

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q3
(JUL – SEP 2020)

Metodología



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

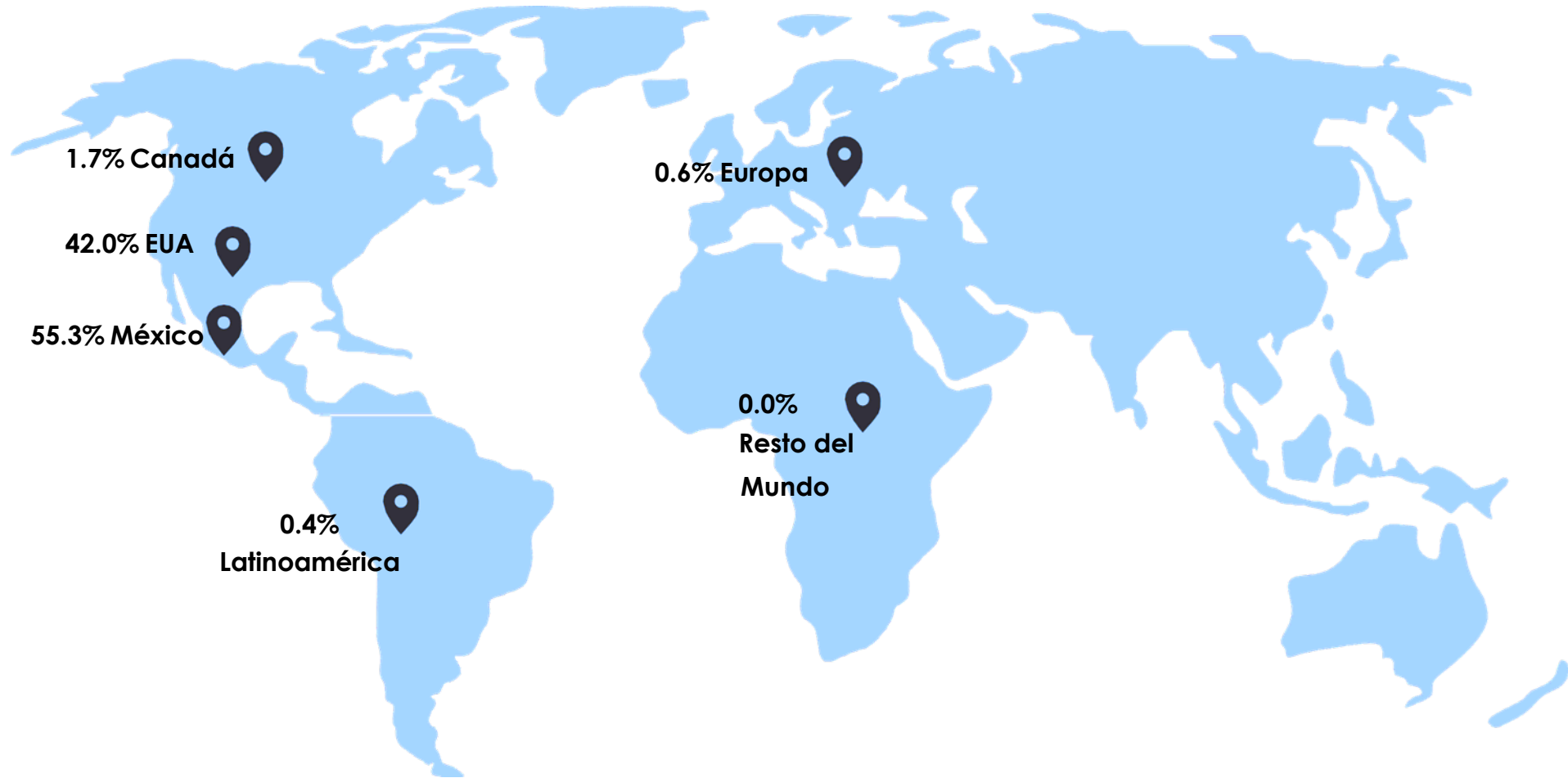
Los levantamientos asociados a **Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres, Playa del Carmen y Tulum** se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio

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 55.3%

EUA 42.0%

Sudamérica 1.7%

Top

Estados de México

Estados de EUA

Provincias de Canadá

1	Nuevo León	18.6
2	Ciudad de México	16.7
3	Jalisco	11.1
4	Chihuahua	8.6
5	Estado de México	6.1
6	Guanajuato	5.9
7	Querétaro	5.5
8	Coahuila	5.0
9	Baja California	3.6
10	Tamaulipas	3.2

Texas	27.1
California	9.3
Florida	7.5
Illinois	7.4
New York	7.2
Georgia	3.8
New Jersey	3.5
Ohio	2.5
Pennsylvania	2.5
Michigan	2.4

Quebec	39.3
Ontario	35.7
Alberta	10.7
Columbia Británica	7.1
Manitoba	7.1

Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

4.3% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

26.6% de los turistas
-De 40 a 49 años 17.5%
-De 50 a 59 años 9.1%



Millenials (20 a 39 años)

48.9% de los turistas
-De 20 a 29 años 26%
-De 30 a 39 años 22.9%



Generación Z (0 a 19 años)

20.2% de los turistas
-Hasta los 12 años 13%
-De 13 a 19 años 7.2%

Ingresos anuales en dólares



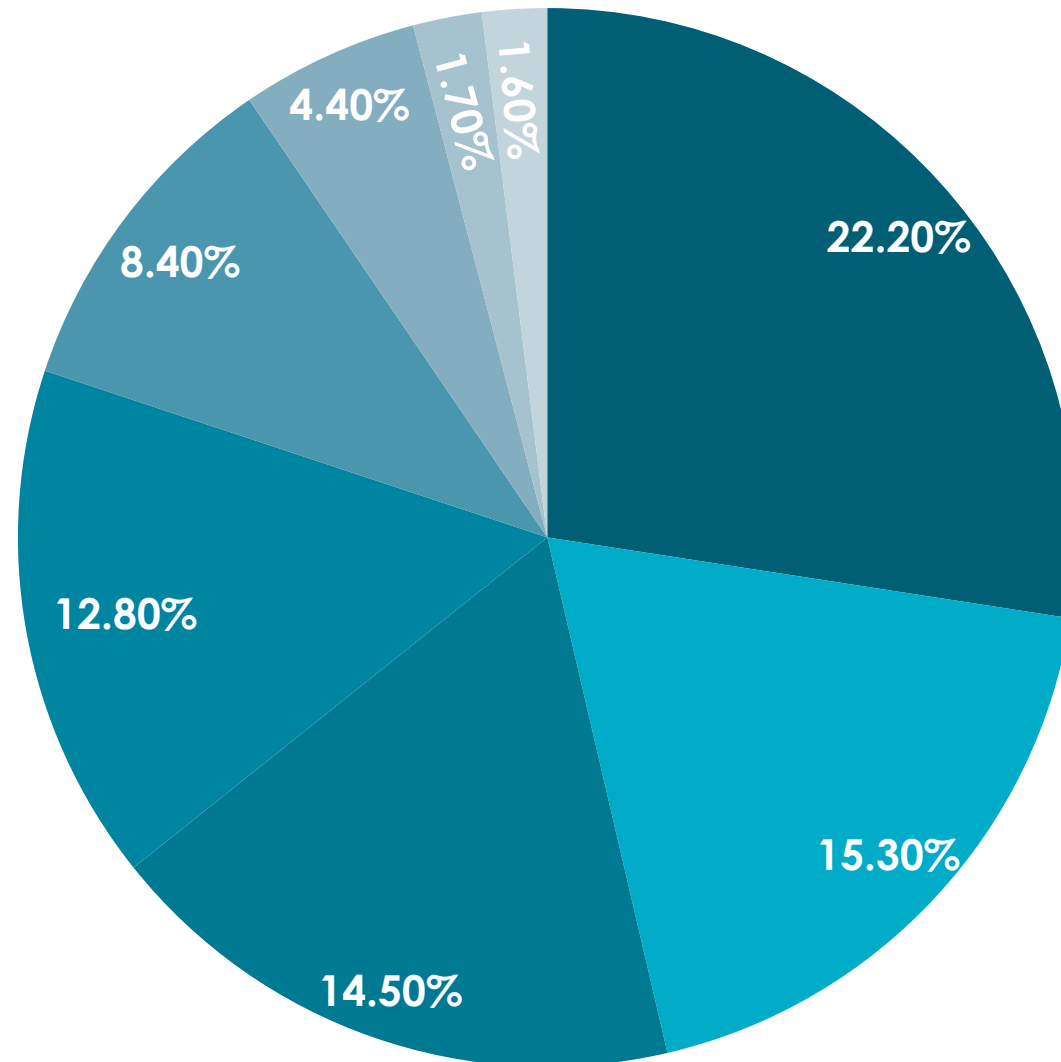
	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
Más de \$150,000	19.7	21.9	26.8	12.8	11.0
De \$100,000 a \$150,000	13.4	18.6	17.2	10.7	11.5
De \$75,000 a \$99,999	10.3	9.8	10.6	10.5	10.6
De \$50,000 a \$74,999	11.6	10.4	10.8	10.9	12.3
De \$35,000 a \$49,999	14.2	12.6	12.9	9.4	8.5
De \$25,000 a \$34,999	9.4	9.1	7.4	7.9	9.6
De \$15,000 a \$24,999	9.7	8.8	7.8	15.7	15.7
Menos de \$15,000	11.7	8.8	6.5	22.0	20.7



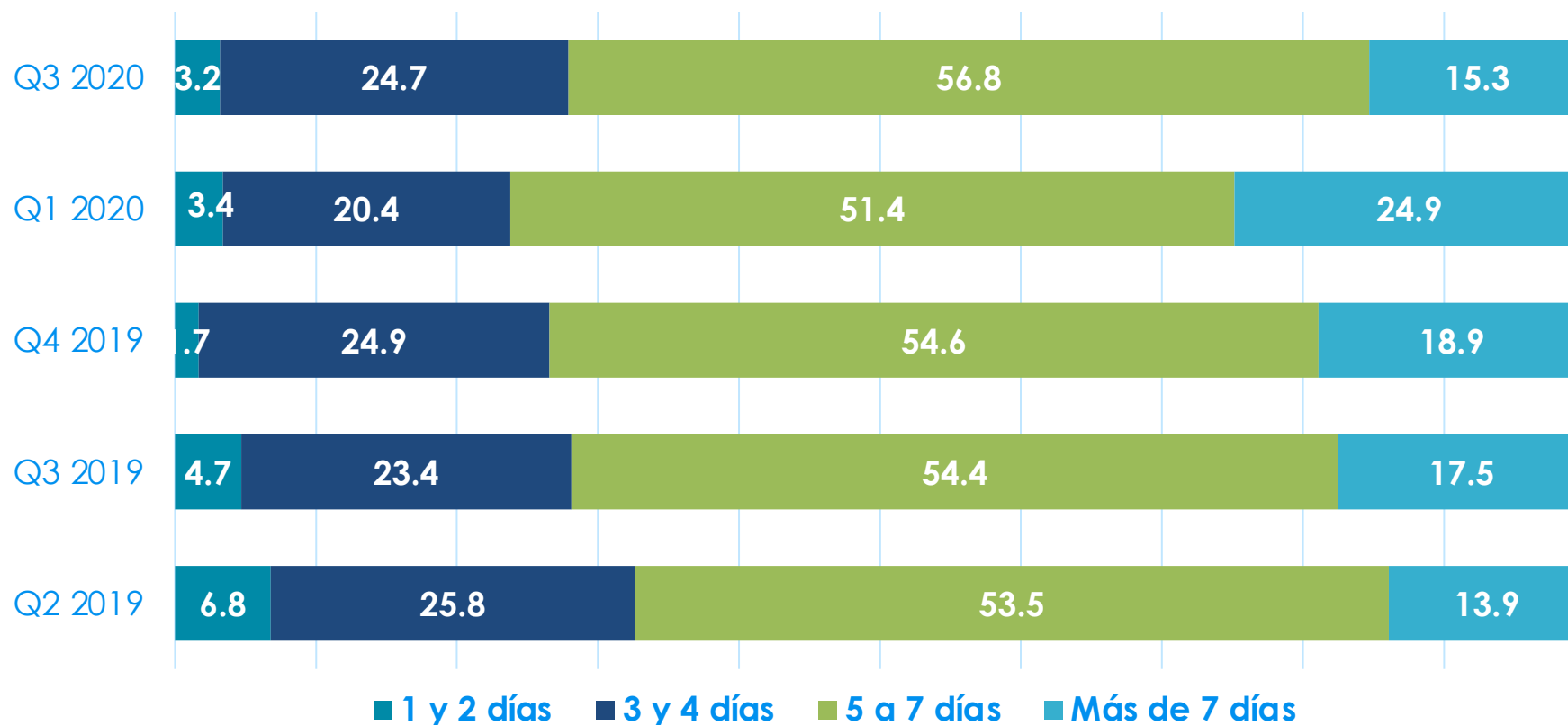
Medios que influyeron en su intención de visita



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



Estancia y tamaño de grupo



Q3 2019

Estancia media: 6.3 días
Tamaño de grupo: 3.1 personas

Q3 2020

Estancia media: 6.1 días
Tamaño de grupo: 3.1 personas



Personas con quien viaja

Viaja en pareja

Q3 2020	Q3 2019
43.3%	35.2%

Viaja en familia

Q3 2020	Q3 2019
42.6%	46.4%

Q3
2020

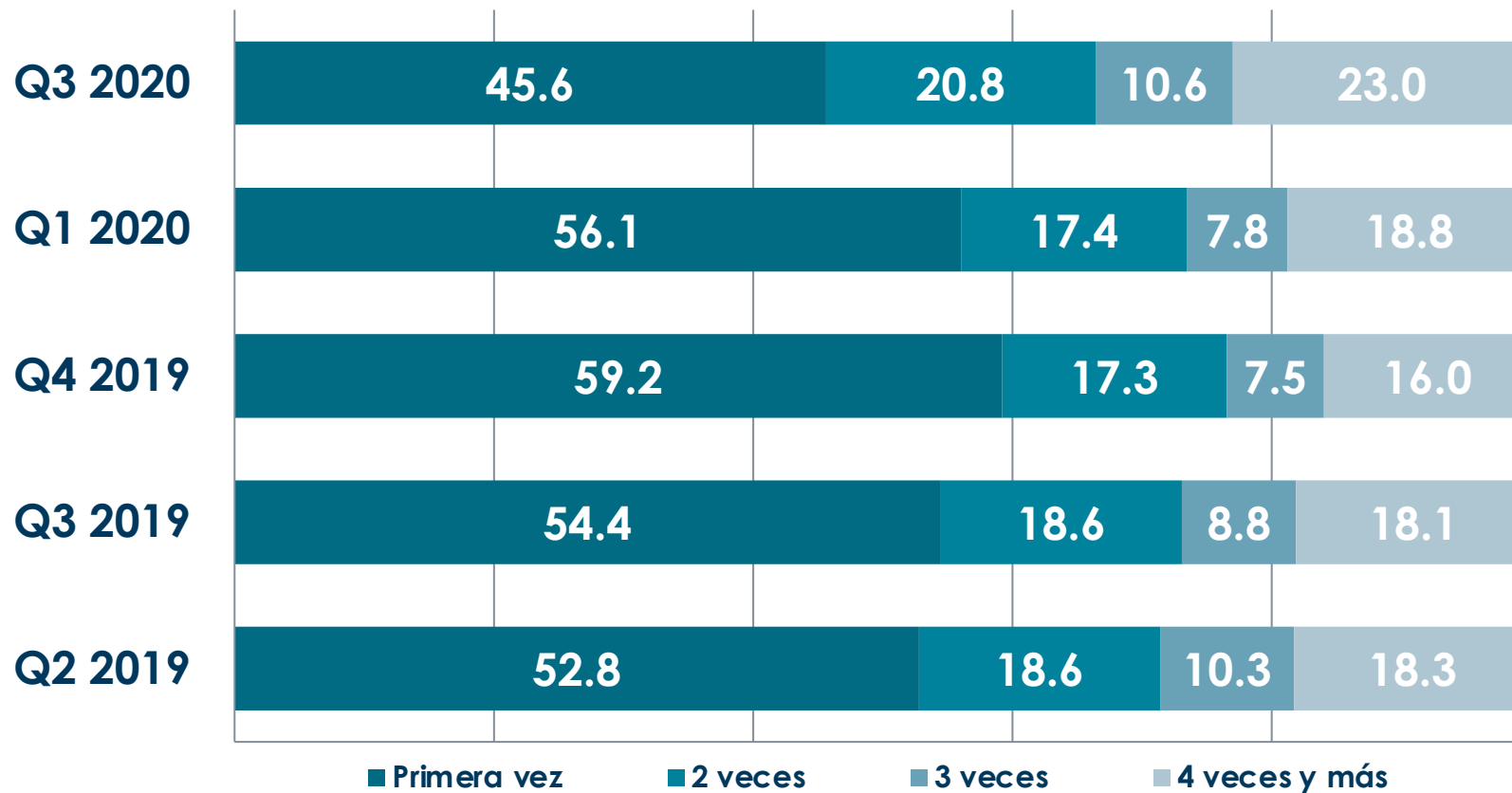
Viaja con amigos

Q3 2020	Q3 2019
7.3%	9.7%

Viaja solo

Q3 2020	Q3 2019
6.8%	8.7%

Visita y tasa de retorno



Q3 2019









Tasa de retorno al destino: **45.6%**


Q3 2020

Tasa de retorno al destino: **54.4%**

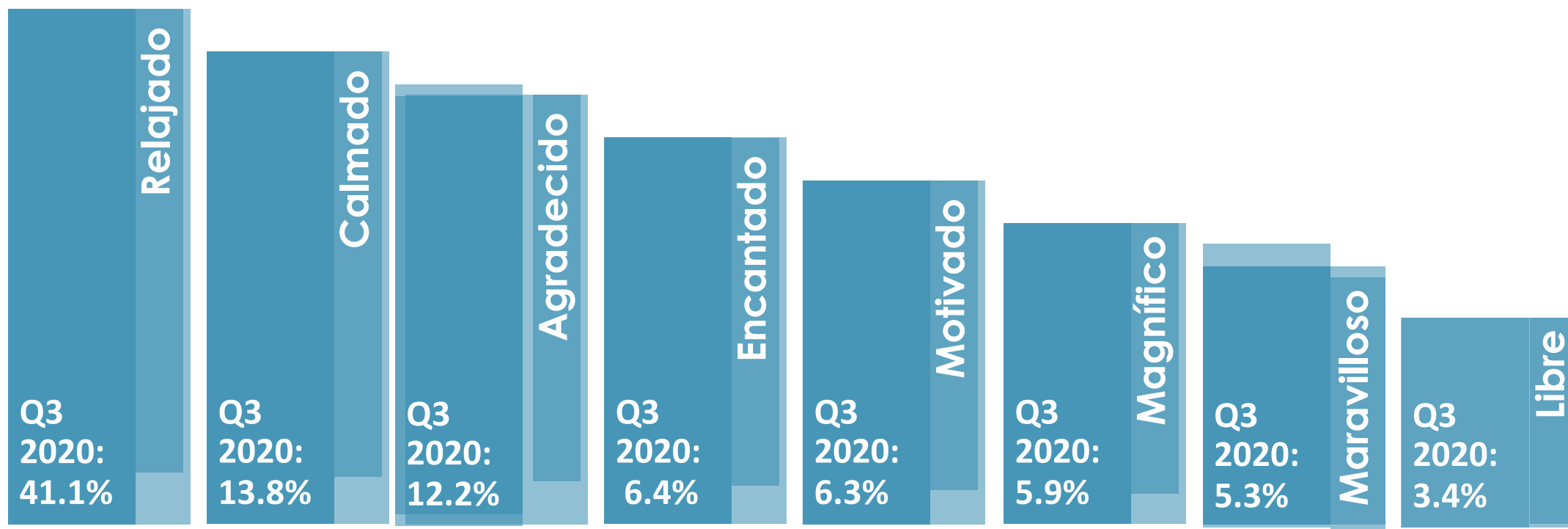


Motivo de viaje

	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
 Descansar	64.9	59.9	68.1	74.5
 Actividades de aventura	11.5	13.1	8.7	8.3
 Luna de miel	6.2	8.7	5.0	5.8
 Visita amigos / Familia	3.6	2.7	4.0	3.0
 Asistir a boda	N/D	N/D	N/D	2.7
 Salud y bienestar	N/D	N/D	N/D	2.4
 Boda	2.7	2.9	2.1	0.8
 Negocios	1.2	1.5	1.0	0.8

	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
 Motivos culturales	N/D	N/D	N/D	0.7
 Viaje de incentivos	0.6	1.1	1.1	0.7
 Congreso / Convención	1.6	1.7	1.2	0.2
 Evento especial	0.7	0.8	1.2	0.1
 Cultura Maya	2.2	2.0	2.2	N/D

Sentimiento



Canal de compra



1 **Agencia de viaje online**
Q3 2020: 32.1%
Q3 2019: 33.4%

2 **Agencia de viajes tradicional**
Q3 2020: 26.8%
Q3 2019: 28.1%

3 **Web compañía aérea**
Q3 2020: 15.8%
Q3 2019: 12.6%

4 **Buscador de viajes**
Q3 2020: 8.1%
Q3 2019: 10.1%

5 **Sitio web del hotel**
Q3 2020: 6.6%
Q3 2019: 5.4%

6 **Sitio de renta vacacional**
Q3 2020: 2.1%
Q3 2019: N/D

7 **Tiempo compartido**
Q3 2020: 2.9%
Q3 2019: 4.5%

8 **Oficina – teléfono compañía aérea**
Q3 2020: 3.5%
Q3 2019: 2.1%

9 **Teléfono del hotel**
Q3 2020: 2.0%
Q3 2019: 0.6%

Uso y tipo de paquete



Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q3 2019	Q3 2020
Tamaño de grupo	2.8 personas	3.3 personas
Gasto total	\$975	\$658
Tarifa aérea	\$280	\$192
Hospedaje	\$356	\$305
Gasto en el destino	\$339	\$161



Tipo de hospedaje utilizado



HOSPEDAJE	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
Hotel	84.6	81.9	80.4	75.2	83.8
Renta vacacional	4.6	5.6	7.8	9.5	6.2
Casa de familiares/amigos	3.1	4.2	3.9	5.1	3.6
Tiempo compartido	5.4	6.2	6.1	5.9	3.2
Casa o condominio particular	2.4	2.1	1.8	1.8	2.3
Hostal	N/D	N/D	N/D	2.6	0.8

Tours realizados



**Zonas
Arqueológicas**

Q3 2020: 9.8%
Q3 2019: 63.1%



**Cenotes y
cavernas**

Q3 2020: 36.7%
Q3 2019: 64.1%



**Actividades
acuáticas**

Q3 2020: 16.8%
Q3 2019: 31.3%



**Parques
recreativos**

Q3 2020: 28.7%
Q3 2019: 70.0%



**Ciudades
cercanas**

Q3 2020: 36.7%
Q3 2019: 64.1%



Naturaleza

Q3 2020: 9.9%
Q3 2019: 4.3%



Entretenimiento

Q3 2020: 4.8%
Q3 2019: 3.6%



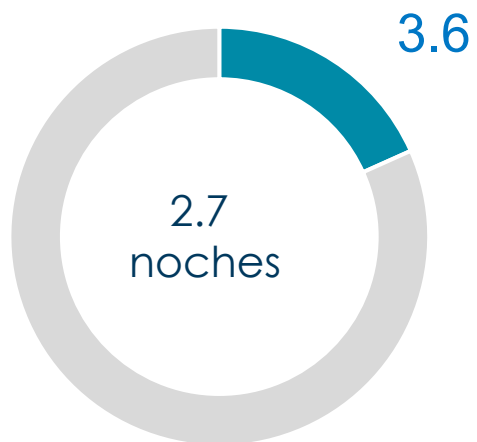
Deportes

Q3 2020: 0.6%
Q3 2019: 0.8%

Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

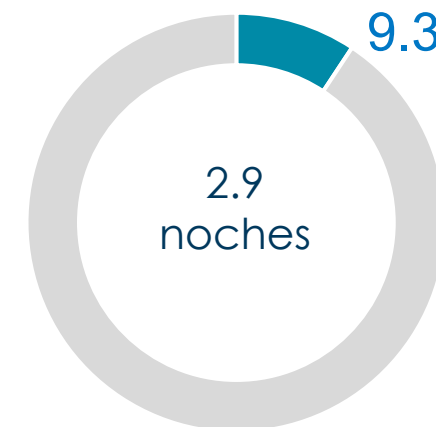


Q3 2020
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Destinos	Q1 2020	Q3 2020
PLAYA DEL CARMEN	24.1	25.0
TULUM	20.3	20.8
ISLA MUJERES	8.6	15.6
BACALAR	8.4	9.4
Mérida	8.4	6.3
RIVIERA MAYA	N/D	4.2
ISLA COZUMEL	6.9	6.3
HOLBOX	8.1	5.2
Valladolid	6.4	1.0
Campeche	2.1	1.0
CHETUMAL	0.7	1.0
MAHAHUAL	0.7	0.7

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



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA