

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME 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, Playa del Carmen y Tulum** se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio

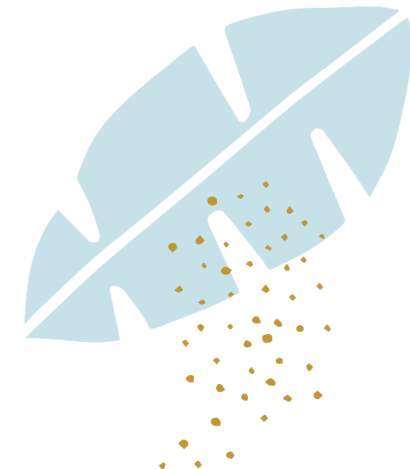
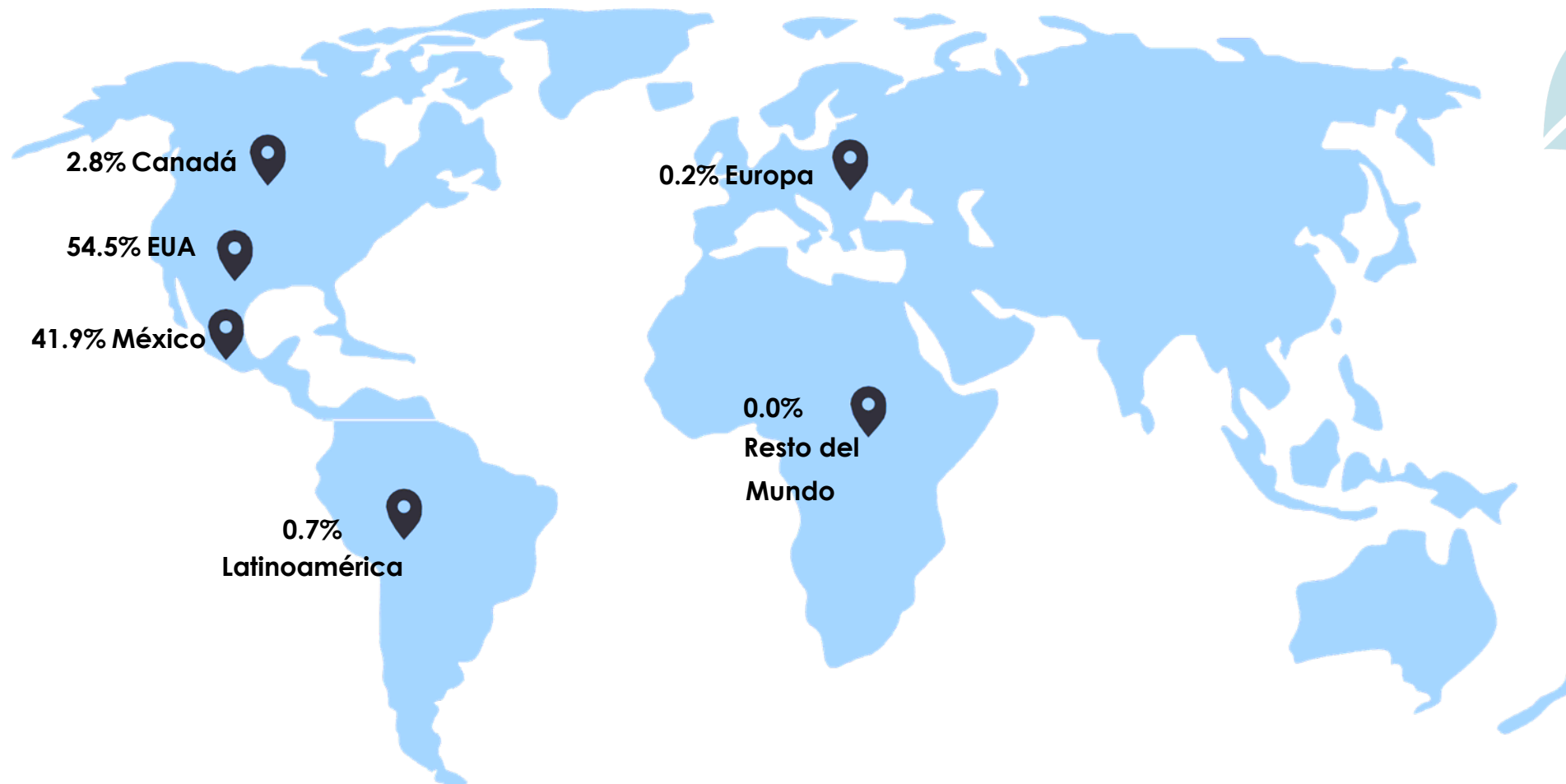
En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual** el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Se obtienen 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan 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 41.9%**

**EUA 54.5%**

**Canadá 2.8%**

## Top

## Estados de México

## Estados de EUA

## Provincias de Canadá

1	Nuevo León	20.6
2	Ciudad de México	16.3
3	Chihuahua	9.6
4	Jalisco	9.4
5	Estado de México	5.3
6	Guanajuato	4.5
7	Querétaro	4.3
8	Coahuila	4.0
9	Tamaulipas	4.0
10	Baja California	3.5

Texas	27.6
Florida	7.3
California	6.8
Illinois	6.8
New York	6.8
New Jersey	6.6
Georgia	4.4
Ohio	4.2
Tennessee	3.5
Oklahoma	3.3

Quebec	42.9
Ontario	33.3
Alberta	23.8



# Edad del turista



## Baby Boomers (60 años y más)

4.1% de los turistas



## Generación X (40 a 59 años)

31.2% de los turistas

-De 40 a 49 años 18.8%

-De 50 a 59 años 12.4%



## Millenials (20 a 39 años)

49.7% de los turistas

-De 20 a 29 años 25.5%

-De 30 a 39 años 24.2%



## Generación Z (0 a 19 años)

15.1% de los turistas

-Hasta los 12 años 9.8%

-De 13 a 19 años 5.2%



# Ingresos anuales en dólares



	Q1 2019	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020
Más de \$150,000	16.4	12.4	10.8	19.0	16.2
De \$100,000 a \$150,000	15.0	11.1	10.3	14.5	14.5
De \$75,000 a \$99,999	12.7	12.9	11.4	12.7	12.2
De \$50,000 a \$74,999	16.5	15.9	13.1	13.1	12.9
De \$35,000 a \$49,999	10.5	10.8	11.1	11.8	9.3
De \$25,000 a \$34,999	8.7	9.9	10.1	5.8	8.5
De \$15,000 a \$24,999	9.8	12.9	15.2	9.7	13.3
Menos de \$15,000	10.4	14.0	18.2	13.4	13.1

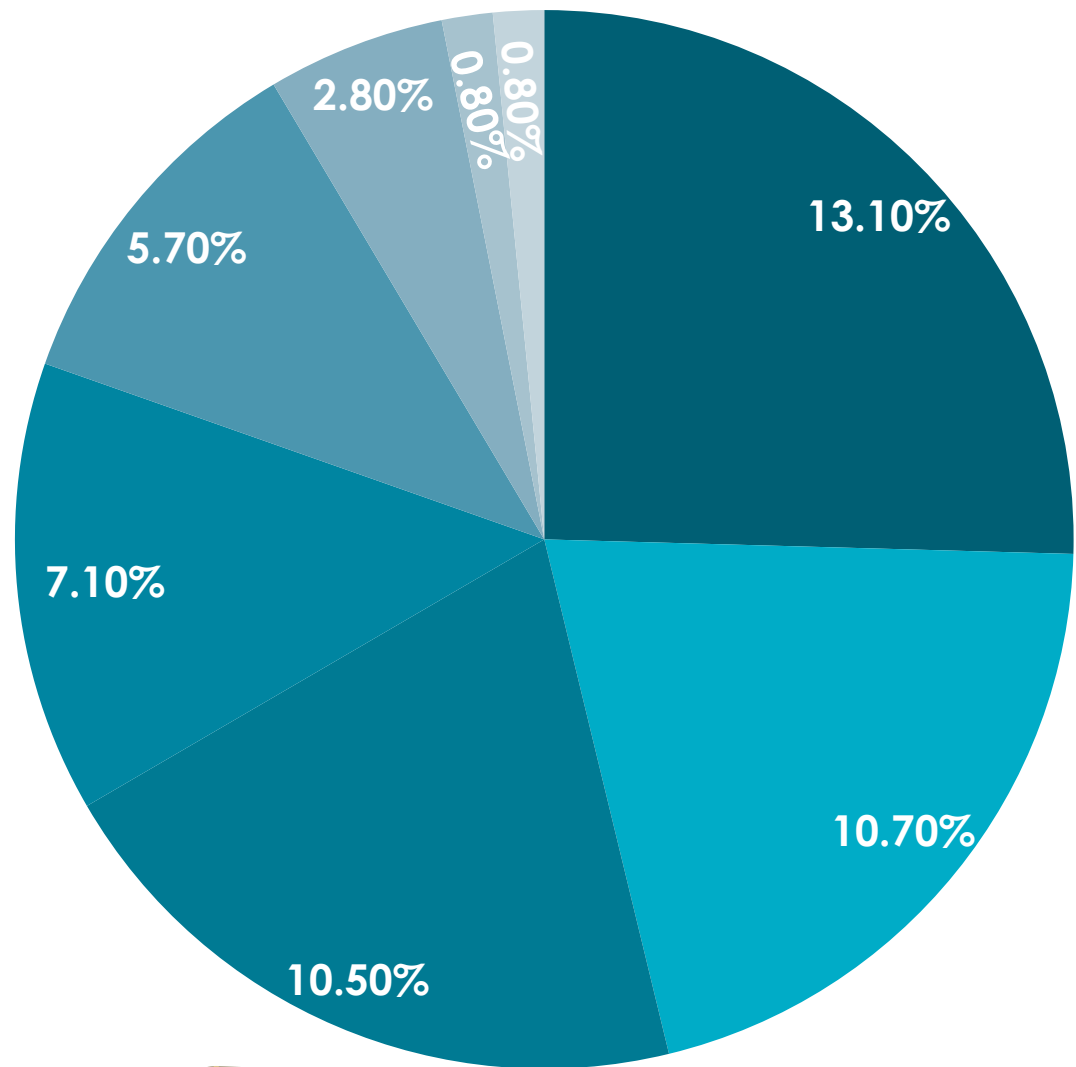




# Medios que influyeron en su intención de visita



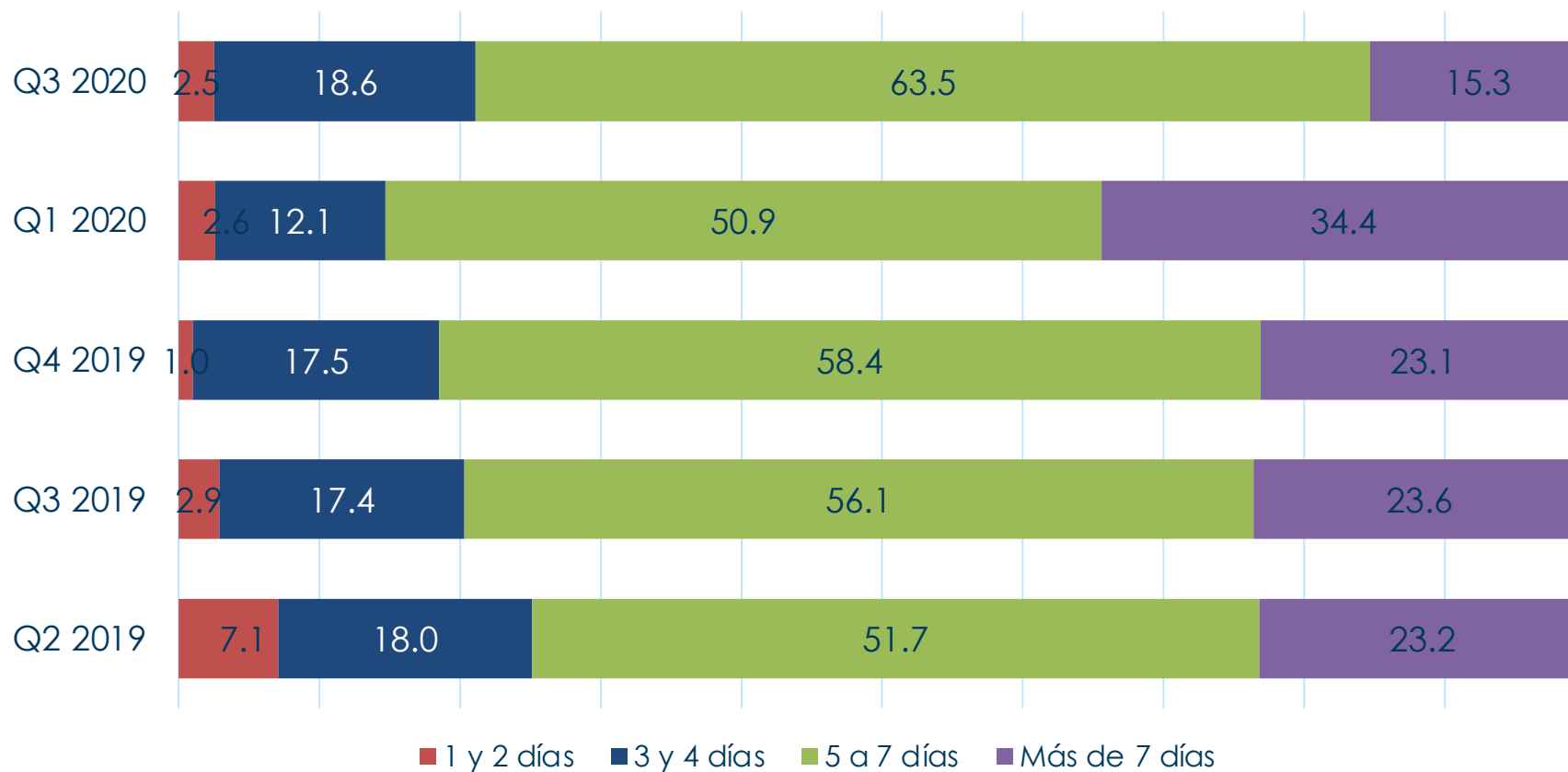
- Redes Sociales
- Sitios especializados de viaje / Blog
- Agencias de viaje
- Publicidad en internet
- YouTube
- Influencers en línea
- Revista / Impresio
- Televisión y Radio







# Estancia y tamaño de grupo



## Q3 2019

Estancia media: **6.8** días

Tamaño de grupo: **3.1** personas

## Q3 2020

Estancia media: **6.6** días

Tamaño de grupo: **3.0** personas



## Viaja en pareja

Q3 2020      Q3 2019

**53.0%**      **41.3%**



## Personas con quien viaja

## Viaja en familia

Q3 2020      Q3 2019  
**33.0%**      **43.4%**



**Q3  
2020**

## Viaja solo

Q3 2020      Q3 2019  
**6.1%**      **5.8%**



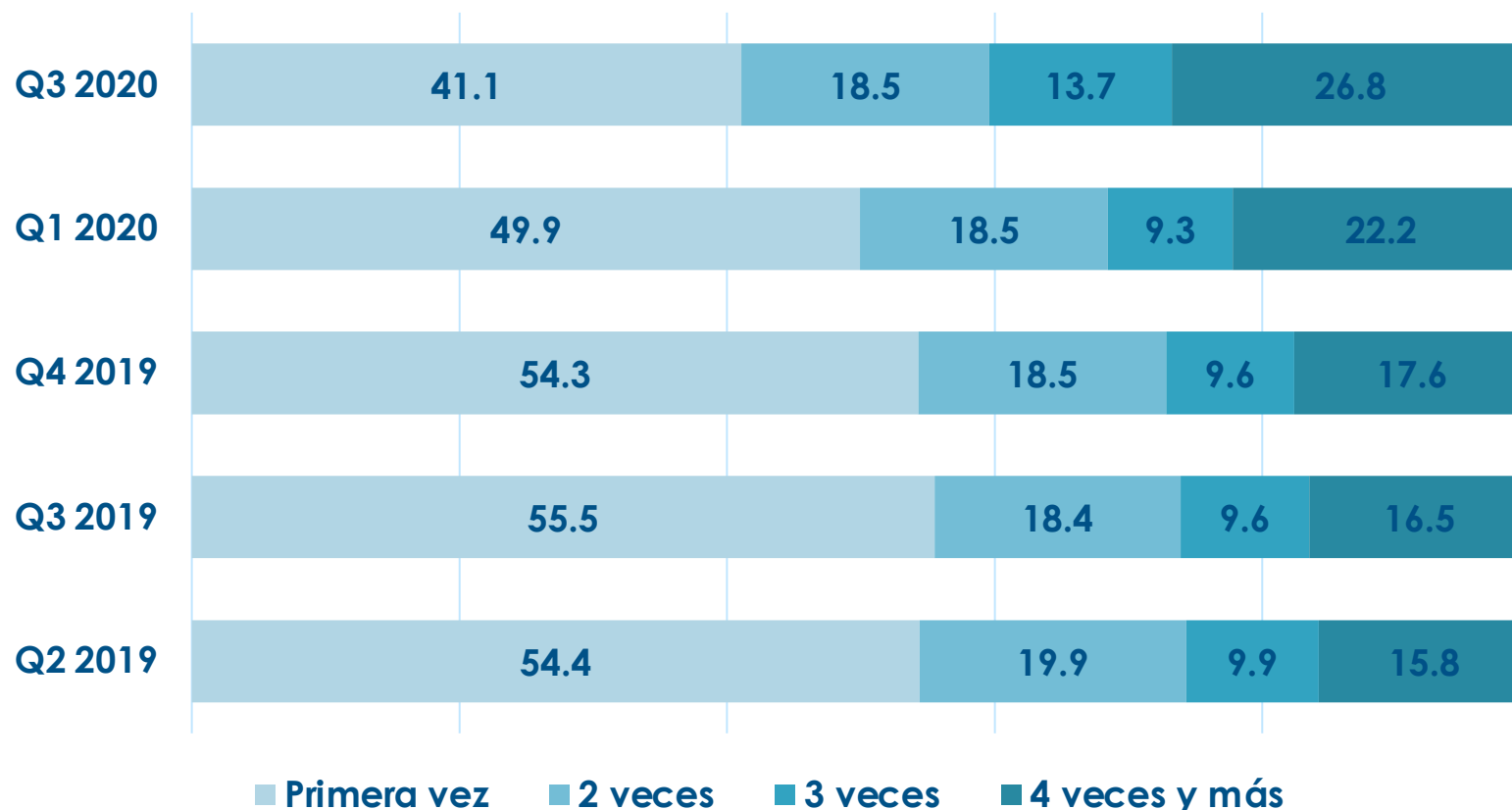
## Viaja con amigos

Q3 2020      Q3 2019  
**7.9%**      **9.6%**





# Visita y tasa de retorno



**Q3 2019**

Tasa de retorno al destino: **45.1%**








**Q3 2020**





Tasa de retorno al destino: **58.9%**





# Motivo de viaje

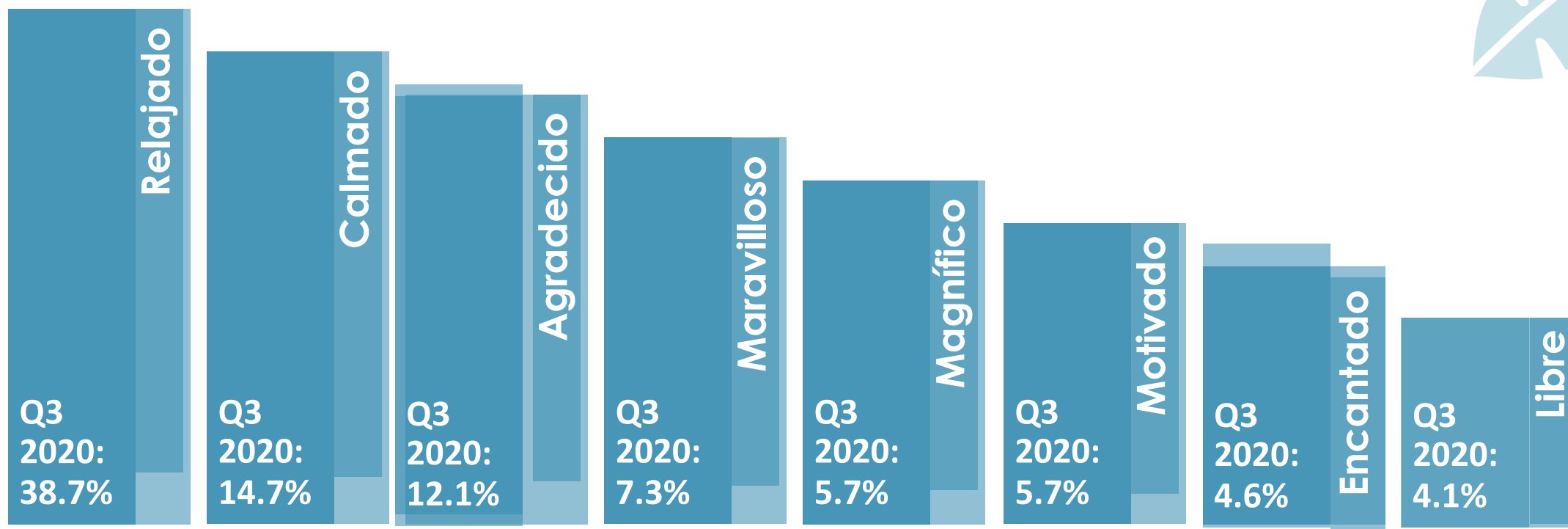
	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
 Descansar	67	63.8	58.9	71.0	73.8
 Actividades de aventura	9.3	13.6	12.8	8.4	6.4
 Luna de miel	7.8	7.9	10.4	4.1	7.7
 Visita Amigos/Familia	1.7	1.7	2.2	3.8	2.9
 Boda	5.2	4.2	6.8	2.7	3.4
 Motivos culturales	3.0	2.6	1.8	2.4	0.2
 Negocios	0.9	0.8	1.0	2.1	1.0

	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
 Evento especial	N/D	N/D	N/D	1.2	N/D
 Congreso / convención	N/D	N/D	N/D	1.2	0.2
 Viaje de Incentivos	0.9	0.9	0.3	1.1	0.3
 Salud y Bienestar	0.7	1.4	1.1	0.8	3.0
● ● ● Otros	0.6	0.9	0.4	0.7	0.6





# Sentimiento





# Canal de compra



**1** Agencia de viaje online  
Q3 2020: 32.5%  
Q3 2019: 30.0%

**2** Agencia de viajes tradicional  
Q3 2020: 28.8%  
Q3 2019: 33.6%

**3** Web compañía aérea  
Q3 2020: 16.5%  
Q3 2019: 12.0%

**4** Buscador de viajes  
Q3 2020: 6.4%  
Q3 2019: 8.1%

**5** Sitio web del hotel  
Q3 2020: 7.2%  
Q3 2019: 6.5%

**6** Sitio de renta vacacional  
Q3 2020: 0.9%  
Q3 2019: N/D

**7** Tiempo compartido  
Q3 2020: 3.4%  
Q3 2019: 4.5%

**8** Oficina – teléfono compañía aérea  
Q3 2020: 3.0%  
Q3 2019: 1.7%

**9** Teléfono del hotel  
Q3 2020: 1.6%  
Q3 2019: 1.2%





# Uso y tipo de paquete





# Distribución de la derrama (dólares por persona)



Concepto	Q1 2020	Q3 2020
<b>Tamaño de grupo</b>	personas	personas
<b>Gasto total</b>	\$1,357	\$2,422
<b>Tarifa aérea</b>	\$360	\$616
<b>Hospedaje</b>	\$546	\$1,330
<b>Gasto en el destino</b>	\$451	\$1,548







# Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q2 2019	Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q3 2020
Hotel	83.7	84.2	78.8	73.5	87.1
Renta Vacacional / Casa Rentada	5.4	6.5	8.9	9.5	4.1
Tiempo Compartido	6.7	5.4	8.1	7.0	4.1
Casa de Familiares/Amigos	2.2	1.9	2.2	4.3	2.6
Casa o Condominio Particular	2.0	2.0	2.0	4.1	1.7
Hostal	N/D	N/D	N/D	1.5	0.3





# Tours realizados



Zonas  
Arqueológicas

Q3 2019: 50.6%  
Q3 2020: 52.9%



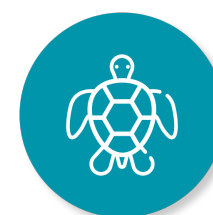
Cenotes y  
cavernas

Q3 2019: 19.9%  
Q3 2020: 22.4%



Actividades  
acuáticas

Q3 2019: 17.6%  
Q3 2020: 18.4%



Parques  
recreativos

Q3 2019: 31.2%  
Q3 2020: 33.2%



Ciudades  
cercanas

Q3 2019: 18.8%  
Q3 2020: 25.4%



Naturaleza

Q3 2019: 8.3%  
Q3 2020: 6.1%



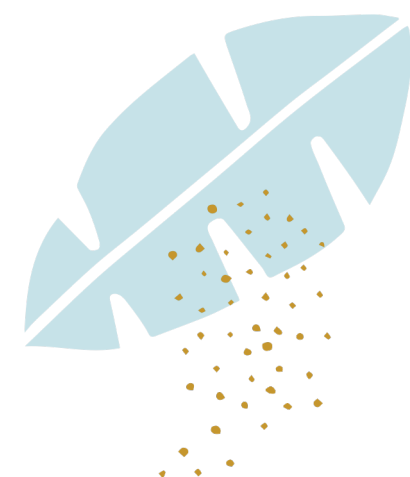
Entretenimiento

Q3 2019: 4.5%  
Q3 2020: 6.0%



Deportes

Q3 2019: 1.1%  
Q3 2020: 1.1%





# Otros destinos en donde pernoctó durante este viaje



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



Destinos	Q1 2020	Q3 2020
<b>cancun</b>	19.6	7.8
ISLA COZUMEL	11.7	3.9
BACALAR	11.7	9.8
TULUM	10.4	21.6
HOLBOX	9.2	19.6
<b>Mérida</b>	7.5	2.0
<b>Valladolid</b>	7.5	2.0
ISLA MUJERES	5.8	2.0
MAHAHUAL	2.5	9.8
PUERTO MORELOS	1.7	N/D

**Q3 2020**  
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA