

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

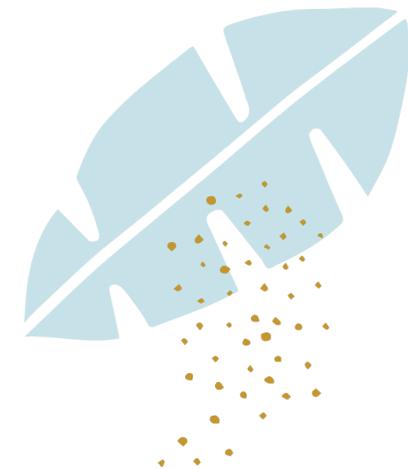
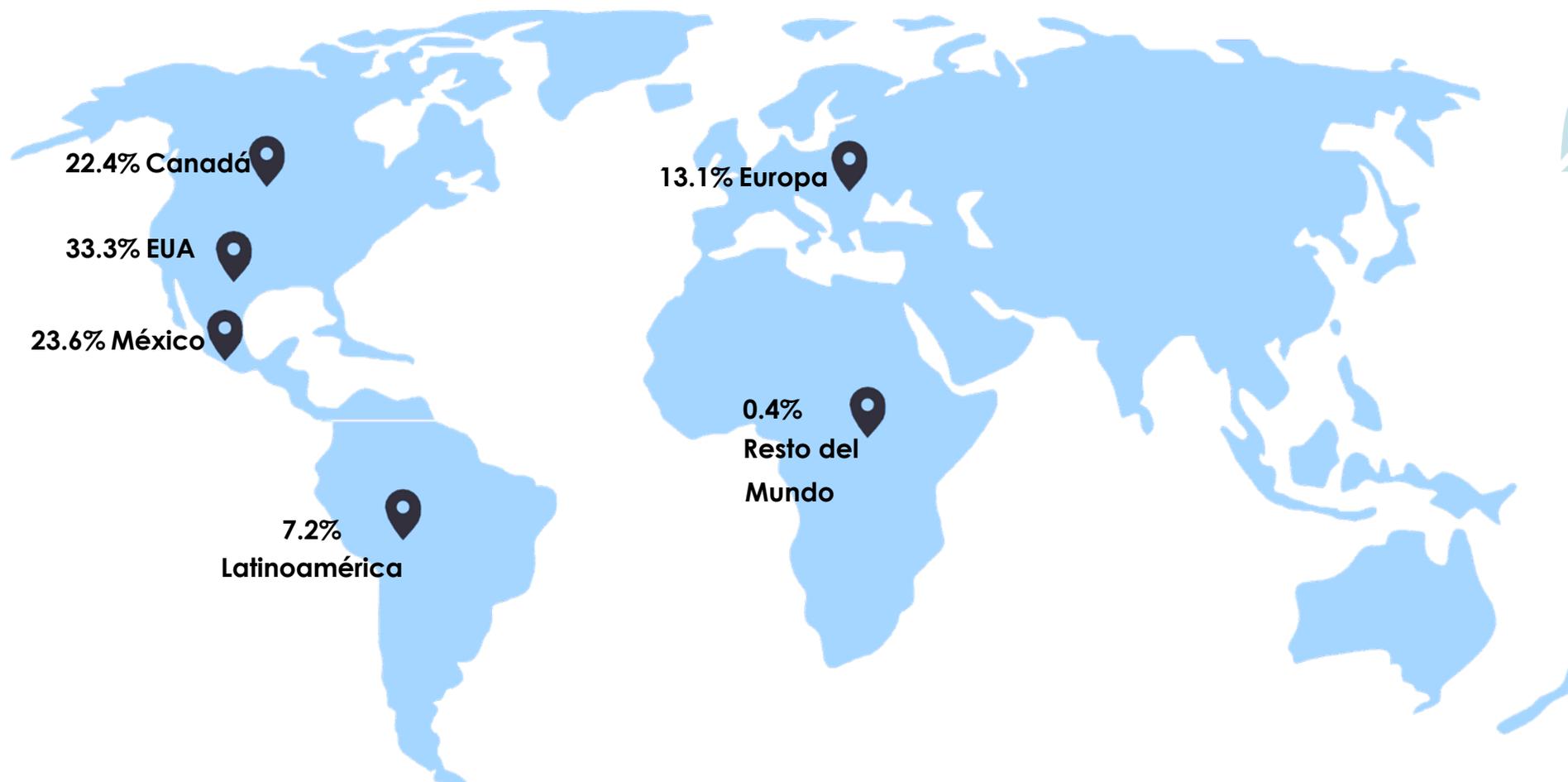
En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual** el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Se obtienen 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan 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 23.6%

EUA 33.3%

Canadá 22.4%

## Top

## Estados de México

## Estados de EUA

## Provincias de Canadá

1	Ciudad de México	18.5
2	Jalisco	12.5
3	Estado de México	11.3
4	Nuevo León	9.8
5	Puebla	6.5
6	Baja California	5.8
7	Chihuahua	4.8
8	San Luis Potosí	3.5
9	Guanajuato	3.3
10	Querétaro	2.8

Illinois	10.7
Texas	7.6
California	6.5
Michigan	6.2
Minnesota	6.2
New York	5.6
Florida	5.3
Wisconsin	4.3
Colorado	3.4
Georgia	3.4

Ontario	38.1
Quebec	22.0
Alberta	16.1
Columbia Británica	9.9
Saskatchewan	5.4
Nueva Escocia	5.4
Nuevo Brunswick	2.1
	1.1



# Edad del turista



**Baby Boomers (60 años y más)**

12.7% de los turistas



**Generación X (40 a 59 años)**

31.6% de los turistas

-De 40 a 49 años 16.8%

-De 50 a 59 años 14.8%



**Millenials (20 a 39 años)**

44.1% de los turistas

-De 20 a 29 años 19.9%

-De 30 a 39 años 24.2%



**Generación Z (0 a 19 años)**

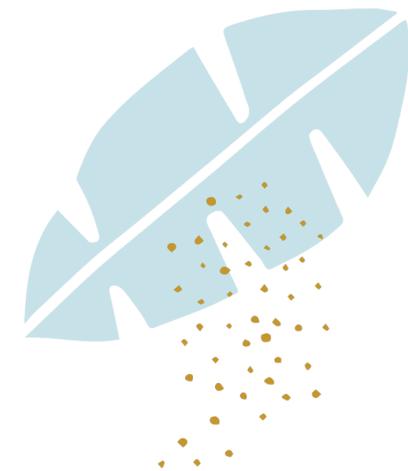
11.9% de los turistas

-Hasta los 12 años 7.4%

-De 13 a 19 años 4.5%



# Ingresos anuales en dólares

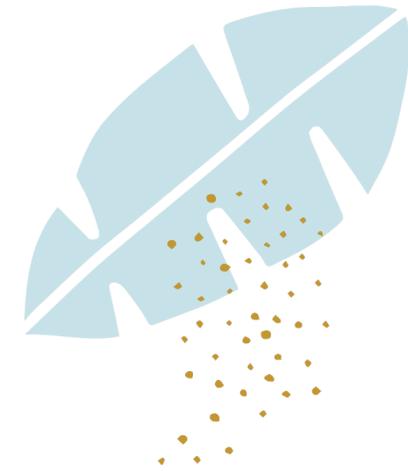


	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Más de \$150,000	19.8	16.4	12.4	10.8	19.0
De \$100,000 a \$150,000	14.6	15.0	11.1	10.3	14.5
De \$75,000 a \$99,999	14.5	12.7	12.9	11.4	12.7
De \$50,000 a \$74,999	14.2	16.5	15.9	13.1	13.1
De \$35,000 a \$49,999	11.1	10.5	10.8	11.1	11.8
De \$25,000 a \$34,999	7.6	8.7	9.9	10.1	5.8
De \$15,000 a \$24,999	9.1	9.8	12.9	15.2	9.7
Menos de \$15,000	9.1	10.4	14.0	18.2	13.4

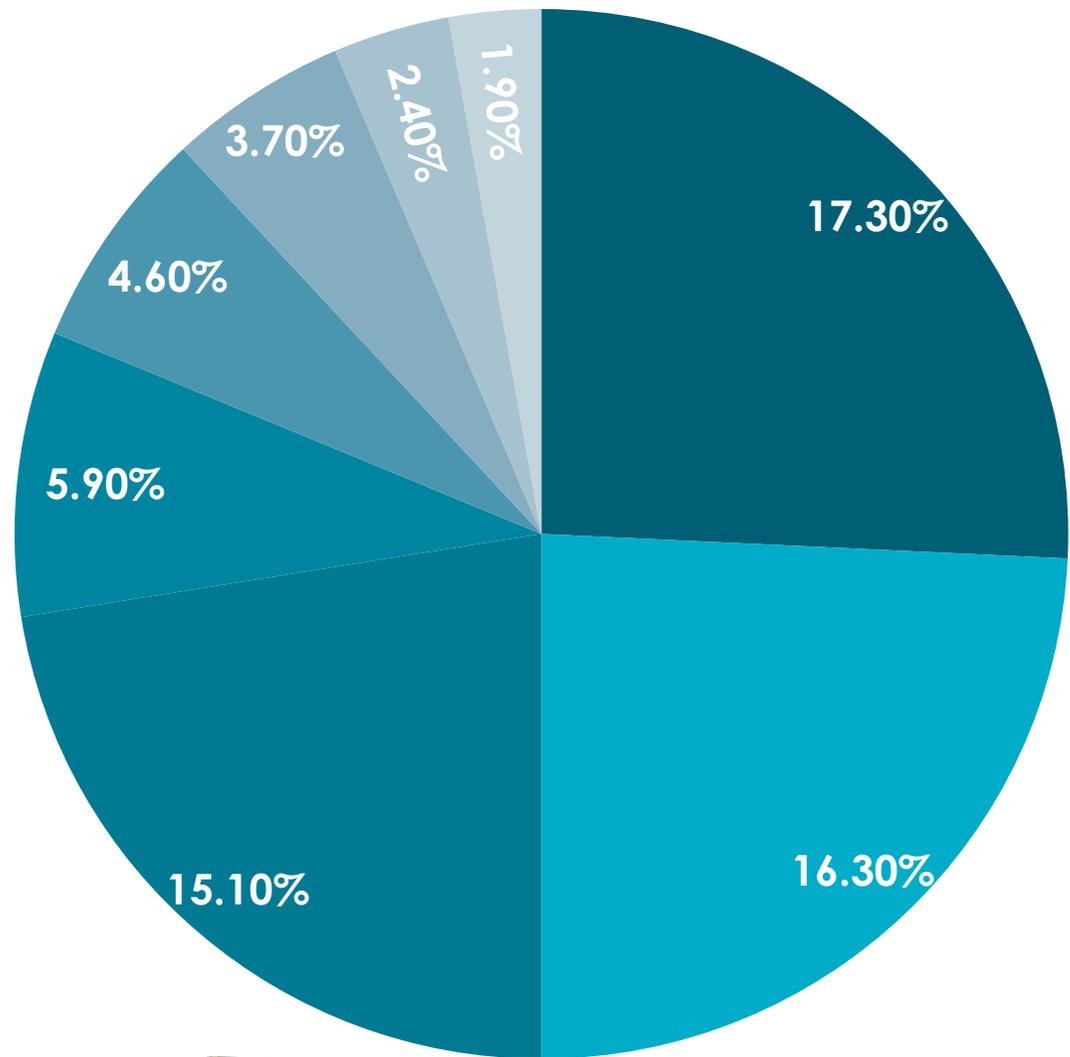




# Medios que influyeron en su intención de visita

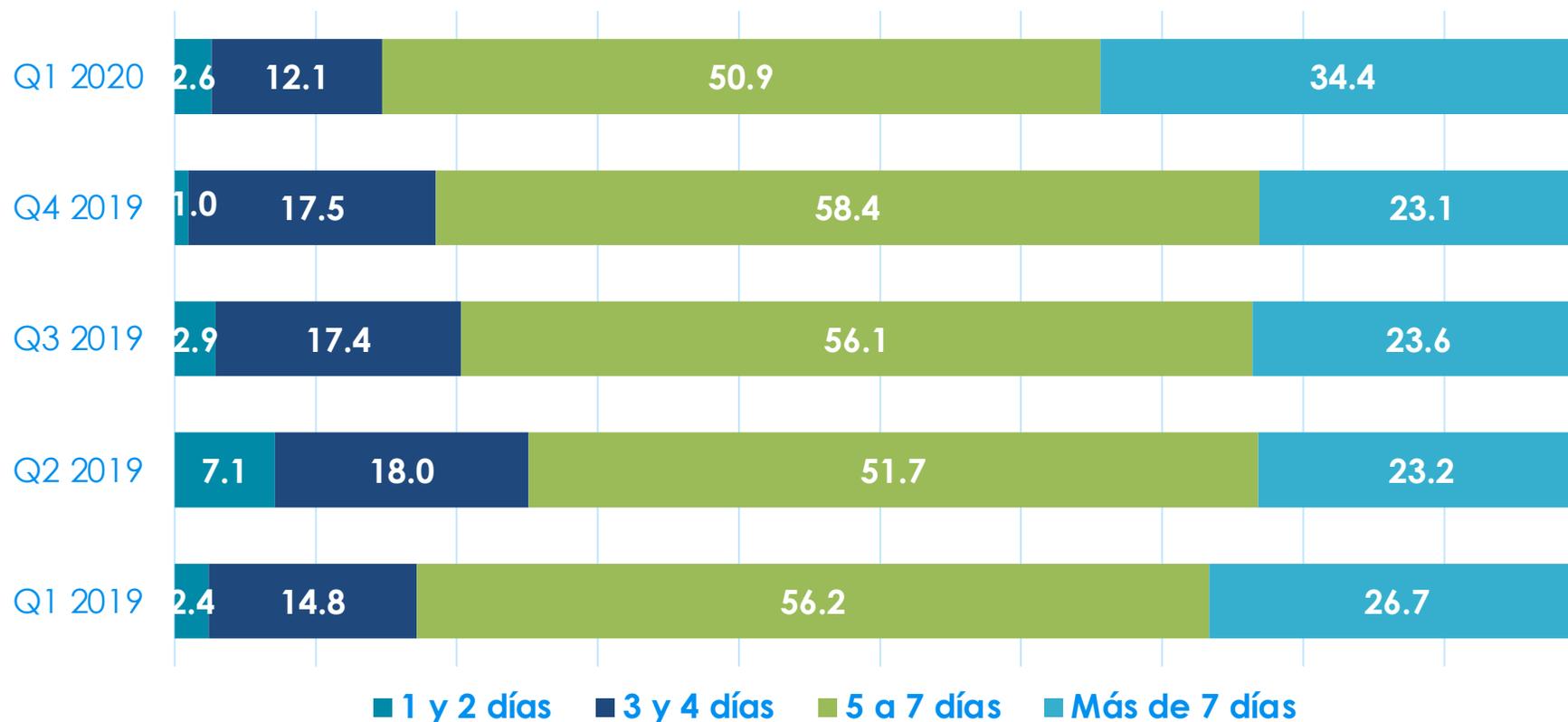
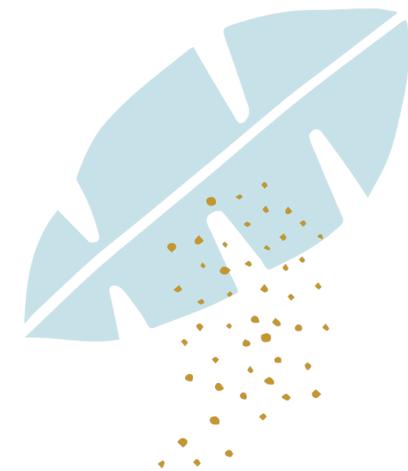


- Agencia de viajes
- Redes sociales
- Publicidad en internet
- Sitios especializados de viaje / blog
- Youtube
- Influencers en línea
- Televisión y radio
- Revista / impreso





# Estancia y tamaño de grupo



## Q1 2020

Estancia media: 9.2 días

Tamaño de grupo: 2.5 personas

## Q1 2019

Estancia media: 7.4 días

Tamaño de grupo: 2.6 personas



## Viaja en pareja

Q1 2020 Q1 2019

48.9% 58.2%



## Personas con quien viaja

## Viaja en familia

Q1 2020 Q1 2019

28.9% 27.0%



Q1  
2020

## Viaja solo

Q1 2020 Q1 2019

11.6% 5.6%



## Viaja con amigos

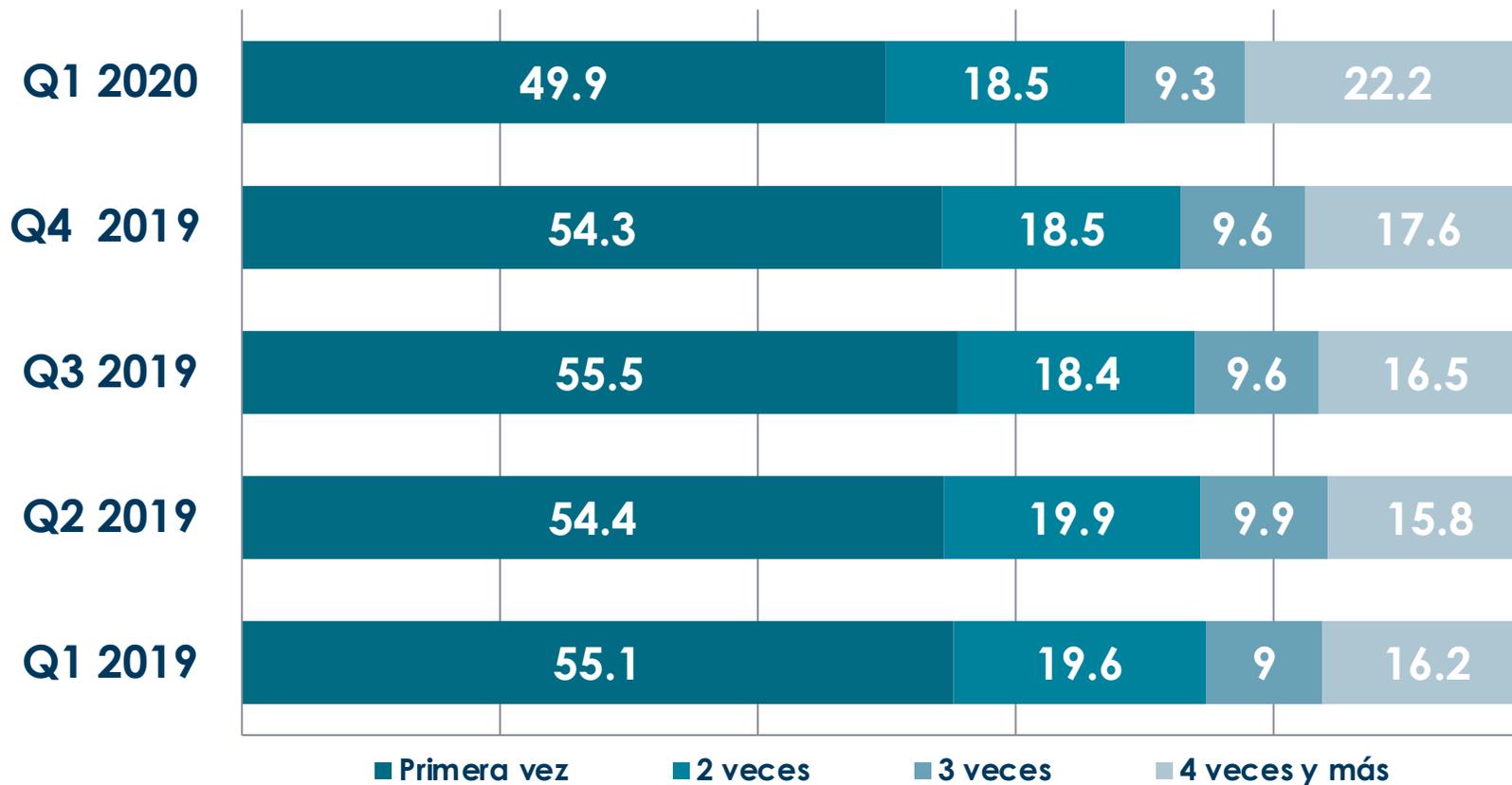
Q1 2020 Q1 2019

10.5% 9.2%





# Visita y tasa de retorno



Q1 2019

Tasa de retorno al destino: **44.9%**

Q1 2020

Tasa de retorno al destino: **50.1%**





# Motivo de viaje

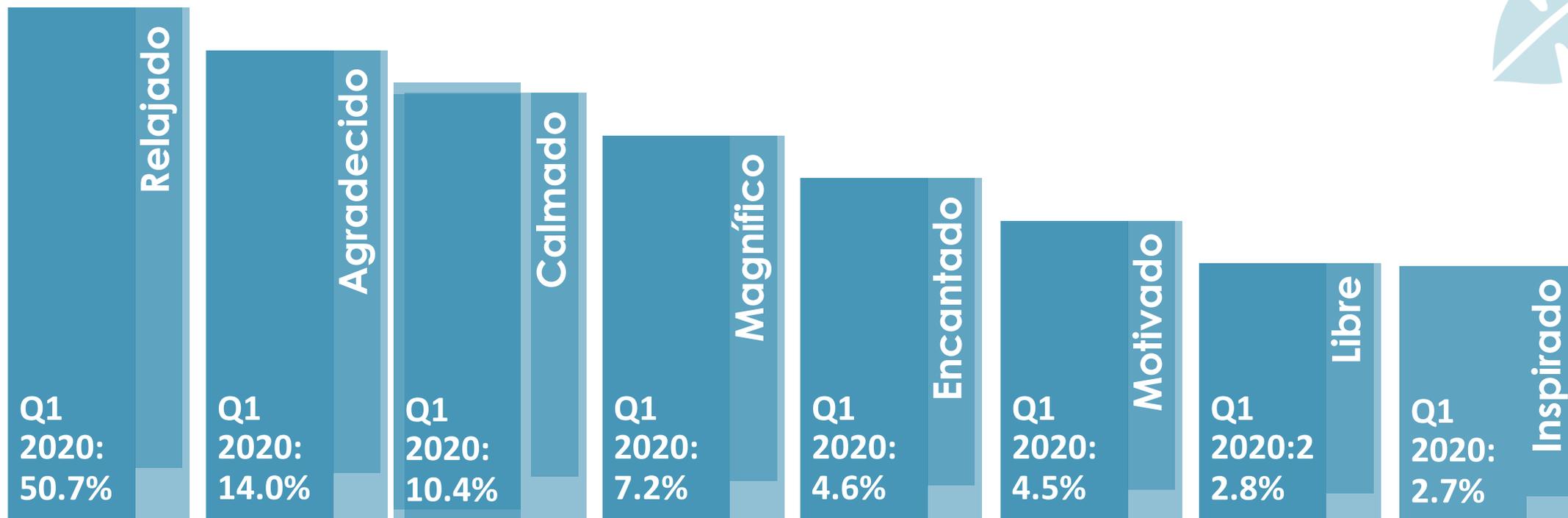
	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
 Descansar	77.8	67	63.8	58.9	71.0
 Actividades de aventura	5.2	9.3	13.6	12.8	8.4
 Luna de miel	4.2	7.8	7.9	10.4	4.1
 Visita Amigos / Familia	1.7	1.7	1.7	2.2	3.8
 Boda	3.2	5.2	4.2	6.8	2.7
 Motivos culturales	2.0	3.0	2.6	1.8	2.4
 Negocios	1.3	0.9	0.8	1.0	2.1

	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
 Evento especial	N/D	N/D	N/D	N/D	1.2
 Congreso / Convención	N/D	N/D	N/D	N/D	1.2
 Viaje de incentivos	1.0	0.9	0.9	0.3	1.1
 Salud y bienestar	0.7	0.7	1.4	1.1	0.8
● ● ● Otros	0.3	0.6	0.9	0.4	0.7





# Sentimiento





# Canal de compra



**1** **Agencia de viaje online**  
Q1 2019: 30.1%  
Q1 2020: **27.3%**

**2** **Agencia de viajes tradicional**  
Q1 2019: 32.3%  
Q1 2020: **28.2%**

**3** **Web compañía aérea**  
Q1 2019: 14.6%  
Q1 2020: **15.6%**

**4** **Buscador de viajes**  
Q1 2019: 8.4%  
Q1 2020: **8.8%**

**5** **Sitio web del hotel**  
Q1 2019: 6.8%  
Q1 2020: **6.0%**

**6** **Sitio de renta vacacional**  
Q1 2019: N/D  
Q1 2020: **5.1%**

**7** **Tiempo compartido**  
Q1 2019: 6.1%  
Q1 2020: **5.4%**

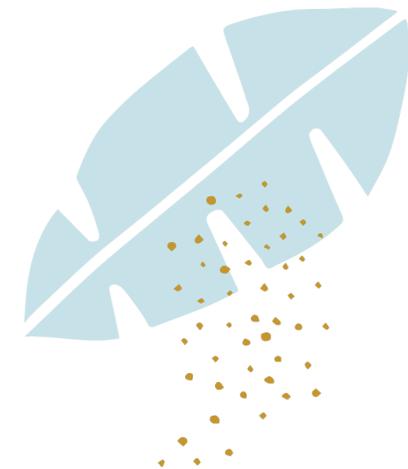
**8** **Oficina – teléfono compañía aérea**  
Q1 2019: 1.3%  
Q1 2020: **2.0%**

**9** **Teléfono del hotel**  
Q1 2019: 0.4%  
Q1 2020: **1.6%**



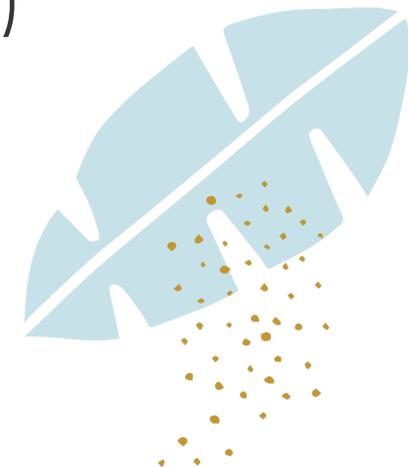


# Uso y tipo de paquete





# Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q1 2019	Q1 2020
Tamaño de grupo	2.6 personas	2.5 personas
Gasto total	\$1,297	\$1,357
Tarifa aérea	\$388	\$360
Hospedaje	\$608	\$546
Gasto en el destino	\$301	\$451





# Tipo de hospedaje utilizado



HOSPEDAJE	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Hotel	81.5	83.7	84.2	78.8	73.5
Renta Vacacional	6.0	5.4	6.5	8.9	9.5
Tiempo Compartido	7.1	6.7	5.4	8.1	7.0
Casa de Familiares / Amigos	2.5	2.2	1.9	2.2	4.3
Casa o Condominio particular	2.9	2.0	2.0	2.0	4.1
Hostal	N/D	N/D	N/D	N/D	1.5





# Tours realizados



**Zonas  
Arqueológicas**

Q1 2019: 50.6%  
Q1 2020: 52.9%



**Cenotes y  
cavernas**

Q1 2019: 19.9%  
Q1 2020: 22.4%



**Actividades  
acuáticas**

Q1 2019: 17.6%  
Q1 2020: 18.4%



**Parques  
recreativos**

Q1 2019: 31.2%  
Q1 2020: 33.2%



**Ciudades  
cercanas**

Q1 2019: 18.8%  
Q1 2020: 25.4%



**Naturaleza**

Q1 2019: 8.3%  
Q1 2020: 6.1%



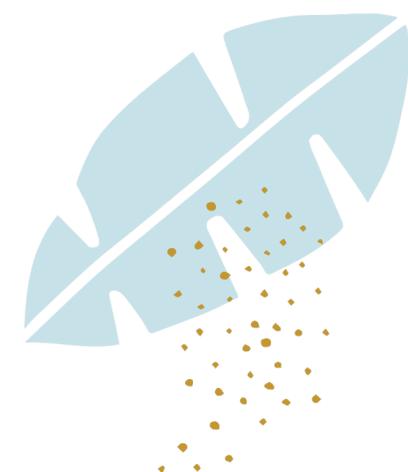
**Entretenimiento**

Q1 2019: 4.5%  
Q1 2020: 6.0%



**Deportes**

Q1 2019: 1.1%  
Q1 2020: 1.1%





# Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



**Q4 2019**  
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



Destinos	Q4 2019	Q1 2020
<b>CANCUN</b>	21.9	19.6
<b>ISLA COZUMEL</b>	14.8	11.7
<b>BACALAR</b>	9.5	11.7
<b>TULUM</b>	17.2	10.4
<b>HOLBOX</b>	9.5	9.2
<b>Mérida</b>	5.3	7.5
<b>Valladolid</b>	3.0	7.5
<b>ISLA MUJERES</b>	7.1	5.8
<b>MAHAHUAL</b>	N/D	2.5
<b>PUERTO MORELOS</b>	N/D	1.7

**Q1 2020**  
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA