

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q4
(OCT – DIC 2020)



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

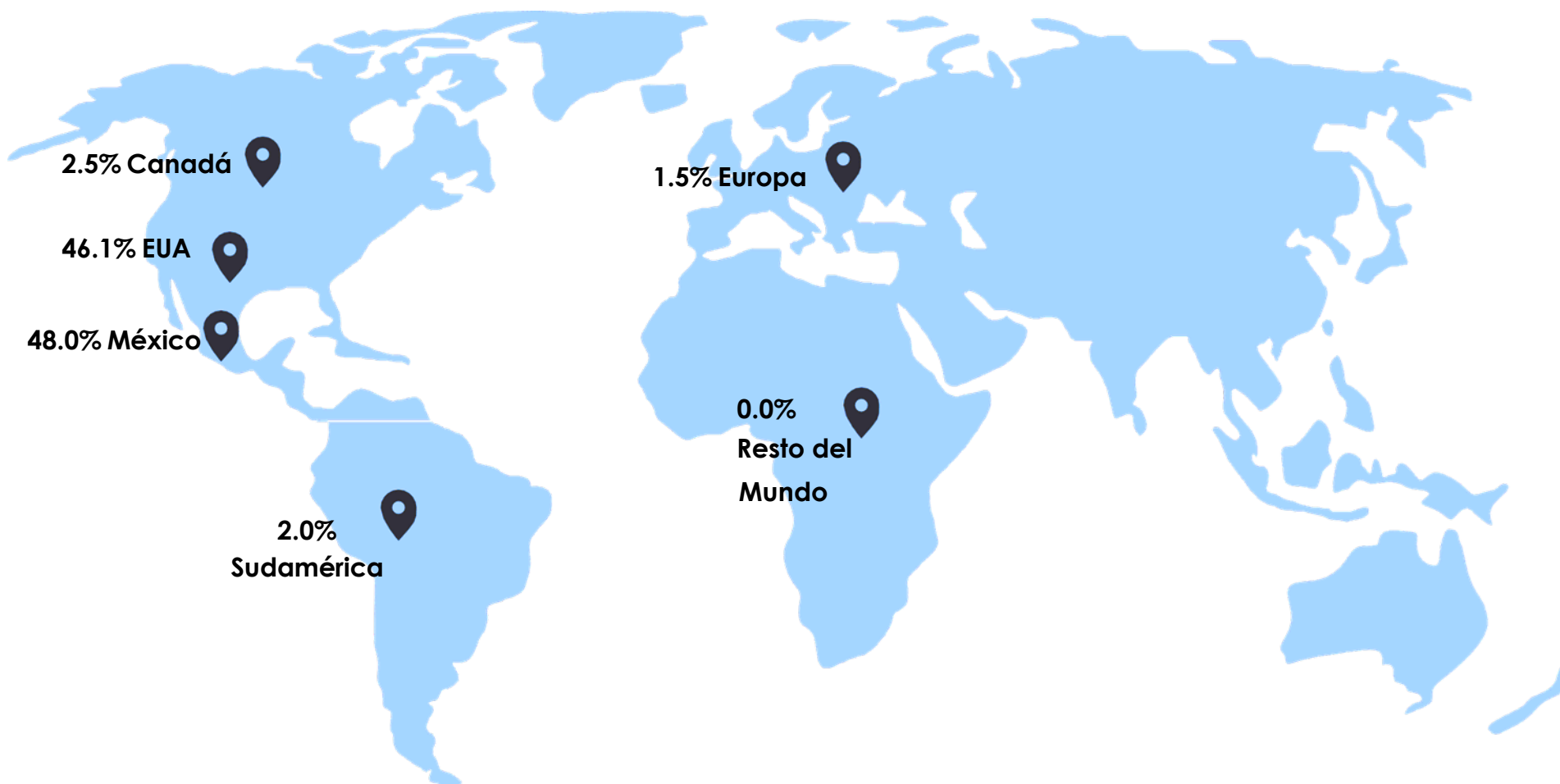
En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual** el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Se obtienen 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan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





Procedencia

México 23.7%

EUA 61.5%

Canadá 2.5%

Top

Estados de México

Estados de EUA

Provincias de Canadá

1	Nuevo León	18.8	Florida	14.8	Quebec	47.4
2	Ciudad de México	13.7	Texas	12.5	Ontario	42.1
3	Jalisco	13.7	California	8.6	Alberta	5.3
4	Estado de México	7.6	New York	6.4	Columbia Británica	5.3
5	Chihuahua	6.7	Illinois	6.1		
6	Querétaro	5.5	North Carolina	4.4		
7	Puebla	3.9	Pennsylvania	3.9		
8	Guanajuato	3.9	Michigan	3.7		
9	Coahuila	3.9	Indiana	3.4		
10	Baja California	3.1	Georgia	3.0		



Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

6.6% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

31.1% de los turistas

-De 40 a 49 años 17.9%

-De 50 a 59 años 13.2%



Millenials (20 a 39 años)

48.4% de los turistas

-De 20 a 29 años 23.2%

-De 30 a 39 años 25.2%



Generación Z (0 a 19 años)

14.0% de los turistas

-Hasta los 12 años 8.6%

-De 13 a 19 años 5.4%



Ingresos anuales en dólares



	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Más de \$150,000	12.4	10.8	19.0	16.2	16.4
De \$100,000 a \$150,000	11.1	10.3	14.5	14.5	14.1
De \$75,000 a \$99,999	12.9	11.4	12.7	12.2	11.4
De \$50,000 a \$74,999	15.9	13.1	13.1	12.9	14.0
De \$35,000 a \$49,999	10.8	11.1	11.8	9.3	10.5
De \$25,000 a \$34,999	9.9	10.1	5.8	8.5	7.3
De \$15,000 a \$24,999	12.9	15.2	9.7	13.3	12.3
Menos de \$15,000	14.0	18.2	13.4	13.1	13.9

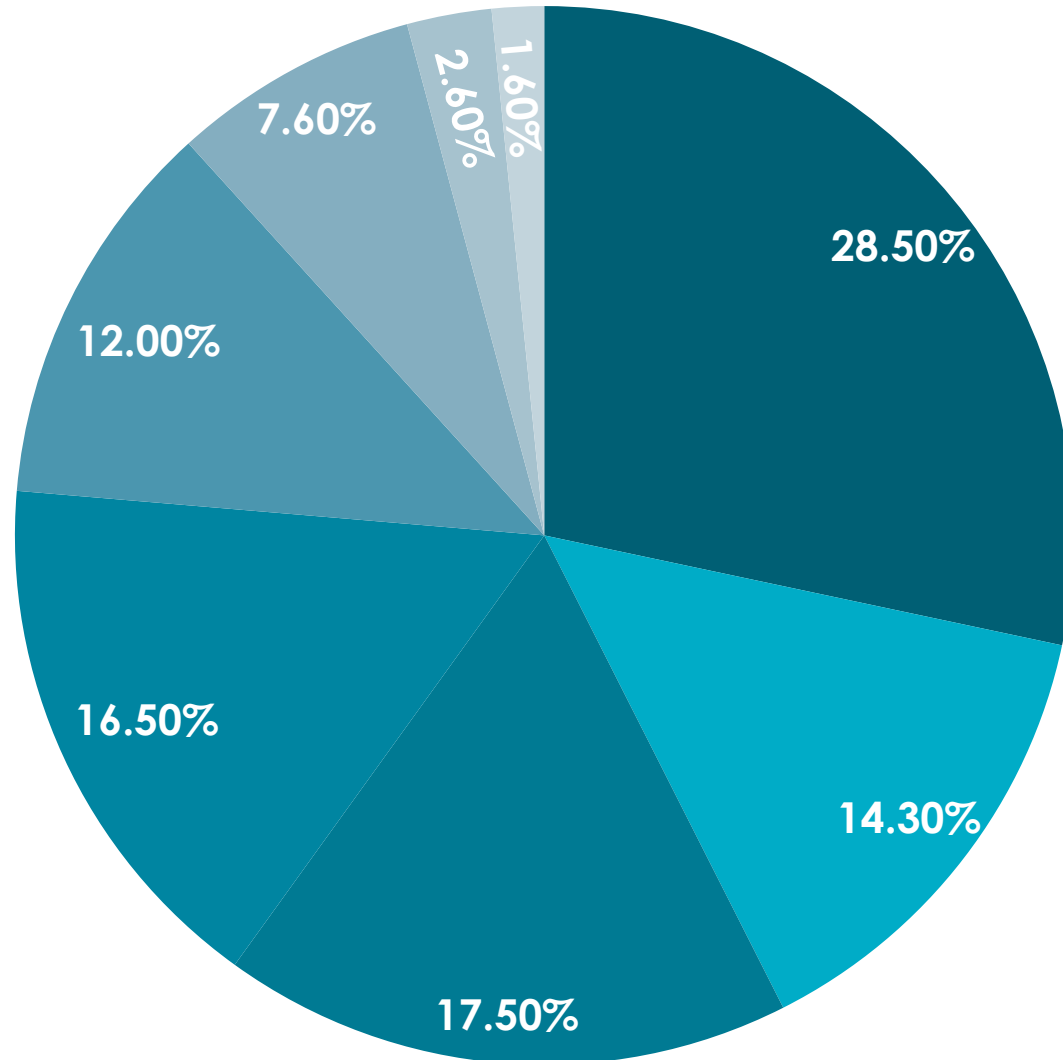




Medios que influyeron en su intención de visita

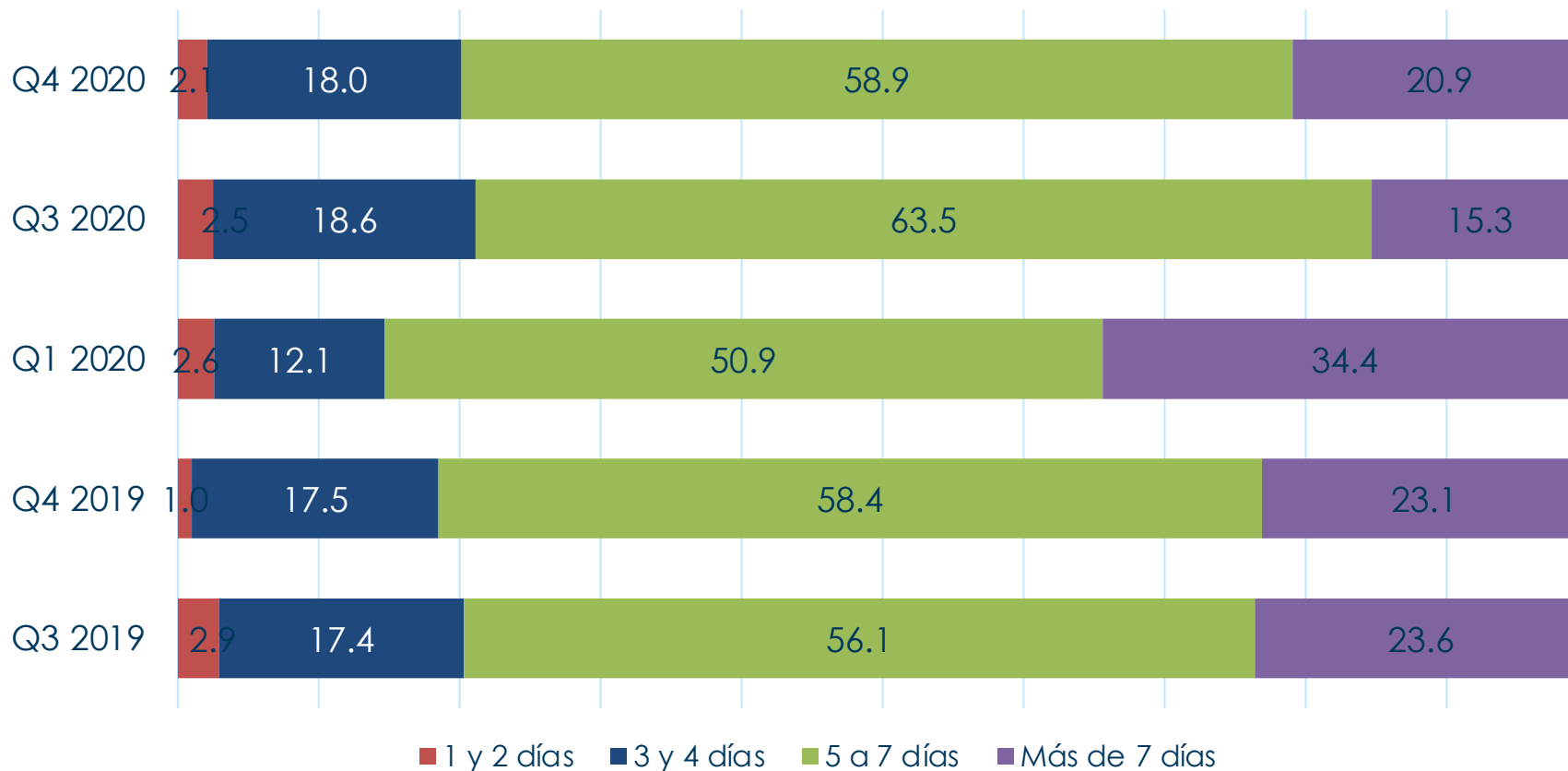


- Redes Sociales
- Sitios especializados de viaje / Blog
- Agencias de viaje
- Publicidad en internet
- YouTube
- Influencers en línea
- Revista / Impreso
- Televisión y Radio





Estancia y tamaño de grupo



Q4 2019

Estancia media: 7.0 días
Tamaño de grupo: 2.7 personas

Q4 2020

Estancia media: 6.8 días
Tamaño de grupo: 3.2 personas



Viaja en pareja

Q4 2020

51.5%

Q4 2019

47.7%

Personas con quien viaja

Viaja en familia

Q4 2020

33.1%

Q4 2019

31.8%

Q4
2020

Viaja solo

Q4 2020

6.3%

Q4 2019

9.5%

Viaja con amigos

Q4 2020

9.2%

Q4 2019

11.0%

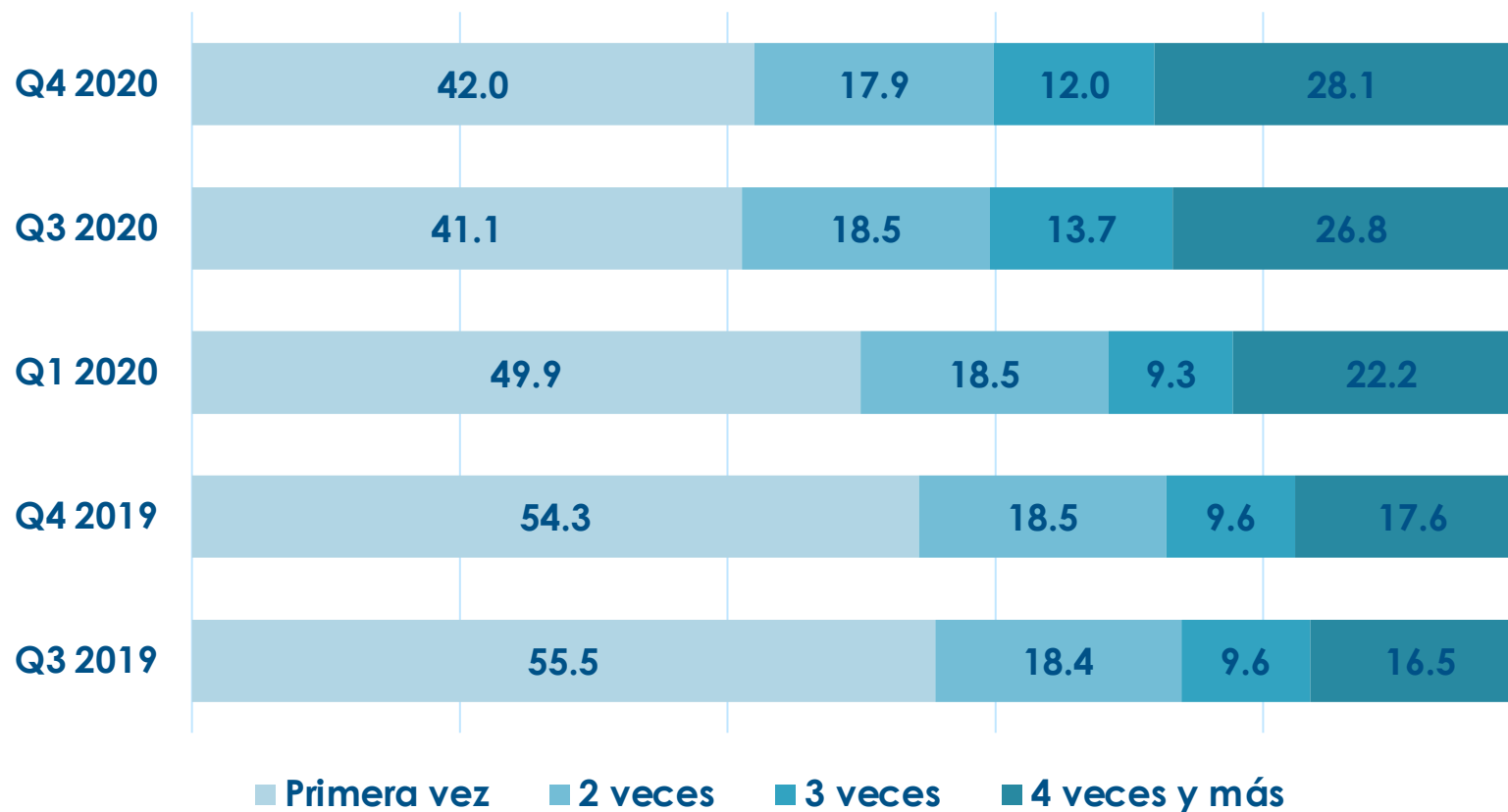
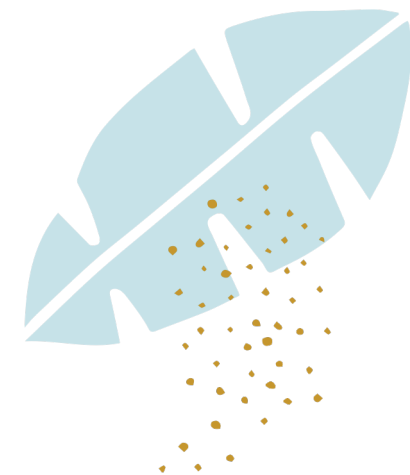
CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA



Visita y tasa de retorno



Q4 2019

Tasa de retorno al destino: **45.7%**








Q4 2020

Tasa de retorno al destino: **58.0%**

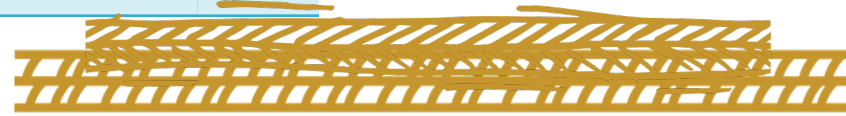




Motivo de viaje

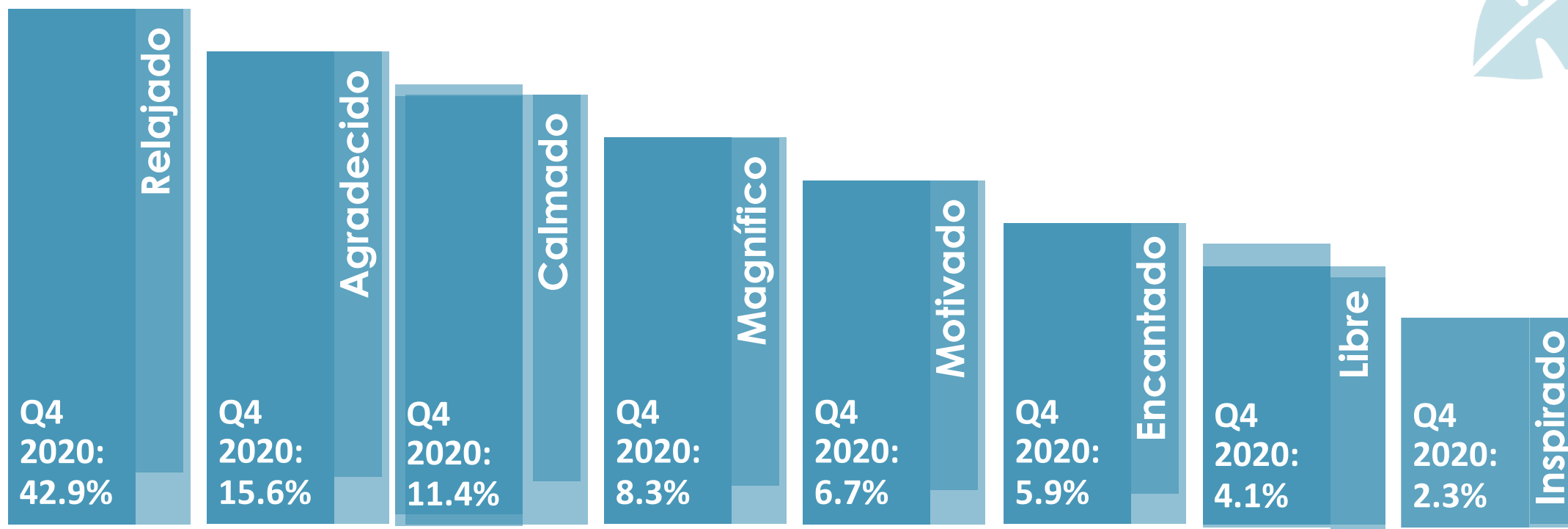
	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
 Descansar	63.8	58.9	71.0	73.8	71.2
 Luna de miel	7.9	10.4	4.1	7.7	9.1
 Boda	4.2	6.8	2.7	3.4	7.0
 Actividades de aventura	13.6	12.8	8.4	6.4	4.5
 Visita Amigos/Familia	1.7	2.2	3.8	2.9	2.1
 Salud y Bienestar	1.4	1.1	0.8	3.0	1.2
 Negocios	0.8	1.0	2.1	1.0	1.0
 Congreso / convención			1.2	0.2	1.0

	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
 Viaje de Incentivos	0.9	0.3	1.1	0.3	0.6
 Motivos culturales	2.6	1.8	2.4	0.2	0.4
 Otros	0.9	0.4	0.7	0.6	0.4





Sentimiento





Canal de compra



1 Agencia de viaje online
Q4 2020: 26.9%
Q4 2019: 27.4%

2 Agencia de viajes tradicional
Q4 2020: 28.1%
Q4 2019: 25.9%

3 Web compañía aérea
Q4 2020: 20.2%
Q4 2019: 14.5%

4 Buscador de viajes
Q4 2020: 8.5%
Q4 2019: 8.5%

5 Sitio web del hotel
Q4 2020: 8.4%
Q4 2019: 8.0%

6 Sitio de renta vacacional
Q4 2020: 1.8%
Q4 2019: N/D

7 Tiempo compartido
Q4 2020: 3.9%
Q4 2019: 6.5%

8 Oficina – teléfono compañía aérea
Q4 2020: 1.5%
Q4 2019: 1.7%

9 Teléfono del hotel
Q4 2020: 0.8%
Q4 2019: 1.6%





Uso y tipo de paquete





Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q4 2019	Q4 2020
Tamaño de grupo	2.7 personas	3.2 personas
Gasto total	\$1,036	\$736
Tarifa aérea	\$282	\$183
Hospedaje	\$413	\$389
Gasto en el destino	\$341	\$164





Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020	Q4 2020
Hotel	84.2	78.8	73.5	87.1	81.0
Renta Vacacional / Casa Rentada	6.5	8.9	9.5	4.1	7.8
Tiempo Compartido	5.4	8.1	7.0	4.1	6.3
Casa o Condominio Particular	2.0	2.0	4.1	1.7	2.3
Casa de Familiares/Amigos	1.9	2.2	4.3	2.6	2.0
Hostal	N/D	N/D	1.5	0.3	0.7





Tours realizados



**Zonas
Arqueológicas**

Q4 2019: 83.8%
Q4 2020: 32.7%



**Cenotes y
cavernas**

Q4 2019: 34.1%
Q4 2020: 17.7%



**Actividades
acuáticas**

Q4 2019: 30.1%
Q4 2020: 12.9%



**Parques
recreativos**

Q4 2019: 79.5%
Q4 2020: 44.5%



**Ciudades
cercanas**

Q4 2019: 47.8%
Q4 2020: 18.3%



Naturaleza

Q4 2019: 5.2%
Q4 2020: 6.7%



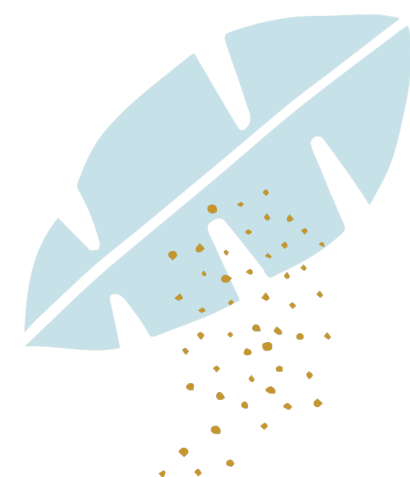
Entretenimiento

Q4 2019: 5.8%
Q4 2020: 3.4%



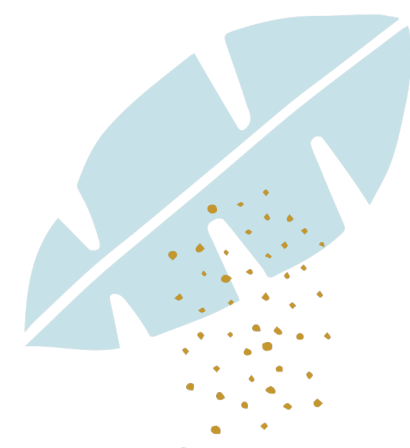
Deportes

Q4 2019: 0.9%
Q4 2020: 1.3%

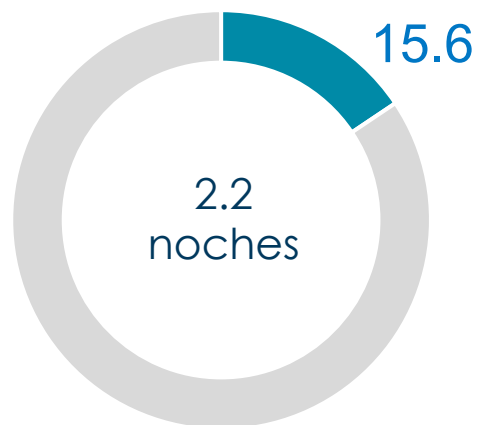




Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



Q4 2019
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Destinos	Q3 2020	Q4 2020
HOLBOX	19.6	11.9
BACALAR	9.8	10.4
cancun	7.8	9.0
TULUM	21.6	9.0
ISLA COZUMEL	3.9	7.5
Valladolid	2.0	7.5
MAHAHUAL	9.8	6.0
Mérida	2.0	4.5
ISLA MUJERES	2.0	3.0
PUERTO MORELOS	N/D	1.5

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



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA