

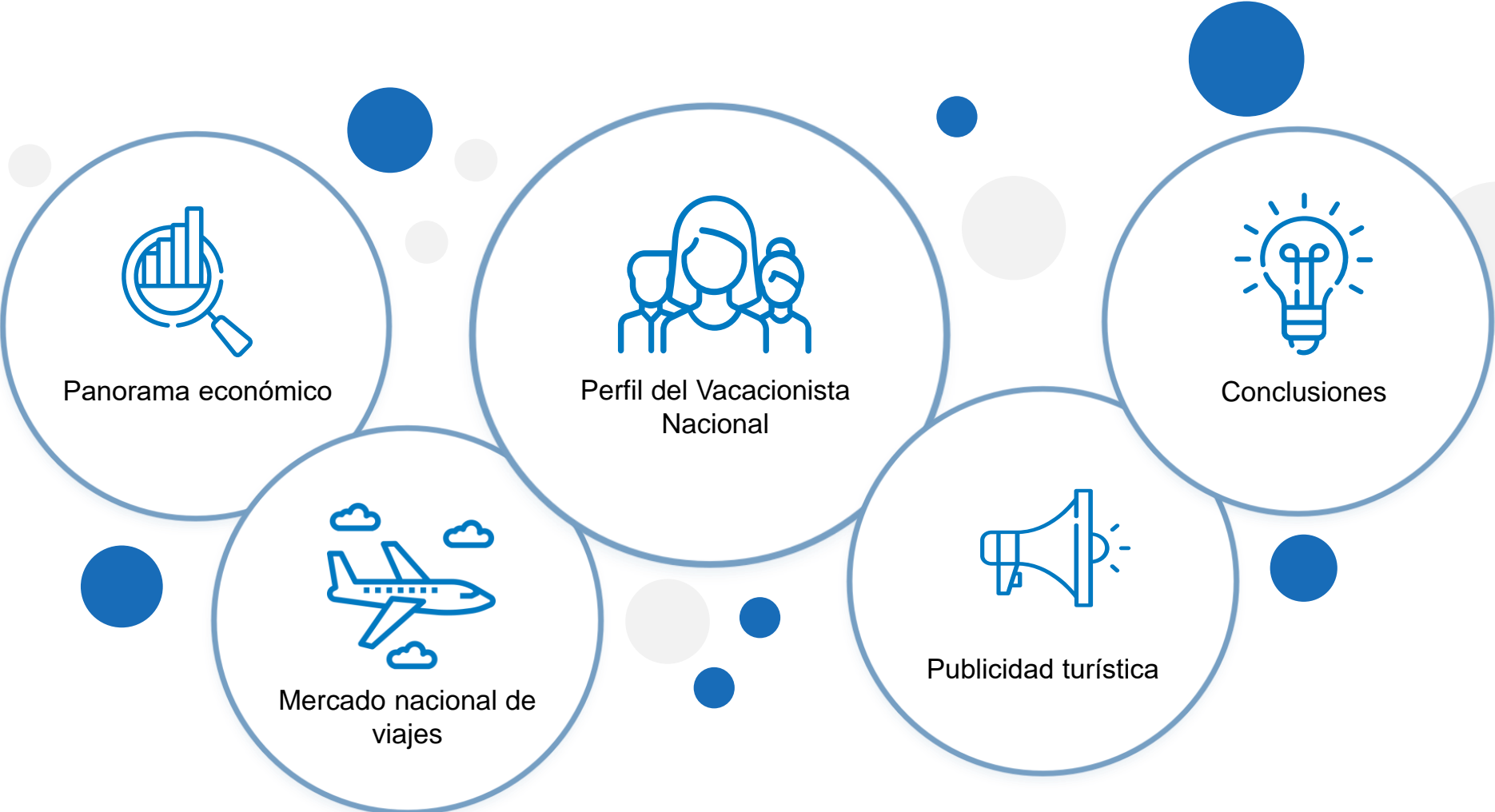


Perfil del Vacacionista Nacional

- Año 2023 -



Contenido del informe: ¿Qué encontrarás?





1

Panorama económico

- La realidad del Perú en 2023-

Puntos claves: Panorama económico 2023



Recesión económica

Cuatro trimestres consecutivos de declive indican que el 2023 es el año más desafiante en 25 años para la economía peruana.



Rezones que impactaron en el PBI

- Fenómenos meteorológicos
- Masivas protestas sociales
- Débil confianza empresarial
- Ley que reduce el IGV del 18 al 8% para restaurantes y hoteles



Incremento en la tasa de pobreza

Riesgo de incremento de la pobreza, impactando al 29% de la población y representando un retroceso de más de una década en los esfuerzos por combatirla.



Problemas de inflación

Persiste en su tendencia baja, aunque los niveles siguen siendo elevados. Se registra un incremento en los precios de servicios esenciales como electricidad y gas natural, así como en los alimentos fuera del hogar (restaurantes).

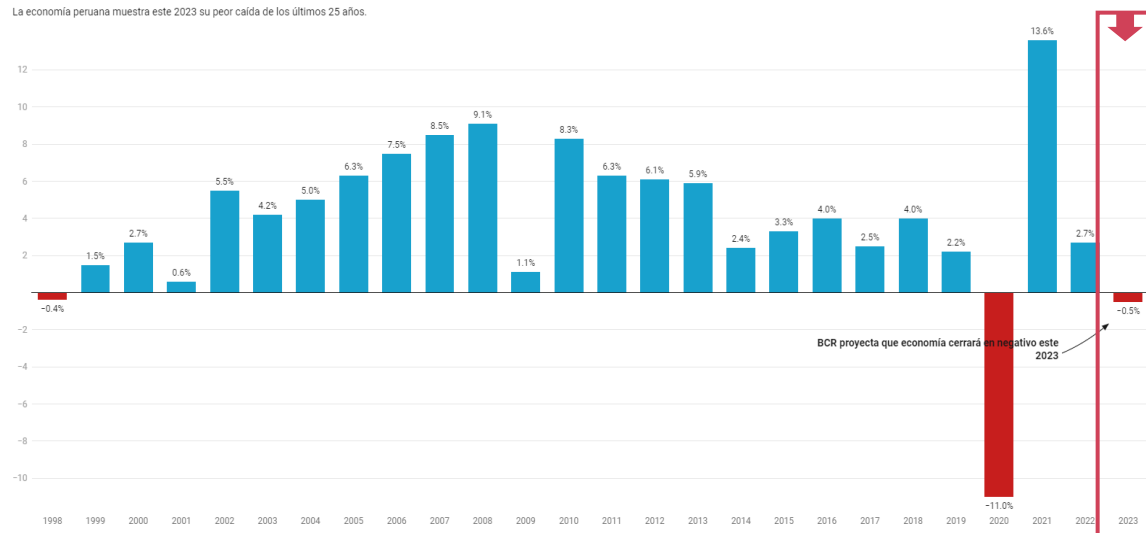
Desafíos económicos en el Perú 2023: Recesión y declive de la inversión privada

El INEI reporta una persistente **contracción económica** en Perú, marcada por cuatro trimestres consecutivos de declive en la producción nacional, evidenciando así la **recesión económica**.

A pesar de las optimista proyecciones iniciales del MEF para un crecimiento del PBI del 3%, el panorama cambió drásticamente, **sugiriendo que el 2023 podría convertirse en el año más desafiante para la economía peruana en los últimos 25 años**, excluyendo el 2020 debido a la pandemia. Según el BCR, se estima que la producción nacional cerrará el año con una **disminución del 0.5%**.

Economía peruana en 25 últimos años

La economía peruana muestra este 2023 su peor caída de los últimos 25 años.



BCR proyecta que economía cerrará en negativo este 2023

Años en el que el PBI disminuyó



Fuente 1: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Fuente 2: Banco Central de Reserva (BCR)

Enfoque crítico: Razones que afectaron negativamente al PBI 2023



Fenómenos meteorológicos

Impacto de casi 1.5%

La agroexportación, que ha sido el sector más dinámico en los últimos años, se ha visto afectada tanto por la sequía del Sur como por el aumento de las temperaturas.



Masivas protestas sociales

Impacto de casi 0.8%

Las protestas y huelgas sociales que ocurrieron a lo largo del año generaron daños que la nación tuvo que afrontar, sumados a los efectos negativos en la imagen y sensación de inseguridad que dejaron como consecuencia.



Débil confianza empresarial

Impacto de caída de 7.3%

Esto se traduce en una disminución de la inversión privada, el motor fundamental de la economía. Según el BCR, se anticipa una caída de -7.3%, registrando el rendimiento más bajo de los últimos 15 años.

Ley 31556 que reduce el IGV del 18 al 8% para restaurantes y hoteles

El MEF rechazó esta medida, alegando que no beneficia a las Mypes, ya que la mayoría está exenta del IGV bajo el Régimen Único Simplificado (RUS). Se alertó que la medida favorecería principalmente a empresas de gran envergadura y franquicias de estratos socioeconómicos altos.

Entre enero y noviembre del 2023, la recaudación descendió un 12.7%, alcanzando los S/ 135, 693 millones, una disminución de S/ 10,098 millones en comparación con el mismo periodo del año anterior.

Arias Minaya, exsuperintendente de Sunat, pronostica una significativa disminución en la recaudación debido a múltiples factores negativos.

Trayendo consigo consecuencias como menos recursos para el Gobierno, impacto en el servicio público, entre otros.

— DIARIO OFICIAL DEL BICENTENARIO —

El Peruano
FUNDADO EL 22 DE OCTUBRE DE 1825 POR EL LIBERTADOR SIMÓN BOLÍVAR

Reglamento de Ley N° 31556
que reduce el IGV a 8% para restaurantes y hoteles

Fuente 1: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Fuente 2: Banco Central de Reserva (BCR)

Fuente 3: El Peruano

Realidades Socioeconómicas: Un vistazo al aumento de la pobreza 2023

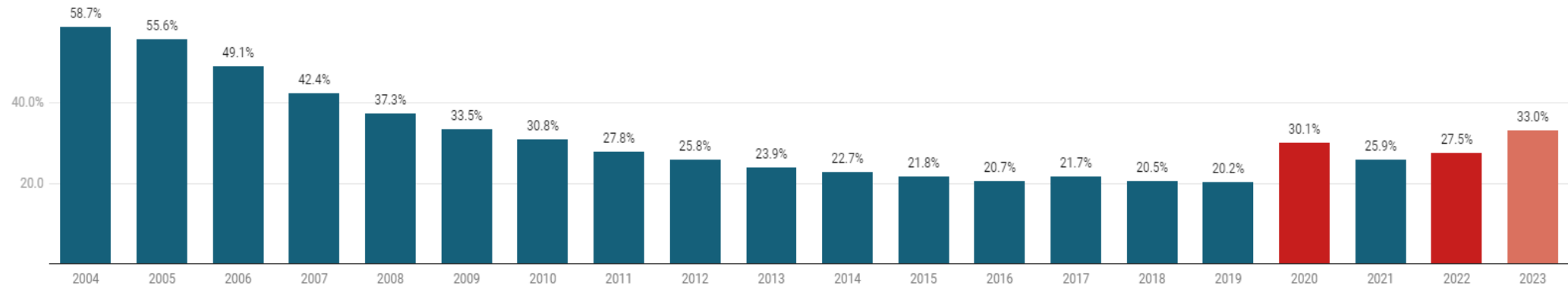
Diferentes consultoras y expertos advierten sobre el creciente riesgo de aumento de la pobreza en el país debido al contexto recesivo, marcando el segundo año consecutivo de impacto negativo que afectará al 29% de la población

El último informe de INEI, publicado en mayo de 2023, aproximadamente 9 millones 184 mil personas, equivalente al 27.5% de la población nacional, viven en condiciones de pobreza. Si se confirma el incremento de la pobreza este año, según la serie histórica, sería la primera vez en dos décadas que se produce un fenómeno de esta magnitud.

Federico Arnillas, presidente de la Mesa de Concertación para la Lucha contra la Pobreza (MCLCP), sugiere que la cifra podría aumentar hasta el 33%, representando un retroceso de más de 10 años en la lucha contra este problema, similar al registrado en 2009.

Evolución de la pobreza en Perú (2004-2022)

En un contexto de recesión económica, la pobreza se incrementaría por segundo año consecutivo este 2023. Según los pronósticos esta situación alcanzaría al 33% de la población, cifra que incluso superaría a lo alcanzado en el año de la pandemia (30,1%).



* 2023: Proyección de la Mesa de Concertación para Lucha contra la Pobreza entre 30% a 33%.

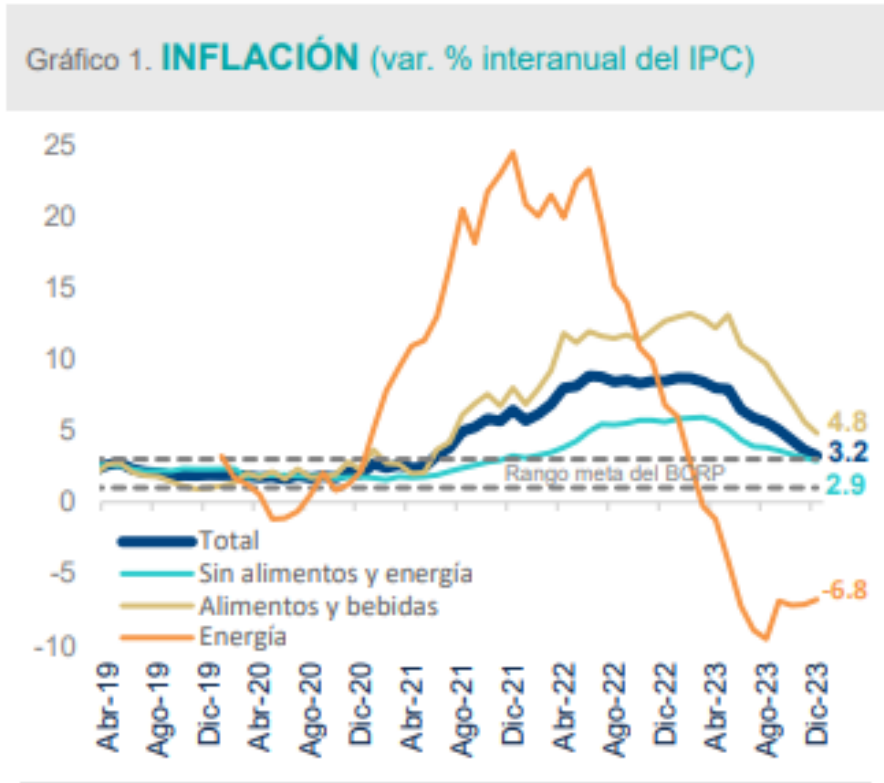
Chart: Infobae Perú • Source: INEI / Mesa de Concertación para Lucha contra la Pobreza • Get the data • Created with Datwrapperr

Fuente 1: Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

Fuente 2: Infobae

El país continuó enfrentando problemas de inflación

La inflación ha mantenido su tendencia a la baja cerrando el año 2023 con 3.2%, aunque sigue siendo elevada. No obstante, está es una disminución significativa en comparación con los años de pandemia.



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

Factores que influyeron en la inflación:

- 1

TRANSPORTE

Aumento estacional debido a la mayor demanda durante las fiestas de fin de año.

- 2

ALIMENTOS

Incremento en los precios de productos avícolas y agrícolas.

- 3

ENERGÍA

Reducción en los precios de los combustibles líquidos utilizados principalmente en vehículos.



Para editar
tamaño y
posición hacer
clic en Recortar

2 Mercado nacional de viajes

- La importancia del turismo interno-

El mercado de viajes nacionales

En el año 2023, los viajes por turismo interno representaron el **94%** del total de viajes en el Perú.



39,7

Millones de viajes por turismo



37,1

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 2024, se proyecta que los viajes por turismo interno representarán el 93% (41,6 millones) del total estimado de viajes en el Perú (44,8 millones).

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: 8 932 247*

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



VACACIONISTA : 2 977 888¹

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

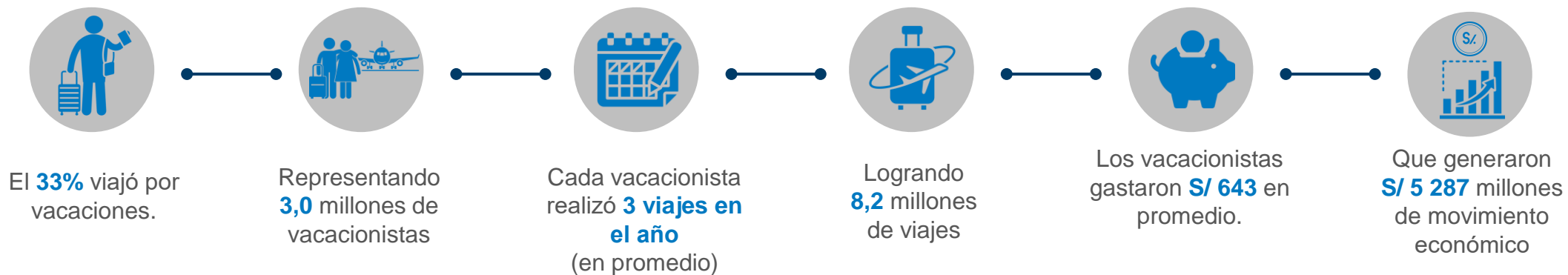


Fuente (*): IPSOS/APEIM/INEI

Fuente (1): Estudio Perfil del Vacacionista Nacional 2023

Turismo Interno

De los 8 932 247 peruanos pertenecientes al segmento en análisis:



INEC | INEC



3

Perfil del vacacionista nacional

- Análisis y hallazgos destacados -

Ficha técnica

UNIVERSO



Hombres y mujeres de nacionalidad y residencia peruana, con edades comprendidas entre los 18 y 64 años, y pertenecientes a los segmentos socioeconómicos A, B y C, que hayan efectuado al menos un viaje de vacaciones dentro del país entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2023.



