



Perfil del Vacacionista Nacional

- Año 2022 -



¿Qué vamos a encontrar en este informe?

1



El contexto sanitario y económico

2



El mercado nacional de viajes

3



El perfil del vacacionista nacional

4

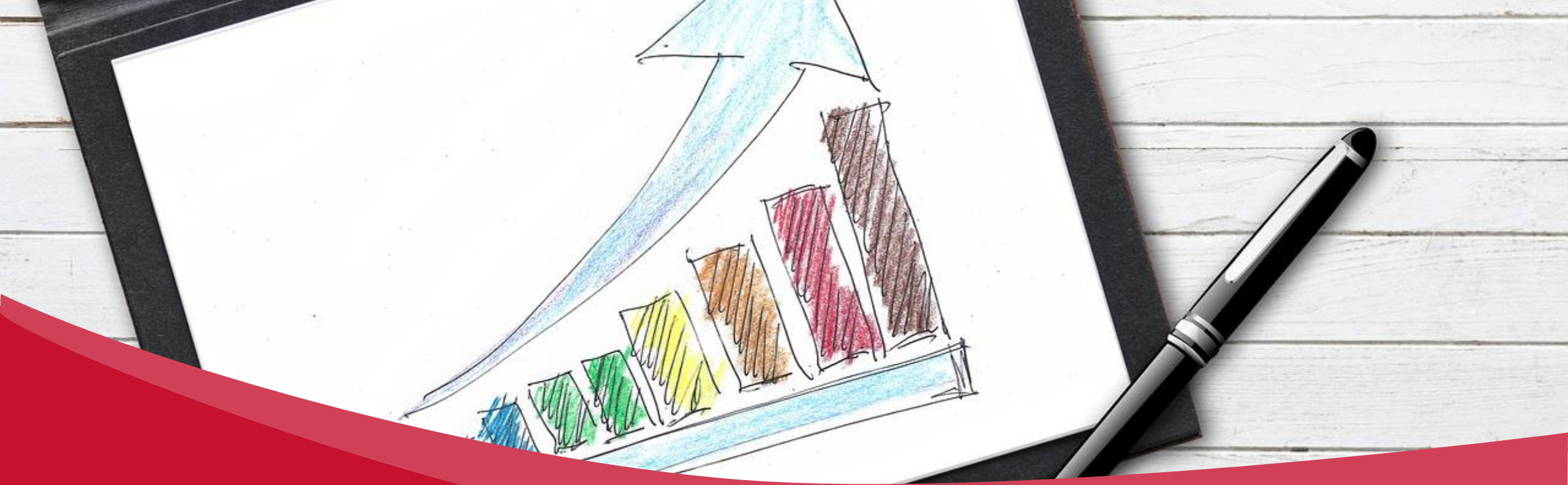


Publicidad turística

5



Conclusiones

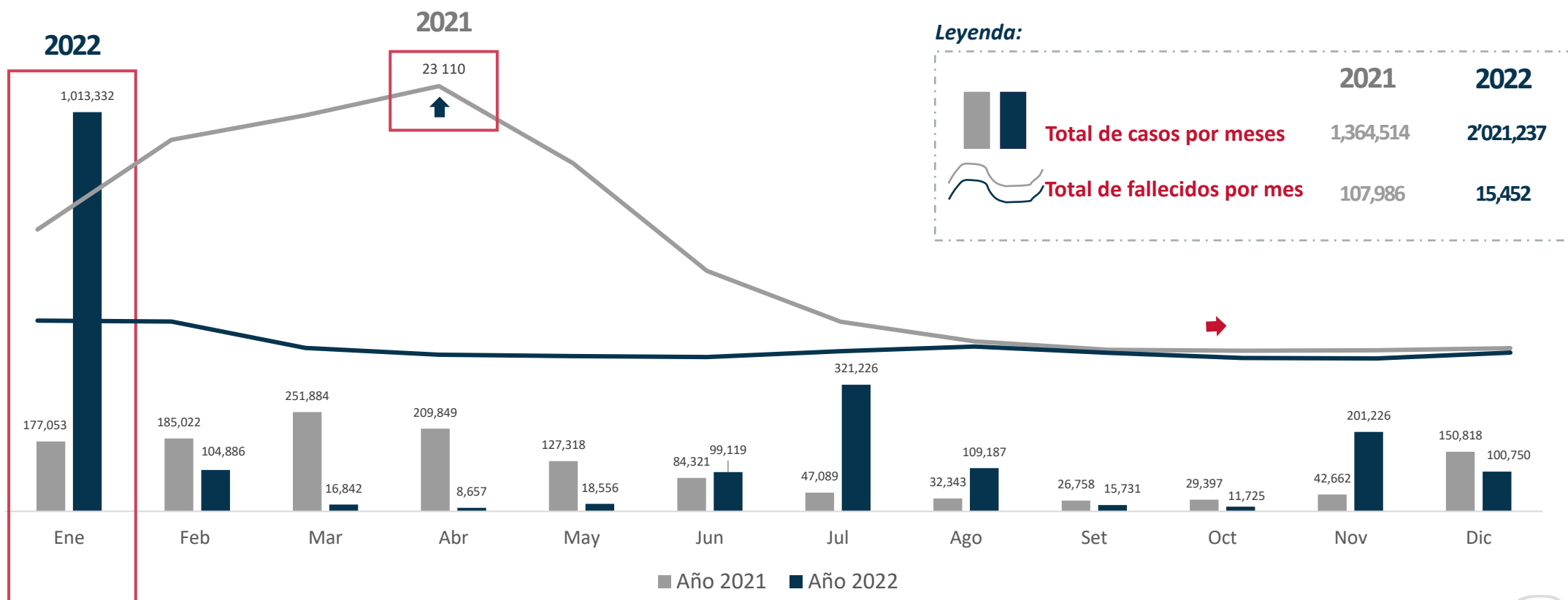


1

Contexto sanitario y económico 2022

Panorama Covid 19 en nuestro país en el 2022

A finales del 2021, el país entró en la "tercera ola Covid 19" junto a la nueva variante Delta, trayendo como consecuencia que a **inicios del 2022** (específicamente enero) **se identificaran un poco más de 1 millón de casos confirmados**, sumándole a ello la **variable Ómicron**. Esto provocó que el 2022 contará con más casos positivos; no obstante, la cantidad de muertes cayó considerablemente, gracias a las campañas de vacunación, permitiendo la reactivación económica , y que así los vacacionistas regresaran a viajar.

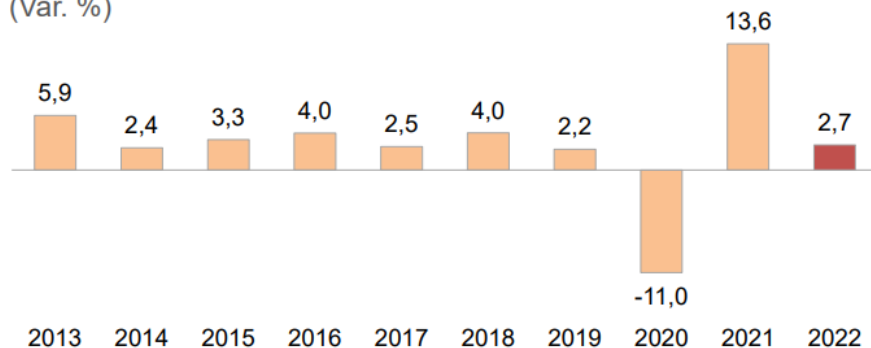


Fuente: MINSA

El nivel de la actividad económica del país comenzó a estabilizarse como antes de pandemia

Producto Bruto Interno anual

(Var. %)



Producto bruto interno por tipo de gasto ^{1/}

(Variación porcentual respecto a similar período del año anterior)

	2021		2022	
	IVT	Año	IVT	Año
I. Demanda interna	3,7	14,7	2,5	2,3
Consumo privado	4,7	12,4	2,3	3,6
Consumo público	-2,7	10,6	-10,3	-3,4
Inversión privada	2,5	37,4	-2,5	-0,5
Inversión pública	-16,9	24,9	19,7	7,1
Variación de inventarios (contrib.)	1,9	-2,5	2,0	0,2
II. Exportaciones	5,8	13,7	0,8	5,4
III. Importaciones	6,3	18,4	4,2	4,0
PBI (I +II- III)	3,6	13,6	1,7	2,7

El PBI creció un 2,7% en 2022 gracias a la demanda interna, especialmente al aumento del consumo privado y la inversión pública de gobiernos subnacionales, así como al incremento de las exportaciones.

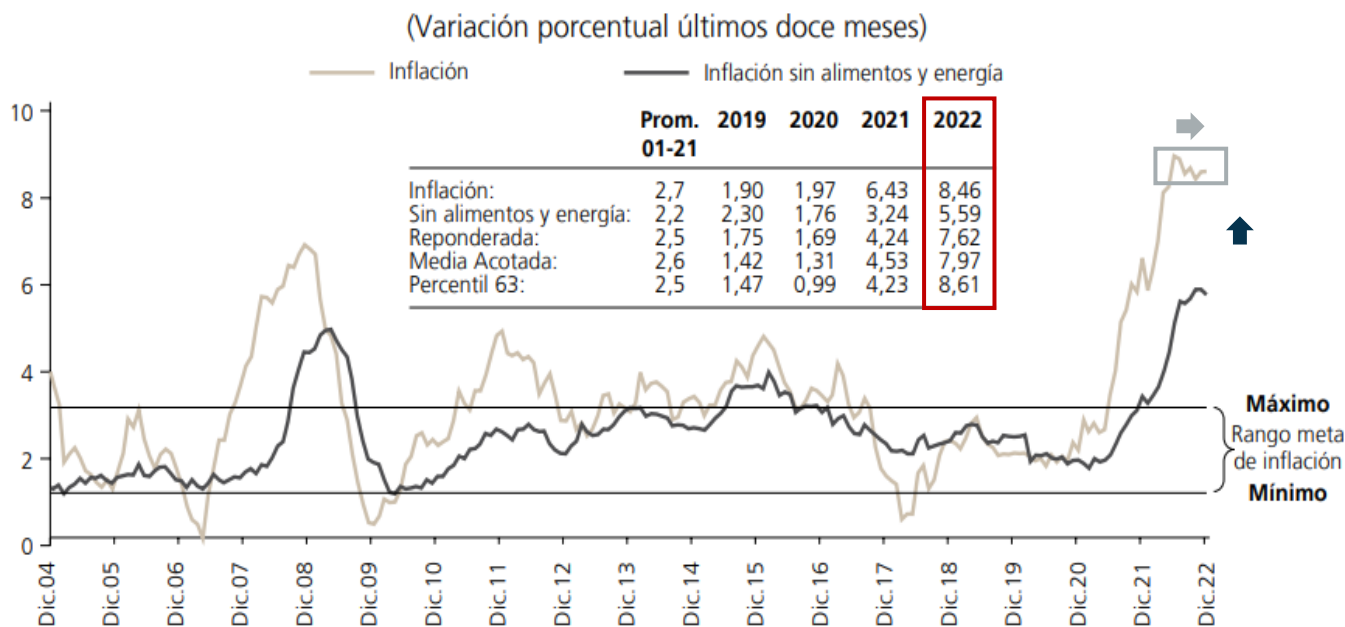
Sin embargo, este crecimiento se vio limitado por la incertidumbre política, conflictos sociales, economías familiares rezagadas, altos costos de financiamiento y el agotamiento del "rebote" postpandemia.

En el último trimestre de 2022, la demanda interna aumentó un 2,5% gracias a:

- **Consumo privado:** subió un 2,3% debido al aumento del ingreso mensual promedio y el crecimiento del empleo, a pesar de los conflictos sociales.
- **Inversión privada:** disminuyó un -2,5%, principalmente por la menor inversión en el sector minero (equipamientos e infraestructura).
- **Consumo público:** se redujo un -10,3% debido a la disminución del gasto del Gobierno Nacional y Gobiernos Locales, como en el caso del gasto de consumo en salud pública.
- **Inversión pública:** experimentó un crecimiento del 19,7% debido a los mayores desembolsos de gobiernos subnacionales, impulsados por el aumento del gasto de autoridades municipales y regionales.

La inflación mantuvo su senda ascendente durante todo el año 2022

La inflación en el 2022 aumento a 8,46%, situándose por encima del rango meta de entre 1 y 3% (6,43% en 2021); sin embargo, la inflación comenzó a estabilizarse en la segunda mitad del año, luego de pasar por un pico de 8,81% en junio, debido al descenso en precios de combustibles.



Razones por las cuales la inflación creció:

Esto se debe a factores externos como el aumento del precio de los *commodities* en el mercado internacional afectados por la guerra entre Rusia y Ucrania. Dando lugar al aumento de los precios en el mercado interno de los alimentos que utilizan insumos importados, como los huevos y fideos.

Paralelamente, el aumento del precio de los fertilizantes afectó a los cultivos perecibles agrícola, lo cual se reflejó en aumentos de precios de productos como la papa y el limón, afectados a su vez por problemas climáticos (sequía en la sierra central y menores temperaturas en la costa norte).

En el primer semestre del año, los precios en los combustibles para vehículos subieron en promedio 11,6%. Y esto se vio reflejado en los precios para las tarifas de transportes públicos y privados.

Fuente: Banco Centro de Reserva (BCR)
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)



La tercera edición del Cyber Wow 2022, ayudó a la compra de vuelos nacionales

En el año 2022 se presentaron 3 ediciones del conocido “Cyber Wow”, en las cuales **los peruanos aprovecharon en comprar vuelos y/o paquetes turísticos a precios cómodos de forma online**. Las principales aerolíneas participaron con ofertas muy potentes durante una semana (en los 3 meses), dando una oportunidad a que los peruanos de viajar dentro del país.

Cyber Wow 2022 en Perú

Durante el Cyber Wow 2022, encuentra los mejores descuentos para tus viajes en Despegar.

-  **Vuelos nacionales e internacionales**
-  **Paquetes de viaje**
-  **Alojamientos**
-  **Actividades**
-  **Alquileres de autos ¡y mucho más!**



Anunció descuentos de hasta 55% a destinos nacionales.



Ofreció vuelos nacionales desde los US\$119 o S/ 452.



Paquetes turísticos, incluyen vuelo y hotel, desde S/ 524.

El principal destino ofertado y comprado fue Cusco, y en un segundo puesto se encuentra Arequipa.



2

Mercado Nacional de Viajes

- Importancia del turismo interno

El mercado nacional de viajes

En el año 2022, los viajes por turismo interno representaron el **93%** del total de viajes en el Perú.



29,1

Millones de viajes por turismo



27,1

Millones de viajes por **TURISMO INTERNO**

- Solo peruanos.
- Incluye todos los motivos de viaje, a excepción del de residencia y trabajo remunerado en el destino.
- Incluye todos los niveles socioeconómicos.
- A nivel nacional.
- Todas las edades.

Un turista puede hacer más de un viaje

Para el año 2023, se proyecta que los viajes por turismo interno representarán el 94% (34,2 millones) del total estimado de viajes en el Perú (36,5 millones).

Fuente: DGIETA – Mincetur (con información disponible de mayo 2023)

Conceptos claves

Turista
Nacional

¿Quiénes son los Turistas Nacionales?



Peruanos de 18 a 64 años, que permanece fuera de su lugar de residencia por lo menos una noche y cuyo motivo de viaje fue diferente al de residencia o trabajo remunerado en el destino.

Vacacionista
Nacional

Vacacionista:



El motivo fundamental de su viaje es la recreación o el ocio. La decisión del viaje recae sobre el vacacionista ⁽¹⁾.

(1): Puede haber viajado por otros motivos adicionales. Sin embargo, el motivo principal del viaje fue por vacaciones, recreación u ocio, fuera de su entorno habitual,

¿A quiénes investigamos?

Población
investigada

POBLACIÓN INVESTIGADA: 8 781 614¹

Peruanos de 18 a 64 años, pertenecientes a los NSE A, B y C, residentes en las zonas urbanas de Perú



Vacacionista
Nacional
31%

VACACIONISTA : 2 747 299²

Realizó al menos un viaje por recreación u ocio al interior del país donde permaneció por lo menos una noche.



Turismo Interno

De los **8 781 614** peruanos pertenecientes al segmento en análisis:



El **31%** viajó por vacaciones.



Representando **2,7 millones** de vacacionistas



Cada vacacionista realizó **3 viajes en el año** (en promedio)



Logrando **7,9 millones** de viajes



Los vacacionistas gastaron **S/ 589** en promedio.



Que generaron **S/ 4 667 millones** de movimiento económico



Perfil del Vacacionista Nacional

- Principales hallazgos-



Ficha Técnica



UNIVERSO

Hombres y mujeres de nacionalidad y residencia peruana, de 18 a 64 años, pertenecientes a los NSE A, B y C que hayan realizado, al menos, un viaje al interior del país por vacaciones entre el **01 de enero y 31 de diciembre de 2022**.



MUESTRA

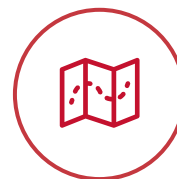
Se realizaron un total de 1634 encuestas “on line”, de las cuales se encontró que 866 encuestados fueron vacacionistas, distribuidos de la siguiente manera:

Lima: 428 encuestas
Provincias: 438 encuestas



METODOLOGÍA

Cuantitativa a través de encuestas “on line” usando un panel representativo de la población, a nivel nacional urbano.



TRABAJO DE CAMPO

Entre el 18 de junio y 03 de julio de 2023, realizada por la empresa “Análisis y Decisiones Estratégicas SAC”

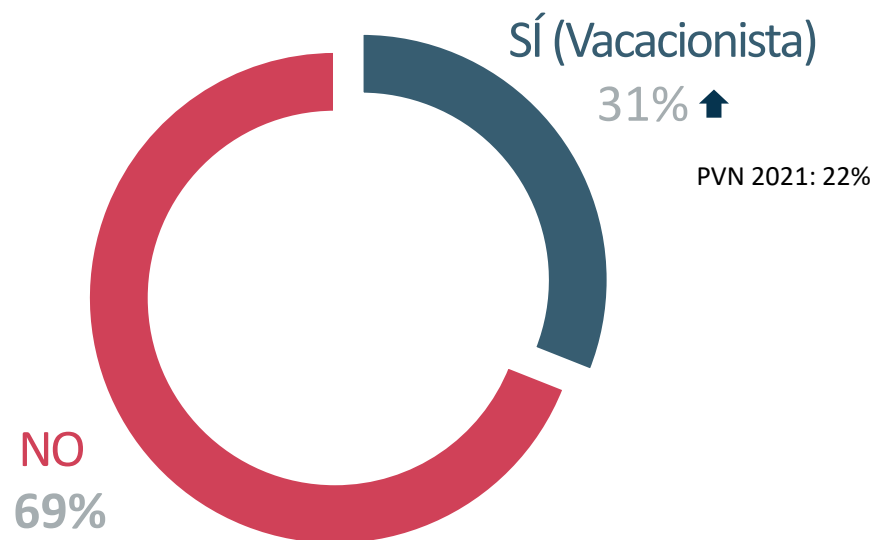
Conozcamos al vacacionista nacional 2022



¿Cuántos vacacionistas nacionales viajaron dentro del país?

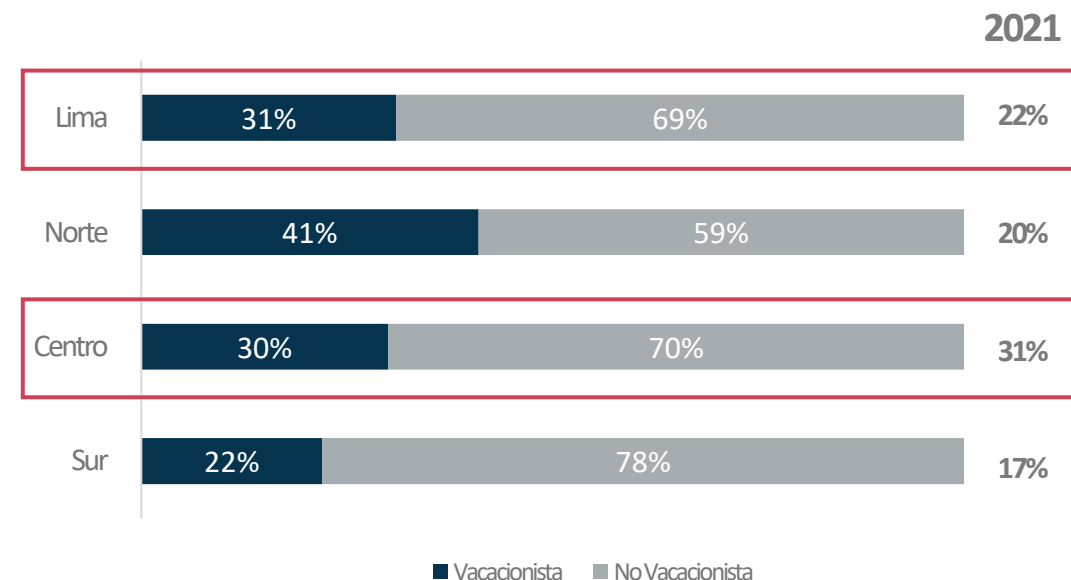
2,7 millones de peruanos viajaron por vacaciones a un destino nacional entre enero y diciembre de 2022. Si bien, un 30% de los que residieron en la macro región centro viajó por vacaciones; por tamaño poblacional, Lima tuvo más vacacionistas.

¿Viajó por vacaciones dentro del país? (01 enero – 31 diciembre 2022)



Base: total de encuestados (1634)

Vacacionista Nacional - Según lugar de residencia – Macro regiones* - (01 enero – 31 diciembre 2022)



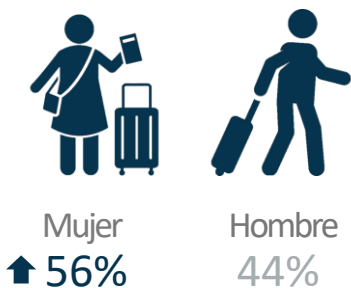
* Las regiones que conforman cada macro región son las que se utilizan en Turismo Interno. Eje: Ica (dentro macro región centro). Sin embargo, para el análisis, en este gráfico se separó Lima de la macro región centro.

Características de los vacacionistas

La conformación por grupos de edad, fue similar al 2019. El **67% fueron jóvenes** (Centennials y Millennials), quienes fueron los principales reactivadores de turismo en pandemia, siendo **Lima principal región emisora**.

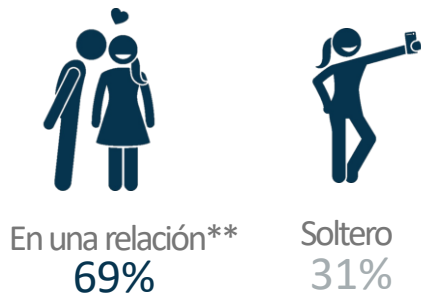
PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2022

Género

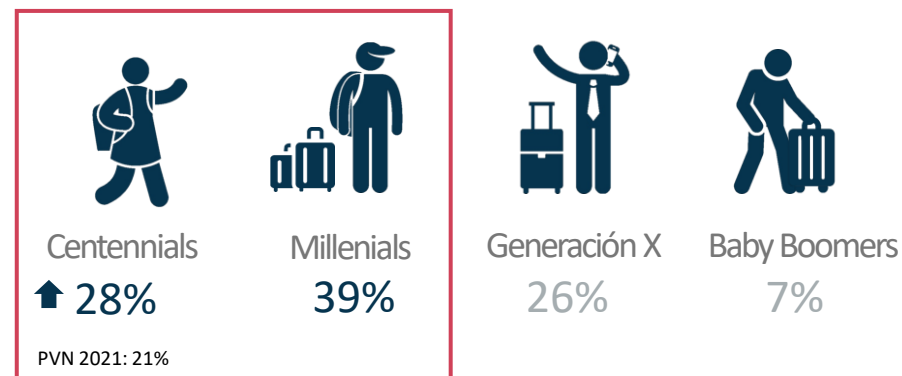


PVN 2021: 48%
PVN 2019: 52%

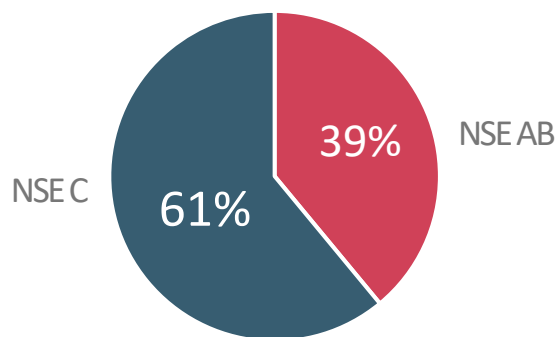
Situación Actual



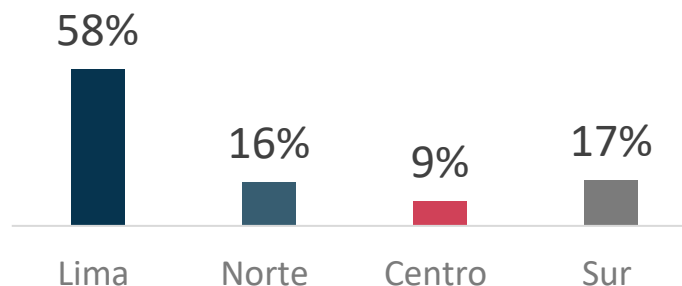
Generación



Nivel Socioeconómico



Región de residencia



Generación Z* : 18 - 27 años
 Generación Y : 28 - 43 años
 Generación X : 44 - 57 años
 Baby boomers* : 58 - 64 años

*Para fines del estudio, ya que la Generación Z incluye entre 6 y 27 años.
Para fines del estudio, ya que los Baby boomers incluye entre 57 y 75 años.

** Pueden vivir o no con su pareja

Base: total vacacionista (866)

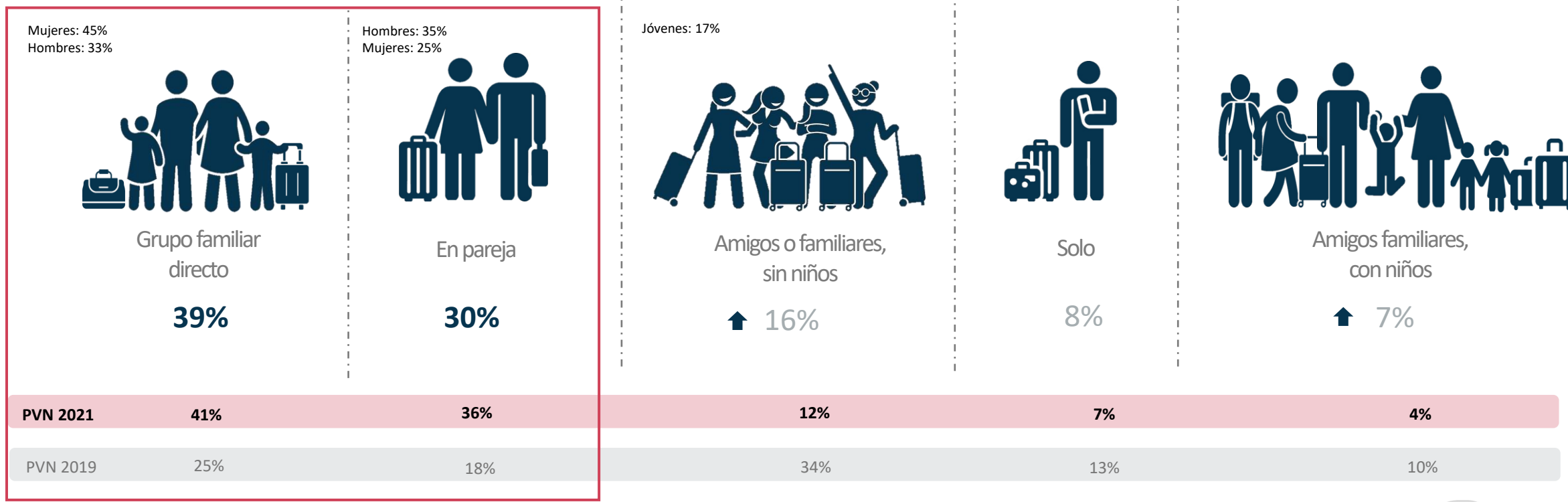
Y, ¿con quiénes viajaron?

En el 2022, los vacacionistas continuaron viajando con personas de **su entera confianza**, sea con su pareja o con familiares con quienes comparten domicilio (padres o hijos). Es así que, alrededor de **7 de cada 10 vacacionistas se movilizaron en grupos reducidos**.

No obstante se observa **un ligero incremento en los grupos más grandes**, esto se debería a la necesidad de viajar y compartir con amigos; además, que los temores de contagio han disminuido gracias a la vacunación.

Grupos reducidos (69%)

PVN 2021: 77%



Base: total vacacionista (866)

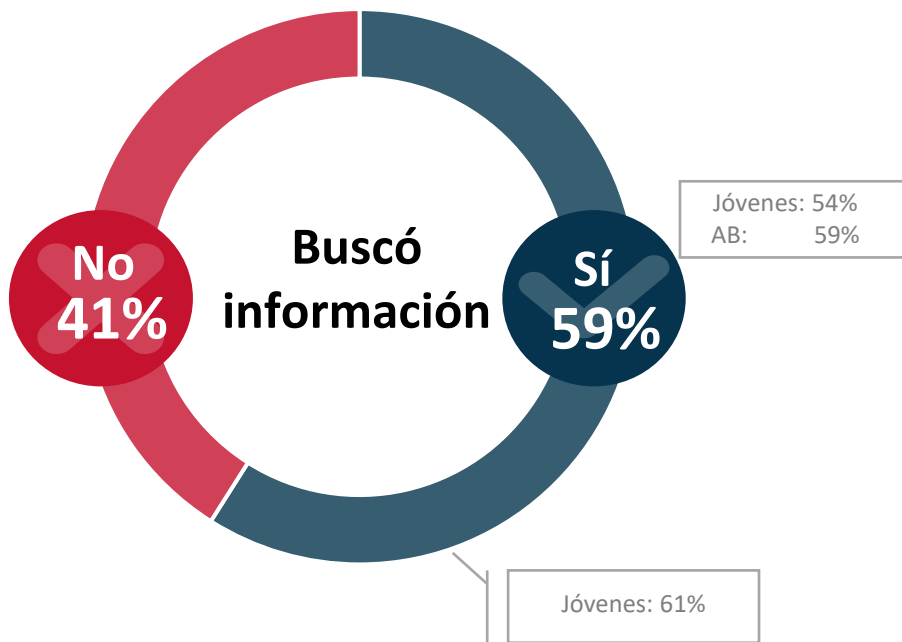
¿Buscaron información antes de viajar?

Luego de las redes sociales, “Y Tú Qué Planes” continuó siendo el medio más buscado antes de viajar por los vacacionistas. En general, este último medio, fue usado por el **31%** de la población vacacionista estudiada, representado a **859 048 peruanos**.

Por otro lado, hay un incremento en el *boca a boca*, y se debería al aumento de los viajes en compañía de amigos.

¿Dónde buscó información turística antes de viajar?

- Principales medios-



	2022	2021
✓ Redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, etc.)	71%	69%
✓ Página web “Y Tú Qué Planes”	53%	53%
✓ Recomendaciones de familiares/amigos	↑ 47%	36%
✓ Foros/Blogs/Páginas web especializadas en turismo (TripAdvisor, Booking, etc.)	34%	32%
✓ Agencias de viaje de turismo (presencial o virtual)	31%	37%

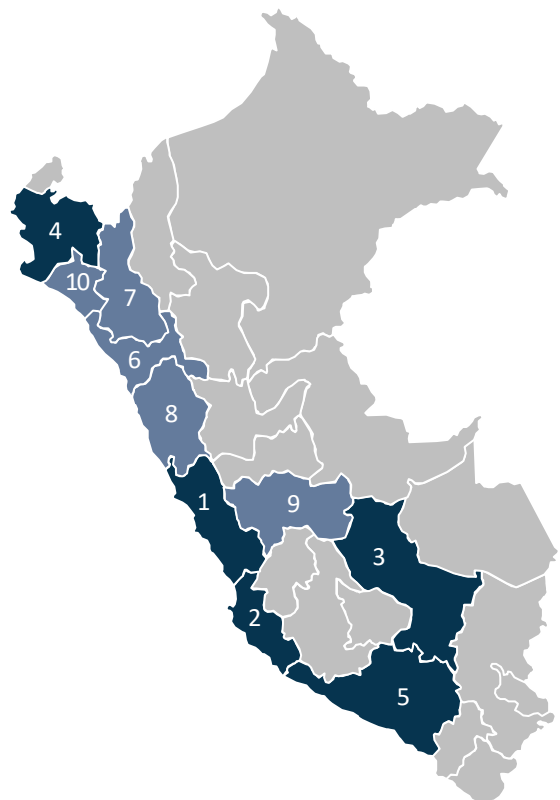
Otros: Oficina de información turística (15%), eventos/ferias de turismo (11%) y medios convencionales (9%).

Base: total vacacionista (866)

Base: Vacacionistas que buscaron información antes de viajar (513)

¿Cuáles fueron los principales destinos nacionales visitados?

Durante el 2022, Lima e Ica van teniendo mayor presencia conforme va pasando el rezago de la pandemia, volviendo a ocupar los primeros puestos, tal como en el 2019.



10 principales destinos visitados

	2022	2021	2022
1 ↑ Lima	16%	12%	6
2 ↑ Ica	12%	10%	7
3 ↓ Cusco	10%	13%	8
4 Piura	7%	9%	9
5 Arequipa	7%	7%	10
			La Libertad
			6%
			Cajamarca
			5%
			Áncash
			4%
			Junín
			4%
			Lambayeque
			4%

Base: total vacacionista (866)

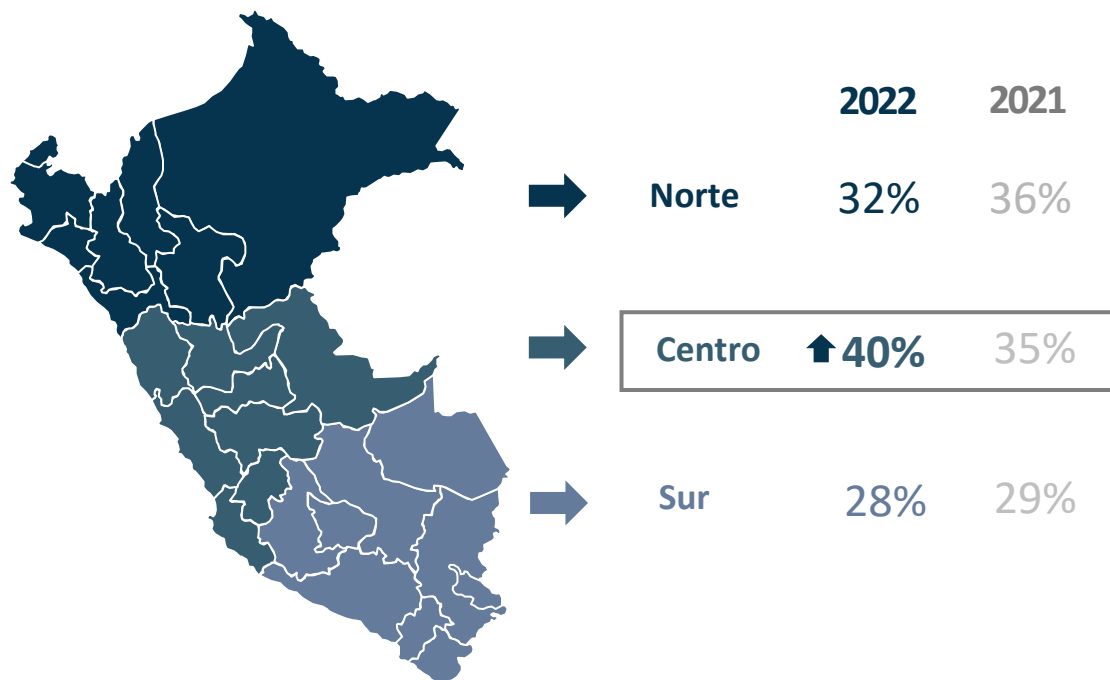
¿Qué macro región fue la más visitada?, ¿viajaron cerca o lejos?

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2022

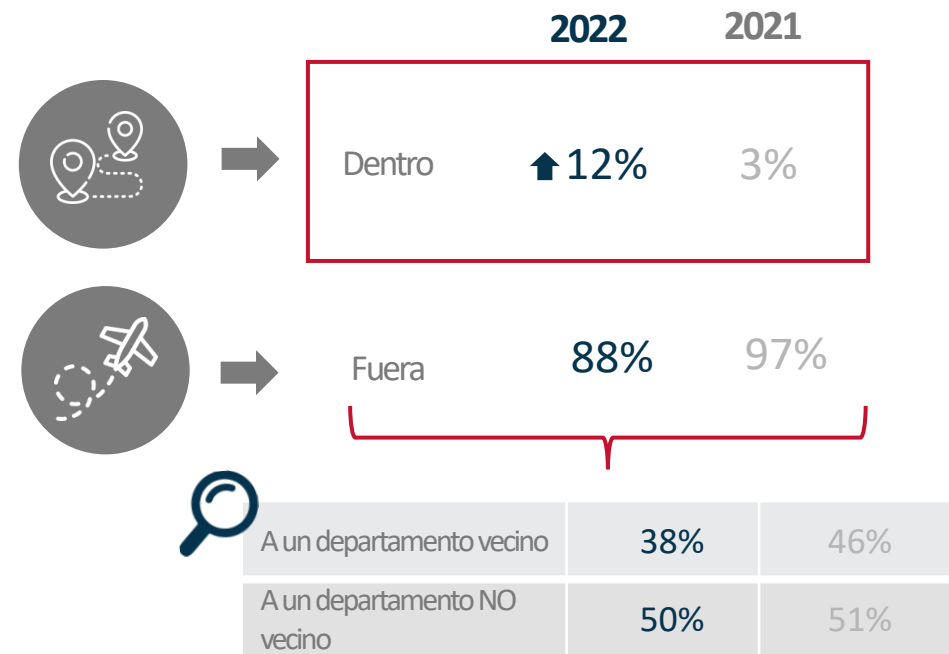
Las macro regiones de **Centro** y **Norte** fueron las más visitadas; además, **alrededor 9 de cada 10 vacacionistas viajó fuera de su región de residencia**, y más de la mitad lo hizo a un departamento no vecino.

Por otro lado, se observa un crecimiento los viajes por vacaciones dentro de su región de residencia debido a la **“conciencia de ahorro”**.

Por Macro región



Dentro/Fuera de la región de residencia



Base: total vacacionista (866)

Base: total vacacionista (866)

¿Qué tipo de alojamiento usaron?

7 de cada 10 usó un alojamiento pagado. Aquellos vacacionistas que contaban con la posibilidad de pagar, decidieron mantener su alojamiento usual, y para los que se vieron afectados por la situación económica han decidido bajar a una categoría “más accesible” como hoteles de 1 y 2 estrellas; además, de contar con la opción de la casa de familiares/amigos.

		Tipo de alojamiento		
		2022	2021	2019
	Alojamiento pagado	↓ 69%	80%	66%
NSE AB: 17%	Hotel 4 y 5 estrellas	11%	10%	2%
Baby Boomers: 30%	Hotel 3 estrellas	24%	30%	17%
	Hotel 1 y 2 estrellas	11%	9%	24%
	Hostal	12%	17%	18%
	Otros alojamientos pagados*	11%	14%	5%

* Casa de hospedaje pagada (5%), Departamento/casa alquilada (4%) y Club/Bungaló (2%).

	Casa de familiares/amigos	↑ 28%	17%	24%
		NSE C: 32%		
	Otros tipos de alojamiento**	3%	3%	5%

** Incluye: casa/departamento propio y carpas/campamento.

Base: total vacacionista (866)

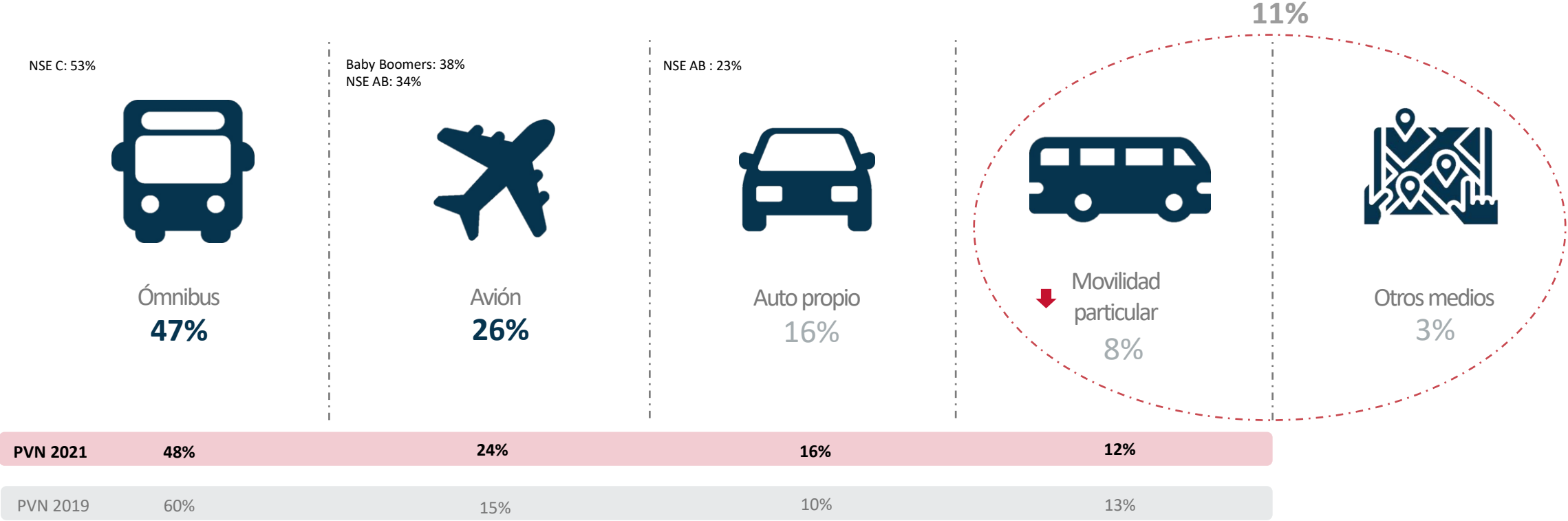
Noches de permanencia



¿Qué transporte utilizaron?

El **bus** continua siendo el principal medio usado. No obstante, hubo un decrecimiento en el uso de la movilidad particular; ya que, se está volviendo a emplear transportes en los cuales se comparte con mayor cantidad de pasajeros (conocidos o no), como el avión.

Tipo de transporte

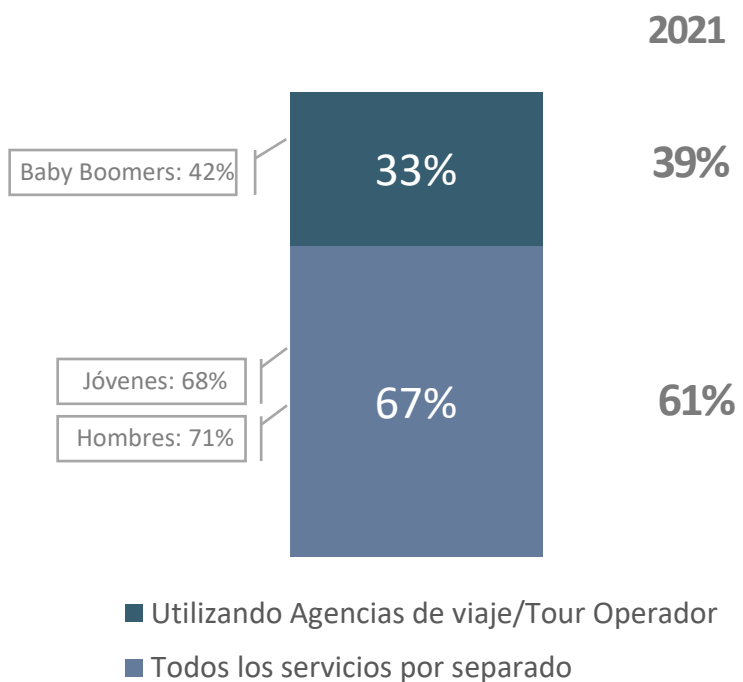


Otros: Minivan, Combi, Moto y Taxi.
Base: total vacacionista (866)

¿Cómo se organizó?, ¿Cuánto gastó?

Alrededor de 2 de cada 3 hizo uso de una agencia de viajes o tour operador. El gasto bajó a S/ 589, y está comenzando a regularizarse a como era antes de pandemia. No obstante, el precio sigue alto y esto podría deberse a la situación inflacionaria que atravesó el país durante el año; como por ejemplo, el aumento en los combustibles y comidas fuera del hogar.

¿Cómo organizó su viaje?



¿Cuánto gastó?

Gasto promedio



PVN 2021: s/657

Cuenta Propia → s/ 557

Agencia de viaje → s/ 664

Gasto promedio diario



PVN 2021: s/159

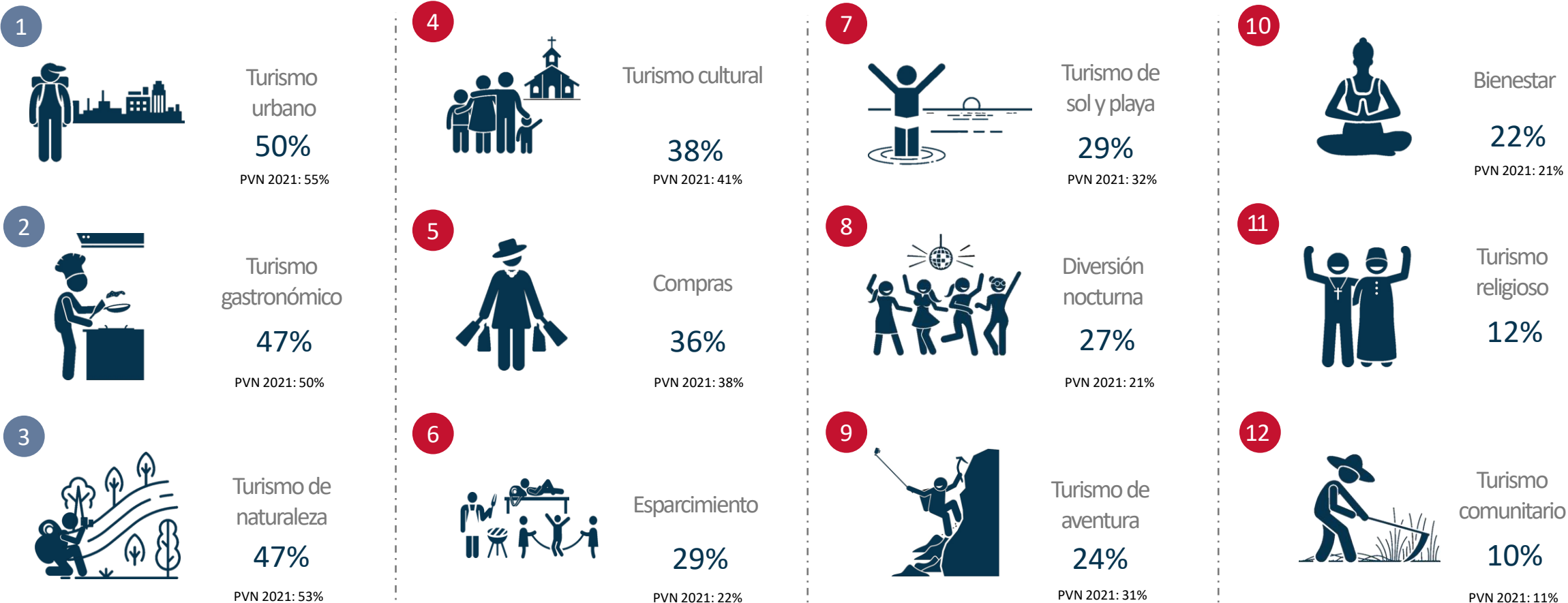
Cuenta Propia → s/ 139

Agencia de viaje → s/ 184

Base: total vacacionista (866)

¿Qué actividades realizaron durante su viaje?

Las actividades de turismo **urbano**, **gastronómico**, **naturaleza** y **cultural** fueron las más demandadas, y en promedio el vacacionista ha realizado alrededor de 4 actividades durante su viaje. Se registró un decrecimiento en la mayoría de actividades; sin embargo, **aquellas actividades que se realizan en grandes grupos de amigos han comenzado a crecer**, tal es el caso de diversión nocturna y esparcimiento.



Base: total vacacionista (866)

¿Qué actividades GASTRONÓMICAS realizaron?

Las actividades gastronómicas fueron **las segundas más realizadas (47%)** por los vacacionistas.

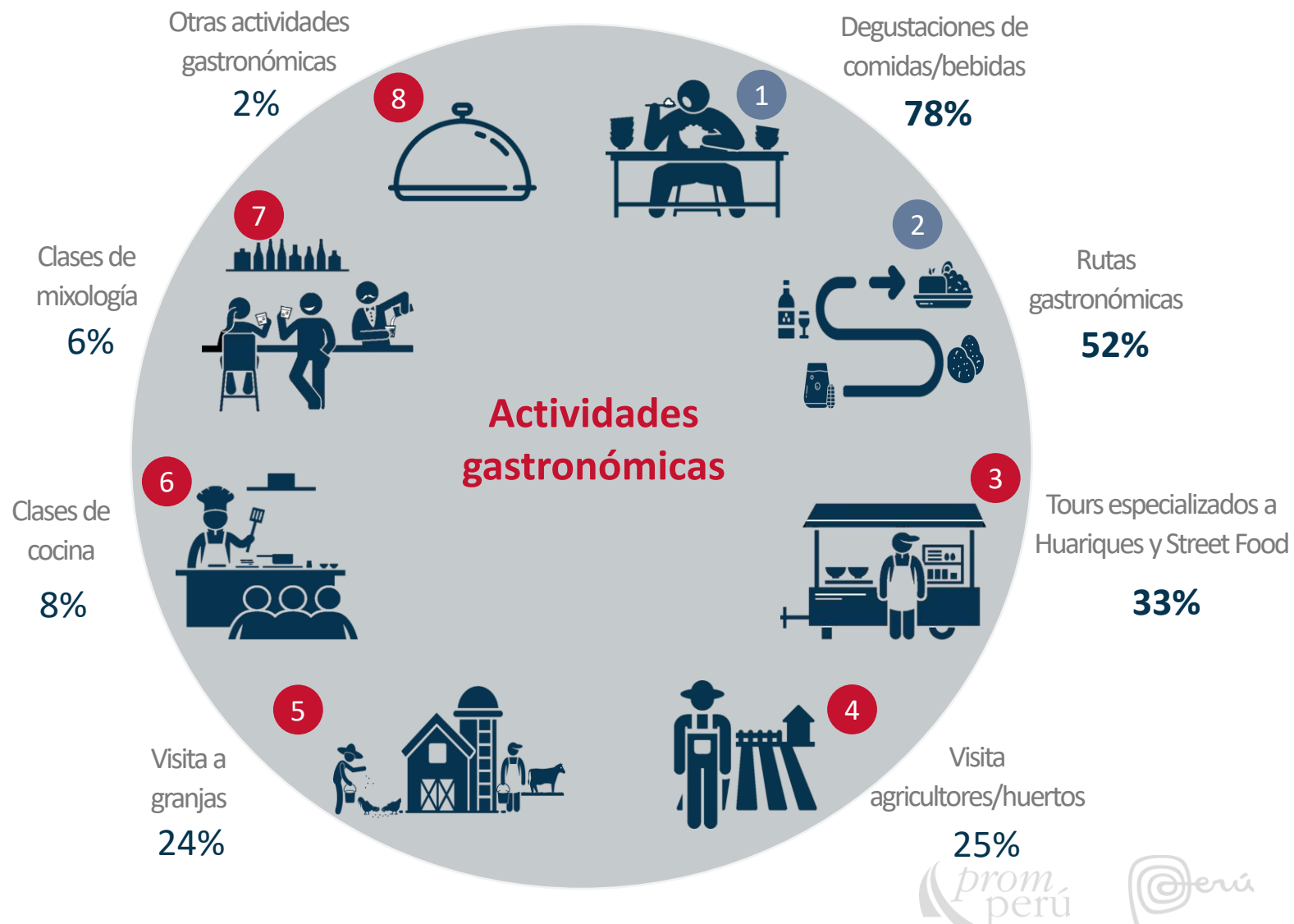


En promedio han realizado, al menos, **2 actividades gastronómicas** durante su viaje.



Entre las actividades gastronómicas más solicitadas encontramos:

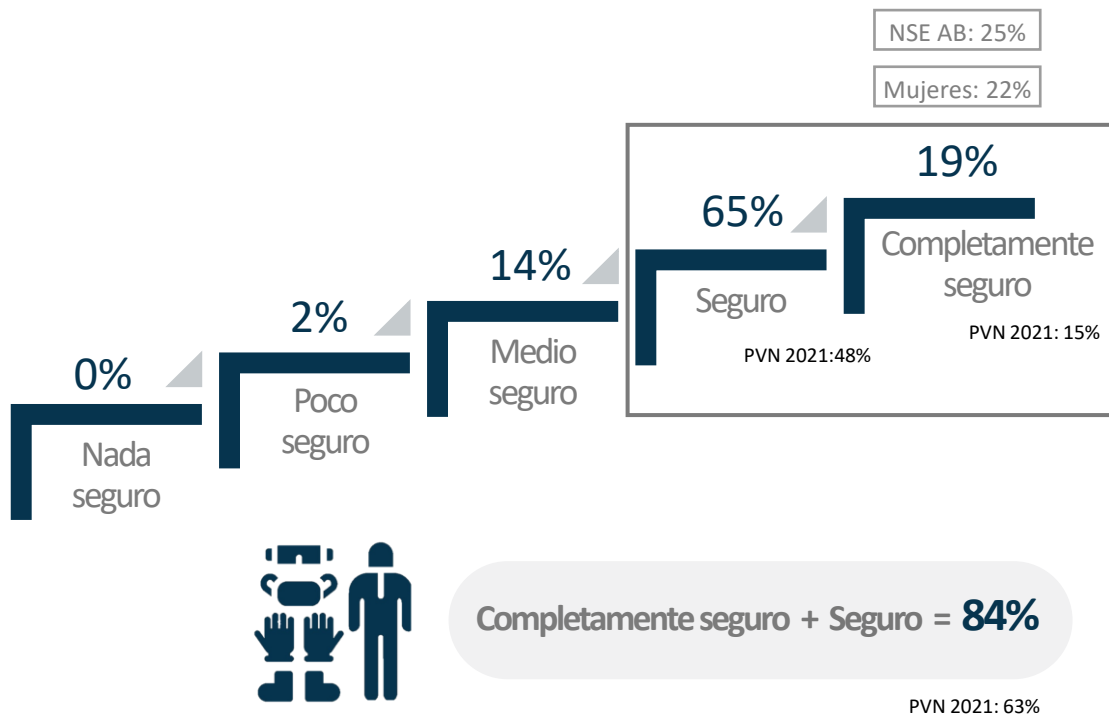
- *Degustaciones de comidas/bebidas*
 - *Rutas gastronómicas*



Y, ¿qué tan seguro se sintió con los protocolos de seguridad?

8 de cada 10 se sintió seguro durante el viaje, especialmente en aquellos que utilizaron agencia de viajes; siendo está, una de las posibles razones por las que los vacacionistas siguieron utilizándolas.

Seguridad en los servicios durante el viaje



De acuerdo a cómo organizó el viaje:

	Agencia de viaje	Cuenta propia
Completamente seguro	22%	17%
Seguro	64%	66%
Medio seguro	12%	15%
Poco seguro	1%	2%
Nada seguro	1%	0%

Completamente seguro + Seguro:

	Agencia de viaje	Cuenta propia
Vacacionista promedio	86%	83%
Jóvenes	84%	85%
Generación X	90%	80%
Baby Boomers	90%	85%

Base: total vacacionista (866)



¿Utilizaría ofertas donde se pueda compartir distintos servicios con su mascota durante el viaje?

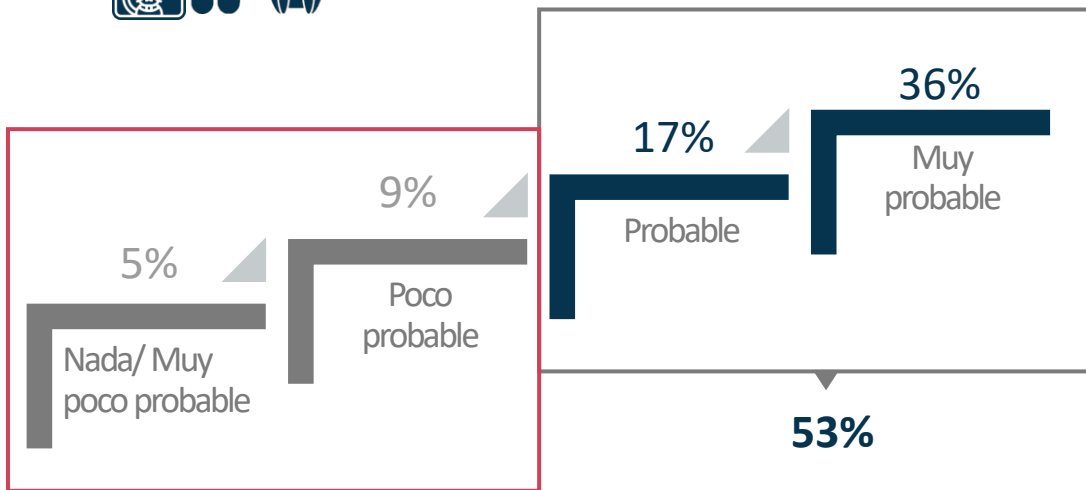
PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2022

1 de cada 3 indicó que definitivamente tomaría alguna oferta que les permita compartir el tiempo de viaje con su mascota. Además, más de la mitad de vacacionistas se muestra interesado y positivo ante esta idea, especialmente para los que viajan por cuenta propia.

Ofertas para viajar con la mascota



Lo Tomaría **33%**



14%

Base: total vacacionista (866)

Por características demográficas, quién SÍ lo tomaría:



Mujer
35%



NSE AB
37%



Jóvenes
36%

De acuerdo a cómo organizó su viaje:



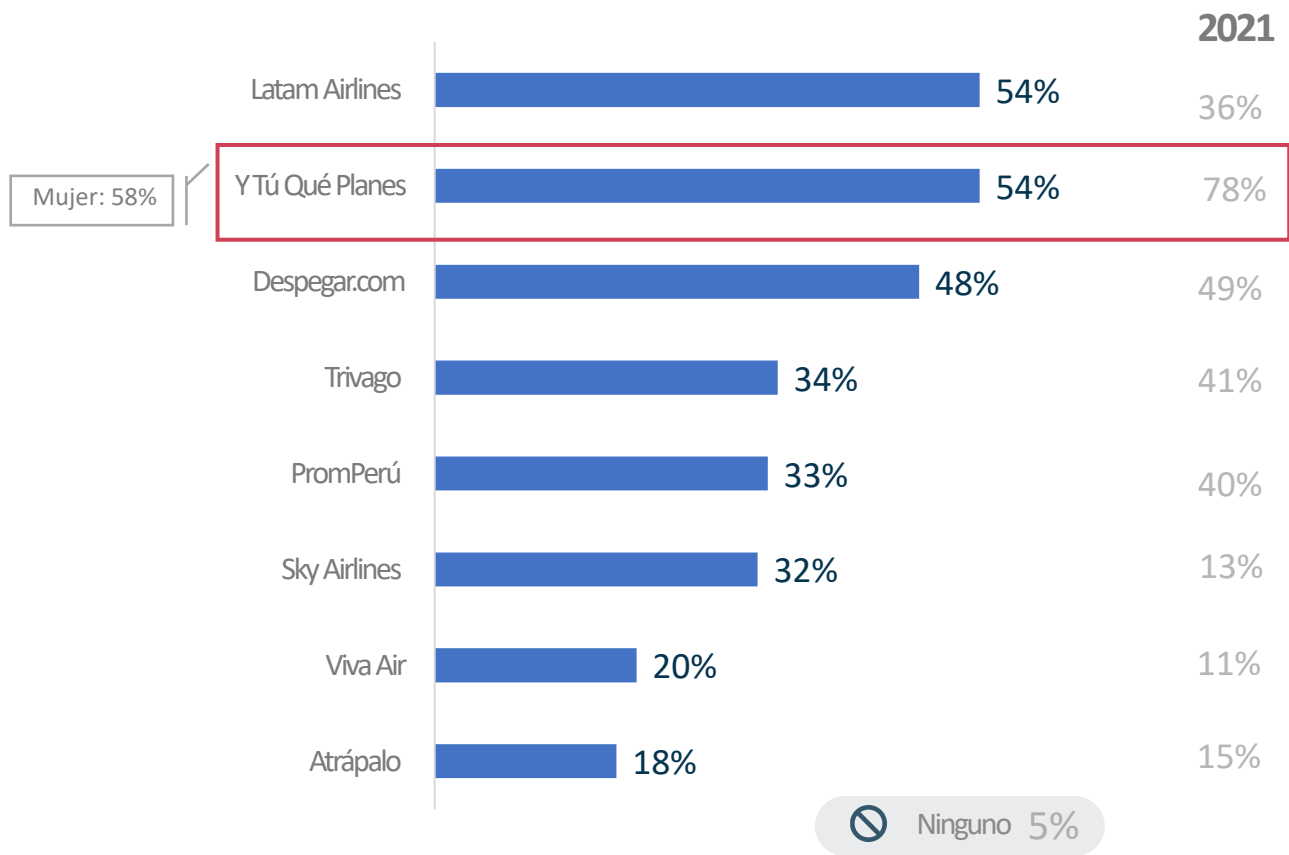
LO TOMARÍA	Agencia de viaje	Cuenta propia
Muy probable / Probable	60%	50%
Poco probable	7%	10%
Nada/ Muy poco probable	5%	4%



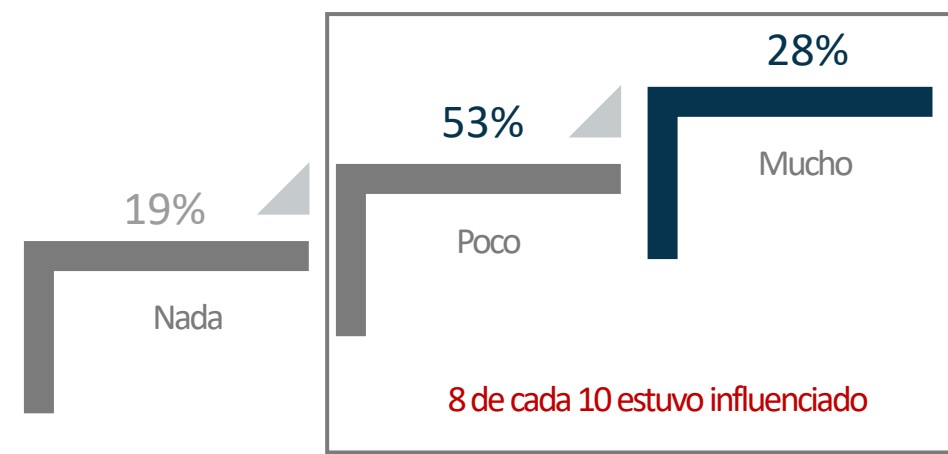
¿Qué publicidad recordó y cómo lo influenció?

En general, durante el 2022, el 44% de los vacacionistas estuvieron influenciados por la publicidad de la página “Y Tú Qué Planes”, generando S/4 662 millones de movimiento económico, siendo casi el doble lo generado en el 2021 (S/ 2 460 millones).

Recordación Publicidad Turística - Entre enero y diciembre 2022-



¿Cómo influyó en su viaje? - La página Y Tú Qué Planes”



Base: total vacacionista que recordaron alguna publicidad de “Y Tú Qué Planes” (580)

Base: total vacacionista (866)



5

Conclusiones

- Principales observaciones”



Permanencia y hospedaje

Pernoctaron 4 noches, y el alojamiento pagado, especialmente hoteles, fue el más utilizado.

Gasto

El gasto promedio es de S/ 589

Medio de transporte

El bus es el principal medio de transporte, seguido por el avión. Cabe señalar que se está volviendo a utilizar transportes en los cuales se comparte con mayor cantidad de pasajeros.

Grupos de viaje

7 de cada 10 vacacionistas se moviliza en grupos reducidos.

Actividades realizadas

Las actividades de turismo urbano, gastronómico, naturaleza y cultural fueron las más demandadas.

Organización del viaje

2 de cada 3 hizo uso de una agencia de viaje o tour operador.

Publicidad

El 44% de los vacacionistas estuvieron influenciados por la publicidad de la página "Y Tú Qué Planes", generando S/ 4 662 millones de movimiento económico

Destino de viaje

Lima e Ica fueron los destinos preferidos, siendo las macro regiones Centro y Norte más visitadas.



Perfil del Vacacionista Nacional

- Año 2022 -

