

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q3
(JUL | SEP 2020)



Metodología

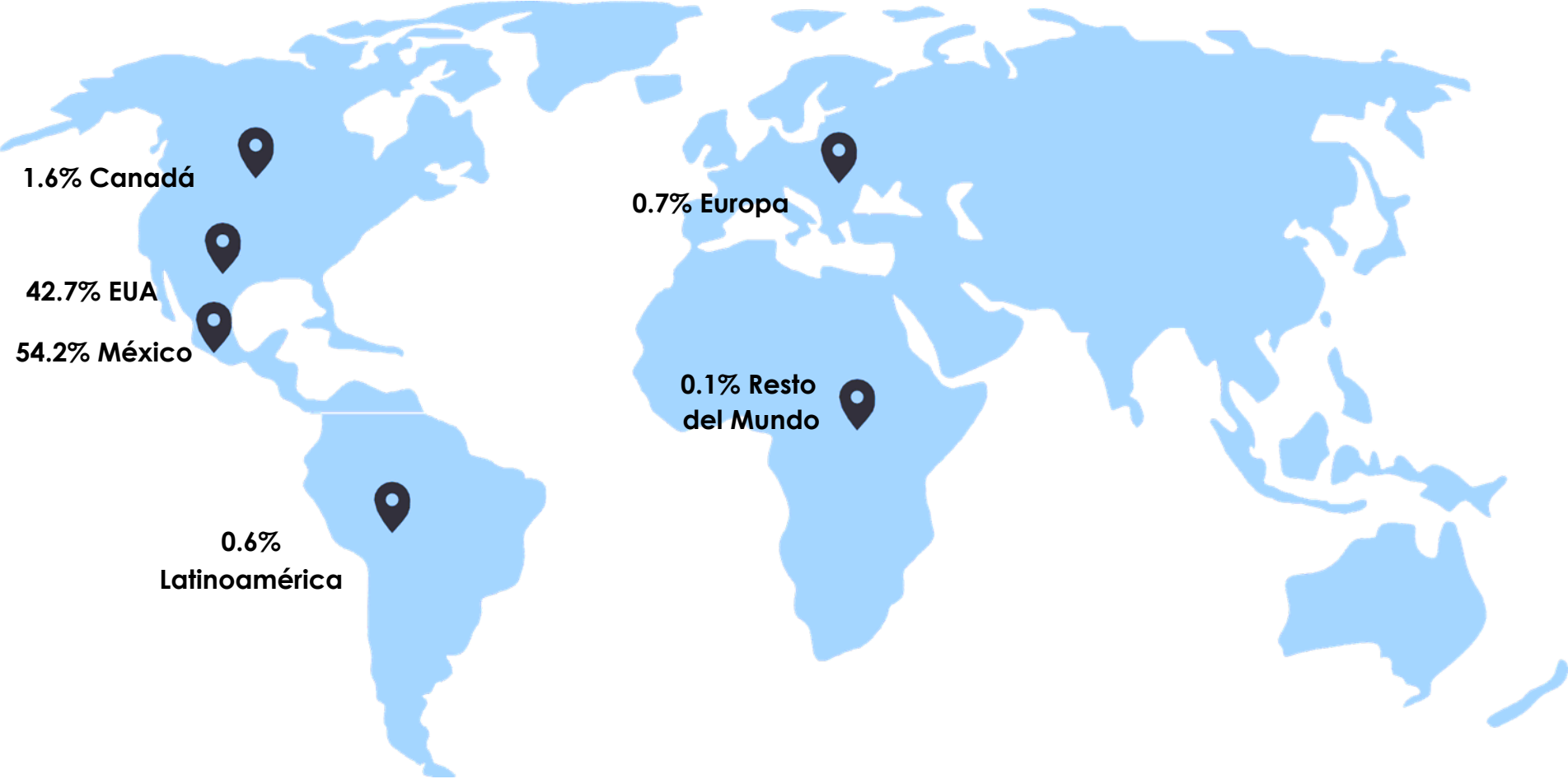
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

Los levantamientos asociados a **Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres 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 54.2%

EUA 42.7%

Top

Estados de México

Estados de EUA

| | | | | |
|----|------------------|------|--------------|------|
| 1 | Ciudad De México | 22.8 | Texas | 27.8 |
| 2 | Nuevo León | 14.5 | California | 8.3 |
| 3 | Jalisco | 10.6 | New York | 7.4 |
| 4 | Estado De México | 6.6 | Florida | 7.0 |
| 5 | Chihuahua | 6.3 | Illinois | 6.2 |
| 6 | Querétaro | 4.8 | Georgia | 3.7 |
| 7 | Guanajuato | 4.4 | New Jersey | 3.7 |
| 8 | Quintana Roo | 4.0 | Ohio | 3.0 |
| 9 | Coahuila | 3.8 | Oklahoma | 2.7 |
| 10 | Baja California | 3.3 | Pennsylvania | 2.4 |

Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

4.5% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

28.7 % de los turistas
-De 40 a 49 años 18.2%
-De 50 a 59 años 10.5%



Millenials (20 a 39 años)

49.4% de los turistas
-De 20 a 29 años 25.1%
-De 30 a 39 años 24.3%



Generación Z (0 a 19 años)

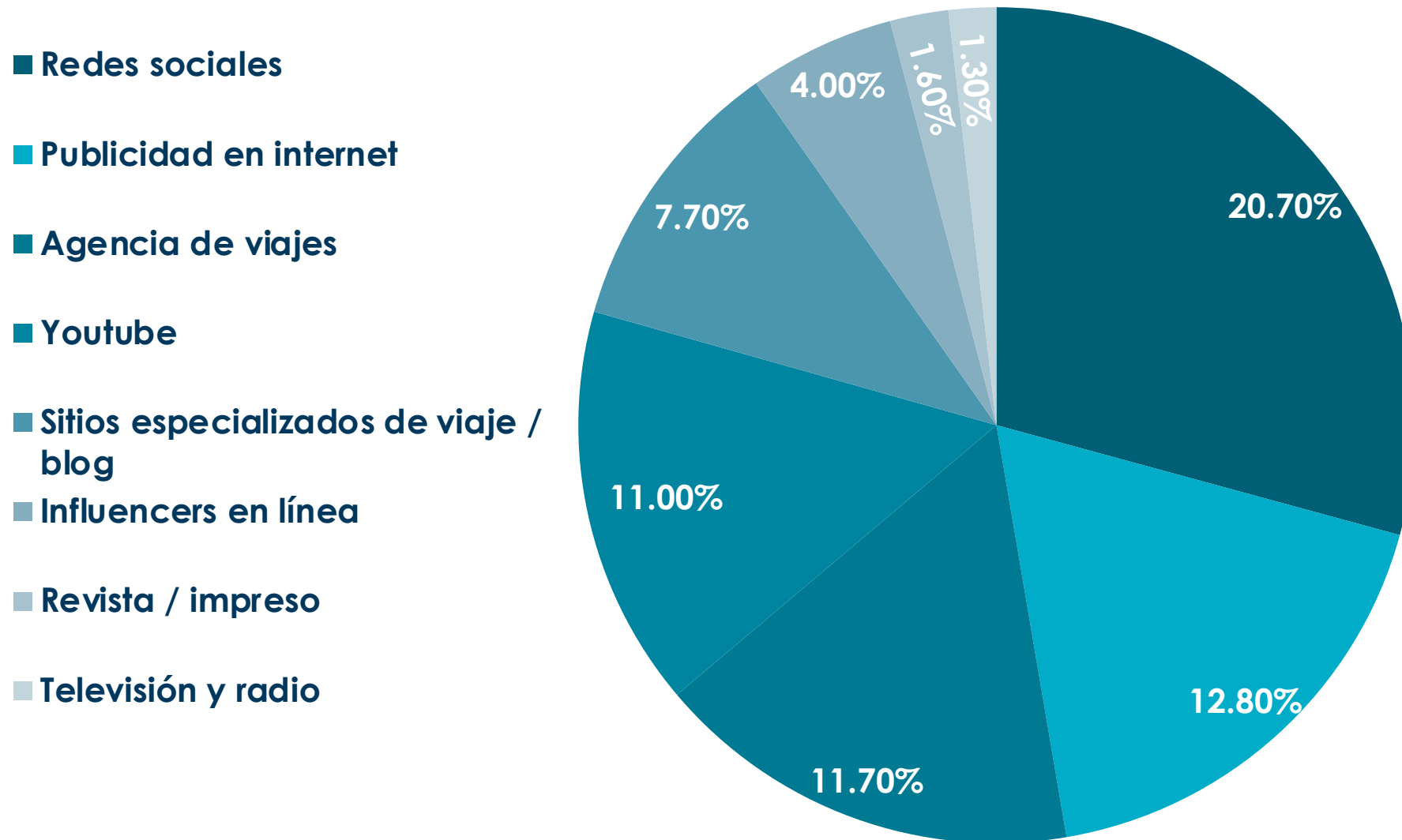
17.5% de los turistas
-Hasta los 12 años 10.9%
-De 13 a 19 años 6.6%

Ingresos anuales en dólares

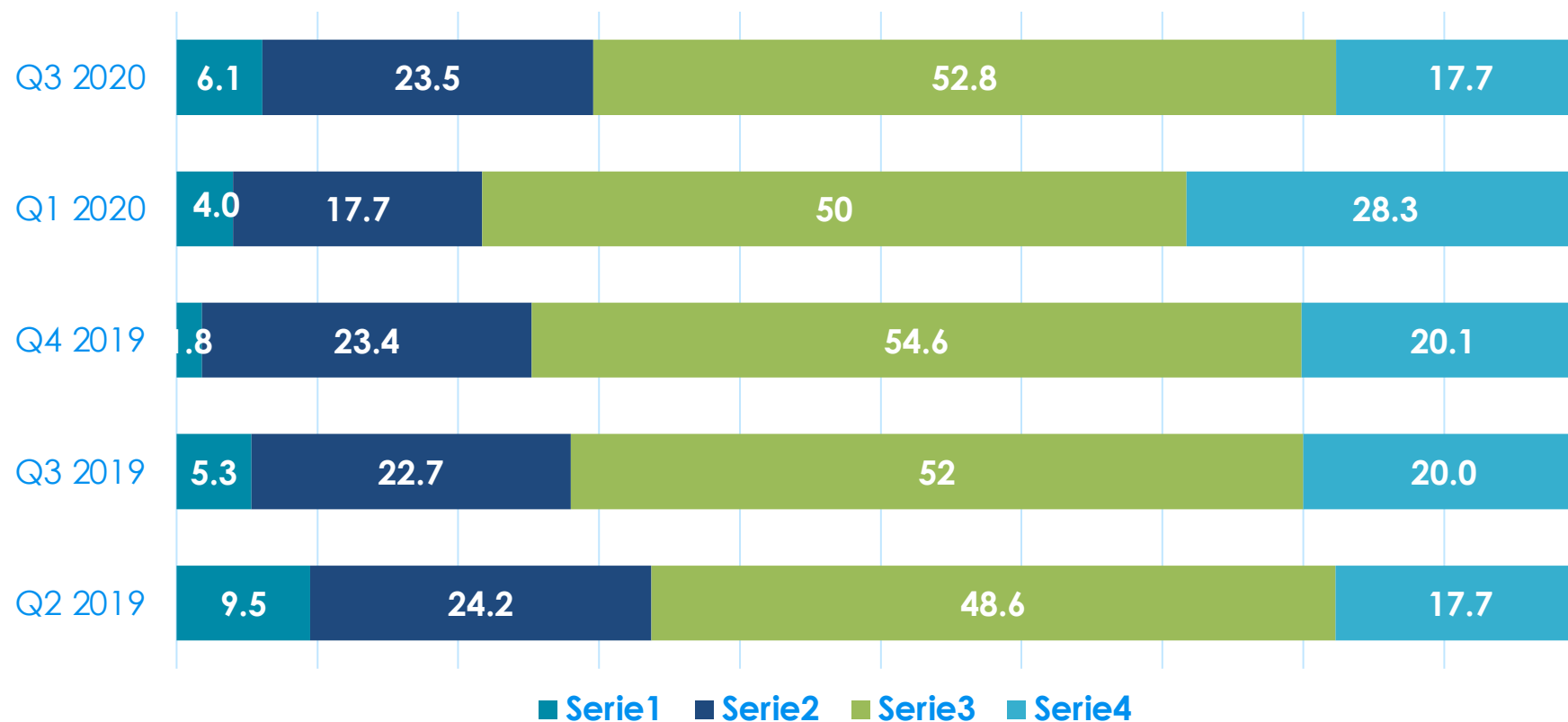
| | Q2 2019 | Q3 2019 | Q4 2019 | Q1 2020 | Q3 2020 |
|--------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Más de \$150,000 | 16.4 | 19.2 | 22.6 | 14.9 | 13.1 |
| De \$100,000 a \$150,000 | 13.7 | 17.5 | 16.7 | 12.9 | 11.6 |
| De \$75,000 a \$99,999 | 11.7 | 11.0 | 10.0 | 11.7 | 9.7 |
| De \$50,000 a \$74,999 | 11.1 | 10.3 | 10.5 | 12.3 | 11.7 |
| De \$35,000 a \$49,999 | 13.6 | 13.4 | 12.6 | 9.5 | 8.6 |
| De \$25,000 a \$34,999 | 9.8 | 9.8 | 9.0 | 7.6 | 9.7 |
| De \$15,000 a \$24,999 | 11.2 | 8.8 | 9.7 | 12.5 | 15.9 |
| Menos de \$15,000 | 12.5 | 10 | 8.8 | 18.7 | 19.8 |



Medios que influyeron en su intención de visita



Estancia y tamaño de grupo



Q1 2020

Estancia media: 6.6 días

Tamaño de grupo: 3.2 personas

Q1 2019

Estancia media: 6.5 días

Tamaño de grupo: 3.1 personas

Personas con quien viaja

Viaja en pareja

| Q3 2020 | Q3 2019 |
|---------|---------|
| 44.7% | 38.2% |

Viaja en familia

| Q3 2020 | Q3 2019 |
|---------|---------|
| 37.2% | 43.4% |

Q3
2020

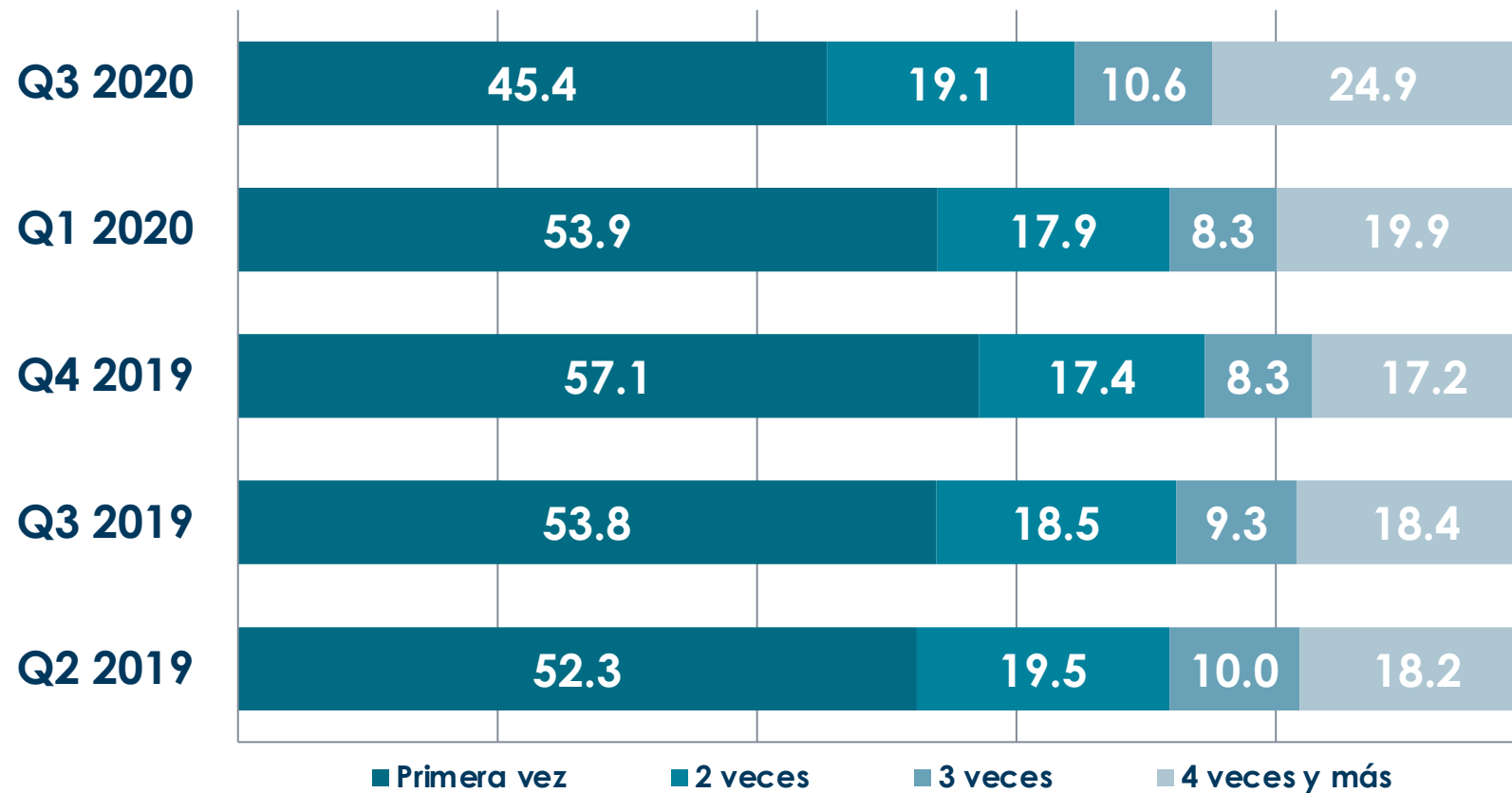
Viaja con amigos

| Q3 2020 | Q3 2019 |
|---------|---------|
| 8.6% | 10.1% |

Viaja solo

| Q3 2020 | Q3 2019 |
|---------|---------|
| 9.4% | 8.3% |

Visita y tasa de retorno











Q3 2020






Tasa de retorno al destino: **54.6%**

Q1 2019

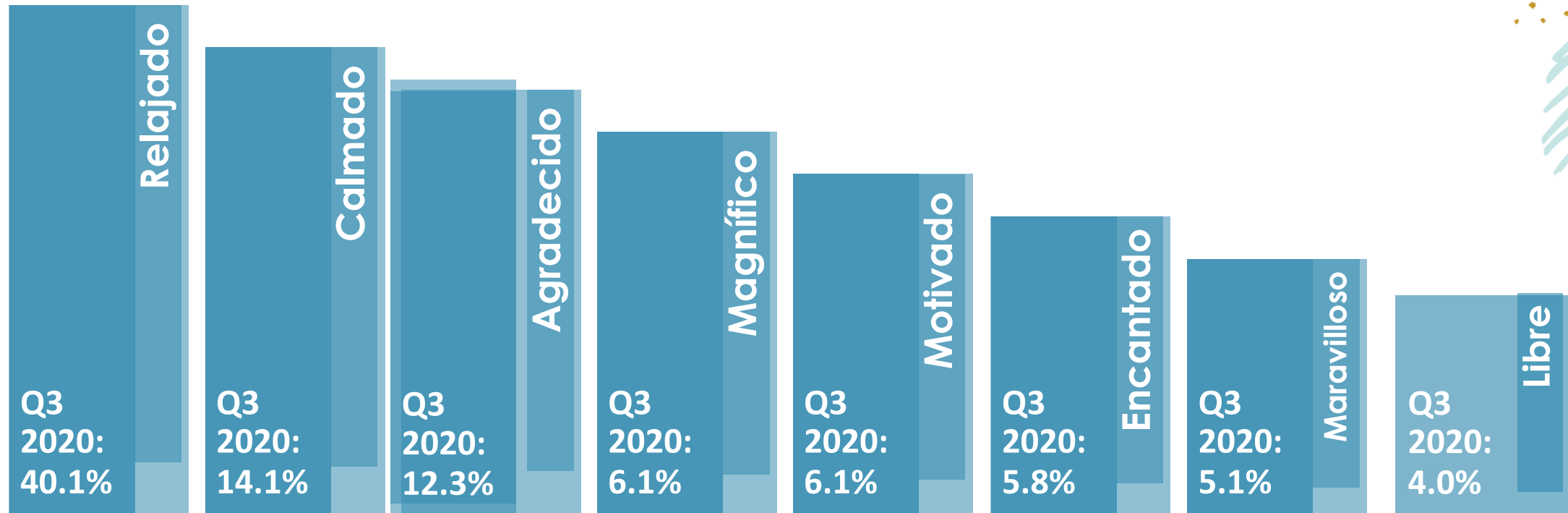
Tasa de retorno al destino: **46.2%**

Motivo de viaje

| | Q2 2019 | Q3 2019 | Q4 2019 | Q1 2020 | Q3 2020 |
|---|------------|------------|------------|------------|------------|
|  Descansar | 68.2% | 65.2% | 60.3% | 69.2% | 71.8% |
|  Actividades de aventura | 9.1% | 11.4% | 11.0% | 7.7% | 7.7% |
|  Luna de Miel | 6.6% | 6.5% | 9.0% | 4.7% | 5.9% |
|  Visita amigos/familia | 2.3% | 3.2% | 3.2% | 4.0% | 4.6% |
|  Salud y Bienestar | 0.9% | 1.3% | 1.2% | 1.4% | 2.9% |
|  Boda | 4.3% | 3.2% | 4.7% | 2.6% | 2.4% |
|  Negocios | 1.6% | 1.4% | 1.9% | 1.7% | 2.3% |
|  Motivos culturales | 2.1% | 2.6% | 2.3% | 2.7% | 0.6% |

| | Q2 2019 | Q3 2019 | Q4 2019 | Q1 2020 | Q3 2020 |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|
|  Viaje de incentivos | 0.8% | 0.8% | 0.8% | 1.1% | 0.5% |
|  Vida nocturna | 0.9% | 1.2% | 1.1% | 1.1% | 0.3% |
|  Congreso/ Convención | 1.4% | 0.9% | 1.8% | 1.1% | 0.2% |
|  Otros | 0.7% | 1.1% | 0.7% | 1.5% | 0.1% |
|  Evento cultural, deportivo o social | 0.7% | 0.7% | 1.2% | 1 | 0.1% |

Sentimiento



Canal de compra



1 **Agencia de viaje online**
Q3 2020: 29.4%
Q3 2019: 30.7%

2 **Agencia de viajes tradicional**
Q3 2020: 23.7%
Q3 2019: 29.0%

3 **Web compañía aérea**
Q3 2020: 20.1%
Q3 2019: 13.8%

4 **Buscador de viajes**
Q3 2020: 8.0%
Q3 2019: 9.9%

5 **Sitio web del hotel**
Q3 2020: 7.9%
Q3 2019: 6.4%

6 **Sitio de renta vacacional**
Q3 2020: 2.8%
Q3 2019: N/D

7 **Tiempo compartido**
Q3 2020: 3.0%
Q3 2019: 4.1%

8 **Oficina – teléfono compañía aérea**
Q3 2020: 3.2%
Q3 2019: 2.0%

9 **Teléfono del hotel**
Q3 2020: 1.9%
Q3 2019: 0.9%

Uso y tipo de paquete



Distribución de la derrama (dólares por persona)



| Concepto | Q3 2019 | Q3 2020 |
|----------------------------|--------------|--------------|
| Tamaño de grupo | 3.1 personas | 3.2 personas |
| Gasto total | \$893 | \$669 |
| Tarifa aérea | \$250 | \$188 |
| Hospedaje | \$322 | \$321 |
| Gasto en el destino | \$321 | \$160 |

Tipo de hospedaje utilizado

| Hospedaje | Q2 2019 | Q3 2019 | Q4 2019 | Q1 2020 | Q3 2020 |
|------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Hotel | 83.7 | 81.8 | 79.0 | 73.2 | 78.6 |
| Renta vacacional | 5.9 | 7.0 | 9.0 | 10.9 | 8.5 |
| Casa de familiares/amigos | 3.2 | 3.9 | 3.8 | 4.6 | 5.4 |
| Casa o condominio particular | 2.1 | 2.0 | 1.9 | 2.6 | 3.2 |
| Tiempo compartido | 5.2 | 5.4 | 6.3 | 6.0 | 2.8 |
| Hostal | | | | 2.6 | 1.6 |

Tours realizados



**Zonas
Arqueológicas**

Q3 2020: 8.9%
Q3 2019: 66.9%



**Cenotes y
cavernas**

Q3 2020: 10.2%
Q3 2019: 27.5%



**Actividades
acuáticas**

Q3 2020: 18.8%
Q3 2019: 33.3%



**Parques
recreativos**

Q3 2020: 25.7%
Q3 2019: 67.5%



**Ciudades
cercanas**

Q3 2020: 29.1%
Q3 2019: 53.9%



Naturaleza

Q3 2020: 8.3%
Q3 2019: 4.5%



Entretenimiento

Q3 2020: 3.4%
Q3 2019: 3.9%



Deportes

Q3 2020: 0.5%
Q3 2019: 0.9%

Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

| Destinos | Q4 2019 | Q1 2020 | Q3 2020 |
|------------------|---------|---------|---------|
| BACALAR | 10.3 | 12.8 | 18.2 |
| PLAYA DEL CARMEN | 17.9 | 16.6 | 17.4 |
| TULUM | 12.8 | 15 | 14.7 |
| cancon | 10.0 | 9.2 | 13.4 |
| MAHAHUAL | N/D | 2.6 | 9.3 |
| HOLBOX | 8.9 | 7.6 | 6.8 |
| ISLA MUJERES | 13.1 | 6.3 | 5.6 |
| Mérida | 5.7 | 8.2 | 3.9 |
| ISLA COZUMEL | 7.6 | 7.0 | 3.5 |
| CHETUMAL | 1.6 | 1.5 | 2.7 |
| Valladolid | 5.1 | 7.2 | 1.2 |
| Campeche | N/D | 2.0 | 0.4 |



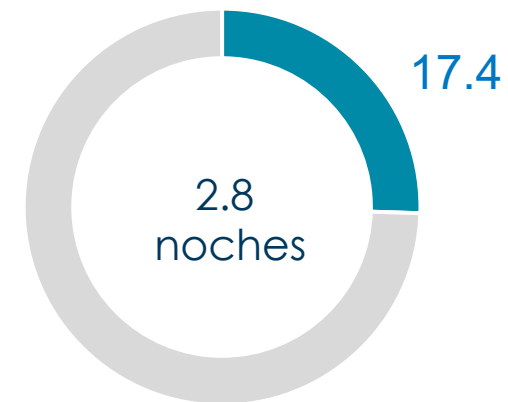
Q3 2020

% 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