

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q4

(OCTUBRE | DICIEMBRE 2021)



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.

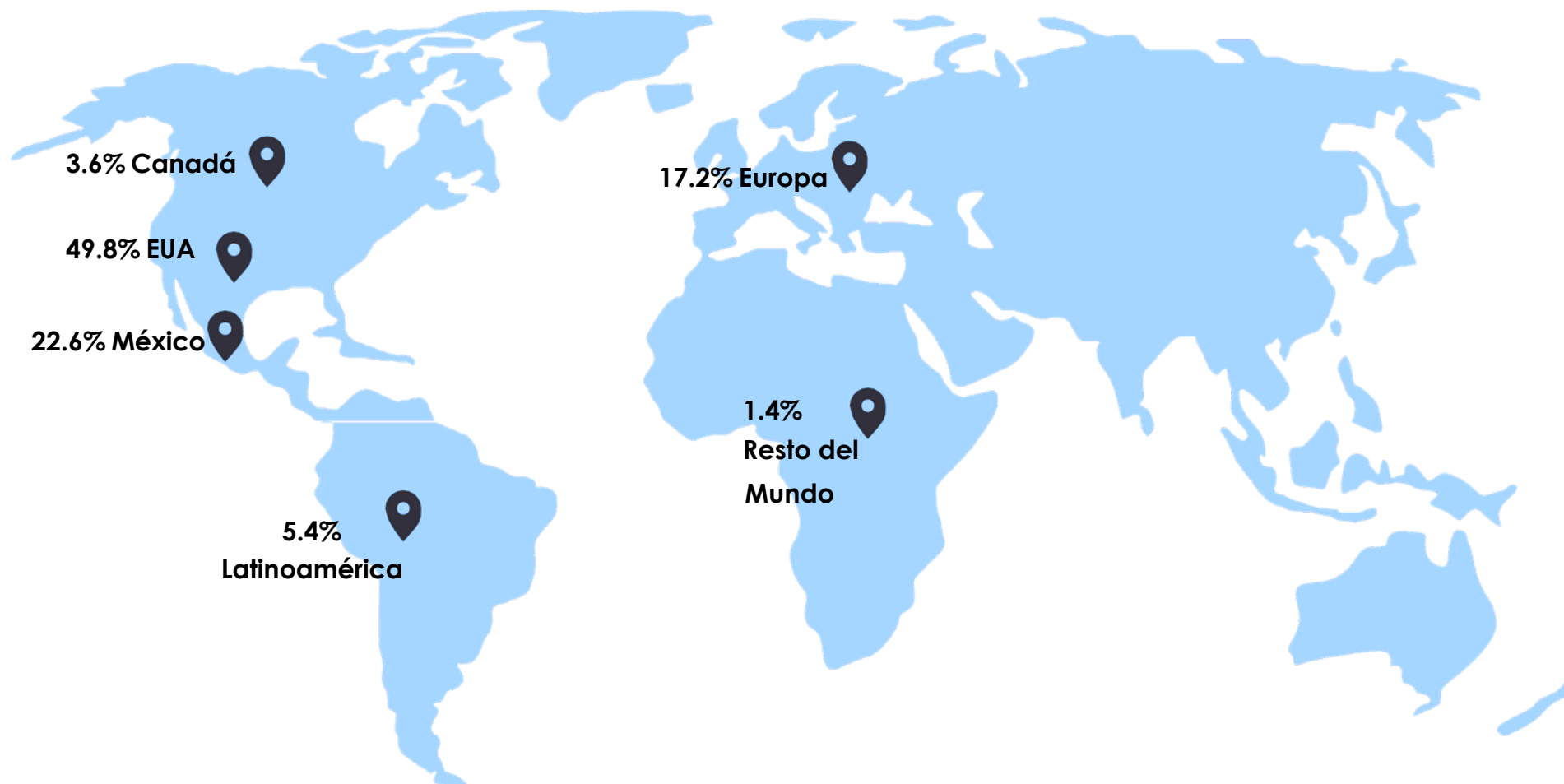
En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual**, el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Son obtenidas 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan 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 22.6%

EUA 49.8%

Europa 17.6%

Top

Estados de México

Estados de EUA

Países de Europa

1	Ciudad de México	22.4
2	Estado de Mexico	12.2
3	Nuevo León	12.2
4	Quintana Roo	8.2
5	Chiapas	6.1
6	Sonora	6.1
7	Jalisco	4.1
8	Baja California	4.1
9	Aguascalientes	4.1
10	Yucatán	4.1

Texas	24.5
California	9.4
Florida	8.5
Illinois	6.6
New York	5.7
Indiana	4.7
Minnesota	3.8
Wisconsin	3.8
Pennsylvania	2.8
Massachusetts	2.8

Holanda	18.4
Alemania	13.2
España	10.5
Francia	10.5
Bélgica	7.9
Inglaterra	7.9
Italia	5.3
Polonia	5.3
Suiza	5.3
Austria	2.6

Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

8.4% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

36.6% de los turistas

-De 40 a 49 años 22.1%

-De 50 a 59 años 14.5%



Millennials (20 a 39 años)

45.1% de los turistas

-De 20 a 29 años 15.7%

-De 30 a 39 años 29.4%



Generación Z (0 a 19 años)

9.8% de los turistas

-Hasta los 12 años 5.6%

-De 13 a 19 años 4.2%

Ingresos anuales en dólares



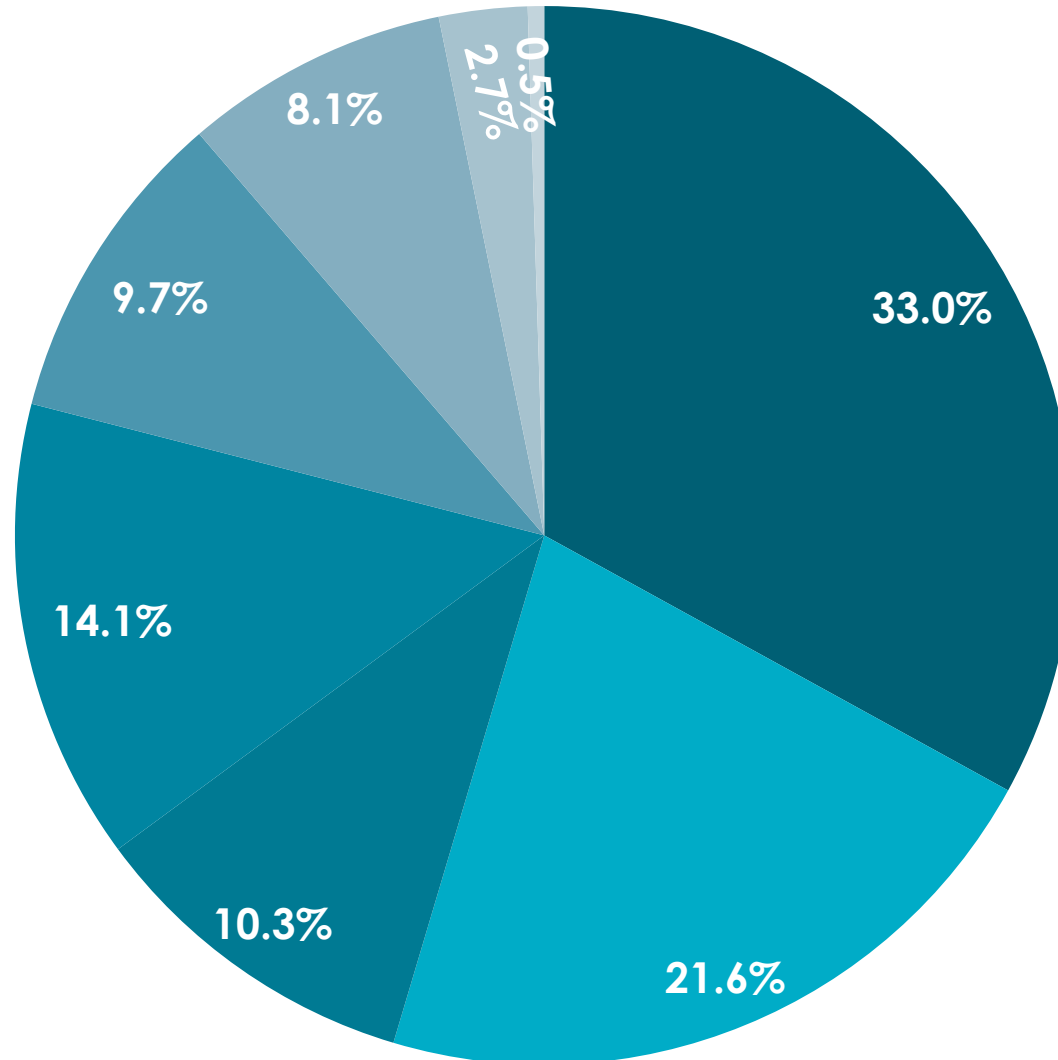
	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021
Más de \$150,000	22.5	21.8	16.8	15.3	14.2
De \$100,000 a \$150,000	17.1	14.9	11.2	11.2	12.8
De \$75,000 a \$99,999	9.9	6.9	12.6	5.1	6.4
De \$50,000 a \$74,999	7.7	10.3	11.9	23.5	8.5
De \$35,000 a \$49,999	9.9	12.6	7.0	10.2	12.8
De \$25,000 a \$34,999	10.8	11.5	11.2	12.2	13.5
De \$15,000 a \$24,999	9.5	8.0	11.2	11.2	19.1
Menos de \$15,000	12.6	13.8	18.2	11.2	12.8



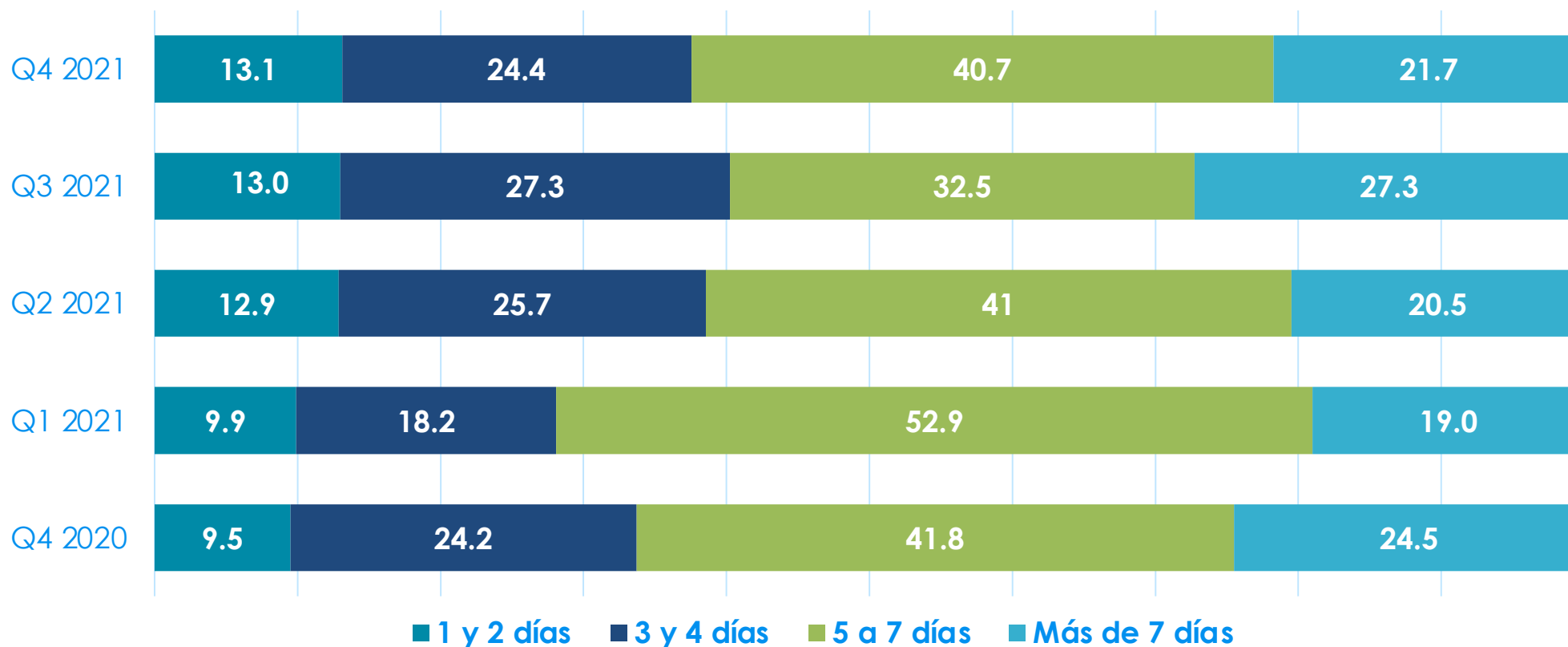
Medios que influyeron en su intención de visita



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



Estancia y tamaño de grupo



Q4 2020

Estancia media: 7.3 días

Tamaño de grupo: 2.9 personas

Q4 2021

Estancia media: 6.1 días

Tamaño de grupo: 2.8 personas





Personas con quien viaja

Viaja en pareja
 Q4 2021 45.6%
 Q4 2020 45.5%



Viaja en familia
 Q4 2021 28.8%
 Q4 2020 26.4%



Q4
 2021

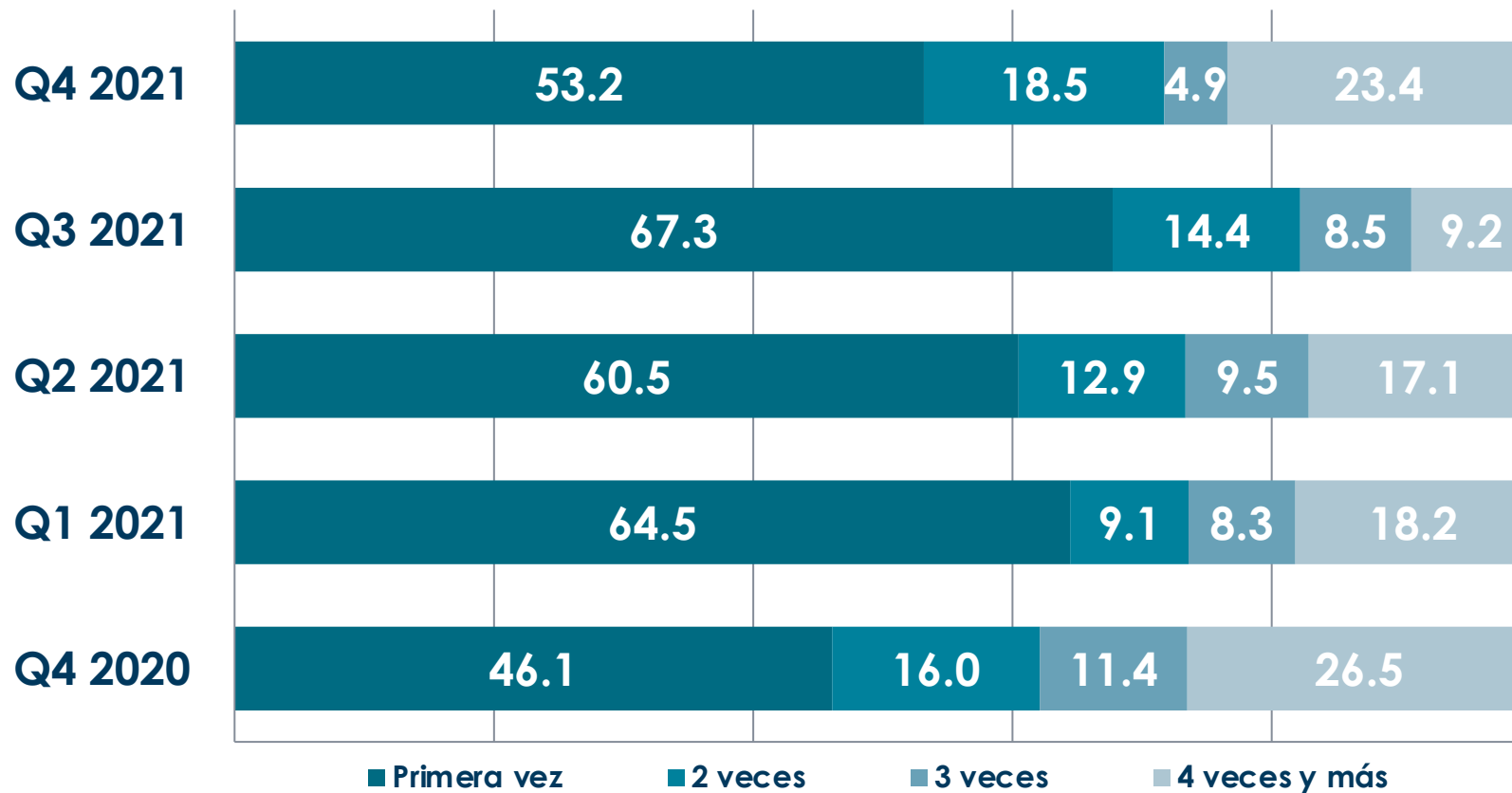
Viaja solo
 Q4 2021 11.2%
 Q4 2020 17.5%



Viaja con amigos
 Q4 2021 14.4%
 Q4 2020 10.6%



Visita y tasa de retorno



Q4 2020







Tasa de retorno al destino: **53.9%**





Q4 2021

Tasa de retorno al destino: **46.8%**

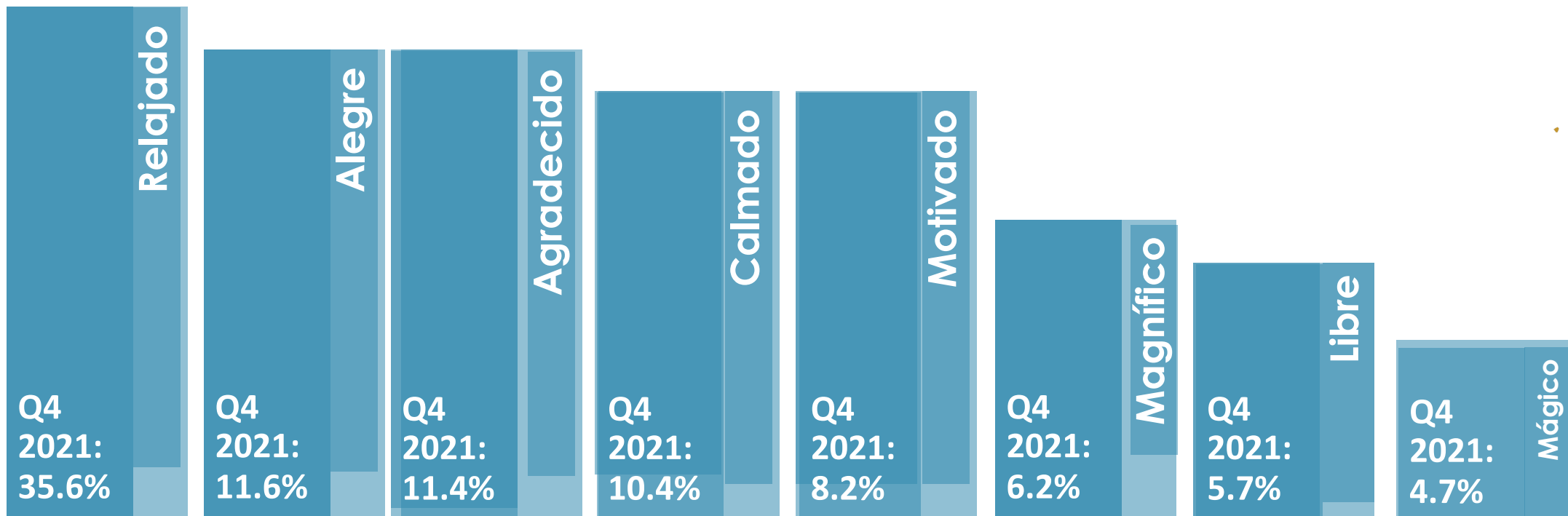


Motivo de viaje

	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021
 Descansar	82.2%	85.1%	85.2%	81.4%	81.3%
 Boda	3.7%	N/D	2.9%	N/D	3.9%
 Visitar amigos/ Familia	2.3%	2.5%	2.9%	3.5%	3.9%
 Luna de miel	4.0%	2.5%	1.4%	1.8%	3.4%
 Actividades de aventura	3.6%	5.0%	2.4%	6.2%	3.0%
 Evento especial	0.3%	N/D	1.4%	N/D	1.5%
 Viaje de incentivos	N/D	N/D	N/D	0.9%	1.0%

	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021
 Motivos culturales	1.3%	0.8%	0.5%	0.9%	1.0%
 Negocios	0.3%	0.8%	1.0%	3.5%	0.5%
 Contraer matrimonio	N/D	1.7%	0.5%	1.8%	0.5%
 Salud y belleza	2.3%	1.7%	1.0%	N/D	N/D

Sentimiento



Canal de compra



1 Agencia de viaje online
Q4 2021: 23.7%
Q4 2020: 27.6%

2 Agencia de viajes tradicional
Q4 2021: 11.6%
Q4 2020: 8.3%

3 Web compañía aérea
Q4 2021: 26.8%
Q4 2020: 24.1%

4 Buscador de viajes
Q4 2021: 11.1%
Q4 2020: 12.8%

5 Sitio web del hotel
Q4 2021: 11.6%
Q4 2020: 15.9%

6 Sitio de renta vacacional
Q4 2021: 9.6%
Q4 2020: 9.7%

7 Tiempo compartido
Q4 2021: 1.0%
Q4 2020: 0.7%

8 Oficina – teléfono compañía aérea
Q4 2021: 1.5%
Q4 2020: 0.7%

9 Teléfono del hotel
Q4 2021: 3.0%
Q4 2020: 0.3%



Uso y tipo de paquete





Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q4 2020	Q4 2021
Tamaño de grupo	2.9 personas	2.8 personas
Gasto total	\$698	\$931
Tarifa aérea	\$233	\$309
Hospedaje	\$256	\$370
Gasto en el destino	\$209	\$252





Tipo de hospedaje utilizado



Hospedaje	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021
Hotel	55.5	60.8	56.9	53.6	60.2
Renta vacacional	22.6	26.7	27.8	26.8	26.2
Hostal	8.3	2.5	6.2	8.8	8.1
Casa de familiares o amigos	3.3	3.3	3.8	3.3	2.3
Club vacacional	0.3	2.5	3.8	2.0	1.8
Casa o condo particular	10.0	4.2	1.4	4.6	1.4



Tours realizados



Actividades acuáticas

Q4 2021: 26.0%
Q4 2020: 22.8%



Ciudades cercanas

Q4 2021: 11.2%
Q4 2020: 18.1%



Zonas Arqueológicas

Q4 2021: 9.9%
Q4 2020: 17.3%



Parques recreativos

Q4 2021: 8.5%
Q4 2020: 15.1%



Cenotes y cavernas

Q4 2021: 5.4%
Q4 2020: 6.8%



Naturaleza

Q4 2021: 3.1%
Q4 2020: 13.7%



Entretenimiento

Q4 2021: 3.6%
Q4 2020: 6.1%



Deportes

Q4 2021: 0.4%
Q4 2020: 0.8%

Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



Destinos	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
	2020	2021	2021	2021	2021
Cancún	28.7	47.6	24.4	38.1	17.9
Playa del Carmen	20.7	23.8	17.8	33.3	13.2
Holbox	6.9	4.8	13.3	14.3	12.3
Tulum	12.6	14.3	28.9	28.6	9.4
Bacalar	N/D	4.8	2.2	N/D	5.7
Cozumel	4.6	N/D	6.7	4.8	3.8
Valladolid	2.3	N/D	2.2	4.8	2.8
Merida	N/D	N/D	2.2	4.8	1.9
Mahahual	N/D	N/D	2.2	N/D	0.9
Chetumal	1.1	N/D	0.0	N/D	0.9

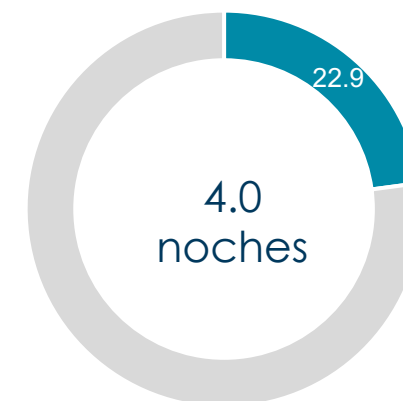
Q4 2020

% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Q4 2021

% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA