

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q3
(JULIO – SEPTIEMBRE 2021)

Metodología

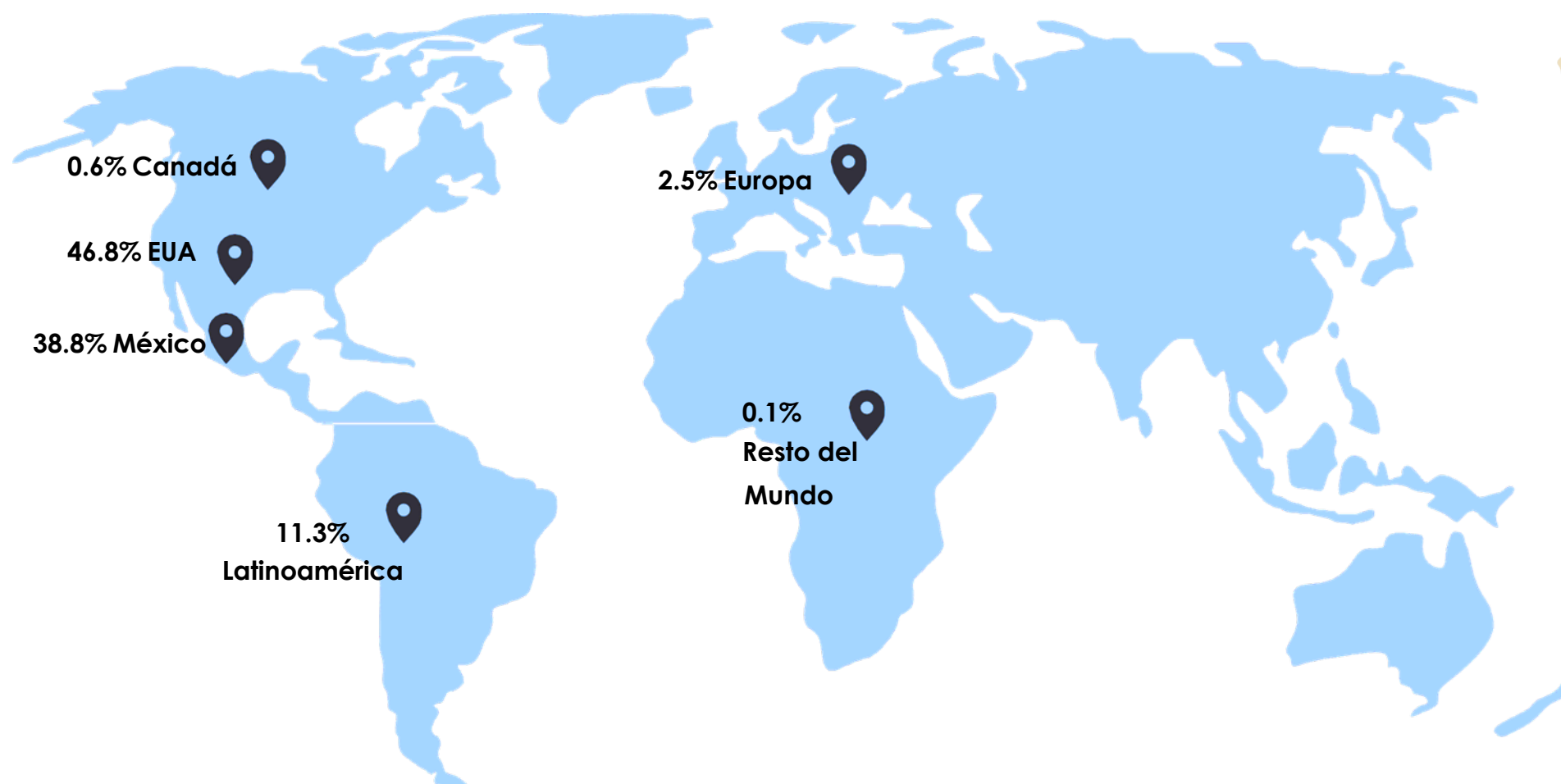
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

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 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 38.8%		EUA 46.8%		Latinoamérica 11.3%	
Top	Estados de México		Estados de EUA		Países de Latinoamérica	
1	Nuevo León	20.3	Texas	18.5	Colombia	46.4
2	Ciudad de México	11.1	California	15.5	Costa Rica	11.4
3	Jalisco	9.1	New York	8.4	Brasil	11.1
4	Coahuila	7.9	Florida	8.0	Puerto Rico	7.1
5	Aguascalientes	6.4	Illinois	5.6	Guatemala	6.8
6	Tamaulipas	5.7	Colorado	3.7	Perú	4.3
7	Chihuahua	5.6	New Jersey	3.3	Ecuador	3.6
8	Baja California	4.3	Missouri	3.0	Panamá	2.9
9	Querétaro	4.1	North Carolina	2.7	Venezuela	2.5
10	Estado de Mexico	3.9	Pennsylvania	2.5	Chile	1.4



Edad del turista

cancun



Baby Boomers (60 años y más)

4.1% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

33.2% de los turistas
-De 40 a 49 años 24.6%
-De 50 a 59 años 8.6%



Millennials (20 a 39 años)

43.4% de los turistas
-De 20 a 29 años 20.5%
-De 30 a 39 años 22.9%



Generación Z (0 a 19 años)

19.2% de los turistas
-Hasta los 12 años 12.2%
-De 13 a 19 años 7.0%

Ingresos anuales en dólares

can eun



	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
Más de \$150,000	11.0	11.7	12.6	11.7	10.9
De \$100,000 a \$150,000	11.5	11.0	10.5	11.8	9.1
De \$75,000 a \$99,999	10.6	11.4	9.6	11.5	9.5
De \$50,000 a \$74,999	12.3	13.7	12.0	12.7	13.8
De \$35,000 a \$49,999	8.5	10.5	8.3	9.5	9.5
De \$25,000 a \$34,999	9.6	10.1	10.4	9.5	11.6
De \$15,000 a \$24,999	15.7	11.9	15.9	15.3	17.3
Menos de \$15,000	20.7	19.8	20.7	18.0	18.2

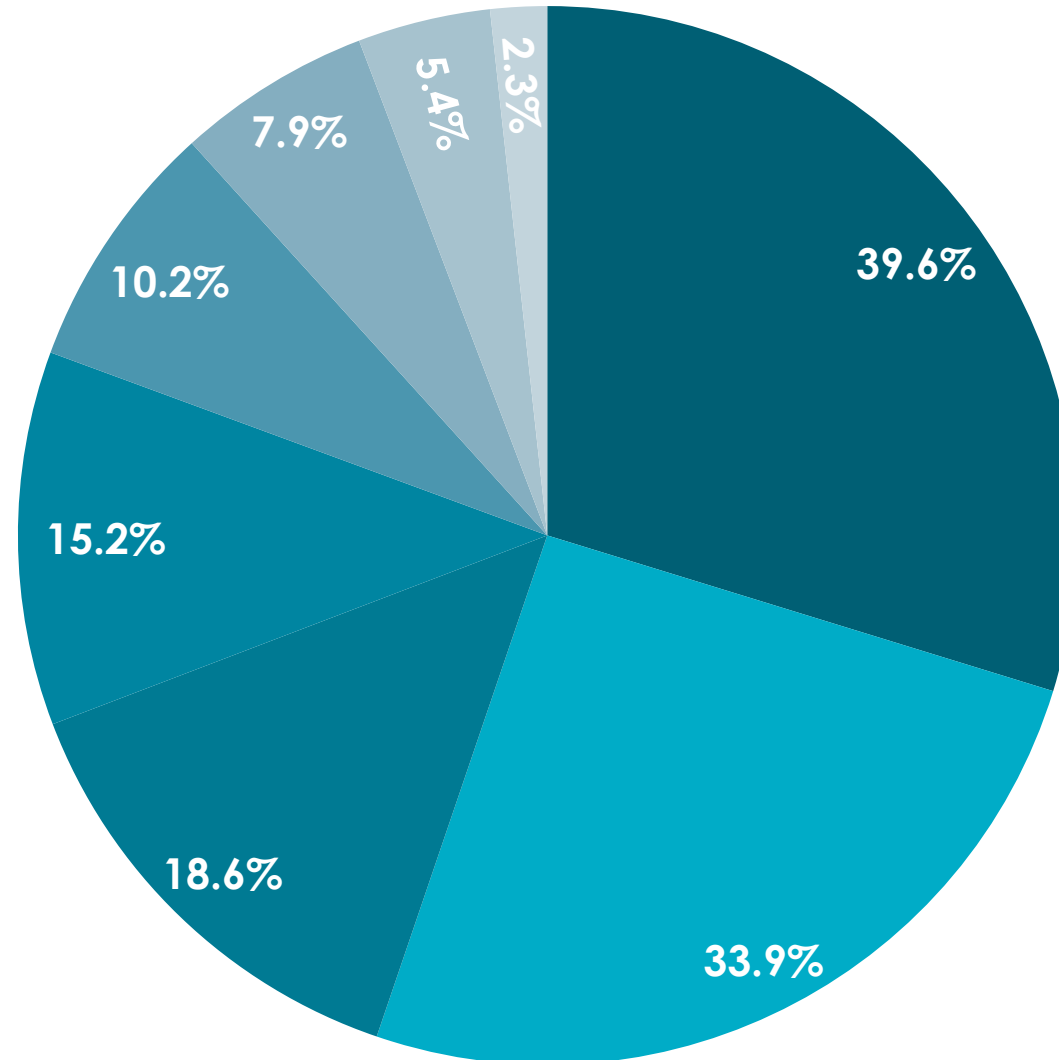


Medios que influyeron en su intención de visita

cancun

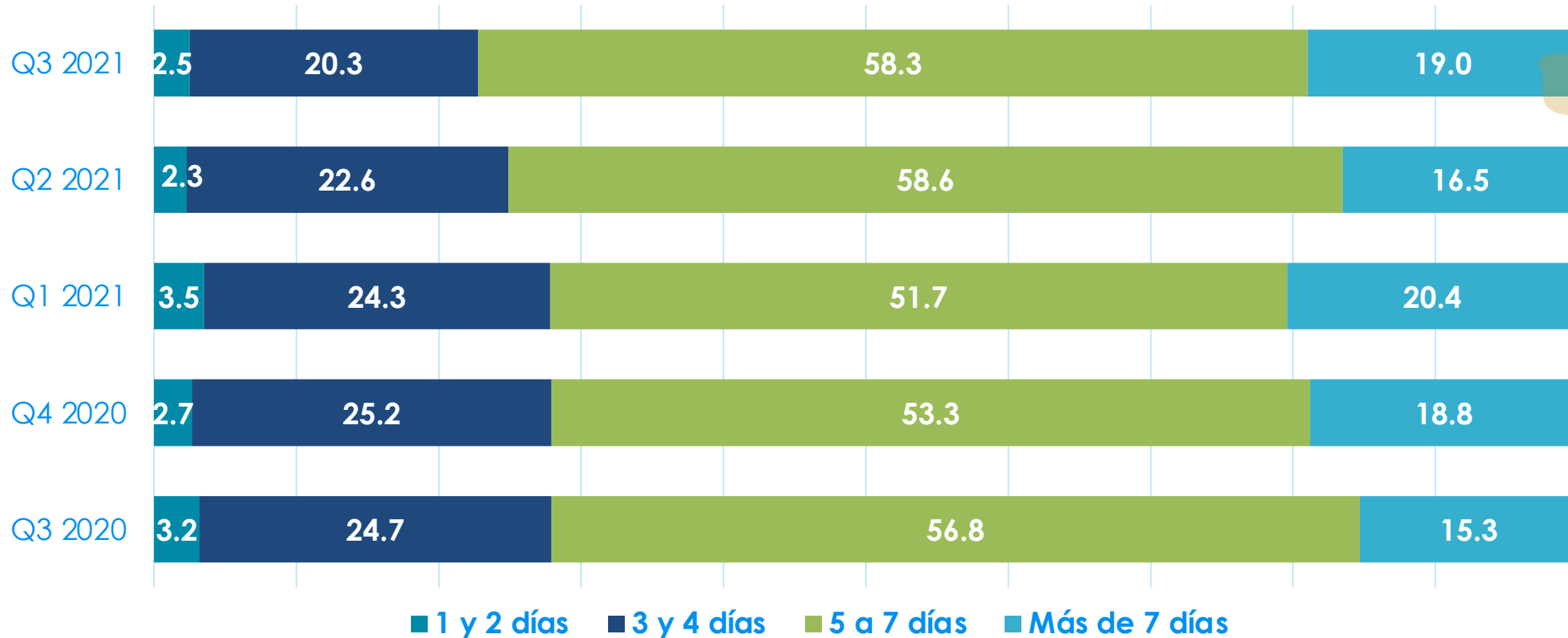


- Redes sociales
- Publicidad en internet
- Agencia de viajes
- Youtube
- Sitios especializados de viaje / blog
- Influencers en línea
- Televisión y radio
- Revista / impreso



Estancia y tamaño de grupo

cancun



Q3 2020

Estancia media: 6.1 días
Tamaño de grupo: 3.3 personas

Q3 2021

Estancia media: 6.9 días
Tamaño de grupo: 3.6 personas

Viaja en pareja

Q3 2021

34.6%

Q3 2020

43.3%

Personas con quien viaja

caribe

Viaja en familia

Q3 2021

48.7%

Q3 2020

42.6%

Q3
2021

Viaja solo

Q3 2021

5.6%

Q3 2020

6.8%

Viaja con amigos

Q3 2021

11.1%

Q3 2020

7.3%

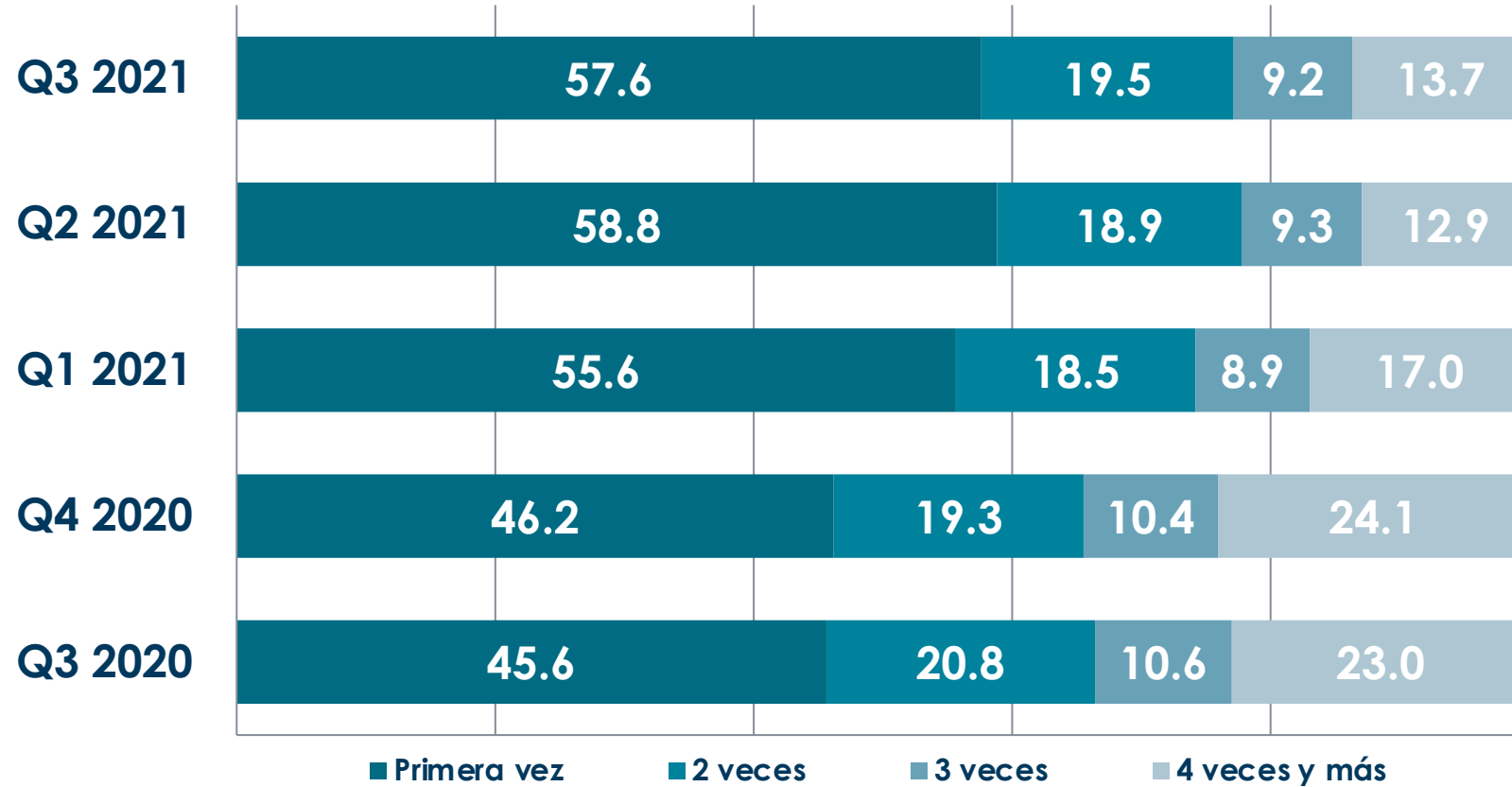
CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Visita y tasa de retorno

can@un



Q3 2020

Tasa de retorno al destino: **54.4%**

Q3 2021

Tasa de retorno al destino: **37.6%**



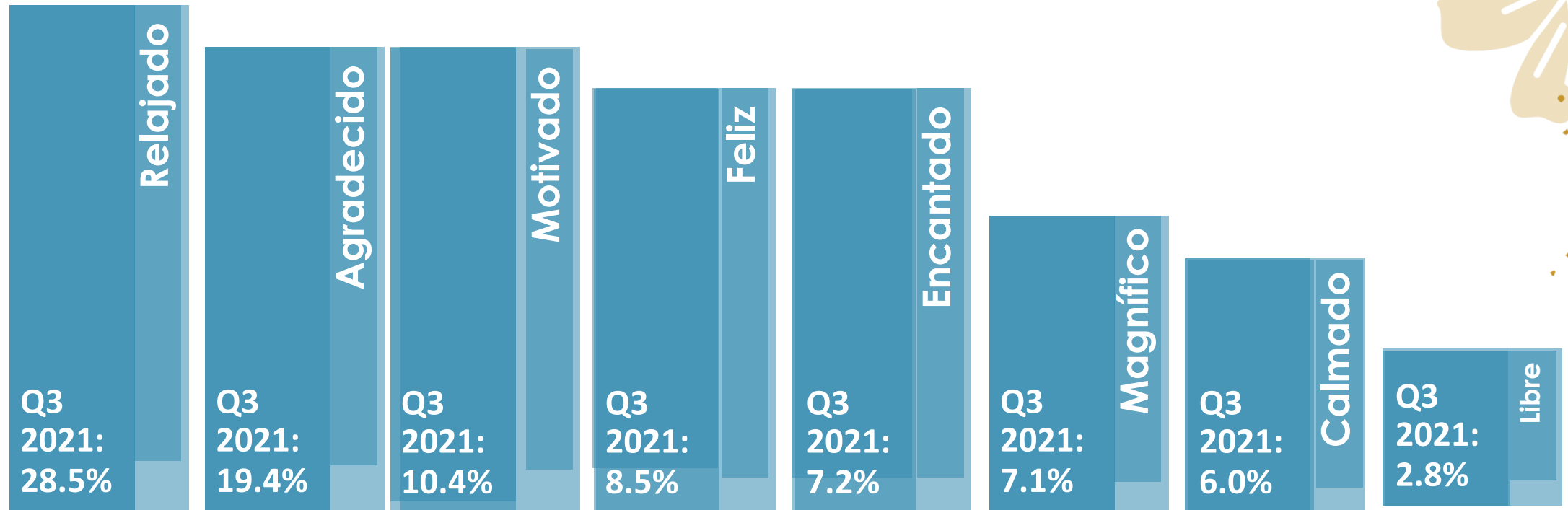
Motivo de viaje

		Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
	Descansar	74.5	76.7	80.3	78.3	78.8
	Actividades de aventura	8.3	4.3	5.9	6.6	7.0
	Luna de miel	5.8	5.8	5.3	5.5	4.9
	Visita Amigos/Familia	3.0	3.7	3.1	2.6	2.6
	Asistir a Boda	2.7	3.8	1.3	2.6	1.8
	Vida Nocturna				0.8	1.0
	Salud y Bienestar	2.4	0.9	0.8	0.9	0.9

		Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2020
	Motivos Culturales	0.7	0.6	0.9	0.7	0.7
	Contrair Matrimonio	0.8	0.8	1.6	0.5	0.7
	Negocios	0.8	1.2	1.1	0.7	0.4
	Evento Especial	0.1	0.5	0.1	0.1	0.4
	Viaje de incentivos	0.7	0.2	0.2	0.4	0.3
	Congreso / Convención	0.2	0.8	0.2	0.3	0.3
	Gastronomía			0.1		0.1

Sentimiento

cancun



Canal de compra



Uso y tipo de paquete

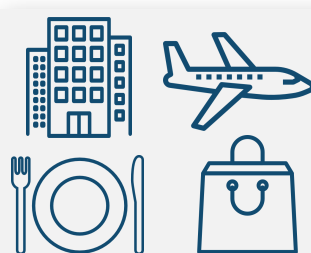
cancun



**No usó
paquete**

Q3 2021: 41.8%

Q3 2020: 41.4%



**Todo
incluido**

Q3 2021: 43.2%

Q3 2020: 34.5%



**Avión y
hotel**

Q3 2021: 11.4%

Q3 2020: 21.4%



**Avión,
hotel y un
alimento**

Q3 2021: 3.6%

Q3 2020: 2.7%



Distribución de la derrama (dólares por persona)

caneun



Concepto	Q3 2020	Q3 2021
Tamaño de grupo	3.3 personas	3.6 personas
Gasto total	\$658	\$785
Tarifa aérea	\$192	\$224
Hospedaje	\$305	\$350
Gasto en el destino	\$161	\$210



Tipo de hospedaje utilizado

cancun

Hospedaje	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
Hotel	83.8	81.1	76.6	80.8	80.6
Renta vacacional	6.2	7.0	10.1	8.0	9.0
Club vacacional	3.2	4.8	5.4	6.4	6.1
Casa de familiares/amigos	3.6	3.4	4.1	2.9	2.4
Casa o condominio particular	2.3	2.8	2.8	1.3	1.5
Hostal	0.8	0.9	1.0	0.6	0.4



Tours realizados

can@un



Zonas
Arqueológicas

Q3 2021: 31.1%
Q3 2020: 9.8%



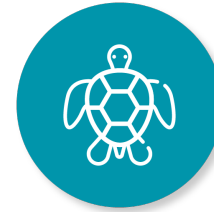
Cenotes y
cavernas

Q3 2021: 19.7%
Q3 2020: 10.7%



Actividades
acuáticas

Q3 2021: 17.3%
Q3 2020: 16.8%



Parques
recreativos

Q3 2021: 38.5%
Q3 2020: 28.7%



Ciudades
cercanas

Q3 2021: 38.6%
Q3 2020: 36.7%



Naturaleza

Q3 2021: 8.7%
Q3 2020: 9.9%



Entretenimiento

Q3 2021: 5.4%
Q3 2020: 4.8%



Deportes

Q3 2021: 0.9%
Q3 2020: 0.6%



Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

cancun

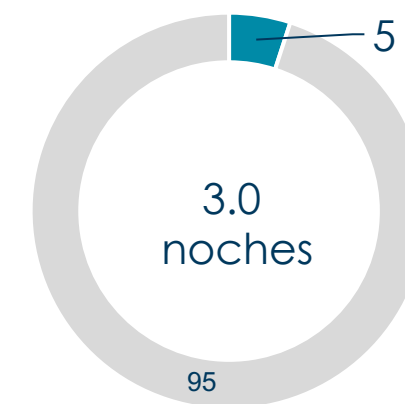


Q3 2020
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Destinos	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
Playa del Carmen	25.0	23.2	20.2	28.2	33.9
Tulum	20.8	18.8	27.5	22.8	19.4
Isla Mujeres	15.6	11.6	12.2	21.4	25.0
Holbox	5.2	8.9	8.4	4.7	10.5
Bacalar	9.4	9.8	8.4	2.9	7.3
Mérida	6.3	8.0	5.6	4.1	7.3
Cozumel	6.3	5.4	4.2	5.9	4.0
Valladolid	1.0	4.5	4.2	4.1	4.0
Riviera Maya	4.2	1.8	0.7		3.2
Mahahual					1.6
Chetumal			2.8		0.8

Q3 2021
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA