

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

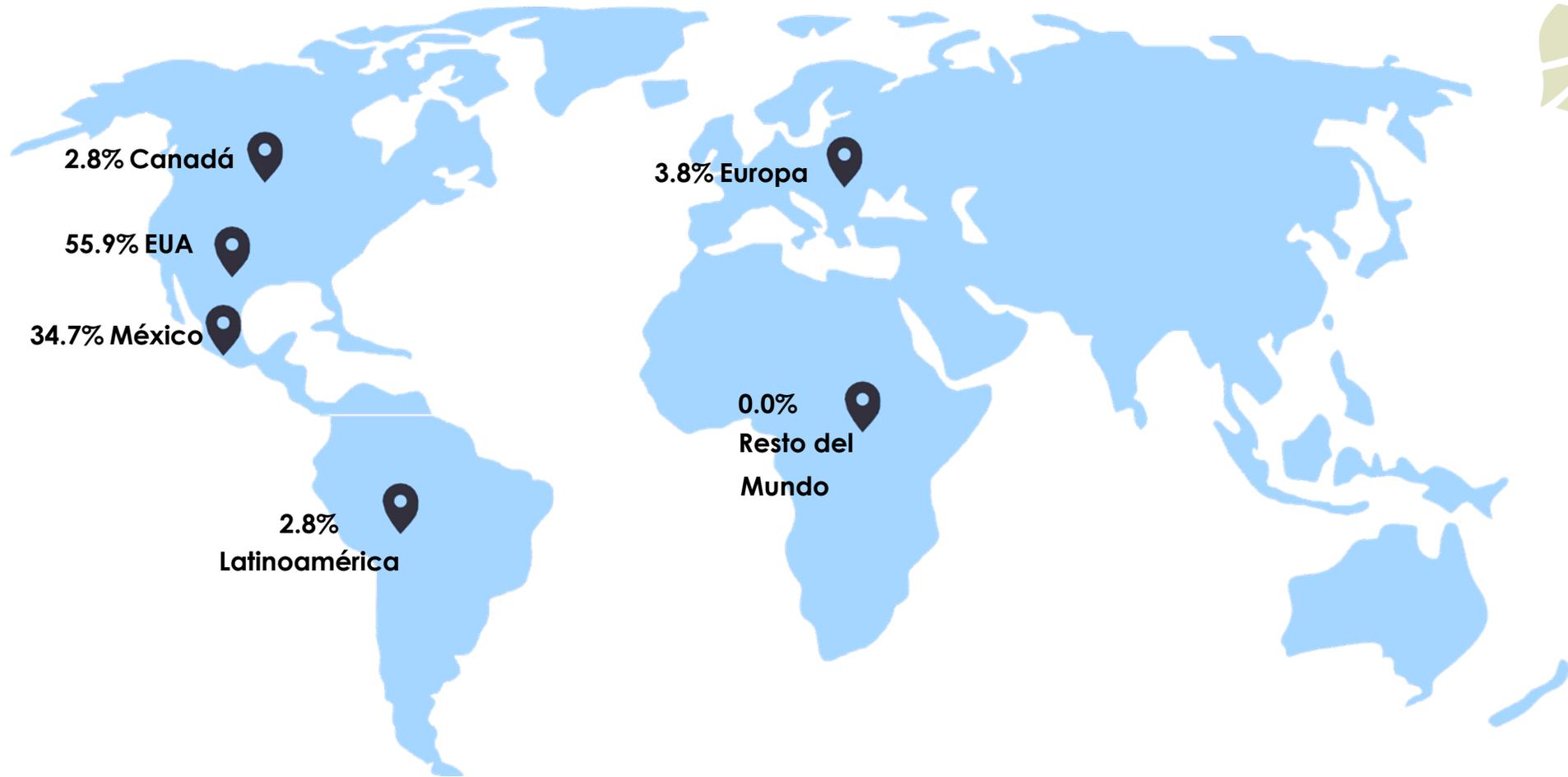
Los levantamientos asociados a **Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres, Playa del Carmen y Tulum** se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio

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. 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

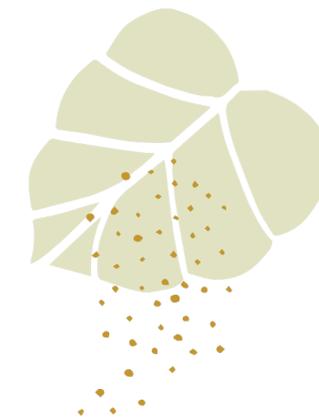


Procedencia





Procedencia



México 34.7%

EUA 55.9%

Top

Estados de México

Estados de EUA

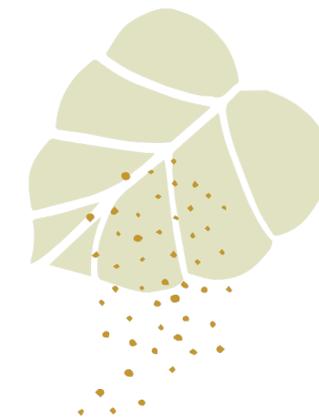
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

Ciudad de México	24.6
Jalisco	13.4
Nuevo León	9.0
Chihuahua	8.2
Estado de México	4.5
San Luis Potosí	4.5
Guanajuato	4.5
Querétaro	3.7
Puebla	3.7
Morelos	3.0

New York	19.3
Florida	15.1
Texas	8.3
California	8.3
Georgia	4.2
Kansas	3.1
New Jersey	3.1
Nevada	2.6
Illinois	2.6
Maryland	2.6



Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

5.1% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

23.7% de los turistas
-De 40 a 49 años 14.2%
-De 50 a 59 años 9.5%



Millenials (20 a 39 años)

60.4% de los turistas
-De 20 a 29 años 33.0%
-De 30 a 39 años 27.4%



Generación Z (0 a 19 años)

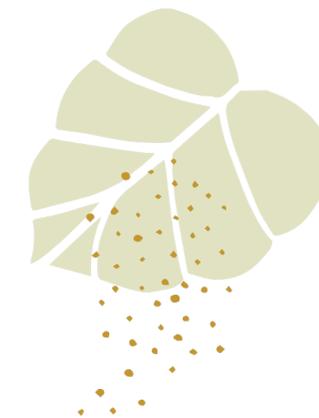
10.7% de los turistas
-Hasta los 12 años 6.8%
-De 13 a 19 años 3.9%

Ingresos anuales en dólares

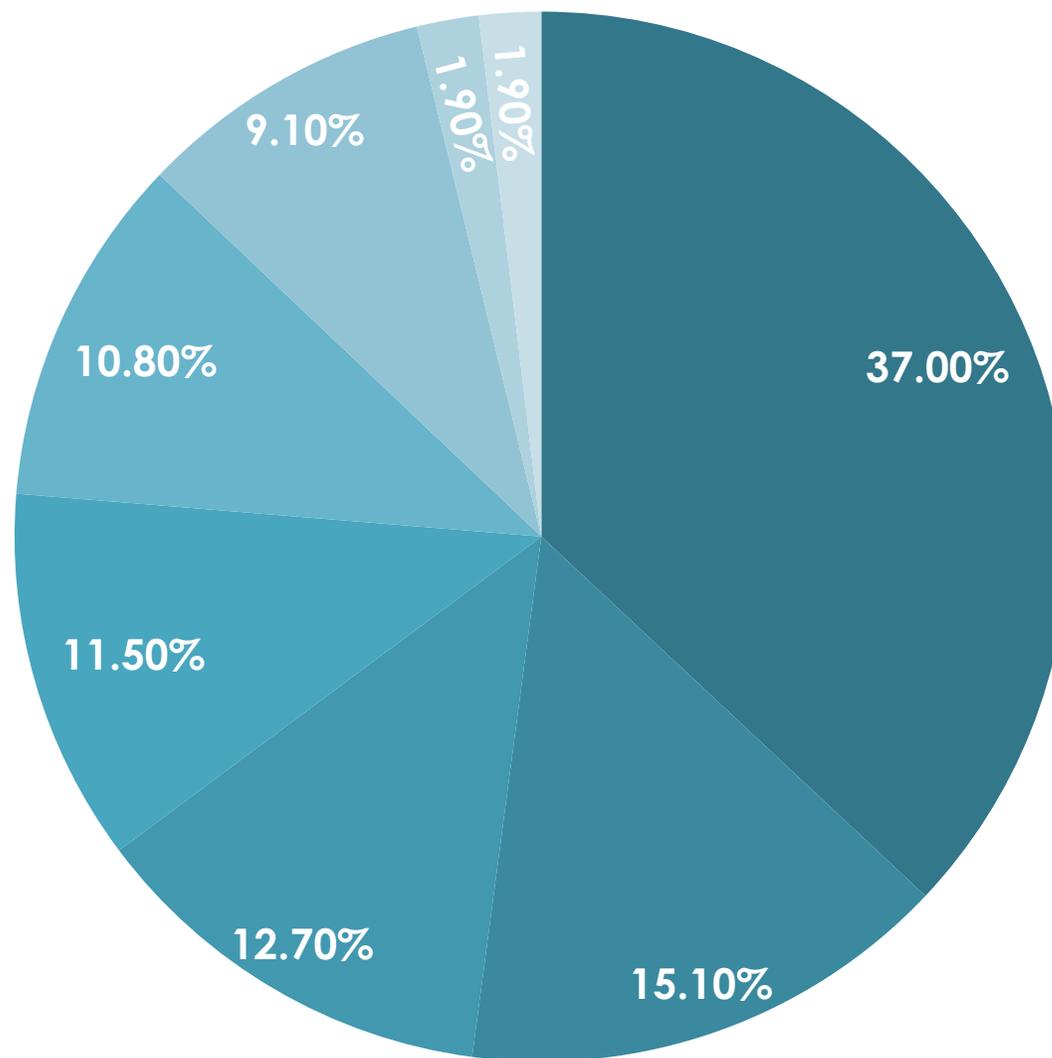
	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Más de \$150,000	9.4	11.4	12.9	14.7	11.4
De \$100,000 a \$150,000	14.2	11.4	14.1	13.7	17.3
De \$75,000 a \$99,999	10.4	12.4	18.8	11.8	11.8
De \$50,000 a \$74,999	22.2	19.5	15.7	12.7	18.2
De \$35,000 a \$49,999	12.7	12.4	10.2	13.7	10.5
De \$25,000 a \$34,999	7.5	7.0	6.7	9.8	7.7
De \$15,000 a \$24,999	12.3	12.4	6.7	8.8	9.1
Menos de \$15,000	11.3	13.5	14.9	14.7	14.1



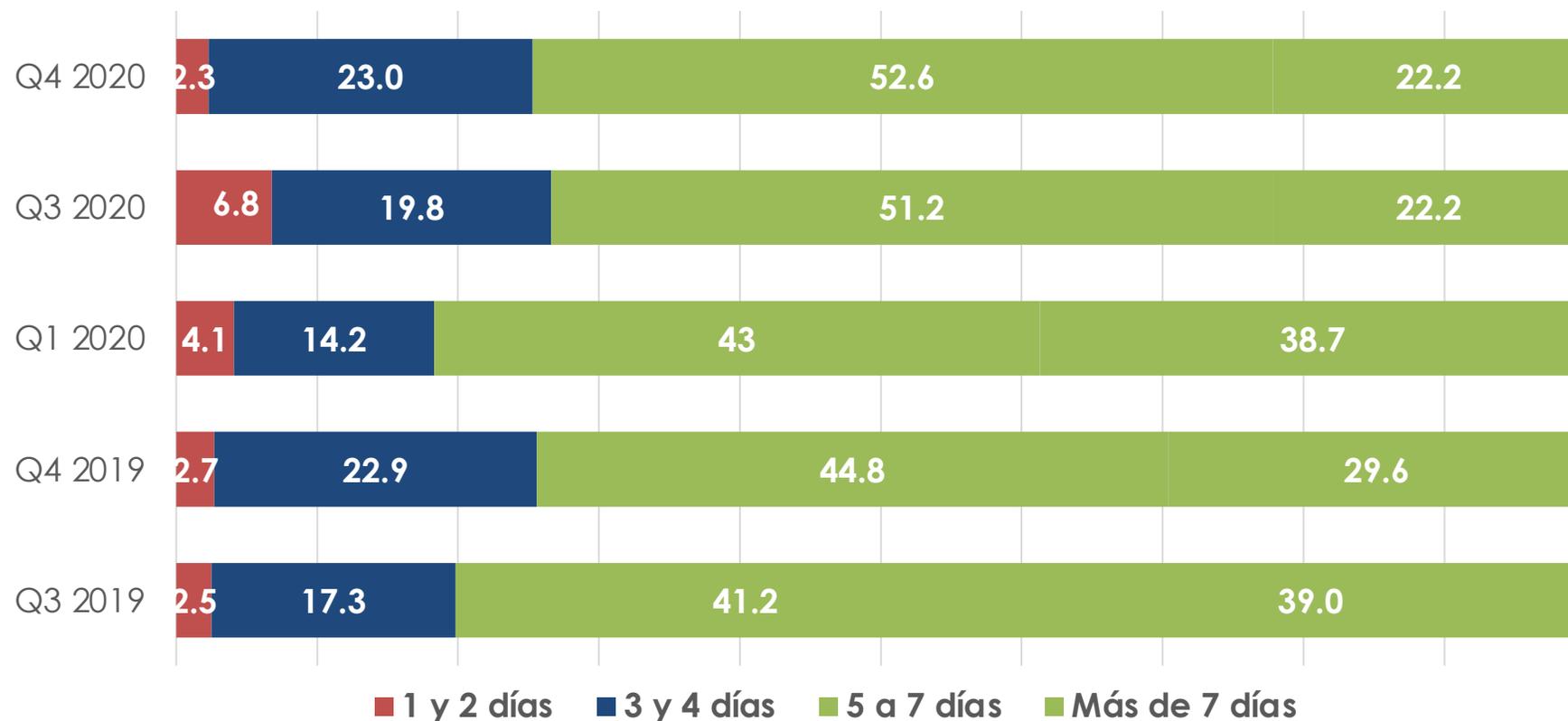
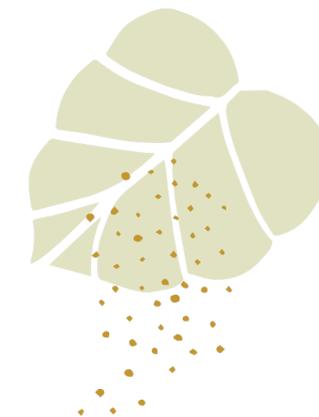
Medios que influyeron en su intención de visita



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



Estancia y tamaño de grupo



Q4 2019

Estancia media: 7.4 días
Tamaño de grupo: 2.7 personas

Q4 2020

Estancia media: 6.9 días
Tamaño de grupo: 2.9 personas



Viaja en pareja

Q4 2020 Q4 2019

46.7% **47.3%**



Personas con quien viaja

Viaja en familia

Q4 2020 Q4 2019

28.1% **21.8%**



**Q4
2020**

Viaja solo

Q4 2020 Q4 2019

8.9% **13.3%**



Viaja con amigos

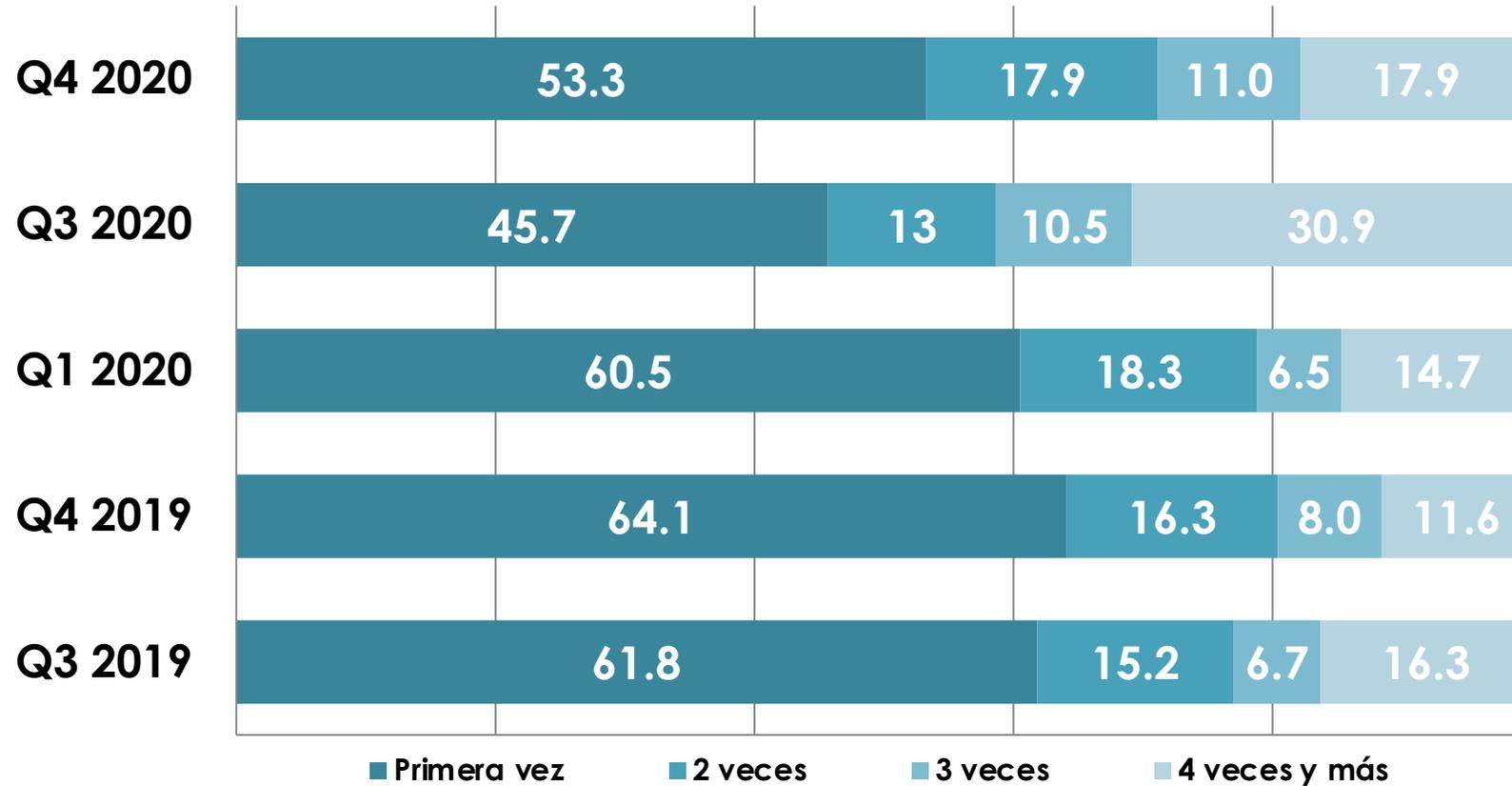
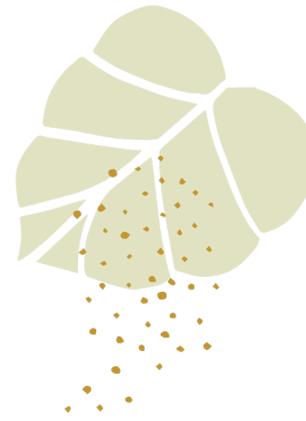
Q4 2020 Q4 2019

16.3% **17.7%**





Visita y tasa de retorno



Q4 2019

Tasa de retorno al destino: **35.9%**

Q4 2020

Tasa de retorno al destino: **46.7%**



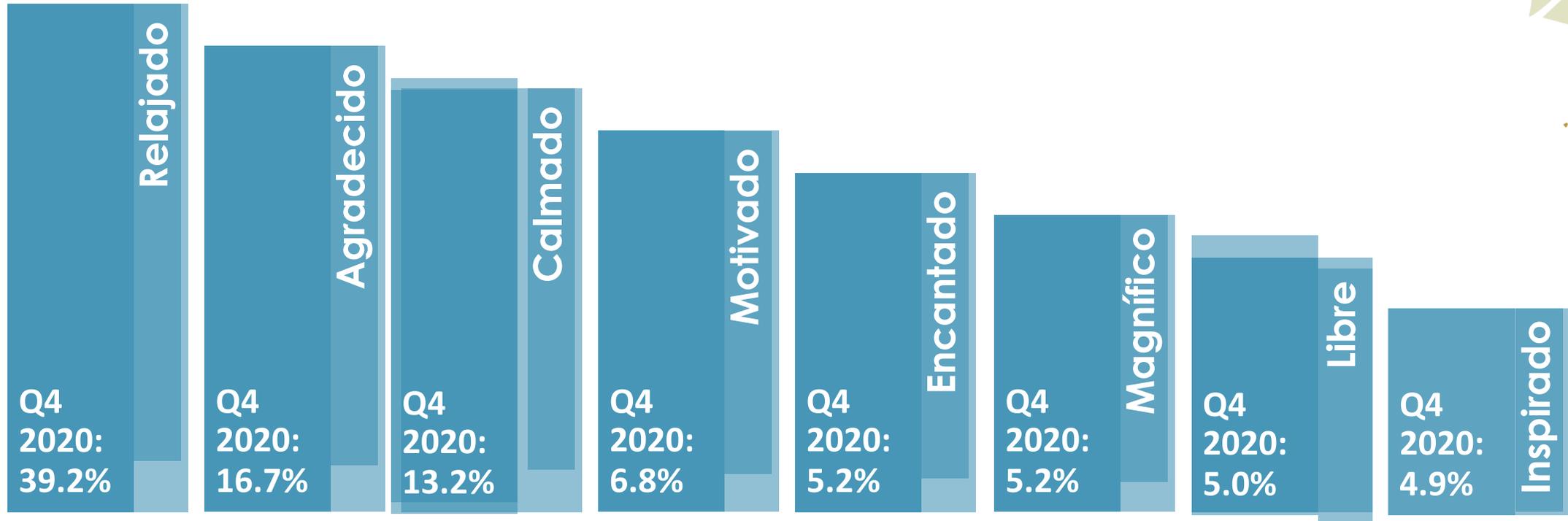
Motivo de viaje

	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
 Descansar	65.0	57.5	69.7	66.0	73.1
 Boda	1.6	6.5	2.5	4.9	5.9
 Luna de miel	5.3	9.5	4.1	6.2	5.1
 Actividades de aventura	17.8	11.9	9.4	7.4	4.9
 Visita amigos / familia	1.3	2.0	2.5	6.2	3.6
 Vida nocturna	N/D	N/D	1.8	1.9	2.3
 Negocios	N/D	1.0	0.9	1.2	1.5
 Motivos culturales	5.6	6.8	4.1	1.2	1.3

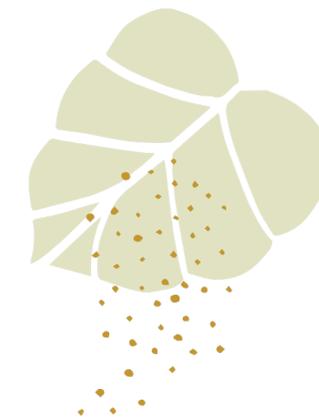
	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
 Salud y bienestar	N/D	1.0	2.1	3.7	0.8
 Congreso / Convención	N/D	0.7	0.2	0.6	0.8
 Viaje de incentivos	1.3	1.0	0.9	N/D	0.3
 Evento especial	0.3	0.7	N/D	0.6	N/D
 Gastronomía	N/D	N/D	1.4	N/D	N/D



Sentimiento



Canal de compra



1 Agencia de viaje online
Q4 2020: 30.0%
Q4 2019: 28.3%

2 Agencia de viajes tradicional
Q4 2020: 12.9%
Q4 2019: 19.0%

3 Web compañía aérea
Q4 2020: 31.4%
Q4 2019: 14.5%

4 Buscador de viajes
Q4 2020: 11.8%
Q4 2019: 13.8%

5 Sitio web del hotel
Q4 2020: 6.3%
Q4 2019: 8.0%

6 Sitio de renta vacacional
Q4 2020: 4.1%
Q4 2019: 10.9%

7 Tiempo compartido
Q4 2020: 0.6%
Q4 2019: 2.6%

8 Oficina – teléfono compañía aérea
Q4 2020: 1.4%
Q4 2019: 2.3%

9 Teléfono del hotel
Q4 2020: 1.4%
Q4 2019: 0.6%



Uso y tipo de paquete





Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q4 2019	Q4 2020
Tamaño de grupo	personas	personas
Gasto total	\$965	\$778
Tarifa aérea	\$273	\$177
Hospedaje	\$350	\$343
Gasto en el destino	\$341	\$259





Tipo de hospedaje utilizado



HOSPEDAJE	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Hotel	81.1	76.9	66.0	55.3	60.2
Renta Vacacional	12.7	13.6	17.7	30.8	22.4
Casa e Familiares/Amigos	2.5	3.1	4.1	6.9	8.2
Casa o Condominio Particular	1.5	2	2.5	3.1	5.1
Hostal	N/D	N/D	6.3	3.1	2.3
Tiempo Compartido	2.2	4.4	3.4	0.6	1.8



Tours realizados



**Zonas
Arqueológicas**

Q4 2019: 34.2%
Q4 2020: 44.1%



**Cenotes y
cavernas**

Q4 2019: 39.0%
Q4 2020: 27.1%



**Actividades
acuáticas**

Q4 2019: 30.9%
Q4 2020: 13.0%



**Parques
recreativos**

Q4 2019: 27.8%
Q4 2020: 20.5%



**Ciudades
cercanas**

Q4 2019: 17.8%
Q4 2020: 9.9%



Naturaleza

Q4 2019: 8.1%
Q4 2020: 14.6%



Entretenimiento

Q4 2019: 4.2%
Q4 2020: 2.9%



Deportes

Q4 2019: 0.8%
Q4 2020: 1.0%





Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



Q4 2019
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Destinos	Q3 2020	Q4 2020
PLAYA DEL CARMEN	19.7	22.7
Cancún	9.5	18.2
HOLBOX	13.9	18.2
BACALAR	11.7	13.6
Cozumel	N/D	4.5
MAHAHUAL	12.4	4.5
Valladolid	N/D	N/D
Mérida	N/D	4.5

Q4 2020
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA