

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q4
(OCTUBRE – DICIEMBRE 2021)

Metodología

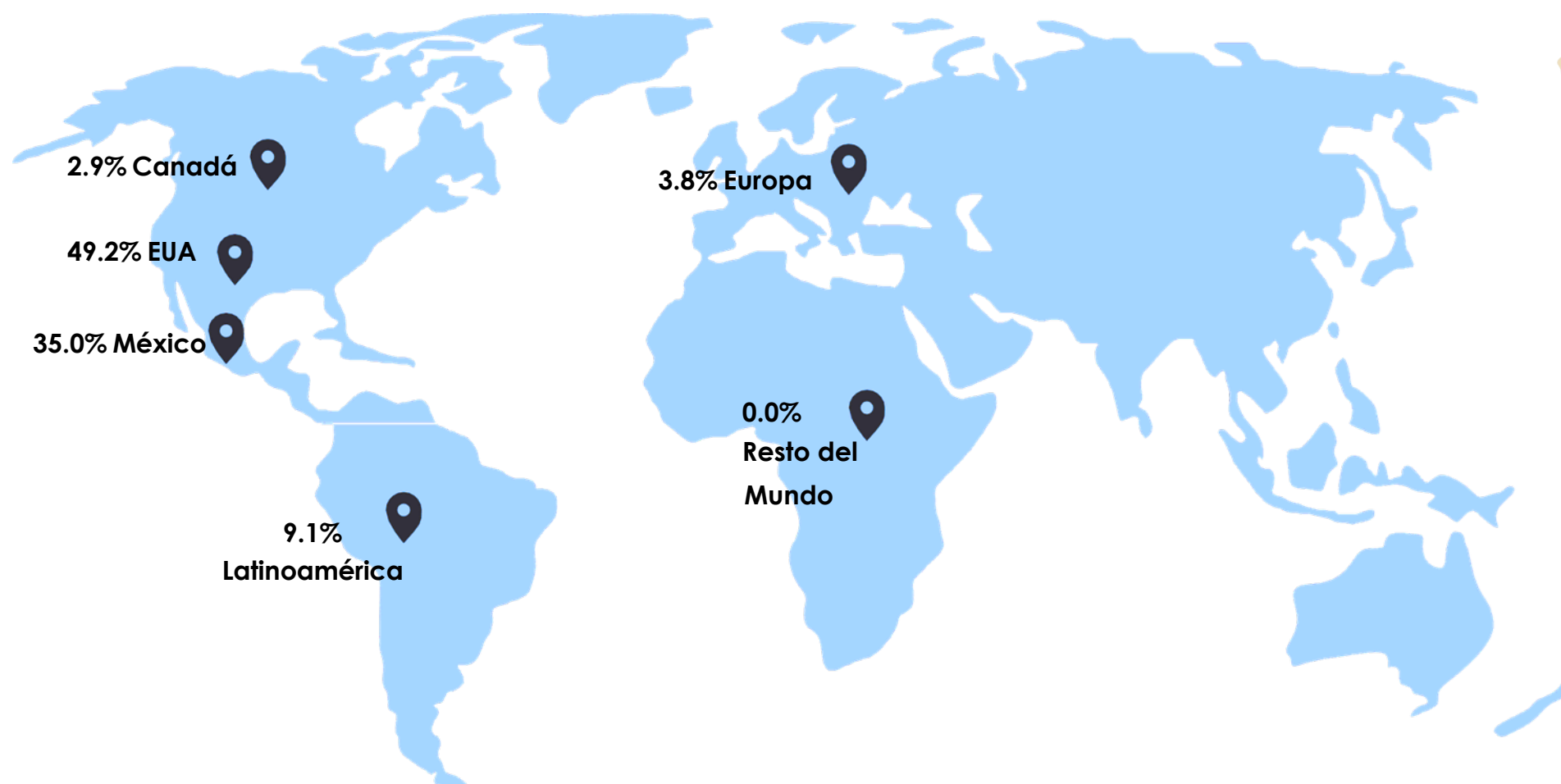
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

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 35.0%		EUA 49.2%		Latinoamérica 9.1%	
Top	Estados de México		Estados de EUA		Países de Latinoamérica	
1	Ciudad de México	18.9	New York	11.5	Colombia	37.5
2	Nuevo León	15.7	Texas	11.3	Perú	12.9
3	Jalisco	12.7	Florida	8.6	Brasil	10.8
4	Aguascalientes	7.3	California	7.0	Guatemala	8.6
5	Estado de Mexico	7.2	Illinois	6.3	Chile	5.6
6	Chihuahua	4.8	Colorado	5.6	Puerto Rico	4.7
7	Coahuila	3.9	Massachusetts	3.7	Costa Rica	4.3
8	Baja California	2.9	Georgia	3.4	Argentina	3.0
9	San Luis Potosí	2.9	Maryland	3.1	Panamá	2.2
10	Guanajuato	2.6	North Carolina	3.0	Venezuela	2.2



Edad del turista

cancun



Baby Boomers (60 años y más)

6.7% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

37.0% de los turistas

-De 40 a 49 años 25.5%

-De 50 a 59 años 11.5%



Millennials (20 a 39 años)

42.2% de los turistas

-De 20 a 29 años 19.1%

-De 30 a 39 años 23.1%



Generación Z (0 a 19 años)

14.1% de los turistas

-Hasta los 12 años 8.8%

-De 13 a 19 años 5.3%

CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Ingresos anuales en dólares

cancun



	Q4 2020	Q 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021
Más de \$150,000	11.7	12.6	11.7	10.9	16.4
De \$100,000 a \$150,000	11.0	10.5	11.8	9.1	11.9
De \$75,000 a \$99,999	11.4	9.6	11.5	9.5	12.2
De \$50,000 a \$74,999	13.7	12.0	12.7	13.8	12.5
De \$35,000 a \$49,999	10.5	8.3	9.5	9.5	10.8
De \$25,000 a \$34,999	10.1	10.4	9.5	11.6	8.8
De \$15,000 a \$24,999	11.9	15.9	15.3	17.3	12.5
Menos de \$15,000	19.8	20.7	18.0	18.2	14.9

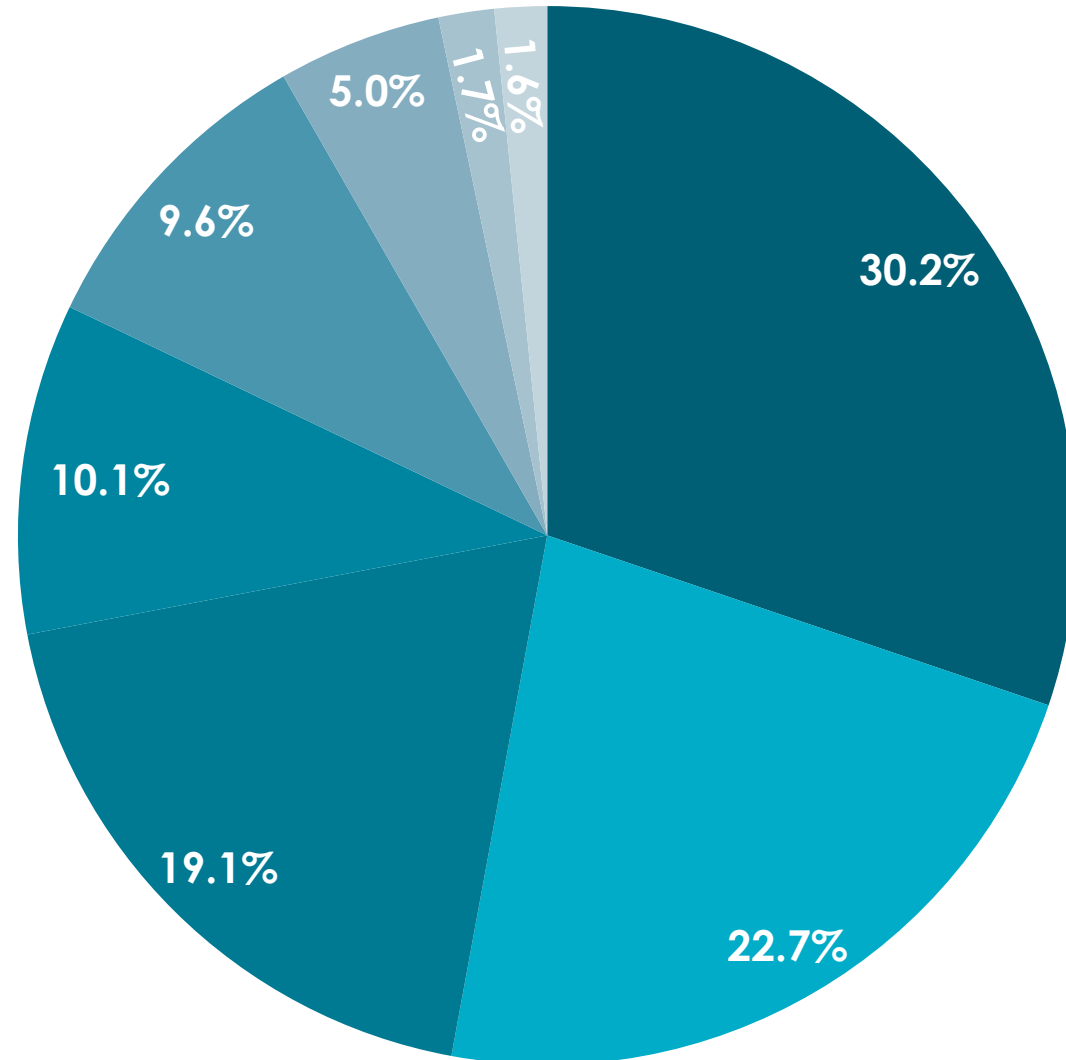


Medios que influyeron en su intención de visita

cancun

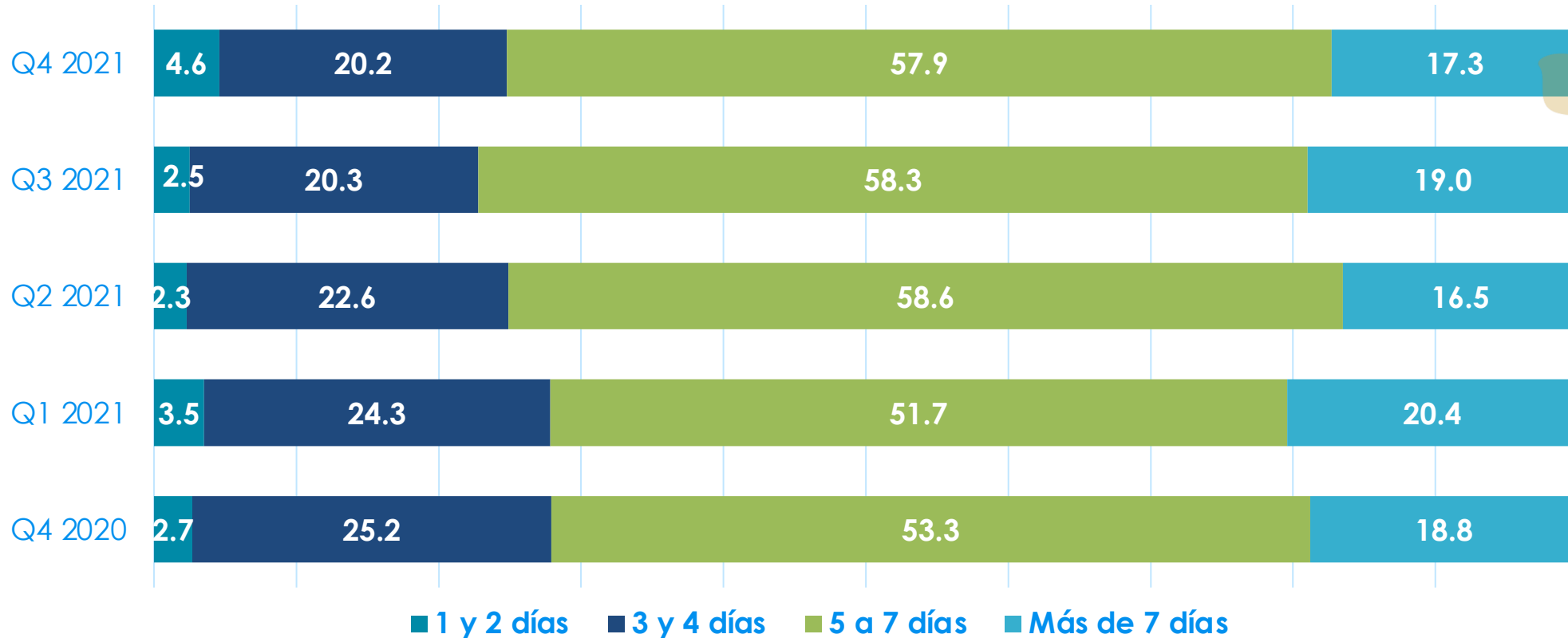


- Publicidad en internet
- Redes sociales
- Agencia de viajes
- Youtube
- Sitios especializados de viaje / blog
- Influencers en línea
- Revista / impreso
- Televisión y radio



Estancia y tamaño de grupo

cancun



Q4 2020

Estancia media: 6.5 días
Tamaño de grupo: 3.2 personas

Q4 2021

Estancia media: 6.3 días
Tamaño de grupo: 3.2 personas

Viaja en pareja

Q4 2021

42.9%

Q4 2020

43.0%

Personas con quien viaja

caribe

Viaja en familia

Q4 2021

40.7%

Q4 2020

39.0%

Q4
2021

Viaja solo

Q4 2021

5.4%

Q4 2020

7.2%

Viaja con amigos

Q4 2021

11.1%

Q4 2020

10.8%

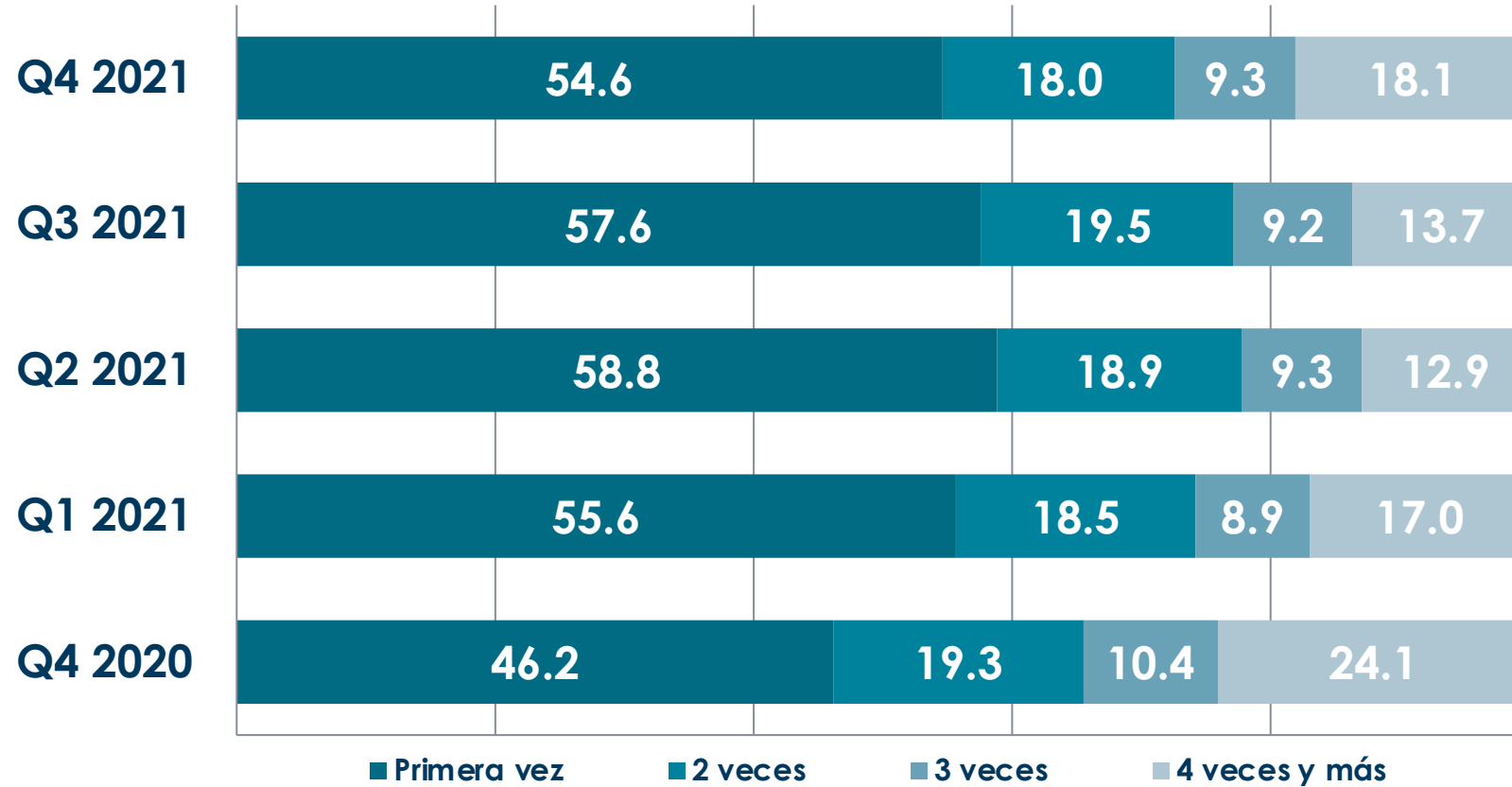
CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Visita y tasa de retorno

can eun



Q4 2020

Tasa de retorno al destino: **53.8%**

Q4 2021

Tasa de retorno al destino: **45.4%**



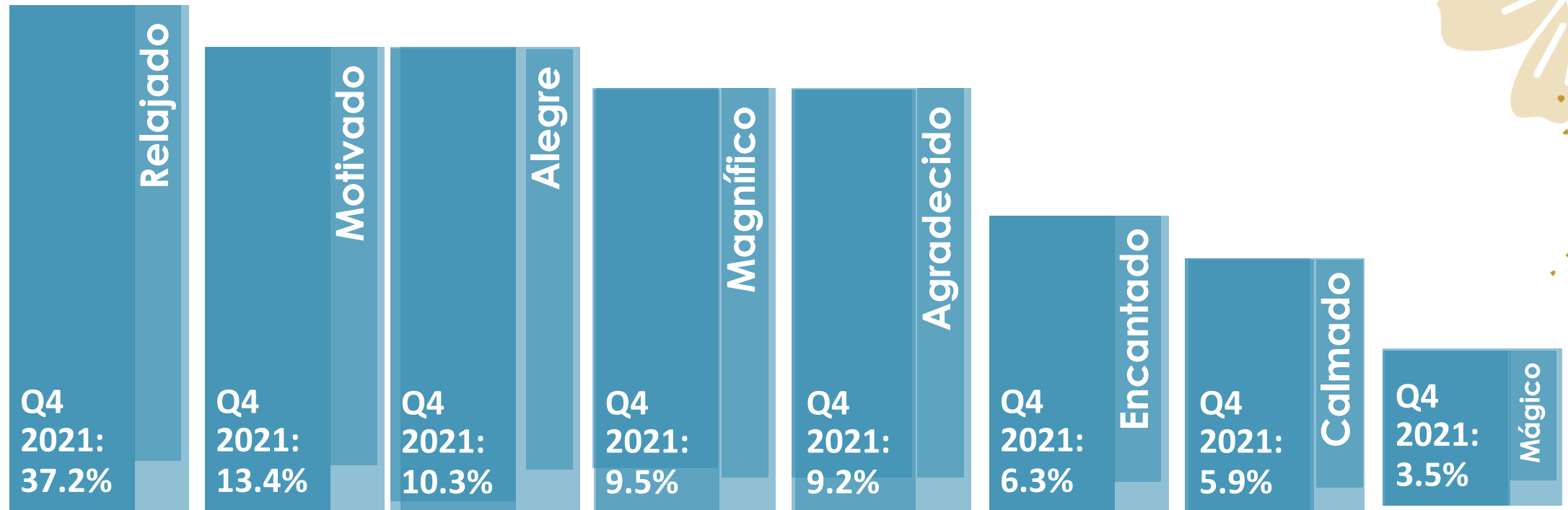
Motivo de viaje

		Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021
	Descansar	76.7	80.3	78.3	78.8	76.3
	Luna de miel	5.8	5.3	5.5	4.9	6.4
	Asistir a Boda	3.8	1.3	2.6	1.8	5.1
	Actividades de Aventura	4.3	5.9	6.6	7.0	5.0
	Visita Amigos/Familia	3.7	3.1	2.6	2.6	1.9
	Salud y Bienestar	0.9	0.8	0.9	0.9	0.9
	Vida Nocturna			0.8	1.0	0.8

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

Sentimiento

can eun



Canal de compra



Uso y tipo de paquete

cancun



**No usó
paquete**

Q4 2021: 43.2%

Q4 2020: 4.9%



**Todo
incluido**

Q4 2021: 42.5%

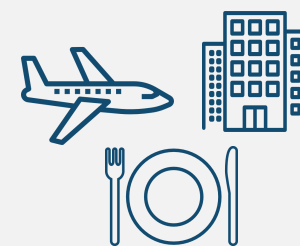
Q4 2020: 37.1%



**Avión y
hotel**

Q4 2021: 11.9%

Q4 2020: 19.6%



**Avión,
hotel y un
alimento**

Q4 2021: 2.4%

Q4 2020: 2.3%



Distribución de la derrama (dólares por persona)

caneun



Concepto	Q4 2020	Q4 2021
Tamaño de grupo	3.2 personas	3.2 personas
Gasto total	\$644	\$933
Tarifa aérea	\$176	\$264
Hospedaje	\$326	\$444
Gasto en el destino	\$141	\$225



Tipo de hospedaje utilizado

cancun

Hospedaje	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021
Hotel	81.1	76.6	80.8	80.6	83.5
Renta vacacional	7.0	10.1	8.0	9.0	8.2
Club vacacional	4.8	5.4	6.4	6.1	4.6
Casa de familiares/amigos	3.4	4.1	2.9	2.4	2.3
Casa o condominio particular	2.8	2.8	1.3	1.5	0.8
Hostal	0.9	1.0	0.6	0.4	0.6



Tours realizados

cancun



Zonas
Arqueológicas

Q4 2021: 28.6%
Q4 2020: 15.3%



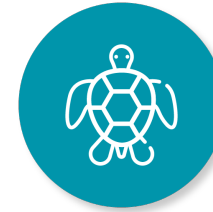
Cenotes y
cavernas

Q4 2021: 14.3%
Q4 2020: 15.2%



Actividades
acuáticas

Q4 2021: 13.1%
Q4 2020: 11.0%



Parques
recreativos

Q4 2021: 27.7%
Q4 2020: 27.5%



Ciudades
cercanas

Q4 2021: 29.9%
Q4 2020: 45.4%



Naturaleza

Q4 2021: 7.1%
Q4 2020: 9.2%



Entretenimiento

Q4 2021: 5.2%
Q4 2020: 5.2%



Deportes

Q4 2021: 0.7%
Q4 2020: 1.1%



Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

caneun

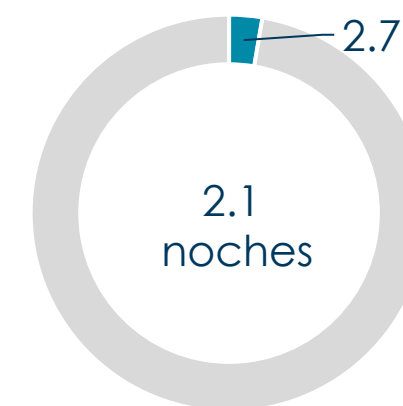


Q4 2020
% del total de turistas que
pernoctaron en otros destinos



Destinos	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021	Q4 2021
Tulum	18.8	27.5	22.8	19.4	18.2
Holbox	8.9	8.4	4.7	10.5	15.2
Playa del Carmen	23.2	20.2	28.2	33.9	13.1
Isla Mujeres	11.6	12.2	21.4	25	10.1
Mérida	8.0	5.6	4.1	7.3	10.1
Cozumel	5.4	4.2	5.9	4.0	10.1
Valladolid	4.5	4.2	4.1	4.0	9.1
Bacalar	9.8	8.4	2.9	7.3	4.0
Puerto Morelos					2.0
Chetumal		2.8		0.8	2.0
Riviera Maya	1.8	0.7		3.2	1.0

Q4 2021
% del total de turistas que
pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA