

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q1
(ENERO | MARZO 2021)

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Metodología

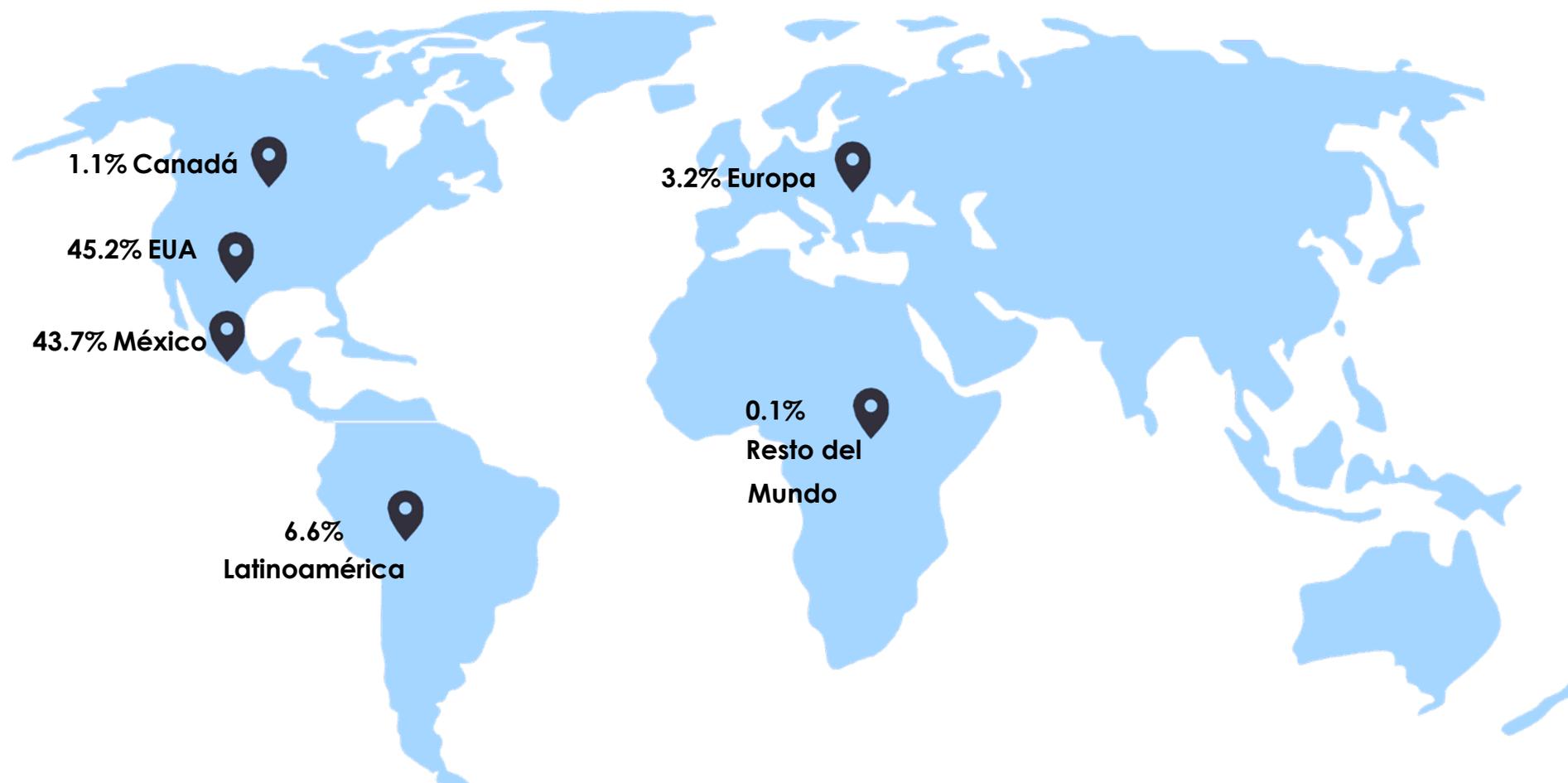
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

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 43.7%

EUA 45.2%

Latinoamérica 6.6%

Top

Estados de México

Estados de EUA

Países Latinoamérica

1	Jalisco	17.8
2	Ciudad de México	16.6
3	Nuevo León	14.1
4	Estado de México	9.0
5	Chihuahua	8.8
6	Baja California	4.2
7	Guanajuato	4.0
8	Querétaro	3.7
9	Puebla	3.2
10	Sonora	2.5

Illinois	13.1
Texas	10.4
Florida	9.7
New York	6.6
California	6.6
Wisconsin	6.3
Missouri	3.8
Pennsylvania	3.6
New Jersey	3.0
Iowa	2.9

Colombia	22.0
Puerto Rico	15.4
Brasil	14.3
Perú	12.1
Argentina	11.0
Chile	11.0
Costa Rica	5.5
Ecuador	4.4
Panamá	2.2
Guatemala	2.2



Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

5.8% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

27.4% de los turistas
-De 40 a 49 años 17.8%
-De 50 a 59 años 9.6%



Millennials (20 a 39 años)

54.0% de los turistas
-De 20 a 29 años 33.3%
-De 30 a 39 años 20.7%



Generación Z (0 a 19 años)

12.9% de los turistas
-Hasta los 12 años 8.1%
-De 13 a 19 años 4.8%

Ingresos anuales en dólares



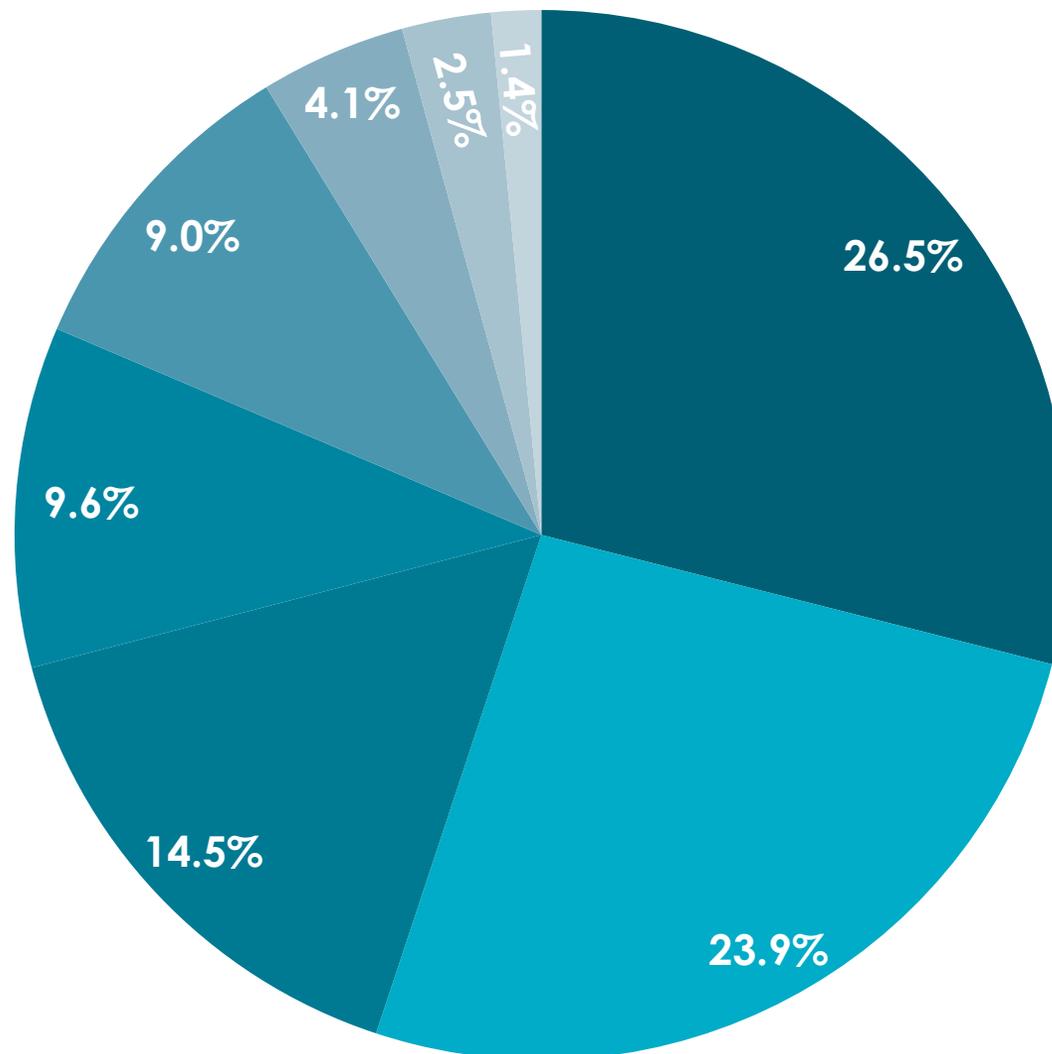
	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
Más de \$150,000	10.8	19.0	16.2	16.4	16.6
De \$100,000 a \$150,000	10.3	14.5	14.5	14.1	15.1
De \$75,000 a \$99,999	11.4	12.7	12.2	11.4	10.9
De \$50,000 a \$74,999	13.1	13.1	12.9	14.0	11.6
De \$35,000 a \$49,999	11.1	11.8	9.3	10.5	8.9
De \$25,000 a \$34,999	10.1	5.8	8.5	7.3	7.8
De \$15,000 a \$24,999	15.2	9.7	13.3	12.3	14.3
Menos de \$15,000	18.2	13.4	13.1	13.9	14.8



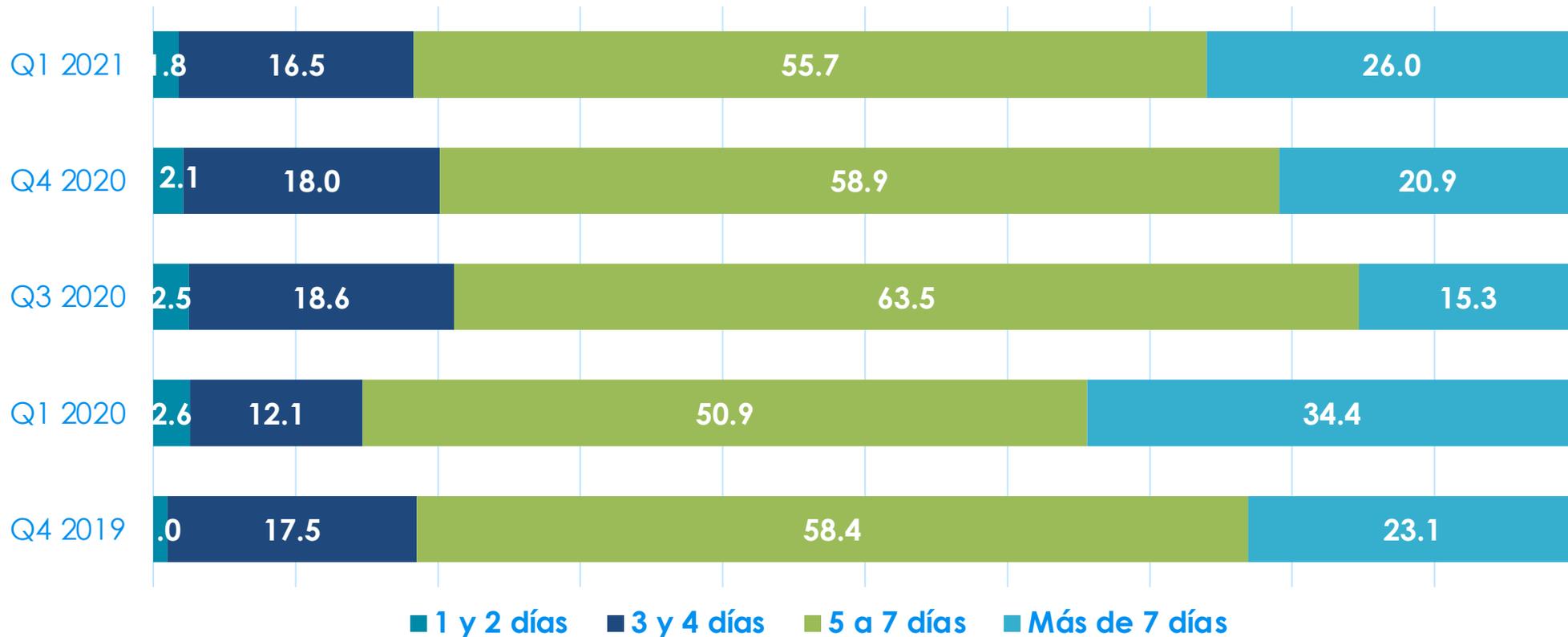
Medios que influyeron en su intención de visita



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



Estancia y tamaño de grupo



Q1 2021

Estancia media: 7.7 días

Tamaño de grupo: 3.0 personas

Q1 2020

Estancia media: 9.2 días

Tamaño de grupo: 2.5 personas



Viaja en pareja

Q1 2021	Q1 2020
49.7%	48.9%



Personas con quien viaja

Viaja en familia

Q1 2021	Q1 2020
34.3%	28.9%



**Q1
2021**

Viaja solo

Q1 2021	Q1 2020
6.9%	11.67%

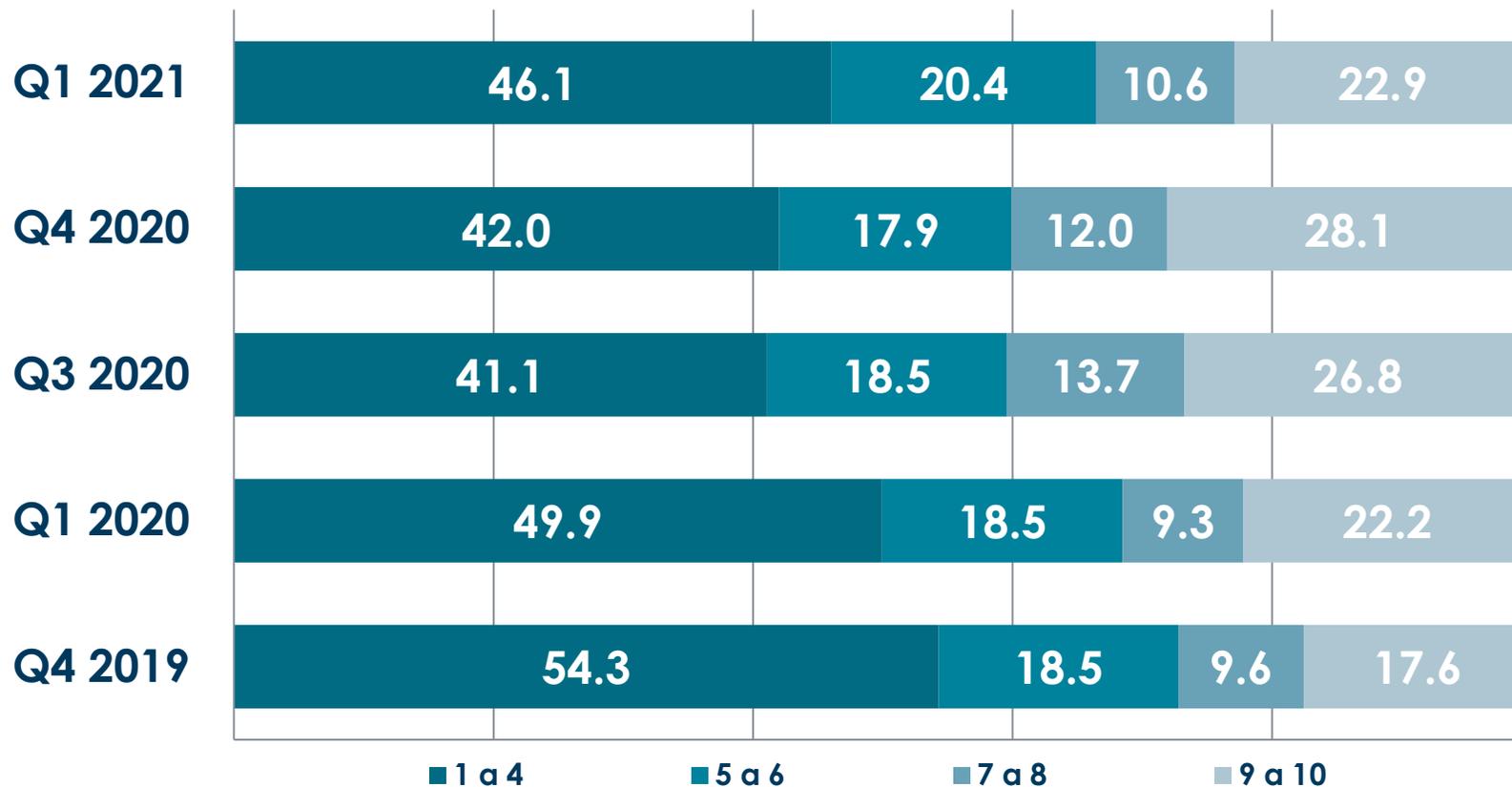


Viaja con amigos

Q1 2021	Q1 2020
9.0%	10.5%



Visita y tasa de retorno



Q1 2021

Tasa de retorno al destino: **45.3 %**

Q1 2020

Tasa de retorno al destino: **50.1%**



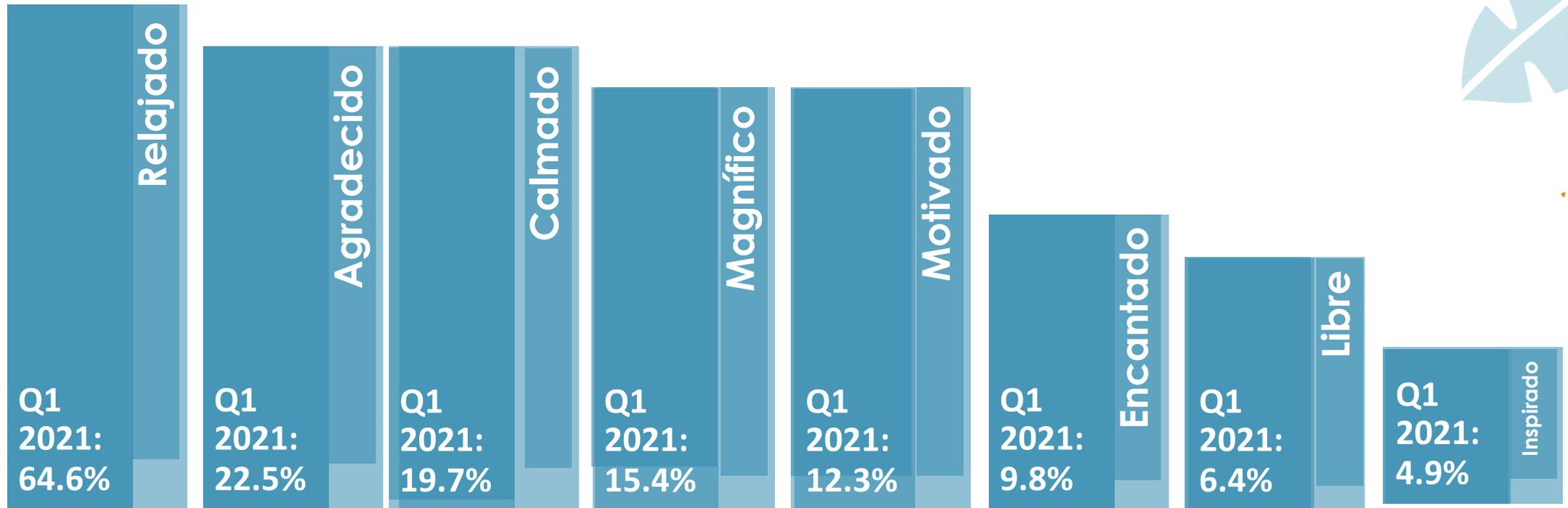
Motivo de viaje

	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
 Descansar	58.9	71.0	73.8	71.2	77.7
 Luna de miel	10.4	4.1	7.7	9.1	6.6
 Actividades de aventura	12.8	8.4	6.4	4.5	6.6
 Boda	6.8	2.7	3.4	7.0	2.3
 Visitar amigos/Familia	2.2	3.8	2.9	2.1	2.0
 Salud y bienestar	1.1	0.8	3.0	1.2	0.9
 Negocios	1.0	2.1	1.0	1.0	0.8

	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
 Motivos culturales	1.8	2.4	0.2	0.4	0.5
 Contraer matrimonio	N/D	N/D	N/D	N/D	0.5
 Viaje de incentivos	0.3	1.1	0.3	0.6	0.4
 Vida nocturna	N/D	N/D	N/D	N/D	0.4
 Congreso/Convención	N/D	1.2	0.2	1.0	0.1
 Evento especial	N/D	N/D	N/D	N/D	0.1
 Gastronomía	N/D	N/D	N/D	N/D	0.1
 Otros	0.4	0.7	0.6	0.4	N/D



Sentimiento



Canal de compra

1 Agencia de viaje online
Q1 2021: **25.6%**
Q1 2020: 27.3%

2 Agencia de viajes tradicional
Q1 2021: **24.3%**
Q1 2020: 28.2%

3 Web compañía aérea
Q1 2021: **18.9%**
Q1 2020: 15.6%

4 Buscador de viajes
Q1 2021: **8.5%**
Q1 2020: 8.8%

5 Sitio web del hotel
Q1 2021: **10.7%**
Q1 2020: 6.8%

6 Sitio de renta vacacional
Q1 2021: **4.6%**
Q1 2020: 5.1%

7 Tiempo compartido
Q1 2021: **4.6%**
Q1 2020: 5.4%

8 Oficina – teléfono compañía aérea
Q1 2021: **2.2%**
Q1 2020: 2.0%

9 Teléfono del hotel
Q1 2021: **0.6%**
Q1 2020: 1.6%



Uso y tipo de paquete





Distribución de la derrama (dólares por persona)

Concepto	Q1 2020	Q1 2021
Tamaño de grupo	2.5 personas	3.0 personas
Gasto total	\$1,357	\$888
Tarifa aérea	\$360	\$192
Hospedaje	\$546	\$444
Gasto en el destino	\$451	\$253



Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
Hotel	78.8	73.5	87.1	81.0	72.7
Renta vacacional	8.9	9.5	4.1	7.8	12.6
Club Vacacional	8.1	7.0	4.1	6.3	8.0
Casa de familiares/amigos	2.0	4.1	1.7	2.3	3.0
Casa o condominio particular	2.2	4.3	2.6	2.0	2.7
Hostal	N/D	1.5	0.3	0.7	0.9



Tours realizados



**Parques
recreativos**

Q1 2021: 47.6%
Q1 2020: 33.2%



**Zonas
Arqueológicas**

Q1 2021: 31.1%
Q1 2020: 52.9%



**Ciudades
cercanas**

Q1 2021: 21.8%
Q1 2020: 25.4%



**Cenotes y
cavernas**

Q1 2021: 19.1%
Q1 2020: 22.4%



**Actividades
acuáticas**

Q1 2021: 15.7%
Q1 2020: 18.4%



Naturaleza

Q1 2021: 6.3%
Q1 2020: 6.1%



Entretenimiento

Q1 2021: 3.2%
Q1 2020: 6.0%



Deportes

Q1 2021: 0.8%
Q1 2020: 1.1%



Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

Destinos	Q4 2019	Q3 2020	Q1 2021
TULUM	21.6	9.0	22.9
Mérida	2.0	4.5	15.6
HOLBOX	19.6	11.9	10.1
BACALAR	9.8	10.4	10.1
ISLA COZUMEL	3.9	7.5	10.1
ISLA MUJERES	2.0	3.0	10.1
Valladolid	2.0	7.5	6.4
MAHAHUAL	9.8	6.0	4.6
cancun	7.8	9.0	3.7
PUERTO MORELOS		1.5	1.8

Q1 2020
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Q1 2021
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA