

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q1  
(ENE | MAR 2020)

CARIBE MEXICANO

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA



# Metodología

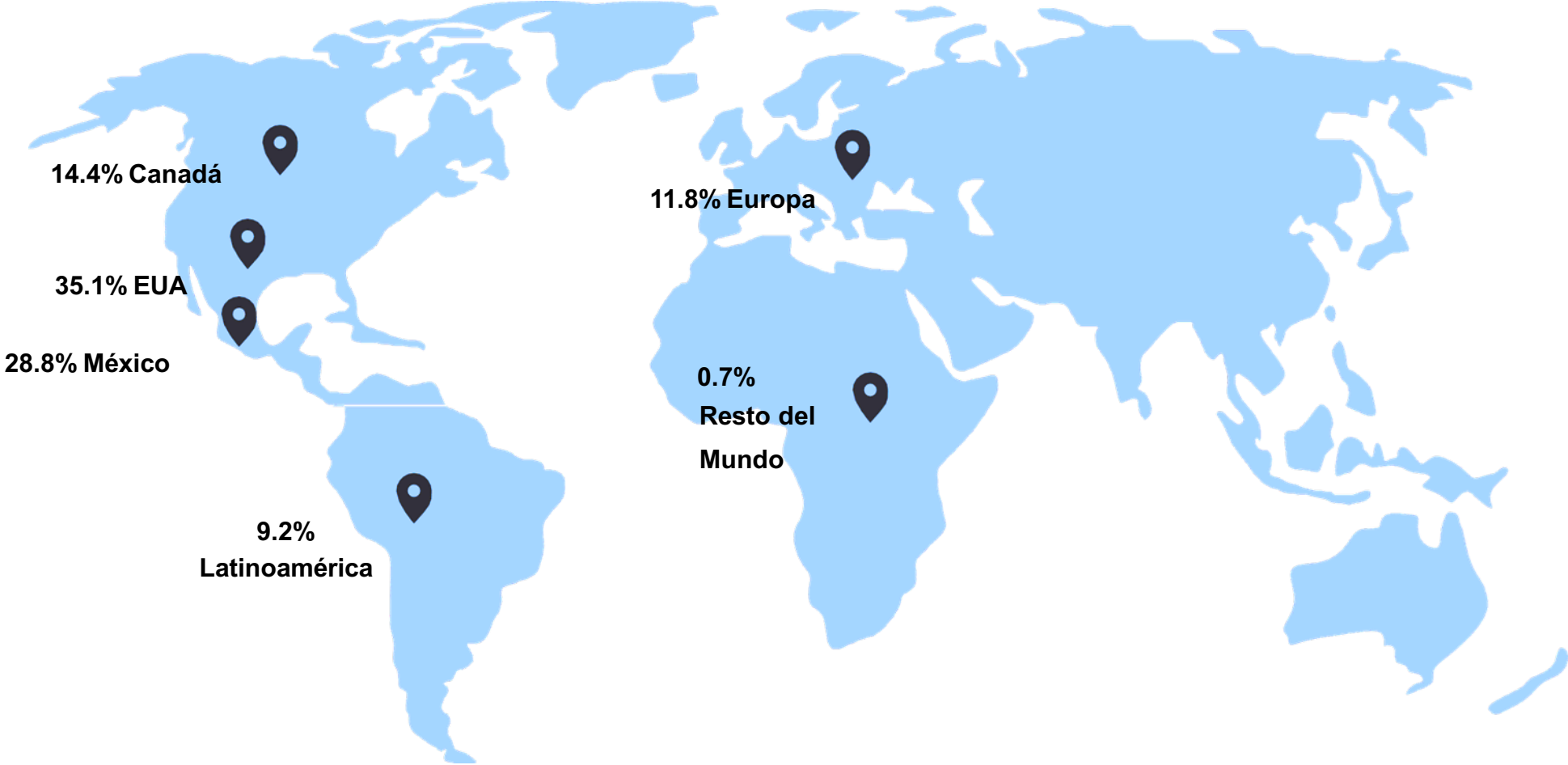
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

Los levantamientos asociados a **Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres 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

México 28.8%

EUA 35.1%

Europa 11.8%

## Top

## Estados de México

## Estados de EUA

## Países de Europa

1	Ciudad De México	22.1
2	Estado De México	12.1
3	Jalisco	10.5
4	Nuevo León	9.5
5	Chihuahua	5.0
6	Querétaro	4.2
7	Puebla	4.0
8	Baja California	3.8
9	Guanajuato	3.4
10	San Luis Potosí	2.9

Texas	10.0
Illinois	8.1
California	8.0
New York	6.3
Florida	5.9
Minnesota	5.3
Michigan	4.6
Wisconsin	4.1
Pennsylvania	3.8
New Jersey	3.6

Alemania	25.2
Francia	17.8
Inglaterra	14.7
Rusia	6.5
Holanda	5.2
Italia	4.7
Suiza	4.0
España	3.5
Suecia	3.1
Polonia	2.4

# Edad del turista



## Baby Boomers (60 años y más)

10.7% de los turistas



## Generación X (40 a 59 años)

29.3% de los turistas  
-De 40 a 49 años 16.0%  
-De 50 a 59 años 13.3%



## Millenials (20 a 39 años)

47.9% de los turistas  
-De 20 a 29 años 23.0%  
-De 30 a 39 años 24.9%



## Generación Z (0 a 19 años)

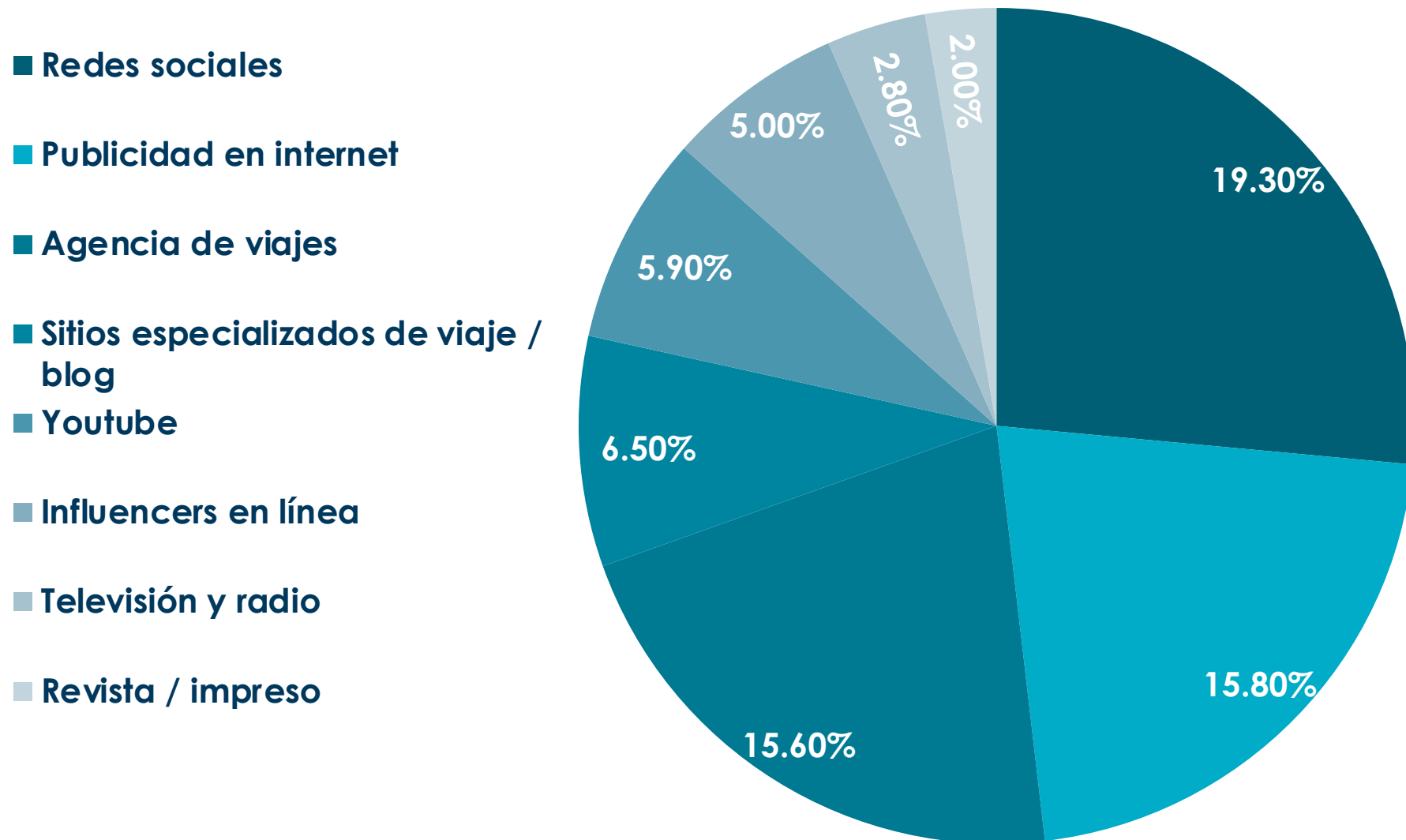
12.0% de los turistas  
-Hasta los 12 años 7.0%  
-De 13 a 19 años 5.0%

# Ingresos anuales en dólares

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Más de \$150,000	13.8	16.4	19.2	22.6	14.9
De \$100,000 a \$150,000	11.6	13.7	17.5	16.7	12.9
De \$75,000 a \$99,999	9.8	11.7	11.0	10.0	11.7
De \$50,000 a \$74,999	11.6	11.1	10.3	10.5	12.3
De \$35,000 a \$49,999	13.3	13.6	13.4	12.6	9.5
De \$25,000 a \$34,999	11.5	9.8	9.8	9.0	7.6
De \$15,000 a \$24,999	12.0	11.2	8.8	9.7	12.5
Menos de \$15,000	16.2	12.5	10	8.8	18.7

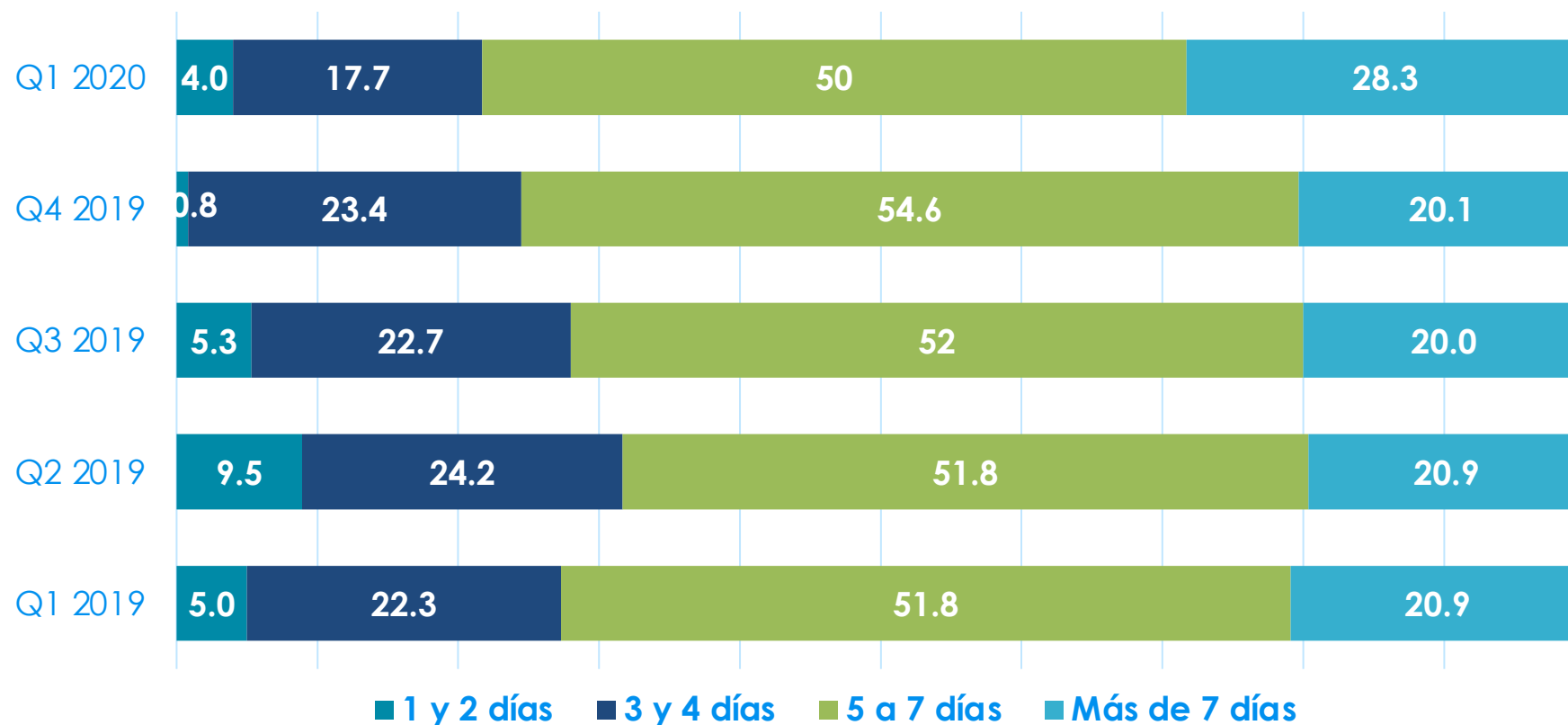


# Medios que influyeron en su intención de visita





# Estancia y tamaño de grupo



## Q1 2020

Estancia media: **8.3** días

Tamaño de grupo: **2.6** personas

## Q1 2019

Estancia media: **6.3** días

Tamaño de grupo: **2.8** personas

# Personas con quien viaja

## Viaja en pareja

Q1 2019	Q1 2020
51.4%	45.5%

## Viaja en familia

Q1 2019	Q1 2020
31.1%	30.7%

Q1  
2020

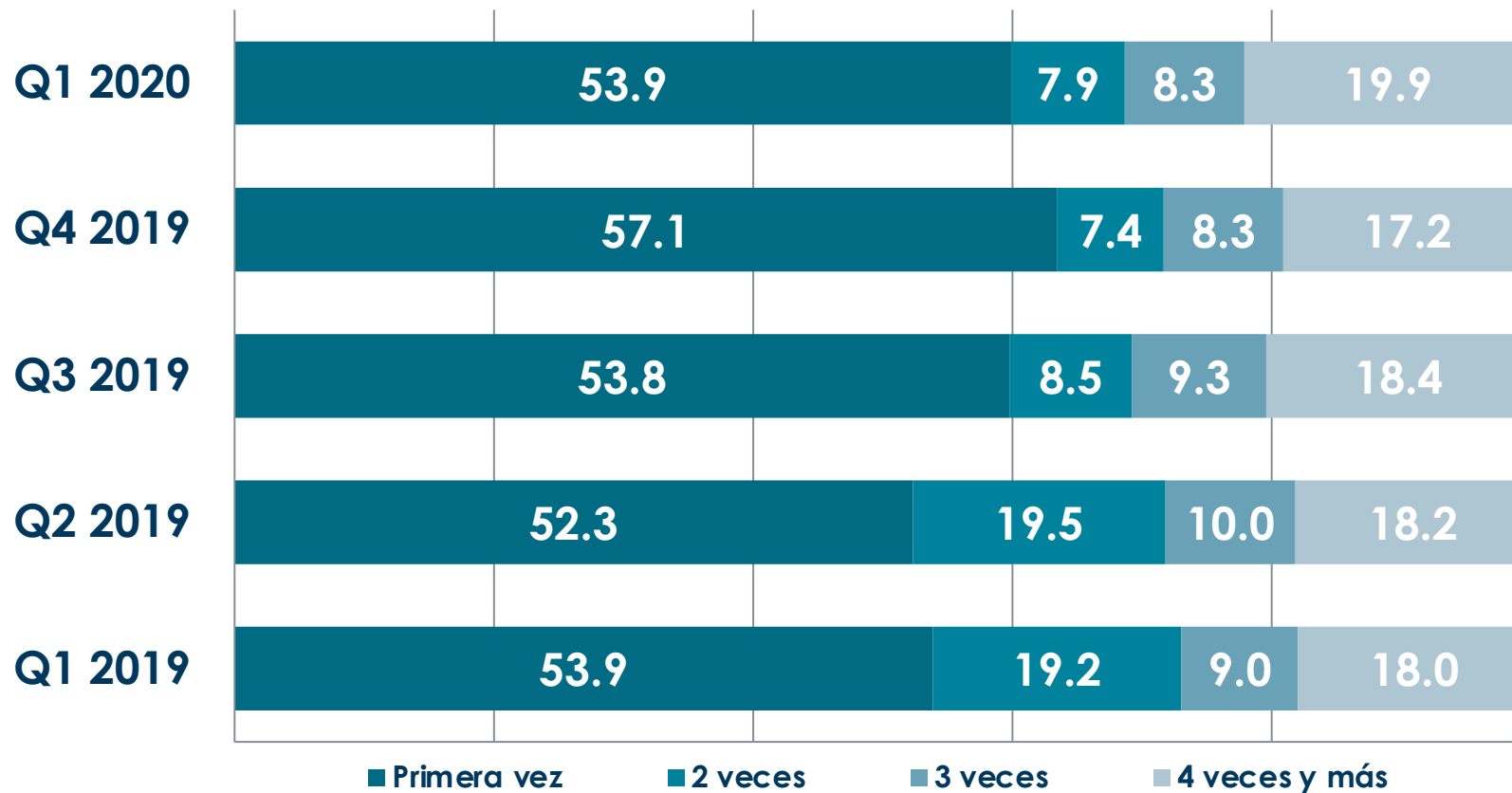
## Viaja con amigos

Q1 2019	Q1 2020
10.6%	12.1%

## Viaja solo

Q1 2019	Q1 2020
6.9%	11.7%

# Visita y tasa de retorno



**Q1 2019**

Tasa de retorno al destino: **46.1 %**






**Q1 2020**

Tasa de retorno al destino: **46.1 %**

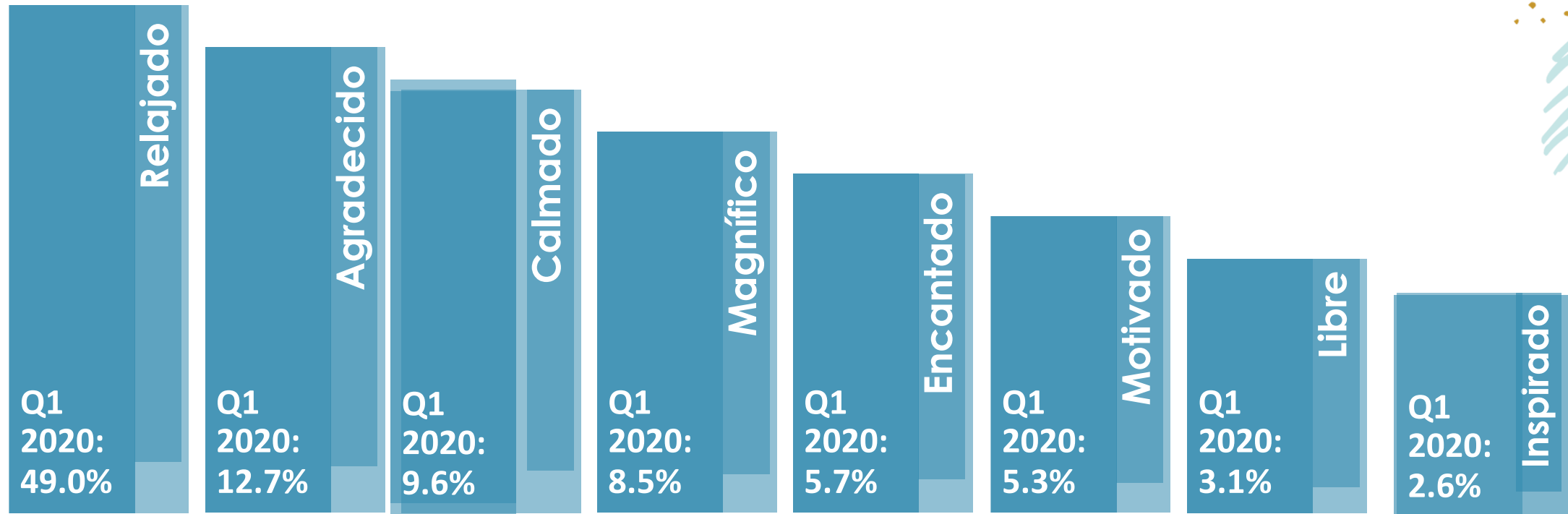
# Motivo de viaje

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
 Descansar	75.0%	68.2%	65.2%	60.3%	69.2%
 Actividades de aventura	6.4%	9.1%	11.4%	11.0%	7.7%
 Luna de Miel	4.7%	6.6%	6.5%	9.0%	4.7%
 Motivos culturales	2.3%	2.1%	2.6%	2.3%	2.7%
 Boda	2.5%	4.3%	3.2%	4.7%	2.6%
 Negocios	1.7%	1.6%	1.4%	1.9%	1.7%
 Otros	0.9%	0.7%	1.1%	0.7%	1.5%

Porcentaje de respuesta: 99.1% del total de turistas

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
 Salud y bienestar	1.0%	0.9%	1.3%	1.2%	1.4%
 Congreso / Convención	0.9%	1.4%	0.9%	1.8%	1.1%
 Vida nocturna	0.9%	0.9%	1.2%	1.1%	1.1%
 Viaje de incentivos	0.9%	0.9%	1.2%	1.1%	1.1%
 Evento especial	0.6%	0.7%	0.7%	1.2%	1.0%

# Sentimiento



# Canal de compra



# Uso y tipo de paquete



# Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q1 2019	Q1 2020
Tamaño de grupo	2.7 personas	2.6 personas
Gasto total	\$1,094	\$1,150
Tarifa aérea	\$335	\$319
Hospedaje	\$483	\$458
Gasto en el destino	\$276	\$373



# Tipo de hospedaje utilizado

HOSPEDAJE	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Hotel	81.1	83.7	81.8	79.0	73.2
Tiempo compartido	6.3	5.2	5.4	6.3	6.0
Renta vacacional	7.5	5.9	7.0	9.0	10.9
Casa de familiares/amigos	3	3.2	3.9	3.8	4.6

# Tours realizados



**Zonas  
Arqueológicas**

**Q1 2020: 47.6%**  
Q1 2019: 66.3%



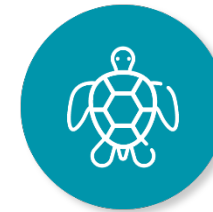
**Cenotes y  
cavernas**

**Q1 2020: 19.5%**  
Q1 2019: 24.9%



**Actividades  
acuáticas**

**Q1 2020: 16.8%**  
Q1 2019: 33.0%



**Parques  
recreativos**

**Q1 2020: 26.2%**  
Q1 2019: 61.7%



**Ciudades  
cercanas**

**Q1 2020: 28.6%**  
Q1 2019: 43.2%



**Naturaleza**

**Q1 2020: 5.5%**  
Q1 2019: 0.9%



**Entretenimiento**

**Q1 2020: 5.3%**  
Q1 2019: 3.3%



**Deportes**

**Q1 2020: 0.8%**  
Q1 2019: ---%

# ➤ Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

Destinos	Q4 2019	Q1 2020
PLAYA DEL CARMEN	17.9	16.6
TULUM	12.8	15.0
BACALAR	10.3	12.8
cancun	10.0	9.2
MÉRIDA	5.7	8.2
HOLBOX	8.9	7.6
VALLADOLID	5.1	7.2
ISLA COZUMEL	7.6	7.0
ISLA MUJERES	13.1	6.3
MAHAHUAL		2.6
CAMPECHE		2.0
CHETUMAL	1.6	1.5

Q4 2019

% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos

17.4



Q1 2020

% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos

9.8



QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA