

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA



INFORME Q1  
(ENERO | MARZO 2021)

# Metodología

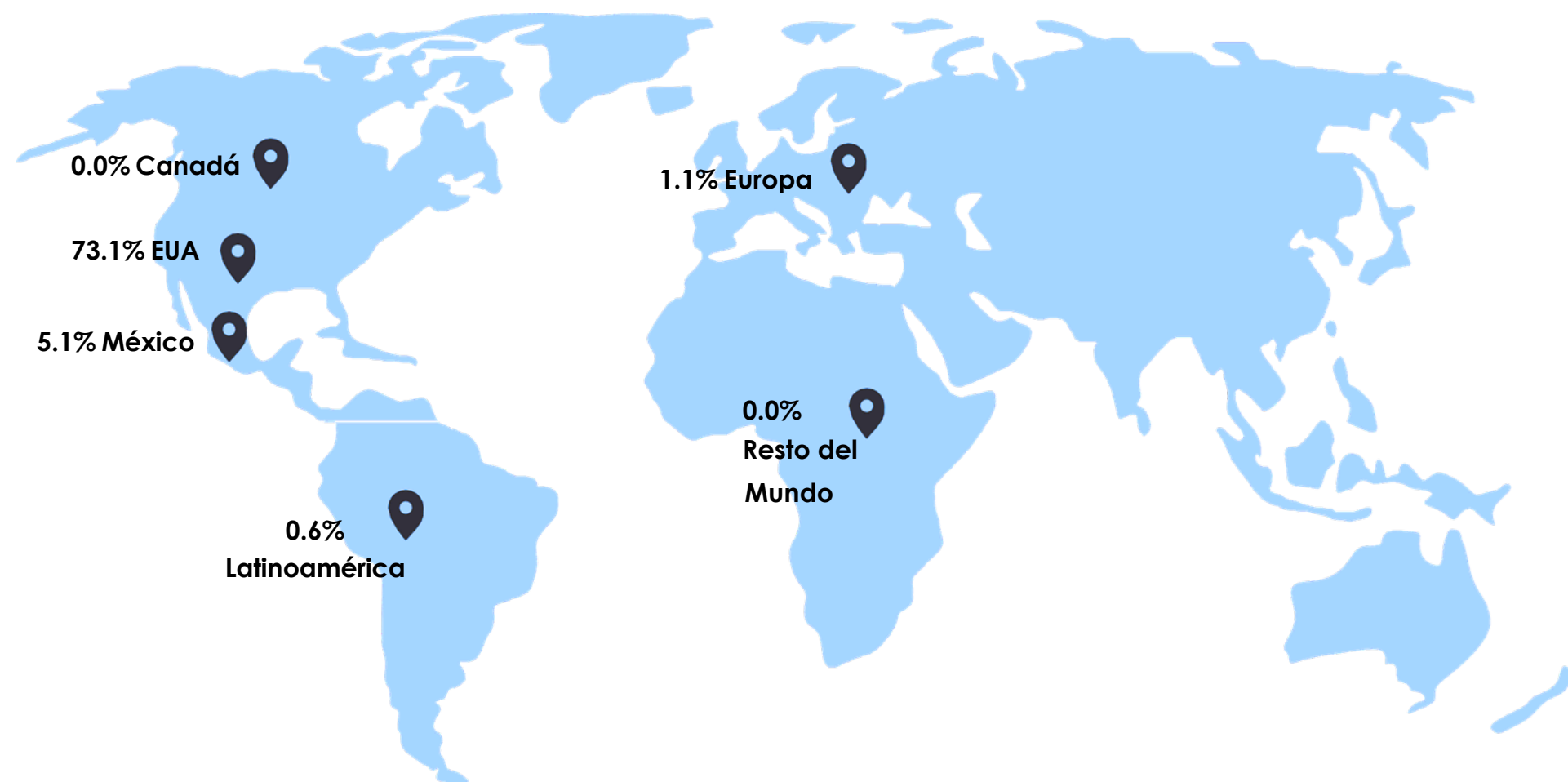
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

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 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



# Procedencia

Top	México 5.1%	EUA 73.1%	Europa 1.1%
	Estados de México	Estados de EUA	Países de Europa
1	Jalisco 25.0	Illinois 15.3	Portugal 50.0
2	Ciudad de México 18.2	New York 13.5	Rusia 50.0
3	Nuevo León 13.6	Florida 10.8	
4	Puebla 6.8	Wisconsin 10.8	
5	Chihuahua 6.8	Texas 8.1	
6	Sinaloa 6.8	Nebraska 5.4	
7	Querétaro 4.5	Tennessee 5.4	
8	Guanajuato 4.5	Pennsylvania 3.6	
9	Sonora 4.5	Michigan 2.7	
10	Estado de México 2.3	Minnesota 2.7	



# Edad del turista

COSTA  
MUJERES



## Baby Boomers (60 años y más)

6.7% de los turistas



## Generación X (40 a 59 años)

31.5% de los turistas  
-De 40 a 49 años 22.4%  
-De 50 a 59 años 9.1%



## Millennials (20 a 39 años)

45.5% de los turistas  
-De 20 a 29 años 23.4%  
-De 30 a 39 años 22.1%



## Generación Z (0 a 19 años)

16.2% de los turistas  
-Hasta los 12 años 11.0%  
-De 13 a 19 años 5.2%

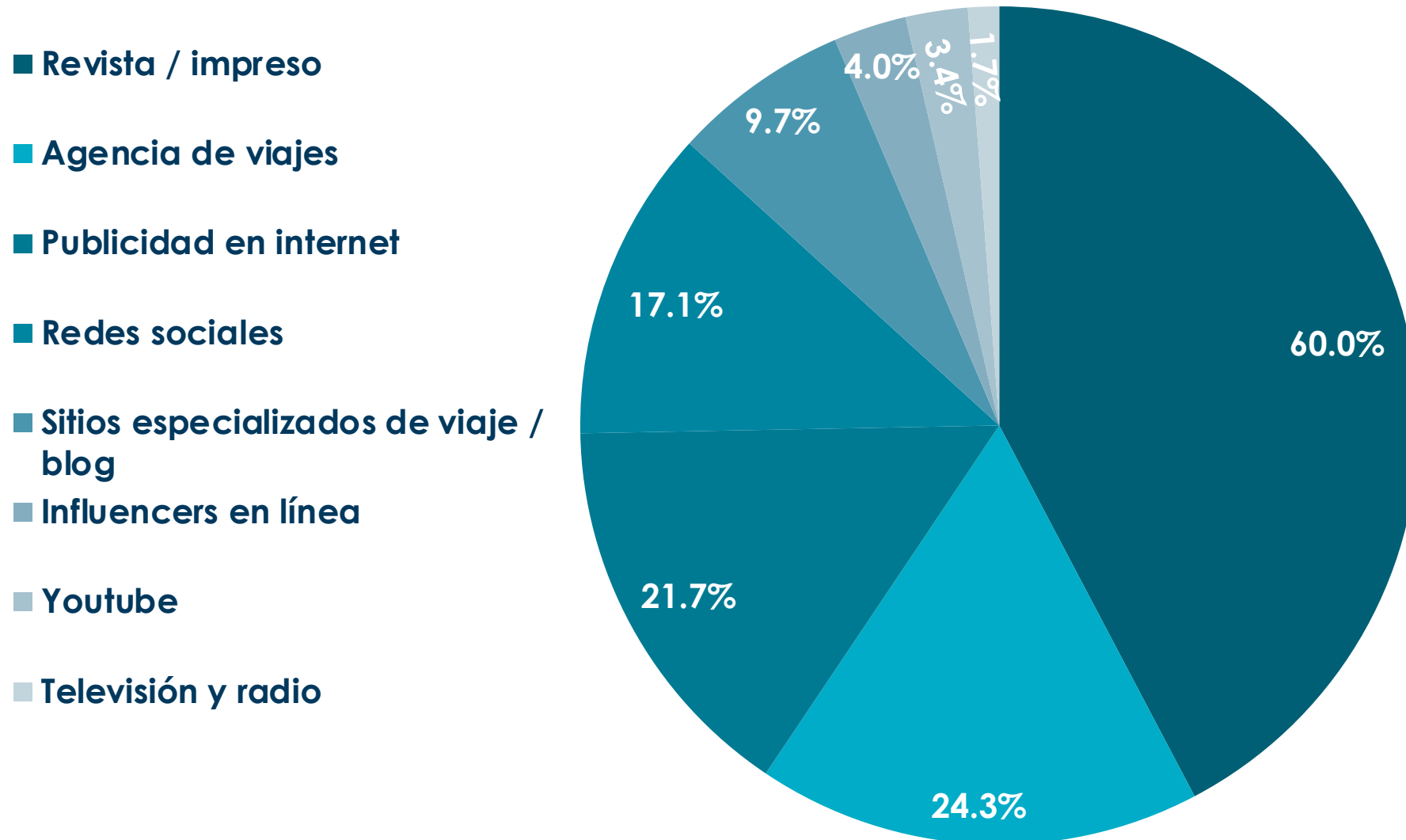
# Ingresos anuales en dólares



	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
Más de \$150,000	17.0	19.4	18.5	17.5	24.8
De \$100,000 a \$150,000	18.0	23.3	22.2	19.5	14.5
De \$75,000 a \$99,999	13.0	16.5	11.1	12.3	12.0
De \$50,000 a \$74,999	17.0	15.5	13.6	20.1	13.7
De \$35,000 a \$49,999	8.0	6.8	6.2	9.1	10.3
De \$25,000 a \$34,999	10.0	4.9	7.4	4.5	6.8
De \$15,000 a \$24,999	8.0	6.8	13.6	5.8	10.3
Menos de \$15,000	9.0	6.8	7.4	11.0	7.7

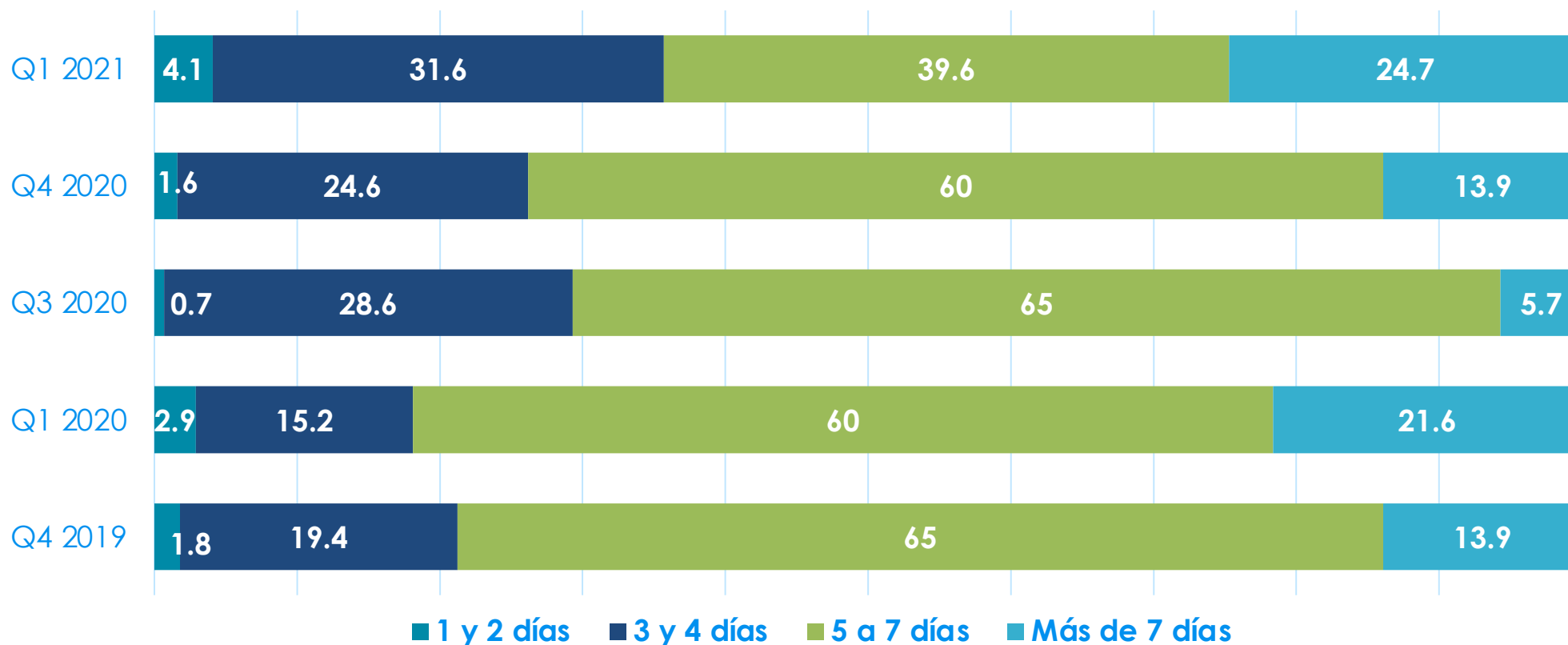


# Medios que influyeron en su intención de visita





# Estancia y tamaño de grupo



## Q1 2021

Estancia media: 5.7 días

Tamaño de grupo: 3.0 personas

## Q1 2020

Estancia media: 6.6 días

Tamaño de grupo: 2.5 personas



## Viaja en pareja

Q1 2021	Q1 2020
50.3%	52.9%

# Personas con quien viaja

## Viaja en familia

Q1 2021	Q1 2020
38.3%	29.4%

Q1  
2021

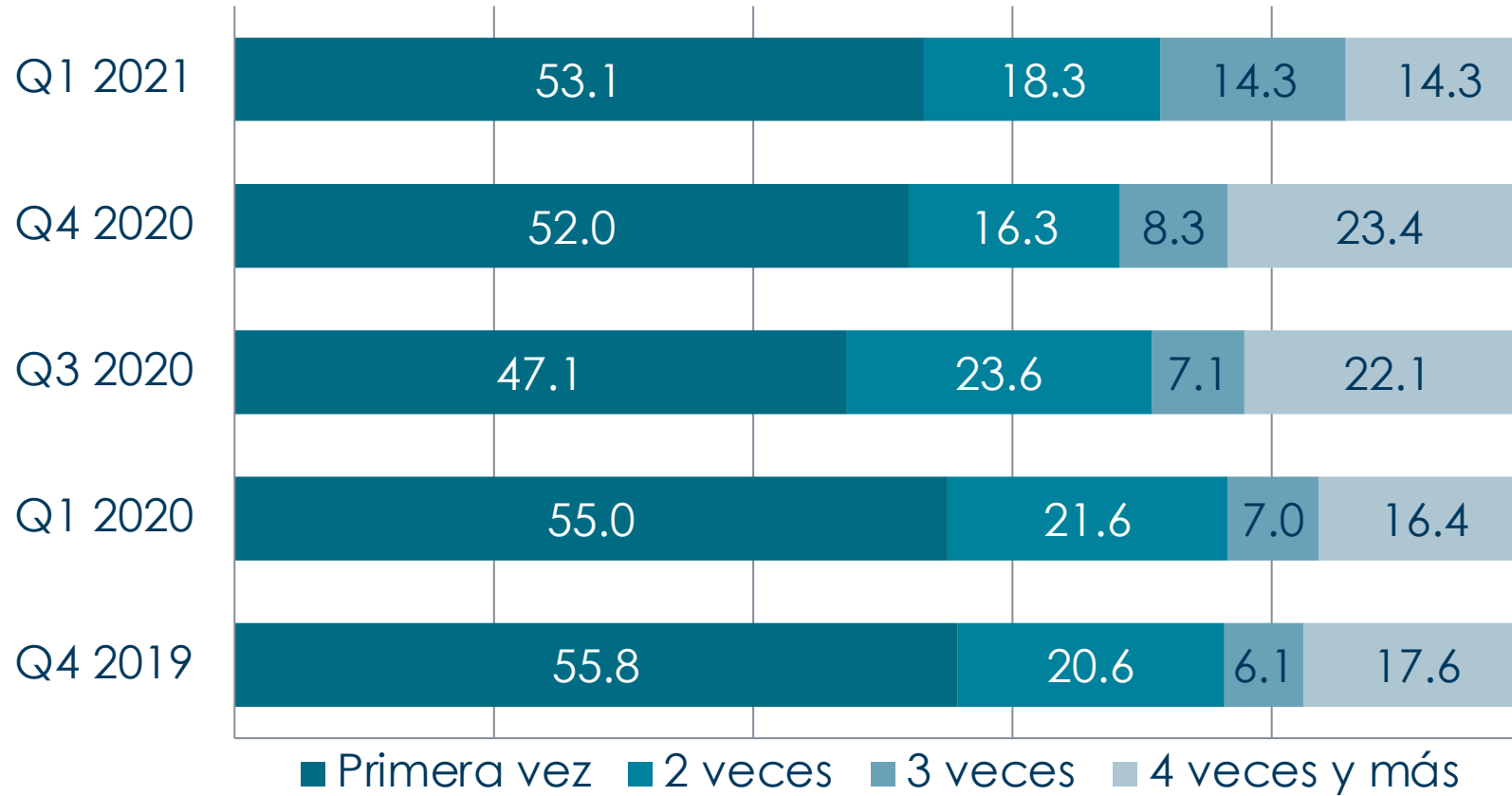
## Viaja solo

Q1 2021	Q1 2020
5.1%	8.2%

## Viaja con amigos

Q1 2021	Q1 2020
6.3%	9.4%

# Visita y tasa de retorno



**Q1 2021**








Tasa de retorno al destino: **46.9 %**








**Q1 2020**

Tasa de retorno al destino: **45.0%**

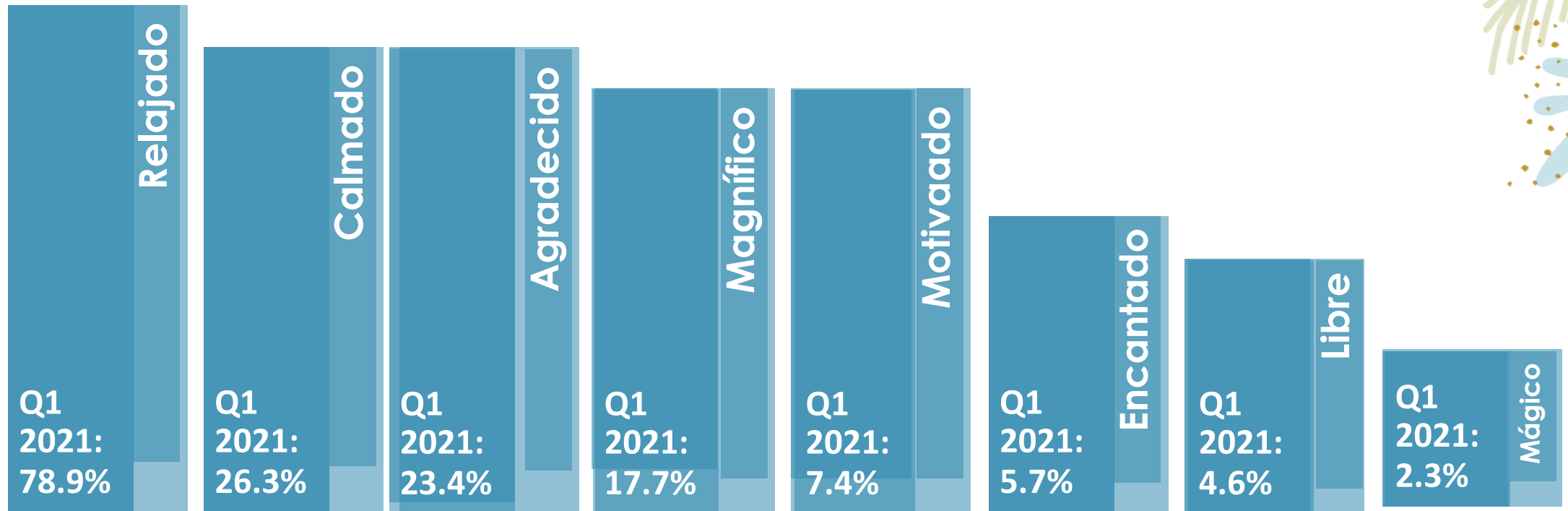


# Motivo de viaje

	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
 <b>Descansar</b>	59.8%	76.5%	70.5%	80.8%	91.4%
 <b>Actividades de aventura</b>	5.5%	0.6%	7.9%	2.4%	2.9%
 <b>Luna de Miel</b>	13.4%	4.7%	13.7%	9.2%	2.3%
 <b>Asistir a una boda</b>	11.0%	5.3%	2.9%	4.0%	1.7%
 <b>Contraer matrimonio</b>	1.2%	N/D	N/D	N/D	1.1%
 <b>Convención / Congreso</b>	1.2	4.7%	N/D	0.4%	0.6%
 <b>Salud y Bienestar</b>	0.6%	1.2%	2.9%	0.8%	N/D

	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
 <b>Viaje de incentivos</b>	1.2%	1.2%	N/D	0.8%	N/D
 <b>Negocios</b>	N/D	1.8%	0.7%	0.8%	N/D
 <b>Visita amigos / familiares</b>	0.6%	1.8%	0.7%	0.4%	N/D
 <b>Motivos Culturales</b>	1.2%	0.6%	N/D	0.4%	N/D
 <b>Evento cultural</b>	N/D	0.6%	0.7%	N/D	N/D
 <b>Vida nocturna</b>	0.6%	0.6%	N/D	N/D	N/D
 <b>Gastronomía</b>	0.6%	N/D	N/D	N/D	N/D

# Sentimiento



# Canal de compra



- 1** Agencia de viaje online  
Q1 2021: **23.6%**  
Q1 2020: 23.6%
- 2** Agencia de viajes tradicional  
Q1 2021: **38.2%**  
Q1 2020: 45.3%
- 3** Web compañía aérea  
Q1 2021: **17.2%**  
Q1 2020: 9.5%
- 4** Buscador de viajes  
Q1 2021: **3.8%**  
Q1 2020: 8.8%
- 5** Sitio web del hotel  
Q1 2021: **11.5%**  
Q1 2020: 7.4%

- 6** Sitio de renta vacacional  
Q1 2021: **0.6%**  
Q1 2020: 0.7%
- 7** Tiempo compartido  
Q1 2021: **4.5%**  
Q1 2020: 2.7%
- 8** Oficina – teléfono compañía aérea  
Q1 2021: **0.0%**  
Q1 2020: 1.4%
- 9** Teléfono del hotel  
Q1 2021: **0.6%**  
Q1 2020: 0.7%



# Uso y tipo de paquete



# Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q1 2020	Q1 2021
Tamaño de grupo	2.5 personas	3.0 personas
Gasto total	\$1,497	\$947
Tarifa aérea	\$396	\$203
Hospedaje	\$855	\$656
Gasto en el destino	\$246	\$88





# Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
Hotel	93.3	93.0	92.9	93.7	91.4
Tiempo compartido	4.8	7.0	5.0	5.2	8.6
Casa de familiares/amigos	N/D	N/D	0.7	N/D	N/D
Renta vacacional	1.8	N/D	0.7	N/D	N/D
Casa o condominio particular	N/D	N/D	N/D	1.2	N/D
Hostal	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D



# Tours realizados



Ciudades cercanas

Q1 2021: 20.6%  
Q1 2020: 24.6%



Parques recreativos

Q1 2021: 18.9%  
Q1 2020: 10.5%



Actividades acuáticas

Q1 2021: 14.3%  
Q1 2020: 11.1%



Cenotes y cavernas

Q1 2021: 13.1%  
Q1 2020: 4.1%



Naturaleza

Q1 2021: 6.3%  
Q1 2020: 2.9%



Zonas Arqueológicas

Q1 2021: 5.7%  
Q1 2020: 18.1%



Entretenimiento

Q1 2021: 1.7%  
Q1 2020: 4.7%



Deportes

Q1 2021: 1.1%  
Q1 2020: 1.8%



# Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



Destinos	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021
PLAYA DEL CARMEN	50	N/D	33.3	50.0
ISLA COZUMEL	N/D	N/D	N/D	50.0
HOLBOX	N/D	N/D	33.3	N/D
TULUM	25	33.3	33.3	N/D
Belice	25	N/D	N/D	N/D

**Q1 2020**  
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



**Q1 2021**  
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA