

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q1  
(ENE – MAR 2020)

# Metodología

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

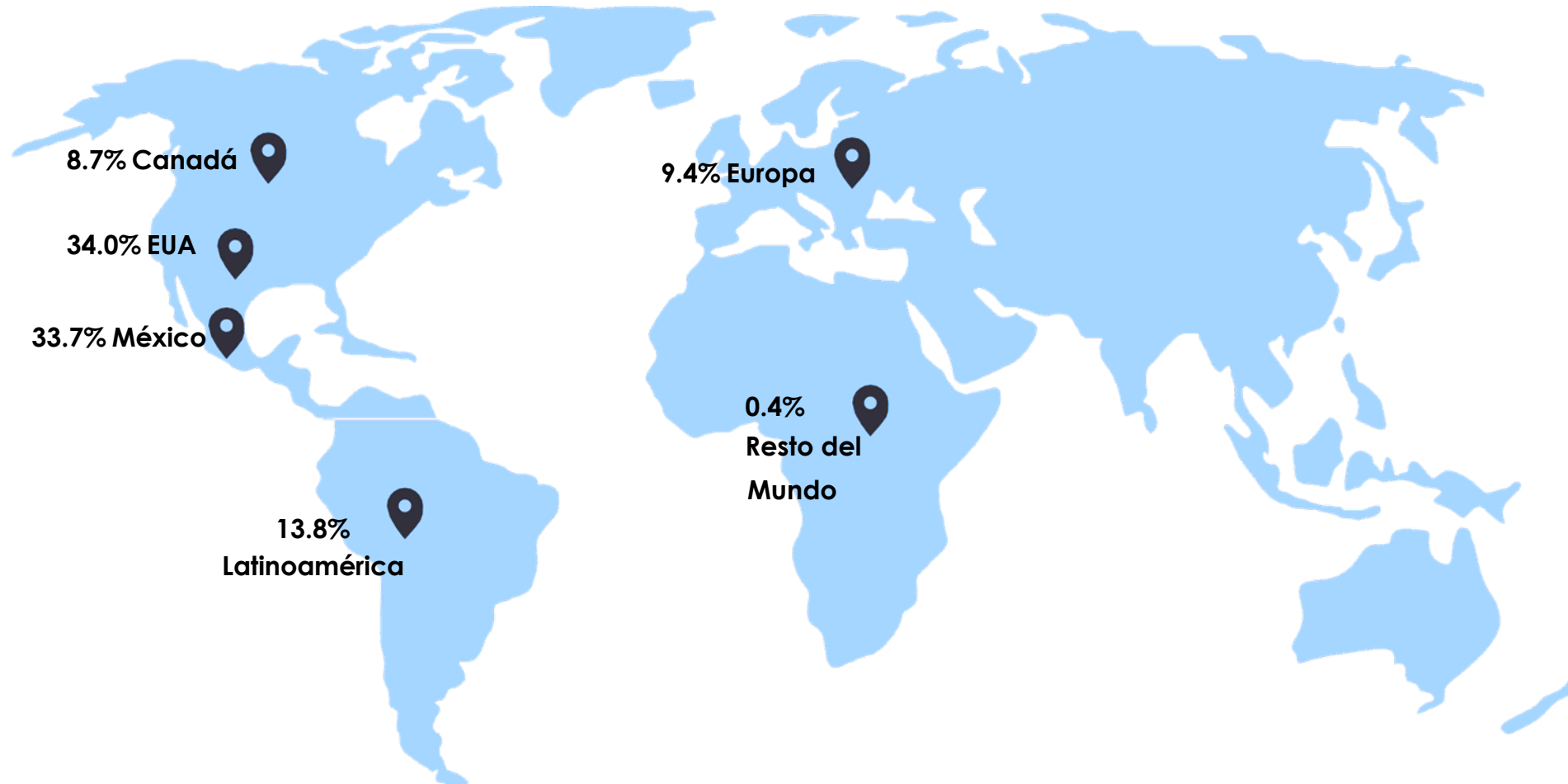
Los levantamientos asociados a **Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres, Playa del Carmen y Tulum** se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio

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 33.7%**

**EUA 34.0%**

**Europa 9.4%**

## Top

## Estados de México

## Estados de EUA

## Países de Europa

1	Ciudad de México	15.4
2	Estado de México	12.1
3	Nuevo León	11.7
4	Jalisco	10.8
5	Chihuahua	6.7
6	Querétaro	4.7
7	Baja California	4.0
8	Guanajuato	3.6
9	San Luis Potosí	3.5
10	Puebla	3.2

Texas	12.4
California	10.3
Illinois	7.8
Florida	7.0
New York	6.8
New Jersey	4.8
Michigan	4.3
Georgia	3.7
Pennsylvania	3.6
Minnesota	3.3

Alemania	26.5
Austria	1.2
Francia	14.6
Inglaterra	9.5
Rusia	8.3
Italia	4.7
Holanda	4.3
Suiza	4.0
España	3.6
Polonia	3.6

# Edad del turista



## Baby Boomers (60 años y más)

8.1% de los turistas



## Generación X (40 a 59 años)

26.6% de los turistas  
-De 40 a 49 años 15.4%  
-De 50 a 59 años 11.2%



## Millenials (20 a 39 años)

52.3% de los turistas  
-De 20 a 29 años 26.3%  
-De 30 a 39 años 26%



## Generación Z (0 a 19 años)

13.1% de los turistas  
-Hasta los 12 años 7.7%  
-De 13 a 19 años 5.4%



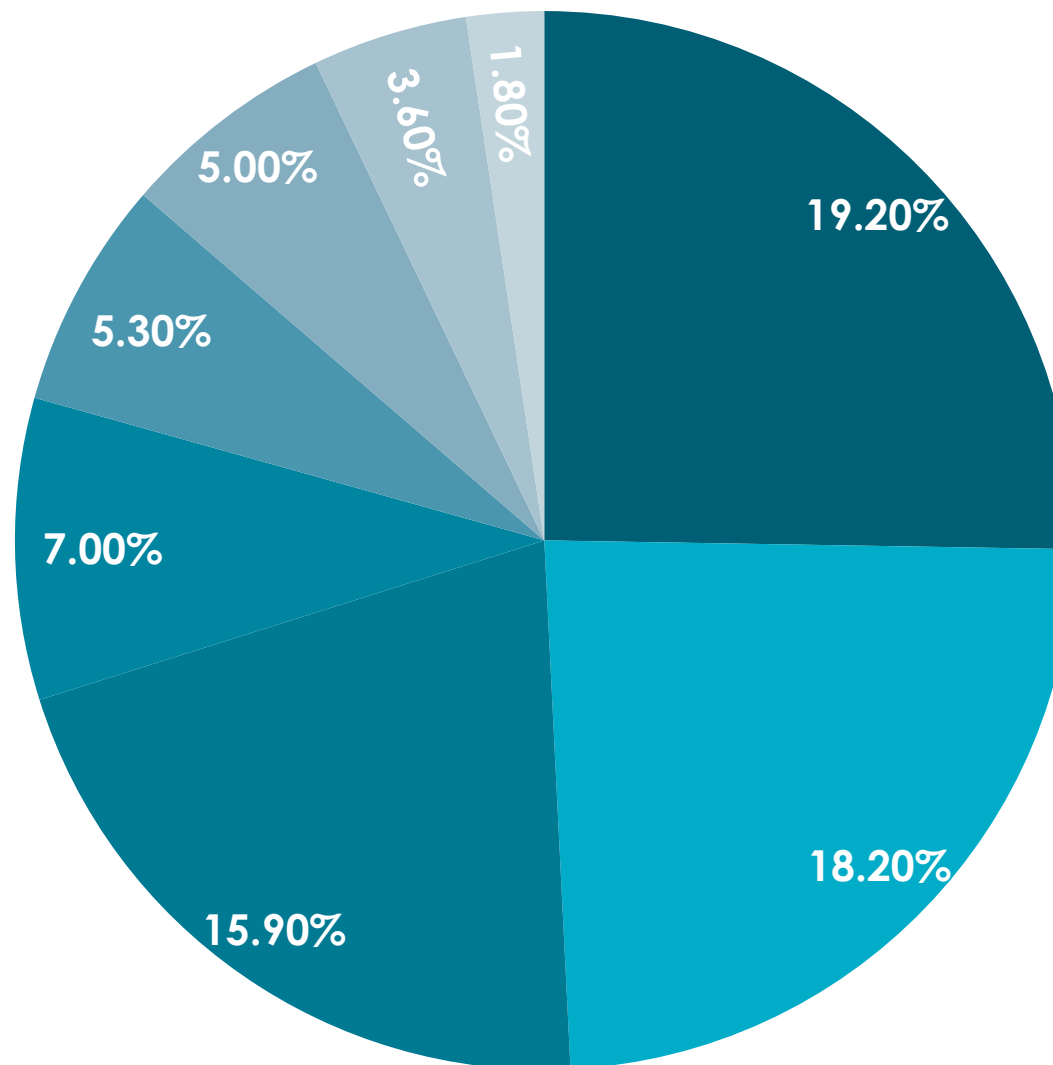
# Ingresos anuales en dólares

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Más de \$150,000	15.7	19.7	21.9	26.8	12.8
De \$100,000 a \$150,000	11.2	13.4	18.6	17.2	10.7
De \$75,000 a \$99,999	8.8	10.3	9.8	10.6	10.5
De \$50,000 a \$74,999	11.8	11.6	10.4	10.8	10.9
De \$35,000 a \$49,999	13.5	14.2	12.6	12.9	9.4
De \$25,000 a \$34,999	10.7	9.4	9.1	7.4	7.9
De \$15,000 a \$24,999	2.7	9.7	8.8	7.8	15.7
Menos de \$15,000	15.8	11.7	8.8	6.5	22.0

# Medios que influyeron en su intención de visita

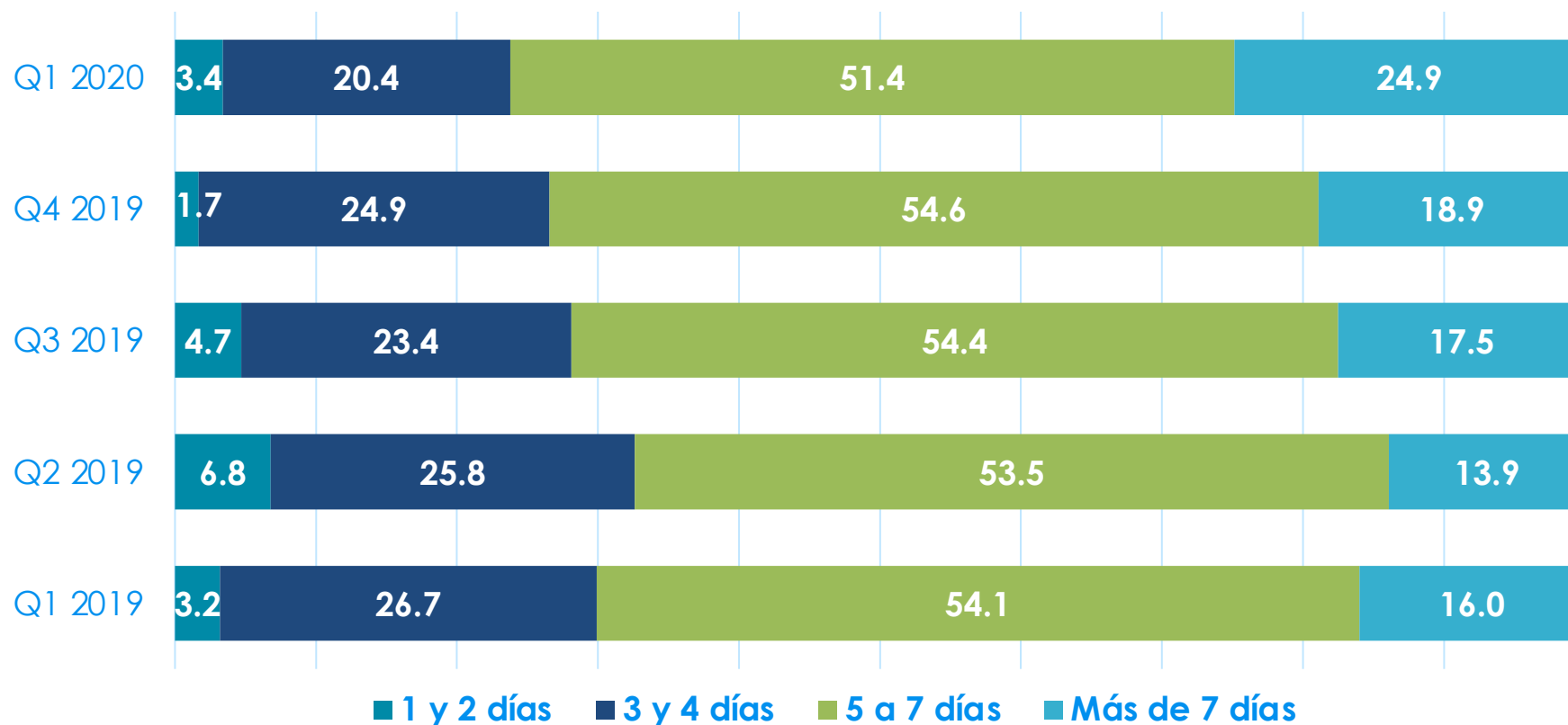


- Redes sociales
- Publicidad en internet
- Youtube
- Sitios especializados de viaje / blog
- Agencia de viajes
- Influencers en línea
- Televisión y radio
- Revista / impreso





# Estancia y tamaño de grupo



## Q1 2020

Estancia media: 7.8 días  
Tamaño de grupo: 2.7 personas

## Q1 2019

Estancia media: 6.2 días  
Tamaño de grupo: 2.8 personas

## Viaja en pareja

Q1 2020	Q1 2019
43.1%	47.9%

## Personas con quien viaja

canCun

## Viaja en familia

Q1 2020	Q1 2019
33.2%	36.5%

Q1  
2020

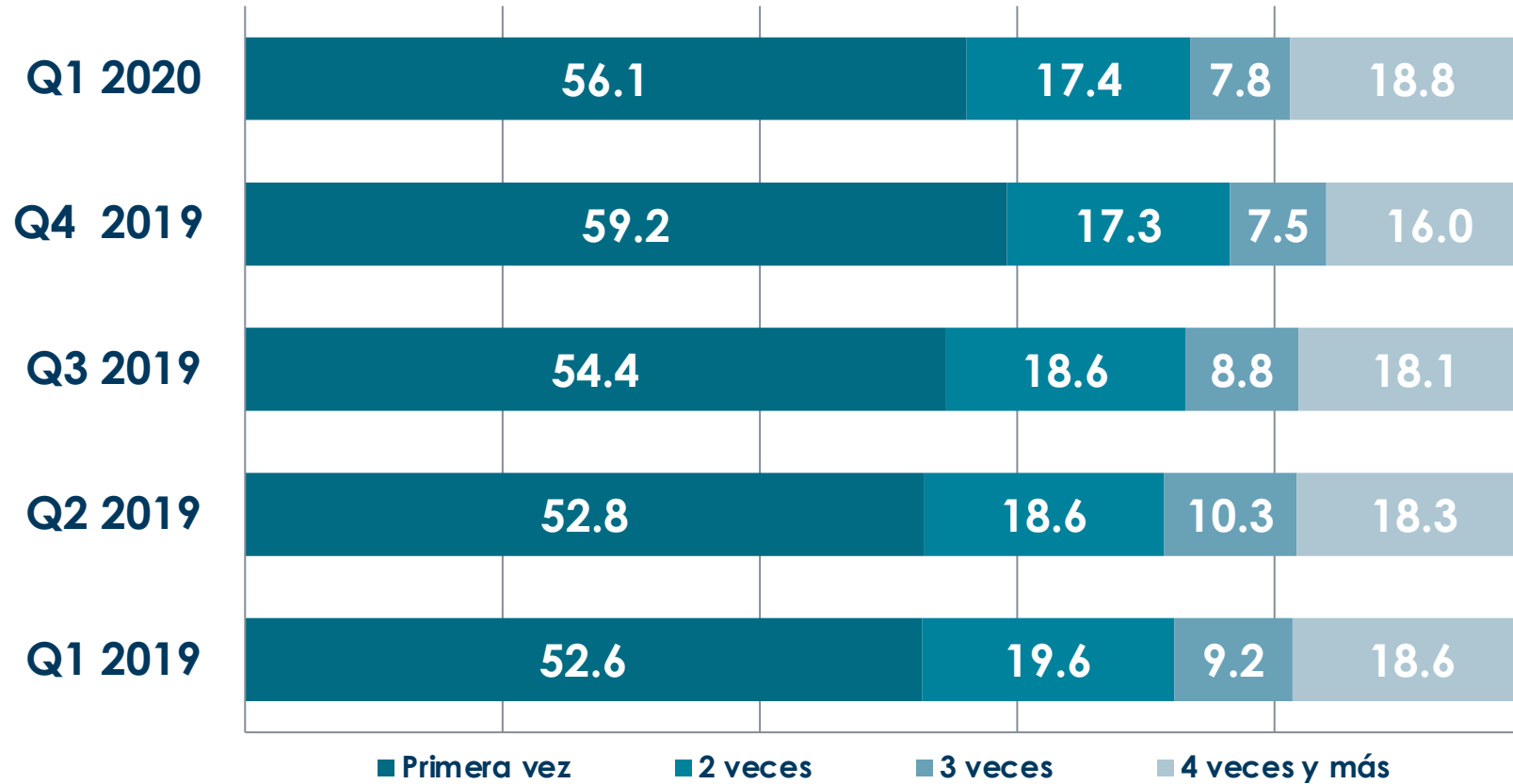
## Viaja con amigos

Q1 2020	Q1 2019
12.5%	8.9%

## Viaja solo

Q1 2020	Q1 2019
11.2%	6.3%

# Visita y tasa de retorno



Q1 2020

Tasa de retorno al destino: **43.9%**

Q1 2019

Tasa de retorno al destino: **47.4%**

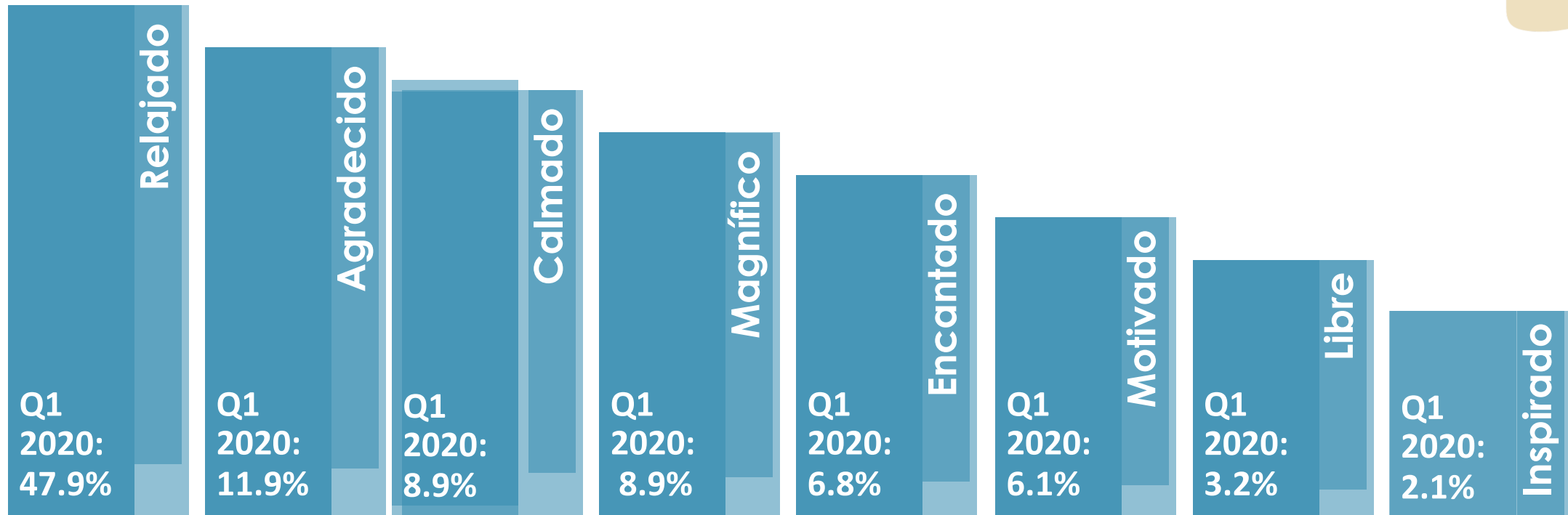
# Motivo de viaje

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Descansar	72.4	67.2	64.9	59.9	68.1
Actividades de aventura	7.2	9.9	11.5	13.1	8.7
Luna de miel	5.7	6.6	6.2	8.7	5.0
Visita de amigos / familia	2.7	2.7	3.6	2.7	4.0
Motivos culturales	2.7	1.6	2.2	2.0	2.2
Boda	2.3	3.0	2.7	2.9	2.1
Otros	0.7	0.9	0.9	0.8	1.3

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Congreso / Convención	1.0	1.9	1.6	1.7	1.2
Evento especial	0.2	1.0	0.7	0.8	1.2
Viaje de incentivos	1.2	1.0	0.6	1.1	1.1
Negocios	1.3	1.6	1.2	1.5	1.0



# Sentimiento



# Canal de compra

**1** Agencia de viaje online  
Q1 2020: 31.2%  
Q1 2019: 34.5%

**2** Agencia de viajes tradicional  
Q1 2020: 25.2%  
Q1 2019: 26.0%

**3** Web compañía aérea  
Q1 2020: 14.2%  
Q1 2019: 8.3%

**4** Buscador de viajes  
Q1 2020: 11.6%  
Q1 2019: 14.3%

**5** Sitio web del hotel  
Q1 2020: 6.8%  
Q1 2019: 6.2%

**6** Sitio de renta vacacional  
Q1 2020: 4.0%  
Q1 2019: N/D

**7** Tiempo compartido  
Q1 2020: 4.1%  
Q1 2019: 7.0%

**8** Oficina – teléfono compañía aérea  
Q1 2020: 2.0%  
Q1 2019: 2.2%

**9** Teléfono del hotel  
Q1 2020: 1.0%  
Q1 2019: 1.5%



# Uso y tipo de paquete



# Distribución de la derrama (dólares por persona)

Concepto	Q1 2019	Q1 2020
Tamaño de grupo	2.8 personas	2.7 personas
Gasto total	\$1,011	\$1,056
Tarifa aérea	\$311	\$310
Hospedaje	\$476	\$433
Gasto en el destino	\$244	\$313



# Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Hotel	81.9	84.6	81.9	80.4	75.2
Renta vacacional	5.9	4.6	5.6	7.8	9.5
Tiempo compartido	7.9	5.4	6.2	6.1	5.9
Casa de familiares / amigos	3.0	3.1	4.2	3.9	5.1
Hostal	N/D	N/D	N/D	N/D	2.6
Casa o condominio particular	1.4	2.4	2.1	1.8	1.8

# Tours realizados



Zonas  
Arqueológicas

Q1 2019: 64.3%  
Q1 2020: 50.6%



Cenotes y  
cavernas

Q1 2019: 22.1%  
Q1 2020: 20.0%



Actividades  
acuáticas

Q1 2019: 29.3%  
Q1 2020: 17.9%



Parques  
recreativos

Q1 2019: 57.7%  
Q1 2020: 32.0%



Ciudades  
cercanas

Q1 2019: 56.9%  
Q1 2020: 39.5%



Naturaleza

Q1 2019: 4.5%  
Q1 2020: 6.4%



Entretenimiento

Q1 2019: 2.8%  
Q1 2020: 6.1%



Deportes

Q1 2019: 2.7%  
Q1 2020: 0.9%



# Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

Destinos	Q4 2019	Q1 2020
PLAYA DEL CARMEN	N/D	24.1
TULUM	14.8	20.3
ISLA MUJERES	20.2	8.6
BACALAR	6.3	8.4
<b>Mérida</b>	5.4	8.4
HOLBOX	7.9	8.1
ISLA COZUMEL	6	6.9
<b>Valladolid</b>	5.7	6.4
<b>Campeche</b>		2.1
MAHAHUAL	0.6	0.7
CHETUMAL	0.3	0.7
PUERTO MORELOS	1.9	

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



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



QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA