

A photograph of four hikers with large backpacks ascending a rocky mountain trail. The hiker in the foreground is on the left, using trekking poles. The background shows a vast mountain range under a clear sky.

TURISMO EN CIFRAS

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL POSCUARENTENA

Julio 2020 – Junio 2021





EXPOSITOR:

JULIO IVÁN MADUEÑO APARICIO

Especialista en inteligencia de mercados – PROMPERÚ

A photograph of four hikers with large backpacks ascending a rocky mountain trail. The hikers are silhouetted against a bright, hazy sky. The foreground is filled with dry, golden-brown grass and rocks. In the background, there are rolling hills and distant mountain ranges under a clear sky.

TURISMO EN CIFRAS

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL POSCUARENTENA

Julio 2020 – Junio 2021



Nuestra ruta de análisis:



I. CONTEXTO SANITARIO Y EL TURISMO, A NIVEL GENERAL



II. TURISMO INTERNO

La importancia del mercado nacional



III. PERFIL DE VACACIONISTA POSCUARENTENA

Julio 2020 – Junio 2021



IV. INTENCIÓN

¿Cómo va la predisposición por vacacionar? – Julio 2021



V. TENDENCIAS



V. REFLEXIONES FINALES



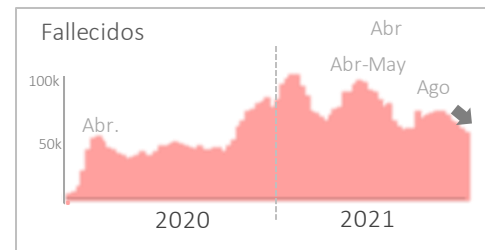
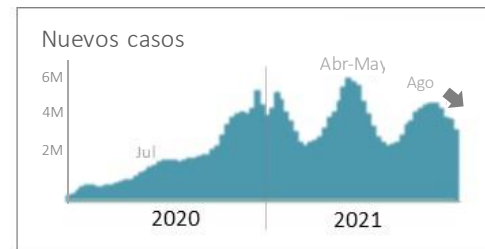
Contexto mundial: El GRAN reto que genera el Covid19.

Desde que la OMS declaró, en marzo del 2020, al Covid-19 como pandemia, se ha suscitado varias olas de contagios y muertes, en diferentes periodos y por regiones, con efectos negativos en muchos sectores económicos.



Fuente: Johns Hopkins University - Coronavirus Resource Center (al 07 de octubre de 2021).

Actualmente, a nivel mundial, hay una tendencia general decreciente en el número de nuevos casos y muertes por Covid-19.



Nota: casos semanales.

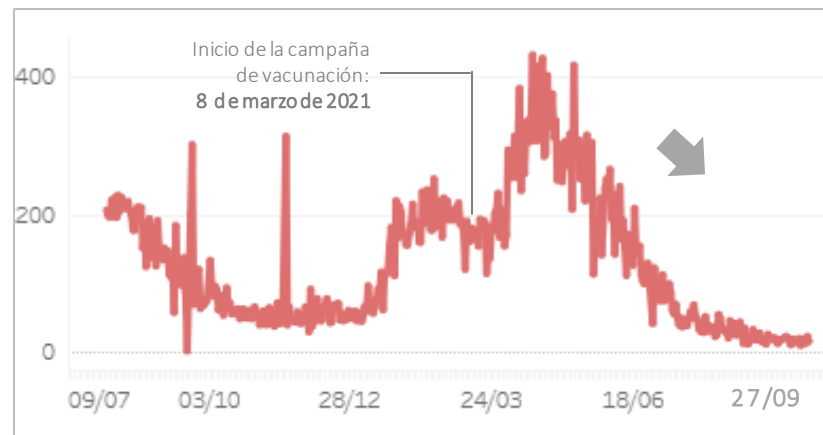
En nuestro país...

A partir del 6 de marzo del 2020, fecha en que se confirmó el primer caso, nuestro país ha sufrido 2 olas principales por covid-19. Actualmente, el número de casos y muertes por la pandemia presentan un descenso, en especial, a partir de junio.

PERÚ: EVOLUCIÓN DIARIA DE CASOS POR COVID19
(Al 07 de octubre de 2021)



