

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME ANUAL
(ENE – DIC 2020)



Metodología

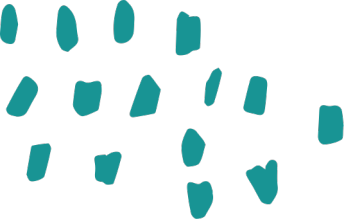
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados

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

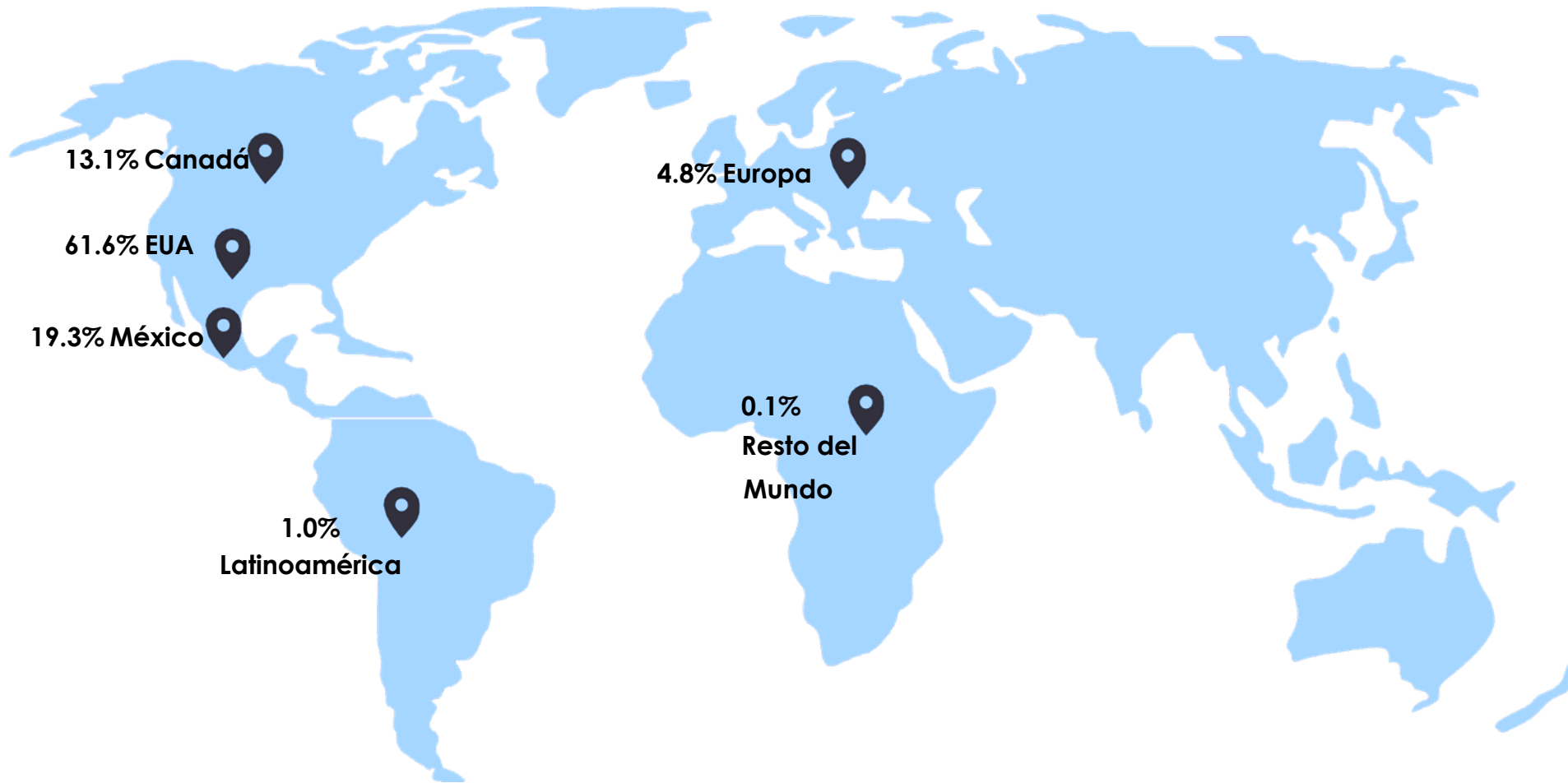
En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual** el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Se obtienen 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan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



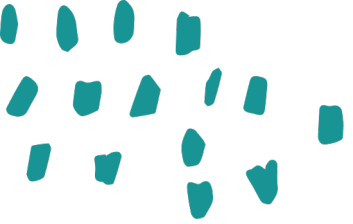


Procedencia



Región	2019	2020
Estados Unidos	57.7	61.6
México	15.1	19.3
Canadá	13.7	13.1
Europa	9.9	4.8
Latinoamérica	3.4	1.0
Otros	0.3	0.1





Procedencia

México 19.3%

EUA 61.6%

Canadá 10.8%

Top

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

Estados de México

Ciudad de México	18.9
Nuevo León	14.4
Estado de México	12.1
Jalisco	10.6
Querétaro	7.6
Chihuahua	7.6
Baja California	3.8
Aguascalientes	3.0
Coahuila	3.0
San Luis Potosí	3.0

Estados de EUA

Texas	9.8
Illinois	7.8
New York	7.3
Florida	7.0
Pennsylvania	5.8
California	5.3
Michigan	4.3
Minnesota	4.0
Ohio	3.8
New Jersey	3.5

Provincias de Canadá

Ontario	41.8
Quebec	21.4
Alberta	12.2
Columbia Británica	12.2
Manitoba	4.1
Saskatchewan	3.1
Nuevo Brunswick	3.1
Nueva Escocia	2.0



Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

13.7% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

41.4% de los turistas
-De 40 a 49 años 20.8%
-De 50 a 59 años 20.6%



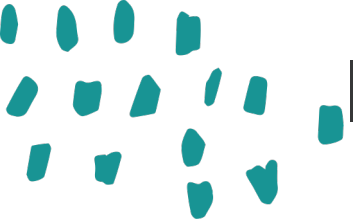
Millenials (20 a 39 años)

34.5% de los turistas
-De 20 a 29 años 17.6%
-De 30 a 39 años 16.9%



Generación Z (0 a 19 años)

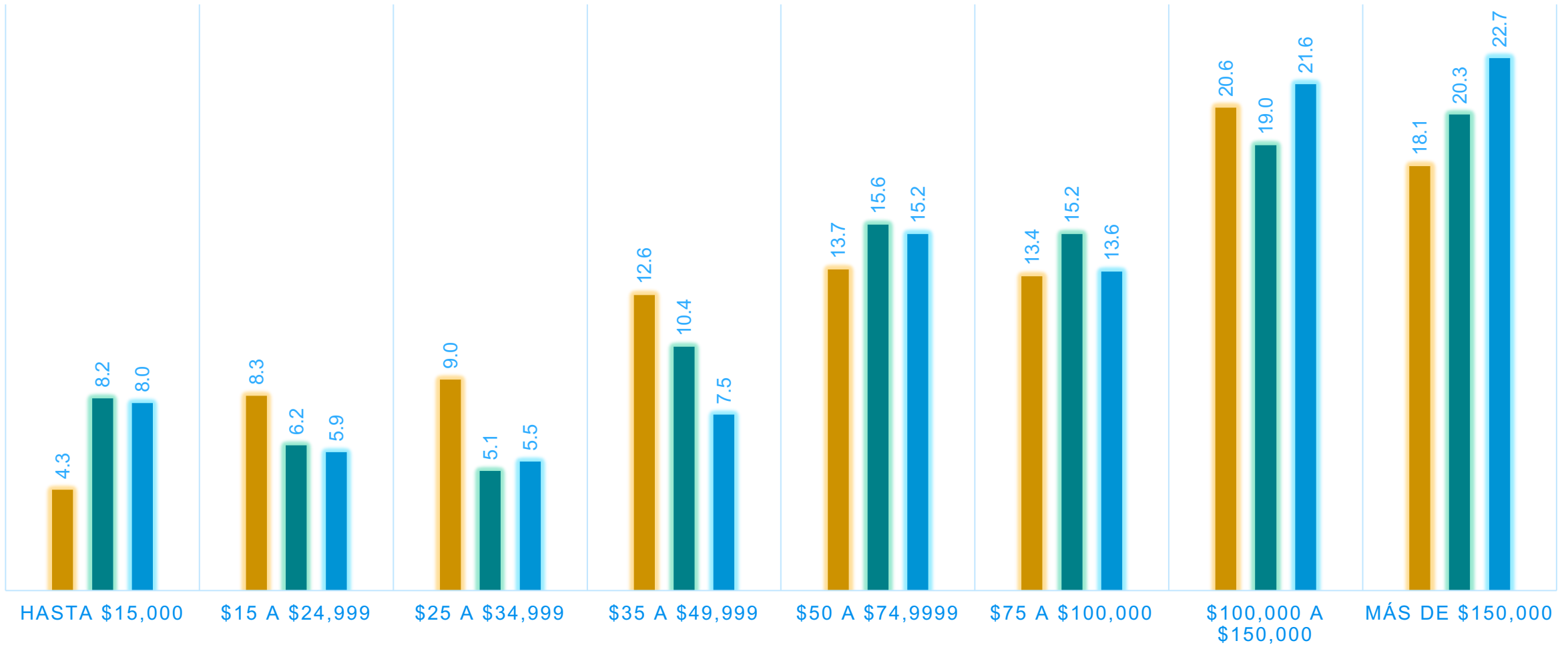
10.4% de los turistas
-Hasta los 12 años 5.6%
-De 13 a 19 años 4.9%



Ingresos anuales en dólares



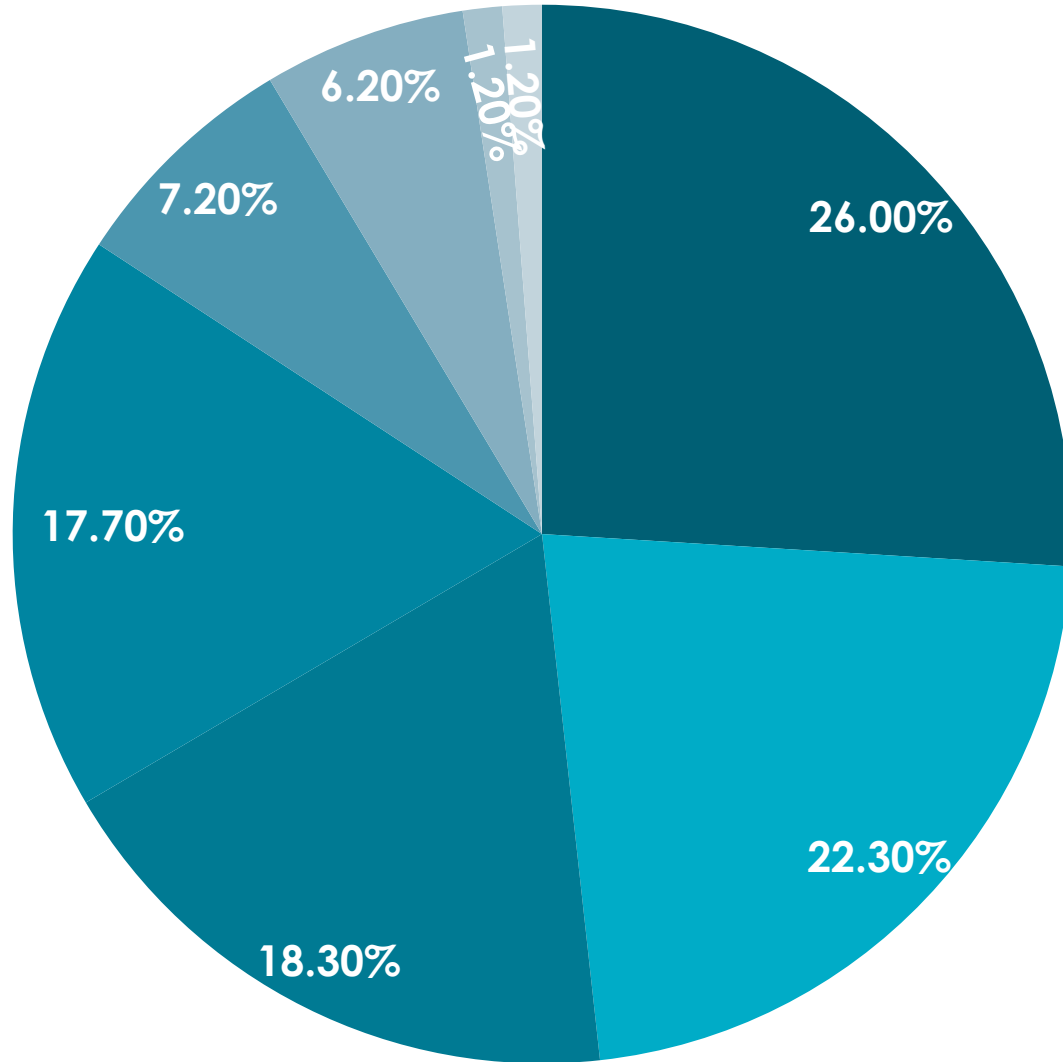
■ 2018 ■ 2019 ■ 2020





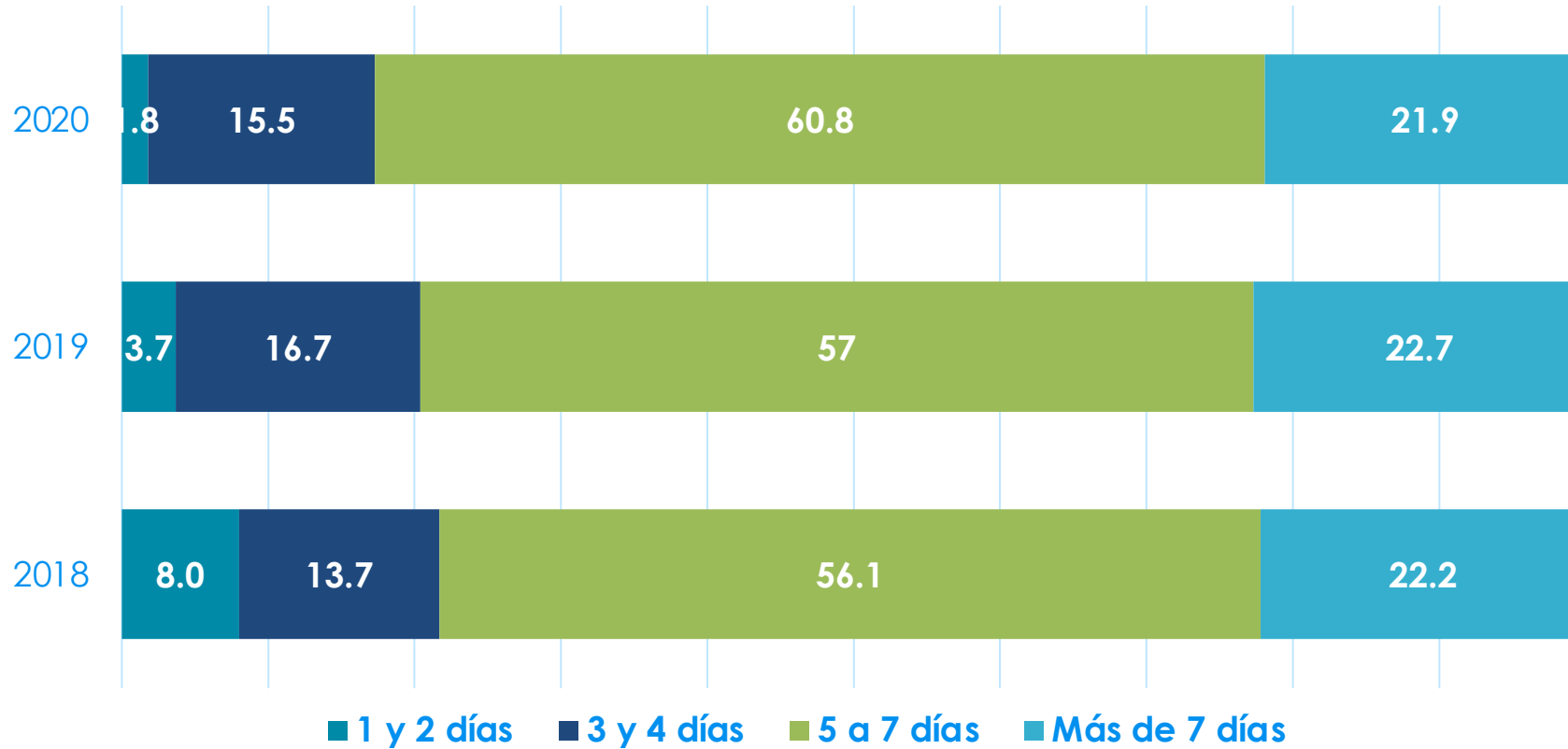
Medios que influyeron en su intención de visita

- Agencias de viajes
- Redes sociales
- Publicidad en internet
- Sitios especializados en viajes
- YouTube
- Influencers en línea
- Revistas e impresos
- Televisión y radio





Estancia y tamaño de grupo



2020
Estancia media: 7.6 días
Tamaño de grupo: 2.7 personas



Viaja en pareja

2020	2019
54.1%	86.1%



Personas con quien viaja

Viaja en familia

2020	2019
27.7%	43.1%



2020

Viaja solo

2020	2019
8.7%	11.8%



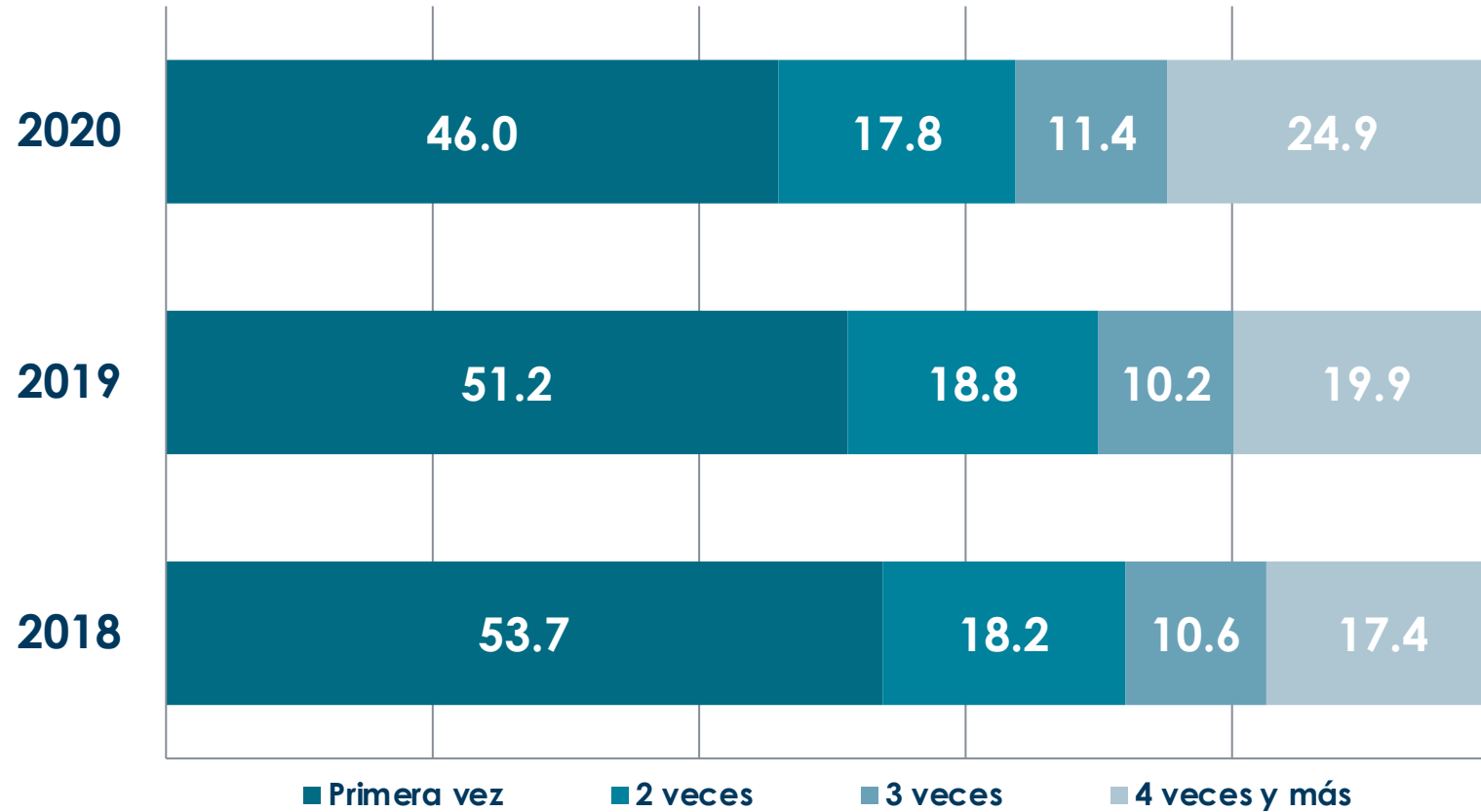
Viaja con amigos

2020	2019
9.5%	12.0%





Visita y tasa de retorno



2019








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









2020

Tasa de retorno al destino: **54.0%**



Motivo de viaje

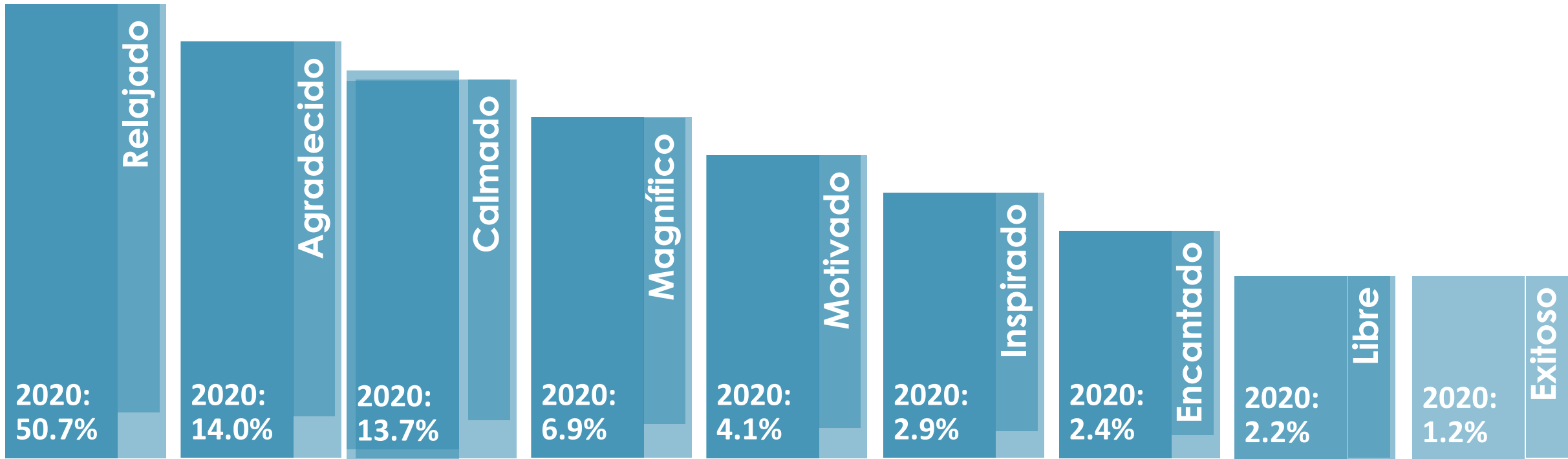
	2018	2019	2020
 Descansar	68.0	70.6	76.9
 Asistir a una boda	12.2	6.9	6.5
 Luna de miel	9.4	8.1	4.4
 Actividades de aventura	2.0	5.7	3.3
 Visitar amigos / familia	3.3	2.4	2.3
 Salud y bienestar	N/D	0.7	1.4
 Motivos culturales	0.3	0.6	1.4

	2018	2019	2020
 Viaje de incentivos	0.8	0.6	1.1
 Negocios	1.0	1.0	0.9
 Convención	0.3	0.3	0.4
 Otros	0.8	0.6	0.4
 Contraer matrimonio	0.3	0.4	0.3
 Gastronomía	N/D	0.5	0.1
 Vida nocturna	N/D	0.8	0.1
 Evento cultural, deportivo, social	0.5	0.8	0.1





Sentimiento





Canal de compra

1 Agencia de viaje online
2019: 28.4%
2018: 25.5%

2 Agencia de viajes tradicional
2019: 29.3%
2018: 28.0%

3 Web compañía aérea
2019: 13.3%
2018: 15.8%

4 Buscador de viajes
2019: 4.2%
2018: 4.9%

5 Sitio web del hotel
2019: 9.1%
2018: 10.0%

6 Sitio de renta vacacional
2019: 4.0%
2018: 3.3%

7 Tiempo compartido
2019: 8.8%
2018: 10.2%

8 Oficina – teléfono compañía aérea
2019: 1.6%
2018: 2.0%

9 Teléfono del hotel
2019: 1.3%
2018: 0.3%





Uso y tipo de paquete





Distribución de la derrama (dólares por persona)

Concepto	2019	2020
Tamaño de grupo	2.6 personas	2.7 personas
Gasto total	\$1,197	\$1,091
Tarifa aérea	\$372	\$296
Hospedaje	\$648	\$574
Gasto en el destino	\$177	\$221





Tipo de hospedaje utilizado

HOSPEDAJE	2018	2019	2020
Hotel	86.6	82.7	76.5
Tiempo compartido	7.5	8.5	12.7
Renta Vacacional	2.7	3.7	5.6
Casa o condominio particular	0.7	2.2	2.6
Casa de familiares o amigos	2.4	2.8	2.3
Hostal	N/D	0.2	0.4





Tours realizados



Zonas
Arqueológicas

2019: 27.0%
2020: 23.1%



Actividades
acuáticas

2019: 23.5%
2020: 16.8%



Parques
recreativos

2019: 19.4%
2020: 18.3%



Ciudades
cercanas

2019: 18.0%
2020: 13.5%



Cenotes y
cavernas

2019: 11.3%
2020: 13.1%



Naturaleza

2019: 7.7%
2020: 8.7%



Entretenimiento

2019: 3.7%
2020: 6.2%



Deportes

2019: 1.0%
2020: 0.5%





Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

2019
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Destinos	2019	2020
Mérida	17.2	21.2
Tulum	24.1	18.2
Playa del Carmen	24.1	12.1
Isla Cozumel	10.3	9.1
Isla Mujeres	37.9	9.1
Valladolid	20.7	9.1
Bacalar	20.7	6.1
Cancun	17.2	6.1
Chetumal	6.9	3.0
Riviera Maya	6.9	3.0

2020
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA