

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA



INFORME Q3
(JULIO | SEPTIEMBRE 2021)

Metodología

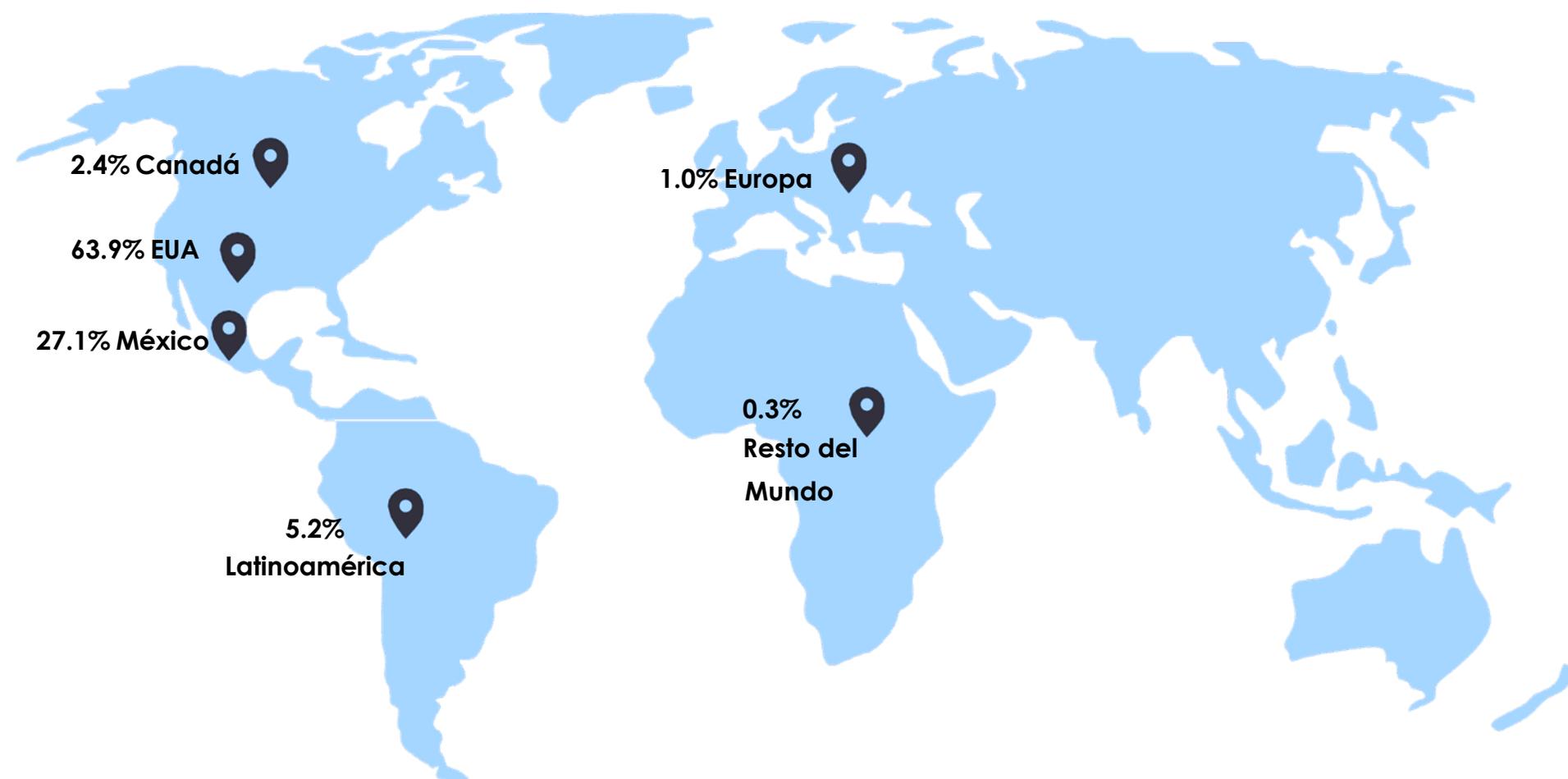
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

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 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 27.1%	EUA 63.9%	Latinoamérica 5.2%
	Estados de México	Estados de EUA	Países de América Latino
1	Nuevo León 21.8	Texas 16.5	Colombia 26.7
2	Jalisco 11.5	California 11.2	Brasil 20.0
3	Querétaro 11.5	Illinois 7.6	Puerto Rico 13.3
4	Aguascalientes 9.0	Missouri 7.6	Chile 13.3
5	Ciudad de México 6.4	New York 5.3	Guatemala 6.7
6	Baja California 5.1	Oklahoma 5.3	Perú 6.7
7	Tamaulipas 5.1	Colorado 4.7	Ecuador 6.7
8	Michoacán 3.8	Maryland 4.7	Uruguay 6.7
9	Coahuila 3.8	Montana 4.1	
10	Chihuahua 3.8	Massachusetts 3.5	



Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

3.2% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

37.0% de los turistas
-De 40 a 49 años 26.0%
-De 50 a 59 años 11.0%



Millennials (20 a 39 años)

42.7% de los turistas
-De 20 a 29 años 19.0%
-De 30 a 39 años 23.7%



Generación Z (0 a 19 años)

15.1% de los turistas
-Hasta los 12 años 8.3%
-De 13 a 19 años 6.8%

Ingresos anuales en dólares



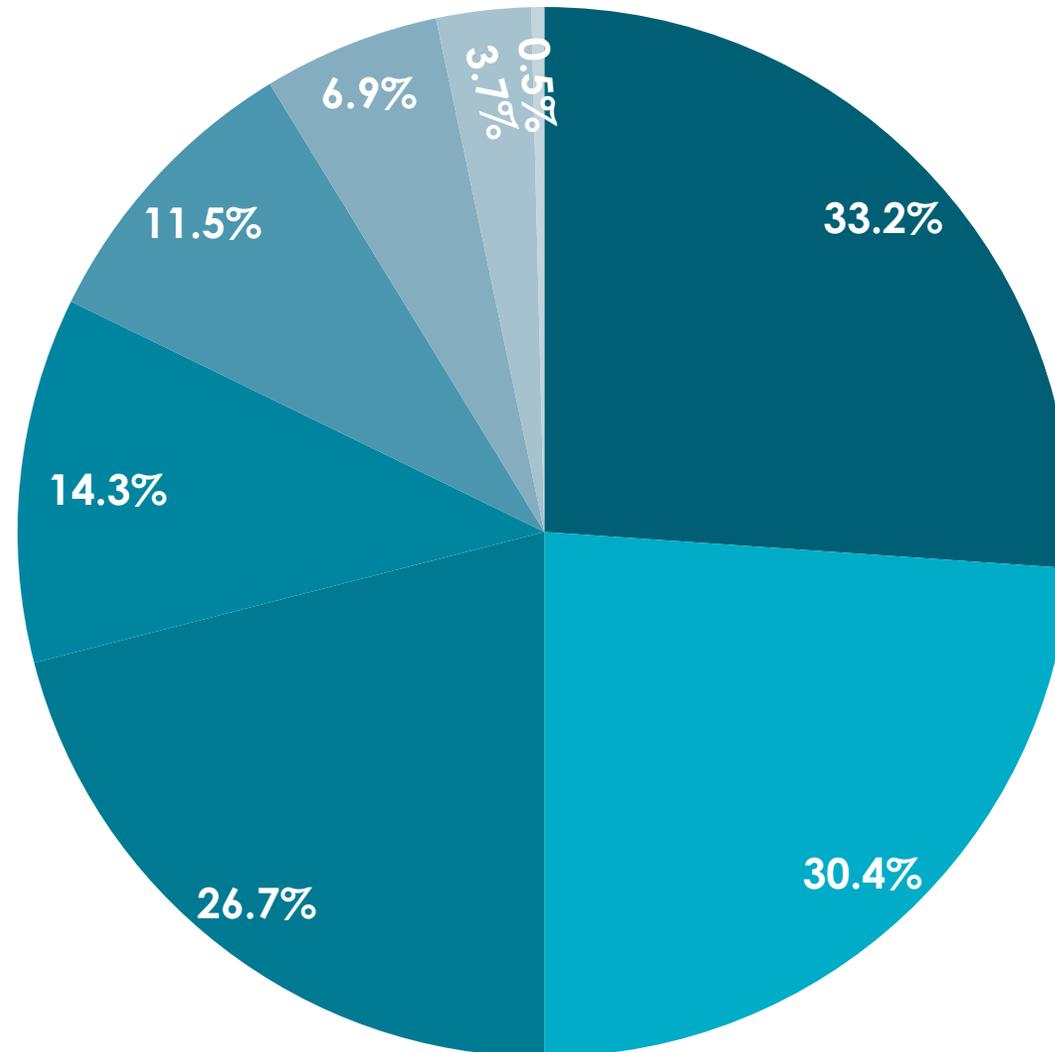
	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
Más de \$150,000	18.5	17.5	24.8	36.9	23.5
De \$100,000 a \$150,000	22.2	19.5	14.5	16.3	20.3
De \$75,000 a \$99,999	11.1	12.3	12.0	9.9	10.5
De \$50,000 a \$74,999	13.6	20.1	13.7	5.7	13.7
De \$35,000 a \$49,999	6.2	9.1	10.3	4.3	7.8
De \$25,000 a \$34,999	7.4	4.5	6.8	8.5	6.5
De \$15,000 a \$24,999	13.6	5.8	10.3	10.6	7.8
Menos de \$15,000	7.4	11.0	7.7	7.8	9.8



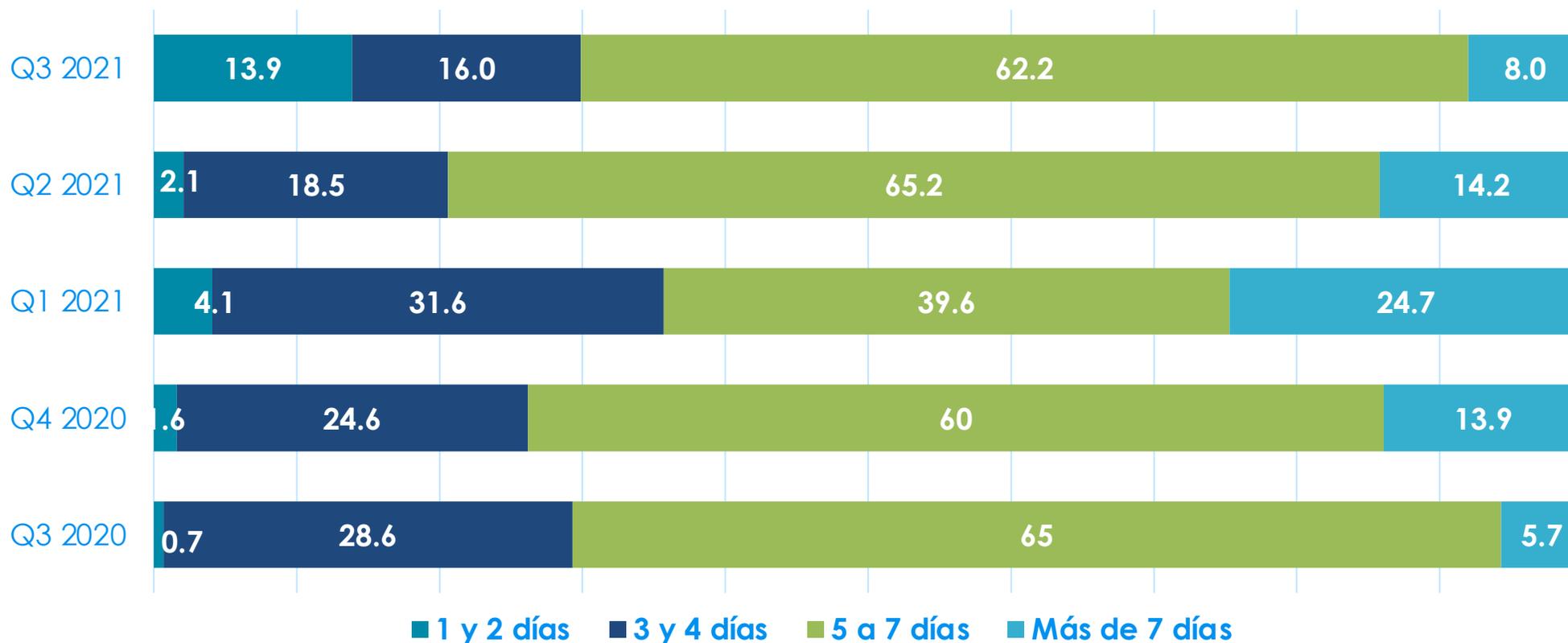
Medios que influyeron en su intención de visita



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



Estancia y tamaño de grupo



Q3 2020

Estancia media: 5.5 días

Tamaño de grupo: 3.0 personas

Q3 2021

Estancia media: 6.3 días

Tamaño de grupo: 2.9 personas



Viaja en pareja

Q3 2021 Q3 2020

50.2% 58.3%



Personas con quien viaja

COSTA
MUJERES

Viaja en familia

Q3 2021 Q3 2020

39.2% 33.1%



Q3
2021

Viaja solo

Q3 2021 Q3 2020

5.1% 3.6%



Viaja con amigos

Q3 2021 Q3 2020

5.5% 5.0%

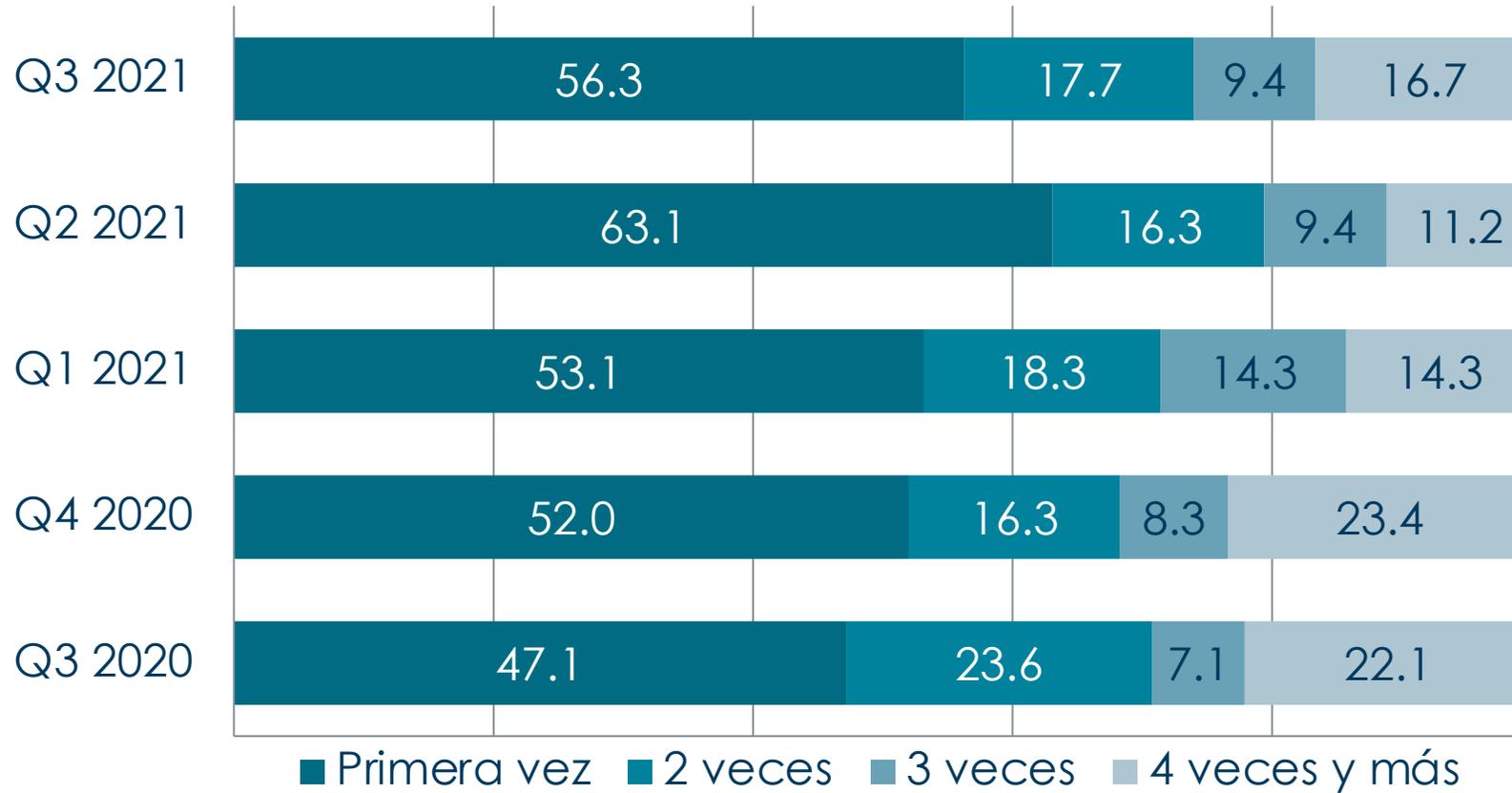


CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Visita y tasa de retorno



Q3 2020

Tasa de retorno al destino: **52.9%**

Q3 2021

Tasa de retorno al destino: **43.7%**

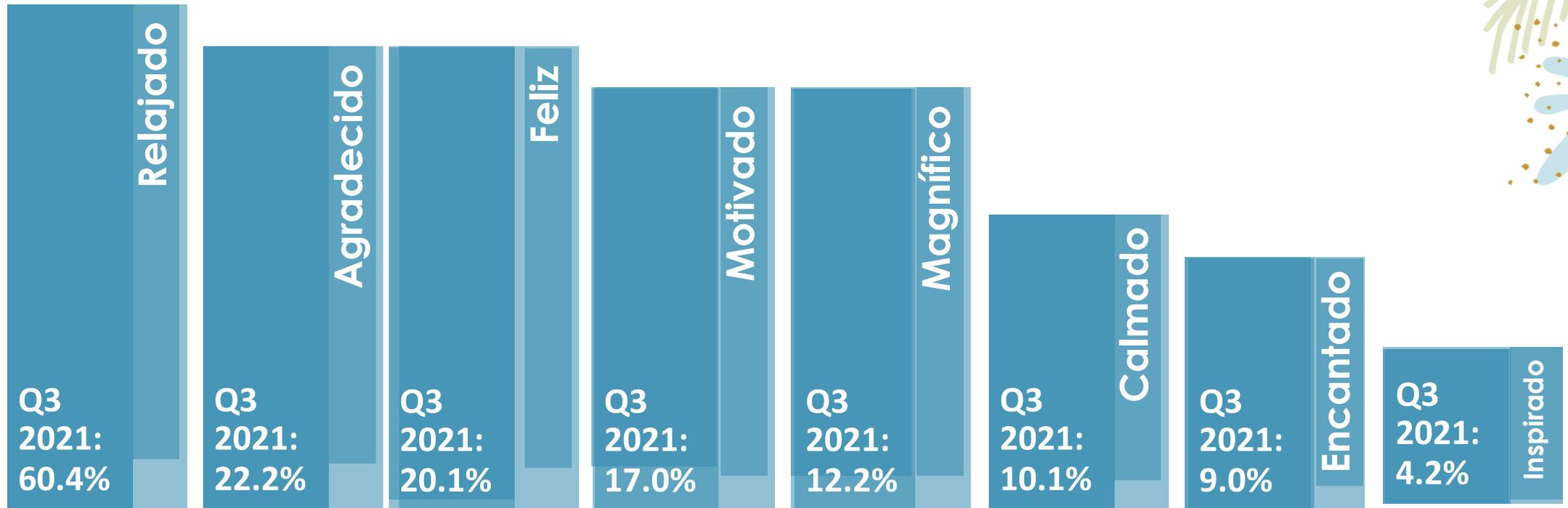


Motivo de viaje

	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
 Descansar	70.5%	80.8%	91.4%	84.0%	80.6%
 Luna de Miel	13.7%	9.2%	2.3%	3.9%	7.5%
 Asistir a una boda	2.9%	4%	1.7%	5.6%	7.1%
 Actividades de aventura	7.9%	2.4%	2.9%	3%	3.2%
 Evento cultural	0.7%	N/D	N/D	N/D	0.8%
 Viaje de incentivos	N/D	0.8%	N/D	N/D	0.4%
 Salud y Bienestar	2.9%	0.8%	N/D	0.4%	0.4%

	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
 Visita amigos / familiares	0.7%	0.4%	N/D	2.2%	N/D
 Negocios	0.7%	0.8%	N/D	0.4%	N/D
 Contraer matrimonio	N/D	N/D	1.1%	0.4%	N/D
 Convención / Congreso	N/D	0.4%	0.6%	N/D	N/D
 Motivos Culturales	N/D	0.4%	N/D	N/D	N/D

Sentimiento



Canal de compra



Uso y tipo de paquete



No usó
paquete

Q3 2021: 27.3%

Q3 2020: 53.6%



Todo
incluido

Q3 2021: 62.9%

Q3 2020: 23.6%



Avión y
hotel

Q3 2021: 8.4%

Q3 2020: 22.1%



Avión,
hotel y un
alimento

Q3 2021: 1.4%

Q3 2020: 0.7%



Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q3 2020	Q3 2021
Tamaño de grupo	3.0 personas	2.9 personas
Gasto total	\$858	\$1,191
Tarifa aérea	\$198	\$312
Hospedaje	\$483	\$656
Gasto en el destino	\$177	\$223



Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
Hotel	92.9	93.7	91.4	87.6	92.0
Club Vacacional	5.0	5.2	8.6	11.6	6.6
Casa o condominio particular	N/D	1.2	N/D	N/D	0.7
Casa de familiares/amigos	0.7	N/D	N/D	N/D	0.3
Renta vacacional	0.7	N/D	N/D	0.9	0.3
Hostal	N/D	N/D	N/D	N/D	N/D



Tours realizados



Ciudades cercanas

Q3 2021: 23.6%
Q3 2020: 27.1%



Parques recreativos

Q3 2021: 16.7%
Q3 2020: 7.8%



Actividades acuáticas

Q3 2021: 16.3%
Q3 2020: 25.1%



Zonas Arqueológicas

Q3 2021: 13.2%
Q3 2020: 2.1%



Cenotes y cavernas

Q3 2021: 7.6%
Q3 2020: 5.0%



Naturaleza

Q3 2021: 6.6%
Q3 2020: 9.3%



Entretenimiento

Q3 2021: 4.5%
Q3 2020: 1.4%



Deportes

Q3 2021: 0.3%
Q3 2020: 1.4%



Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



Destinos	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021	Q3 2021
Holbox	N/D	33.3	N/D	N/D	37.5
Tulum	33.3	33.3	N/D	40	37.5
Isla Mujeres	N/D	N/D	N/D	N/D	37.5
Playa del Carmen	N/D	33.3	50	40	12.5
Cozumel	N/D	N/D	50	N/D	N/D

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



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



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA