

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA



INFORME TRIMESTRAL  
(Q1 | Enero – Marzo 2020)

# Metodología

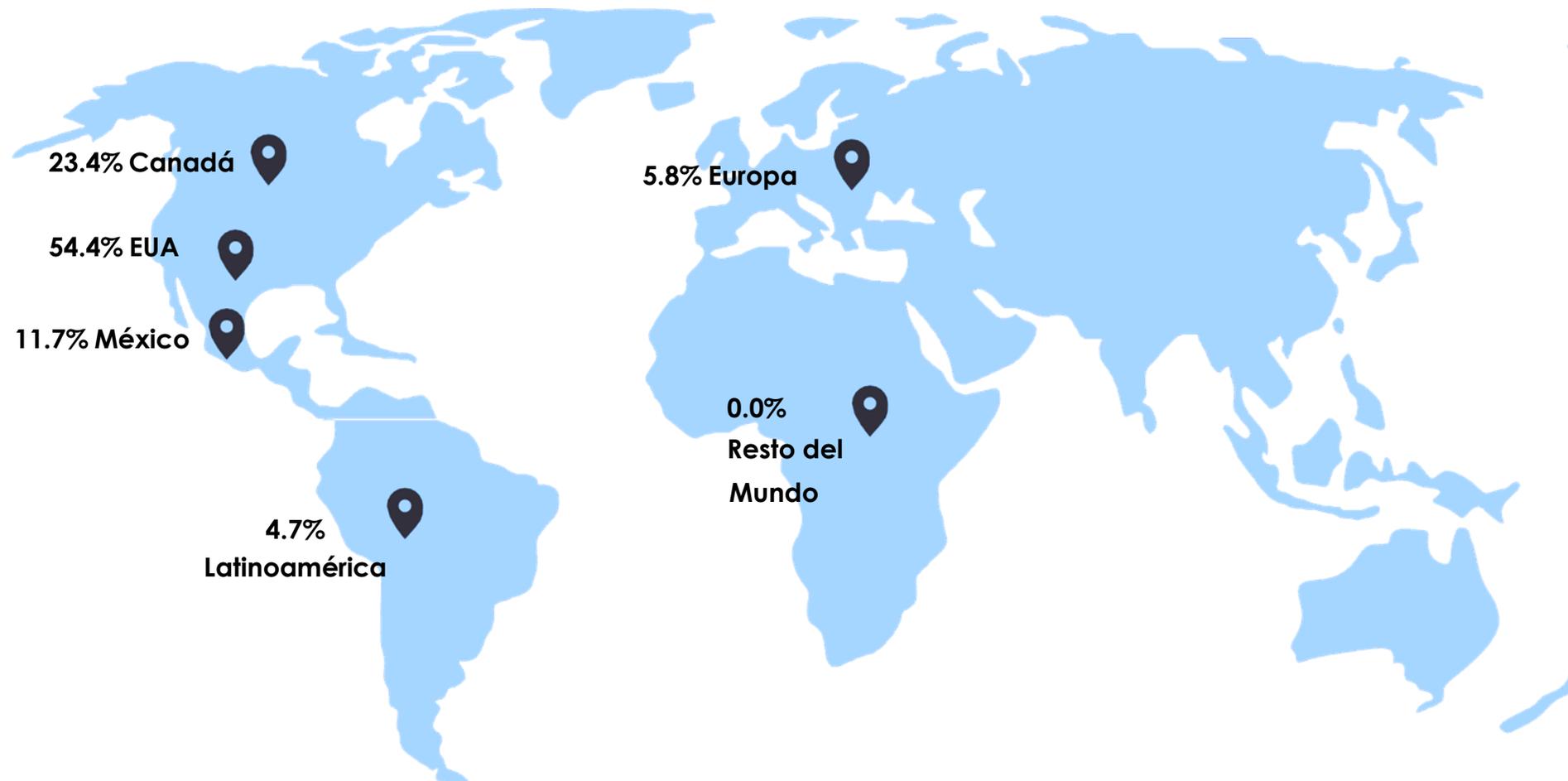
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

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 11.7%

EUA 54.4%

Canadá 23.4%

## Top

1	Nuevo León	25.0
2	Querétaro	20.0
3	Guanajuato	15.0
4	San Luis Potosí	10.0
5	Aguascalientes	5.0
6	Coahuila	5.0
7	Guerrero	5.0
8	Jalisco	5.0
9	Veracruz	5.0
10	Zacatecas	5.0

## Estados de México

## Estados de EUA

## Provincias de Canadá

TEXAS	8.7
ILLINOIS	7.6
CALIFORNIA	6.5
GEORGIA	6.5
MICHIGAN	6.5
IOWA	5.4
NEW YORK	5.4
OHIO	5.4
INDIANA	4.3
NEW JERSEY	4.3

ONTARIO	54.1
QUEBEC	27.0
ALBERTA	8.1
COLUMBIA BRITANICA	5.4
MANITOBA	2.7
SASKATCHEWAN	2.7

# Edad del turista



## Baby Boomers (60 años y más)

13% de los turistas



## Generación X (40 a 59 años)

31% de los turistas

-De 40 a 49 años 15.5%

-De 50 a 59 años 15.5%



## Millenials (20 a 39 años)

43.6% de los turistas

-De 20 a 29 años 19.4%

-De 30 a 39 años 24.2%



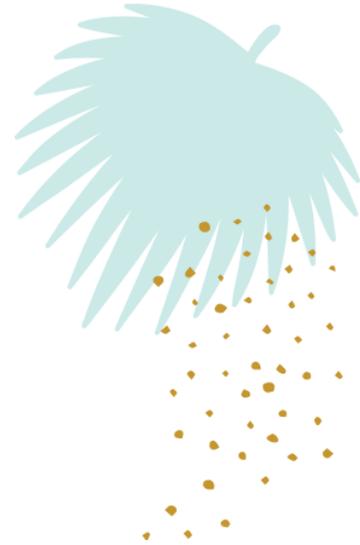
## Generación Z (0 a 19 años)

12.5% de los turistas

-Hasta los 12 años 8.3%

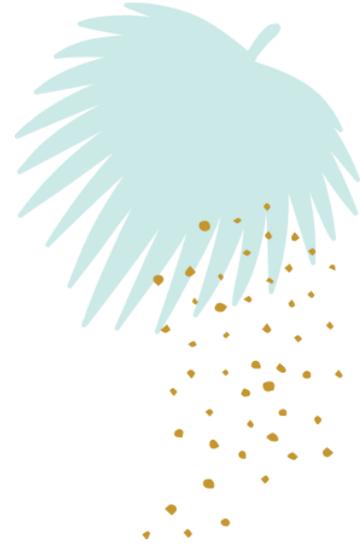
-De 13 a 19 años 4.2%

# Ingresos anuales en dólares

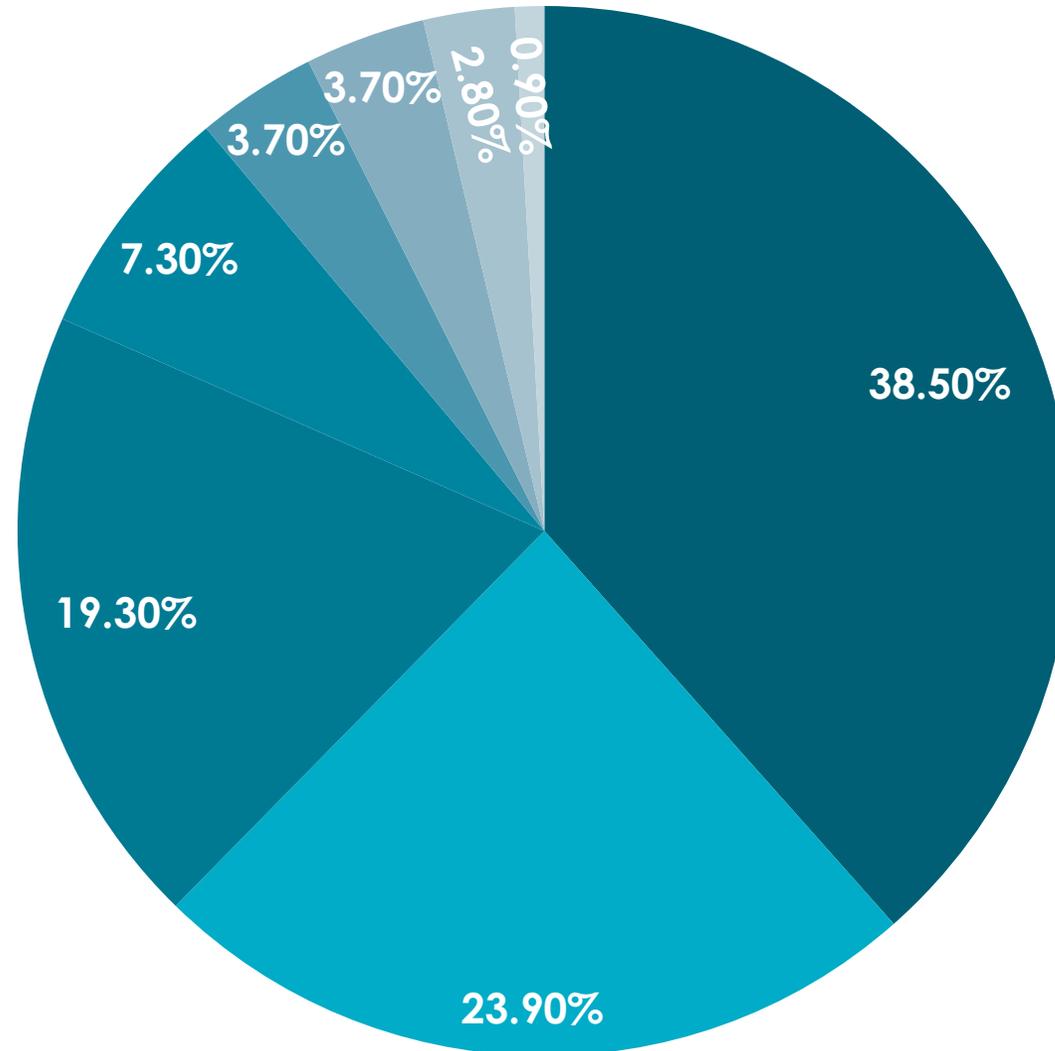


	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Más de \$150,000	28.1	15.7	22.6	17.0	19.4
De \$100,000 a \$150,000	17.8	20.9	13.5	18.0	23.3
De \$75,000 a \$99,999	14.8	13.9	12.8	13.0	16.5
De \$50,000 a \$74,999	14.8	12.7	21.1	17.0	15.5
De \$35,000 a \$49,999	9.7	12.7	6.8	8.0	6.8
De \$25,000 a \$34,999	4.4	7.0	6.8	10.0	4.9
De \$15,000 a \$24,999	5.2	10.1	9.0	8.0	6.8
Menos de \$15,000	5.2	7.0	7.5	9.0	6.8

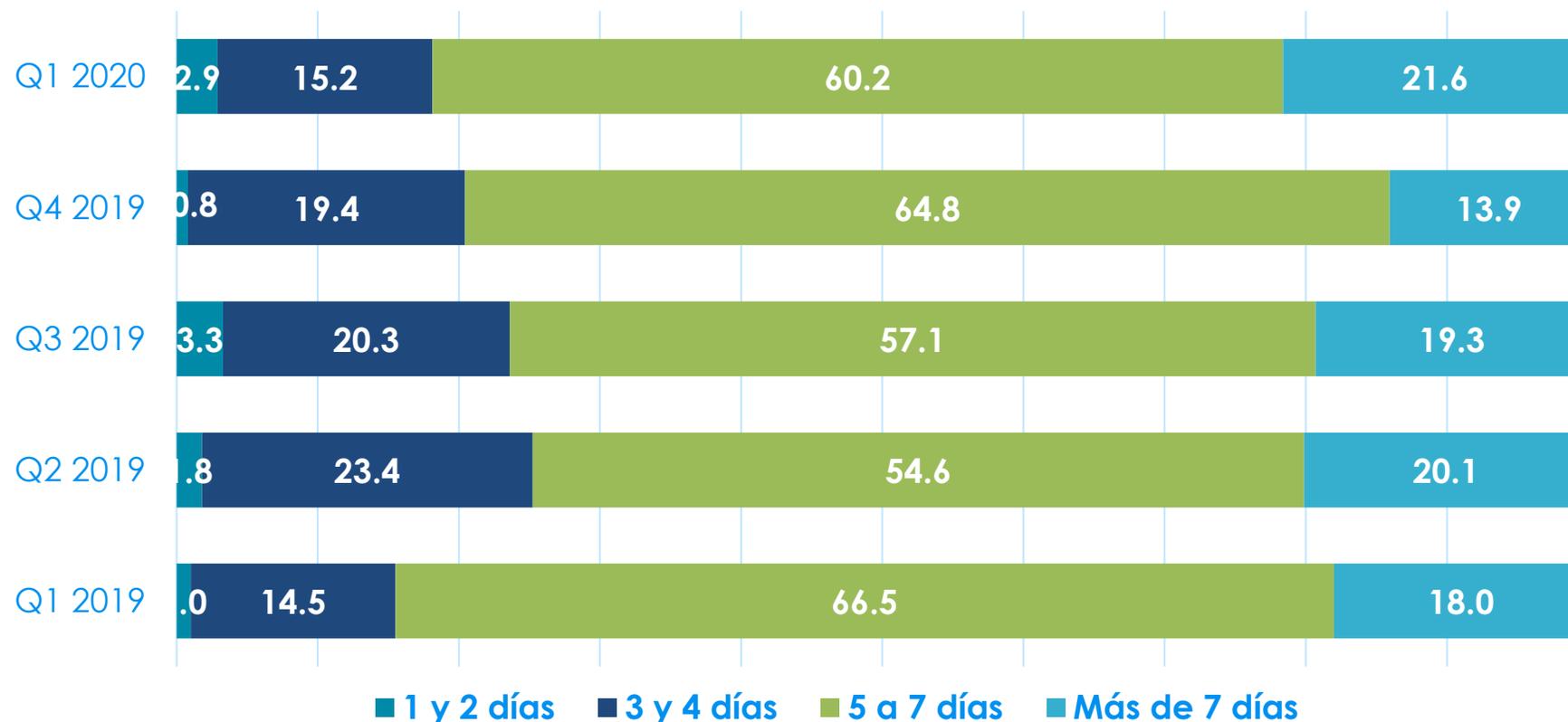
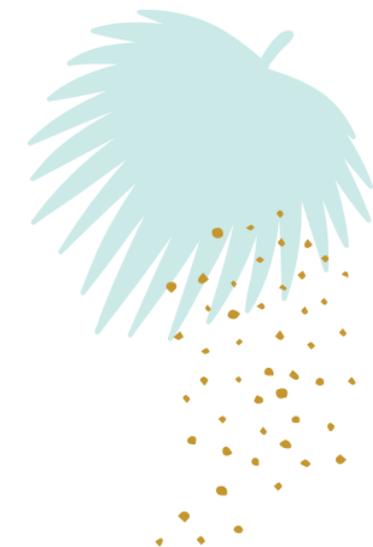
# Medios que influyeron en su intención de visita



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



# Estancia y tamaño de grupo



## Q1 2019

Estancia media: 6.5 días

Tamaño de grupo: 3.0 personas

## Q1 2020

Estancia media: 6.6 días

Tamaño de grupo: 2.5 personas

# Personas con quien viaja

## Viaja en pareja

Q1 2019	Q1 2020
55.9%	52.9%

## Viaja en familia

Q1 2019	Q1 2020
32.8%	29.4%

Q1  
2020

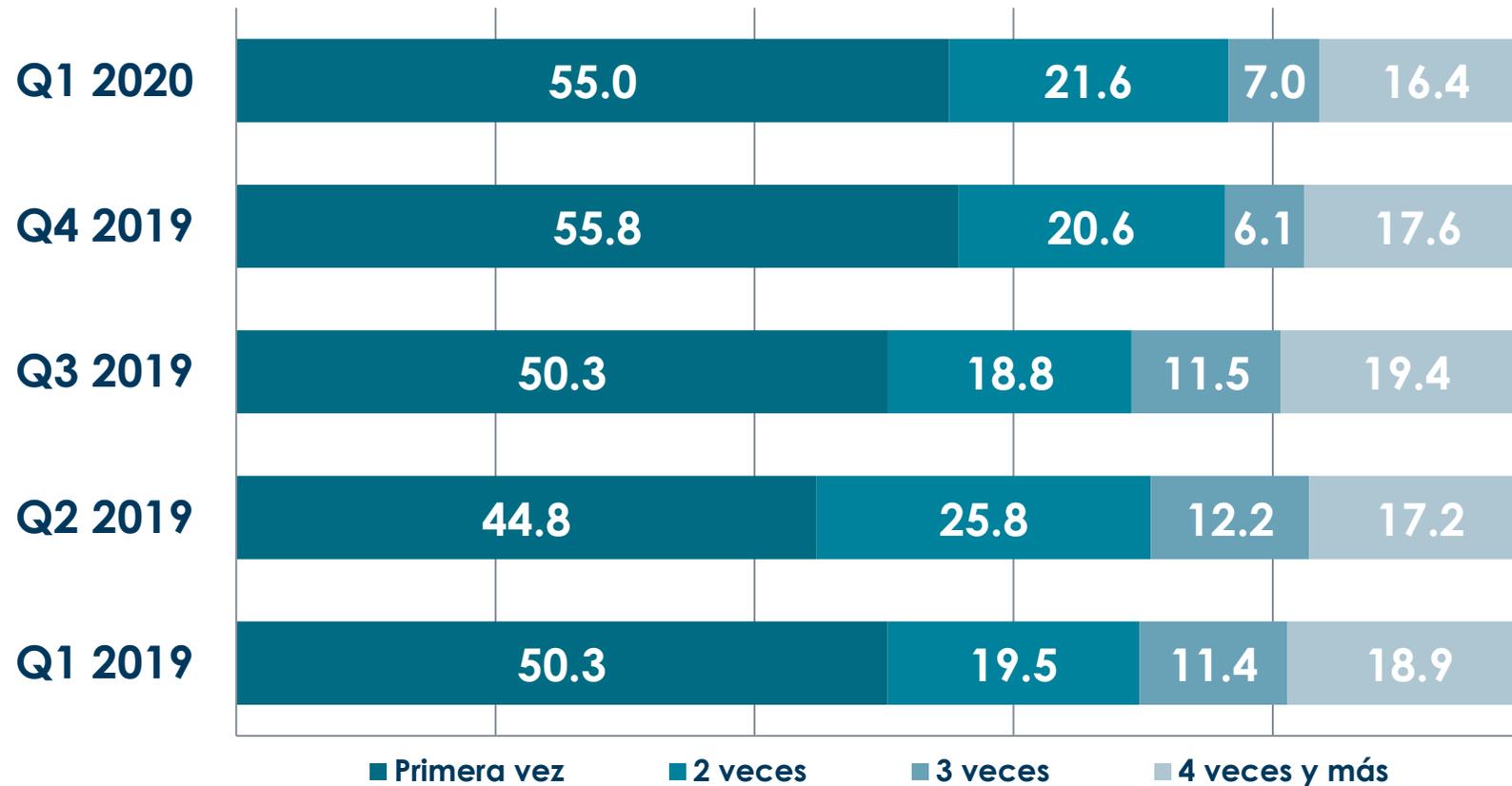
## Viaja con amigos

Q1 2019	Q1 2020
7.4%	9.4%

## Viaja solo

Q1 2019	Q1 2020
3.9%	8.2%

# Visita y tasa de retorno



Q1 2019

Tasa de retorno al destino: **49.7 %**

Q1 2020

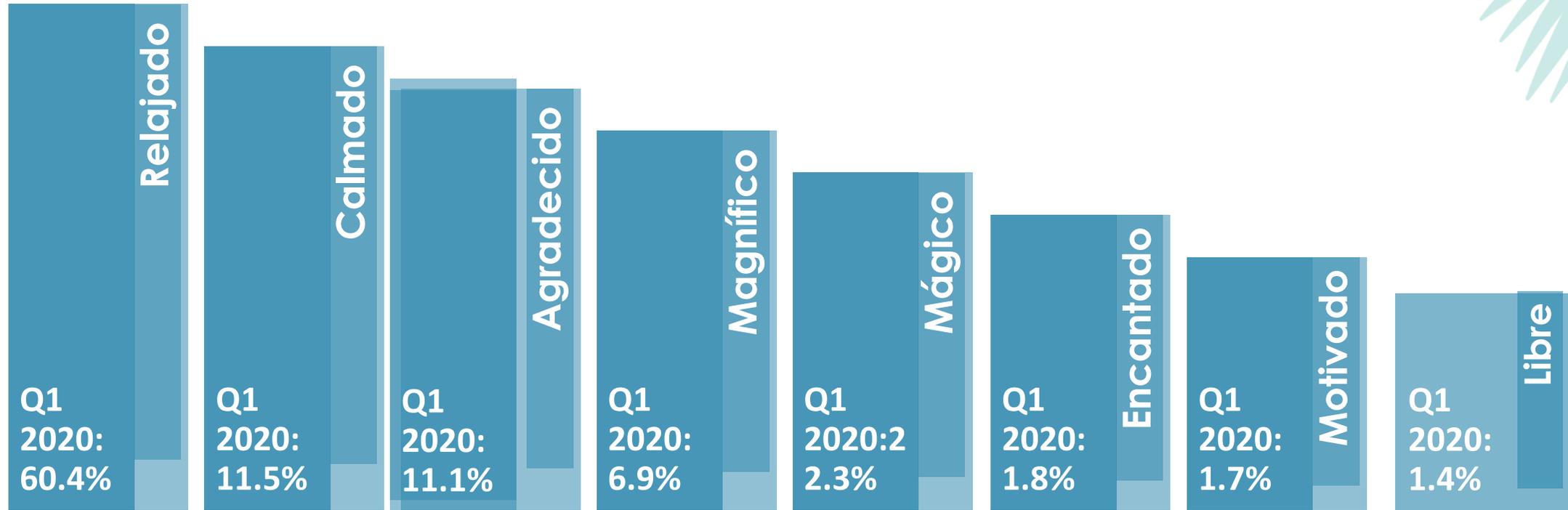
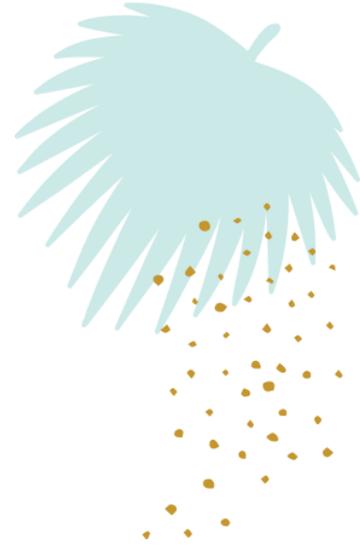
Tasa de retorno al destino: **45.0%**

# Motivo de viaje

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
 Descansar	81.0%	73.5%	72.6%	59.8%	76.5%
 Asistir a una boda	2.4%	9.7%	7.5%	11%	5.3%
 Luna de Miel	6.8%	8.0%	8.5%	13.4%	4.7%
 Visita amigos/familia	N/D	1.3%	0.5%	0.6%	1.8%
 Negocios	N/D	N/D	N/D	N/D	1.8%
 Viaje de incentivos	1.0%	0.8%	0.9%	1.2%	1.2%
 Salud y Bienestar	1.0%	N/D	0.5%	0.6%	1.2%

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
 Actividades de aventura	4.4%	4.2%	7.1%	5.5%	0.6%
 Motivos culturales	1.5%	0.8%	0.5%	1.2%	0.6%
 Vida nocturna	0.5%	N/D	0.9%	0.6%	0.6%
 Evento cultural, deportivo o social	0.5%	N/D	0.5%	N/D	0.6%
 Contraer matrimonio	0.5%	N/D	N/D	1.2%	N/D
 Gastronomía	N/D	1.3%	N/D	0.6%	N/D

# Sentimiento



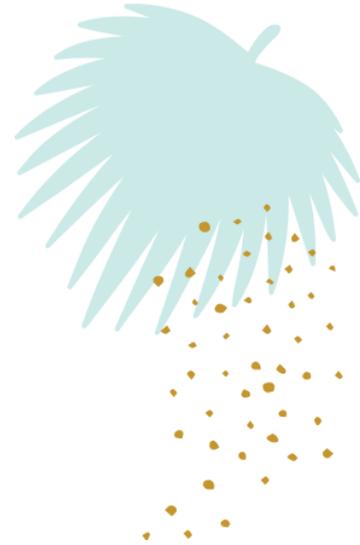
# Canal de compra



- 1** Agencia de viaje online  
Q1 2020: 23.6%  
Q1 2019: 28.7%
- 2** Agencia de viajes tradicional  
Q1 2020: 45.3%  
Q1 2019: 33.3%
- 3** Web compañía aérea  
Q1 2020: 9.5%  
Q1 2019: 12.5%
- 4** Buscador de viajes  
Q1 2020: 8.8%  
Q1 2019: 5.1%
- 5** Sitio web del hotel  
Q1 2020: 7.4%  
Q1 2019: 13.0%

- 6** Sitio de renta vacacional  
Q1 2020: 0.7%  
Q1 2019: ---
- 7** Tiempo compartido  
Q1 2020: 2.7%  
Q1 2019: 4.2%
- 8** Oficina – teléfono compañía aérea  
Q1 2020: 1.4%  
Q1 2019: 1.9%
- 9** Teléfono del hotel  
Q1 2020: 0.7%  
Q1 2019: 0.5%

# Uso y tipo de paquete



**No usó  
paquete**

Q1 2020: 22.9%

Q1 2019: 21.8%



**Todo  
incluido**

Q1 2020: 69.6%

Q1 2019: 65.0



**Avión y  
hotel**

Q1 2020: 7.5%

Q1 2019: 12.7%



**Avión,  
hotel y un  
alimento**

Q1 2020: 0.0%

Q1 2019: 0.5%

# Distribución de la derrama (dólares por grupo)



Concepto	Q1 2019	Q1 2020
Tamaño de grupo	2.6 personas	2.5 personas
Gasto total	\$1,416	\$1,497
Tarifa aérea	\$382	\$396
Hospedaje	\$787	\$855
Gasto en el destino	\$247	\$246

# Tipo de hospedaje utilizado



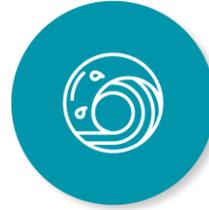
HOSPEDAJE	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Hotel	92.2	94.1	91.5	93.3	93.0
Tiempo compartido	7.8	5.9	8.0	4.8	7.0
Renta vacacional	N/D	N/D	N/D	1.8	N/D
Casa de familiares/amigos	N/D	N/D	0.5	N/D	N/D

# Tours realizados



## Zonas Arqueológicas

Q1 2020: 18.1%  
Q1 2019: 14.6%



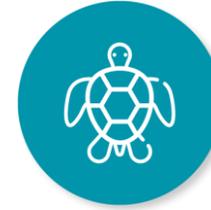
## Cenotes y cavernas

Q1 2020: 24.6%  
Q1 2019: 25.9%



## Actividades acuáticas

Q1 2020: 11.1%  
Q1 2019: 13.7%



## Parques recreativos

Q1 2020: 10.5%  
Q1 2019: 12.7%



## Ciudades cercanas

Q1 2020: 24.6%  
Q1 2019: 25.9%



## Naturaleza

Q1 2020: 2.9%  
Q1 2019: 7.8%



## Entretenimiento

Q1 2020: 4.7%  
Q1 2019: 4.9%



## Deportes

Q1 2020: 1.8%  
Q1 2019: 2.0%



# Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Porcentaje de respuesta:  
10.7% del total de turistas

PLAYA DEL CARMEN

50.0%	14.3%
Q1 2020	Q1 2019

TULUM

25.0%	N/D
Q1 2020	Q1 2019

ISLA Cozumel

N/D	14.3%
Q1 2020	Q1 2019

ISLA MUJERES

N/D	42.9 %
Q1 2020	Q1 2019

BACALAR

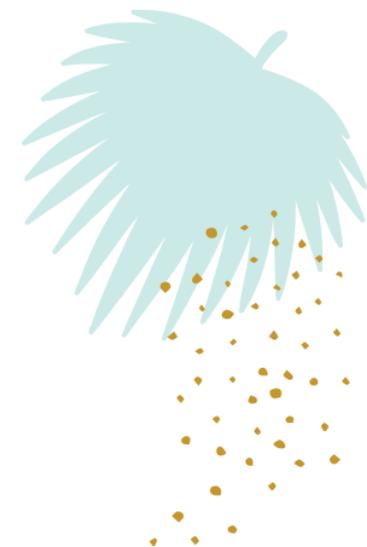
N/D	14.3 %
Q1 2020	Q1 2019

HOLBOX

N/D	14.3 %
Q1 2020	Q1 2019

Belice

25.0 %	N/D
Q1 2020	Q1 2019



QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA