

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME ANUAL
(ENE – DIC 2020)

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA



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, Playa del Carmen y Tulum** se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio

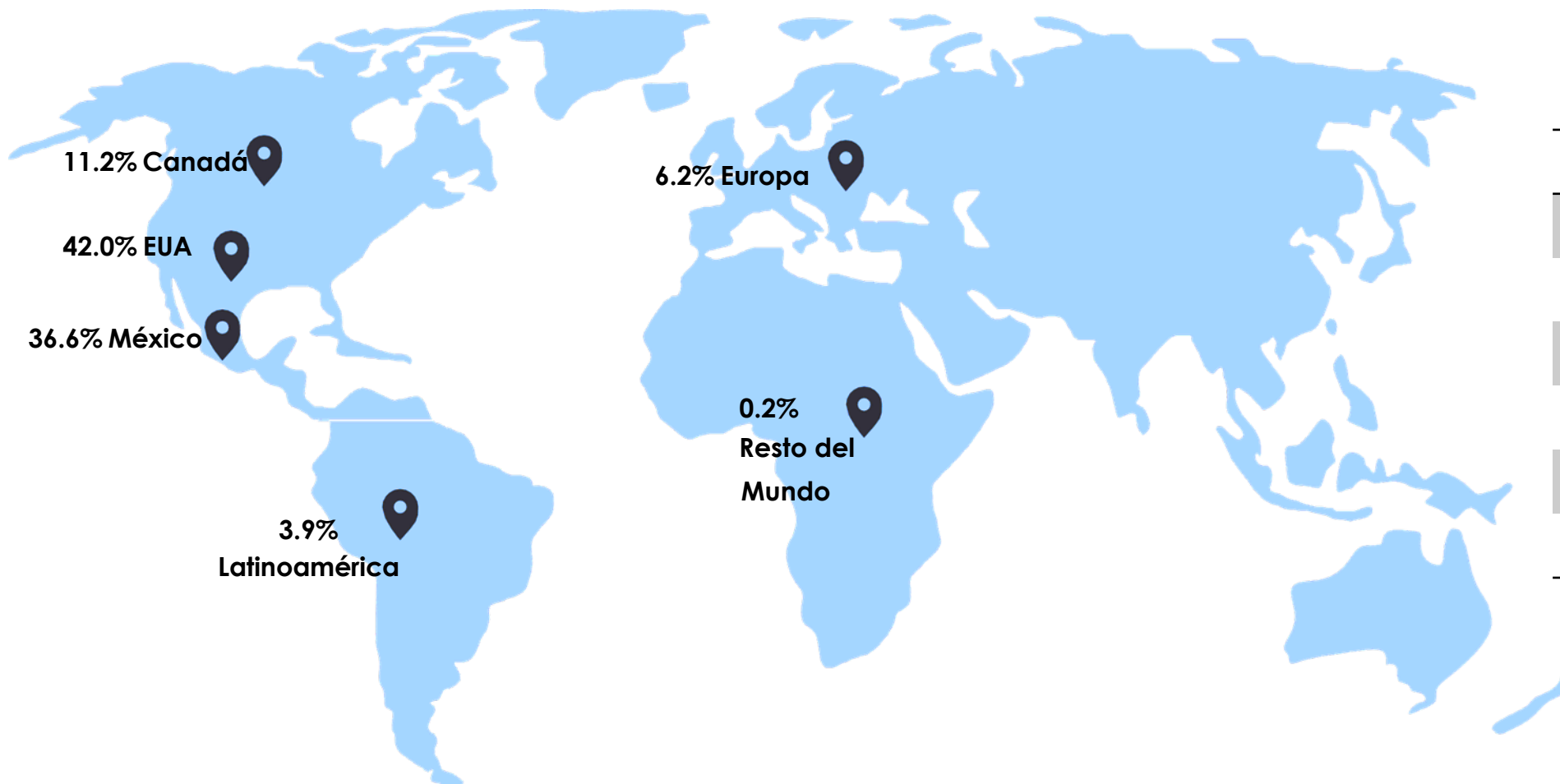
En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual** el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Se obtienen 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan 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



Región	2019	2020
Estados Unidos	37.4	42.0
México	28.3	36.6
Canadá	10.6	11.2
Europa	10.5	6.2
Latinoamérica	12.7	3.9
Otros	0.6	0.2





Procedencia

México 36.6%

EUA 42.0%

Canadá 6.2%

Top

Estados de México

Estados de EUA

Provincias de Canadá

1	Nuevo León	16.4
2	Ciudad de México	15.3
3	Jalisco	12.4
4	Estado de México	8.0
5	Chihuahua	7.0
6	Querétaro	4.5
7	Puebla	4.2
8	Baja California	4.0
9	Guanajuato	4.0
10	Coahuila	3.5

Texas	14.3
Florida	15.3
Illinois	7.6
California	7.5
New York	6.3
Michigan	3.9
New Jersey	3.7
Georgia	3.6
Pennsylvania	3.4
Minnesota	3.1

Ontario	37.9
Quebec	24.4
Alberta	15.9
Columbia Británica	9.2
Saskatchewan	4.8
Manitoba	4.8
Nueva Escocia	1.9
Nuevo Brunswick	1.0



Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

8.3% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

31.1% de los turistas
-De 40 a 49 años 17.5%
-De 50 a 59 años 13.6%



Millenials (20 a 39 años)

47.5% de los turistas
-De 20 a 29 años 22.4%
-De 30 a 39 años 25.1%



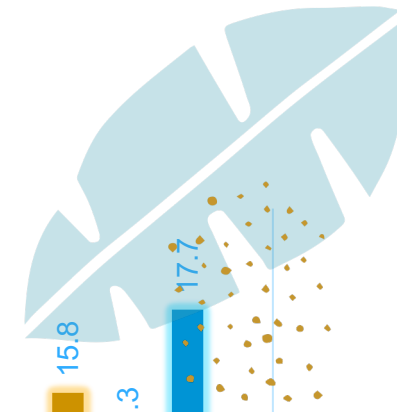
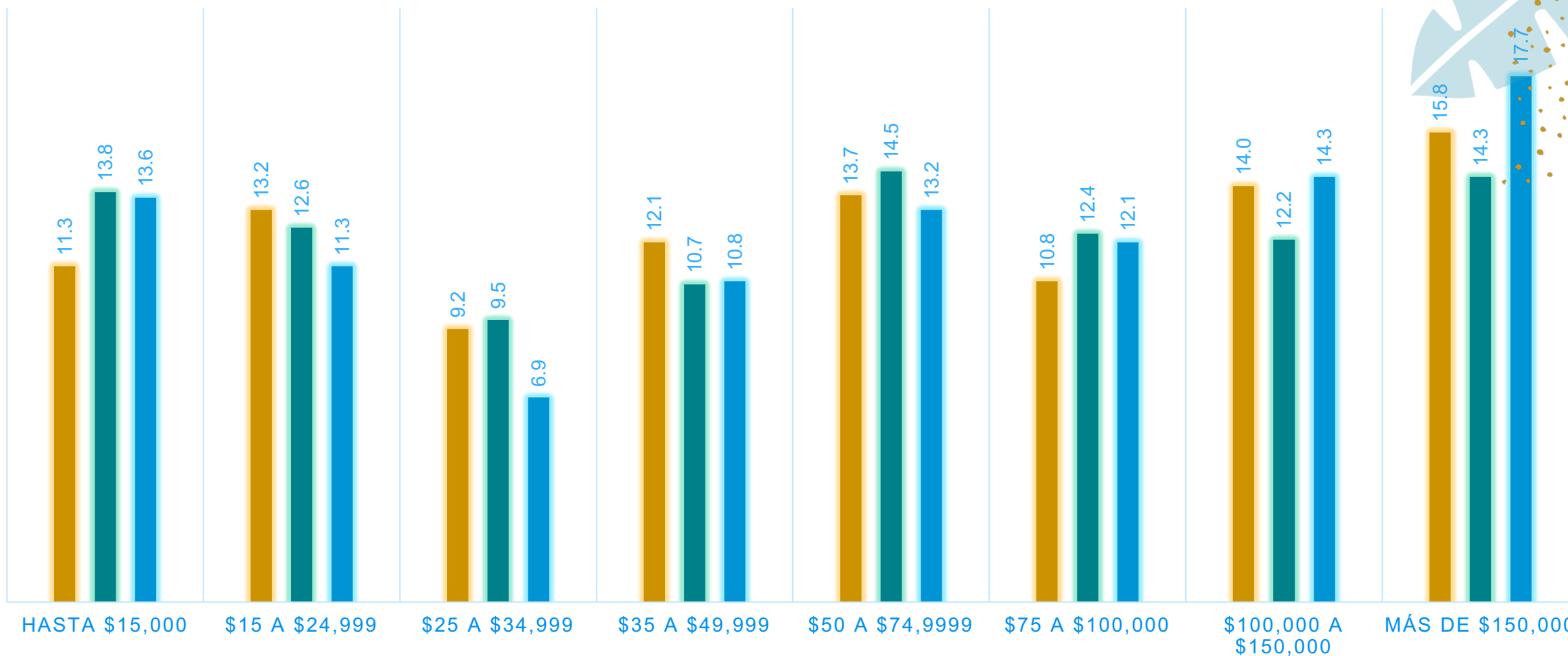
Generación Z (0 a 19 años)

13.1% de los turistas
-Hasta los 12 años 8.2%
-De 13 a 19 años 4.9%



Ingresos anuales en dólares

■ 2018 ■ 2019 ■ 2020

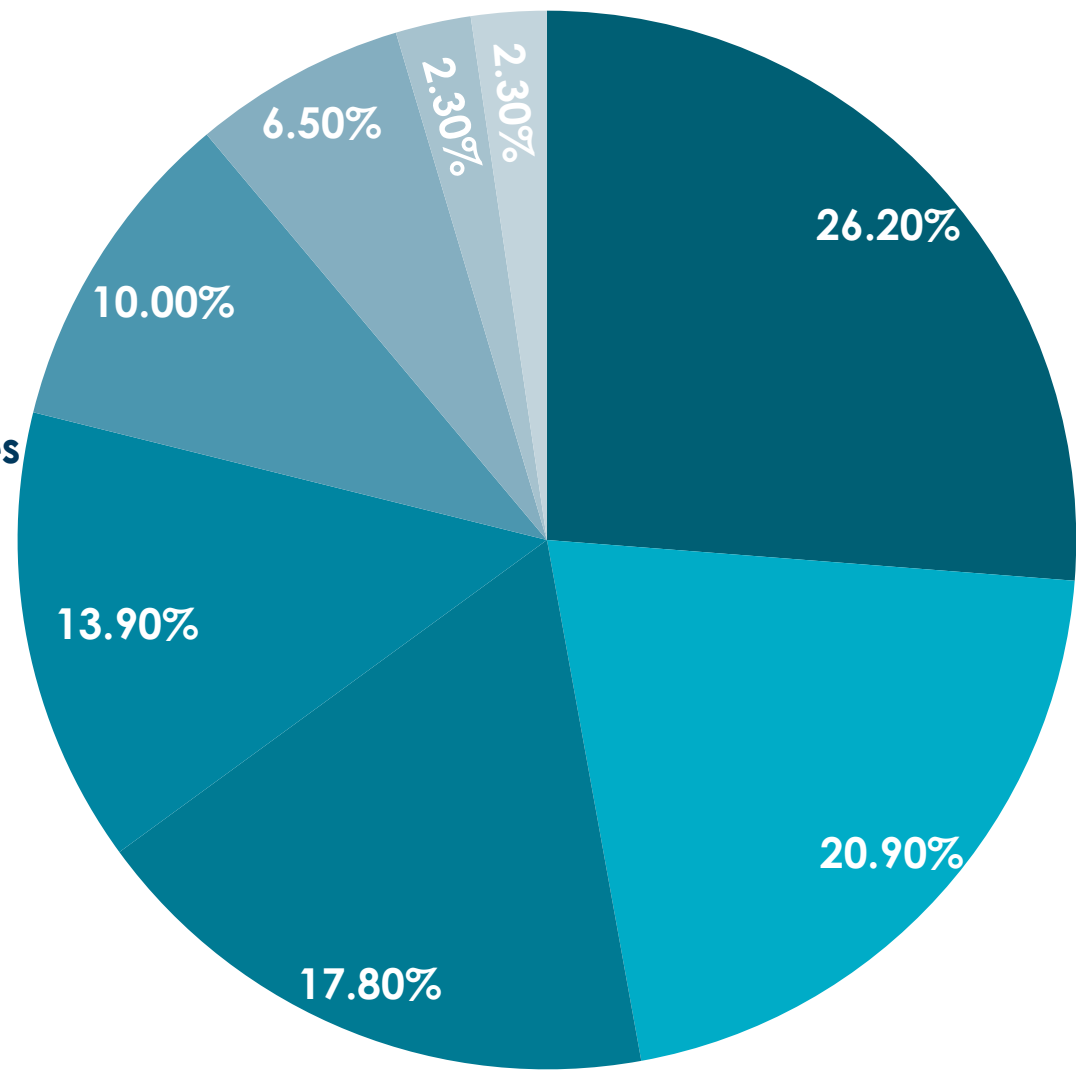




Medios que influyeron en su intención de visita

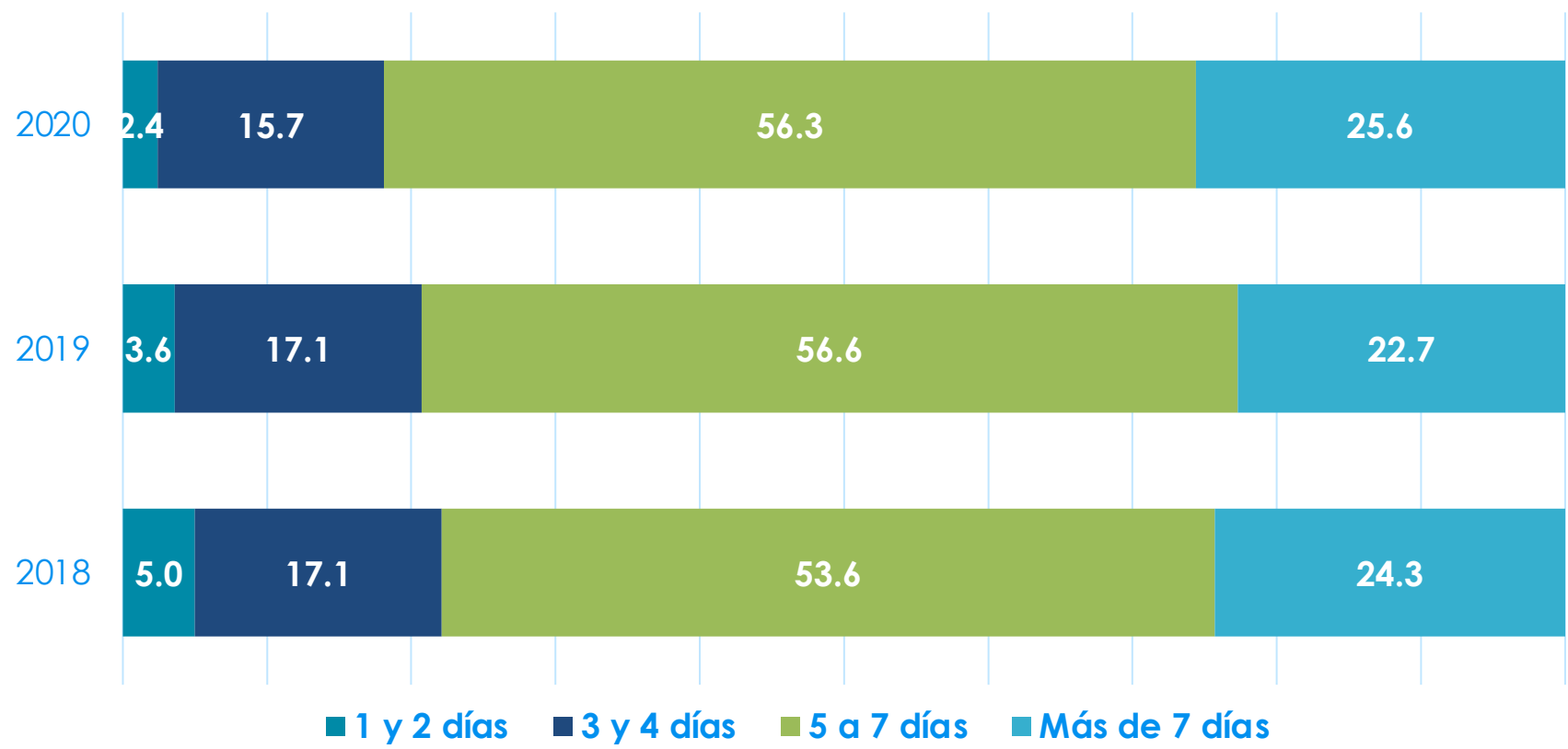


- Redes sociales
- Agencias de viajes
- Publicidad en internet
- Sitios especializados en viajes
- YouTube
- Influencers en línea
- Televisión y radio
- Revistas e impresos





Estancia y tamaño de grupo



2020
Estancia media: **7.8** días
Tamaño de grupo: **2.9** personas



Viaja en pareja

2020	2019
50.8%	58.2%



Personas con quien viaja

Viaja en familia

2020	2019
31.0%	41.4%



2020

Viaja solo

2020	2019
8.5%	7.5%



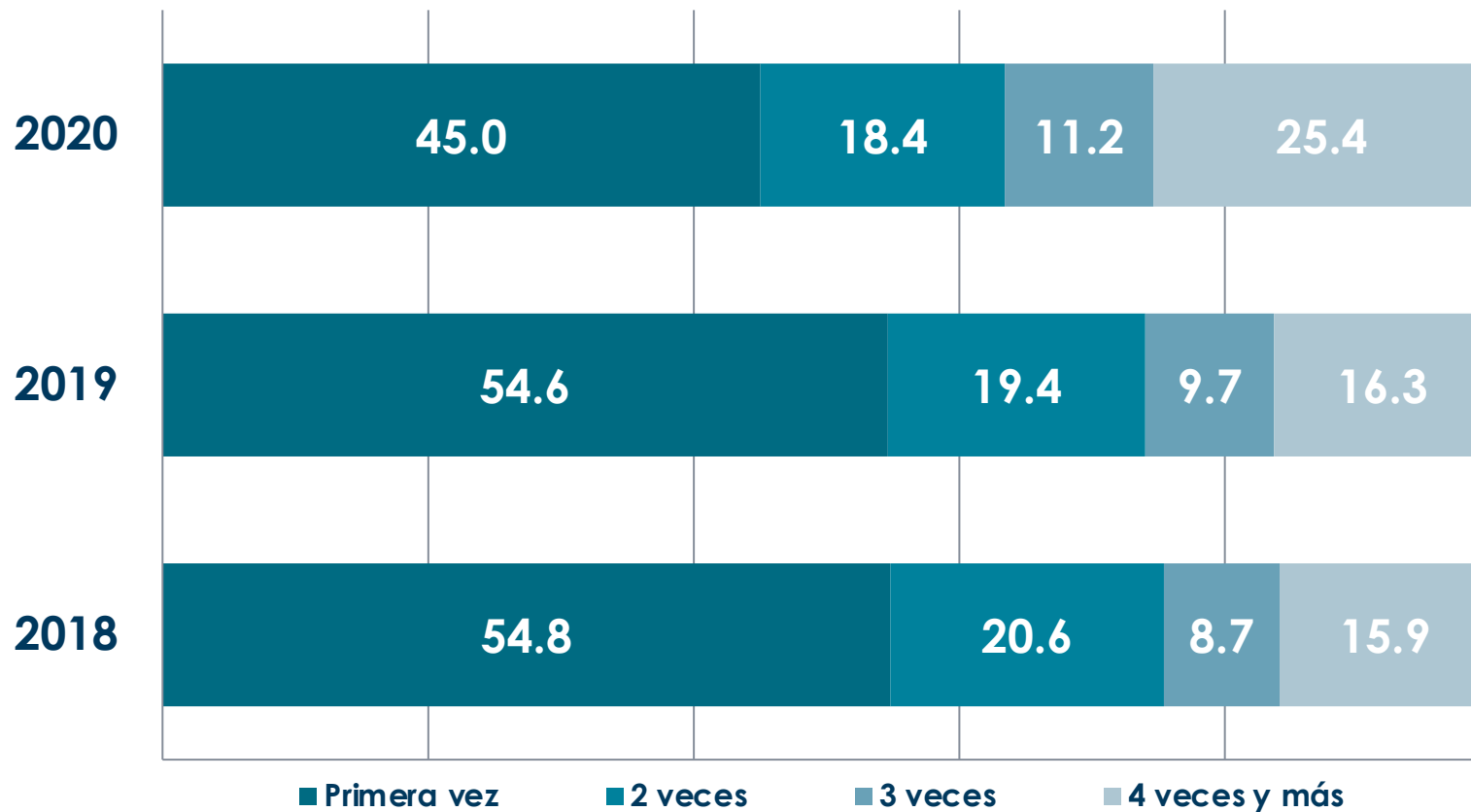
Viaja con amigos

2020	2019
9.5%	11.4%





Visita y tasa de retorno



















2020
Tasa de retorno al destino: **55.0%**





Motivo de viaje

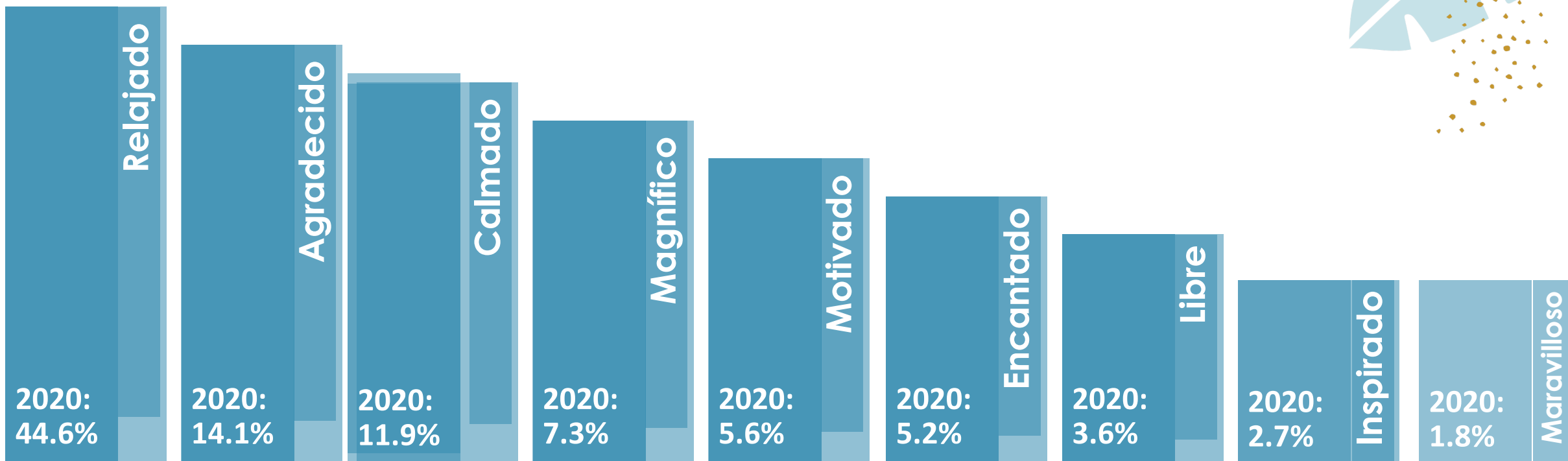
	2018	2019	2020
 Descansar	69.9	66.4	71.7
 Luna de miel	10.9	7.8	6.7
 Actividades de aventura (Snorkel, Buceo, Etc)	2.2	10.4	6.4
 Asistir a Boda	5.4	4.4	4.5
 Visita Amigos/Familia	2.9	1.8	3.0
 Negocios	1.1	1.1	1.5
 Salud y Bienestar	0.3	1.0	1.5

	2018	2019	2020
 Motivos culturales	0.9	2.2	1.2
 Viaje de Incentivos	1.0	0.9	0.7
 Presenciar un evento cultural deportivo, social	1.5	0.9	0.7
 Congreso	N/D	N/D	0.5
 Convención	N/D	N/D	0.5
 Contraer matrimonio	0.5	0.4	0.4
 Vida Nocturna	N/D	N/D	0.4
 Otros	0.9	0.6	0.2
 Gastronomía	N/D	0.4	0.1





Sentimiento





Canal de compra



1 Agencia de viaje online
2020: 27.0%
2019: 35.9%

2 Agencia de viajes tradicional
2020: 27.2%
2019: 34.9%

3 Web compañía aérea
2020: 17.4%
2019: 17.1%

4 Buscador de viajes
2020: 8.1%
2019: 10.1%

5 Sitio web del hotel
2020: 8.0%
2019: 10.7%

6 Sitio de renta vacacional
2020: 4.1%
2019: 5.7%

7 Tiempo compartido
2020: 7.2%
2019: 7.0%

8 Oficina – teléfono compañía aérea
2020: 2.1%
2019: 2.2%

9 Teléfono del hotel
2020: 1.3%
2019: 1.7%



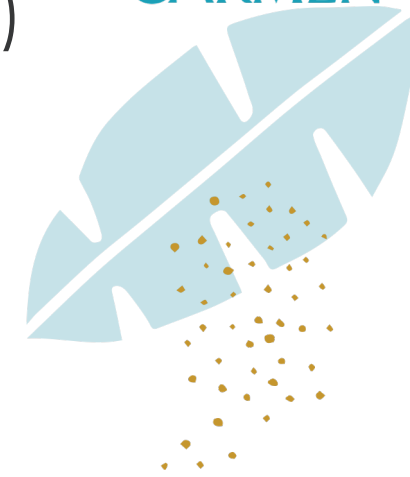


Uso y tipo de paquete





Distribución de la derrama (dólares por persona)

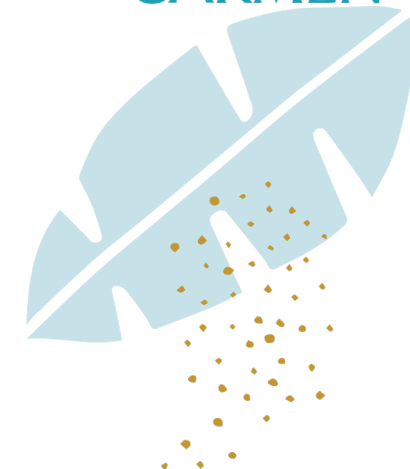


Concepto	2019	2020
Tamaño de grupo	2.8 personas	2.9 personas
Gasto total	\$1,081	\$965
Tarifa aérea	\$312	\$242
Hospedaje	\$454	\$457
Gasto en el destino	\$315	\$266





Tipo de hospedaje utilizado



HOSPEDAJE	2018	2019	2020
Hotel	82.5	81.1	79.0
Renta Vacacional	6.4	6.2	7.8
Tiempo Compartido	6.3	7.3	6.1
Casa de Familiares o Amigos	2.4	2.1	3.2
Casa o Condominio Particular	2.1	2.2	2.9
Hostal	0.4	1.0	1.0





Tours realizados



**Zonas
Arqueológicas**

2019: 52.6%
2020: 11.6%



**Parques
recreativos**

2019: 46.4%
2020: 26.8%



**Ciudades
cercanas**

2019: 27.7%
2020: 28.0%



**Cenotes y
cavernas**

2019: 22.1%
2020: 13.2%



**Actividades
acuáticas**

2019: 19.1%
2020: 11.2%



Naturaleza

2019: 5.9%
2020: 4.9%



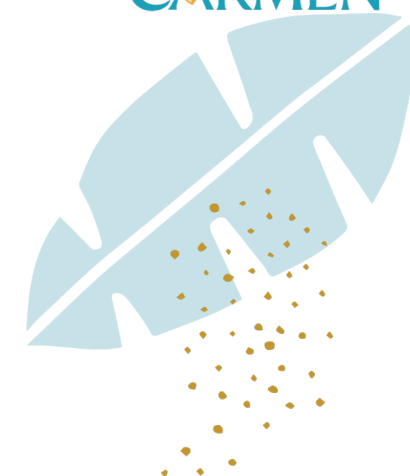
Entretenimiento

2019: 5.8%
2020: 3.2%



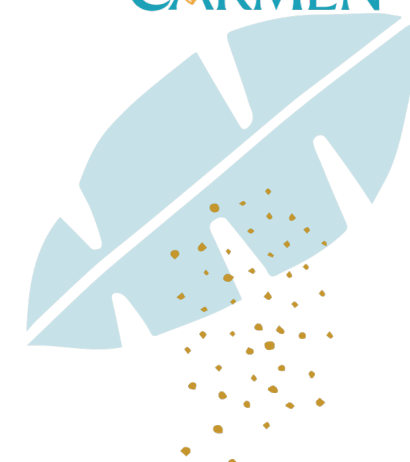
Deportes

2019: 0.9%
2020: 0.8%





Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



Destinos	2019	2020
CANCUN	21.8	16.2
HOLBOX	16.9	11.4
BACALAR	18.6	11.1
TULUM	28.8	11.1
ISLA COZUMEL	19.4	9.9
Valladolid	10.9	6.8
Mérida	15.4	6.0
ISLA MUJERES	13.0	4.8
PUERTO MORELOS	3.0	4.0
CHETUMAL	1.7	1.7
Campeche	1.9	1.1
Chiapas	1.9	0.9
Belice		0.9
Guatemala		0.6

2019
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



2020
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA