

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

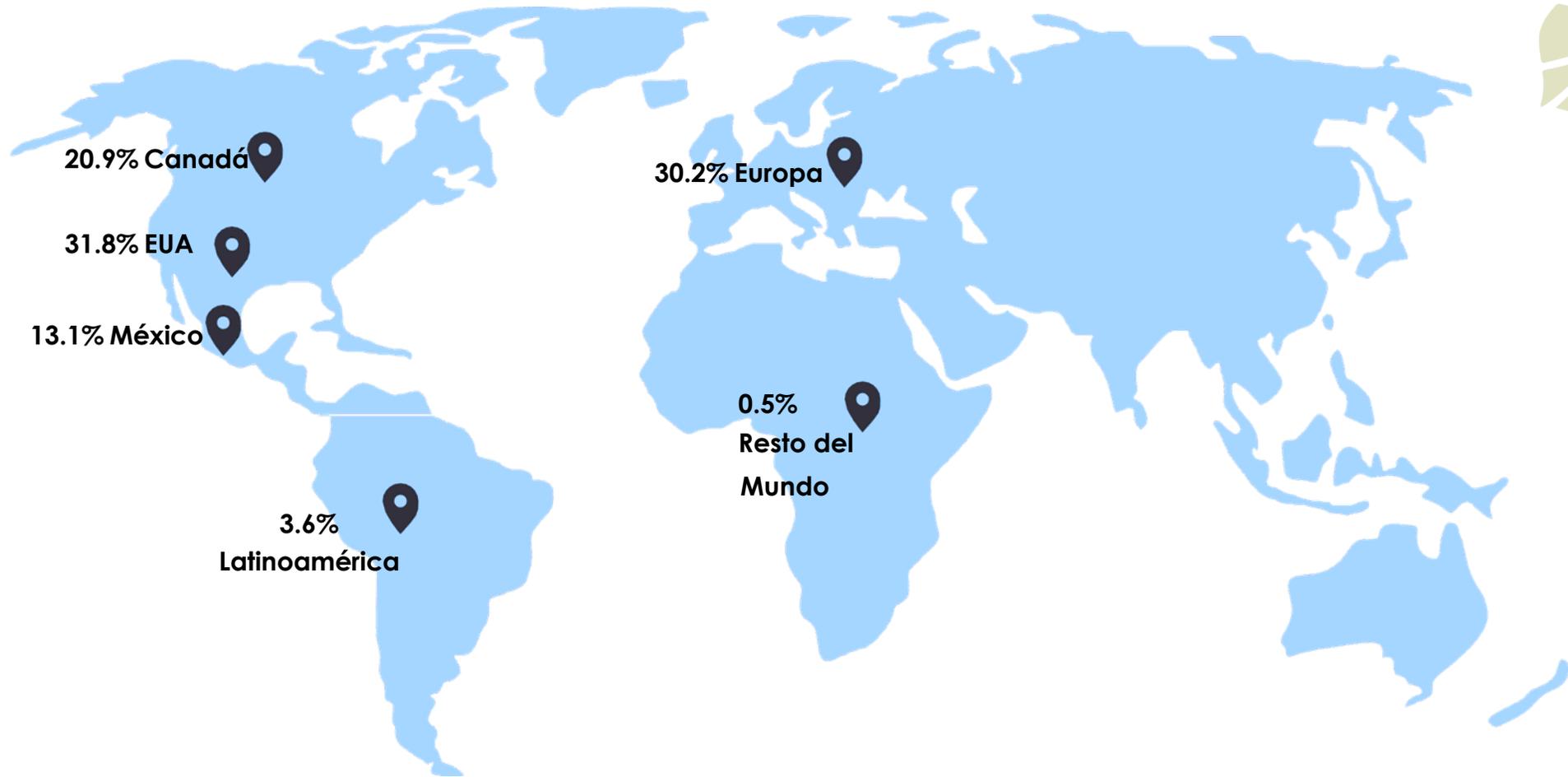
Los levantamientos asociados a **Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres, Playa del Carmen y Tulum** se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio

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 13.1%**

**EUA 31.8%**

**Europa 30.2%**

## Top

## Estados de México

## Estados de EUA

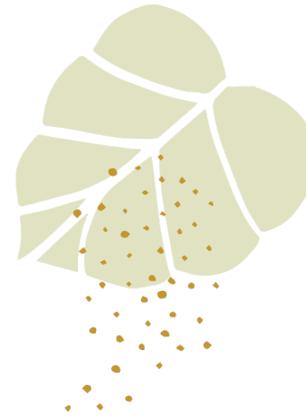
## Países de Europa

1	Ciudad de México	34.5
2	Estado de México	10.3
3	Nuevo León	8.6
4	Aguascalientes	6.9
5	Chihuahua	6.9
6	Jalisco	6.9
7	Puebla	6.9
8	Baja California	3.4
9	Guanajuato	3.4
10	Chiapas	1.7

Texas	10.9
California	9.4
New York	8.7
Illinois	7.2
Florida	6.5
Colorado	5.1
Minnesota	5.1
Wisconsin	5.1
Pennsylvania	4.3
Georgia	3.6

Alemania	24.6
Francia	23.9
Inglaterra	14.9
Suiza	6.7
Italia	6.0
Holanda	5.2
España	2.2
Polonia	2.2
Rusia	2.2
Austria	1.5

# Edad del turista



## Baby Boomers (60 años y más)

7.6% de los turistas



## Generación X (40 a 59 años)

27.4% de los turistas

-De 40 a 49 años 14.7%

-De 50 a 59 años 12.7%



## Millenials (20 a 39 años)

45.3% de los turistas

-De 20 a 29 años 27.1%

-De 30 a 39 años 28.2%



## Generación Z (0 a 19 años)

9.7% de los turistas

-Hasta los 12 años 5.3%

-De 13 a 19 años 4.4%

# Ingresos anuales en dólares

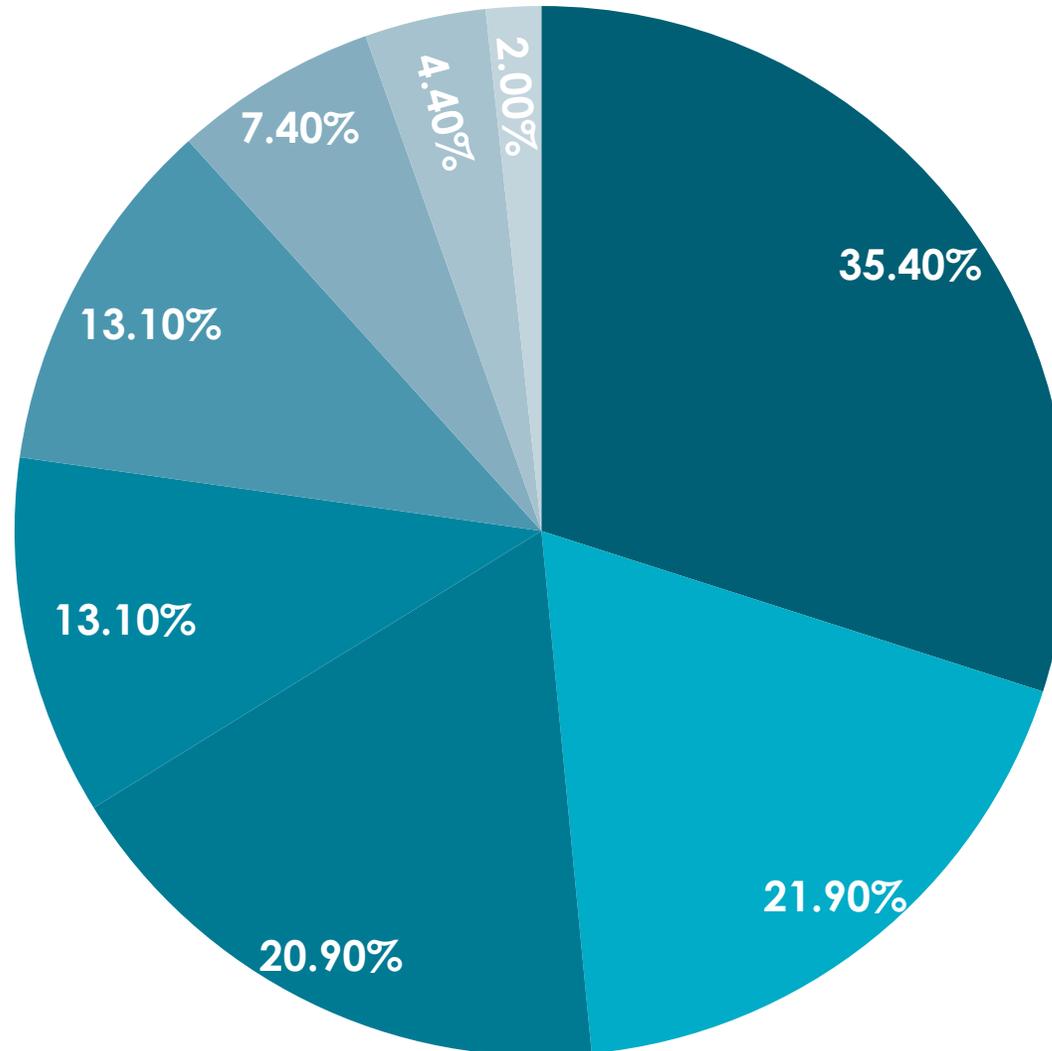
	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Más de \$150,000	21.2	15.4	9.4	11.4	12.9
De \$100,000 a \$150,000	11.9	15.0	14.2	11.4	14.1
De \$75,000 a \$99,999	15.5	15.0	10.4	12.4	18.8
De \$50,000 a \$74,999	17.6	16.7	22.2	19.5	15.7
De \$35,000 a \$49,999	9.3	12.8	12.7	12.4	10.2
De \$25,000 a \$34,999	9.3	7.5	7.5	7.0	6.7
De \$15,000 a \$24,999	9.3	7.9	12.3	12.4	6.7
Menos de \$15,000	5.7	9.7	11.3	13.5	14.9



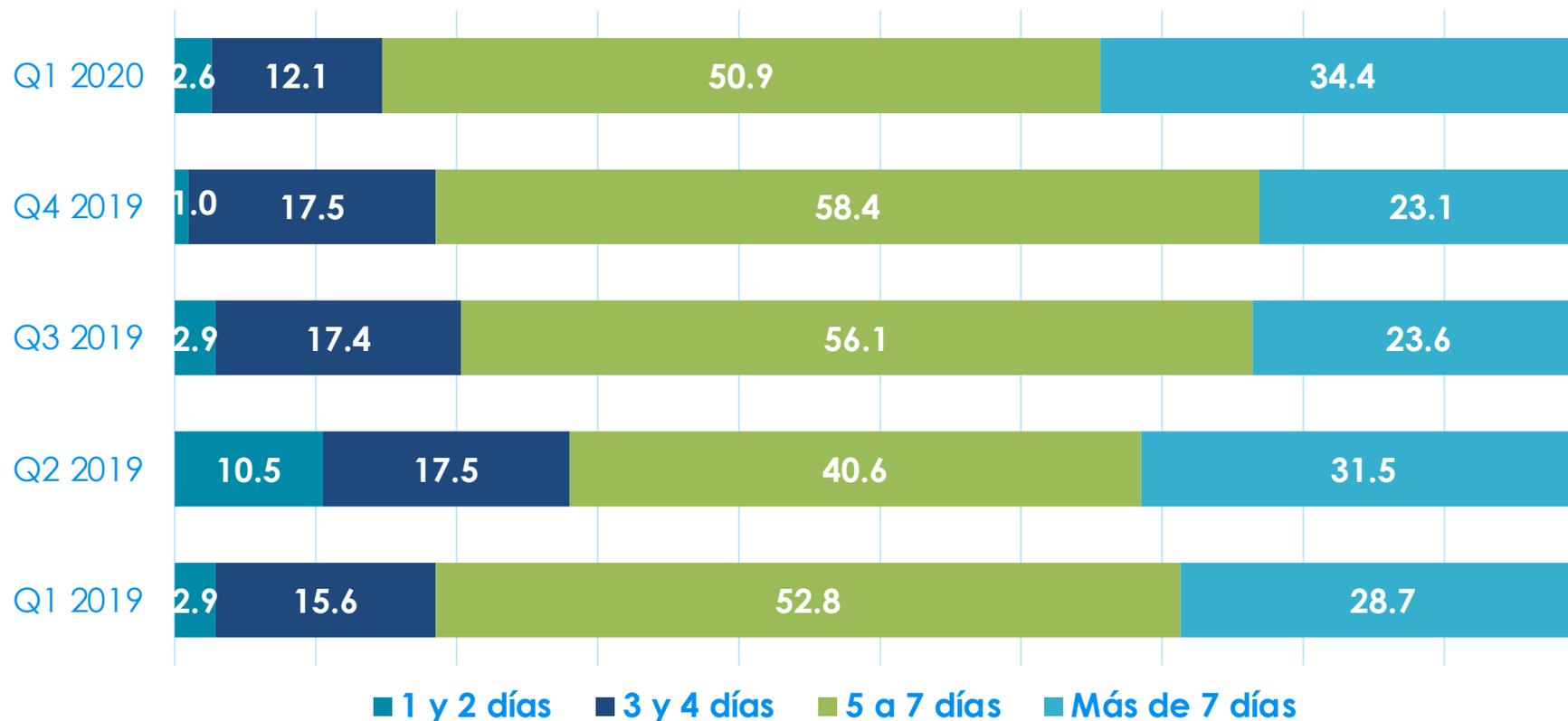
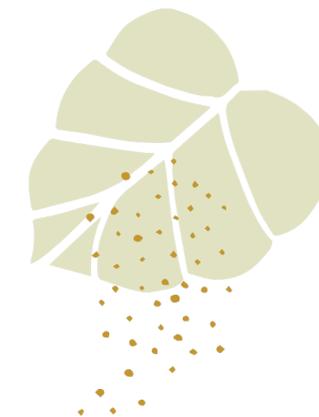
# Medios que influyeron en su intención de visita



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



# Estancia y tamaño de grupo



## Q1 2020

Estancia media: 9.2 días

Tamaño de grupo: 2.4 personas

## Q1 2019

Estancia media: 7.9 días

Tamaño de grupo: 2.6 personas



## Viaja en pareja

Q1 2019	Q1 2020
58.8%	47.1%



## Personas con quien viaja

### Viaja en familia

Q1 2020	Q1 2019
22.7%	21.1%



Q1  
2020

### Viaja solo

Q1 2020	Q1 2019
16.0%	5.3%



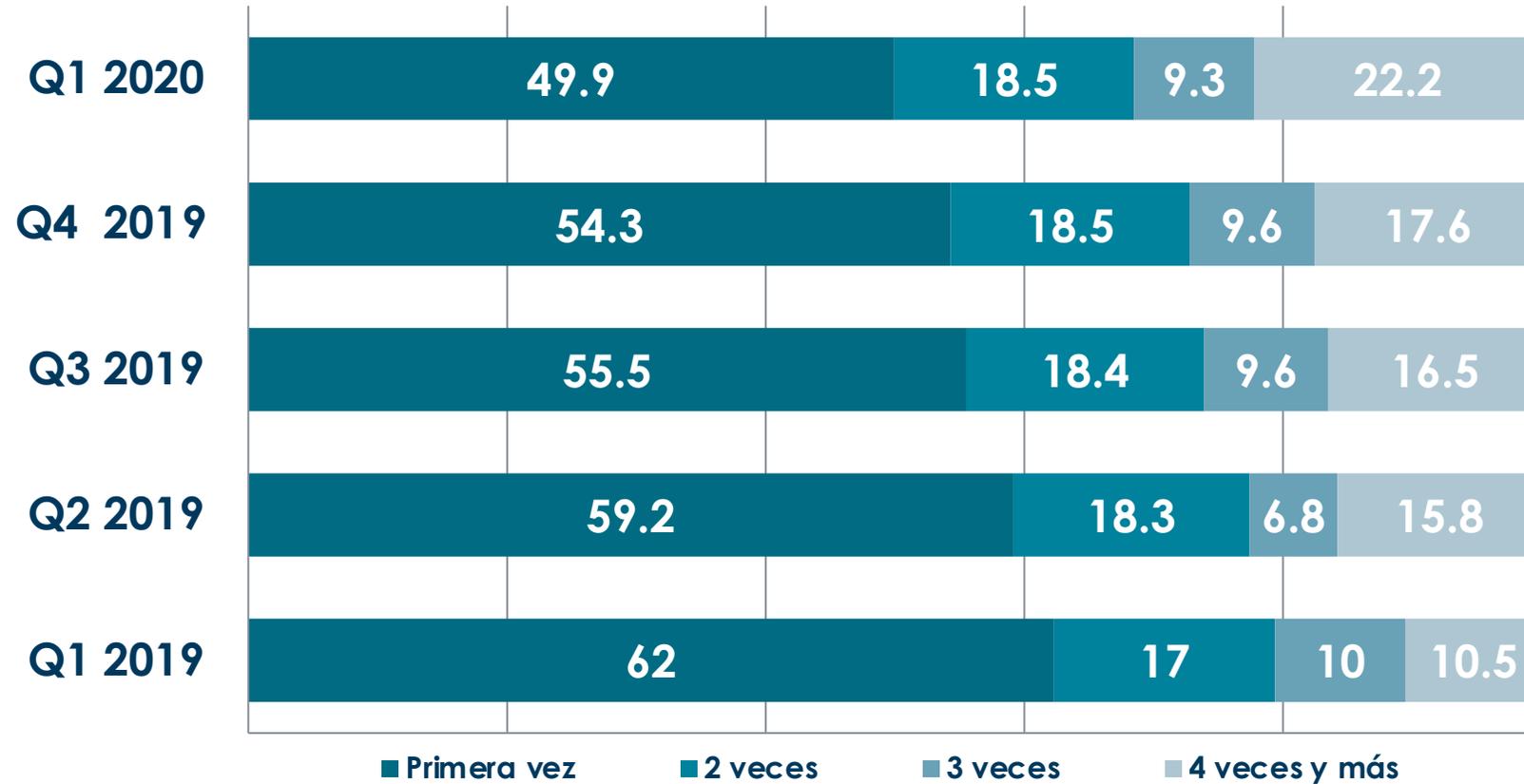
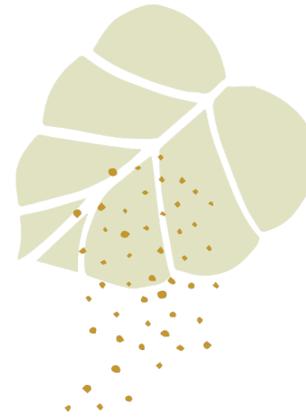
### Viaja con amigos

Q1 2020	Q1 2019
14.2%	14.5%





# Visita y tasa de retorno



Q1 2019

Tasa de retorno al destino: **38.0%**

Q1 2020

Tasa de retorno al destino: **39.5%**



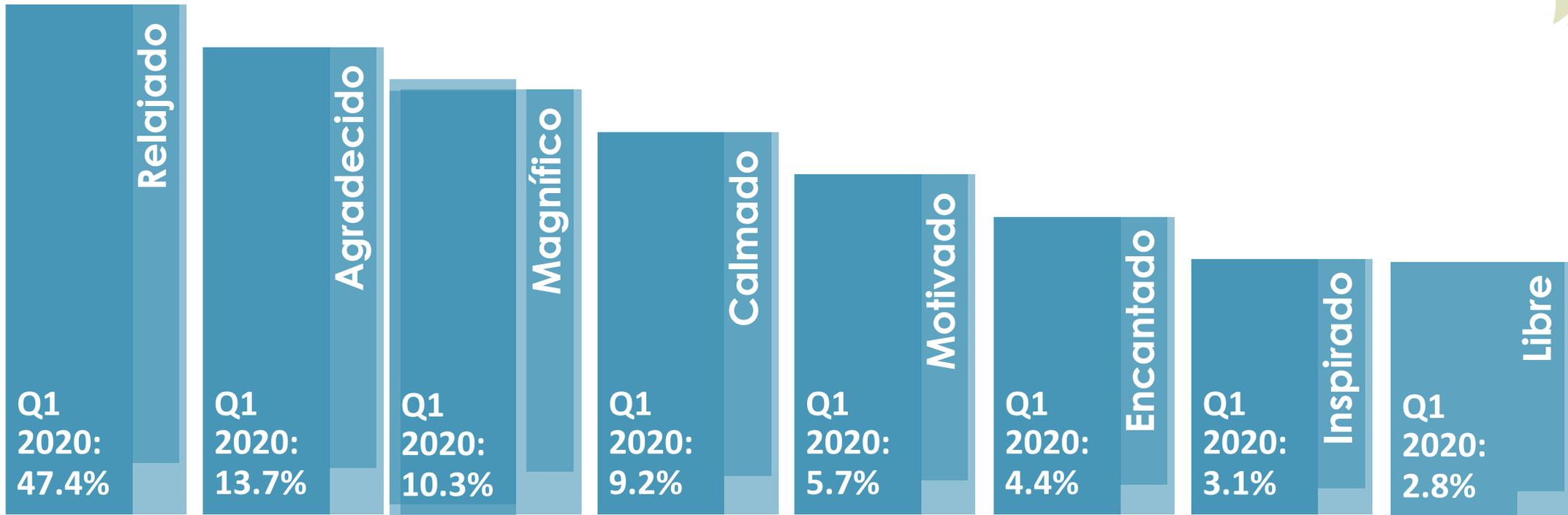
# Motivo de viaje

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
 Descansar	78.3	61.3	65.0	57.5	69.7
 Actividades de aventura	5.1	11.4	17.8	11.9	9.4
 Luna de miel	4.1	7.4	5.3	9.5	4.1
 Motivos culturales	5.1	4.9	5.6	6.8	4.1
 Boda	2.2	7.6	1.6	6.5	2.5
 Visita amigos / familia	1.3	1.6	1.3	2.0	2.5
 Salud y bienestar	N/D	N/D	N/D	1.0	2.1
 Vida nocturna	N/D	N/D	N/D	N/D	1.8

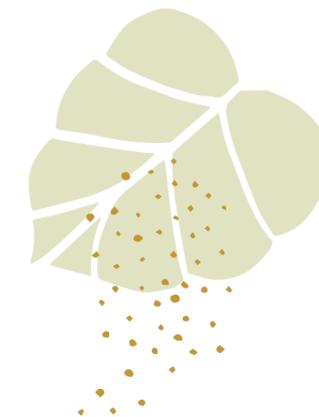
	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
 Gastronomía	N/D	N/D	N/D	N/D	1.4
 Viaje de incentivos	0.6	0.3	1.3	1.0	0.9
 Negocios	N/D	N/D	N/D	1.0	0.9
 Congreso y convención	0.3	0.3	N/D	0.7	0.2
 Evento especial	0.3	1.4	0.3	0.7	N/D



# Sentimiento



# Canal de compra



**1** Agencia de viaje online  
Q1 2019: 32.0%  
Q1 2020: 28.6%

**2** Agencia de viajes tradicional  
Q1 2019: 29.7%  
Q1 2020: 19.2%

**3** Web compañía aérea  
Q1 2019: 18.6%  
Q1 2020: 19.0%

**4** Buscador de viajes  
Q1 2019: 11.2%  
Q1 2020: 16.5%

**5** Sitio web del hotel  
Q1 2019: 6.7%  
Q1 2020: 5.2%

**6** Sitio de renta vacacional  
Q1 2019: N/D  
Q1 2020: 6.3%

**7** Tiempo compartido  
Q1 2019: 1.1%  
Q1 2020: 3.0%

**8** Oficina – teléfono compañía aérea  
Q1 2019: 0.4%  
Q1 2020: 1.9%

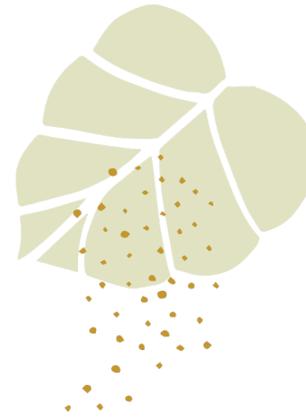
**9** Teléfono del hotel  
Q1 2019: 0.3%  
Q1 2020: 0.4%



# Uso y tipo de paquete



# Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q1 2019	Q1 2020
Tamaño de grupo	2.6 personas	2.4 personas
Gasto total	\$1,301	\$1,349
Tarifa aérea	\$392	\$380
Hospedaje	\$540	\$393
Gasto en el destino	\$369	\$579





# Tipo de hospedaje utilizado



HOSPEDAJE	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Hotel	83.1	84.4	81.1	76.9	66.0
Renta Vacacional	10.7	9.7	12.7	13.6	17.7
Hostal	N/D	N/D	N/D	N/D	6.3
Casa de Familiares / Amigos	1.6	2.2	2.5	3.1	4.1
Tiempo Compartido	1.6	2.4	2.5	4.4	3.4
Casa o Condominio particular	3.1	1.3	1.5	2	2.5



# Tours realizados



**Zonas  
Arqueológicas**

Q1 2019: 66.9%  
Q1 2020: 85.8%



**Cenotes y  
cavernas**

Q1 2019: 31.6%  
Q1 2020: 38.3%



**Actividades  
acuáticas**

Q1 2019: 17.0%  
Q1 2020: 20.3%



**Parques  
recreativos**

Q1 2019: 15.8%  
Q1 2020: 13.3%



**Ciudades  
cercanas**

Q1 2019: 9.3%  
Q1 2020: 18.0%



**Naturaleza**

Q1 2019: 9.6%  
Q1 2020: 8.1%



**Entretenimiento**

Q1 2019: 5.9%  
Q1 2020: 4.3%



**Deportes**

Q1 2019: 0.6%  
Q1 2020: 0.5%



# Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



Destinos	Q4 2019	Q1 2020
<b>BACALAR</b>	17.6	19.7
PLAYA DEL <b>CARMEN</b>	9.8	13.9
<b>Mérida</b>	11.8	12.4
<b>cancun</b>	17.6	11.7
<b>Valladolid</b>	7.8	10.9
<b>HOLBOX</b>	5.9	9.5
ISLA MUJERES	5.9	2.9
ISLA <b>Cozumel</b>	3.9	2.9
RIVIERA  <b>MAYA</b>	5.9	1.5

**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