

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q4
(OCT – DIC 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

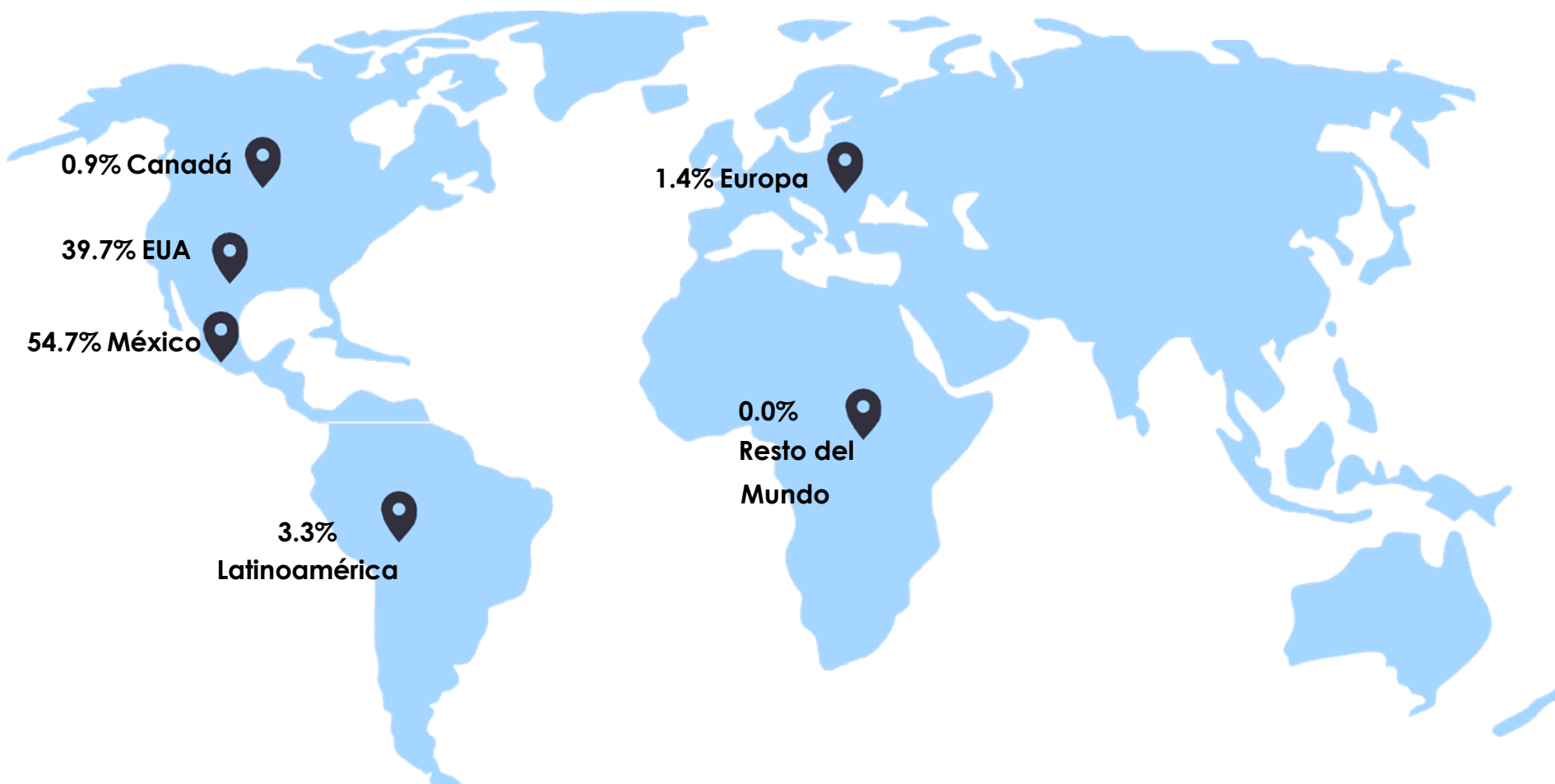
En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual** el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Se obtienen 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan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

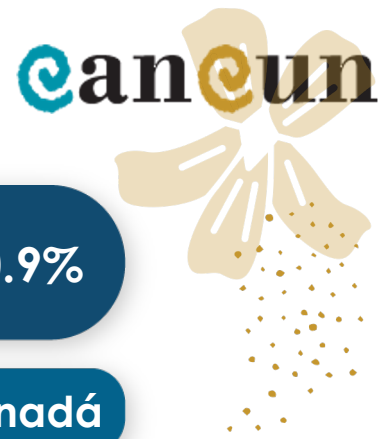




Procedencia



Procedencia



México 54.7%

EUA 39.7%

Canadá 0.9%

Top

Estados de México

Estados de EUA

Provincias de Canadá

1	Nuevo León	19.4
2	Ciudad de México	16.9
3	Jalisco	12.7
4	Estado de México	6.7
5	Chihuahua	6.4
6	Querétaro	4.7
7	Guanajuato	4.7
8	Coahuila	4.1
9	Michoacán	3.1
10	Puebla	2.7

Florida	15.1
Texas	13.7
New York	12,1
California	9.5
Illinois	6.6
Georgia	3.4
Michigan	3.2
Pennsylvania	2.6
Virginia	2.5
North Carolina	2.4

Ontario	64.7
Quebec	23.5
Alberta	11.8



Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

5.2% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

26.3% de los turistas
-De 40 a 49 años 16.1%
-De 50 a 59 años 10.2%



Millenials (20 a 39 años)

52.5% de los turistas
-De 20 a 29 años 29.1%
-De 30 a 39 años 23.4%



Generación Z (0 a 19 años)

15.9% de los turistas
-Hasta los 12 años 10.1%
-De 13 a 19 años 5.8%

Ingresos anuales en dólares



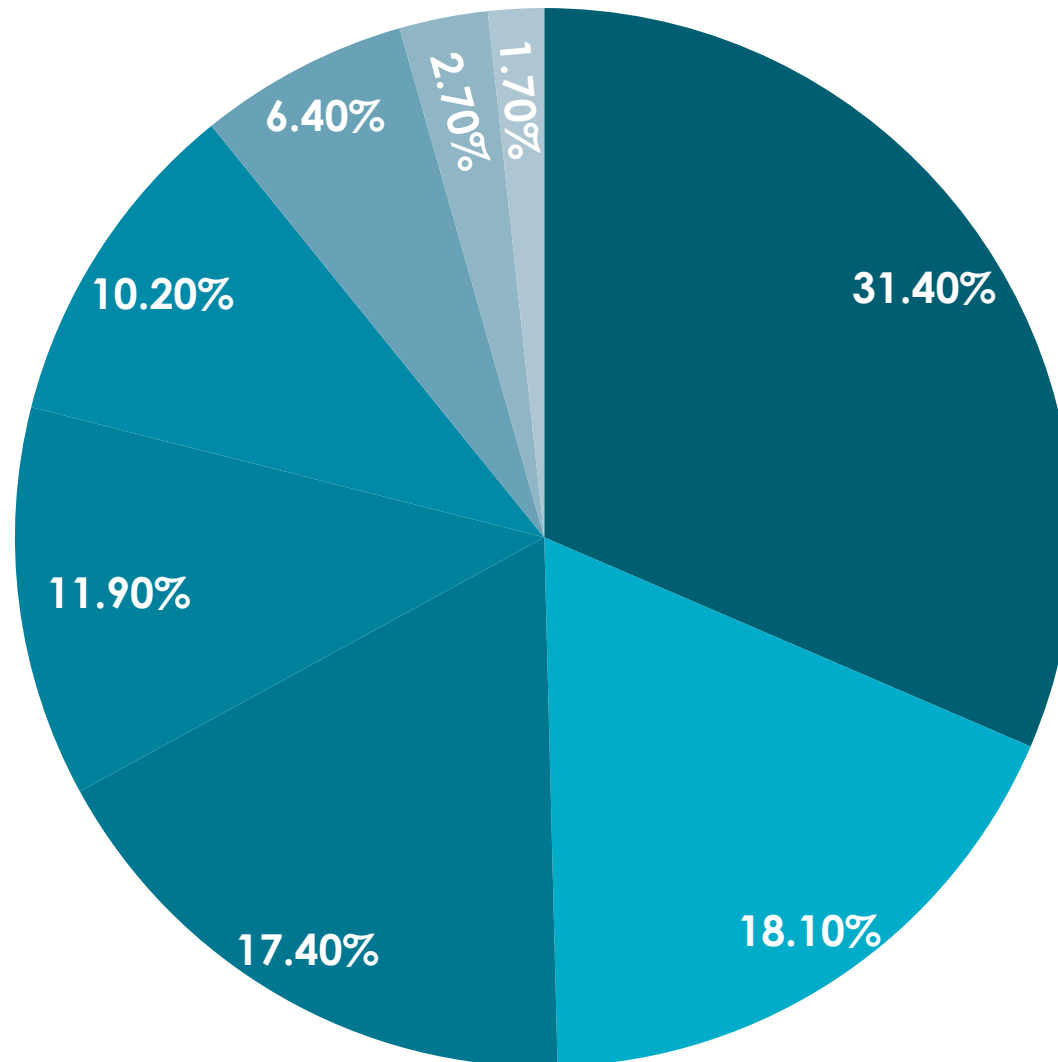
	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Más de \$150,000	21.9	26.8	12.8	11.0	11.7
De \$100,000 a \$150,000	18.6	17.2	10.7	11.5	11.0
De \$75,000 a \$99,999	9.8	10.6	10.5	10.6	11.4
De \$50,000 a \$74,999	10.4	10.8	10.9	12.3	13.7
De \$35,000 a \$49,999	12.6	12.9	9.4	8.5	10.5
De \$25,000 a \$34,999	9.1	7.4	7.9	9.6	10.1
De \$15,000 a \$24,999	8.8	7.8	15.7	15.7	11.9
Menos de \$15,000	8.8	6.5	22.0	20.7	19.8



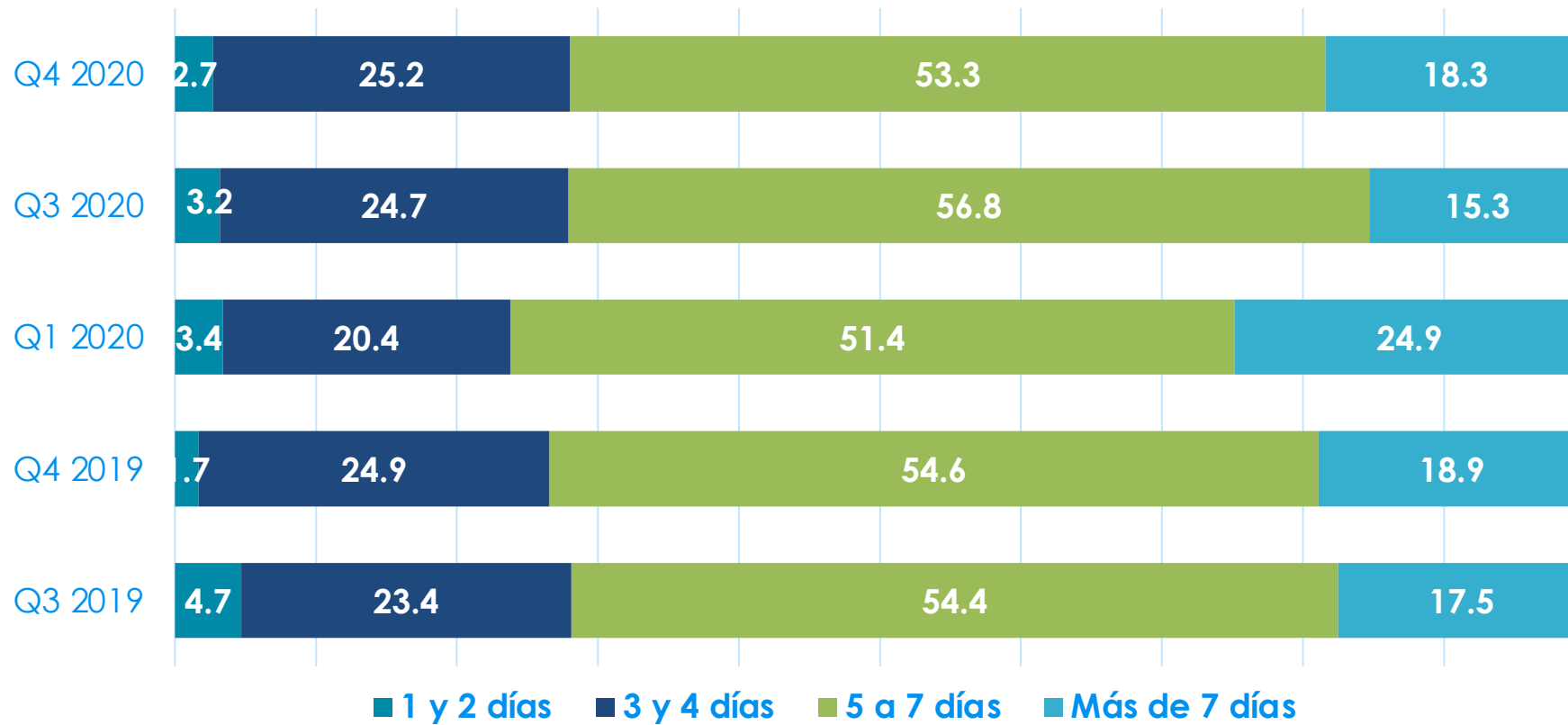
Medios que influyeron en su intención de visita



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



Estancia y tamaño de grupo



Q4 2020

Estancia media: 6.5 días
Tamaño de grupo: 3.2 personas

Q4 2019

Estancia media: 6.5 días
Tamaño de grupo: 2.8 personas



Personas con quien viaja

Viaja en pareja

Q4 2020	Q4 2019
43.0%	41.6%

Viaja en familia

Q4 2020	Q4 2019
39%	35.6%

Q4
2020

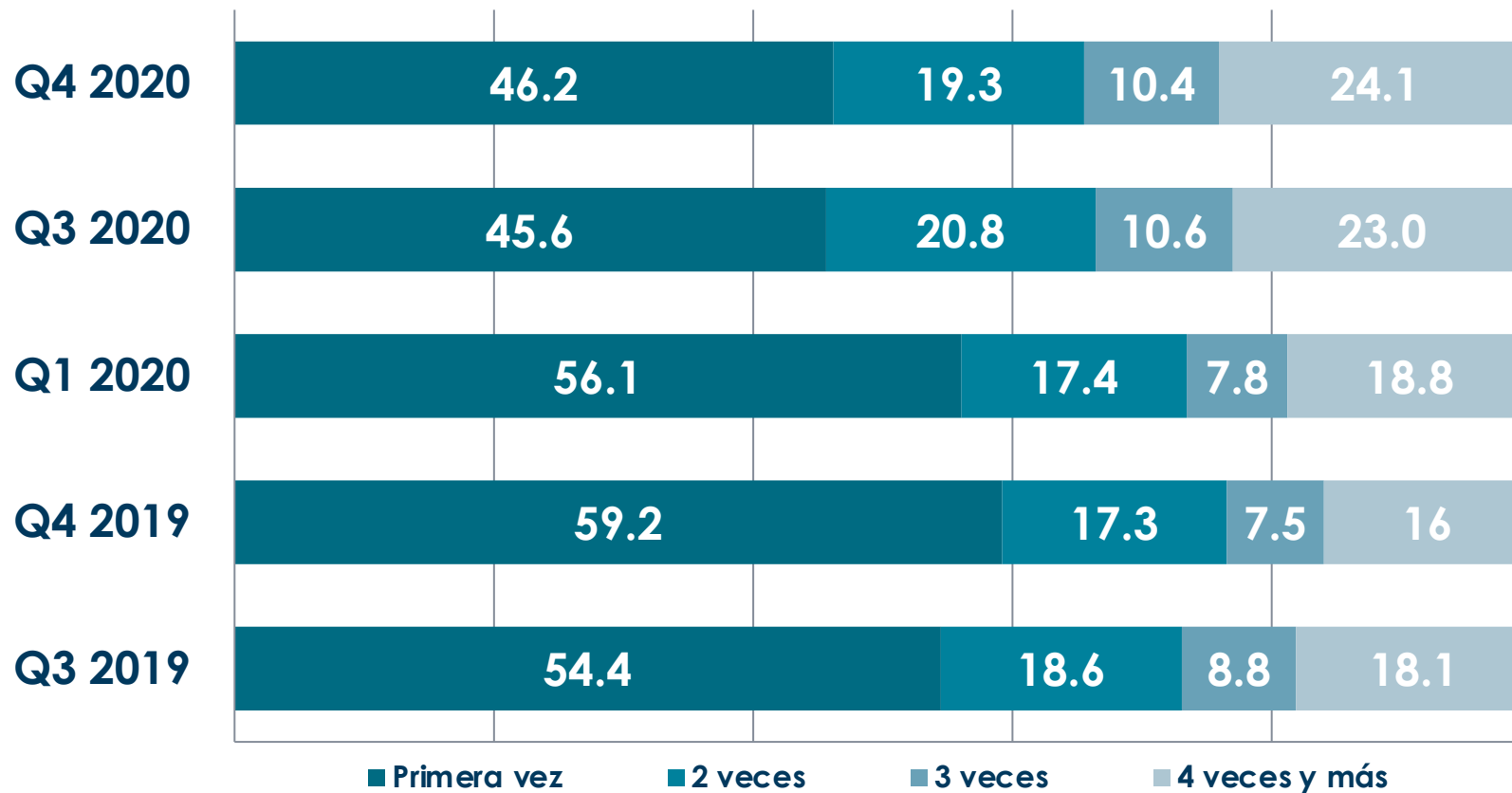
Viaja con amigos

Q4 2020	Q4 2019
10.8%	12.5%

Viaja solo

Q4 2020	Q4 2019
7.2%	10.3%

Visita y tasa de retorno



Q4 2020

Tasa de retorno al destino: **53.8%**

Q4 2010

Tasa de retorno al destino: **40.8%**



Motivo de viaje

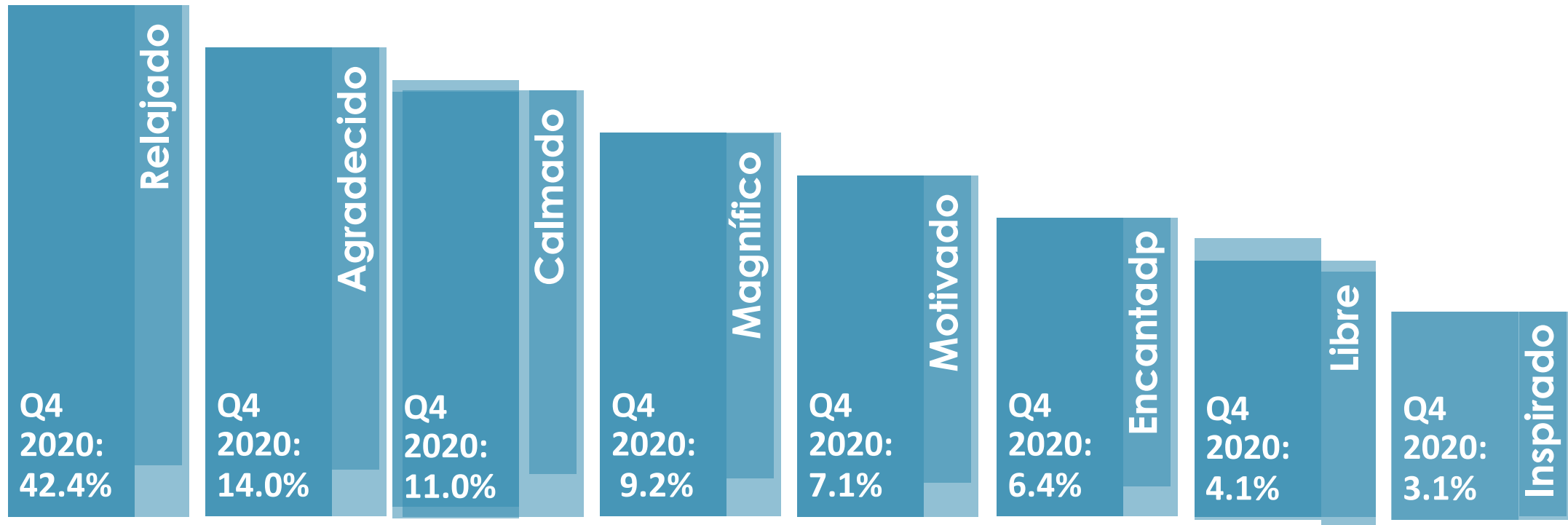


	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Descansar	59.9	68.1	74.5	76.7
Luna de miel	8.7	5.0	5.8	5.8
Actividades de aventura	13.1	8.7	8.3	4.3
Asistir a boda	N/D	N/D	2.7	3.8
Visita amigos / familia	2.7	4.0	3.0	3.7
Negocios	1.5	1.0	0.8	1.2
Salud y bienestar	N/D	N/D	2.4	0.9
Boda	2.9	2.1	0.8	1.2

	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Congreso / Convención	1.7	1.2	0.2	0.8
Motivos culturales	N/D	N/D	0.7	0.6
Evento especial	0.8	1.2	0.1	0.5
Viaje de incentivos	1.1	1.1	0.7	0.2
Cultura maya	2.0	2.2	N/D	N/D



Sentimiento



Canal de compra



1 Agencia de viaje online
Q4 2020: 28.6%
Q4 2019: 29.3%

2 Agencia de viajes tradicional
Q4 2020: 26.1%
Q4 2019: 25.4%

3 Web compañía aérea
Q4 2020: 20.1%
Q4 2019: 13.2%

4 Buscador de viajes
Q4 2020: 9.4%
Q4 2019: 11.0%

5 Sitio web del hotel
Q4 2020: 7.0%
Q4 2019: 8.0%

6 Sitio de renta vacacional
Q4 2020: 1.8%
Q4 2019: --

7 Tiempo compartido
Q4 2020: 3.8%
Q4 2019: 4.2%

8 Oficina – teléfono compañía aérea
Q4 2020: 1.8%
Q4 2019: 2.0%

9 Teléfono del hotel
Q4 2020: 1.4%
Q4 2019: 1.1%





Uso y tipo de paquete



Todo incluido

Q4 2020: 37.1%
Q4 2019: 43.3%



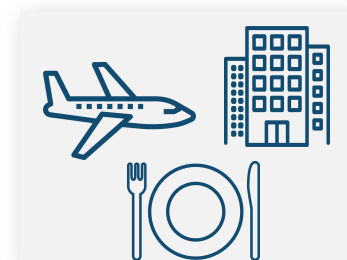
No usó paquete

Q4 2020: 40.9%
Q4 2019: 39.3%



Avión y hotel

Q4 2020: 19.6%
Q4 2019: 13.2%



Avión, hotel y un alimento

Q4 2020: 2.3%
Q4 2019: 3.5%



Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q4 2019	Q4 2020
Tamaño de grupo	2.8 personas	3.2 personas
Gasto total	\$862	\$644
Tarifa aérea	\$261	\$176
Hospedaje	\$293	\$326
Gasto en el destino	\$308	\$141



Tipo de hospedaje utilizado



Hospedaje	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Hotel	81.9	80.4	75.2	83.8	81.1
Renta vacacional	5.6	7.8	9.5	6.2	7.0
Tiempo compartido	6.2	6.1	5.9	3.2	4.8
Casa de familiares/amigos	4.2	3.9	5.1	3.6	3.4
Casa o condominio particular	2.1	1.8	1.8	2.3	2.8
Hostal			2.6	0.8	0.9





Tours realizados



**Zonas
Arqueológicas**

Q4 2019: 70.9%
Q4 2020: 15.3%



**Cenotes y
cavernas**

Q4 2019: 25.7%
Q4 2020: 15.2%



**Actividades
acuáticas**

Q4 2019: 29.1%
Q4 2020: 11.0%



**Parques
recreativos**

Q4 2019: 68.3%
Q4 2020: 27.5%



**Ciudades
cercanas**

Q4 2019: 69.6%
Q4 2020: 45.4%



Naturaleza

Q4 2019: 4.7%
Q4 2020: 9.2%



Entretenimiento

Q4 2019: 3.2%
Q4 2020: 5.2%












Deportes

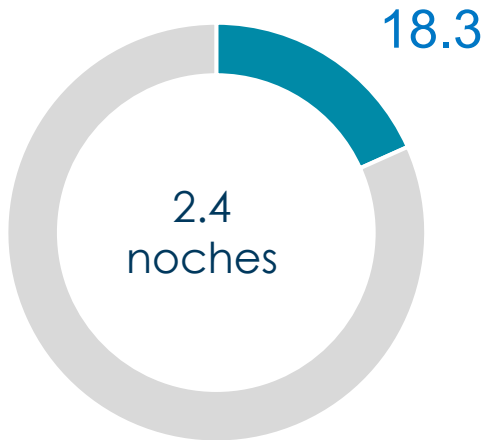
Q4 2019: 0.8%
Q4 2020: 1.1%



Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

Destinos	Q3 2020	Q4 2020
 PLAYA DEL CARMEN	25.0	23.2
 TULUM	20.8	18.8
 ISLA MUJERES	15.6	11.6
 HOLBOX	5.2	8.9
 BACALAR	9.4	9.8
Mérida	6.3	8.0
 ISLA COZUMEL	6.3	5.4
Valladolid	1.0	4.5
 RIVIERA MAYA	4.2	1.8
 PUERTO MORELOS		1.8
Campeche	1.0	0.9
MAHAHUAL	0.7	0.9
 CHETUMAL	1.0	

Q4 2019
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Q4 2020
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA