

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q2  
(ABRIL | JUNIO 2021)

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# Metodología

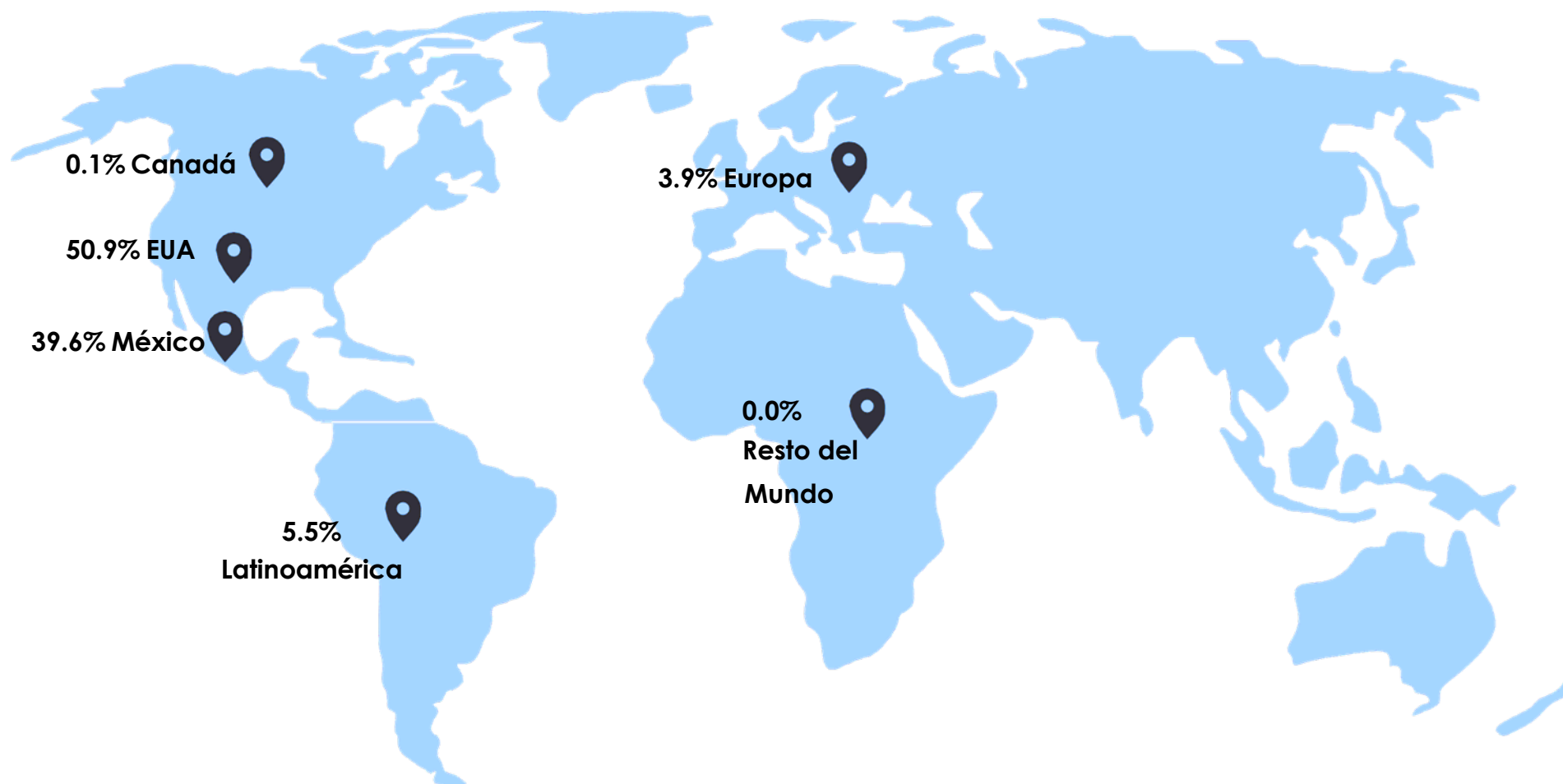
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

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 39.6%

EUA 50.9%

Latinoamérica 5.5%

## Top

1	Nuevo León	20.2
2	Ciudad de México	19.9
3	Jalisco	7.3
4	Estado de México	6.5
5	Aguascalientes	6.4
6	Querétaro	6.4
7	Tamaulipas	4.5
8	Coahuila	4.1
9	Puebla	3.5
10	Baja California	3.5

## Estados de México

## Estados de EUA

California	14.2
Texas	9.5
Illinois	7.5
New York	7.2
Florida	6.7
Missouri	3.5
Ohio	3.5
New Jersey	3.5
Massachusetts	3.2
Michigan	2.9

## Países Latinoamérica

Colombia	42.7
Brasil	13.5
Puerto Rico	10.1
Panamá	9.0
Perú	6.7
Guatemala	4.5
Costa Rica	3.4
Chile	3.4
Ecuador	3.4
Argentina	2.2



# Edad del turista



## Baby Boomers (60 años y más)

6.5% de los turistas



## Generación X (40 a 59 años)

33.2% de los turistas

-De 40 a 49 años 21.3%

-De 50 a 59 años 11.9%



## Millennials (20 a 39 años)

43.2% de los turistas

-De 20 a 29 años 20.6%

-De 30 a 39 años 22.5%



## Generación Z (0 a 19 años)

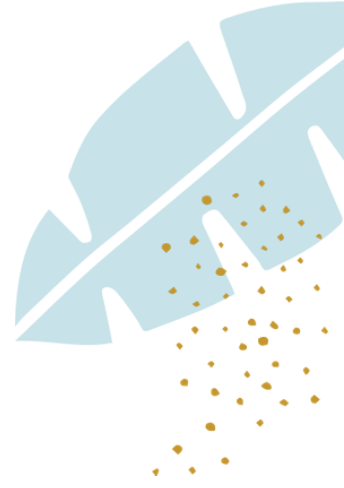
17.2% de los turistas

-Hasta los 12 años 9.8%

-De 13 a 19 años 7.3%

# Ingresos anuales en dólares

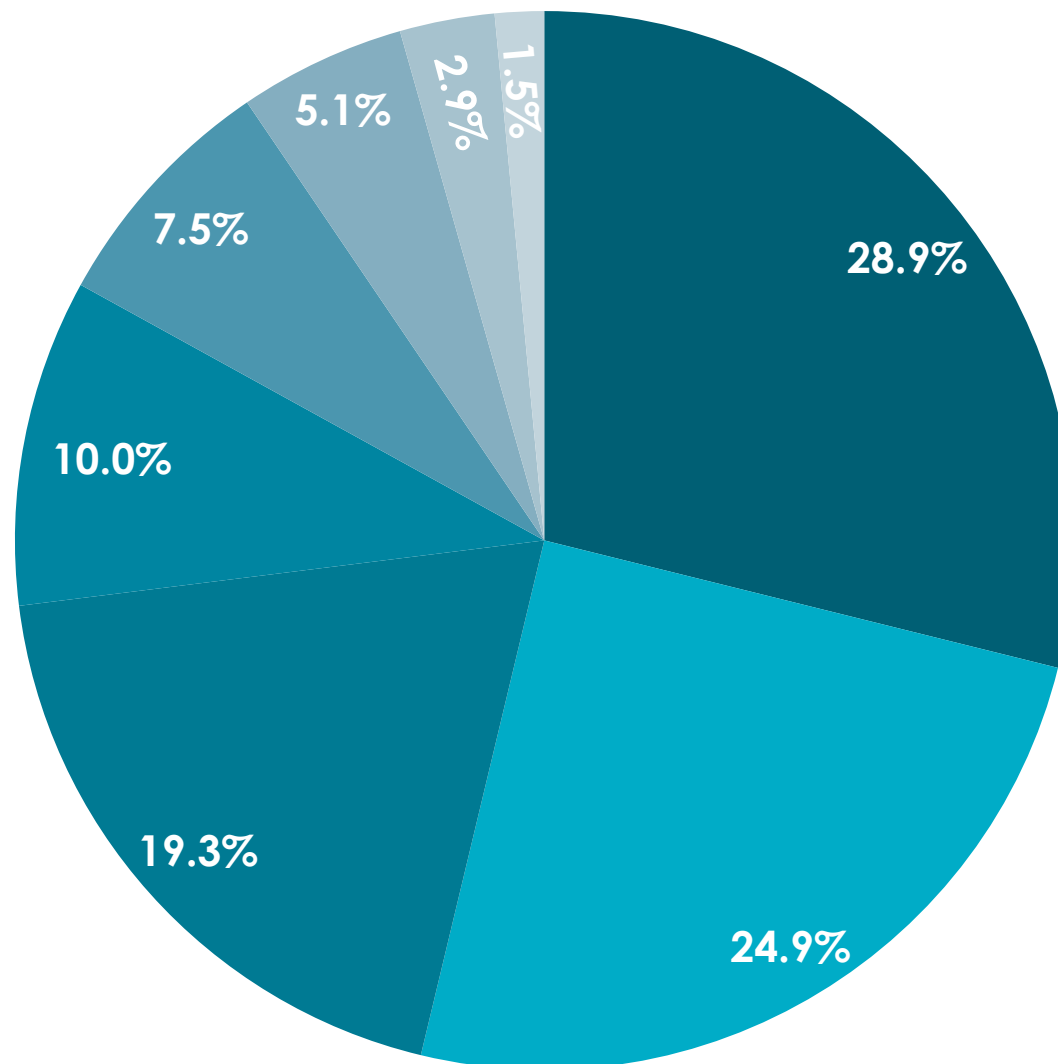
	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021
Más de \$150,000	19.0	16.2	16.4	16.6	16.5
De \$100,000 a \$150,000	14.5	14.5	14.1	15.1	14.7
De \$75,000 a \$99,999	12.7	12.2	11.4	10.9	10.7
De \$50,000 a \$74,999	13.1	12.9	14.0	11.6	14.3
De \$35,000 a \$49,999	11.8	9.3	10.5	8.9	11.1
De \$25,000 a \$34,999	5.8	8.5	7.3	7.8	6.6
De \$15,000 a \$24,999	9.7	13.3	12.3	14.3	13.5
Menos de \$15,000	13.4	13.1	13.9	14.8	12.6



# Medios que influyeron en su intención de visita

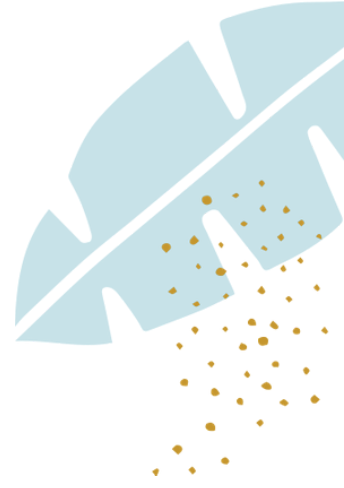
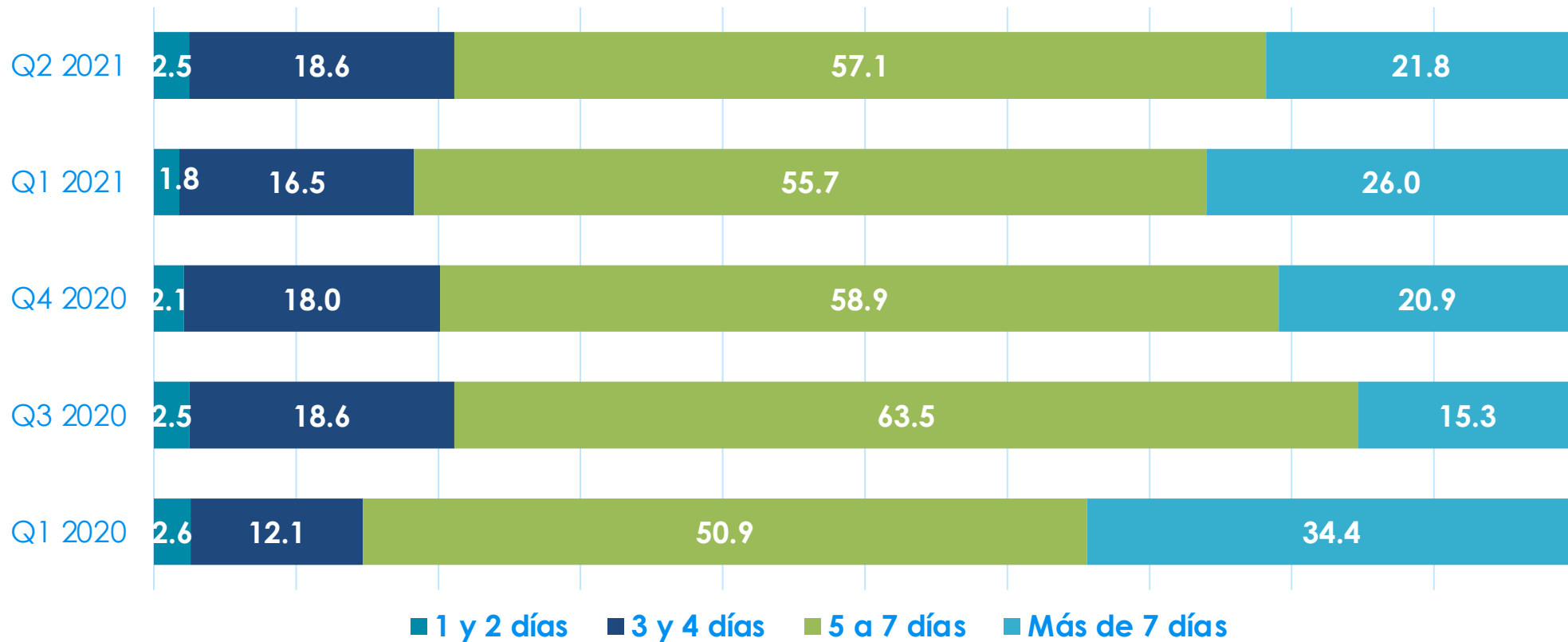


- Publicidad en internet
- Redes sociales
- Agencia de viajes
- Youtube
- Sitios especializados de viaje / blog
- Influencers en línea
- Televisión y radio
- Revista / impreso





# Estancia y tamaño de grupo



## Q2 2021

Estancia media: **7.3** días

Tamaño de grupo: **3.1** personas

SIN DATOS MISMO TRIMESTRE 2020  
POR PANDEMIA SARS-CoV-2



## Viaja en pareja

Q2 2021      Q2 2020  
**42.6%**      ----%



# Personas con quien viaja

## Viaja en familia

Q2 2021      Q2 2020  
**42.9%**      ----%



**Q2  
2021**

## Viaja solo

Q2 2021      Q2 2020  
**5.8%**      ----%

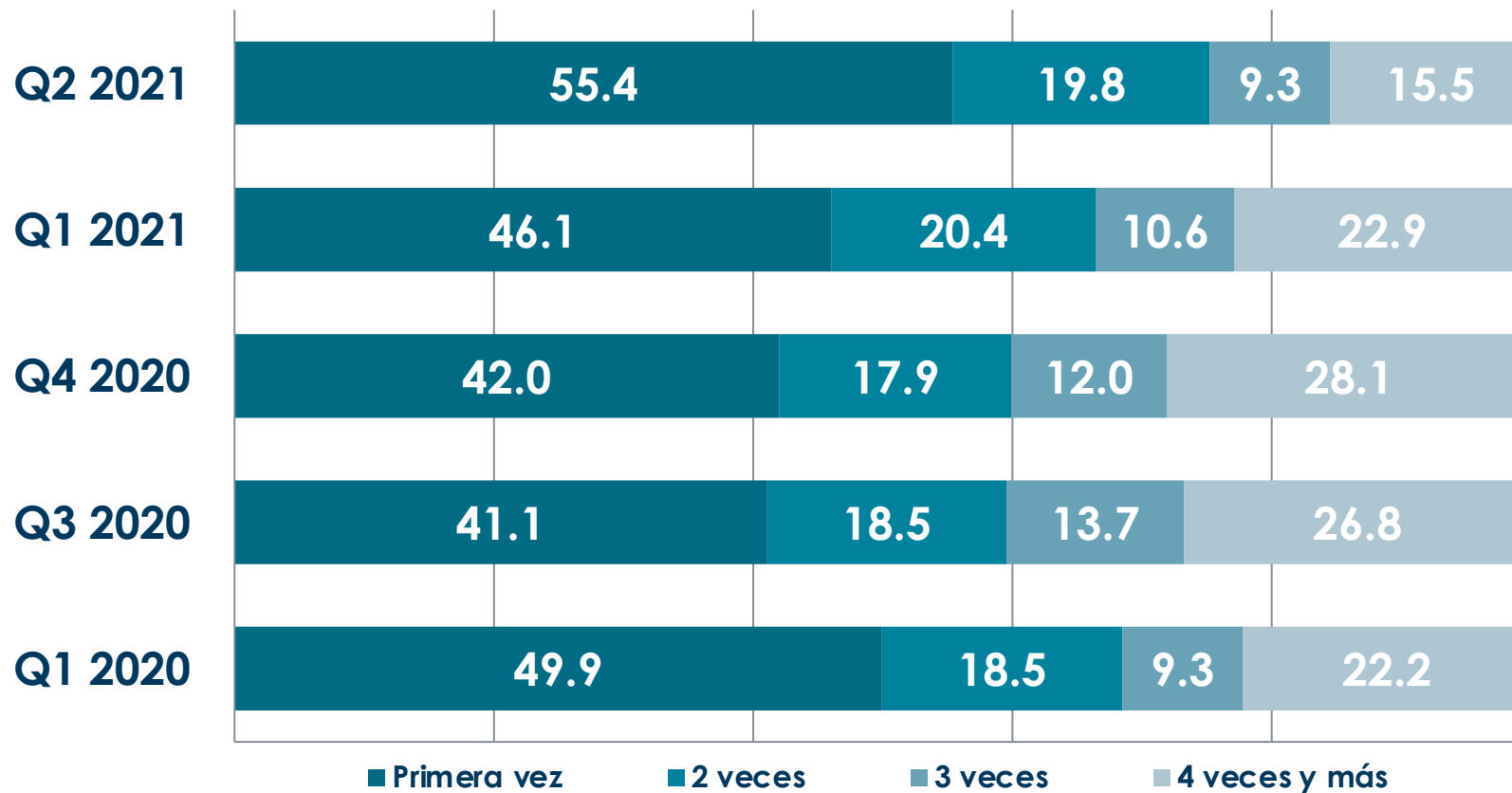


## Viaja con amigos

Q2 2021      Q2 2020  
**8.7%**      ----%



# Visita y tasa de retorno










**Q2 2021**









Tasa de retorno al destino: **44.6 %**

SIN DATOS MISMO TRIMESTRE 2020  
POR PANDEMIA SARS-CoV-2



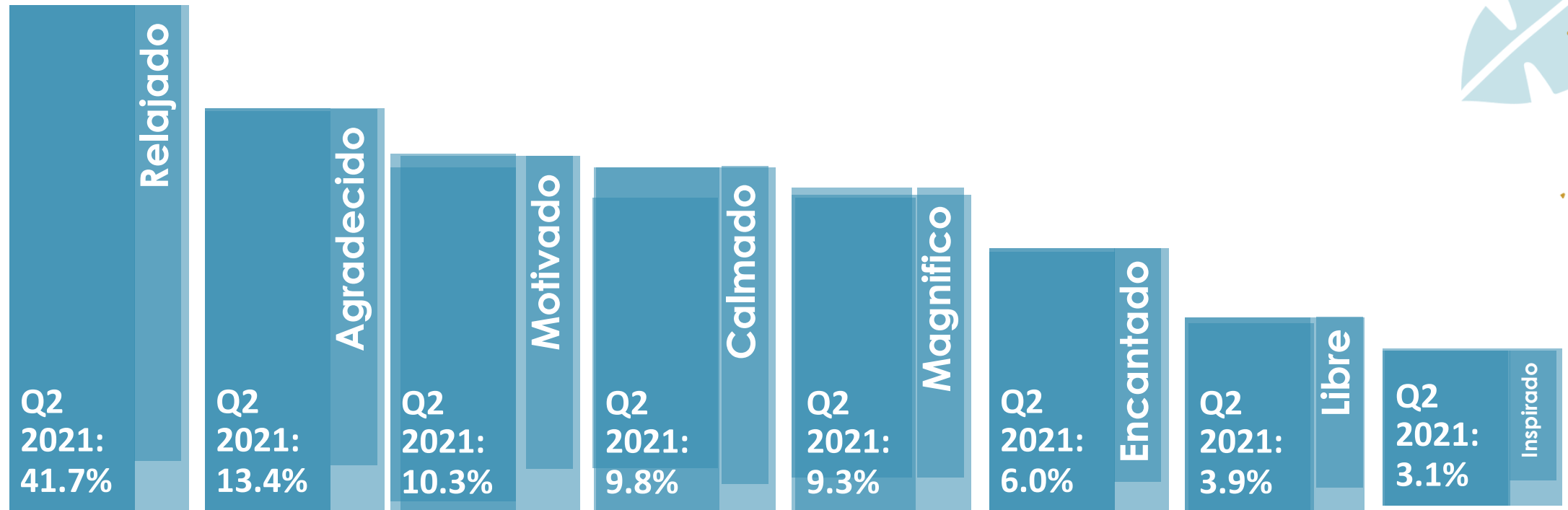
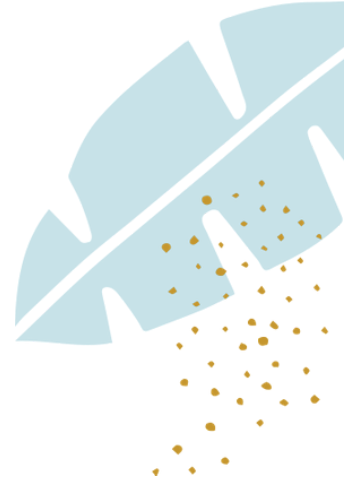
# Motivo de viaje

	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021
 Descansar	71.0%	73.8%	71.2%	77.7%	78.5%
 Luna de miel	4.1%	7.7%	9.1%	6.6%	6.1%
 Actividades de aventura	8.4%	6.4%	4.5%	6.6%	6.1%
 Boda	2.7%	3.4%	7%	2.3%	3.2%
 Visitar amigos/Familia	3.8%	2.9%	2.1%	2.0%	2.1%
 Contraer matrimonio	N/D	N/D	N/D	0.5%	0.8%
 Congreso/Convención	1.2%	0.2%	1.0%	0.1%	0.7%

	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021
 Salud y bienestar	0.8%	3%	1.2%	0.9%	0.6%
 Negocios	2.1%	1.0%	1.0%	0.8%	0.6%
 Motivos culturales	2.4%	0.2%	0.4%	0.5%	0.4%
 Viaje de incentivos	1.1%	0.3%	0.6%	0.4%	0.4%
 Vida nocturna	N/D	N/D	N/D	0.4%	0.3%
 Evento especial	N/D	N/D	N/D	0.1%	0.2%
 Gastronomía	N/D	N/D	N/D	0.1%	0.1%
 Otros	0.7%	0.6%	0.4%	N/D	N/D



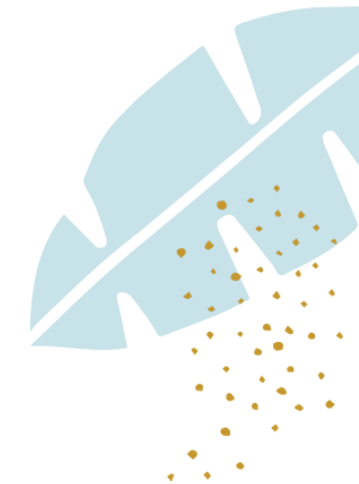
# Sentimiento



# Canal de compra

- 1** Agencia de viaje online  
Q2 2021: **28.0%**  
Q2 2020: -----%
- 2** Agencia de viajes tradicional  
Q2 2021: **23.8%**  
Q2 2020: -----%
- 3** Web compañía aérea  
Q2 2021: **16.7%**  
Q2 2020: -----%
- 4** Buscador de viajes  
Q2 2021: **7.8%**  
Q2 2020: -----%
- 5** Sitio web del hotel  
Q2 2021: **10.8%**  
Q2 2020: -----%

- 6** Sitio de renta vacacional  
Q2 2021: **3.1%**  
Q2 2020: -----%
- 7** Tiempo compartido  
Q2 2021: **6.7%**  
Q2 2020: -----%
- 8** Oficina – teléfono compañía aérea  
Q2 2021: **1.4%**  
Q2 2020: -----%
- 9** Teléfono del hotel  
Q2 2021: **1.8%**  
Q2 2020: -----%



# Uso y tipo de paquete





# Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q2 2020	Q2 2021
Tamaño de grupo	-- personas	3.1 personas
Gasto total	\$----	<b>\$913</b>
Tarifa aérea	\$---	\$217
Hospedaje	\$---	\$449
Gasto en el destino	\$---	\$247





# Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021
Hotel	73.5	87.1	81.0	72.7	78.2
Club Vacacional	7.0	4.1	6.3	8.0	9.6
Renta vacacional	9.5	4.1	7.8	12.6	8.3
Casa de familiares/amigos	4.1	1.7	2.3	3.0	2.1
Casa o condominio particular	4.3	2.6	2.0	2.7	1.5
Hostal	1.5	0.3	0.7	0.9	0.3



# Tours realizados



**Parques  
recreativos**

**Q2 2021: 41.8%**  
Q2 2020: ---%



**Zonas  
Arqueológicas**

**Q2 2021: 29.7%**  
Q2 2020: -----%



**Ciudades  
cercanas**

**Q2 2021: 23.1%**  
Q2 2020: -----%



**Cenotes y  
cavernas**

**Q2 2021: 22.2%**  
Q2 2020: -----%



**Actividades  
acuáticas**

**Q2 2021: 18.1%**  
Q2 2020: ---%



**Naturaleza**

**Q2 2021: 7.9%**  
Q2 2020: ---%



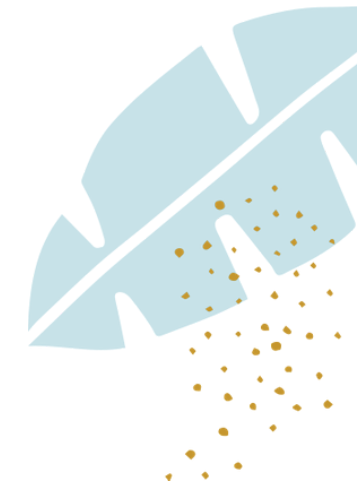
**Entretenimiento**

**Q2 2021: 2.9%**  
Q2 2020: --%



**Deportes**

**Q2 2021: 0.8%**  
Q2 2020: --%



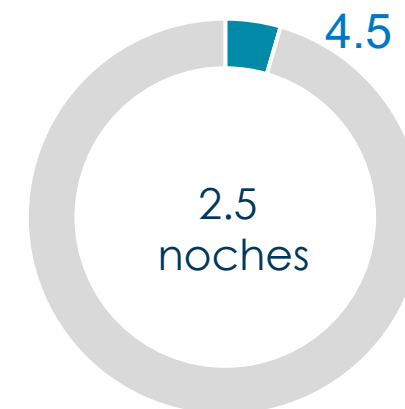
# Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

Destinos	Q4 2019	Q3 2020	Q1 2021	Q2 2021
Cancún	7.8	9.0	3.7	19.8
Tulum	21.6	9.0	22.9	15.8
Cozumel	3.9	7.5	10.1	11.9
Holbox	19.6	11.9	10.1	10.9
Playa del Carmen	N/D	N/D	N/D	10.9
Isla Mujeres	2.0	3.0	10.1	9.9
Bacalar	N/D	N/D	N/D	5.9
Mérida	2.0	4.5	15.6	5.0
Yucatan	N/D	N/D	N/D	4.0
Valladolid	2.0	7.5	6.4	3.0

**Q2 2020**  
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



**Q2 2021**  
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA