

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q1
(ENE – MAR 2020)



Metodología

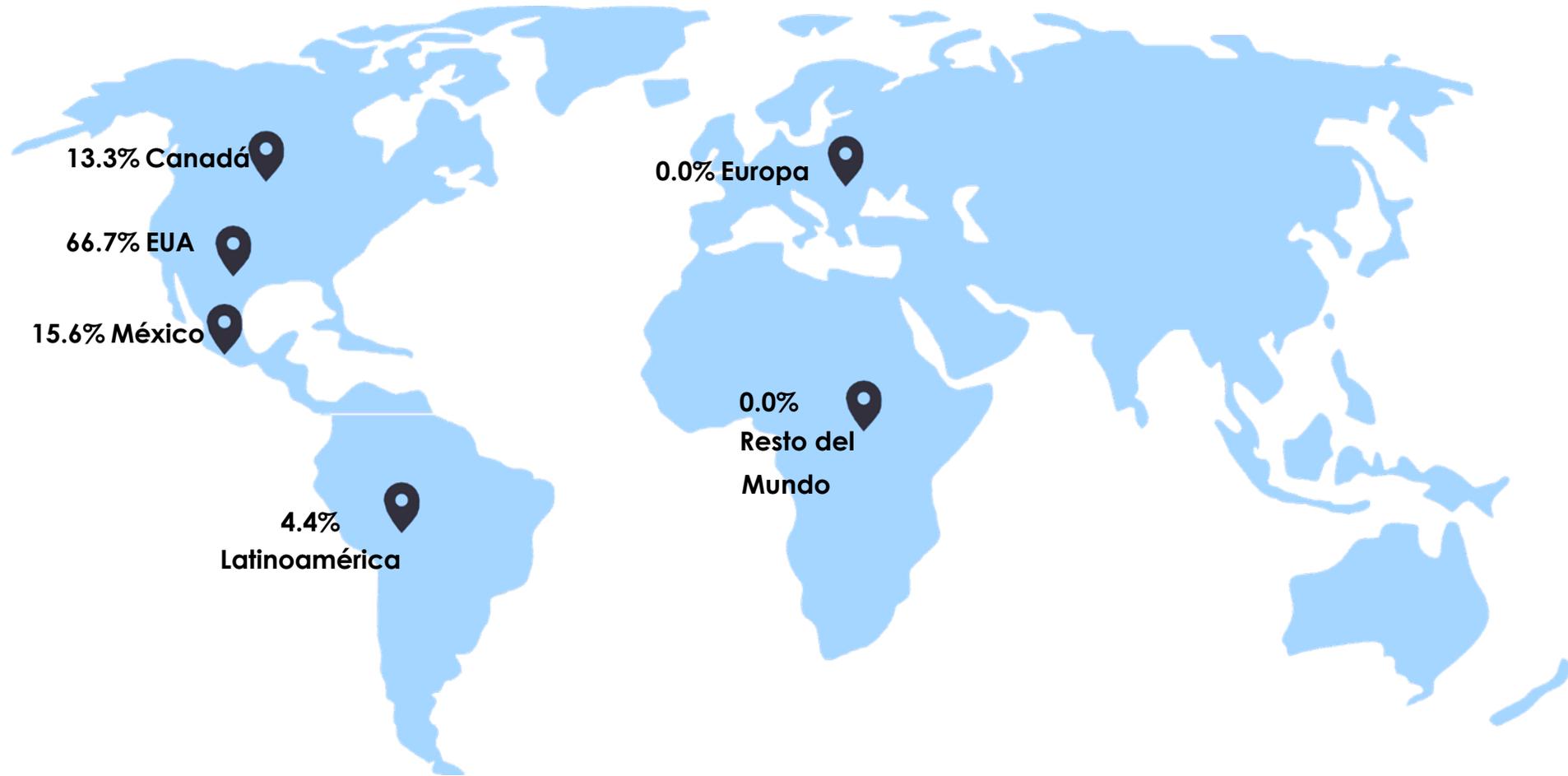
El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados

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 15.6%

EUA 66.7%

Canadá 13.3%

Top

Estados de México

Estados de EUA

Provincias de Canadá

| | | |
|----|------------------|-----|
| 1 | Ciudad de México | 100 |
| 2 | | |
| 3 | | |
| 4 | | |
| 5 | | |
| 6 | | |
| 7 | | |
| 8 | | |
| 9 | | |
| 10 | | |

| | |
|-----------|------|
| Wisconsin | 18.8 |
| New York | 10.4 |
| Iowa | 8.3 |
| Colorado | 6.3 |
| Minnesota | 6.3 |
| Oklahoma | 6.3 |
| Illinois | 4.2 |
| Maine | 4.2 |
| Ohio | 4.2 |
| Texas | 4.2 |

| | |
|---------|------|
| Ontario | 66.7 |
| Quebec | 33.3 |

Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

20.2% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

38.0% de los turistas
-De 40 a 49 años 26.1%
-De 50 a 59 años 11.9%



Millenials (20 a 39 años)

28.1% de los turistas
-De 20 a 29 años 11.9%
-De 30 a 39 años 16.2%



Generación Z (0 a 19 años)

12.8% de los turistas
-Hasta los 12 años 8.0%
-De 13 a 19 años 4.8%

Ingresos anuales en dólares

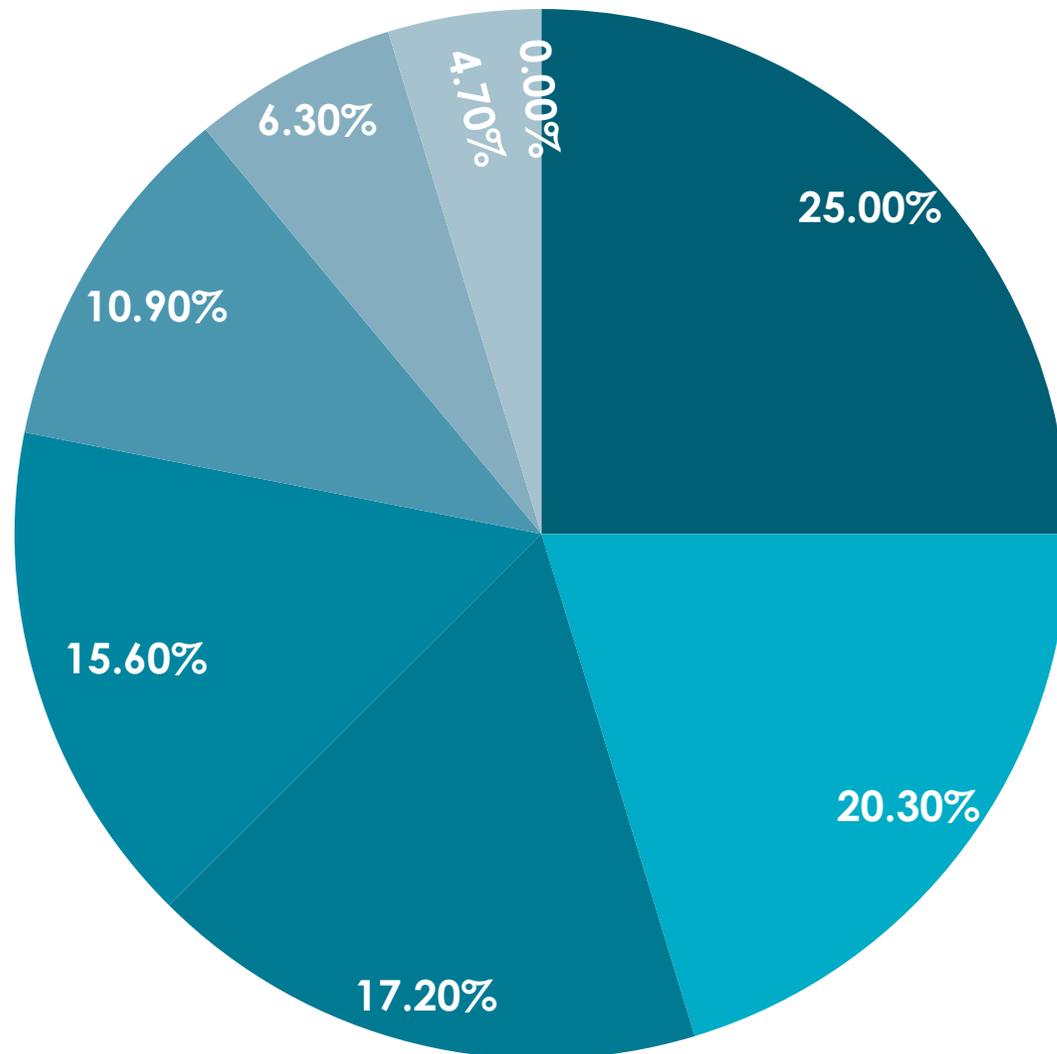
■ Q3 2019 ■ Q4 2019 ■ Q1 2020



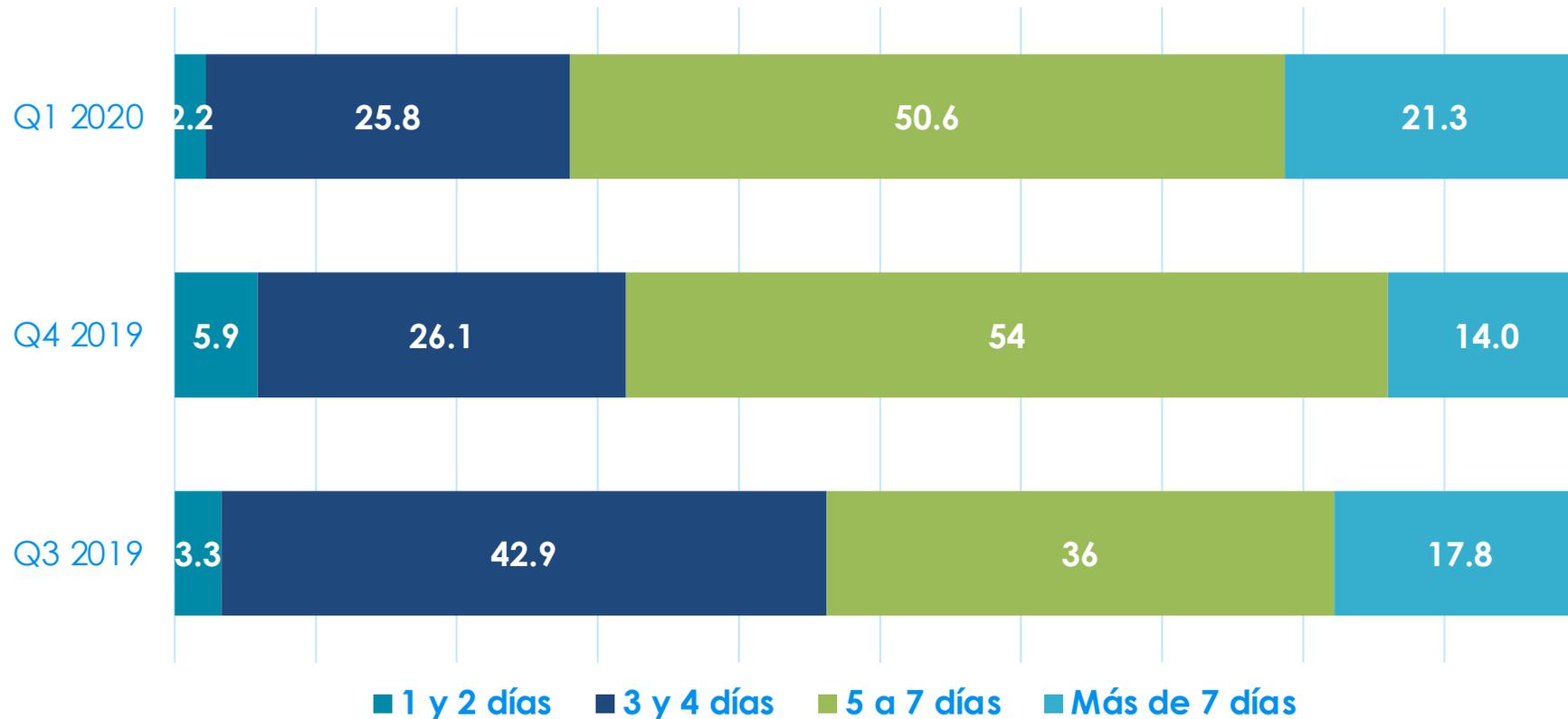
Medios que influyeron en su intención de visita



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



Estancia y tamaño de grupo



Q1 2020

Estancia media: 8.0 días

Tamaño de grupo: 2.8 personas

Q1 2019

Estancia media: 7.2 días

Tamaño de grupo: 3.1 personas

Viaja en pareja

Q1 2020

57.3%

Q1 2019

49.3%

Personas con quien viaja

Viaja en familia

Q1 2020

23.6%

Q1 2019

29.2%

Q1
2020

Viaja solo

Q1 2020

5.6%

Q1 2019

5.2%

Viaja con amigos

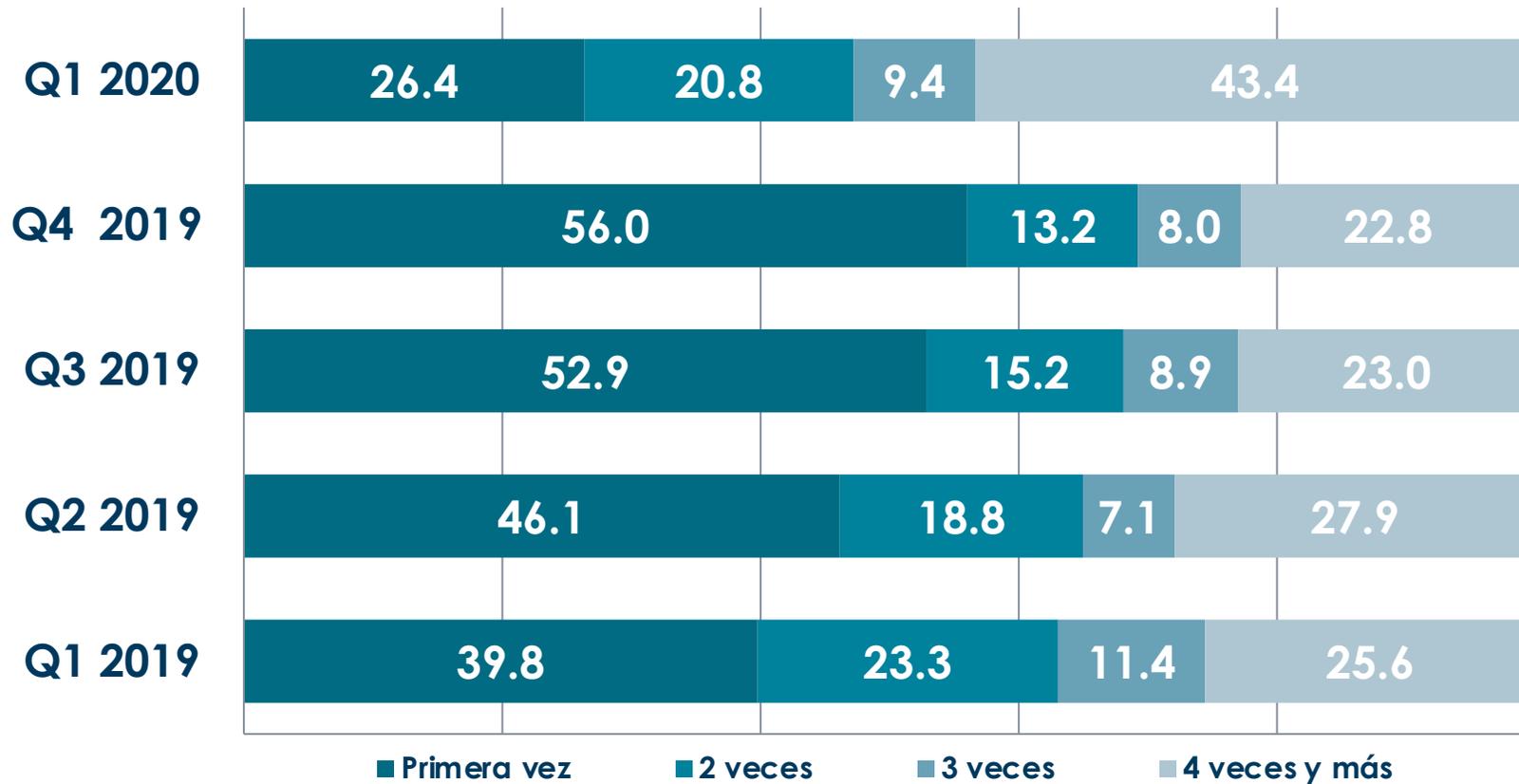
Q1 2020

13.5%

Q1 2019

16.3%

Visita y tasa de retorno



Q1 2019

Tasa de retorno al destino: **60.2%**

Q1 2020

Tasa de retorno al destino: **73.6%**



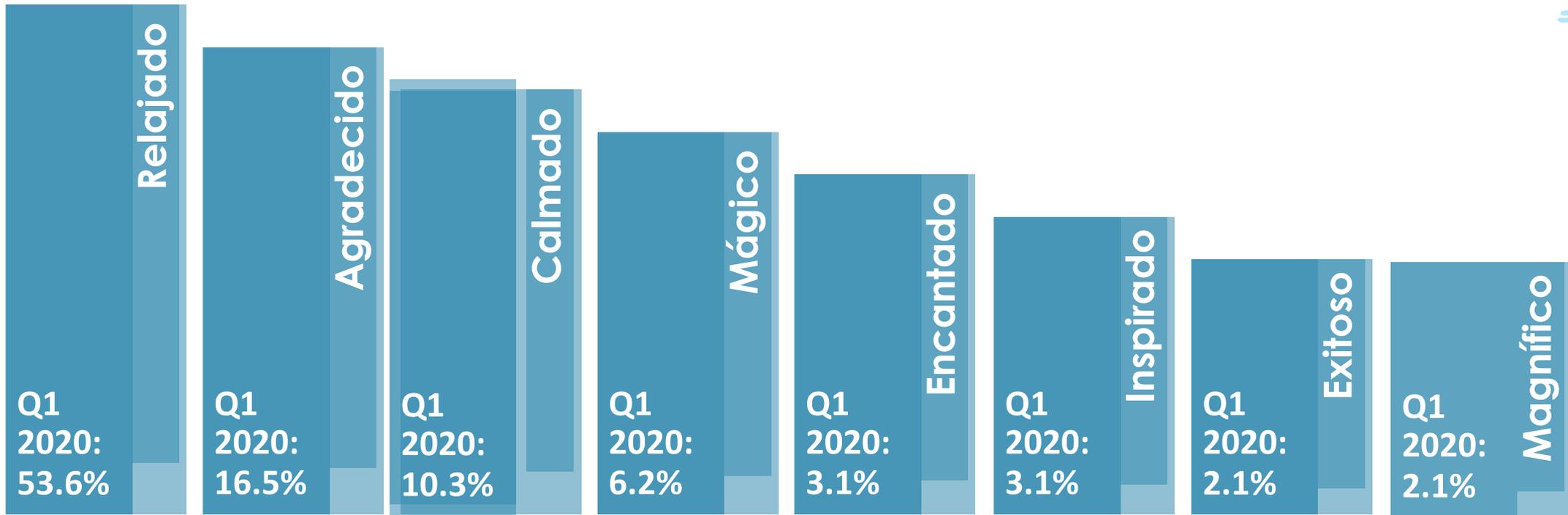
Motivo de viaje

| | Q1 2019 | Q2 2019 | Q3 2019 | Q4 2019 | Q1 2020 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|  Descansar | 77.8 | 63.6 | 75.6 | 76.0 | 88.8 |
|  Luna de miel | 1.4 | 6.3 | 3.6 | 6.4 | 4.5 |
|  Negocios | 1.4 | 1.8 | 1.5 | 1.9 | 1.1 |
|  Actividades de aventura | 9 | 11.8 | 6.2 | 4.9 | N/D |
|  Boda | 2.4 | 7 | 1.5 | 3.7 | N/D |
|  Evento cultural, deportivo o social | 0.3 | 0.4 | 1.5 | 2.2 | N/D |
|  Visitar amigos / familia | 2.1 | 3.3 | 4.7 | 1.5 | N/D |

| | Q1 2019 | Q2 2019 | Q3 2019 | Q4 2019 | Q1 2020 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|
|  Cultura Maya | 1.4 | 0.7 | 2.5 | 1.5 | N/D |
|  Congreso / Convención | N/D | N/D | N/D | 0.4 | N/D |
|  Viaje de incentivos | N/D | N/D | N/D | 0.4 | N/D |
|  Salud y belleza | 1.4 | 0.4 | 0.4 | N/D | N/D |

Sentimiento

ISLA
Cozumel



Canal de compra



1 Agencia de viaje online
Q1 2019: 27.6%
Q1 2020: 31.0%

2 Agencia de viajes tradicional
Q1 2019: 25.0%
Q1 2020: 20.2%

3 Web compañía aérea
Q1 2019: 22.8%
Q1 2020: 14.3%

4 Buscador de viajes
Q1 2019: 10.4%
Q1 2020: 13.1%

5 Sitio web del hotel
Q1 2019: 4.5%
Q1 2020: 11.9%

6 Sitio de renta vacacional
Q1 2019: --
Q1 2020: 1.2%

7 Tiempo compartido
Q1 2019: 4.5%
Q1 2020: 2.4%

8 Oficina – teléfono compañía aérea
Q1 2019: 4.1%
Q1 2020: 3.6%

9 Teléfono del hotel
Q1 2019: 1.1%
Q1 2020: 2.4%



Uso y tipo de paquete



**No usó
paquete**

Q1 2019: 47.2%

Q1 2020: 38.4%



**Todo
incluido**

Q1 2019: 42.3%

Q1 2020: 44.2%



**Avión y
hotel**

Q1 2019: 8.5%

Q1 2020: 17.4%



**Avión,
hotel y un
alimento**

Q1 2019: 2.1

Q1 2020: 0.0%

Distribución de la derrama (dólares por persona)

ISLA
Cozumel



| Concepto | Q1 2019 | Q1 2020 |
|---------------------|--------------|--------------|
| Tamaño de grupo | 2.9 personas | 2.8 personas |
| Gasto total | \$888 | \$912 |
| Tarifa aérea | \$295 | \$348 |
| Hospedaje | \$319 | \$378 |
| Gasto en el destino | \$274 | \$186 |

Tipo de hospedaje utilizado

| HOSPEDAJE | Q1 2019 | Q2 2019 | Q3 2019 | Q4 2019 | Q1 2020 |
|--------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Hotel | 79.5 | 85.6 | 86.1 | 82.6 | 86.2 |
| Renta Vacacional | 10.7 | 7.2 | 5.1 | 5.9 | 8.0 |
| Tiempo Compartido | 3.1 | 3.2 | 2.6 | 7.0 | 4.6 |
| Casa o Condominio Propio | 3.1 | 1.8 | 1.5 | 2.2 | 1.1 |
| Con Familiares o Amigos | 3.5 | 2.2 | 4.8 | 2.2 | N/D |

Tours realizados

ISLA
Cozumel



Zonas
Arqueológicas

Q1 2019: 12.8%
Q1 2020: 5.6%



Cenotes y
cavernas

Q1 2019: 4.8%
Q1 2020: N/D



Actividades
acuáticas

Q1 2019: 16.9%
Q1 2020: 13.3%



Parques
recreativos

Q1 2019: 5.9%
Q1 2020: 2.2%



Ciudades
cercanas

Q1 2019: 1.7%
Q1 2020: 6.7%



Naturaleza

Q1 2019: 2.4%
Q1 2020: 2.2%



Entretenimiento

Q1 2019: 0.3%
Q1 2020: 1.1%



Deportes

Q1 2019: 0.7%
Q1 2020: 0.0%





Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje

| Destinos | Q4 2019 | Q1 2020 |
|------------------|---------|---------|
| PLAYA DEL CARMEN | 33.3 | 66.7 |
| cancun | 33.3% | N/D |
| HOLBOX | 22.2% | N/D |
| Mérida | 11.1% | N/D |

Q4 2019

% 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