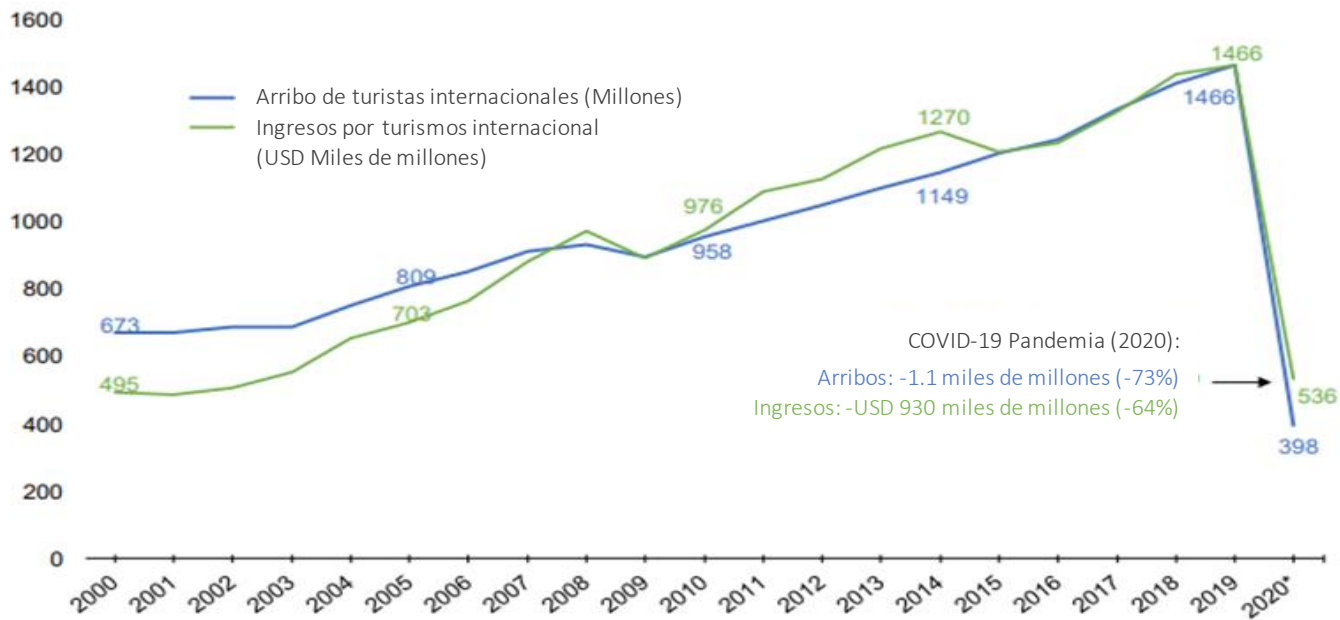
PERÚ: EVOLUCIÓN DIARIA DE FALLECIDOS POR COVID19
(Al 07 de octubre de 2021)



Fuente: Sala Situacional del MINSA.

Turismo: Contexto mundial

Entre enero y julio de 2021, las llegadas de turistas internacionales en el mundo fueron un **80% menor a las del 2019** y **40% inferior a las del 2020**.



Fuente: OMT

*Estimación, según OMT a sept 2021

Y, ¿cómo va el turismo en nuestro país?

- En el 2020, los viajes por turismo interno representaron el **94 %** del total viajes en el Perú.



14,4 millones
viajes nacionales 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 2021, se proyecta que los viajes por turismo **interno crecerían 1.9%** (14,6 millones), representando el **97%** del total de viajes por turismo estimado en el Perú (15,1 millones).

Fuente: DGIETA - Mincetur (con información disponible al 20 de agosto de 2021)

Conozcamos a este vacacionista nacional





PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL POSCUARENTENA

(Julio 2020 – Junio 2021)

Algunas definiciones



Turista nacional

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

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

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 julio de 2020** y el **30 de junio de 2021**.



MUESTRA

Se realizaron un total de 1000 encuestas “on line”, de las cuales se encontró que 160 encuestados fueron vacacionistas, distribuidos de la siguiente manera:

Lima: 50 encuestas.
Provincias: 110 encuestas.



METODOLOGÍA

Cuantitativa a través de encuestas “on line” a través de uso de un panel de personas, a nivel nacional.

Período de análisis: 01 de julio de 2020- 30 de junio de 2021.



TRABAJO DE CAMPO

Entre el 07 y 21 de julio de 2021, realizada por la empresa MADISON.

¿A quiénes investigamos?

Período de análisis: Julio 2020 - Junio de 2021.



POBLACIÓN
INVESTIGADA

(1) Población investigada: 9 062 809

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

VACACIONISTA
NACIONAL 13 %

(2) Vacacionistas: 1 186 365

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

Fuentes: (1) INEI (Proyecciones), y (2) Perfil del vacacionista, no vacacionista nacional poscuarentena

Turismo interno

De los **9 062 809** peruanos pertenecientes al segmento en análisis:

El **13 %** viajó por vacaciones

Representando
1,2 millones
vacacionistas

Cada vacacionista
realizó **2** viajes al año
(en promedio)

Logrando
2,9 millones de
viajes

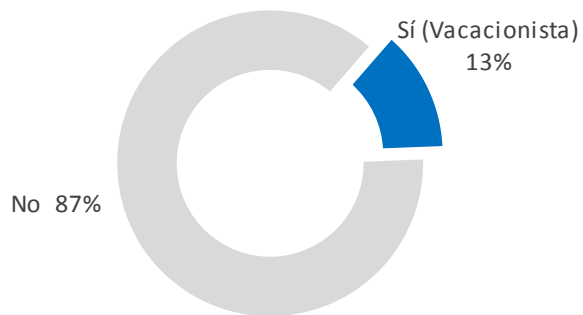
Fuente: Promperú

Nota: tomar en cuenta que las cifras están redondeadas

¿Cuántos vacacionista nacionales viajaron dentro del país?

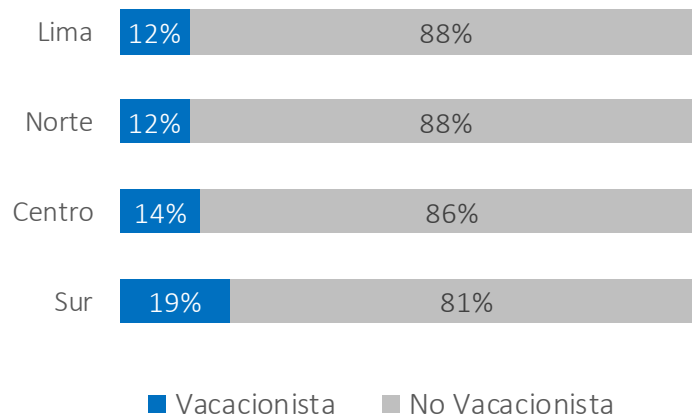
1,2 millones de peruanos viajaron por vacaciones hacia un destino nacional entre julio 2020 y junio de 2021.

¿Viajó por vacaciones dentro del país? (01 julio 2020 – 30 junio 2021)



Base: Total de entrevistados

Vacacionista Nacional Según lugar residencia – Macro regiones (01 julio 2020 – 30 junio 2021)



Entre el 01 de julio de 2020 y el 30 de junio de 2021, ¿ha realizado algún viaje por vacaciones, recreación u ocio dentro del país?

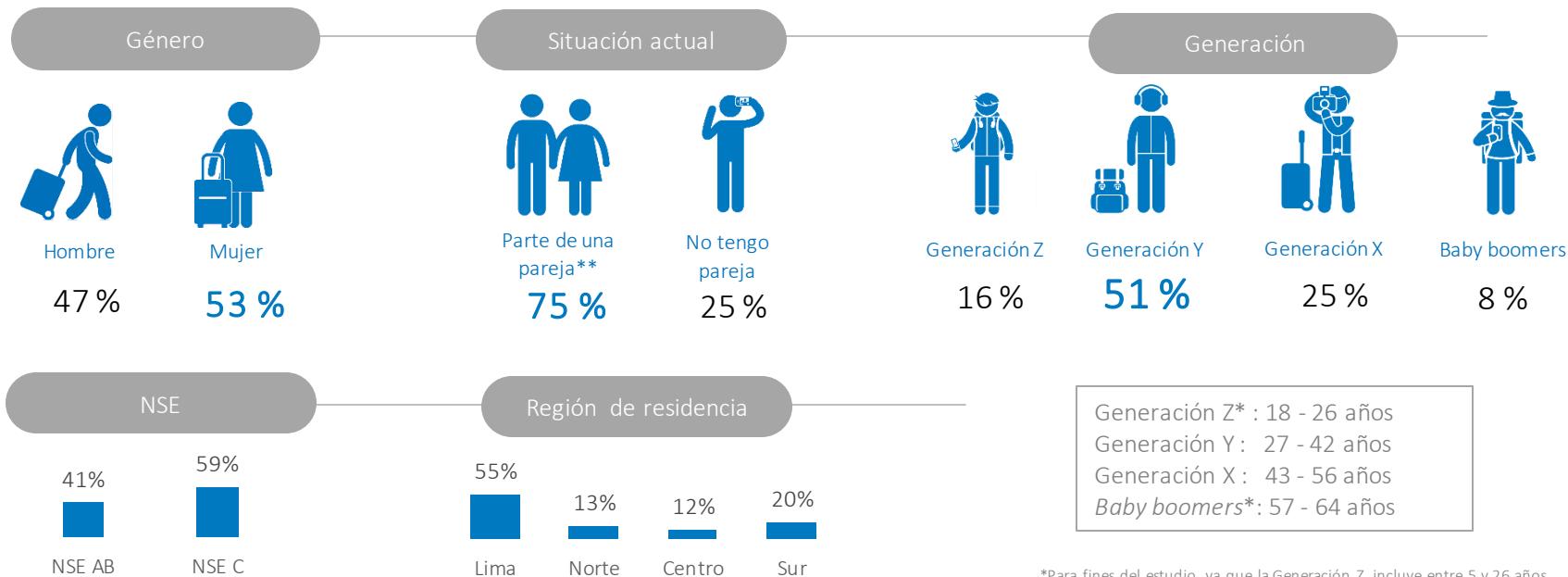


PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL POSCUARENTENA

PRINCIPALES HALLAZGOS

Características de los vacacionistas

Los jóvenes fueron los que más viajaron; las **generaciones Z e Y** representaron el **67 % del total de vacacionistas**.
1 de cada 2 provino de la **región Lima**.



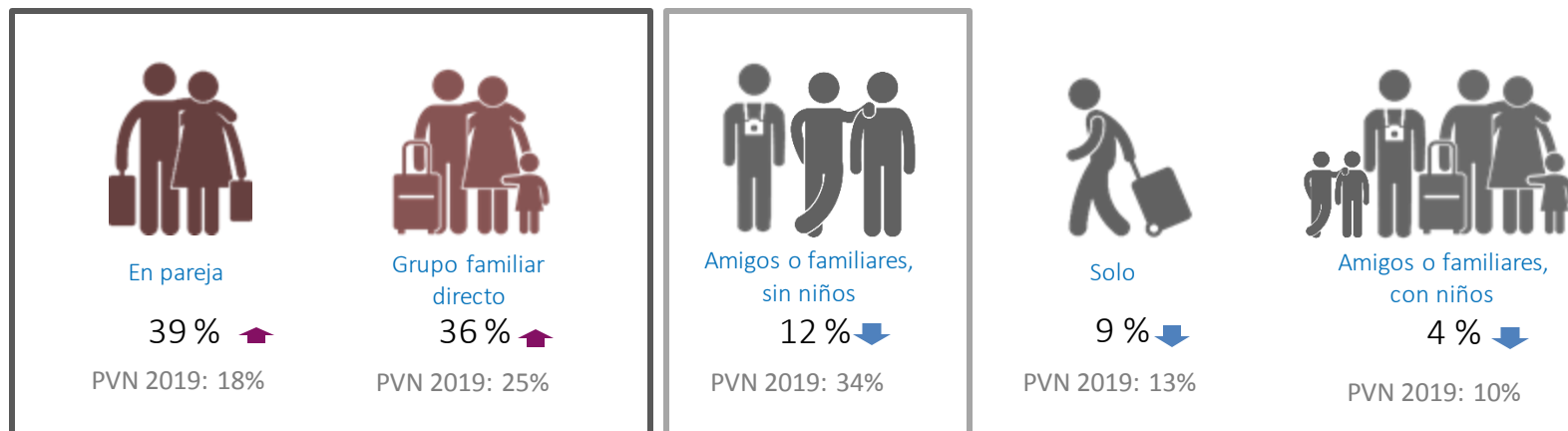
Base: total vacacionistas

*Para fines del estudio, ya que la Generación Z incluye entre 5 y 26 años.
Para fines del estudio, ya que los Baby boomers incluye entre 57 y 74 años.
**Tienen pareja (pueden vivir juntos o no)

Y, ¿cómo viajaron?

Los vacacionistas prefirieron viajar con personas de **su entera confianza, sea con su pareja o con familiares con quienes comparten la casa (padres o hijos)**. Es así que, **3 de cada 4 vacacionistas** se movilizaron en **grupos reducidos**.

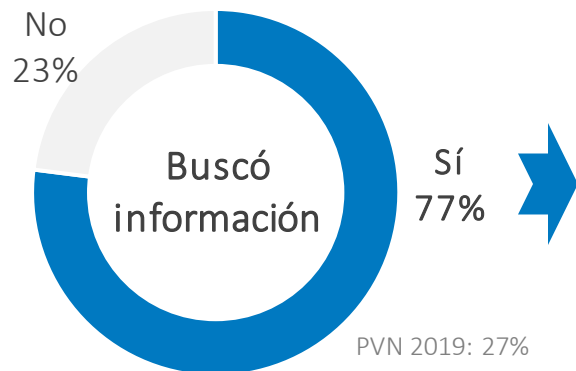
Grupos reducidos (75%)



Base: total vacacionistas

¿Buscaron información antes de viajar?

- ✓ Los vacacionistas han buscado mayor información acerca de la situación de los posibles destinos.
- ✓ Los vacacionistas principalmente hicieron uso de los medios “no convencionales” como fuente de información.



Base: total vacacionistas

¿Dónde buscó información turística antes de viajar?

- Principales medios -

Redes sociales (Facebook, Instagram, etc)	62 %
Página web <i>Y tú que planes</i>	55 %
Recomendaciones de familiares/amigos	44 %
Foros/blogs/Páginas web especializadas en turismo (Tripadvisor, Booking, etc)	38 %
Agencias de viaje/turismo en formato virtual	32 %

Base: vacacionistas que buscaron información antes de viajar (114 casos)

Otros: Medios convencionales (11%), Oficinas de información turística (11%), Ferias virtuales (10%)

¿Cuáles fueron los destinos más visitados?

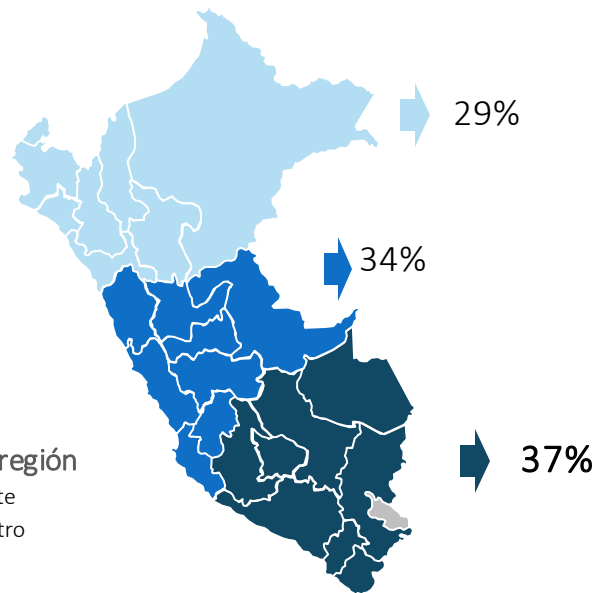
Cusco fue el principal destino visitado, seguido por Arequipa e Ica. La **macroregión Sur** fue la más visitada.

5 principales regiones visitadas

1	Cusco	14 %
2	Arequipa	12 %
3	Ica	11 %
4	Áncash	8 %
5	Lima	8 %



Base: total vacacionistas



Base: total vacacionistas

¿Qué tipo de hospedaje usaron?

3 de cada 4 usó un alojamiento pagado. Se aprecia el uso de **alojamientos de mayor categoría**, como sinónimo de mayor seguridad sanitaria.

Tipo de alojamiento ⁽¹⁾		Pot Vac** 2020	PVN 2019
Alojamiento pagado	Hotel 4 o 5 estrellas	14 %	12%
	Hotel 3 estrellas	32 %	32%
	Hotel 1 o 2 estrellas	14 %	16%
	Hostal	10 %	
	Casa de familiares o amigos	22 %	27%
	Casa de hospedaje pagada / Bungalow / Club/ Departamento alquilado	6%	
	Otros *	2 %	

Base: total vacacionistas

N.º noches



5 Con agencia: 4 noches
Por Cta. propia: 6 noches

(PVN 2019: 4 noches)

(1) Dada la diversidad de respuestas, considerar los porcentajes como **tendencias**, ya que la base es sólo de 160 casos.

* Incluye: carpas, campamento, casa propia ** Filtrado : segmento ABC entre 18-64 años.

¿Qué transporte utilizaron?

El **bus** y el **avión** fueron los principales medios usados. Se aprecia un mayor uso del avión (respecto al 2019) ya que, a través de este medio, el vacacionista podría llegar más rápido y seguro al destino.

Tipo de transporte		Pot Vac** 2020	PVN 2019
Bus	38 %	38%	60%
Avión	36 %	46%	15%
Auto propio	16 %		
Movilidad particular*	7 %		
Otros	3 %		



Base: total vacacionistas

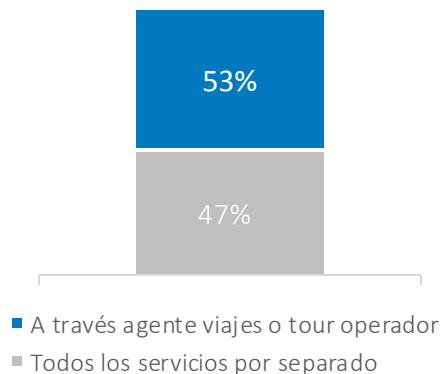
* Puede ser de un familiar o amigo
** Segmento ABCentre 18-64 años.

Nota: PVN 2019 (10% usó auto propio)

¿Cómo se organizó?, ¿cuánto gastó?

1 de cada 2 hizo uso de una **agencia de viajes o tour operador**, siendo el gasto de viaje mayor respecto a quienes sólo viajaron por cuenta propia.

¿Cómo organizó su viaje?



Y, ¿cuánto gastó?

-Gasto promedio-

S/585

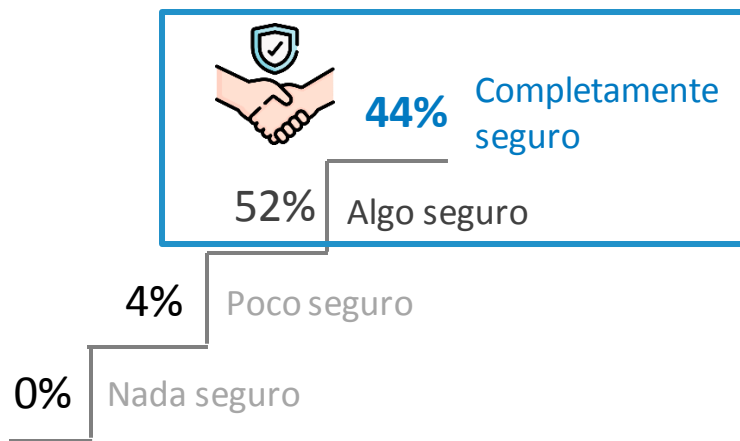


Gasto diario por persona: S/ 120

Base: total vacacionistas.

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

4 de cada 10 se sintió completamente seguro en el viaje, principalmente aquellos que hicieron uso de una agencia de viajes o tour operador.



Base: total vacacionistas.

De acuerdo a cómo organizó su viaje

	Con agencia	Por Cta propia
Completamente seguro	50%	38%
Algo seguro	45%	59%
Poco seguro	5%	3%
Nada seguro	-	-

¿Qué actividades realizaron durante el viaje?

El turismo de **naturaleza, urbano, gastronómico y cultural** fueron las principales actividades realizadas por los vacacionistas, junto con las compras.

1



Turismo de naturaleza

63 %

PVN 19: 55%

2



Turismo urbano

59 %

PVN 19: 88%

3



Turismo gastronómico

56%

4



Compras

52%

5



Turismo cultural

50 %

PVN 19: 36%

6



Esparcimiento

25 %

7



Turismo de aventura

23 %

PVN 19: 15%

8



Bienestar

21 %

9



Turismo de sol y playa

17 %

PVN 19: 30%

10



Turismo comunitario

16%

11



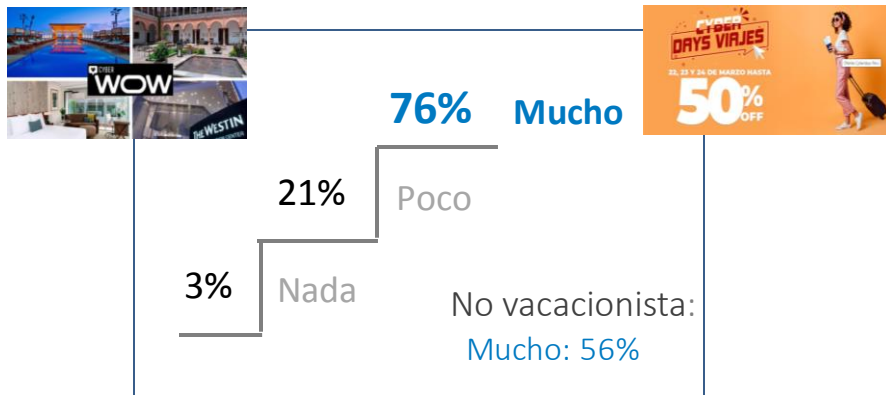
Diversión nocturna

10 %

Motivación para viajar

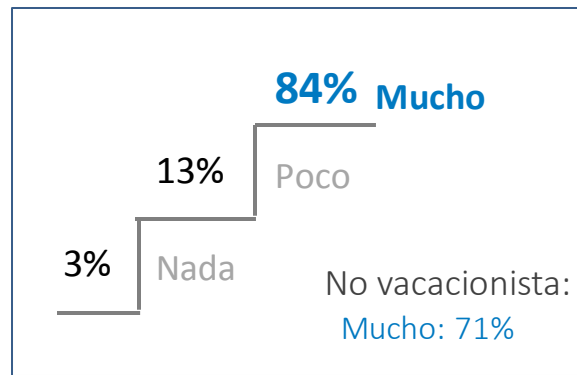
Las **promociones “on line”** y los **“feriados largos”** motivarían más a los **vacacionistas** para viajar, respecto a los no vacacionistas. De estos dos tipos de promociones, los **“feriados largos”** tendrían un mayor efecto.

Las promociones/ descuentos de viaje a través de eventos con ofertas “on line



Base: quienes recordaron la publicidad de “Y tú qué planes”

Los feriados largos



Base: quienes recordaron la publicidad de “Y tú qué planes”

¿Qué tanto lo motivaría a viajar por vacaciones dentro del país... ?



3 de cada 4

viajaron en grupos reducidos (en pareja o con familiares directos).

1 de cada 2 hizo uso de una **agencia de viajes.**

Mayor uso del **avión** y de **hospedajes de mayor categoría:** sensación de mayor bioseguridad.

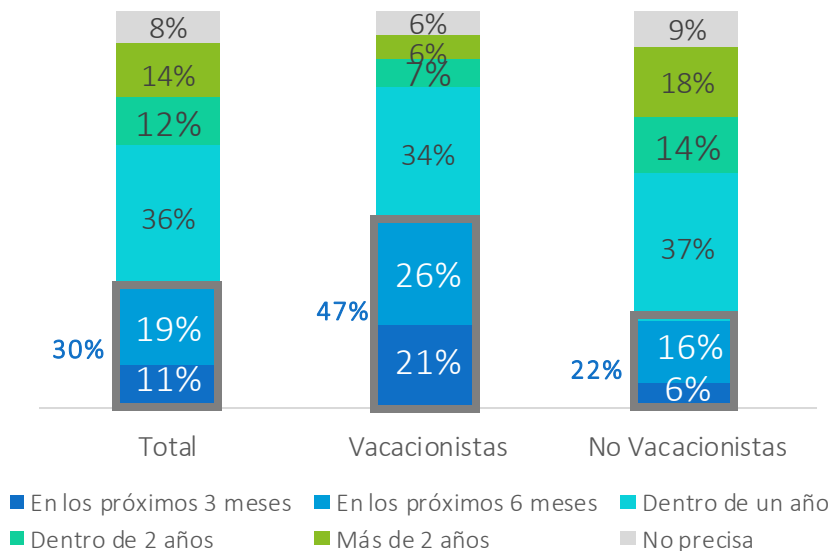
Cusco fue el destino preferido, siendo la **macroregión Sur** la más visitada

Pernoctaron **5 noches** y el gasto promedio fue de **S/ 585.**

Y actualmente, ¿cómo va la intención por vacacionar?

3 de cada 10 peruanos* viajarían dentro de los próximos seis meses

Intención de viaje. Julio - 2021



La intención de viaje a corto plazo (de 3 a 6 meses) **aumentó 12 puntos** respecto a abril, llegando a niveles de intención de principios de diciembre de 2020.

La mejora en la situación sanitaria, sería uno de los factores que habrían permitido una mayor confianza para viajar, principalmente entre los **que ya tenían el hábito de vacacionar**.

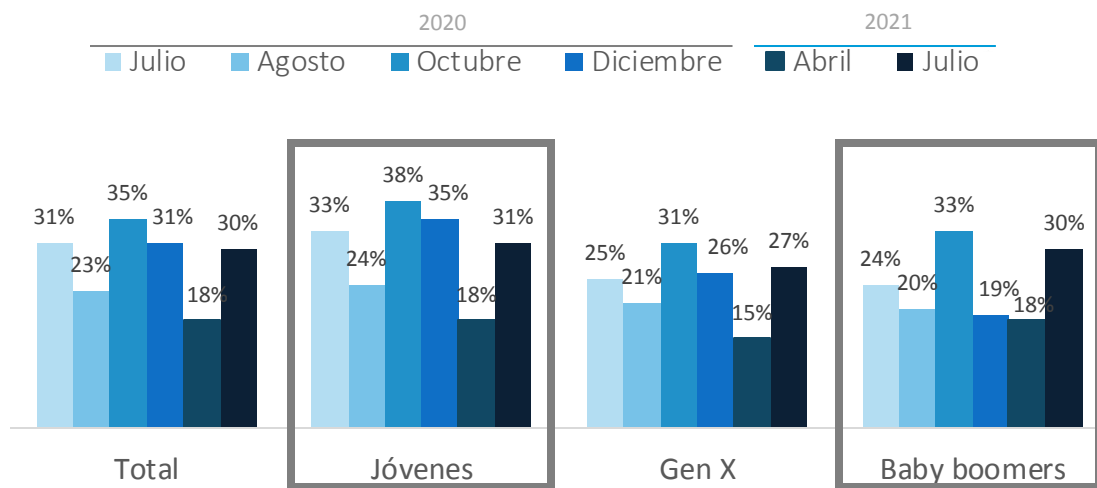
Para el NSE ABC, la intención por vacacionar a corto plazo sería de 34%.

* Grupo objetivo: peruanos de 18-70 años de los NSE A,B,C y D; residentes en las zonas urbanas, a nivel nacional.

Los jóvenes se mantienen como el segmento reactivador.

Intención viaje a corto plazo (de 3 a 6 meses)

Distribución generacional Julio 2020 - Julio 2021



Los **jóvenes*** se mantienen como el segmento reactivador (Generaciones Y y Z), mientras que la **generación X**, es la que tiene una postura más conservadora.

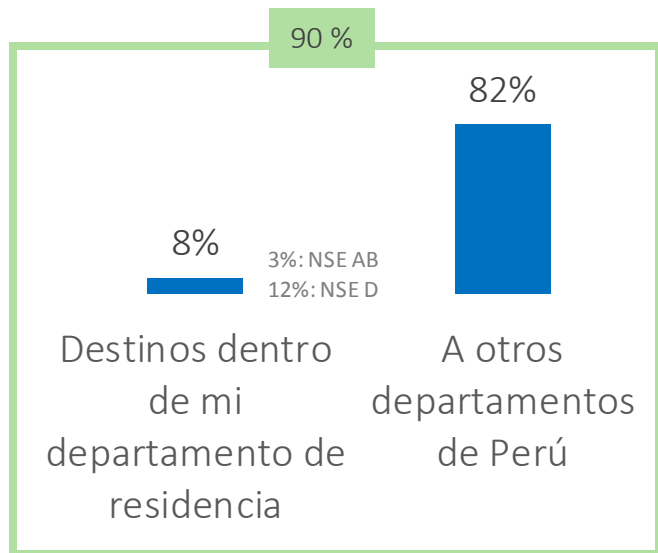
Los **Baby boomers** mostraron un incremento importante en la intención de viaje, debido a la mejora en la situación sanitaria frente al Covid 19 y principalmente a la vacunación de este segmento.

*: considera a las generaciones Y y Z.

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

Fuente: Estudio Intención de viaje de los peruanos a nivel nacional (Julio 2020 - Julio 2021)

9 de cada 10 elegiría un destino dentro del Perú para sus próximas vacaciones.



Fuera de Perú

7%
No precisa
Indecisos

Los que viajarían a **corto plazo** tendrían la **mayor intención de elegir un destino nacional (96%)**.

EL NSE D concentra el mayor porcentaje de indecisos (11%), mientras que el NSE A/B el menor (3%) .

Fuente: Estudio Intención de viaje de los peruanos a nivel nacional (Julio 2021)

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



OBSERVACIONES ADICIONALES

EL IMPACTO DEL COVID-19 EN EL TURISMO HA TRAÍDO CONSIGO CAMBIOS EN LA ACTITUD DE LOS VACACIONISTAS A NIVEL MUNDIAL...

¿Qué tendencias se fortalecen? - I



Preferencia por lo local

El vacacionista desea “redescubrir su país”



Turismo Sostenible y Ecoturismo

Actividades que respetan el medio ambiente.



Experiencias

Búsqueda de experiencias únicas: conocer las costumbres, “el día a día” del destino de una manera distinta.

¿Qué tendencias se fortalecen? - II



Viajes de bienestar

Autocuidado, transformación personal, alejarse del ruido, reencontrarse consigo mismo.



Viajes de nostalgia

Visita a familiares después de tiempo sin verse presencialmente.
Oportunidad: conocer el destino / su tierra.

¿Qué tendencias se fortalecen? - III



Personalización

Búsqueda de opciones que se orienten a las características de cada grupo así como poco masificadas.



Alojamientos boutique
Buscan alojamientos con pocos huéspedes y sin espacios compartidos o con áreas muy ventiladas



Aire libre

Interés por destinos de naturaleza y sol y playa (espacios abiertos)

Trabajar y viajar
El trabajo remoto ha permitido que los viajeros conozcan el destino y trabajen



Reflexiones finales

1. Oferta única

No sólo se deben dar a conocer las ofertas y servicios; la comunicación también debe basarse en ofrecer **"experiencias extraordinarias para los visitantes"** y prometer un impacto positivo en el entorno local y el biocuidado.

Estas promesas se deben de combinar con opciones únicas (*actividades que sí o sí debes hacer, que te cambiarán la vida*) para motivar al potencial viajero.



Reflexiones finales



2. Experiencia 360

Impactar en los diversos servicios que complementen el viaje, incluyendo el contacto con la cultura de una manera responsable, con opciones gastronómicas, así como espacios de descanso y relajación al cierre del viaje.

Reflexiones finales

3. Calidad del servicio

Los vacacionistas buscan servicios cuyo pago valga la pena, con la seguridad de no contagiarse por covid-19.

Se tiene la oportunidad de reformular los servicios, centrados en las necesidades e inquietudes de los vacacionistas en este nuevo contexto. Hoy más que nunca los vacacionistas se sienten el “centro” de la atención, luego de un período de espera por viajar.

Claves:

- Escuchar y atender oportunamente.
- Transparencia en las reservas y ser flexibles.
- Plataformas de pago por internet.



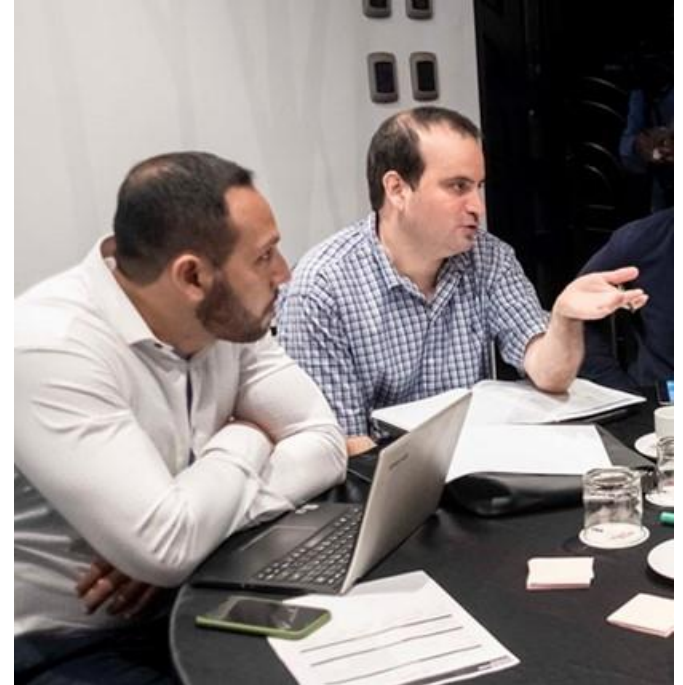
Reflexiones finales

4. Talento humano

Elemento clave para el desarrollo de la competitividad turística de los destinos.

Las empresas deben tener diversos conocimientos, tal que les faciliten su reactivación, entre ellos:

- Capacitación al personal (atención al cliente, discursos de los guías, etc).
- Uso de herramientas digitales tanto para el manejo comercial (redes sociales, blogs, pódcast), como el administrativo (CRM).



A photograph of four hikers with large backpacks ascending a rocky mountain trail. The hiker in the foreground is on the left, using trekking poles. The background shows a vast mountain range under a clear sky.

TURISMO EN CIFRAS

PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL POSCUARENTENA

Julio 2020 – Junio 2021

