

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA



INFORME 2021
(ENERO | DICIEMBRE)

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 ínsula, 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	2021
Estados Unidos	50.5	58.9	65.6
México	18.7	26.8	27.2
Canadá	16.0	10.0	2.8
Europa	7.8	2.6	1.7
Latinoamérica	6.7	1.8	2.5
Otros	0.4	0.0	0.1



Procedencia

Top	México 27.2%	EUA 65.6%	Latinoamérica 2.5%
	Estados de México	Estados de EUA	Países de América Latino
1	Nuevo León 18.3	Texas 12.7	Colombia 30.4
2	Jalisco 12.7	Illinois 8.8	Brasil 13.0
3	Ciudad de México 12.4	New York 8.3	Chile 13.0
4	Aguascalientes 8.0	California 6.8	Perú 13.0
5	Querétaro 7.2	Florida 5.5	Puerto Rico 8.7
6	Chihuahua 6.0	Missouri 4.4	Ecuador 4.3
7	Sonora 4.4	Pennsylvania 3.9	Guatemala 4.3
8	Baja California 4.0	Massachusetts 3.5	Panamá 4.3
9	Estado de Mexico 3.2	Wisconsin 3.5	República Dominicana 4.3
10	Zacatecas 3.2	Maryland 3.3	Uruguay 4.3



Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

5.8% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

37.9% de los turistas

-De 40 a 49 años 26.3%

-De 50 a 59 años 11.6%



Millennials (20 a 39 años)

41.4% de los turistas

-De 20 a 29 años 16.6%

-De 30 a 39 años 24.8%



Generación Z (0 a 19 años)

14.9% de los turistas

-Hasta los 12 años 9.6%

-De 13 a 19 años 5.3%

Ingresos anuales en dólares



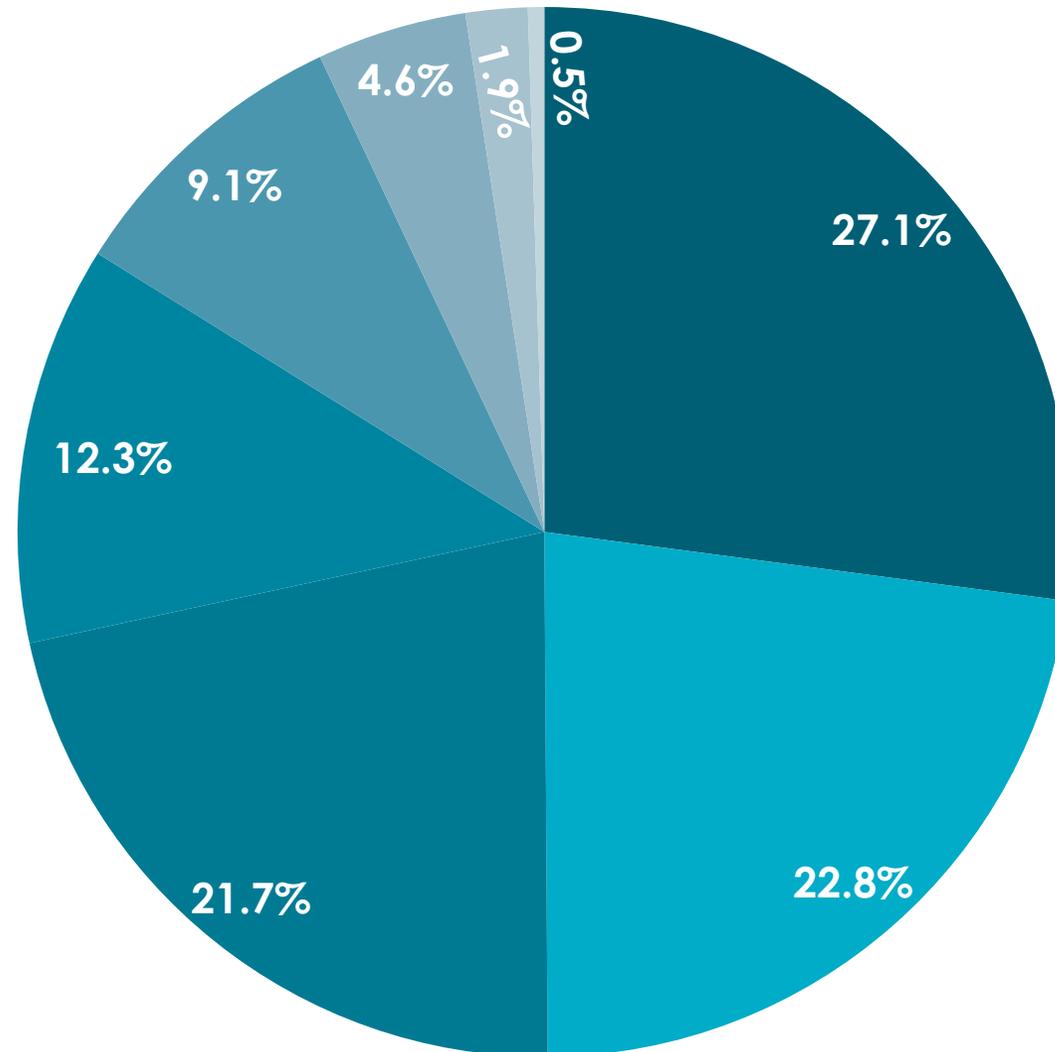
	2019	2020	2021
Más de \$150,000	20.9	18.2	28.3
De \$100,000 a \$150,000	17.7	21.5	16.3
De \$75,000 a \$99,999	13.7	13.2	10.8
De \$50,000 a \$74,999	16.2	17.8	11.5
De \$35,000 a \$49,999	9.5	7.4	8.3
De \$25,000 a \$34,999	6.8	5.2	7.3
De \$15,000 a \$24,999	8.2	7.7	9.8
Menos de \$15,000	7.0	8.9	7.7



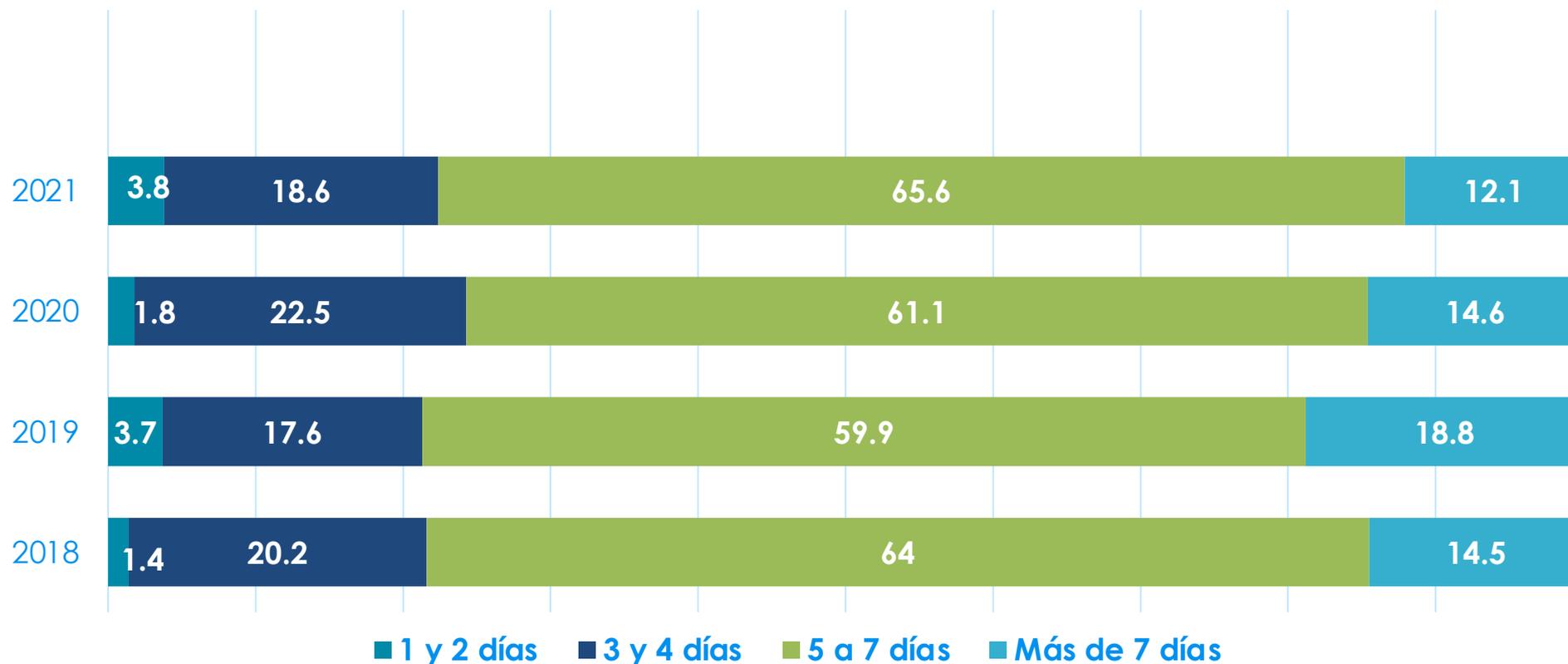
Medios que influyeron en su intención de visita



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



Estancia y tamaño de grupo



2019

Estancia media: 6.3 días

Tamaño de grupo: 2.8 personas

2020

Estancia media: 6.2 días

Tamaño de grupo: 2.8 personas

2021

Estancia media: 5.9 días

Tamaño de grupo: 2.9 personas



Viaja en pareja
2021 2020
53.4% 58.1%

Personas con quien viaja

Viaja en familia

2021 2020
35.4% 28.5%

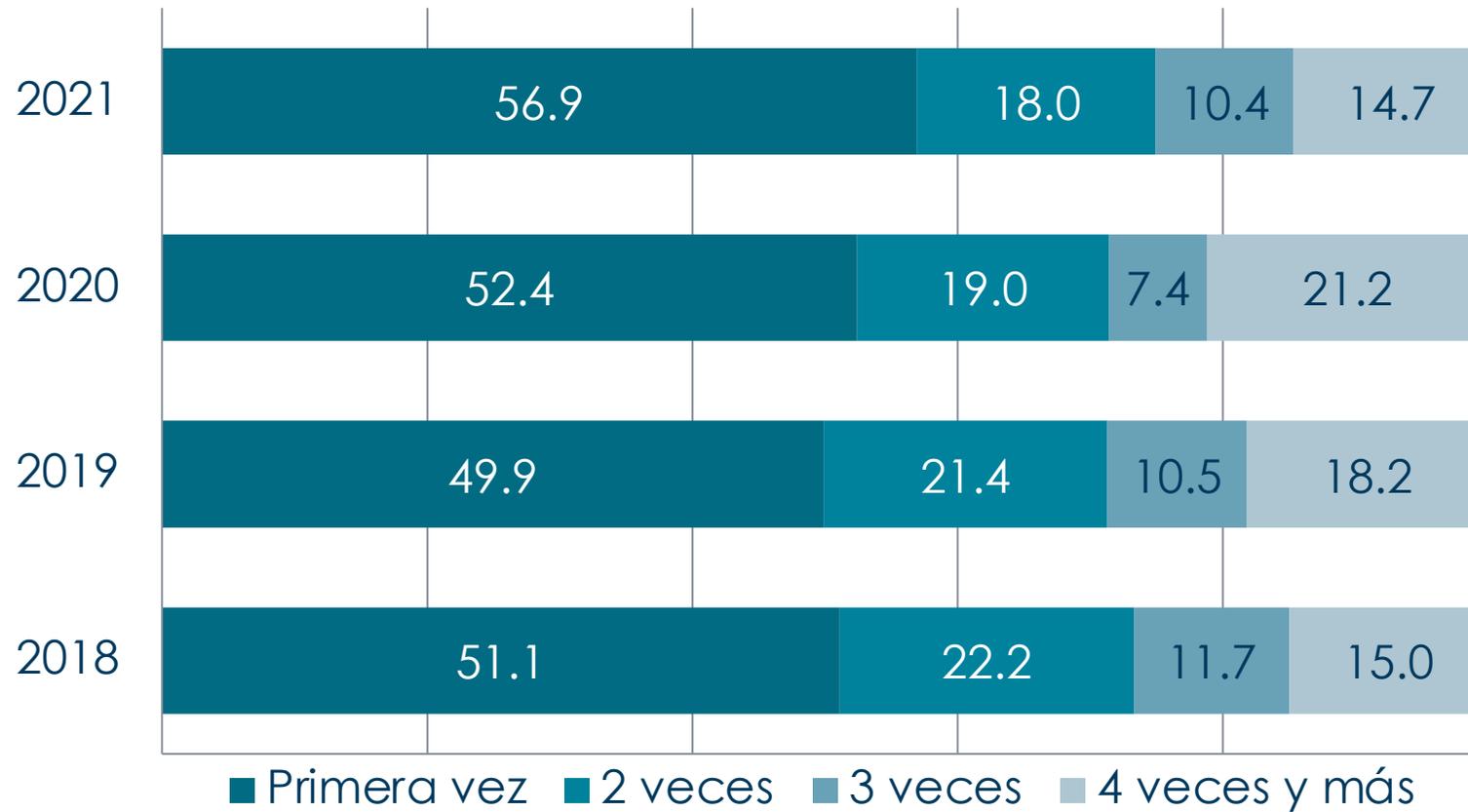
Viaja solo
2021 2020
4.1% 5.4%

Viaja con amigos

2021 2020
7.1% 7.8%

2021

Visita y tasa de retorno



2019

Tasa de retorno al destino: **50.1%**

2020

Tasa de retorno al destino: **47.6%**

2021

Tasa de retorno al destino: **43.1%**



Motivo de viaje

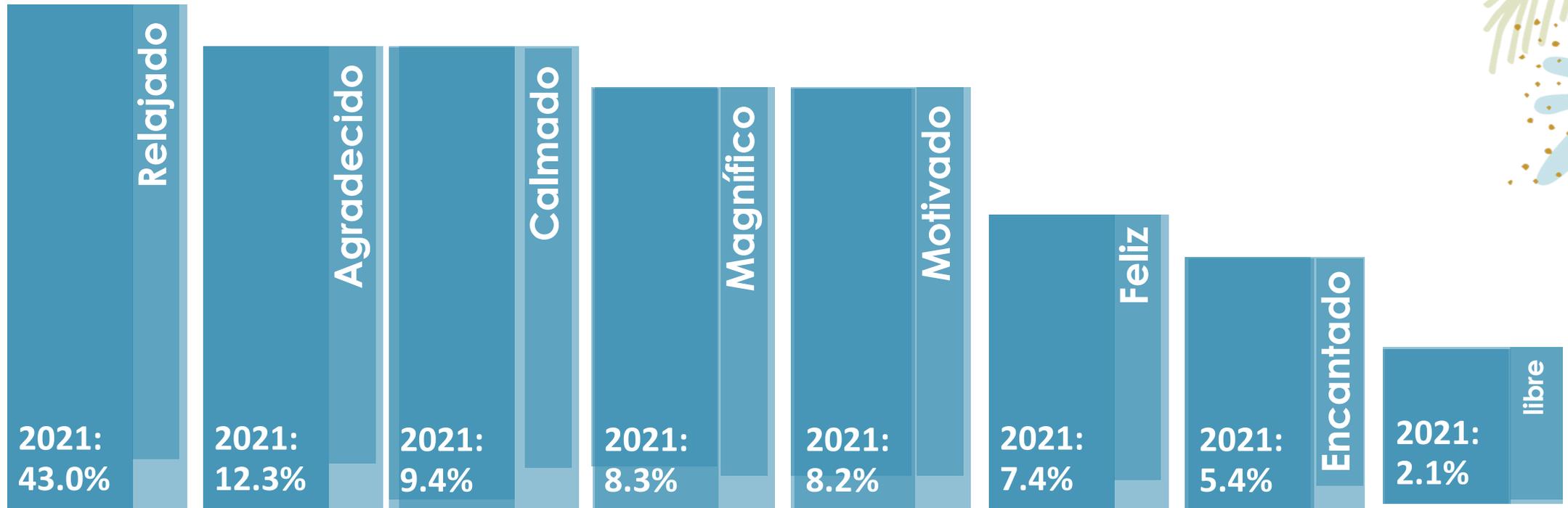
	2018	2019	2020	2021
 Descansar	72.4%	77.3%	81.3%	72.4%
 Luna de Miel	8.9%	8.6%	6.9%	8.9%
 Boda	7.6%	4.3%	6.0%	7.6%
 Actividades de aventura	5.3%	3.0%	3.2%	5.3%
 Visitar amigos / familia	0.6%	0.9%	0.7%	0.6%
 Evento especial	0.2%	0.4%	0.5%	0.2%
 Negocios	0.5%	0.9%	0.3%	0.5%

	2018	2019	2020	2021
 Viaje de incentivos	1.0%	0.7%	0.3%	1.0%
 Salud y bienestar	0.5%	1.5%	0.2%	0.5%
 Congreso / Convención	0.4%	1.7%	0.1%	0.4%
 Motivos culturales	1.0%	0.4%	0.1%	1.0%

Porcentaje de respuesta: 99.1% del total de turistas



Sentimiento



Canal de compra



Agencia de viajes online

2021: 27.5%
2020: 24.0%
2019: 27.6%



Sitio de renta vacacional

2021: 0.8%
2020: 0.4%
2019: 0.9%



Agencia de viajes tradicional

2021: 33.3%
2020: 37.2%
2019: 38.2%



Sitio web del hotel

2021: 14.7%
2020: 12.1%
2019: 10.9%



Web compañía aérea

2021: 12.7%
2020: 13.9%
2019: 11.4%



Tiempo compartido

2021: 3.9%
2020: 4.0%
2019: 4.6%



Buscador de viajes

2021: 4.8%
2020: 6.9%
2019: 4.3%



Oficina – teléfono compañía aérea

2021: 1.2%
2020: 1.2%
2019: 1.0%



Teléfono del hotel

2021: 1.0%
2020: 1.4%
2019: 1.3%



Uso y tipo de paquete



Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	2019	2020	2021
Tamaño de grupo	2.8 personas	2.8 personas	2.9 personas
Gasto total	\$1,145	\$1,014	\$1,100
Tarifa aérea	\$302	\$259	\$270
Hospedaje	\$662	\$586	\$668
Gasto en el destino	\$181	\$169	\$161



Tipo de hospedaje utilizado



Hospedaje	2018	2019	2020	2021
Hotel	90.4	92.8	93.4	91.2
Club Vacacional	9.2	6.7	5.7	7.4
Renta vacacional	N/D	0.4	0.2	1.1
Casa de familiares o amigos	N/D	0.1	0.7	0.1



Tours realizados



Ciudades cercanas

2021: 24.1%
2020: 34.3%
2019: 28.7%



Parque recreativos

2021: 15.1%
2020: 20.4%
2019: 21.9%



Actividades acuáticas

2021: 13.3%
2020: 14.3%
2019: 15.5%



Cenotes y cavernas

2021: 9.1%
2020: 7.8%
2019: 7.6%



Zonas arqueológicas

2021: 8.7%
2020: 10.7%
2019: 14.9%



Naturaleza

2021: 6.0%
2020: 6.4%
2019: 6.0%



Entretenimiento

2021: 2.4%
2020: 4.6%
2019: 4.8%



Deportes

2021: 1.1%
2020: 1.5%
2019: 1.6%



Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



Destinos	2019	2020	2021
TULUM	14.3	37.5	20.7
HOLBOX	9.5	12.5	20.7
PLAYA DEL CARMEN	14.3	37.5	17.2
ÍSLA MUJERES	38.1	N/D	17.2
canecun	N/D	N/D	10.3
ISLA Cozumel	14.3	N/D	6.9
CHETUMAL	N/D	N/D	3.4
Mérida	4.8	N/D	3.4
Belice	N/D	12.5	N/D
BACALAR	4.8	N/D	N/D
Valladolid	4.8	N/D	N/D

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



2021
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA