

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA



INFORME TRIMESTRAL
(Q4 | Oct – Dic 2020)

Metodología

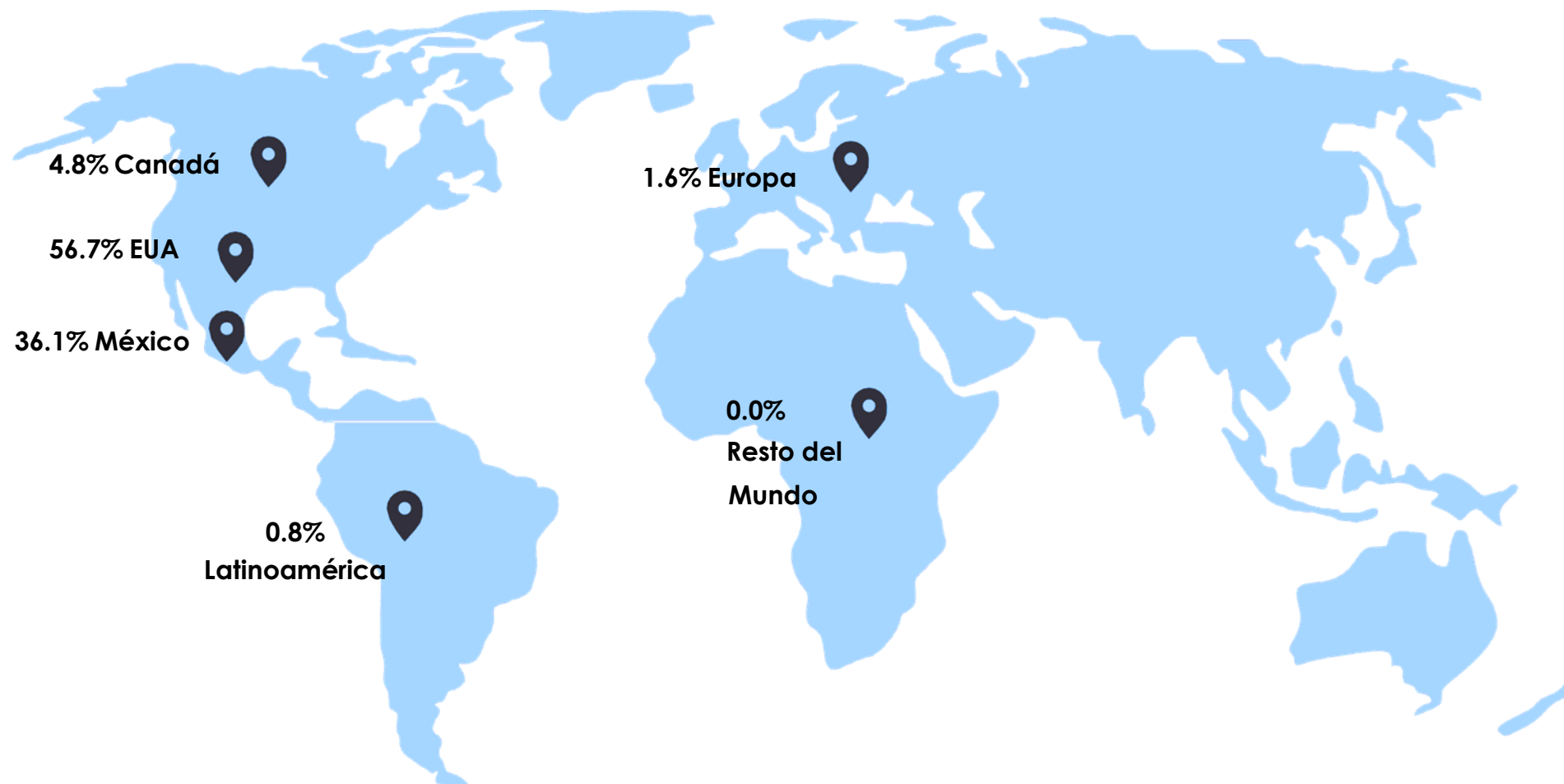
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

Los levantamientos asociados a **Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres 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. Son obtenidas 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 ínsula, 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 36.1%

EUA 56.7%

Canadá 4.8%

Top

1	Nuevo León	30.0
2	Ciudad de México	13.3
3	Guanajuato	10.0
4	Jalisco	10.0
5	Querétaro	6.7
6	Chihuahua	6.7
7	Estado de México	5.6
8	Michoacán	5.6
9	Coahuila	4.4

Estados de México

Estados de EUA

Provincias de Canadá

Florida	13.5
Texas	12.0
New York	8.3
Pennsylvania	7.5
Georgia	7.5
California	5.3
Ohio	5.3
Tennessee	4.5
North Carolina	3.0

Quebec	66.7
Ontario	22.2
Alberta	11.1

Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

3.7% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

32.1% de los turistas
-De 40 a 49 años 23.7%
-De 50 a 59 años 8.4%



Millenials (20 a 39 años)

51.5% de los turistas
-De 20 a 29 años 22.4%
-De 30 a 39 años 29.1%



Generación Z (0 a 19 años)

12.7% de los turistas
-Hasta los 12 años 9.0%
-De 13 a 19 años 3.7%

Ingresos anuales en dólares

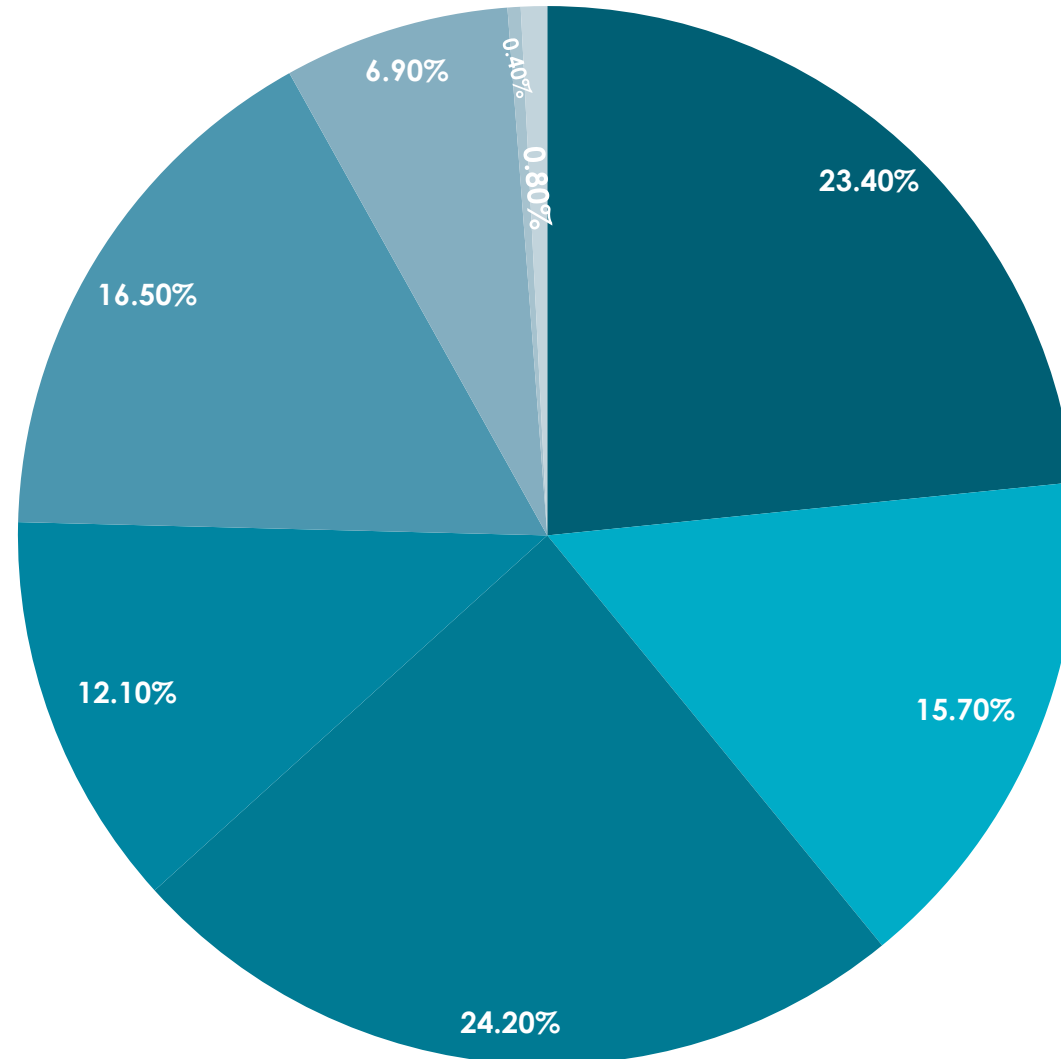


	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Más de \$150,000	22.6	17.0	19.4	18.5	17.5
De \$100,000 a \$150,000	13.5	18.0	23.3	22.2	19.5
De \$75,000 a \$99,999	12.8	13.0	16.5	11.1	12.3
De \$50,000 a \$74,999	21.1	17.0	15.5	13.6	20.1
De \$35,000 a \$49,999	6.8	8.0	6.8	6.2	9.1
De \$25,000 a \$34,999	6.8	10.0	4.9	7.4	4.5
De \$15,000 a \$24,999	9.0	8.0	6.8	13.6	5.8
Menos de \$15,000	7.5	9.0	6.8	7.4	11.0

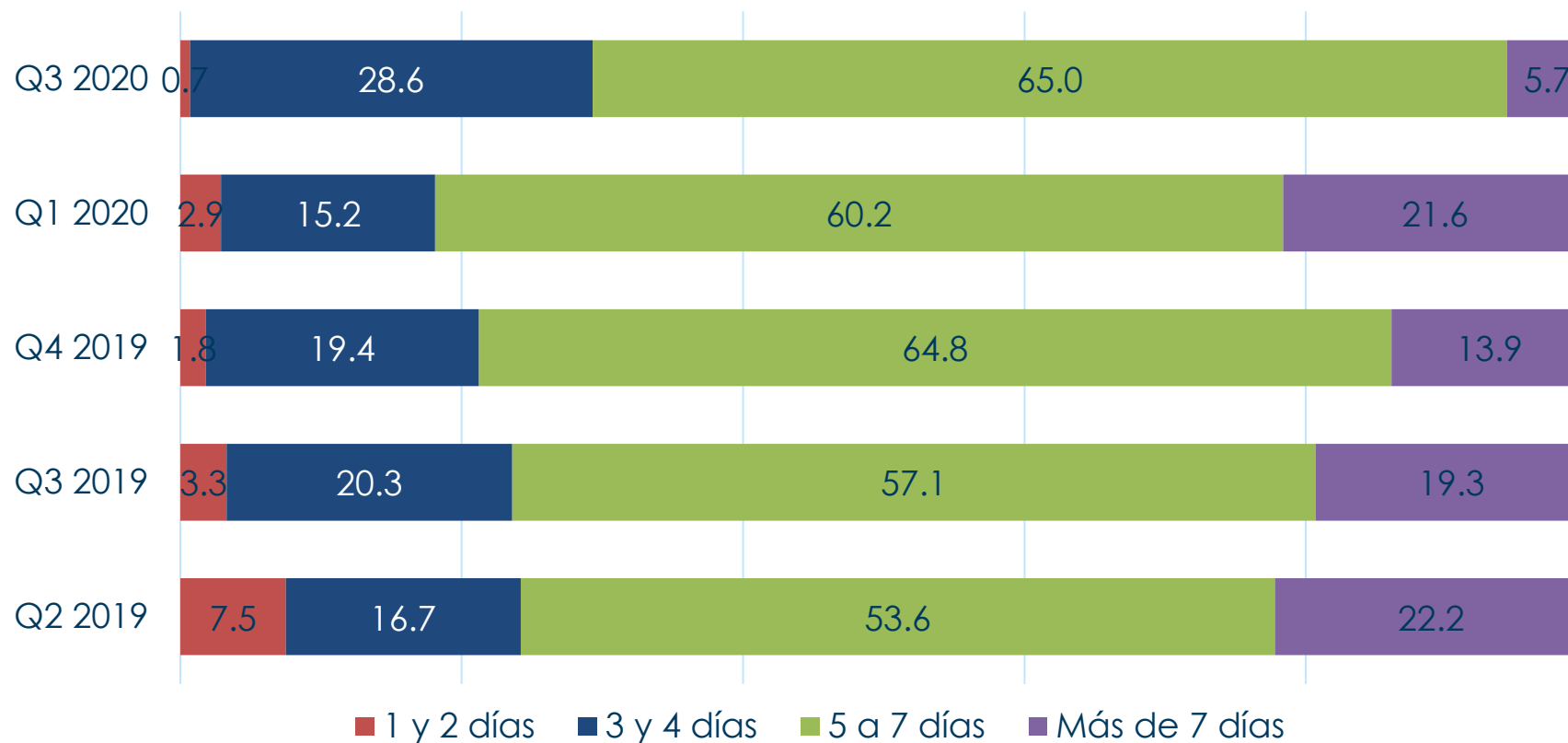
Medios que influyeron en su intención de visita



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



Estancia y tamaño de grupo



Q4 2020

Estancia media: **6.2** días

Tamaño de grupo: **2.9** personas

Q4 2019

Estancia media: **6.0** días

Tamaño de grupo: **2.7** personas

Personas con quien viaja

COSTA
MUJERES

Viaja en pareja

Q4 2019

56.4%

Q4 2020

60.4%

Viaja en familia

Q4 2019

28.5%

Q4 2020

27.2%

Q4
2020

Viaja con amigos

Q4 2019

8.5%

Q4 2020

7.6%

Viaja solo

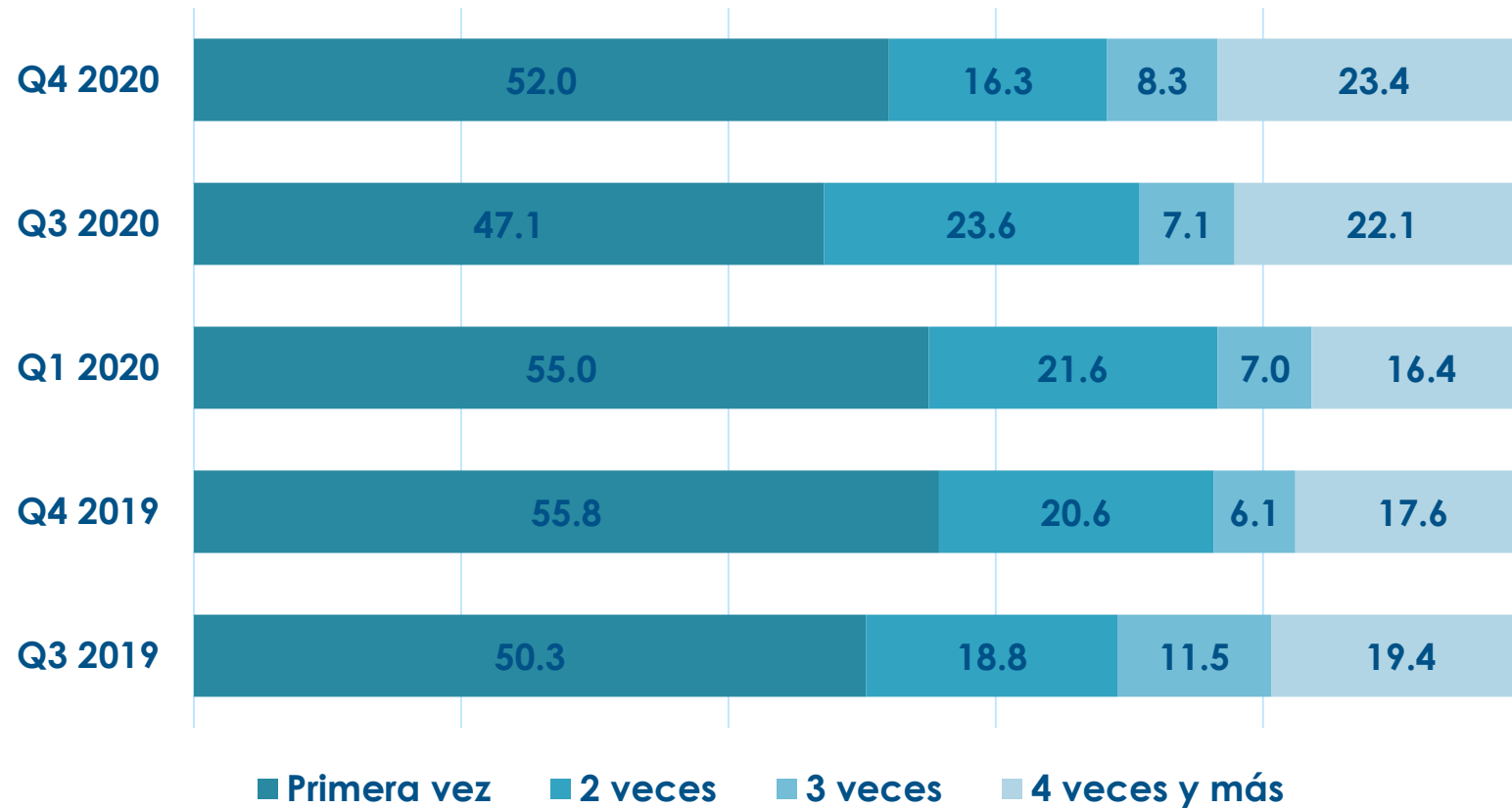
Q4 2019

6.7%

Q4 2020

4.8%

Visita y tasa de retorno










Q4 2020








Tasa de retorno al destino: **48.0 %**

Q4 2019

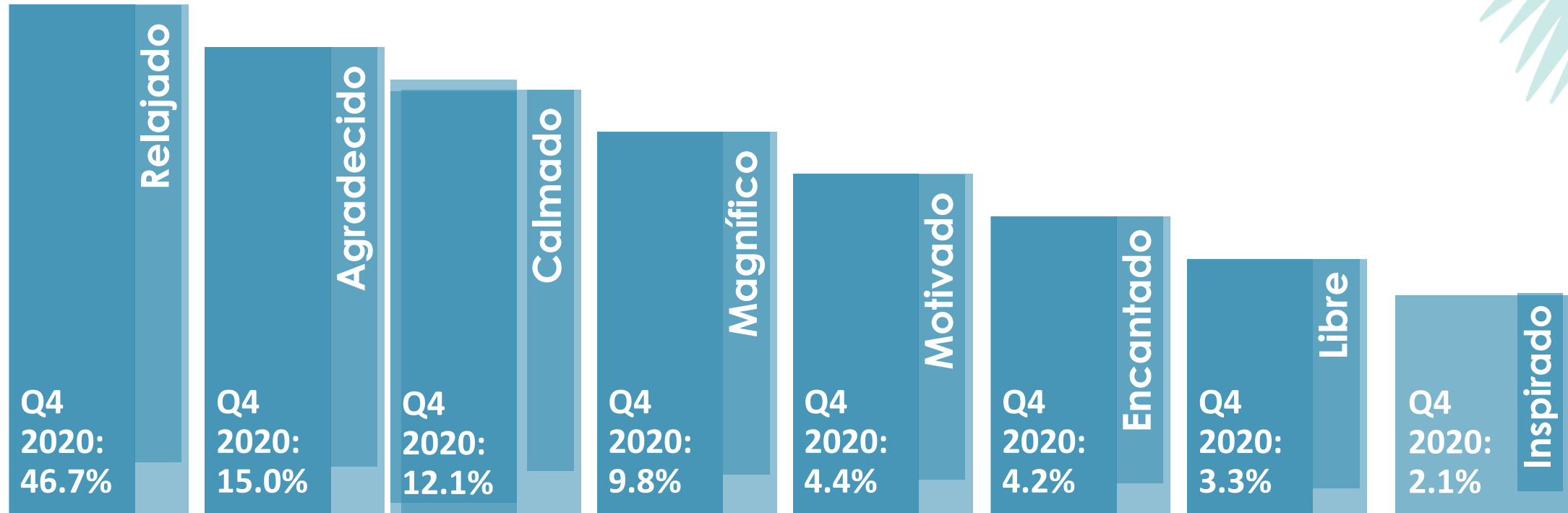
Tasa de retorno al destino: **44.2%**

Motivo de viaje

	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
 Descansar	72.6%	59.8%	76.5%	70.5%	80.8%
 Luna de Miel	8.5%	13.4%	4.7%	13.7%	9.2%
 Asistir a boda	7.5%	11%	5.3%	2.9%	4.0%
 Actividades de aventura	7.1%	5.5%	0.6%	7.9%	2.4%
 Salud y bienestar	0.5%	0.6%	1.2%	2.9%	0.8%
 Viaje de incentivos	0.9%	1.2%	0.6%	N/D	0.8%
 Negocios	N/D	N/D	1.8%	0.7%	0.8%

	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
 Visita amigos / familia	0.5%	0.6%	1.8%	0.7%	0.4%
 Convención / Congreso	0.5%	1.2%	4.7%	N/D	0.4%
 Motivos culturales	0.5%	1.2%	0.6%	N/D	0.4%
 Evento cultural, deportivo, social	0.5%	N/D	0.6%	0.7%	N/D
 Vida nocturna	0.9%	0.6%	0.6%	N/D	N/D
 Contraer matrimonio	N/D	1.2%	N/D	N/D	N/D
 Gastronomía	N/D	0.6%	N/D	N/D	N/D

Sentimiento



Canal de compra



- 1** Agencia de viaje online
Q4 2020: 25.8%
Q4 2019: 30.9%
- 2** Agencia de viajes tradicional
Q4 2020: 34.7%
Q4 2019: 45.0%
- 3** Web compañía aérea
Q4 2020: 16.1%
Q4 2019: 7.4%
- 4** Buscador de viajes
Q4 2020: 7.2%
Q4 2019: 4.0%
- 5** Sitio web del hotel
Q4 2020: 11.4%
Q4 2019: 7.4%

- 6** Sitio de renta vacacional
Q4 2020: ----
Q4 2019: 1.3%
- 7** Tiempo compartido
Q4 2020: 3.8%
Q4 2019: 2.0%
- 8** Oficina – teléfono compañía aérea
Q4 2020: 0.4%
Q4 2019: 0.7%
- 9** Teléfono del hotel
Q4 2020: 0.4%
Q4 2019: 1.3%

Uso y tipo de paquete



Distribución de la derrama (dólares por grupo)



Concepto	Q4 2019	Q4 2020
Tamaño de grupo	2.7 personas	2.9 personas
Gasto total	\$1,148	\$871
Tarifa aérea	\$310	\$242
Hospedaje	\$550	\$547
Gasto en el destino	\$288	\$82

Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Hotel	91.5	93.3	93.0	92.9	93.7
Tiempo compartido	8.0	4.8	7.0	5.0	5.2
Casa o Condominio Particular					1.2
Renta vacacional		1.8		0.7	
Casa de familiares/amigos	0.5			0.7	

Tours realizados

COSTA
MUJERES



**Zonas
Arqueológicas**

Q4 2020: 8.7%
Q4 2019: 37.2%



**Cenotes y
cavernas**

Q4 2020: 13.3%
Q4 2019: 18.6%



**Actividades
acuáticas**

Q4 2020: 12.9%
Q4 2019: 39.5%



**Parques
recreativos**

Q4 2020: 19.7%
Q4 2019: 40.7%



**Ciudades
cercanas**

Q4 2020: 21.6%
Q4 2019: 59.3%



Naturaleza

Q4 2020: 8.4%
Q4 2019: 4.7%



Entretenimiento

Q4 2020: 4.2%
Q4 2019: 4.7%



Deportes

Q4 2020: 1.1%
Q4 2019: 4.7%



➤ Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



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



Destinos	Q4 2019	Q4 2020
HOLBOX	N/D	33.3
TULUM	33.3	33.3
PLAYA DEL CARMEN	N/D	33.3

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



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA