

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA



INFORME TRIMESTRAL  
(Q3 | Jul – Sep 2020)

# Metodología

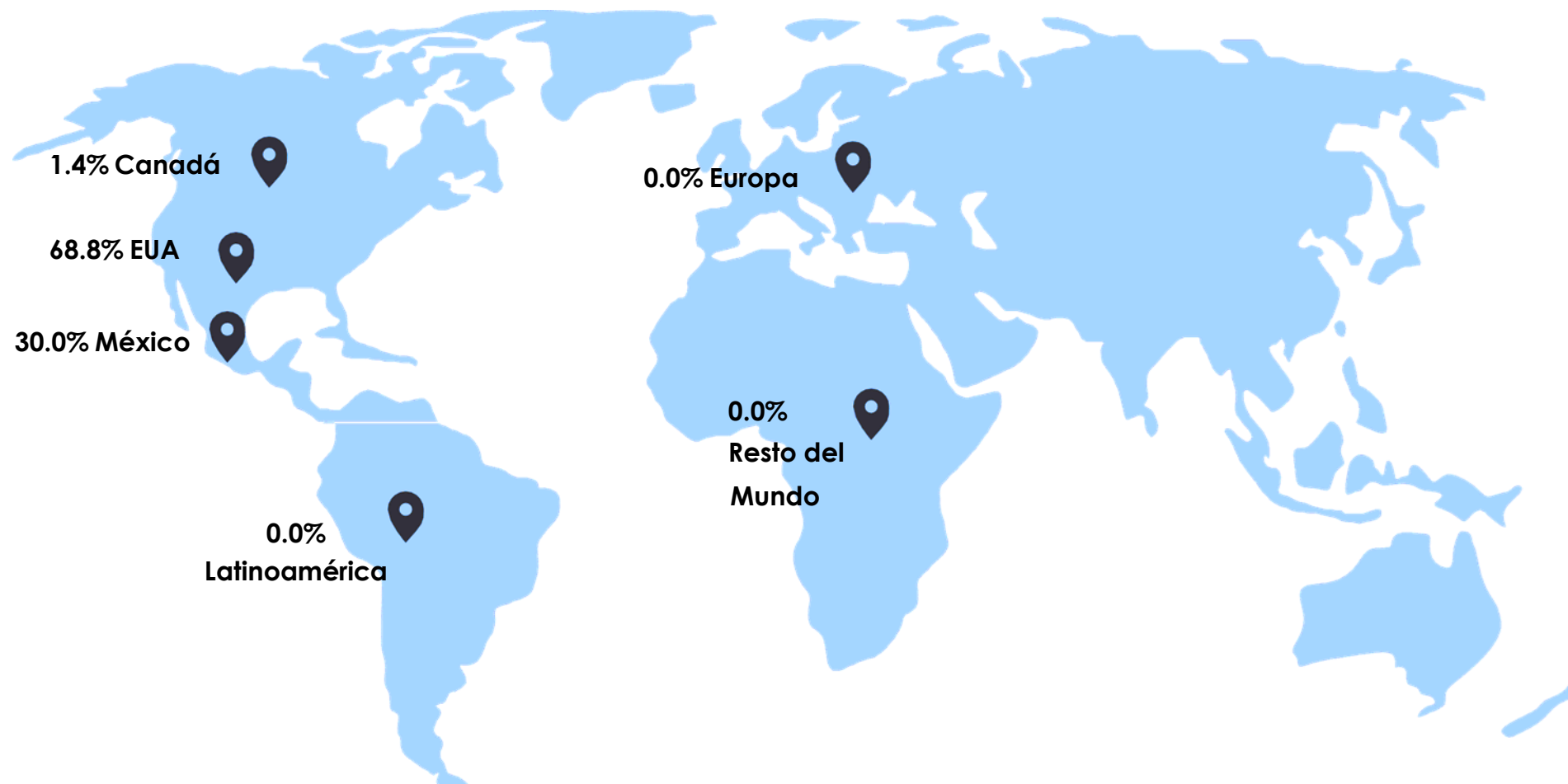
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

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 30%

EUA 54.4%

Canadá 1.4%

## Top

## Estados de México

## Estados de EUA

## Provincias de Canadá

1	Nuevo León	30.0
2	Querétaro	17.5
3	Ciudad de México	10.0
4	Guanajuato	10.0
5	Coahuila	10.0
6	Chihuahua	7.5
7	Jalisco	7.5
8	Puebla	2.5
9	Zacatecas	2.5
10	Baja California	2.5

Texas	22.9
New York	10.8
Florida	8.4
Georgia	6.0
New Jersey	4.8
Michigan	4.8
North Carolina	4.8
Illinois	4.8
Missouri	3.6
Louisiana	2.4

Manitoba	100.0

# Edad del turista



## Baby Boomers (60 años y más)

2.9% de los turistas



## Generación X (40 a 59 años)

32.9% de los turistas

-De 40 a 49 años 21.9%

-De 50 a 59 años 11.0%



## Millenials (20 a 39 años)

48.3% de los turistas

-De 20 a 29 años 22.5%

-De 30 a 39 años 25.8%



## Generación Z (0 a 19 años)

15.9% de los turistas

-Hasta los 12 años 12.0%

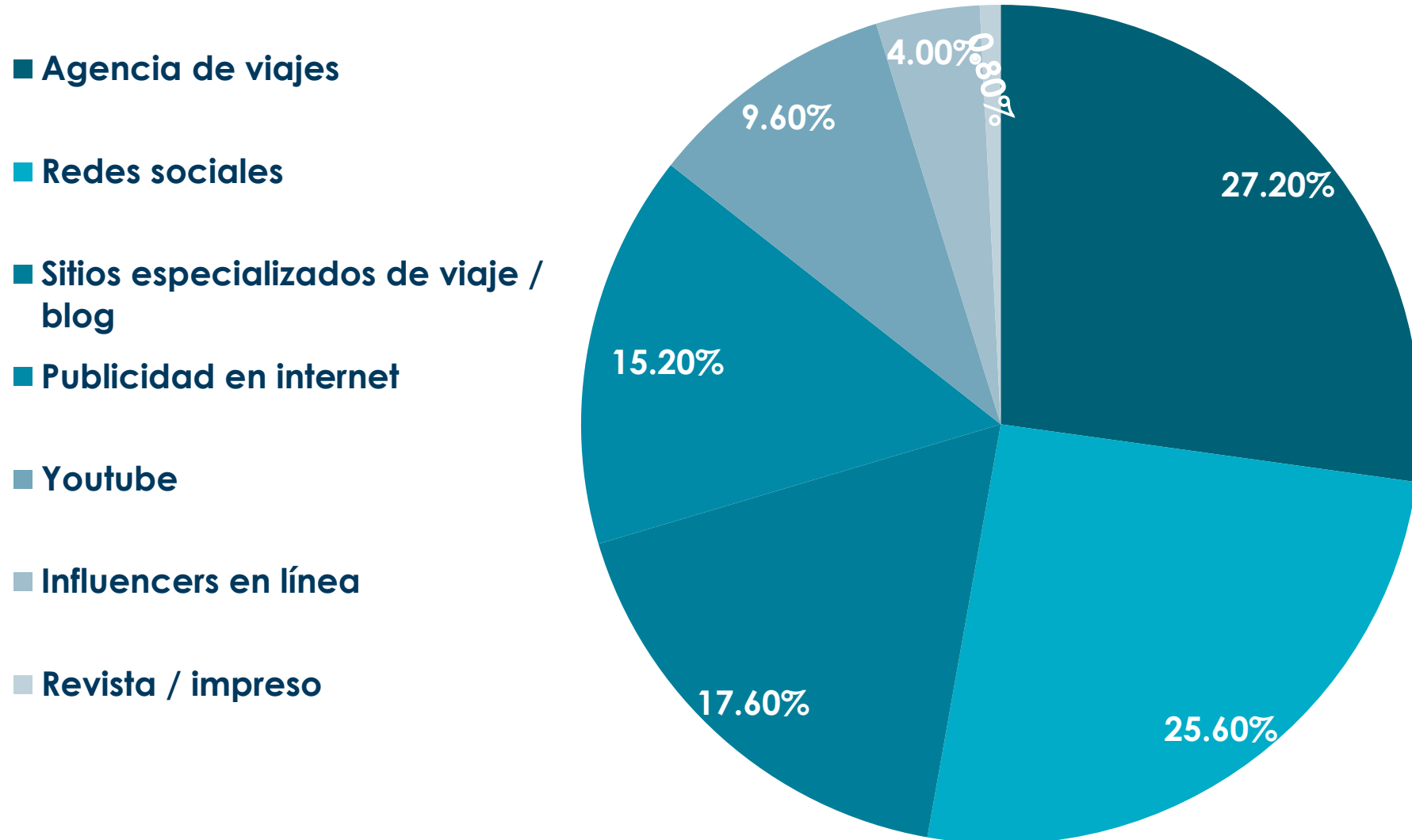
-De 13 a 19 años 3.9%

# Ingresos anuales en dólares



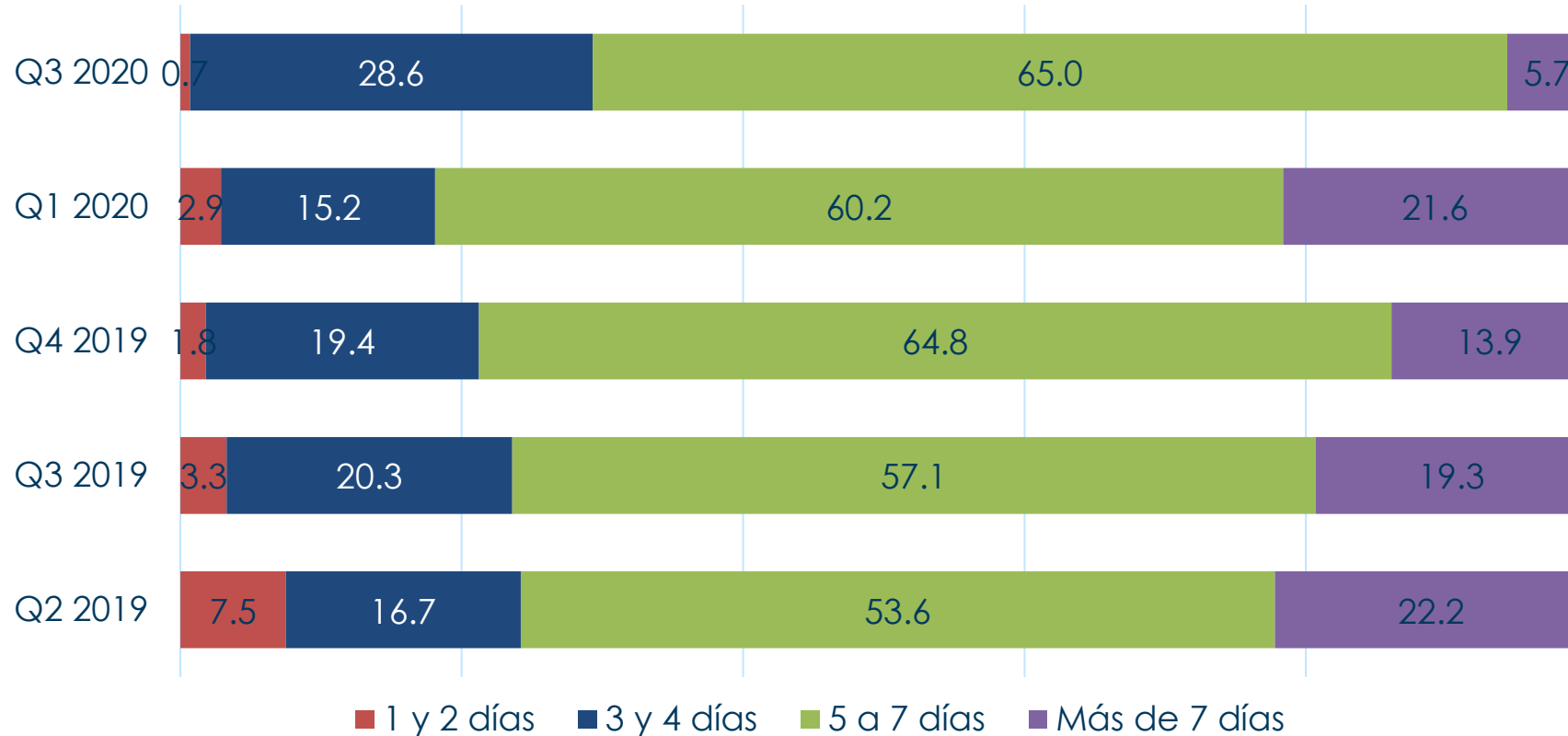
	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
Más de \$150,000	15.7	22.6	17.0	19.4	18.5
De \$100,000 a \$150,000	20.9	13.5	18.0	23.3	22.2
De \$75,000 a \$99,999	13.9	12.8	13.0	16.5	11.1
De \$50,000 a \$74,999	12.7	21.1	17.0	15.5	13.6
De \$35,000 a \$49,999	12.7	6.8	8.0	6.8	6.2
De \$25,000 a \$34,999	7.0	6.8	10.0	4.9	7.4
De \$15,000 a \$24,999	10.1	9.0	8.0	6.8	13.6
Menos de \$15,000	7.0	7.5	9.0	6.8	7.4

# Medios que influyeron en su intención de visita





# Estancia y tamaño de grupo



## Q3 2020

Estancia media: **5.5** días

Tamaño de grupo: **3.0** personas

## Q3 2019

Estancia media: **6.5** días

Tamaño de grupo: **2.8** personas

# Personas con quien viaja

## Viaja en pareja

Q3 2019	Q3 2020
51.2%	58.3%

## Viaja en familia

Q3 2019	Q3 2020
38.4%	33.1%

Q3  
2020

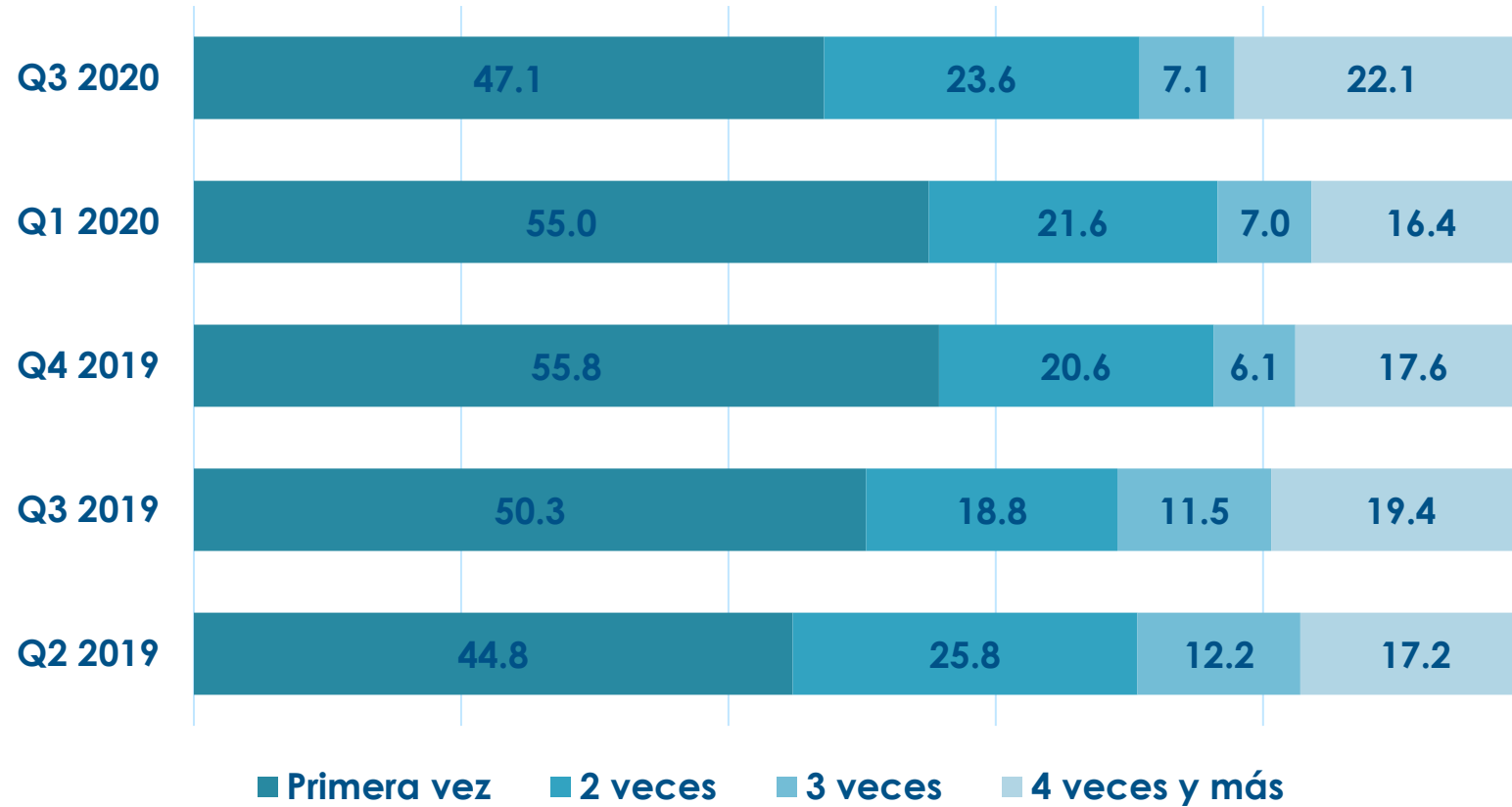
## Viaja con amigos

Q3 2019	Q3 2020
6.6%	5.0%

## Viaja solo

Q3 2019	Q3 2020
3.8%	3.6%

# Visita y tasa de retorno










**Q3 2020**








Tasa de retorno al destino: **52.9 %**

**Q3 2019**

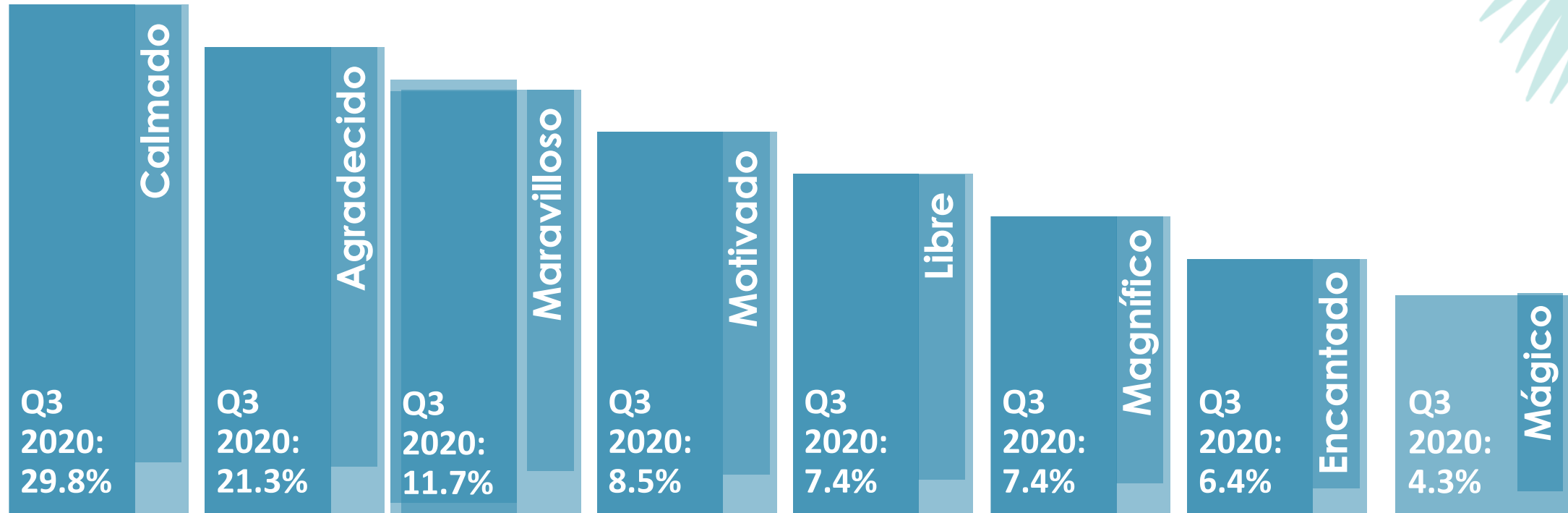
Tasa de retorno al destino: **54.7%**

# Motivo de viaje

	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
 Descansar	73.5%	72.6%	59.8%	76.5%	70.5%
 Luna de Miel	8%	8.5%	13.4%	4.7%	13.7%
 Actividades de aventura	4.2%	7.1%	5.5%	0.6%	7.9%
 Asistir a boda	9.7%	7.5%	11%	5.3%	2.9%
 Salud y bienestar	N/D	0.5%	0.6%	1.2%	2.9%
 Visita Amigos / Familia	1.3%	0.5%	0.6%	1.8%	0.7%
 Evento cultural, deportivo o social	N/D	0.5%	N/D	0.6%	0.7%

	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
 Negocios	N/D	N/D	N/D	1.8%	0.7%
 Convención / Congreso	0.4%	0.5%	1.2%	4.7%	N/D
 Viaje de incentivos	0.8%	0.9%	1.2%	1.2%	N/D
 Motivos culturales	0.8%	0.5%	1.2%	0.6%	N/D
 Vida nocturna	N/D	0.9%	0.6%	0.6%	N/D
 Contraer matrimonio	N/D	N/D	1.2%	N/D	N/D
 Gastronomía	1.3%	N/D	0.6%	N/D	N/D

# Sentimiento



# Canal de compra



- 1** Agencia de viaje online  
Q3 2020: 24.4%  
Q3 2019: 24.7%
- 2** Agencia de viajes tradicional  
Q3 2020: 35.4%  
Q3 2019: 40.9%
- 3** Web compañía aérea  
Q3 2020: 13.4%  
Q3 2019: 10.7%
- 4** Buscador de viajes  
Q3 2020: 3.9%  
Q3 2019: 3.7%
- 5** Sitio web del hotel  
Q3 2020: 15.0%  
Q3 2019: 10.2%

- 6** Sitio de renta vacacional  
Q3 2020: ----  
Q3 2019: 0.9%
- 7** Tiempo compartido  
Q3 2020: 3.9%  
Q3 2019: 7.0%
- 8** Oficina – teléfono compañía aérea  
Q3 2020: 2.4%  
Q3 2019: 0.9%
- 9** Teléfono del hotel  
Q3 2020: 1.6%  
Q3 2019: 0.9%

# Uso y tipo de paquete



# Distribución de la derrama (dólares por grupo)



Concepto	Q3 2019	Q3 2020
Tamaño de grupo	2.8 personas	3.0 personas
Gasto total	\$1,148	\$858
Tarifa aérea	\$346	\$198
Hospedaje	\$546	\$483
Gasto en el destino	\$256	\$177



# Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
Hotel	94.1	91.5	93.3	93.0	92.9
Tiempo compartido	5.9	8.0	4.8	7.0	5.0
Renta vacacional			1.8		0.7
Casa de familiares/amigos		0.5			0.7

# Tours realizados



**Ciudades cercanas**

Q3 2020: 27.1%  
Q3 2019: 34.9%



**Actividades acuáticas**

Q3 2020: 25.1%  
Q3 2019: 20.3%



**Naturaleza**

Q3 2020: 9.3%  
Q3 2019: 4.7%



**Parques recreativos**

Q3 2020: 7.8%  
Q3 2019: 21.3%



**Cenotes y cavernas**

Q3 2020: 5.0%  
Q3 2019: 8.5%



**Zonas Arqueológicas**

Q3 2020: 2.1%  
Q3 2019: 18.5%



**Entretenimiento**

Q3 2020: 1.4%  
Q3 2019: 4.7%



**Deportes**

Q3 2020: 1.4%  
Q3 2019: 0.9%

# Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

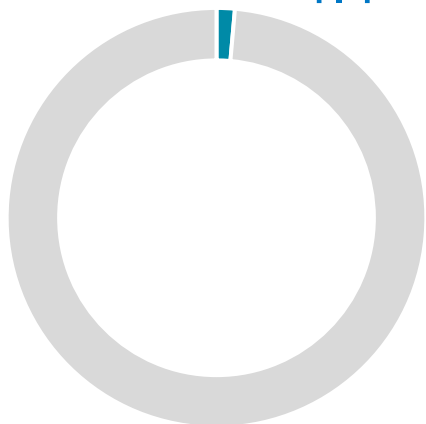
COSTA  
MUJERES



Q3 2020

% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos

1.4



Destinos	Q1 2020	Q3 2020
MAHUAL	N/D	33.3
RIVIERA MAYA	N/D	33.3
TULUM	25.0	33.3

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA