: Iquiteños que salen de paseo

Personas con las que acostumbra salir de paseo	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circun- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista	Alto/ medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Sólo	4	2	3	5	2	4
Con mi pareja	21	28	20	15	29	16
En grupo familiar directo (padre e hijos)	44	45	51	35	43	44
Con amigos y/o familiares con hijos	26	20	23	35	24	27
Con amigos y/o familiares sin hijos	6	5	3	10	2	8

Total 100%  
Base: Iquiteños que salen de paseo

Tiene período vacacional	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Sí	44	42	44	48	50	42
No	56	58	56	52	50	58

Total 100%

Duración de las vacaciones	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
1 semana	10	8	6	13	8	10
15 días	9	8	9	10	10	8
1 mes	50	51	52	48	52	49
2 meses	17	21	13	17	15	19
3 meses	14	12	20	13	15	14

Total 100%

Base: Iquiteños que tienen vacaciones

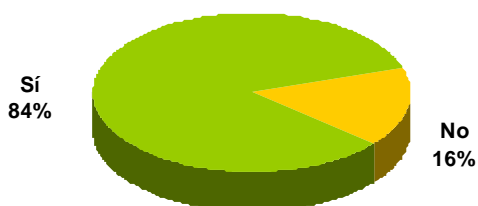
Actividades que realiza en sus vacaciones	Total	Psicográfico			Nivel socioeconómico	
		Circuns-tancial	Social/Rígido	Tímido/Regionalista	Alto/medio	Bajo
		%	%	%	%	%
Pasear dentro de la ciudad	23	21	19	28	25	22
Estar/ quedarse en casa	20	14	29	21	11	26
Ver oportunidades de negocios	15	21	10	14	14	16
Visitar familiares/ asistir a reuniones familiares	14	10	14	17	18	12
Ordenar la casa	13	14	19	7	7	16
Descansar	11	17	5	10	7	14
Salir a pasear	9	14	-	10	18	4
Hacer deporte/ practicar deporte	8	7	14	3	11	6
Estudiar/ capacitarse	6	7	10	3	7	6
Ver TV	6	14	5	-	11	4

Total Múltiple

Base: Iquiteños que ya salieron de vacaciones

## 6. Actitudes frente a los medios

¿Ha visto/ escuchado en los medios información sobre lugares o atractivos turísticos nacionales?



Medios en donde ha visto/ escuchado información sobre lugares turísticos	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Televisión	90	93	90	88
Radios	29	28	37	25
Folletos turísticos	25	23	40	16
E-mail, internet	23	27	28	15
Volante, afiches	20	11	26	23
Revistas distritales	14	9	20	14
Artículos en diarios, periódicos	14	12	22	11
Catálogos en autoservicios	9	2	20	7
Guías	1	1	-	2

Total Múltiple

Base: Iquiteños que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos

Medios en los que le gustaría recibir información sobre lugares turísticos	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Folletos turísticos	30	31	25	33
Volante, afiches	27	24	40	21
Revistas distritales	26	20	37	24
E-mail, Internet	26	20	34	28
Artículos en diarios, periódicos	22	21	26	22
Televisión	19	15	21	22
Radio	19	14	27	19
Encarte en diarios, periódicos	15	13	24	11
Catálogos en autoservicios	12	10	16	11

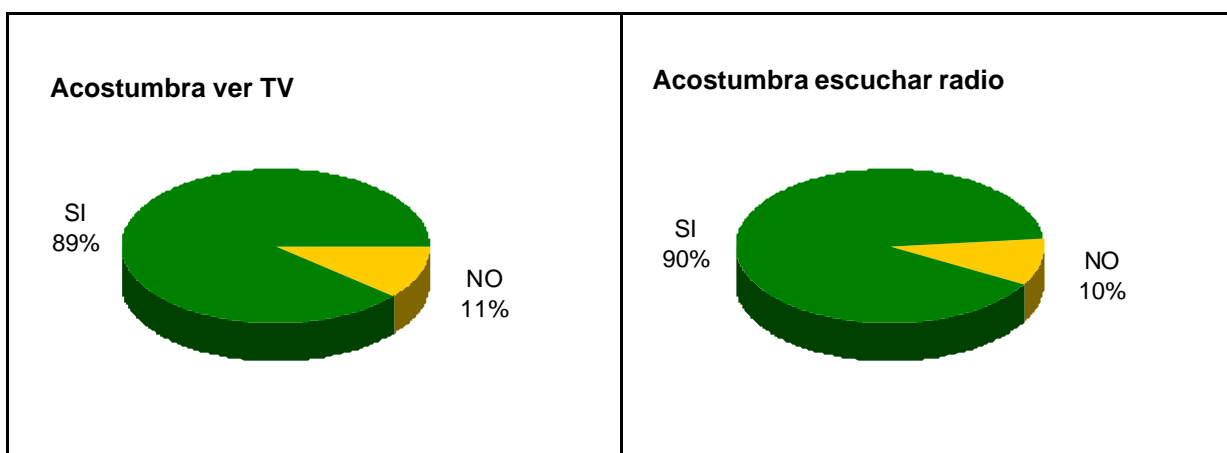
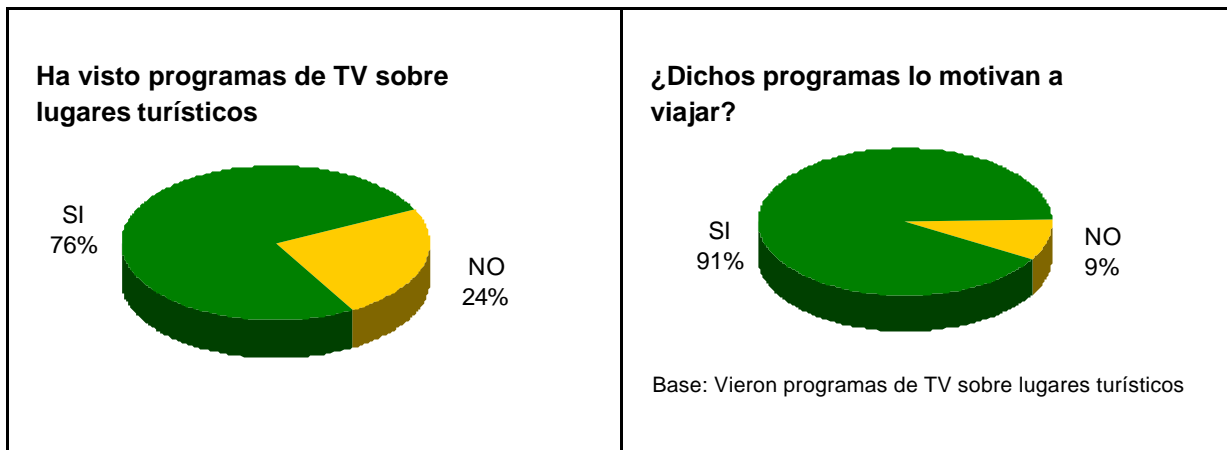
Total Múltiple

Base: Iquiteños que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos

Tipo de información turística requerida	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Costo de servicios	56	46	69	56
Lugares y atractivos turísticos	54	64	44	52
Costo de alojamiento y sus características	37	38	36	36
Transporte	34	29	45	32
Costo de paquetes turísticos y sus servicios	26	28	27	24
Fiestas locales, patronales	21	20	20	21
Restaurantes donde acudir	20	24	11	21
Paquetes turísticos	19	20	15	20
Distancia y rutas de acceso	17	15	17	20
Mapas (carreteras, vías de acceso)	17	16	15	19

Total Múltiple

Base: Iquiteños que han visto/ escuchado información sobre lugares o atractivos turísticos



Programas televisivos que acostumbran ver	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Noticiero, informativo	72	71	79	69
Películas	29	36	19	28
Culturales	26	29	21	25
Novelas	25	22	29	24
Deportivos	17	18	15	19
Espectáculos	13	15	12	13
Humorísticos	7	6	5	8

Total Múltiple  
Base: Iquiteños que acostumbran ver tv.

Programas televisivos que acostumbran ver	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
		%	%	%	%
Noticiero, informativo	72	53	75	83	81
Películas	29	42	28	20	22
Culturales	26	32	22	22	26
Novelas	25	20	34	27	18
Deportivos	17	26	15	10	18
Espectáculos	13	14	15	15	9
Humorísticos	7	8	8	6	3

Total Múltiple

Base: Iquiteños que acostumbran ver tv.

### Programas radiales que acostumbra escuchar

	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
Musicales	70	67	62	78
Noticiero/ informativo	68	66	74	66
Deportivos	7	8	8	8
Humorísticos	7	9	6	6
Culturales	5	4	7	4

Total 100%.

Base: Iquiteños que escuchan radio

Programas radiales que acostumbra escuchar	Total	Edad			
		18-24	18-24	18-24	18-24
		%	%	%	%
Musicales	70	80	79	67	52
Noticiero/ informativo	68	44	71	81	79
Deportivos	7	7	5	4	12
Humorísticos	7	7	7	9	6
Culturales	5	7	1	4	7

Total Múltiple

Base: Iquiteños que acostumbran escuchar radio

Tipo de música que acostumbra escuchar por la radio	Total	Psicográfico		
		Circuns- tancial	Social/ Rígido	Tímido/ Regionalista
		%	%	%
De todo/ variada	32	33	24	36
Salsa	18	20	22	15
Rock	18	15	16	21
Romántica/ balada	16	17	16	16
Boleros	12	13	10	11
Clásica	12	15	12	8

Total Múltiple

Base: Iquiteños que escuchan programas musicales en la radio

Tipo de música que acostumbra escuchar por la radio	Total	Edad			
		18-24	25-34	35-44	45-54
	%	%	%	%	%
De todo / variada	32	34	38	34	15
Salsa	18	24	15	14	20
Rock	18	30	14	13	11
Romántica/ balada	16	18	16	24	4
Boleros	12	7	8	14	24
Clásica	12	8	11	9	22

Total Múltiple

Base: Iquiteños que escuchan programas musicales en la radio

## 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.

### Destino

Lugar visitado durante el 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
- Trabajo
- 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, costeándolo con fondos familiares. Durante el viaje, en algunos casos, se visita a parientes y amigos, aunque no es éste el motivo principal de la visita.

#### 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.

## 5. Trabajo:

Viajes realizados para ejercer algún trabajo o actividad que será pagado en el mismo lugar visitado

### 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.

### 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.