

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME 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, Playa del Carmen y Tulum** se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio

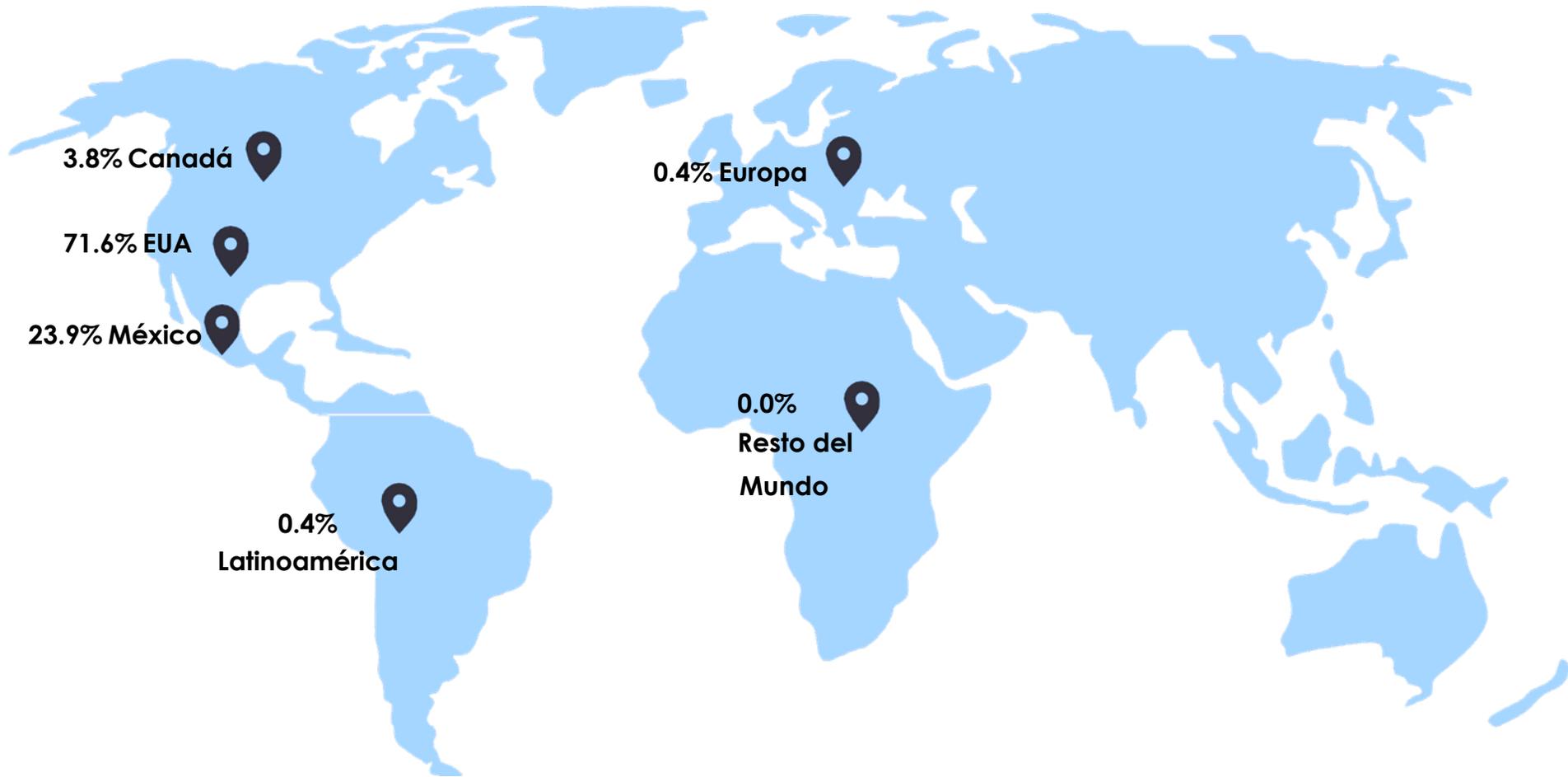
En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual** el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Son obtenidas 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan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





Procedencia

México 23.9%

EUA 71.6%

Canadá 3.8%

Top

1	Ciudad de México	15.0
2	Nuevo León	13.3
3	Chihuahua	13.3
4	Estado de México	11.7
5	Jalisco	10.0
6	Querétaro	8.3
7	Baja California	5.0
8	Puebla	3.3
9	Guanajuato	3.3
10	Aguascalientes	3.3

Estados de México

Estados de EUA

Florida	9.8
Texas	9.2
New York	7.4
Illinois	6.7
Indiana	4.9
California	4.9
Michigan	4.3
Ohio	3.7
Georgia	3.7
New Jersey	3.7

Provincias de Canadá

Ontario	46.4
Quebec	37.7
Alberta	13.0
Columbia Británica	2.9



Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

10.7% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

43.6% de los turistas

-De 40 a 49 años 22.6%

-De 50 a 59 años 21.0%



Millenials (20 a 39 años)

36.3% de los turistas

-De 20 a 29 años 17.3%

-De 30 a 39 años 19.0%



Generación Z (0 a 19 años)

9.3% de los turistas

-Hasta los 12 años 6.1%

-De 13 a 19 años 3.3%



Ingresos anuales en dólares

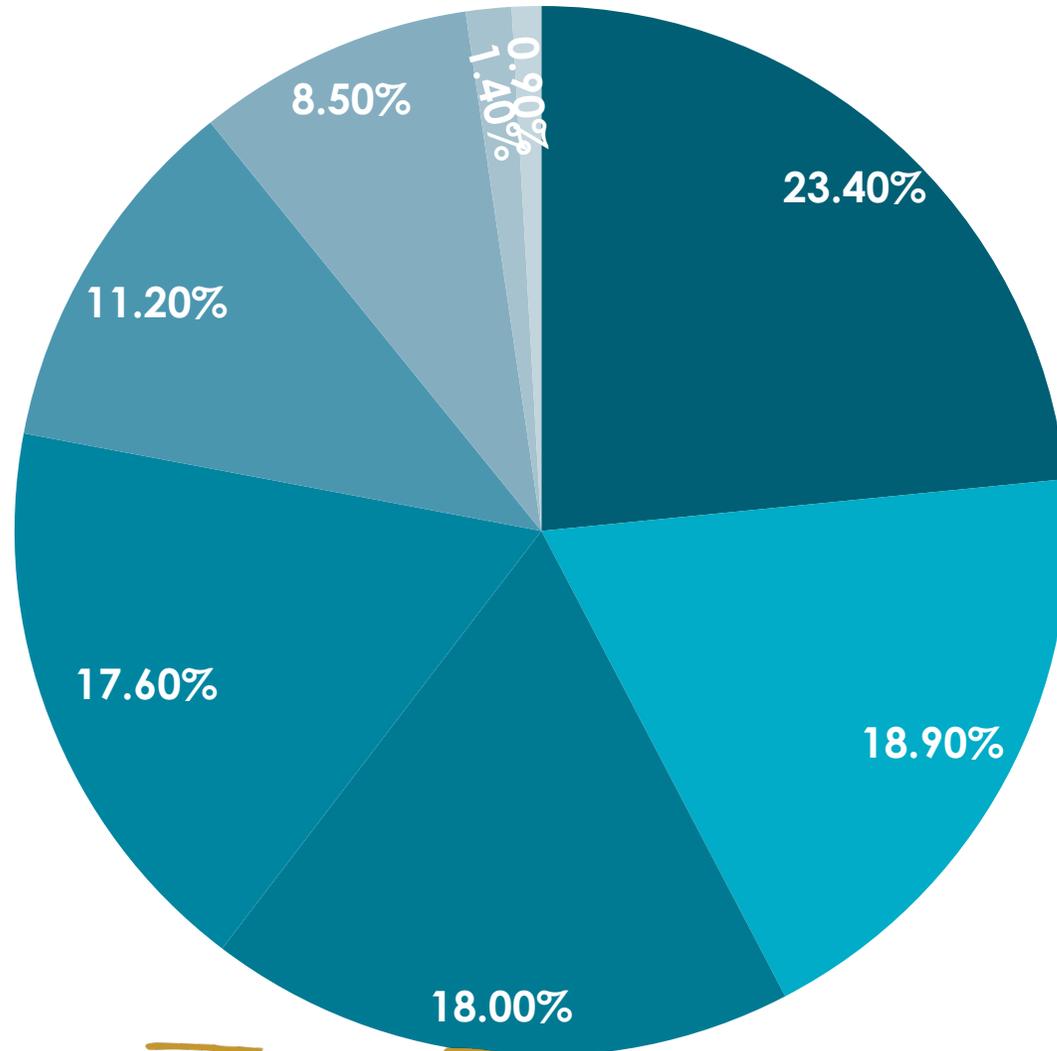
	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Más de \$150,000	21.0	15.6	21.0	21.0	23.6
De \$100,000 a \$150,000	13.0	21.3	20.0	20.0	26.1
De \$75,000 a \$99,999	14.8	12.5	14.9	14.3	12.1
De \$50,000 a \$74,999	16.7	15.0	19.5	14.3	10.3
De \$35,000 a \$49,999	14.8	8.8	4.1	12.4	9.7
De \$25,000 a \$34,999	7.4	3.1	7.7	2.9	4.2
De \$15,000 a \$24,999	4.3	10.6	4.6	6.7	6.7
Menos de \$15,000	8.0	13.1	8.2	8.6	7.3





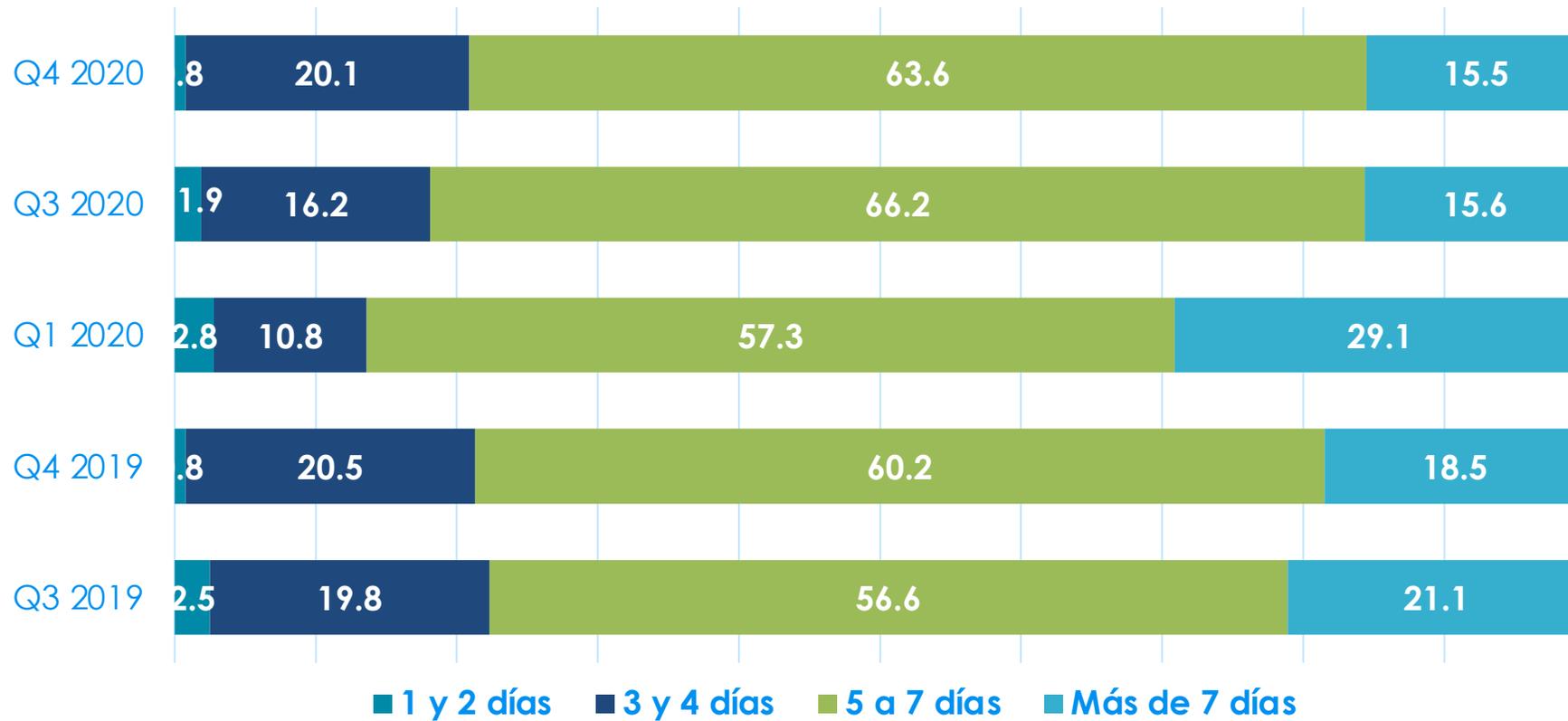
Medios que influyeron en su intención de visita

- Redes sociales
- Sitios especializados de viaje / Blog
- Agencias de Viajes
- Publicidad en internet
- YouTube
- Influencers en línea
- Revista / Impreso
- Televisión y Radio





Estancia y tamaño de grupo



Q4 2019

Estancia media: **6.4** días
Tamaño de grupo: **2.4** personas

Q4 2020

Estancia media: **6.2** días
Tamaño de grupo: **2.6** personas



Viaja en pareja

Q4 2020

57.2%

Q4 2019

52.6%

Personas con quien viaja

Viaja en familia

Q4 2020

24.2%

Q4 2019

27.3%

Q4
2020

Viaja solo

Q4 2020

7.6%

Q4 2019

13.8%

Viaja con amigos

Q4 2020

11.0%

Q4 2019

6.3%

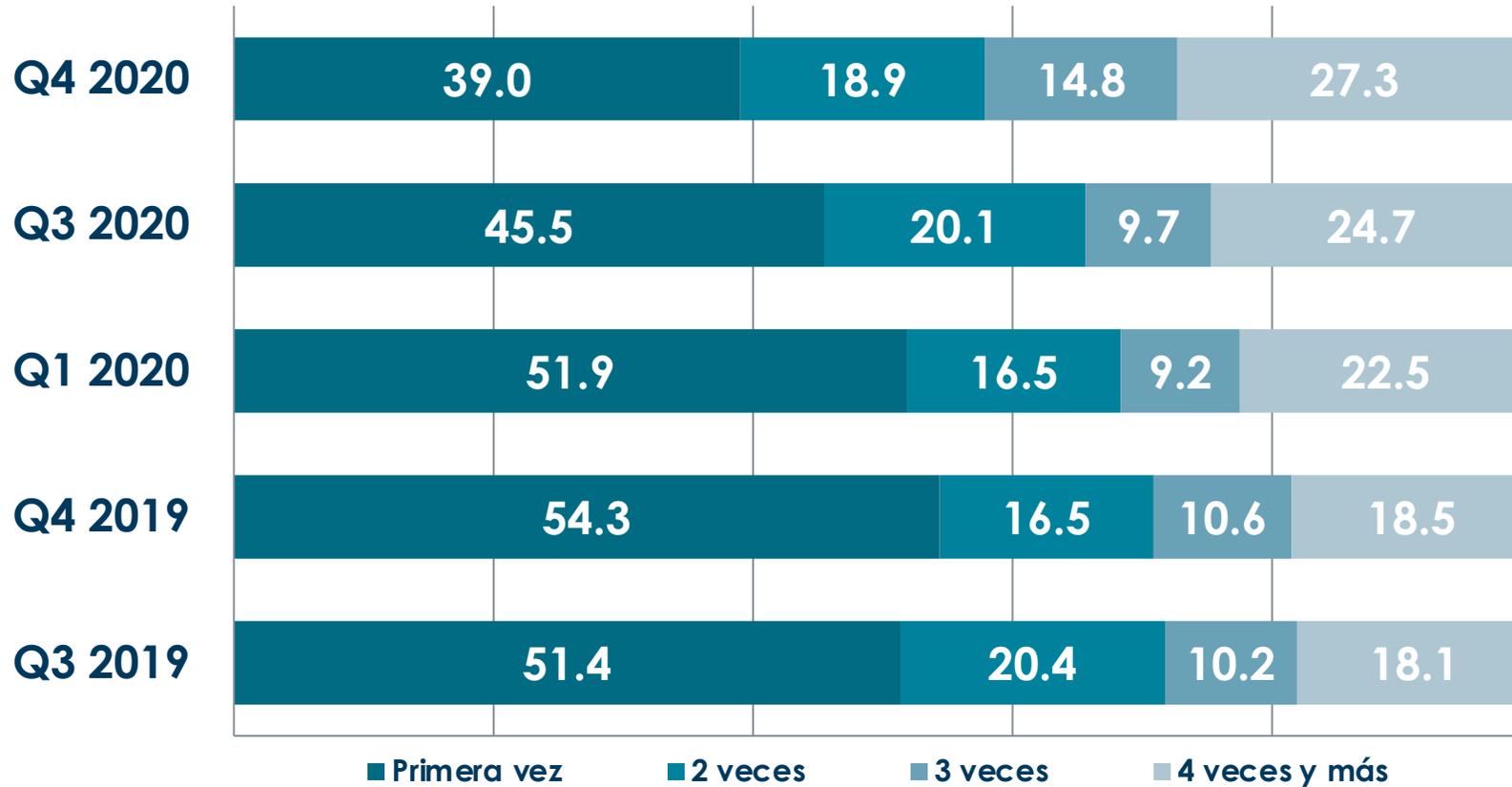
CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA



Visita y tasa de retorno



Q4 2019

Tasa de retorno al destino: **48.6%**

Q4 2020

Tasa de retorno al destino: **61.0%**



Motivo de viaje



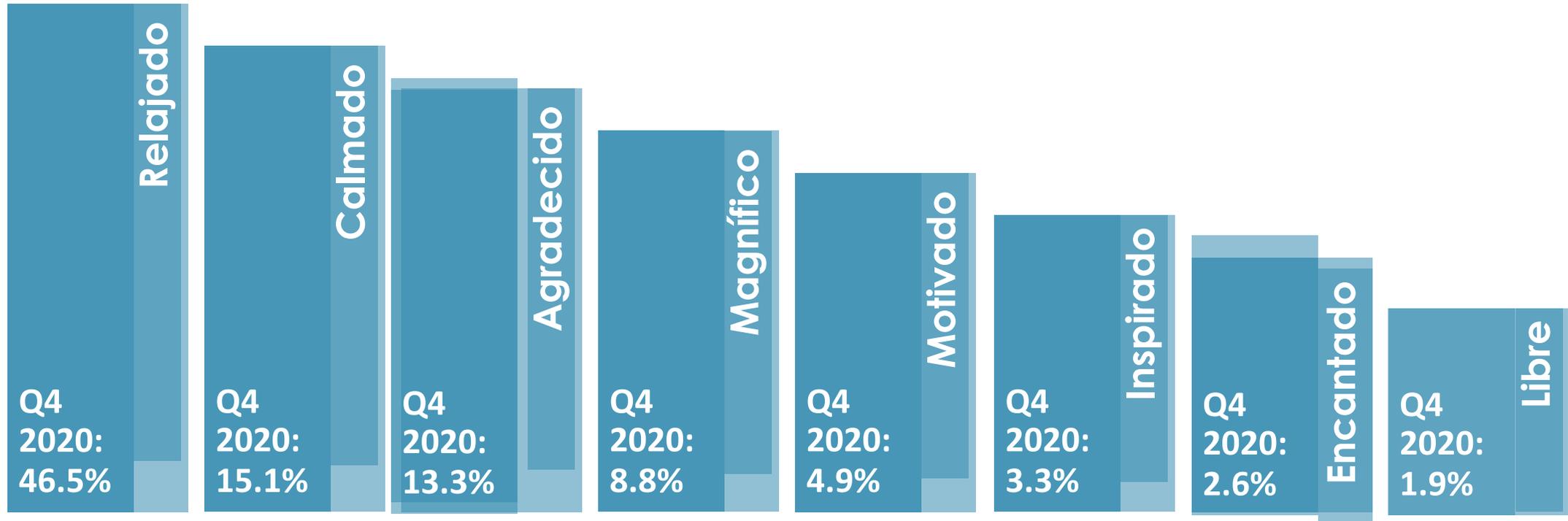
	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Descansar	65.7	59.9	74.9	81.5	76.0
Boda	8.7	7.5	7.0	3.3	8.1
Luna de miel	9.9	12.7	2.5	7.3	6.5
Actividades de aventura	8.7	7.1	4.1	4.0	2.7
Visita amigos / familia	2.1	3.2	2.9	0.7	2.3
Salud y Bienestar	N/D	N/D	1.0	1.3	1.9
Viaje de incentivos	N/D	N/D	1.3	N/D	1.5

	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Congreso / convención	0.4	2.0	0.3	0.7	0.8
Negocios	1.2	2.0	1.3	0.7	0.4
Motivos culturales	0.8	0.8	2.9	0.7	N/D
Gastronomía	N/D	1.2	0.3	N/D	N/D
Evento cultural, deportivo o social	0.8	1.2	0.3	N/D	N/D





Sentimiento



Canal de compra





Uso y tipo de paquete





Distribución de la derrama (dólares por persona)

Concepto	Q4 2019	Q4 2020
Tamaño de grupo	2.4 personas	2.6 personas
Gasto total	\$1,089	\$949
Tarifa aérea	\$358	\$277
Hospedaje	\$573	\$528
Gasto en el destino	\$158	\$144





Tipo de hospedaje utilizado

HOSPEDAJE	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Hotel	86.8	80.7	72.2	85.0	78.0
Tiempo Compartido	4.1	11.0	14.2	10.5	11.4
Renta Vacacional	4.1	4.3	6.9	2.6	5.3
Casa o Condominio Particular	2.1	1.6	3.5	0.7	2.3
Casa de Familiares/Amigos	2.9	2.4	2.2	1.3	3.0
Hostal	N/D	N/D	0.9	N/D	N/D





Tours realizados



Zonas
Arqueológicas

Q4 2019: 58.2%
Q4 2020: 19.3%



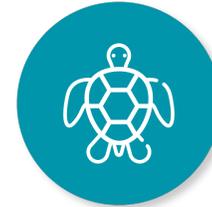
Cenotes y
cavernas

Q4 2019: 27.4%
Q4 2020: 13.3%



Actividades
acuáticas

Q4 2019: 44.5%
Q4 2020: 12.9%



Parques
recreativos

Q4 2019: 42.5%
Q4 2020: 19.7%



Ciudades
cercanas

Q4 2019: 40.4%
Q4 2020: 21.6%



Naturaleza

Q4 2019: 21.9%
Q4 2020: 8.4%



Entretenimiento

Q4 2019: 3.4%
Q4 2020: 4.2%



Deportes

Q4 2019: 1.4%
Q4 2020: 1.1%





Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

Destinos	Q4 2019	Q4 2020
ISLA MUJERES	33.3	20.0
RIVIERA MAYA	N/D	20.0
BACALAR	N/D	20.0
TULUM	N/D	20.0
ISLA COZUMEL	N/D	20.0

Q4 2019

% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Q4 2020

% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA