

Conociendo al nuevo
vacacionista nacional

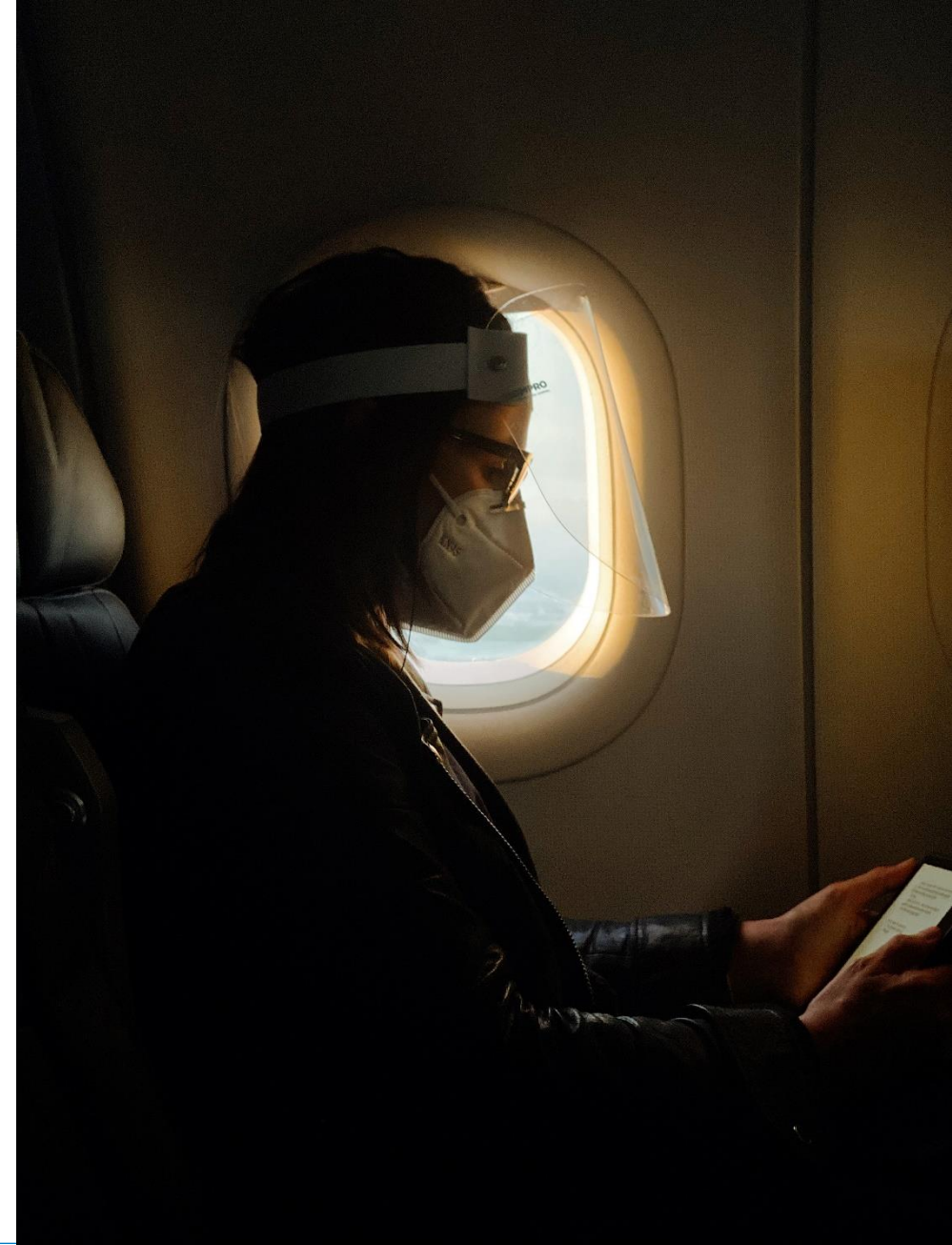
prom
perú

Turismo in
investiga innova

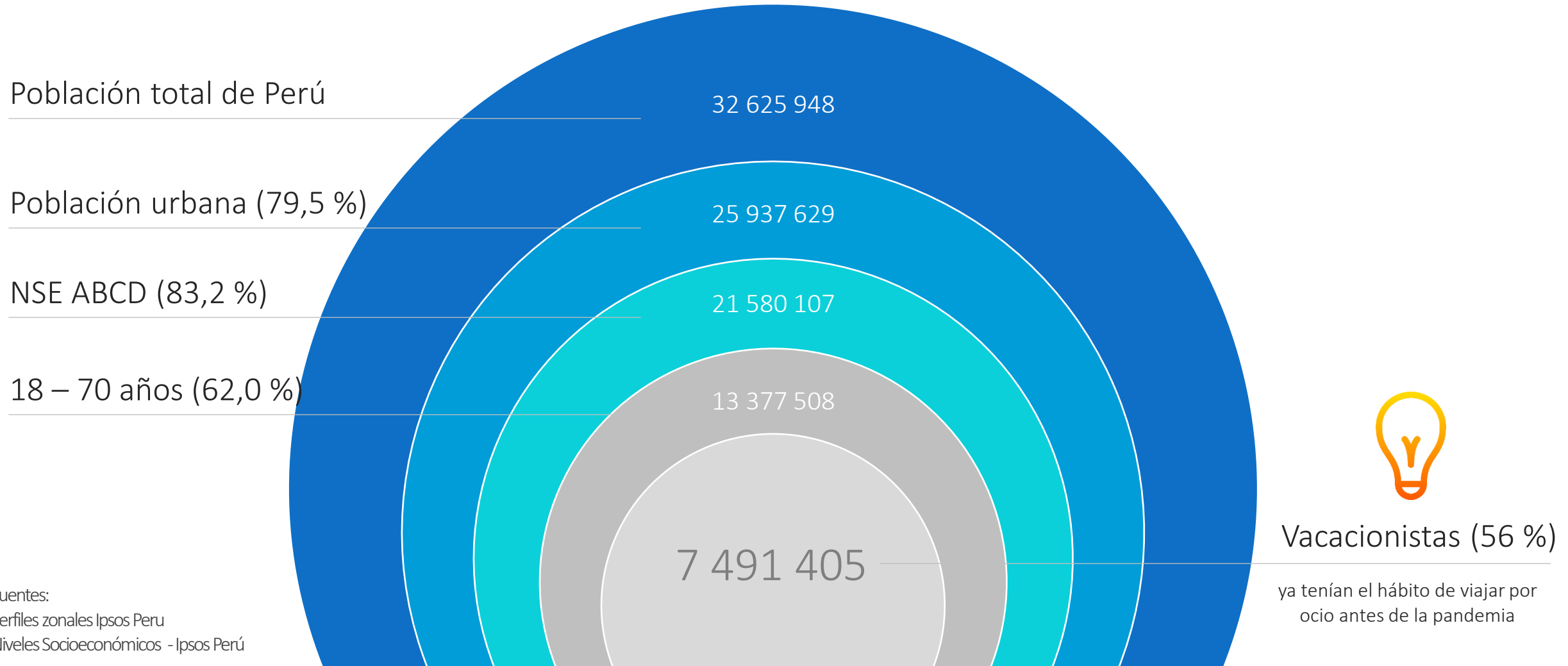


Agenda


1. Intención de viaje del vacacionista poscuarentena y segmentos de mayor potencial de recuperación
2. Características de los viajes poscuarentena
3. Conclusiones y reflexiones finales



¿Cuántos peruanos viajaban por vacaciones antes de la pandemia?



Fuentes:
Perfiles zonales Ipsos Peru
Niveles Socioeconómicos - Ipsos Perú


Vacacionistas (56 %)
ya tenían el hábito de viajar por
ocio antes de la pandemia

Si bien el peruano ya tenía el hábito de viajar



...los viajes en la nueva normalidad vienen acompañados de un cambio en las percepciones y hábitos...

¿Cómo recolectamos la información?

Se realizaron dos estudios de mercado:

Tracking de la intención de viaje del turista nacional

¿A quiénes?

909 peruanos de los NSE ABCD que viven en zonas urbanas a nivel nacional.

¿Cómo?

Encuestas online o telefónicas realizadas por IPSOS Perú

¿Cuándo?

Agosto, 2020 (anteriores mediciones: julio y junio)

Perfil del potencial vacacionista nacional

¿A quiénes?

1038 peruanos de los NSE ABCD que viven en zonas urbanas a nivel nacional.

¿Cómo?

Encuestas online realizadas por Lumini

¿Cuándo?

Julio, 2020





prom
perú

Turismo *in*
investiga innova

Intención de viaje del vacacionista poscuarentena y segmentos de mayor recuperación

(RESULTADOS DEL ESTUDIO TRACKING DE LA INTENCIÓN DE VIAJE DEL VACACIONISTA NACIONAL)

¿Qué preguntamos?



¿Viajó por vacaciones en los dos últimos años?



¿Cuándo sería recomendable volver a viajar por vacaciones?

¿Cuál es su intención de viaje frente a una oferta interesante?



¿A dónde viajarían?

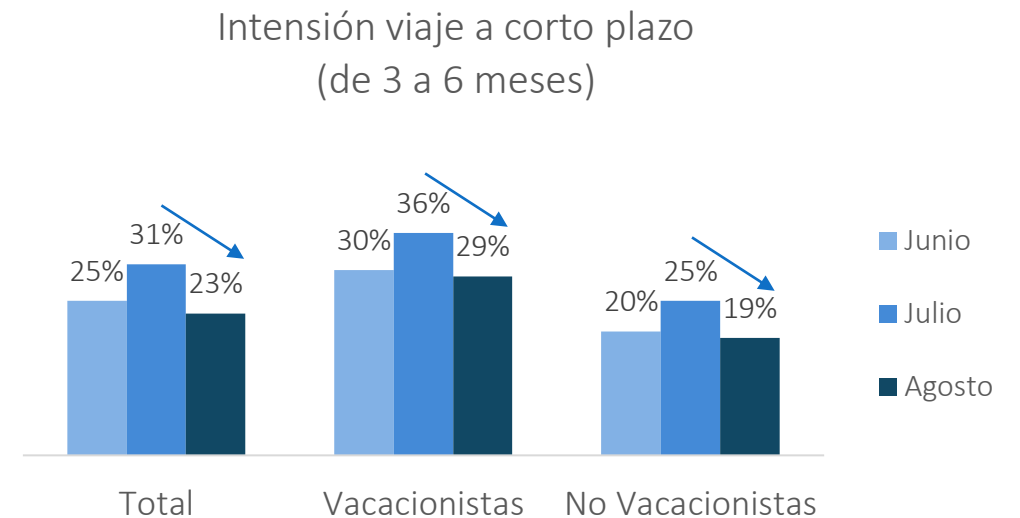
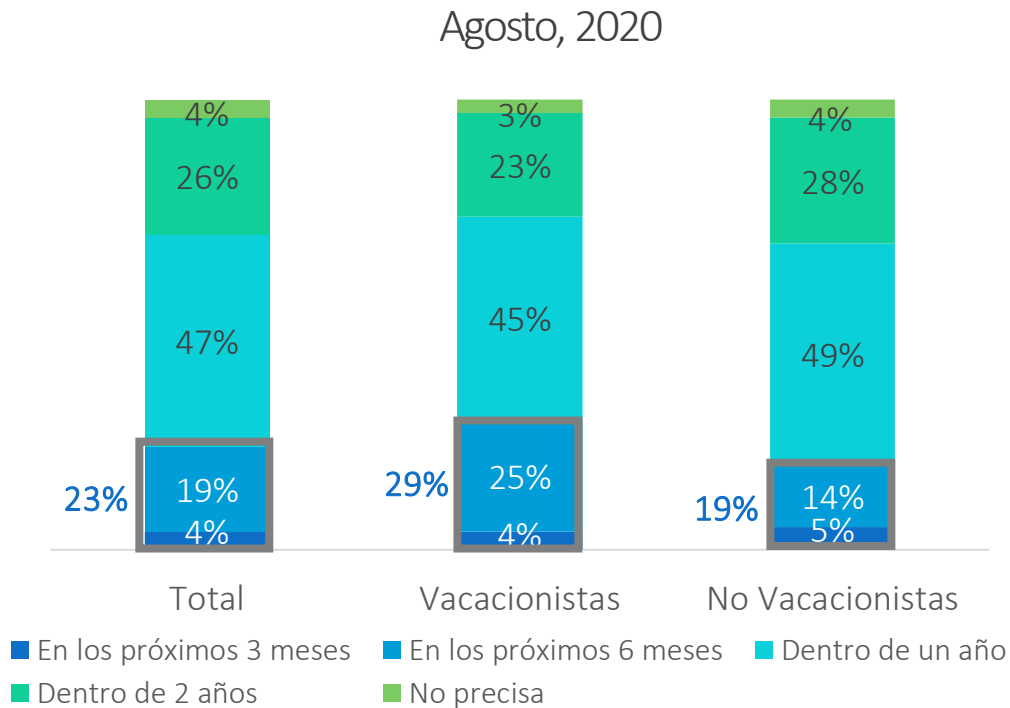


Fuente: Estudio Intención de viaje de los peruanos a nivel nacional (junio, julio y agosto 2020)

¿Cuándo viajarían?

Uno de cada cuatro de los peruanos viajaría en los próximos seis meses...

La intención de viaje de los peruanos es mayor entre los vacacionistas. Sin embargo, a corto plazo, cae 8pp respecto a julio. Esta caída puede deberse a una posición más conservadora frente a desarrollo de la pandemia.



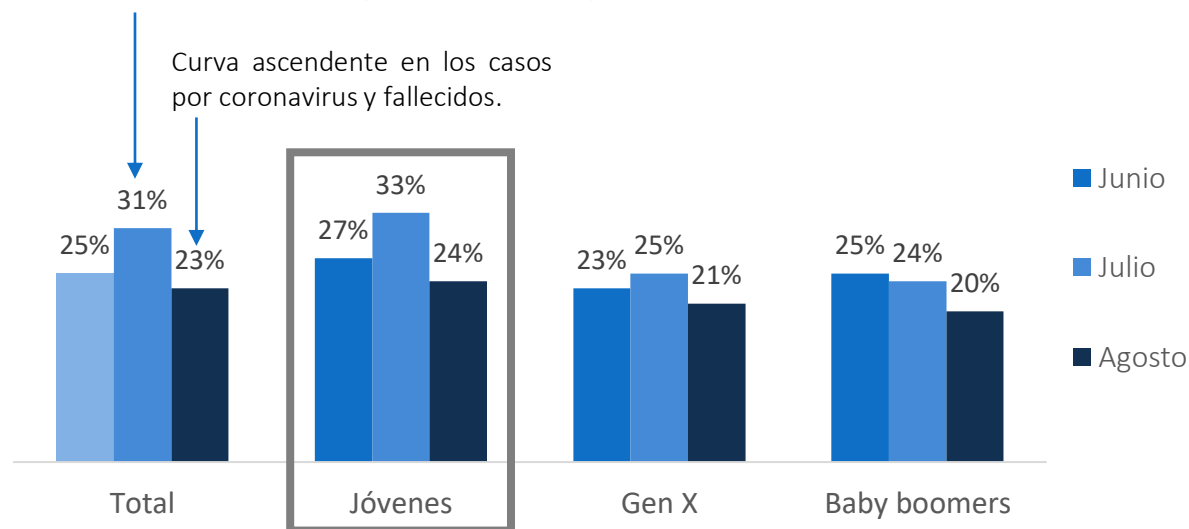
Fuente: Estudio Intención de viaje de los peruanos a nivel nacional (junio, julio y agosto 2020)

¿En cuánto tiempo considera que sería recomendable volver a viajar por vacaciones?

La intención de viaje a corto plazo cayó en todos los segmentos...

Intención viaje a corto plazo (de 3 a 6 meses)
Distribución generacional Junio-Agosto 2020

Inicio de cuarentena focalizada.
Inicio fase 3 de reactivación (normas apertura restaurantes, vuelos nacionales, transporte terrestre, etc)



Los *centennials* y *millennials* son los más sensibles ante los vaivenes de la pandemia.

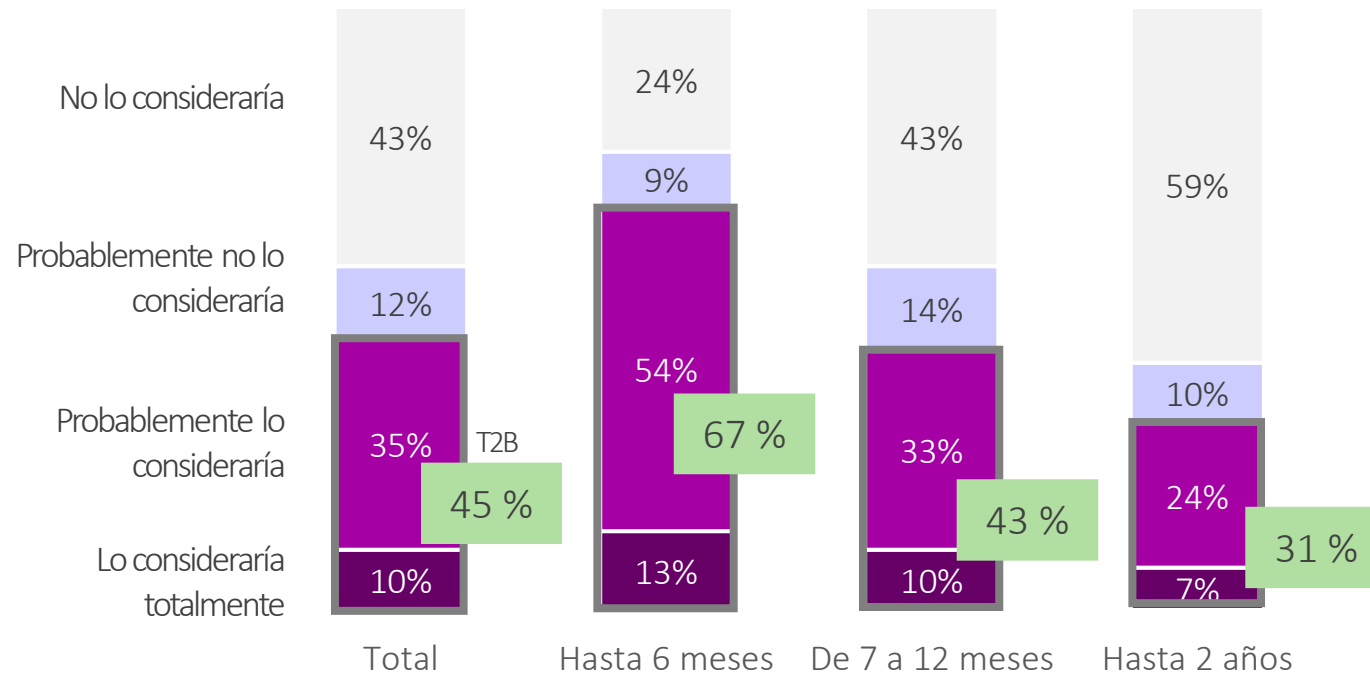
¿Qué estrategias podemos utilizar?



VACACIONISTA JOVEN

Las promociones serían grandes impulsadoras de los viajes.

Casi la mitad consideraría viajar si se le presentara una oferta interesante.



Esta tendencia es más marcada en quienes viajarían en el corto plazo.

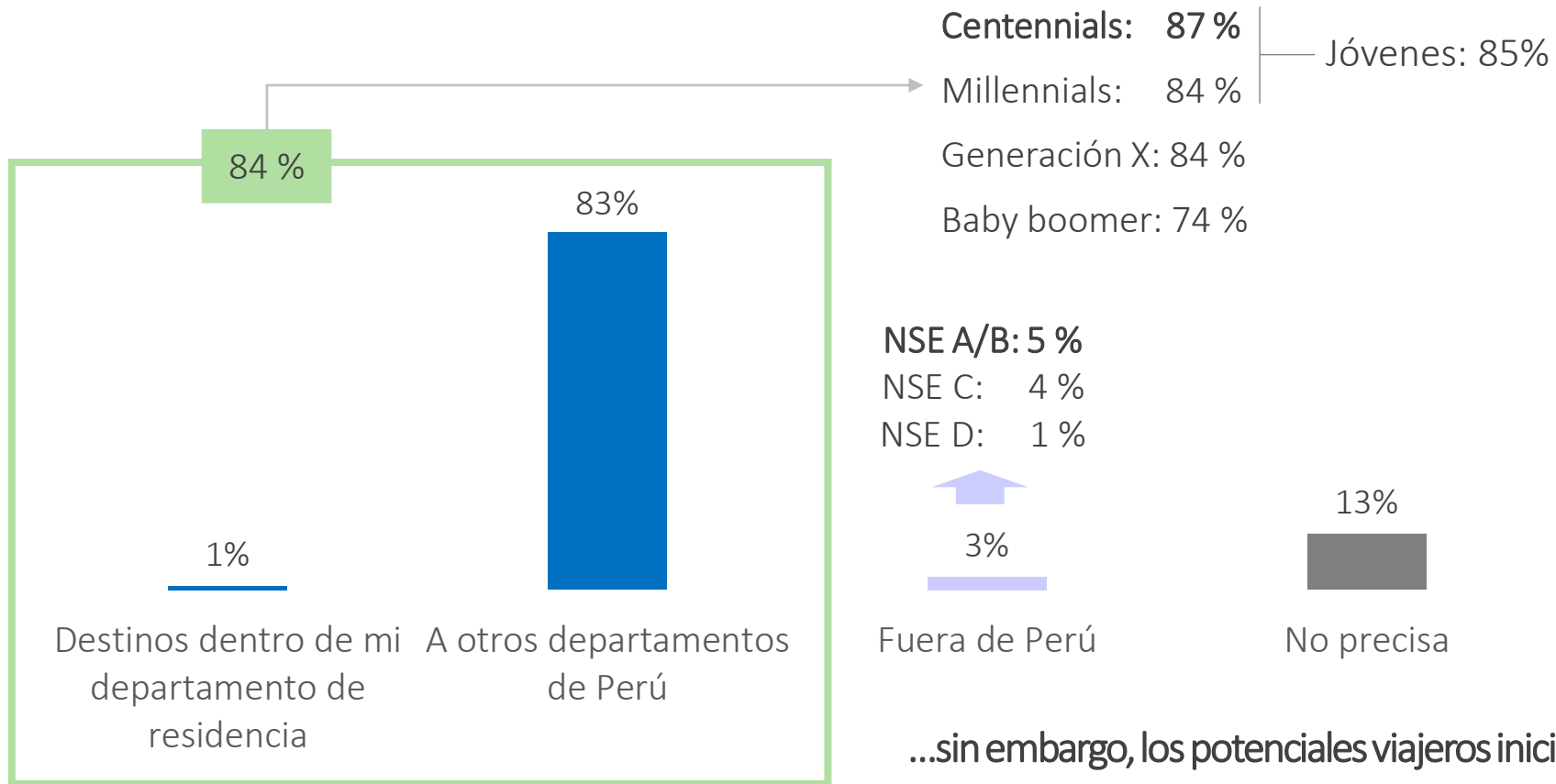
- Los segmentos AB (54 %) y C (48 %) y los jóvenes (*centennials*: 51 % y *millennials*: 43 %) serían los más sensibles a las promociones.

T2B (Top two box): Lo consideraría totalmente + probablemente lo consideraría

Fuente: Estudio Intención de viaje de los peruanos a nivel nacional (junio, julio y agosto 2020)

En caso le presentaran alguna oferta interesante para viajar a un destino turístico dentro de Perú. ¿Cuál de las siguientes opciones describen mejor su intención a evaluarlo?

8 de cada 10 elegiría un destino dentro del Perú



Crece la preferencia por visitar destinos dentro del país (julio: 74%).

Esta preferencia es mayor entre las generaciones más jóvenes.

...sin embargo, los potenciales viajeros iniciarían con excursiones.

Fuente: Estudio Intención de viaje de los peruanos a nivel nacional (agosto 2020)

Y, considerando la crisis actual e independientemente al tiempo que le tome volver a viajar por vacaciones, ¿qué destino elegiría para su próximo viaje por vacaciones/ recreación?

¿Cuántas personas viajarían en el corto plazo?

Población urbana de NSE ABCD
de 18 a 70 años

13 377 508

Intención de viaje en los
próximos 6 meses (23 %)

3 092 371

Viajaría a destinos
nacionales (84 %)

2 590 421

Viajarían a destinos
nacionales en los
próximos 6 meses



Representa el **35%** de los
que ya tenían el hábito
de viajar por vacaciones
antes de la pandemia

¿Qué nos respondieron?



¿Viajó por vacaciones en los dos últimos años?

Los peruanos tienen el hábito de viajar



¿Cuándo sería recomendable volver a viajar por vacaciones?

1 de cada 4 viajaría en los próximos 6 meses

¿Cuál es su intención de viaje frente a una oferta interesante?

Incentiva principalmente a quienes viajarían en el corto plazo



¿A dónde viajarían?

Principalmente, dentro del Perú y fuera de su región de residencia



Fuente: Estudio Intención de viaje de los peruanos a nivel nacional (junio, julio y agosto 2020)

Pero, ¿qué características tendrán los viajes?



Conozcamos las nuevas percepciones y hábitos del nuevo vacacionista nacional...

¿Qué cambiaría en los viajes después de la cuarentena?

1. Las decisiones de viaje estarán marcadas principalmente por **medidas de prevención** (selección de destinos con menor número de casos).
2. **Evitarán la socialización** (hacer nuevos amigos) y **las actividades masivas** (fiestas costumbristas, ferias o mercados, discotecas, centros comerciales).
3. Los viajeros **esperan y exigen** que el Estado, las empresas privadas y las instituciones vinculadas al turismo **establezcan (y comuniquen) protocolos de prevención claros**.

Fuente: Percepción y expectativas hacia el entorno turístico (julio, 2020)



prom
perú

Turismo *in*
investiga innova

CARACTERÍSTICAS DE LOS VIAJES POSCUARENTENA (RESULTADOS DEL ESTUDIO DEL PERFIL DEL TURISTA POTENCIAL POSCUARENTENA)

¿Qué preguntamos?



¿Con quiénes viajaría?

¿Qué tipo de servicios utilizaría?



¿Cómo organizaría su viaje?

¿Cuánto tiempo permanecería?



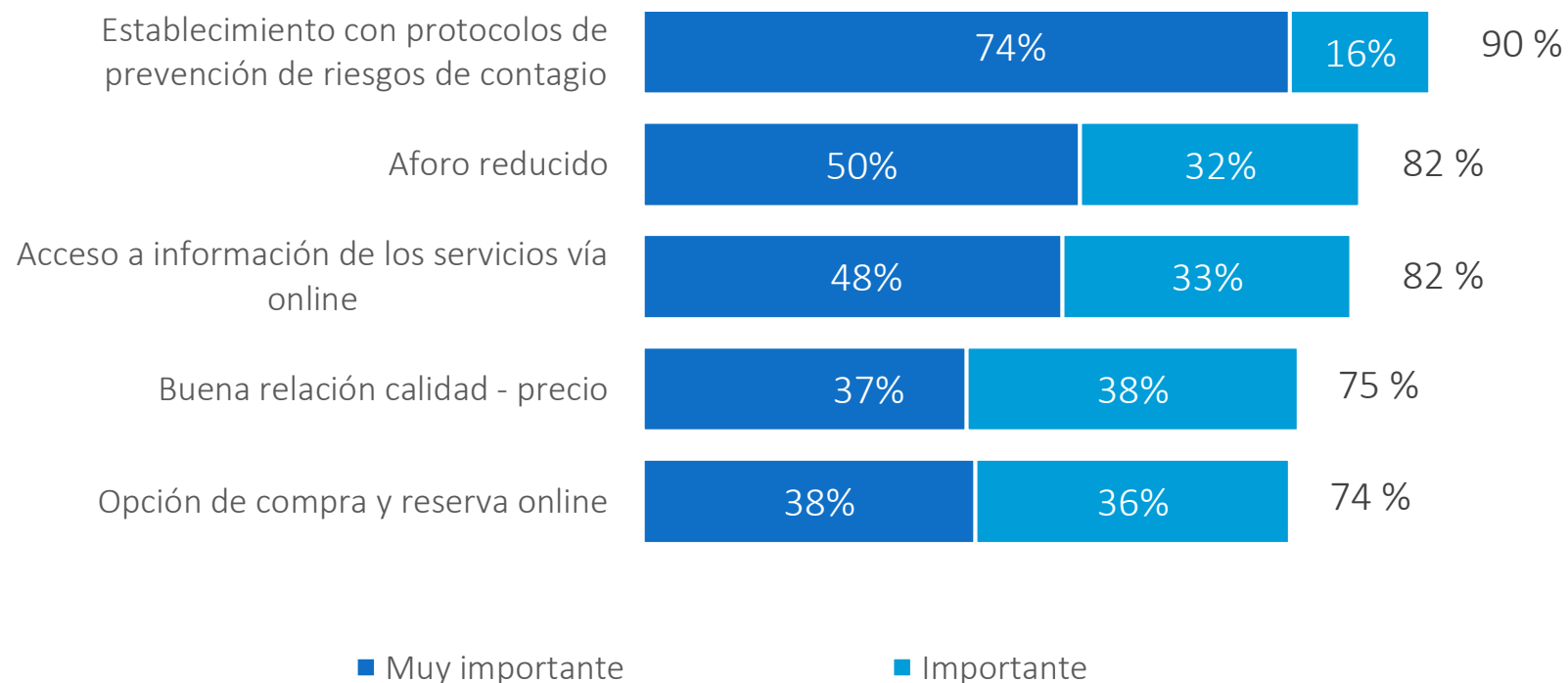
¿Qué destino elegiría?

¿Qué actividades realizaría durante su visita?



Fuente: Perfil del potencial vacacionista nacional (julio, 2020)

Entre quienes viajarían, consideran la BIOSEGURIDAD como elemento clave...



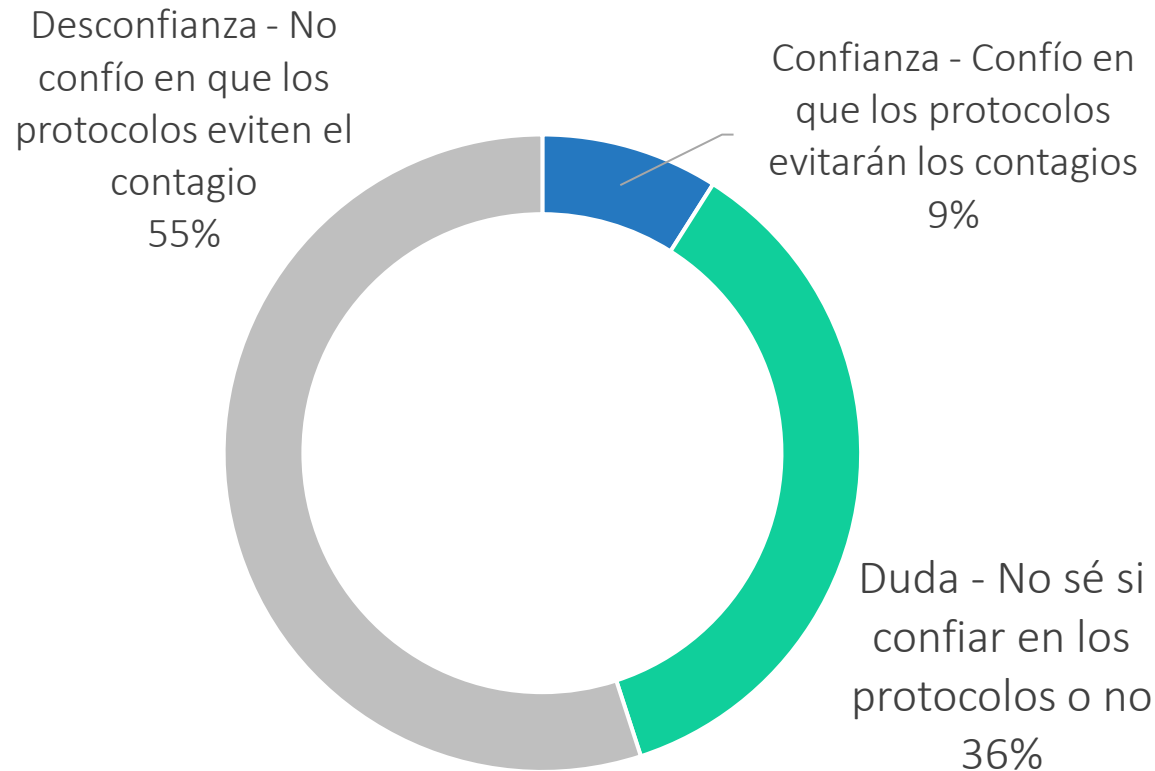
La importancia de estos factores se incrementa entre las mujeres, los *millennials* y los habitantes de Lima Metropolitana.

...pero, ¿cómo hago para ser percibido como una opción biosegura?

Fuente: Perfil del potencial vacacionista nacional (julio, 2020)

Sin embargo, no basta con establecer y cumplir con los protocolos

Actitud frente a los protocolos de viajes por vía aérea



9 de cada 10 no confía plenamente en que los protocolos aéreos eviten los contagios.

Cabe mencionar que, la duda es más mayor entre los jóvenes y las personas de mayores ingresos.

Fuente: Impacto de la pandemia en los hábitos y consumo de los peruanos (agosto, 2020) – Activa Peru

¿Qué otras estrategias puedo utilizar?

- Ofrecer destinos, actividades y transportes con poca aglomeración (privados).
- Poner límites en la densidad (transporte y actividades).
- Mostrar protocolos claros y segmentación horaria.
- Incluir testimonios y referencias.
- Buscar recuperar la confianza de los habitantes del destino.



¿Con quiénes viajarían?

Los grupos de viaje serían más reducidos, compartiéndose la experiencia con quienes conviven.



Padres
e hijos

32%

En 2019: 25 %



En pareja

33%

En 2019: 18 %



Solo

15%



Amigos,
familiares con
niños

10%



Amigos,
familiares sin
niños

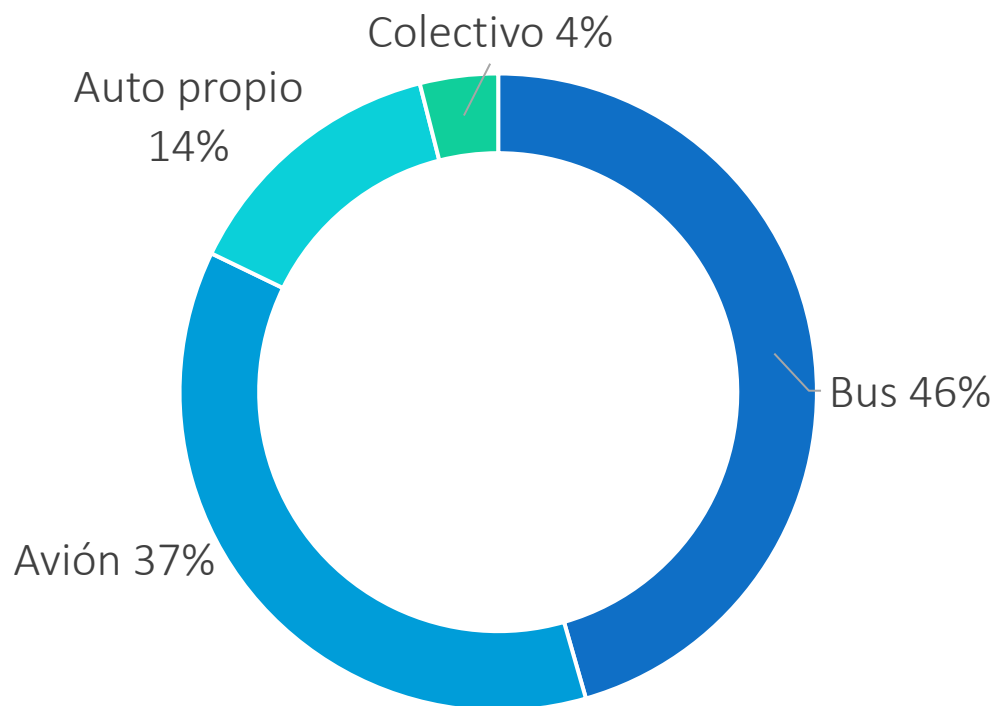
9%

En 2019: 34 %

Fuente: Perfil del potencial vacacionista nacional (julio, 2020)

Nota: Los resultados mostrados del 2019 pertenecen al estudio de mercado Perfil del vacacionista nacional.

¿Qué tipo de transporte utilizaría para llegar a su destino?



Los vacacionistas buscarían medios de transporte que les permitan llegar al destino en menor tiempo y con un menor número de personas a bordo.

Crece la intención de utilizar avión para llegar al destino. Antes de la pandemia, solo el 15 % de los vacacionistas utilizaban este medio de transporte.

Asimismo, caería el uso de bus (antes 60 %)

Fuente: Perfil del potencial vacacionista nacional (julio, 2020)

Nota: Los resultados mostrados del 2019 pertenecen al estudio de mercado Perfil del vacacionista nacional.

¿Dónde se hospedarían? ¿Cuánto tiempo se quedarían?

En promedio, los vacacionistas permanecerían 5 noches y se alojarían principalmente en hospedajes pagados.

¿Qué tipo de hospedaje utilizarían?

Hotel 4 o 5 estrellas	12 %
Hotel/hostal 3 estrellas	30 %
Hotel/hostal 1 o 2 estrellas	18 %
Departamento alquilado	10 %
Casa de familiares o amigos	28 %



4 noches
permanecerían en el
destino visitado

La permanencia aumenta en una noche con respecto a 2019, además los vacacionistas se quedarían en hospedajes de mayor categoría.

¿Cómo organizarían su viaje?



43%

Algunos servicios por cuenta propia y otros, con la ayuda de un agente de viajes

31%

Por agente de viajes o tour operador

26%

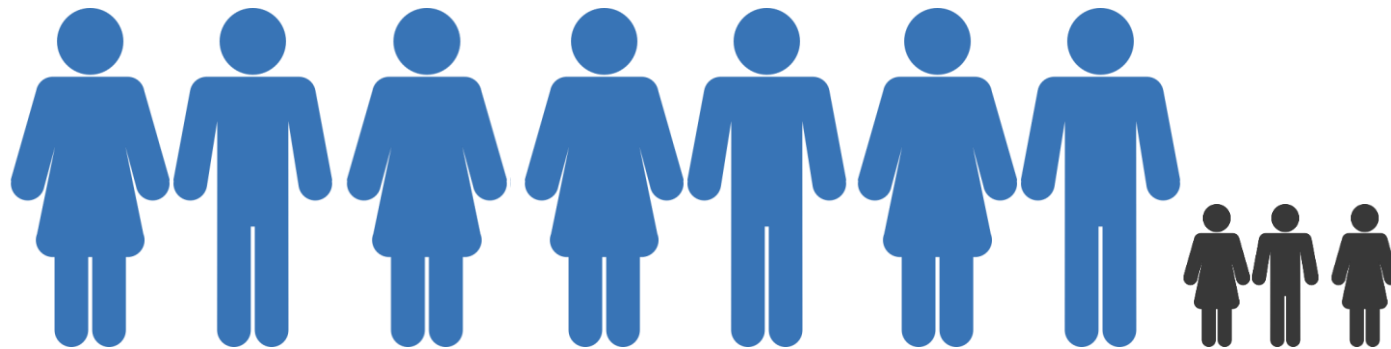
Todos los servicios por separado, sin utilizar una agencia de viajes

3 de cada 4 planes incluye el servicio de una agencia de viajes, aunque con distinto nivel de protagonismo.

Por otro lado, aunque el 74% considera importante o muy importante que los servicios turísticos se puedan adquirir vía online, a la hora de ejecutar el pago, sólo 39% lo haría.

Fuente: Perfil del potencial vacacionista nacional (julio, 2020)

¿Tenemos plataformas digitales?



7 de cada 10 peruanos ha realizado compras por internet en el último año

Fuente: Ipsos (Julio 2020)

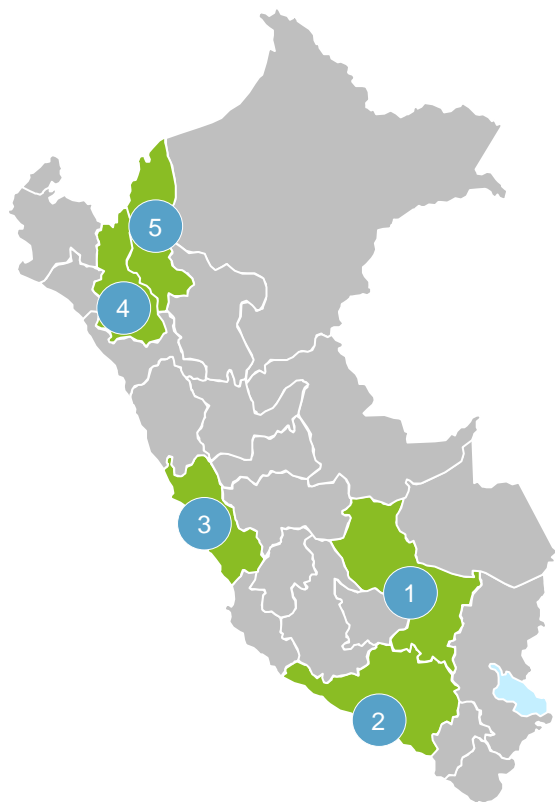
Base: Hombres y mujeres de 18 a 70 años de los NSE ABCD que viven en zonas urbanas



¿Ofrecen la información necesaria para garantizar la buena experiencia durante su estancia?

¿Sus páginas web están actualizadas con imágenes con de la experiencia actual?

¿Qué departamentos visitarían?



Top 5 – Intención de viaje

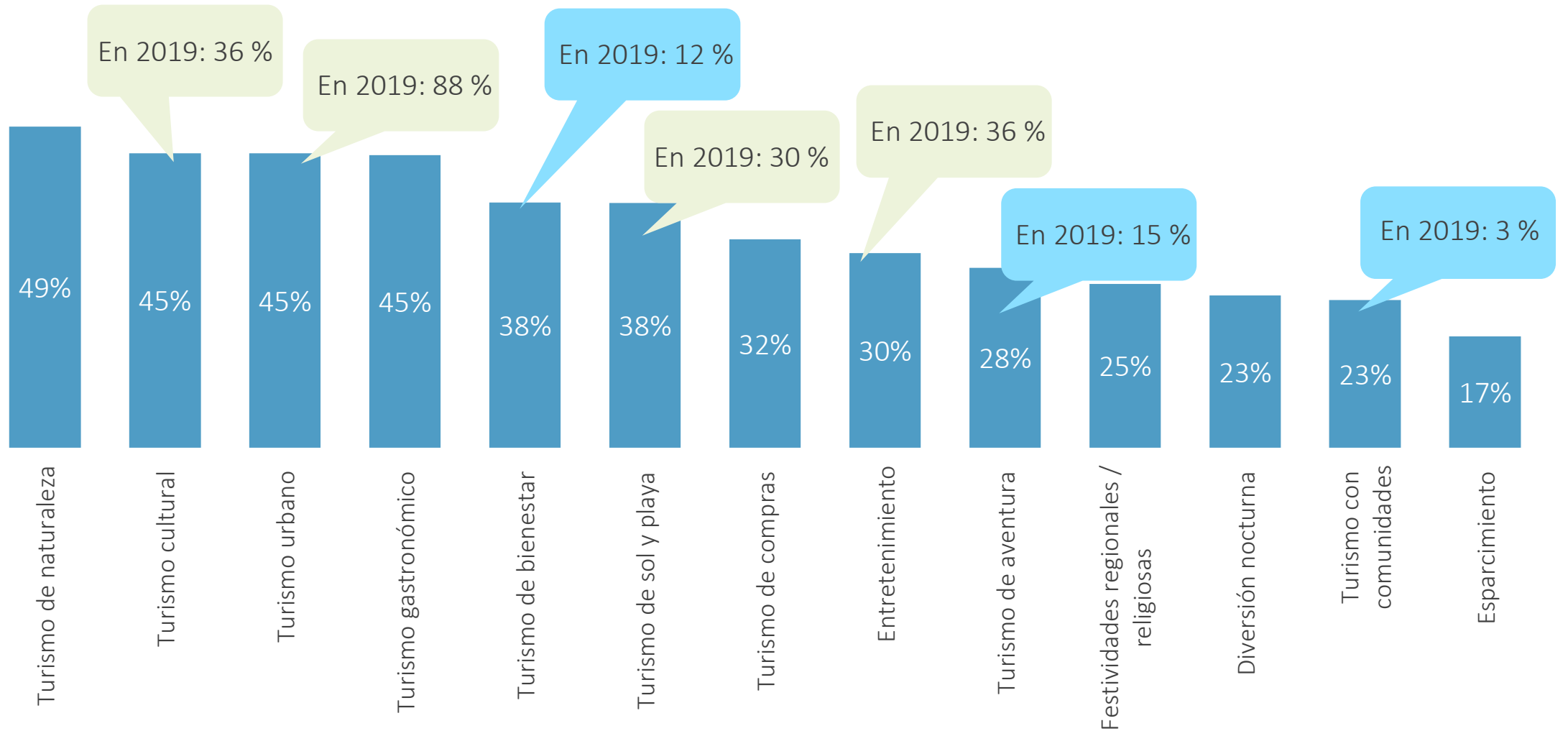
1	Cusco	25 %
2	Arequipa	10 %
3	Lima	10 %
4	Cajamarca	8 %
5	Amazonas	5 %

Los destinos preferidos están en el Sur (44 %), siendo Cusco y Arequipa los que lideran el ranking.

Después del sur, el siguiente destino preferido, suele ser dentro de su propia macrorregión.

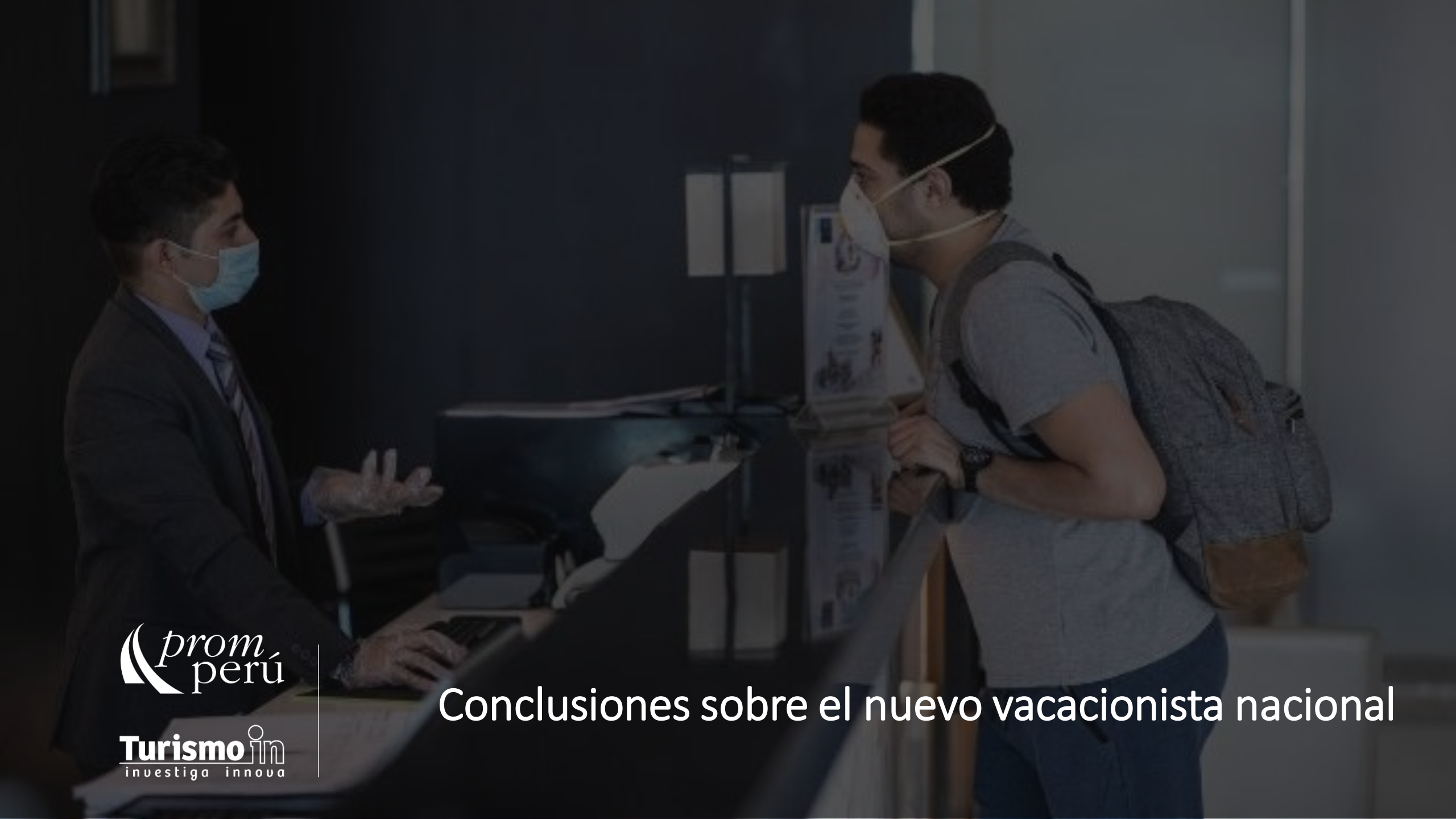
Fuente: Perfil del potencial vacacionista nacional (julio, 2020)

¿Qué actividades realizarán?



Fuente: Perfil del potencial vacacionista nacional (julio, 2020)

Nota: Los resultados mostrados del 2019 pertenecen al estudio de mercado Perfil del vacacionista nacional.



prom
perú

Turismo *in*
investiga innova

Conclusiones sobre el nuevo vacacionista nacional

3 grandes conclusiones

1. Las agencias de viaje tomarían mayor relevancia en el mercado nacional para la planificación de los viajes. Para ello, es clave que las agencias brinden información a través de plataformas digitales.
2. Predomina el uso de servicios de mayor categoría (siendo sinónimo de mayor cuidado y cumplimiento de protocolos sanitarios).
3. Se presenta una tendencia a practicar actividades al aire libre y orientadas a la sostenibilidad (creciente importancia del turismo de bienestar, aventura y turismo comunitario).



prom
perú

Turismo in
investiga innova

Reflexiones finales

1. Predomina la sanidad como elemento clave para la planificación

Ello modifica la planificación, hábitos de viaje y elección de destinos...

Nuevas consideraciones y oportunidades:

- Publicar las políticas/protocolos de la industria y cuidados de la empresa.
- Actualizar la experiencia y comunicarla en los medios información.
- Ampliar la oferta a destinos no convencionales y con poca aglomeración.
- Ofrecer servicios privados/personalizados.





2. Trabajo en un escenario de incertidumbre

- Permitir las reservas con opciones de derecho a cambio.
- Inicialmente, promocionar las opciones a potenciales viajeros que vivan cerca del destino
- Flexibilización de los procesos (si es posible, tener segundas opciones).
- Escucha constante e información detallada.

3. Enfoque en el mercado nacional, invita a las agencias a tener una mirada distinta

- Destacar la buena relación de calidad-precio (sin llegar a una estrategia de precios bajos).
- Buscar fuentes de diferenciación clave.
- Comunicación orientada, clara y con opción a consultas.
- Brindar credibilidad a la oferta (ej. Gran experiencia, certificaciones y garantías)
- Ofrecer comodidades para trabajar desde la estancia y productos para estadías largas (home office).



Conociendo al nuevo
vacacionista nacional