MUESTRA



Se llevaron a cabo 1,720 encuestas en línea utilizando un panel representativo de la población. Dentro de este grupo, se identificaron 832 encuestados como vacacionistas, distribuidos de la siguiente manera:

Lima: 393 encuestas
Provincias: 439 encuestas

METODOLOGÍA



La investigación se llevó a cabo de manera cuantitativa mediante encuestas en línea, utilizando un panel representativo de la población urbana a nivel nacional.

TRABAJO DE CAMPO



Realizada por la empresa "Análisis y Decisiones Estratégicas SAC", esta investigación se llevó a cabo entre el 18 de junio y el 3 de julio de 2023.

Durante el 2023, a pesar de los desafíos externos, aumentó la cantidad de peruanos que optaron por explorar al máximo las maravillas de su propio país durante sus vacaciones.



Conozcamos a Joaquín, el viajero apasionado que se enorgullece de explorar y descubrir todo lo que su país tiene para ofrecer.



¿Quién es Joaquín?

Un hombre joven de 36 años, perteneciente al estrato socioeconómico C, que actualmente disfruta de una relación amorosa con Ana. Apasionado vacacionista y amante del Perú.

¿Cómo se preparó para viajar?

Investigó exhaustivamente en redes sociales, páginas de turismo e incluso consultó con sus amigos más cercanos. Con toda esa información, planificó su viaje de forma independiente y se lanzó a la aventura.



¿Con quiénes viajó? ¿Cómo viajó?

En el 2023, Joaquín, acompañado por Ana y sus padres, decidió irse de vacaciones, eligiendo un ómnibus confiable como medio de transporte para disfrutar en familia.

¿A dónde fue?

Exploró más allá de su lugar de residencia, aventurándose hacia la Macrorregión Centro para descubrir la vibrante capital, Lima, y luego hizo una parada en Ica para ampliar aún más sus horizontes.



¿Qué alojamiento utilizó?

Planificó unas vacaciones de 4 noches y seleccionaron como hospedaje un cómodo hotel de 3 estrellas.

¿Cuánto gastó?

En total, su parte del viaje le costó S/ 643.



Actividades realizadas

Disfrutó de diversas actividades durante sus vacaciones, desde sumergirse en la hermosa naturaleza hasta explorar el turismo urbano y deleitarse con la amplia gastronomía de cada destino visitado.

Seguridad en su destino

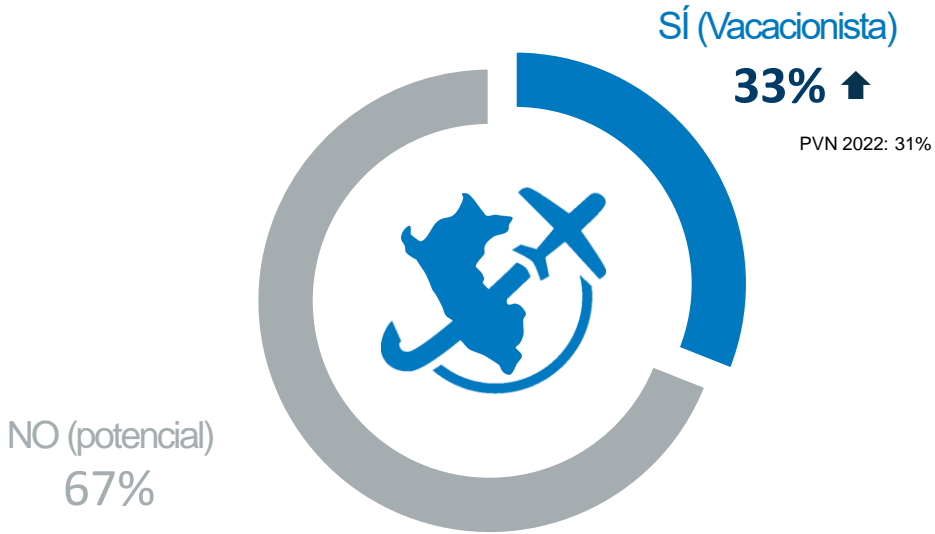
Joaquín conocía las dificultades que enfrentaba el país, pero después de visitar varios destinos y vivir esas experiencias, sintió confianza en la seguridad de sus viajes y planea volver a hacerlo pronto.



¿Cuántos vacacionistas nacionales viajaron dentro del país?

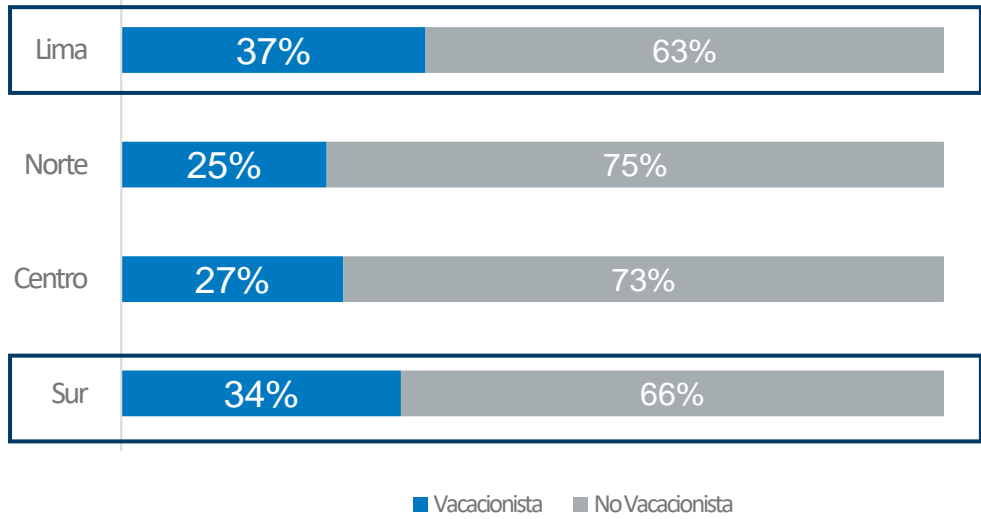
Durante el período de enero a diciembre de 2023, 3 millones de peruanos viajaron por vacaciones a destinos nacionales. Lima, debido a su gran tamaño poblacional, fue nuevamente la región con la mayor cantidad de vacacionistas.

¿Viajó por el país durante sus vacaciones? (Año 2023)



Base: total de encuestados (1,720)

Vacacionista Nacional según lugar de residencia – Macrorregiones (Año 2023)



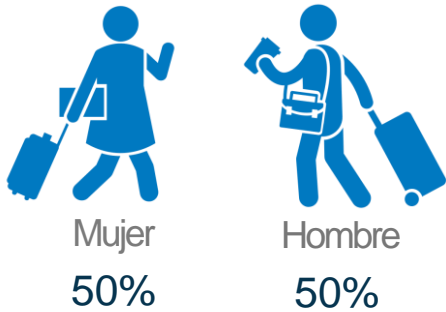
*Las regiones que conforman cada macro región son las que se utilizan en Turismo Interno. Eje: Ica (dentro macro región centro). Sin embargo, para el análisis, en este gráfico se separó Lima de la macro región centro.

Características demográficas de los vacacionistas

El 78% fueron jóvenes (Centennials y Millennials), quienes a pesar de las circunstancias económicas y sociales que atravesó el país durante el 2023, mantuvieron la reactivación del turismo interno, siendo Lima principal región emisora.

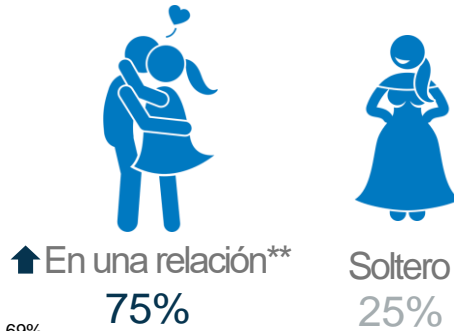
PERFIL DEL VACACIONISTA NACIONAL 2023

Género



PVN 2022: 56%
PVN 2019: 52%

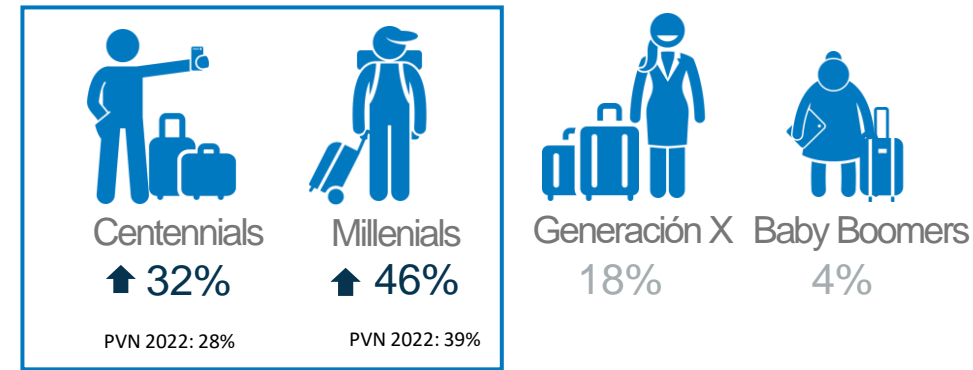
Situación Actual



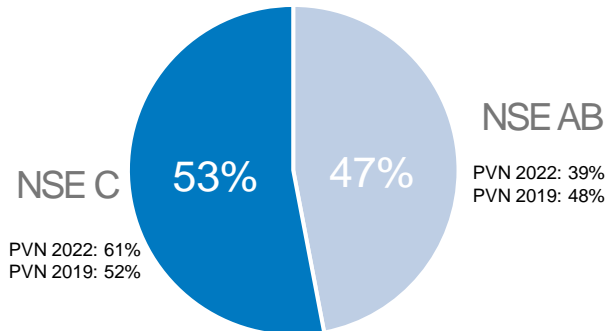
PVN 2022: 69%
PVN 2019: 51%

** Pueden vivir o no con su pareja

Generación



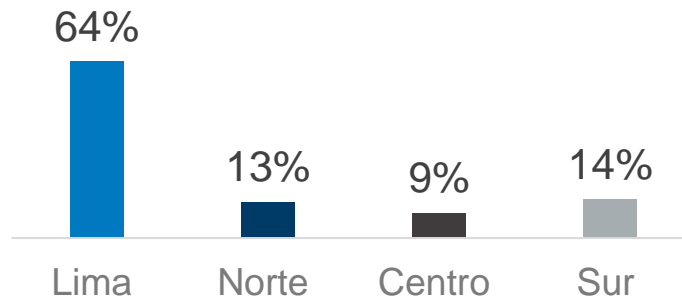
Nivel Socioeconómico



PVN 2022: 61%
PVN 2019: 52%

PVN 2022: 39%
PVN 2019: 48%

Región de residencia



Generación Z* : 18 - 28 años
 Generación Y : 29 - 44 años
 Generación X : 45 - 58 años
 Baby boomers* : 59 - 64 años

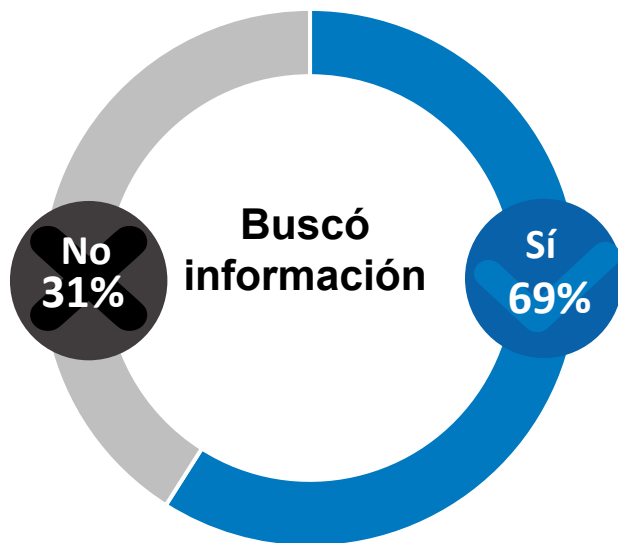
*Para fines del estudio, ya que la Generación Z incluye entre 14 y 28 años.
Para fines del estudio, ya que los Baby boomers incluye entre 59 y 77 años.

Base: total vacacionista (832)

¿Recopilaron datos antes de viajar?

Las **redes sociales** se destacan como la principal fuente de información antes de emprender un viaje, **seguidas por la página "Y Tú Qué Planes"** para buscar promociones atractivas. En general, este último recurso **fue utilizado por el 32% de la población vacacionista estudiada, lo que representa a 956,623 peruanos.**

Por otro lado, el **boca a boca** se consolida como una fuente de confianza indispensable; las opiniones sinceras y actuales de personas cercanas son valoradas por su autenticidad y relevancia.



¿Dónde buscó la información?		2023	2022
✓	Redes sociales (Facebook, Instagram, Tik Tok, etc.)	72%	71%
✓	Página web "Y Tú Qué Planes"	47%	53%
✓	Recomendaciones de familiares/amigos	45%	47%
✓	Agencias de viaje de turismo (presencial o virtual)	35%	31%
✓	Foros/Blogs/Páginas web especializadas en turismo (TripAdvisor, Booking, etc.)	31%	34%

Base: total vacacionistas que buscaron información (558)

Y, ¿quiénes fueron sus compañeros de aventura?

En 2023, los vacacionistas mostraron una tendencia a **viajar en grupos**, ya fueran grandes o pequeños, volviendo a disfrutar de la compañía como antes de la pandemia. Un claro ejemplo es que **7 de cada 10 prefirieron viajar con su "familia nuclear"** y compartir momentos de relajación.

Viajar solo disminuyó, posiblemente debido a que 2023 fue un año de **incertidumbre**, marcado por protestas y desastres naturales. Esto provocó cierto temor a estar solo y no contar con apoyo en caso de necesitarlo.

Grupos reducidos (69%)



PVN 2022	39%	30%	16%	7%	8%
----------	-----	-----	-----	----	----

PVN 2019	25%	18%	34%	13%	10%
----------	-----	-----	-----	-----	-----

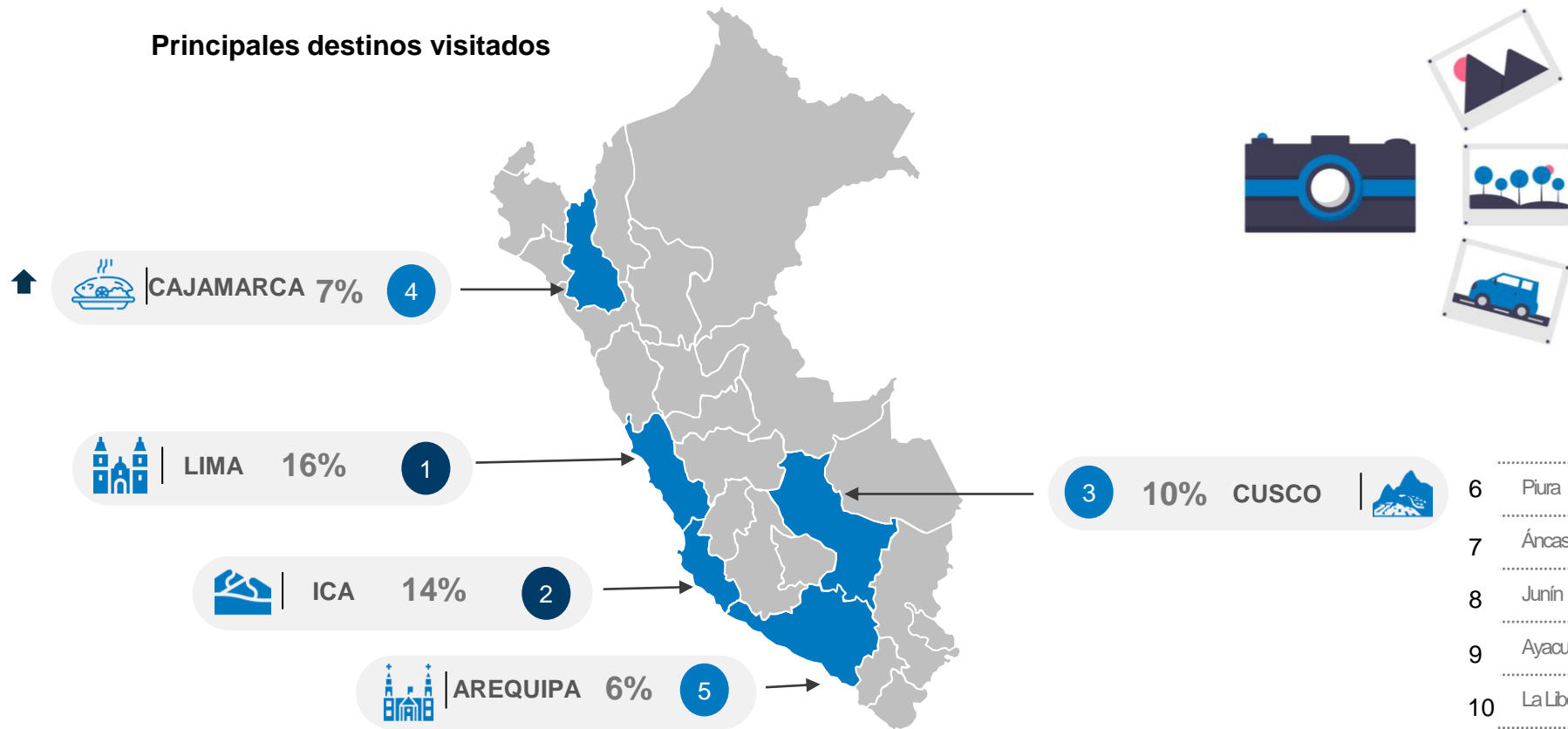
Base: total vacacionista (832)

Explorando lo mejor del país: los destinos nacionales que más visitaron

Los vacacionistas nacionales visitaron todas las regiones del Perú, dinamizando la economía regional y permitiendo la diversificación de los destinos.

Durante 2023, Lima e Ica volvieron a ocupar los primeros puestos como los destinos más visitados. Asimismo, Arequipa y Cajamarca aumentaron su popularidad, probablemente debido a la preferencia de los vacacionistas por destinos que ofrecen actividades en la naturaleza, entornos urbanos y experiencias culturales.

Principales destinos visitados



Otros lugares visitados

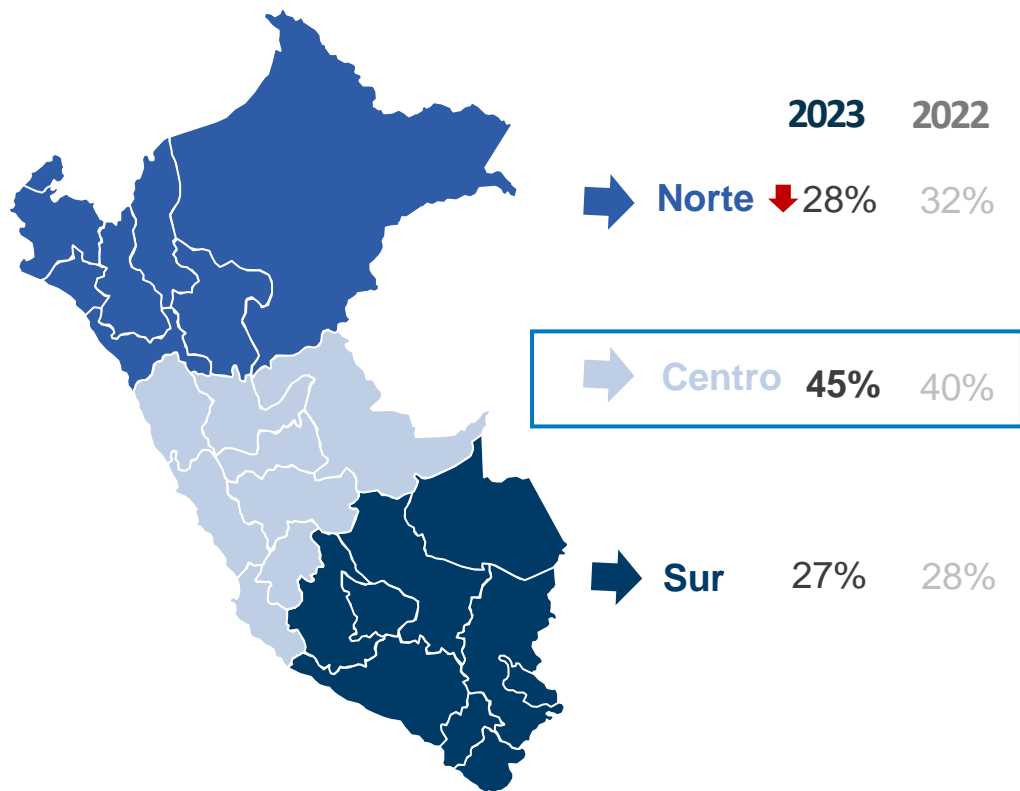
6	Piura	6%	↓
7	Áncash	4%	
8	Junín	4%	
9	Ayacucho	4%	
10	La Libertad	3%	↓

Base: total vacacionista (832)

¿A dónde fue la mayoría?: macrorregiones favoritas y distancias recorridas

La macrorregión Centro emergió como el principal destino para los vacacionistas peruanos, siendo visitada por la mayoría. Además, aproximadamente 8 de cada 10 viajaron fuera de su región de residencia, y la mitad de ellos optó por explorar departamentos que no limitan con el suyo. Este patrón refleja un sólido interés por descubrir y familiarizarse con diferentes lugares del país, un entusiasmo que se hizo evidente desde la etapa de planificación de sus viajes

Por macrorregión



Dentro / fuera de la región de residencia



Viajó DENTRO de su región de residencia

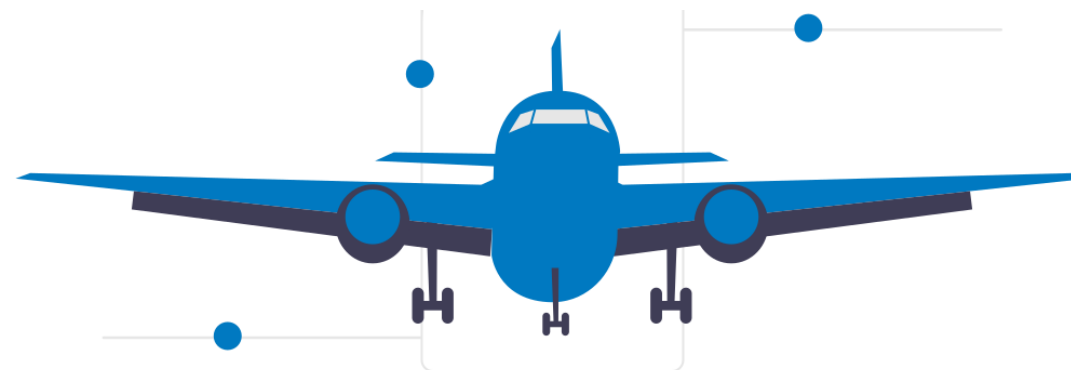
16% PVN 2022: 12%



Viajó FUERA de su región de residencia

84%

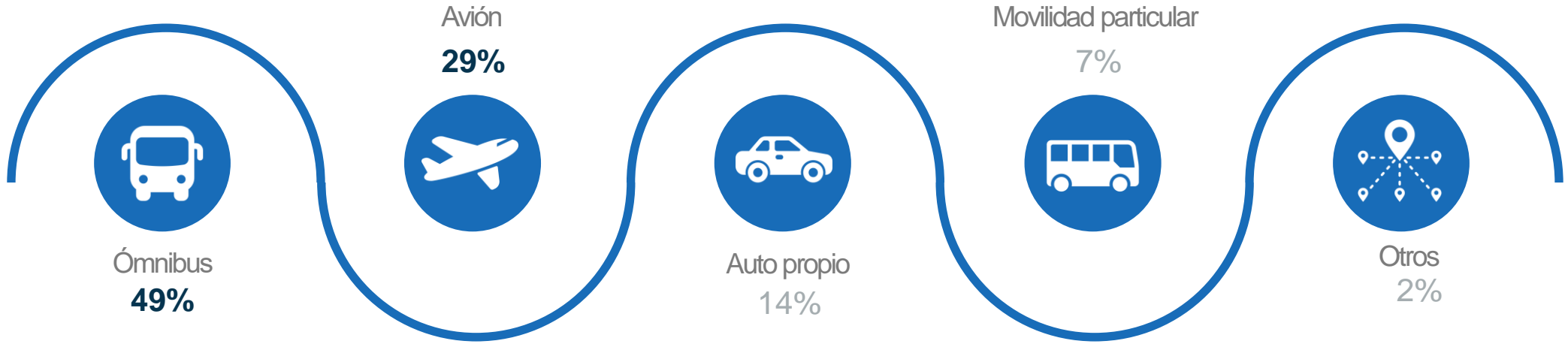
A un departamento vecino	37%
A un departamento NO vecino	47%



Base: total vacacionista (832)

¿Qué medio de transporte prefirieron para su viaje?

El ómnibus sigue siendo el principal medio de transporte, seguido del avión, que es más rápido y seguro. Se nota una disminución en el uso del automóvil propio o movilidad particular, ya que muchos vacacionistas han viajado fuera de su región de residencia. Además, al viajar en grupos más grandes, prefieren un transporte que les brinde mayor comodidad.



Medio de transporte	PVN 2022	PVN 2019
Ómnibus	47%	60%
Avión	26%	15%
Auto propio	16%	10%
Movilidad particular	8%	13%
Otros	3%	


Base: total vacacionista (832)

Preferencias de alojamiento: ¿qué tipo escogieron?


8 de cada 10 vacacionistas optaron por alojamientos pagados, buscando comodidad y precios ajustados a su presupuesto. Los que podían permitírselo mantuvieron su alojamiento habitual, mientras que aquellos afectados por la situación económica prefirieron opciones más económicas.

Al viajar en grupo, priorizaron la comodidad y el espacio, prefiriendo estas opciones en lugar de quedarse con familiares o amigos.

Tipo de alojamiento

	2023	2022	2019
 Alojamiento pagado ↑	81%	69%	66%
Hotel 4 y 5 estrellas	13%	11%	2%
Hotel 3 estrellas	34%	24%	17%
Hotel 1 y 2 estrellas	10%	11%	24%
Hostal	9%	12%	18%
Otros alojamientos pagados*	15%	11%	5%

* Casa de hospedaje pagada (7%), Departamento/casa alquilada (6%) y Club/Bungalow (2%).

 Casa de familiares/amigos ↓	16%	28%	24%
 Otros tipos de alojamiento**	3%	3%	5%

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

Base: total vacacionista (832)

Noches de permanencia



PVN 2022: 4 noches
PVN 2019: 4 noches



Cuenta Propia
4 noches



Agencia de viaje
4 noches

Organización y gastos de viaje: ¿cómo planificó y cuánto invirtió?

Alrededor de 2 de cada 3 vacacionistas decidieron aventurarse y organizar su viaje por cuenta propia.

El gasto se incrementó a S/ 643 en comparación con el año 2022, reflejando un crecimiento de aproximadamente el 9%. Este aumento se atribuye a la alta inflación, que llevó a la mayoría de los proveedores de servicios, como hospedaje o comida, a aumentar sus precios, además de la recesión económica que afectó al país.

Organización del viaje



¿Cuál fue el gasto total durante el viaje?

Gasto promedio



CUENTA PROPIA → S/ 619



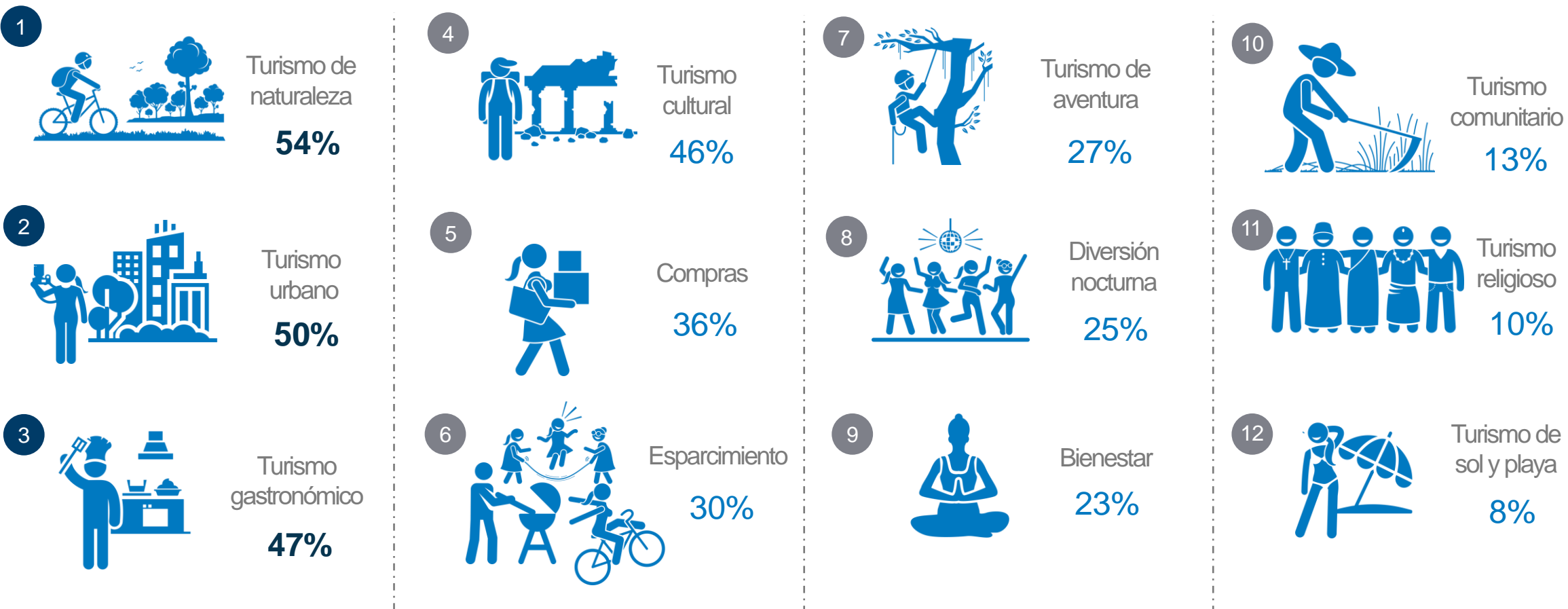
AGENCIA DE VIAJE → S/ 685

Gasto promedio diario



Momentos inolvidables: ¿qué actividades realizaron en su viaje?

Los viajes centrados en el turismo de naturaleza, urbano y gastronómico fueron los más populares entre los vacacionistas. En promedio, cada uno participó en unas 4 actividades durante su viaje. La preferencia se mantuvo por las actividades que ofrecían oportunidades de aprendizaje o simplemente paseos relajantes. Además, debido a los desastres naturales y las alertas por el Fenómeno del Niño, las actividades de sol y playa se vieron desplazadas por precaución.



¿Qué experiencias gastronómicas disfrutaron?



Las actividades culinarias ocuparon el tercer lugar en popularidad, siendo elegidas por el 47% de las vacacionistas.

En promedio, cada viajera ha participado en al menos 2 actividades gastronómicas durante su viaje.

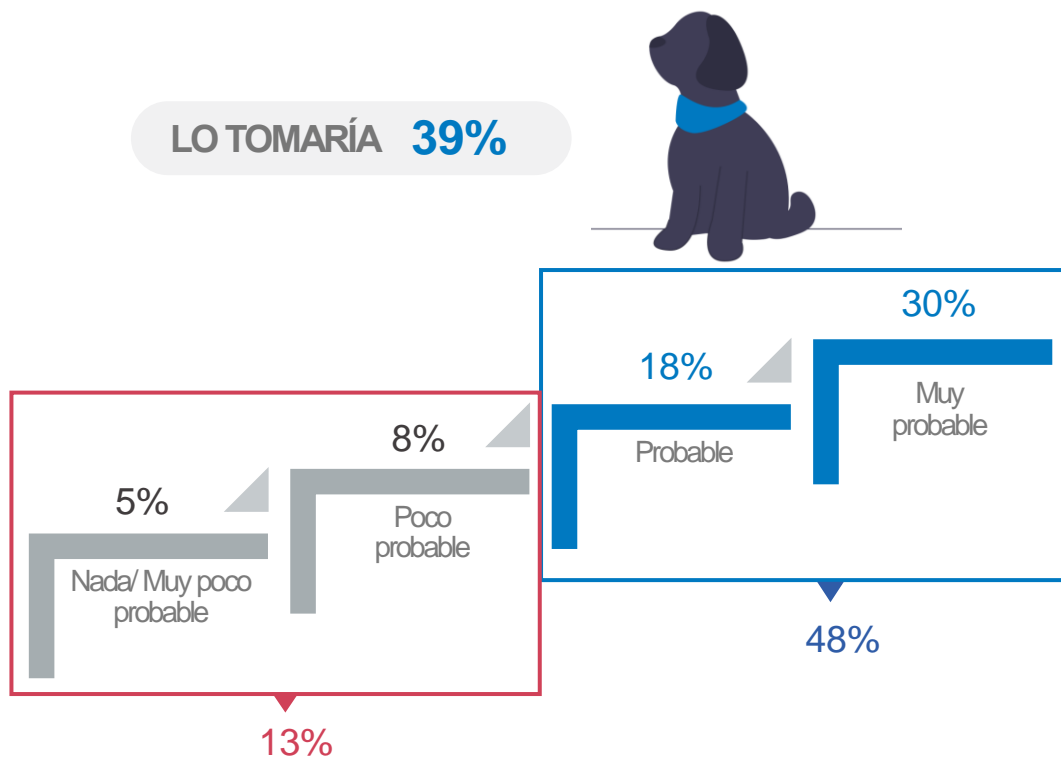
- Entre las actividades culinarias más populares se incluyen:
- Degustaciones de comidas/bebidas
 - Rutas gastronómicas

Base: total vacacionista que realizaron actividades gastronómicas (392)

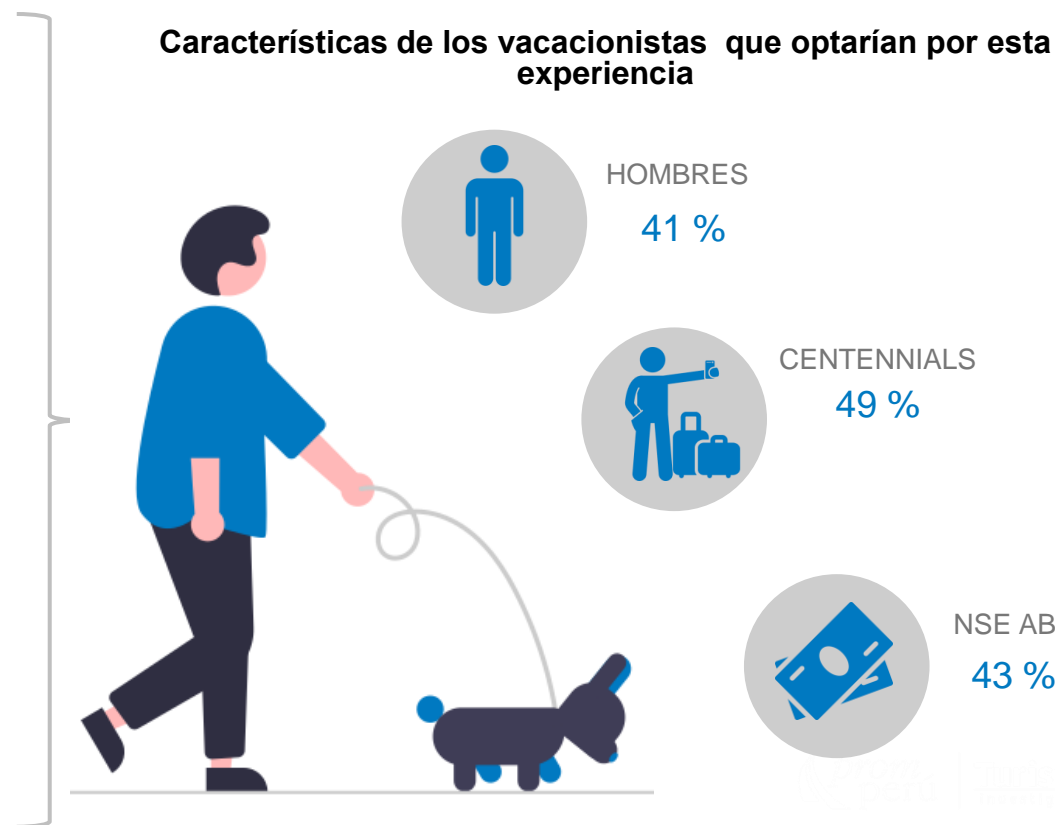
Servicios pet-friendly: ¿estaría interesado en ofertas para compartir experiencias de viaje con su mascota?

2 de cada 5 expresó su interés definitivo en aprovechar ofertas que les permitieran compartir el tiempo de viaje con su mascota. Además, aproximadamente la mitad de los vacacionistas se muestra interesada en esta idea, siendo los hombres jóvenes de estratos económicos altos los más entusiastas.

Ofertas de viaje con la mascota



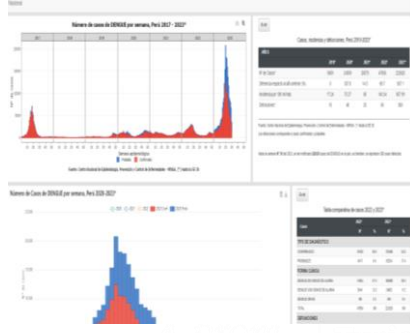
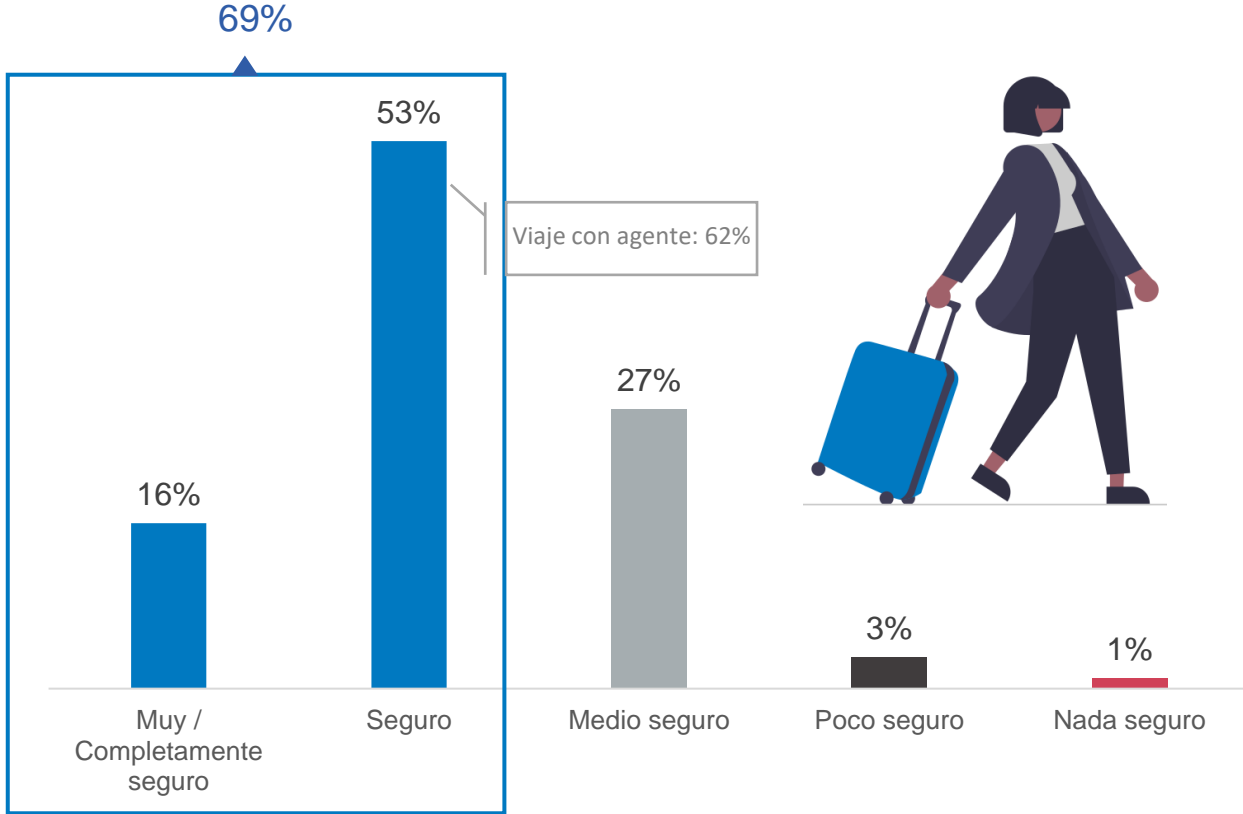
Características de los vacacionistas que optarían por esta experiencia



Base: total vacacionista (832)

Y, ¿qué tan seguro se sintió en su destino a pesar de los eventos de 2023?

Alrededor de 7 de cada 10 personas sintieron que estaban muy seguras o seguras en el destino que eligieron para sus vacaciones, a pesar de los diversos acontecimientos que afectaron al turismo en 2023. Estos eventos incluyeron huelgas, el aumento de casos de dengue, el ciclón Yaku, lluvias intensas y otros fenómenos climatológicos, así como el cierre de ciertas actividades o atractivos. Esto nos indica que el turismo interno se mantuvo resiliente frente a los grandes desafíos, con los destinos esforzándose por garantizar la seguridad de los viajeros.



Imágenes: El Comercio, La República y MINSA.

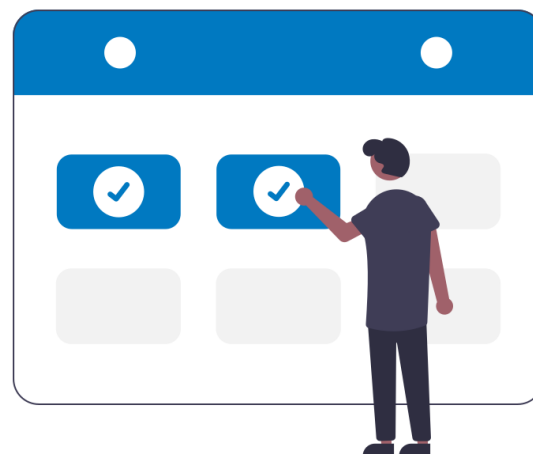
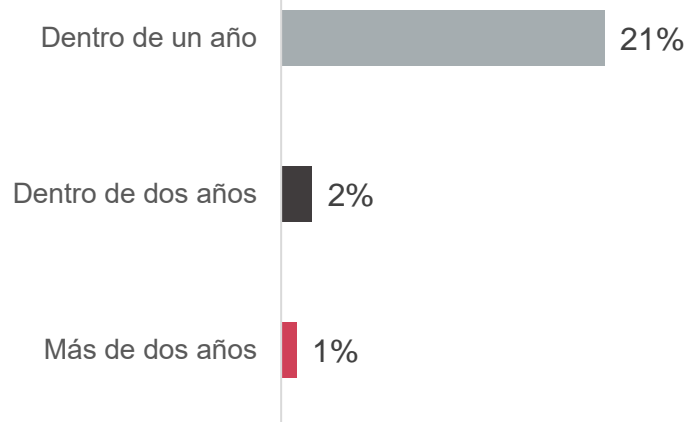
Base: total vacacionista (832)

¿Qué intenciones de viaje tienen los vacacionistas?

El 75% de los vacacionistas indicaron que estarían dispuestos a volver a viajar en el corto plazo, es decir, entre los próximos 3 a 6 meses, demostrando así su interés continuo en viajar por el país para relajarse. Esta tendencia se observa principalmente entre los viajeros mayores, pertenecientes al NSE AB, quienes optan por emprender aventuras por su cuenta.



A CORTO PLAZO = 75%



Características de los vacacionistas que viajarían al corto plazo



BABY BOOMERS
81%



NSE AB
82%



VIAJE POR
CUENTA PROPIA
77%



4

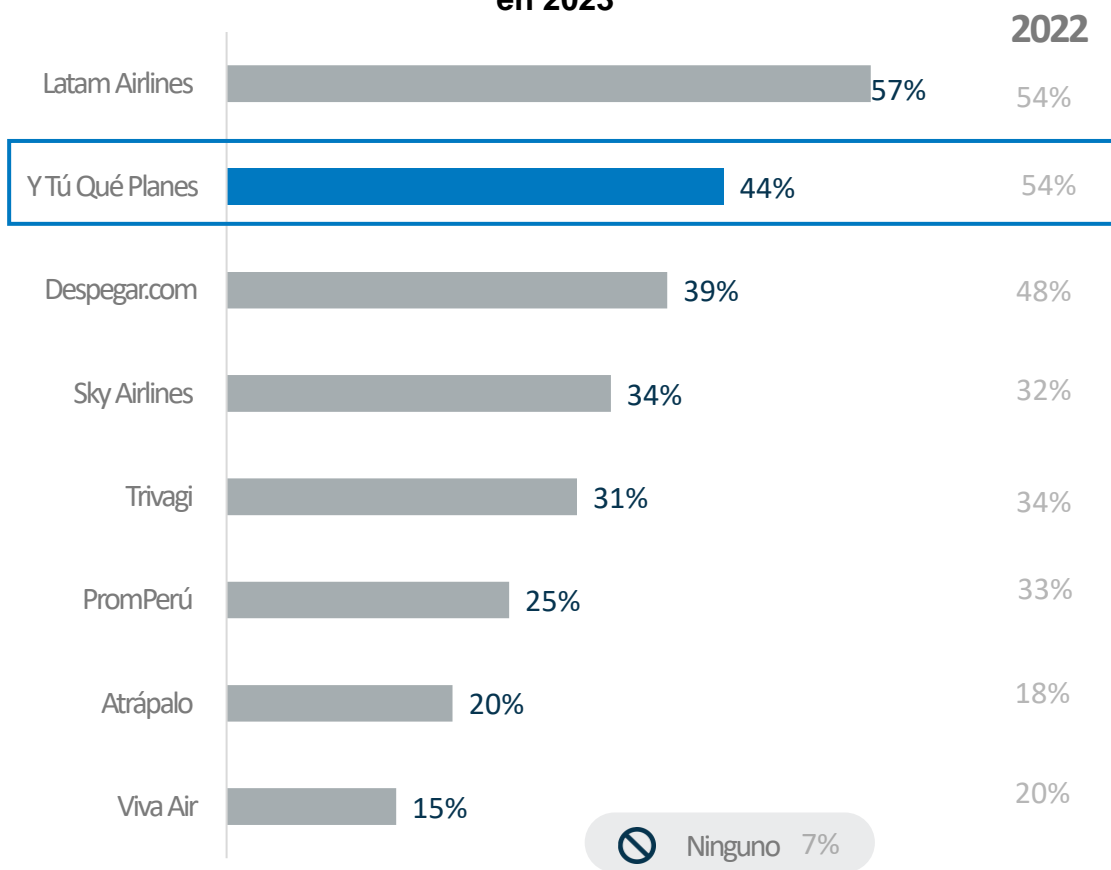
Publicidad turística

- Evaluación plataforma “Y Tú Qué Planes” -

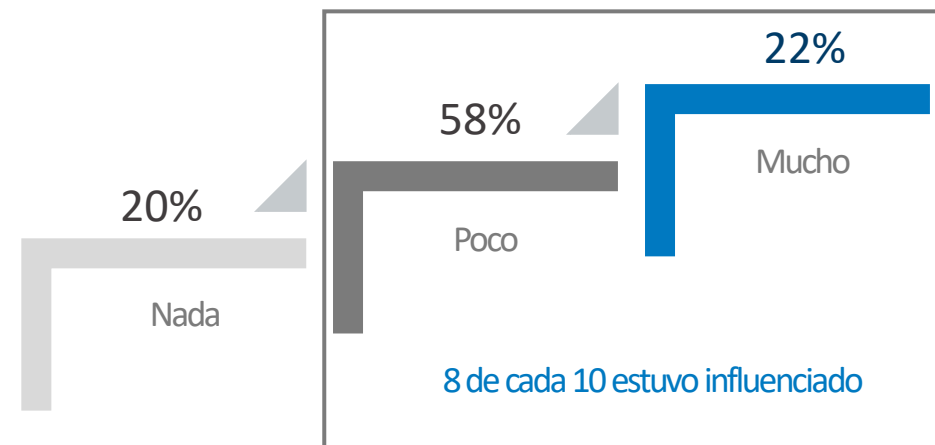
¿Qué publicidad recordó y cómo influyó?

Durante el 2023, aproximadamente el 35% de los vacacionistas se vieron influenciados por la publicidad de la página "Y Tú Qué Planes", contribuyendo a generar un movimiento económico de S/1 962 millones.

Evaluación de la Recordación de Publicidad Turística en 2023



¿Cómo influyó la página "Y Tú Qué Planes" en su viaje?



Base: total vacacionista (832)



5

Conclusiones

- Aspectos clave-

Permanencia y hospedaje

Pernoctaron durante 4 noches, y los alojamientos pagados, especialmente los hoteles, fueron los más utilizados.



Gasto

El gasto promedio es de S/ 643



Medio de transporte

El ómnibus es el transporte más utilizado, aunque el uso de transporte aéreo se ha incrementado significativamente, lo que refleja que los vacacionistas están optando por viajar lejos de su región de residencia.



Grupos de viaje

El 69% de los vacacionistas eligieron viajar en grupos pequeños, acompañados por su familia directa o por su pareja.



Vacacionista Nacional 2023

Organización del viaje

6 de cada 10 realizó el viaje por cuenta propia.



Actividades realizadas

Las experiencias más demandadas fueron las inmersiones en la naturaleza (54%), la exploración urbana (50%) y el deleite gastronómico (47%).



Destino de viaje

Lima e Ica fueron los destinos favoritos, siendo la macrorregión Centro la más explorada.



Publicidad

El 35% de los vacacionistas estuvieron influenciados por la publicidad de la página “Y Tú Qué Planes”, generando S/ 1 962 millones de movimiento económico





Perfil del Vacacionista Nacional

- Año 2023 -

