

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME ANUAL  
(2020)



# Metodología

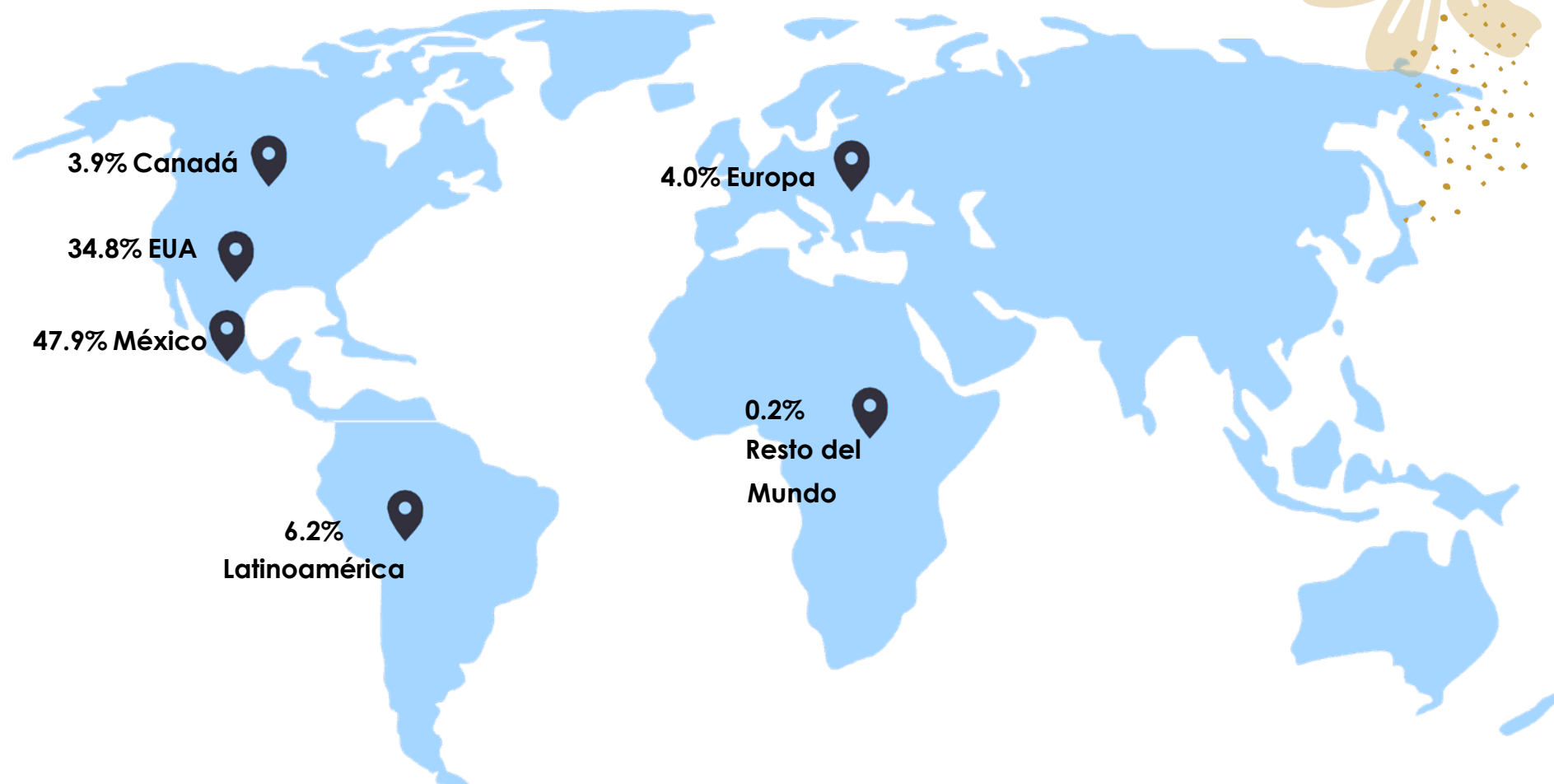
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados

Los levantamientos asociados a **Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres, Playa del Carmen y Tulum** se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio

En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual** el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Se obtienen 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan alcanzar un **nivel de confiabilidad del 94%** en los resultados de la investigación

En **Cozumel** se obtienen las encuestas en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de la isla, mientras que en el caso de **Isla Mujeres** las encuestas se levantan en la terminal marítima de la isla entre los turistas que esperan su regreso a la terminal de Puerto Juárez

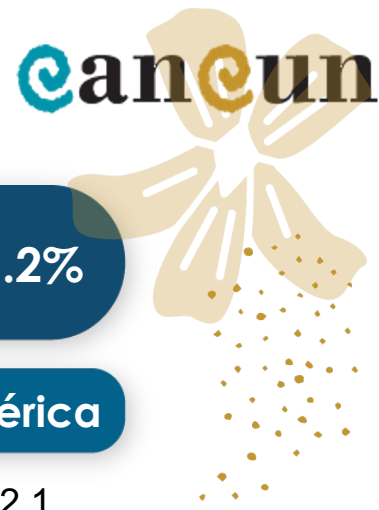
# Procedencia



Región	2019	2020
Estados Unidos	34.8	3.9
México	38.5	47.9
Canadá	4.3	3.9
Europa	4.4	4.0
Latinoamérica	17.1	6.2
Otros	0.9	0.2



# Procedencia



**México 47.9%**

**EUA 37.9%**

**Sudamérica 6.2%**

## Top

## Estados de México

## Estados de EUA

## Países de Sudamérica

1	Nuevo León	17.2
2	Ciudad de México	16.3
3	Jalisco	11.8
4	Estado de México	7.8
5	Chihuahua	7.3
6	Querétaro	5.0
7	Guanajuato	4.9
8	Coahuila	4.0
9	Baja California	3.3
10	Puebla	2.7

Texas	16.8
Florida	10.0
California	9.6
New York	9.1
Illinois	7.3
Georgia	3.7
New Jersey	3.4
Michigan	3.4
Pennsylvania	2.9
Wisconsin	2.4

Colombia	22.1
Brasil	20.3
Chile	10.0
Perú	9.8
Argentina	9.2
Costa Rica	7.9
Ecuador	6.7
Panamá	3.1
Guatemala	2.7
Cuba	2.7



# Edad del turista



## Baby Boomers (60 años y más)

5.9% de los turistas



## Generación X (40 a 59 años)

26.2% de los turistas  
-De 40 a 49 años 16.1%  
-De 50 a 59 años 10.1%



## Millenials (20 a 39 años)

51.9% de los turistas  
-De 20 a 29 años 28%  
-De 30 a 39 años 23.9%



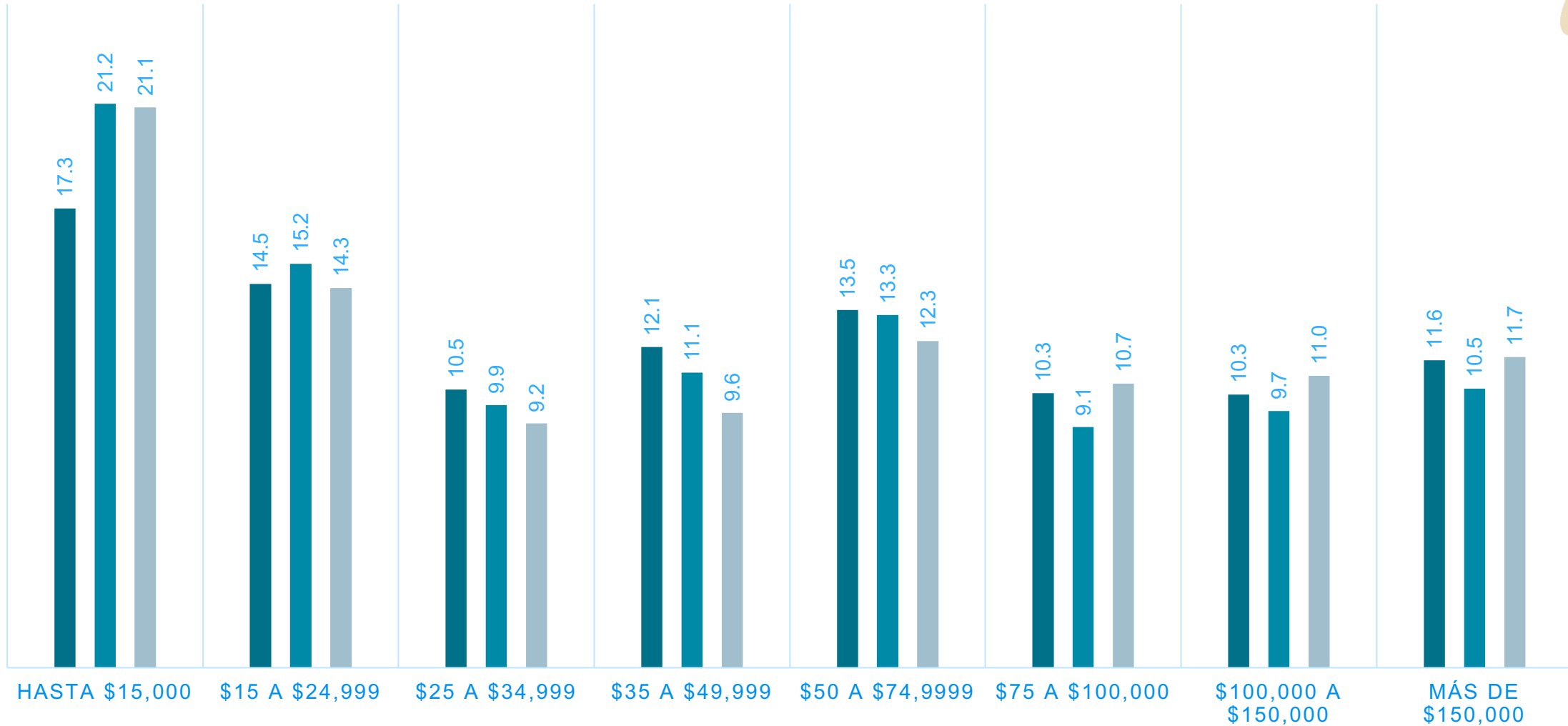
## Generación Z (0 a 19 años)

16.1% de los turistas  
-Hasta los 12 años 6.1%  
-De 13 a 19 años 9.9%

# Ingresos anuales en dólares



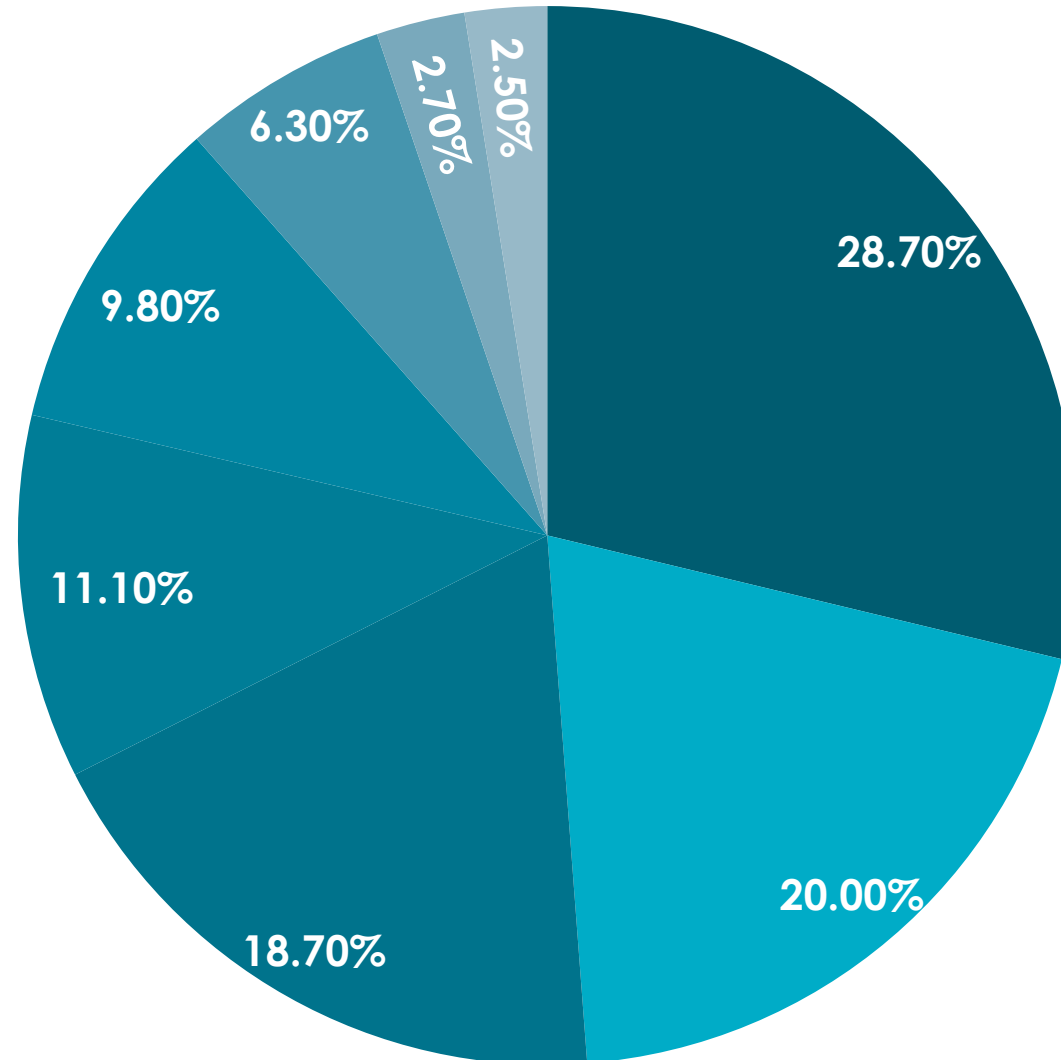
■ 2018 ■ 2019 ■ 2020.0



# Medios que influyeron en su intención de visita

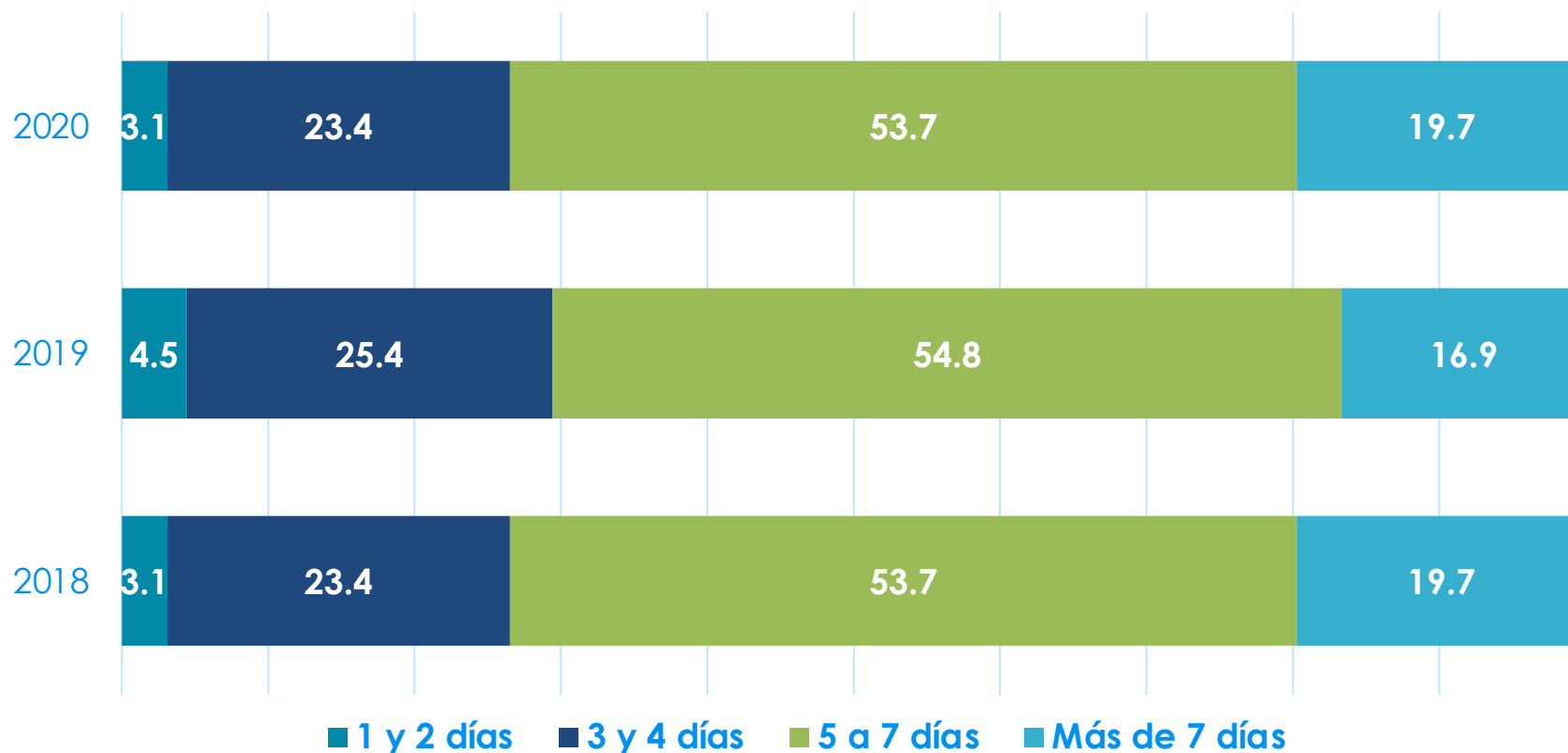


- Redes sociales
- Publicidad en internet
- Agencia de viajes
- Sitios especializados de viaje / blog
- Youtube
- Influencers en línea
- Televisión y radio
- Revista / impreso





# Estancia y tamaño de grupo



**2020**  
**Estancia media: 6.8 días**  
**Tamaño de grupo: 3.1 personas**



### Viaja en pareja

2020	2019
43.3%	41.5%

## Personas con quien viaja

### Viaja en familia

2020	2019
37.6%	39.2%

### Viaja solo

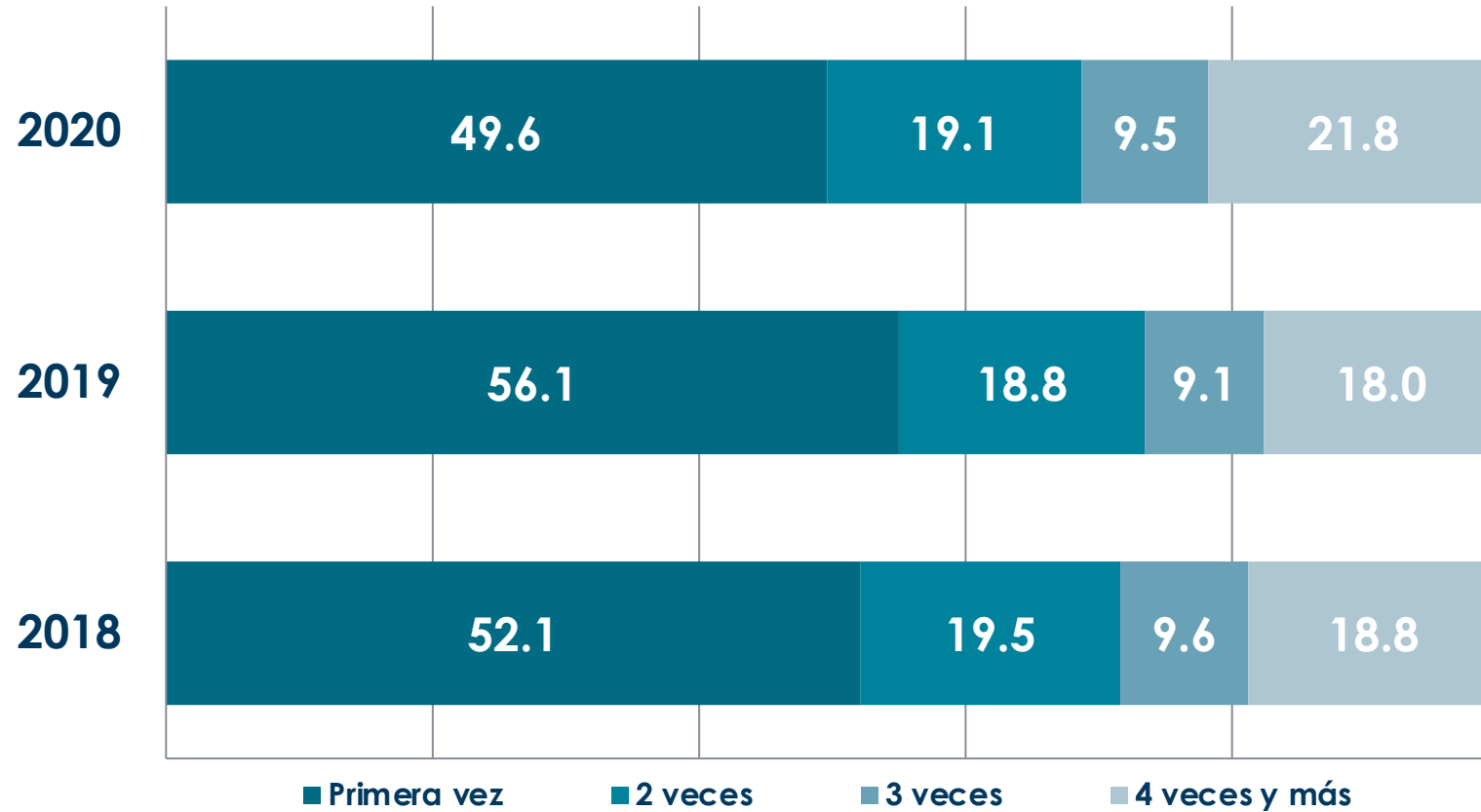
2020	2019
8.4%	6.9%

### Viaja con amigos

2020	2019
10.5%	10%

2020

# Visita y tasa de retorno



Q1 2019

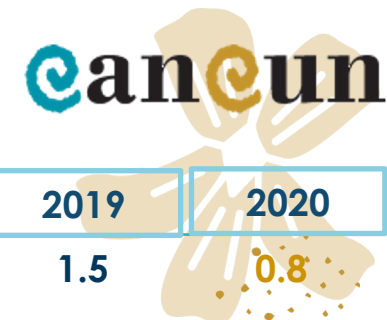
Tasa de retorno al destino: **47.4%**

Q1 2020

Tasa de retorno al destino: **43.9%**



# Motivo de viaje

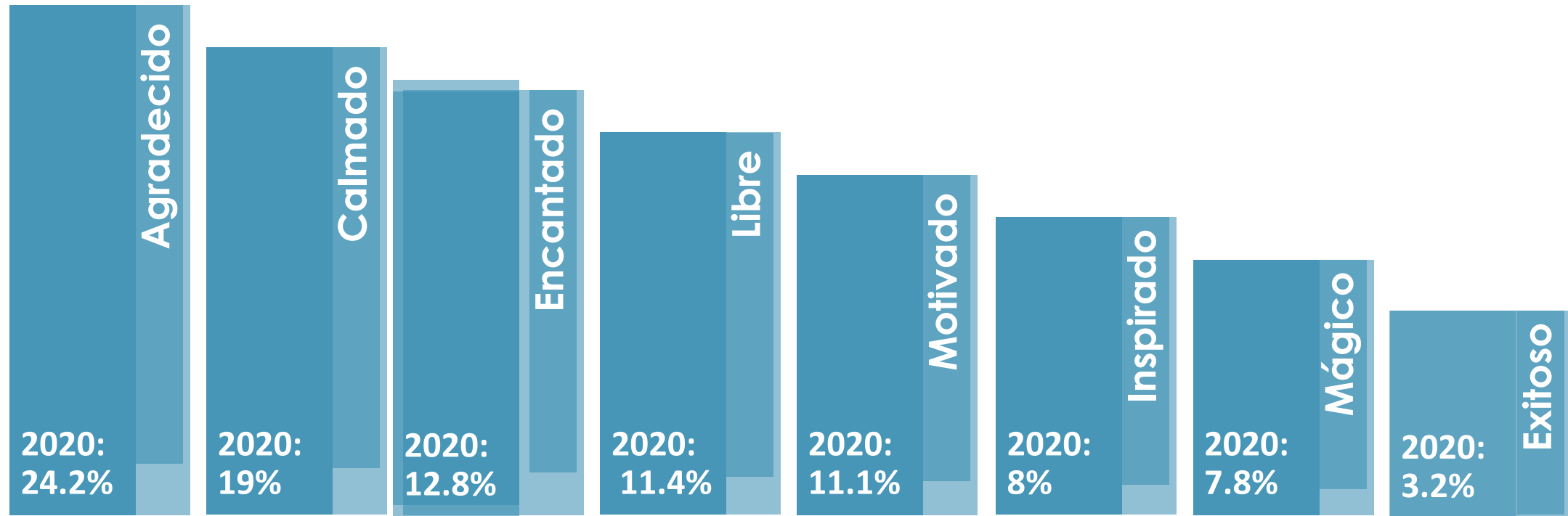


	2018	2019	2020
Descansar	51.1	65.8	73.0
Actividades de aventura	7.8	10.6	6.8
Luna de miel	10.3	6.9	5.6
Visitar amigos / familia	6.3	2.9	3.6
Asistir a boda	5.0	2.4	3.0
Salud y Bienestar	0.9	1.3	1.6
Motivos culturales	1.6	2.1	1.2
Negocios	2.7	1.4	1.0

	2018	2019	2020
Vida nocturna	1.4	1.5	0.8
Evento cultural, deportivo o social	2.8	0.7	0.7
Viaje de incentivos	1.6	0.9	0.6
Contraer matrimonio	0.7	0.4	0.6
Convención	1.0	0.6	0.4
Otros	3.7	0.8	0.4
Congreso	2.7	1.1	0.3
Gastronomía	3.7	0.8	0.4



# Sentimiento



# Canal de compra



**1** Agencia de viaje online  
2020: 29.2%  
2019: 31.8%

**2** Agencia de viajes tradicional  
2020: 25.2%  
2019: 26.4%

**3** Web compañía aérea  
2020: 16.8%  
2019: 14.1%

**4** Buscador de viajes  
2020: 9.6%  
2019: 10.3%

**5** Sitio web del hotel  
2020: 7.5%  
2019: 8.5%

**6** Tiempo compartido  
2020: 5.4%  
2019: 4.0%

**7** Sitio de renta vacacional  
2020: 3.9%  
2019: 5.1%

**8** Oficina – teléfono compañía aérea  
2020: 2.2%  
2019: 2.1%

**9** Teléfono del hotel  
2020: 1.5%  
2019: 1.4%



# Uso y tipo de paquete



# Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	2018	2019	2020
Tamaño de grupo	2.9 personas	2.9 personas	3.1 personas
Gasto total	\$870	\$878	\$761
Tarifa aérea	\$269	\$274	\$219
Hospedaje	\$414	\$360	\$346
Gasto en el destino	\$187	\$244	\$196





# Tipo de hospedaje utilizado



HOSPEDAJE	2018	2019	2020
HOTEL	82.4	79.2	79.8
TIEMPO COMPARTIDO	7.7	6.3	4.7
RENTA VACACIONAL / CASA RENTADA	4.8	5.9	7.7
CASA DE FAMILIARES/AMIGOS	3.2	3.5	4.0
CASA O CONDOMINIO PARTICULAR	1.4	1.9	2.3
HOSTAL	0.4	1.7	1.5



# Tours realizados



## Zonas Arqueológicas

2018: 36.5%  
2019: 42.9%  
**2020: 22.8%**



## Ciudades cercanas

2018: 29.6%  
2019: 40.1%  
**2020: 24.3%**



## Parques recreativos

2018: 33.8%  
2019: 39.9%  
**2020: 20.1%**



## Cenotes y cavernas

2018: 13.1%  
2019: 16.4%  
**2020: 11.0%**



## Actividades acuáticas

2018: 14.9%  
2019: 16.2%  
**2020: 10.8%**



## Entretenimiento

2018: 7.9%  
2019: 7.4%  
**2020: 4.1%**



## Naturaleza

2018: 8.4%  
2019: 7.3%  
**2020: 5.8%**








## Deportes

2018: 0.8%  
2019: 0.8%  
**2020: 0.6%**



# Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

Destinos	2018	2019	2020
 PLAYA DEL CARMEN	4.5	25.7	24.1
 TULUM	17.8	15.9	20.3
 ISLA MUJERES	20.5	16.0	10.3
 BACALAR	4.8	7.5	8.7
Mérida	6.0	6.6	8.0
 ISLA COZUMEL	8.3	7.8	7.7
 HOLBOX	5.1	7.5	6.6
Valladolid	5.7	5.3	5.1
Campeche		1.0	1.8
 RIVIERA MAYA	22.8	1.3	1.0
 PUERTO MORELOS	1.7	1.6	0.8

**2019**  
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



**2020**  
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA