

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q3 2023
(JULIO | SEPTIEMBRE)



Metodología

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

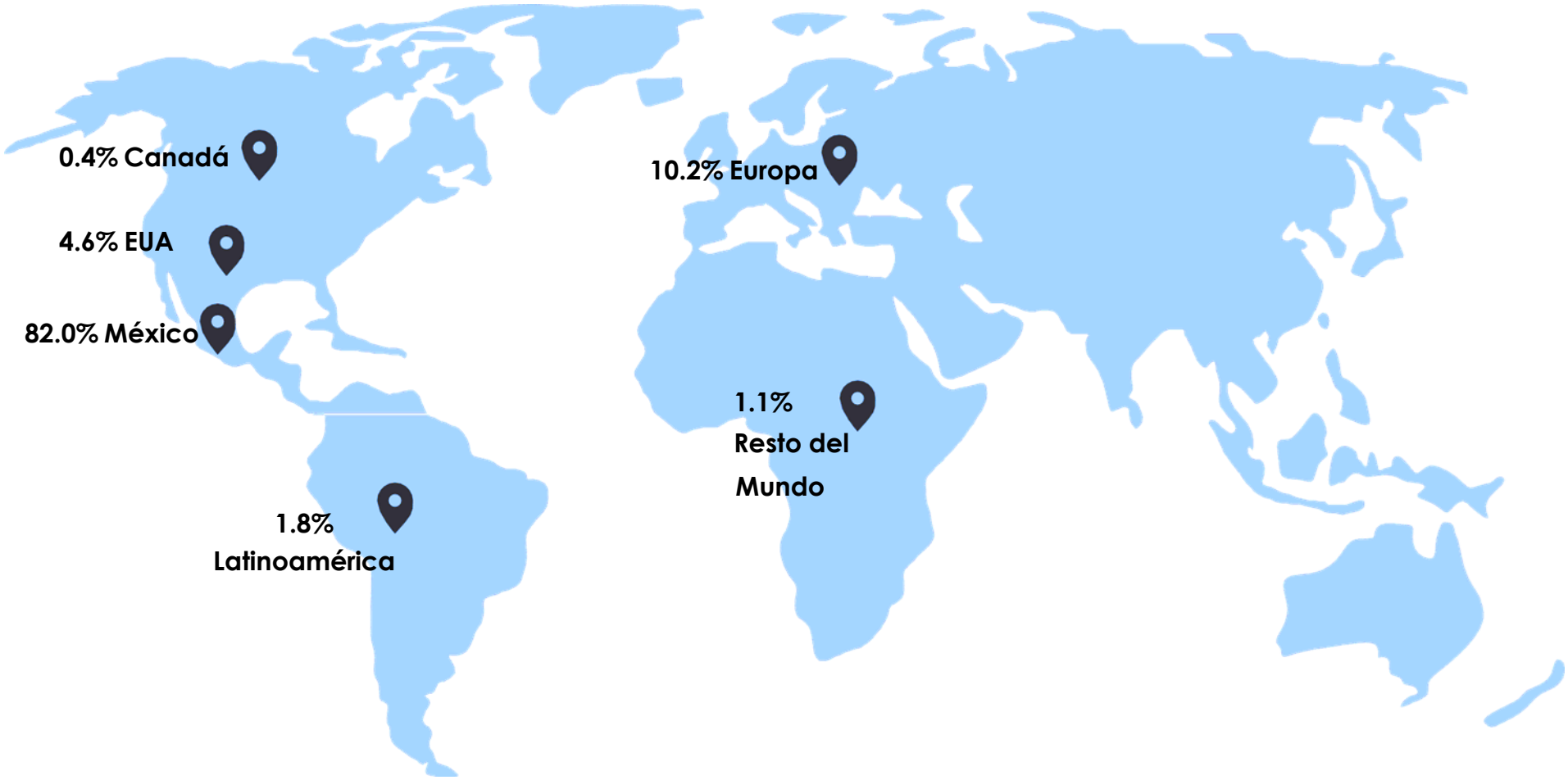
Los levantamientos asociados a **Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres y Tulum** se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio.

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 27 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.

El presente reporte correspondiente a Bacalar fue elaborado con 284 encuestas obtenidas de turistas que se hospedaron en este destino.

Procedencia



Porcentaje de respuesta: 99.6% del total de turistas



Procedencia

México 82.0%

EUA 4.6%

Europa 10.2%

Top

1	Ciudad de México	59.1
2	Estado de México	11.2
3	Nuevo León	3.9
4	Baja California	3.4
5	Hidalgo	2.2
6	Puebla	2.2
7	Veracruz	2.2
8	Jalisco	1.7
9	Guanajuato	1.7
10	San Luis Potosí	1.7

Estados de México

Estados de EUA

California	58.3
Texas	8.3
Florida	8.3
New York	8.3
Pennsylvania	8.3
Arkansas	8.3

Países de Europa

España	35.7
Alemania	10.7
Francia	10.7
Italia	10.7
Bélgica	10.7
Holanda	7.1
Inglaterra	3.6
Dinamarca	3.6
Irlanda	3.6
Austria	3.6

Porcentaje de respuesta: 99.6% del total de turistas

Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

7.4% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

26.7% de los turistas
-De 40 a 49 años 16.1%
-De 50 a 59 años 10.6%



Generación Y (30 a 39 años)

26.9% de los turistas



Generación Z (13 a 29 años)

29.8% de los turistas
-De 13 a 19 años 9.0%
-De 20 a 29 años 20.8%



Generación Alpha (7 a 12 años)

% de los turistas
-De 0 a 3 años 1.9%
-De 4 a 6 años 2.6%
-De 7 a 12 años 4.7%

Base: 802 respuestas

BACALAR

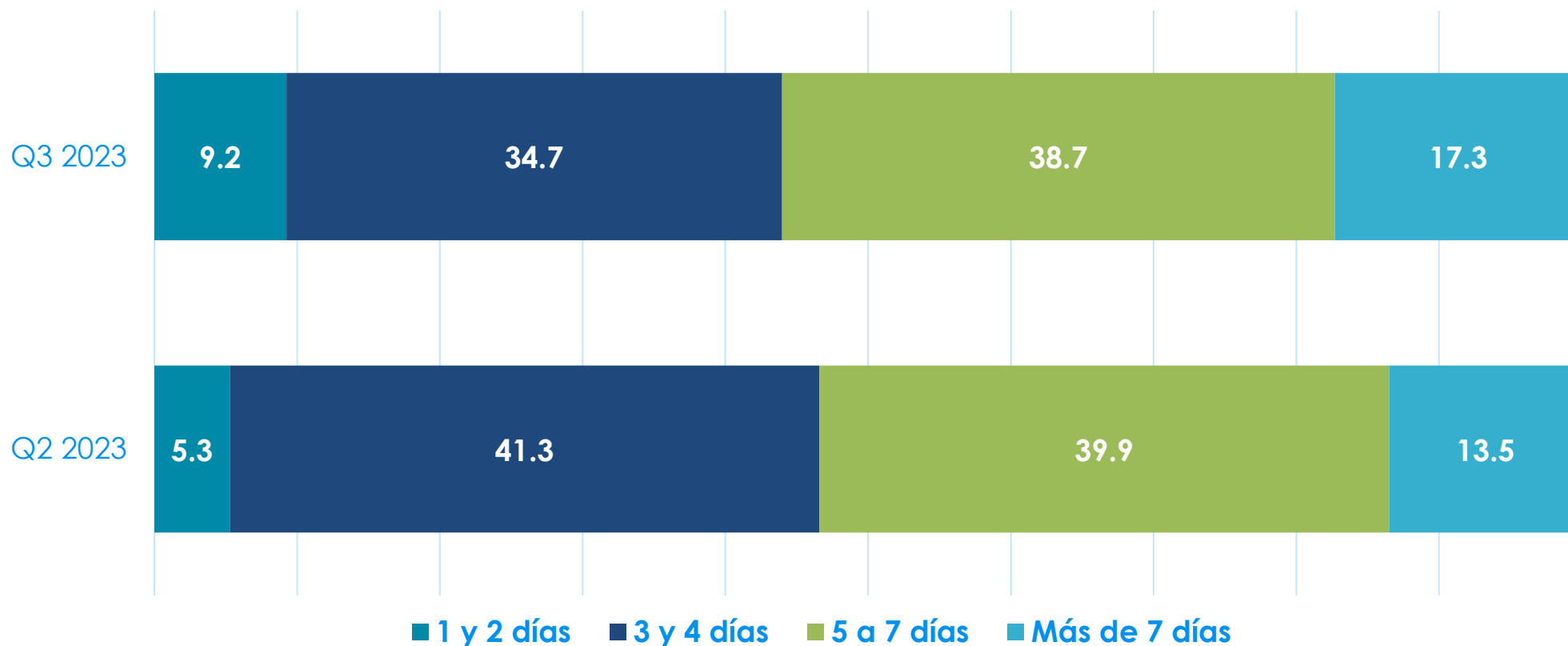
Ingresos anuales en dólares

	Q2 2023	Q3 2023
Más de \$150,000	3.5	4.0
De \$100,000 a \$150,000	3.9	1.0
De \$75,000 a \$99,999	4.3	4.0
De \$50,000 a \$74,999	10.9	5.3
De \$35,000 a \$49,999	10.1	10.7
De \$25,000 a \$34,999	8.5	12.9
De \$15,000 a \$24,999	23.6	25.8
Menos de \$15,000	35.3	35.6

Porcentaje de respuesta: **79.2%** del total de turistas



Estancia y tamaño de grupo



Q2 2023

Estancia media: 5.7 días

Tamaño de grupo: 3.1 personas

Q3 2023

Estancia media: 5.8 días

Tamaño de grupo: 2.9 personas

Porcentaje de respuesta: 60.9% del total de turistas



Viaja en pareja

Q3 2023

24.4%



Personas con quien viaja

Viaja en familia

Q3 2023

45.6%



Q3
2023

Viaja solo

Q3 2023

15.2%



Porcentaje de respuesta: 99.6% del total de turistas

Viaja con amigos

Q3 2023

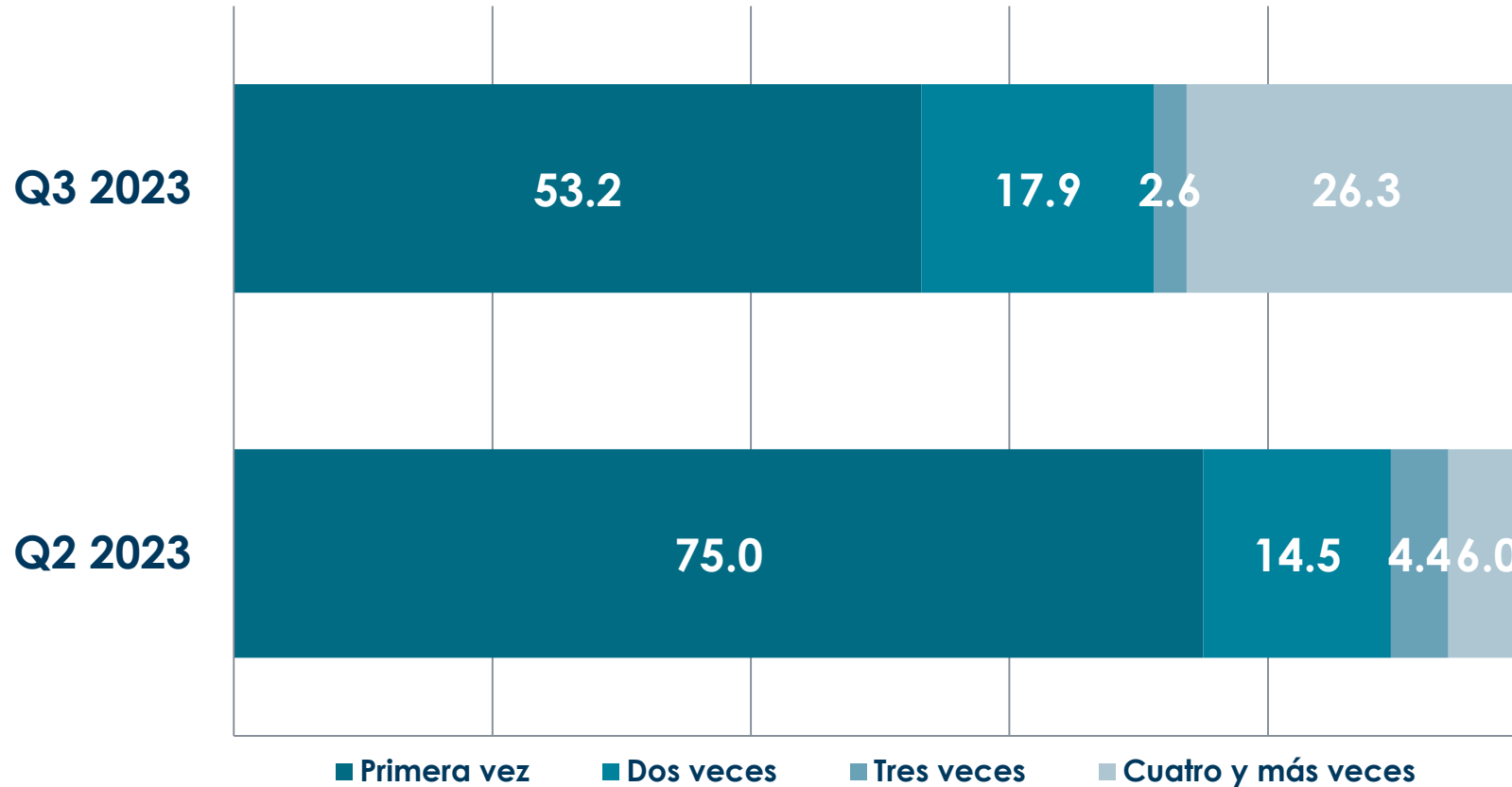
14.8%



BACALAR

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Visita y tasa de retorno



Q2 2023

Tasa de retorno al destino: **25.0%**

BACALAR

Porcentaje de respuesta: **54.9%** del total de turistas



Q3 2023

Tasa de retorno al destino: **46.8%**

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

Motivo principal de viaje

Motivo	Q2 2023	Q3 2023
Sol y playa	70.4	58.5
Actividades de aventura (Snorkel, Buceo, Etc)	9.2	11.4
Visita Amigos/Familia	3.5	10.3
Conectar con seres queridos		6.6
Congreso / convención	2.5	4.8
Negocios	1.1	2.2
Lista de deseos		1.8
Salud y Bienestar	2.5	1.5
Luna de miel	2.8	1.1
Gastronomía	0.4	0.7
Asistir a Boda	2.8	0.4

Porcentaje de respuesta: 95.8% del total de turistas



Uso y tipo de paquete



Porcentaje de respuesta: 91.5% del total de turistas



Distribución de la derrama (dólares por persona)

Concepto	Q2 2023	Q3 2023
Tamaño de grupo	3.1 personas	2.9 Personas
Gasto total	\$571	\$767
Tarifa aérea	\$157	\$237
Hospedaje	\$199	\$237
Gasto en el destino	\$215	\$293

Porcentaje de respuesta: 62.8% del total de turistas



Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q2 2023	Q3 2023
Hotel	69.5	76.7
Renta vacacional	20.9	15.4
Casa de familiares o amigos	2.6	4.3
Hostal	5.6	1.8
Casa o condominio particular	1.3	1.7

Porcentaje de respuesta: 98.2% del total de turistas



Tours realizados



Zonas arqueológicas

Q3 2023: 8.8%
Q2 2023: 4.9%



Cenotes y cavernas

Q3 2023: 15.8%
Q2 2023: 21.1%



Actividades acuáticas

Q3 2023: 47.9%
Q2 2023: 78.0%



Parque recreativos

Q3 2023: 3.5%
Q2 2023: 0.3%



Ciudades cercanas

Q3 2023: 16.5%
Q2 2023: 19.1%



Naturaleza

Q3 2023: 2.1%
Q2 2023: 2.0%



Entretenimiento

Q3 2023: 0.4%
Q2 2023: 0.7%



Deportes

Q3 2023: 0.0%
Q2 2023: 0.0%

Multivariable: cada porcentaje está expresado sobre el total de turistas en el destino



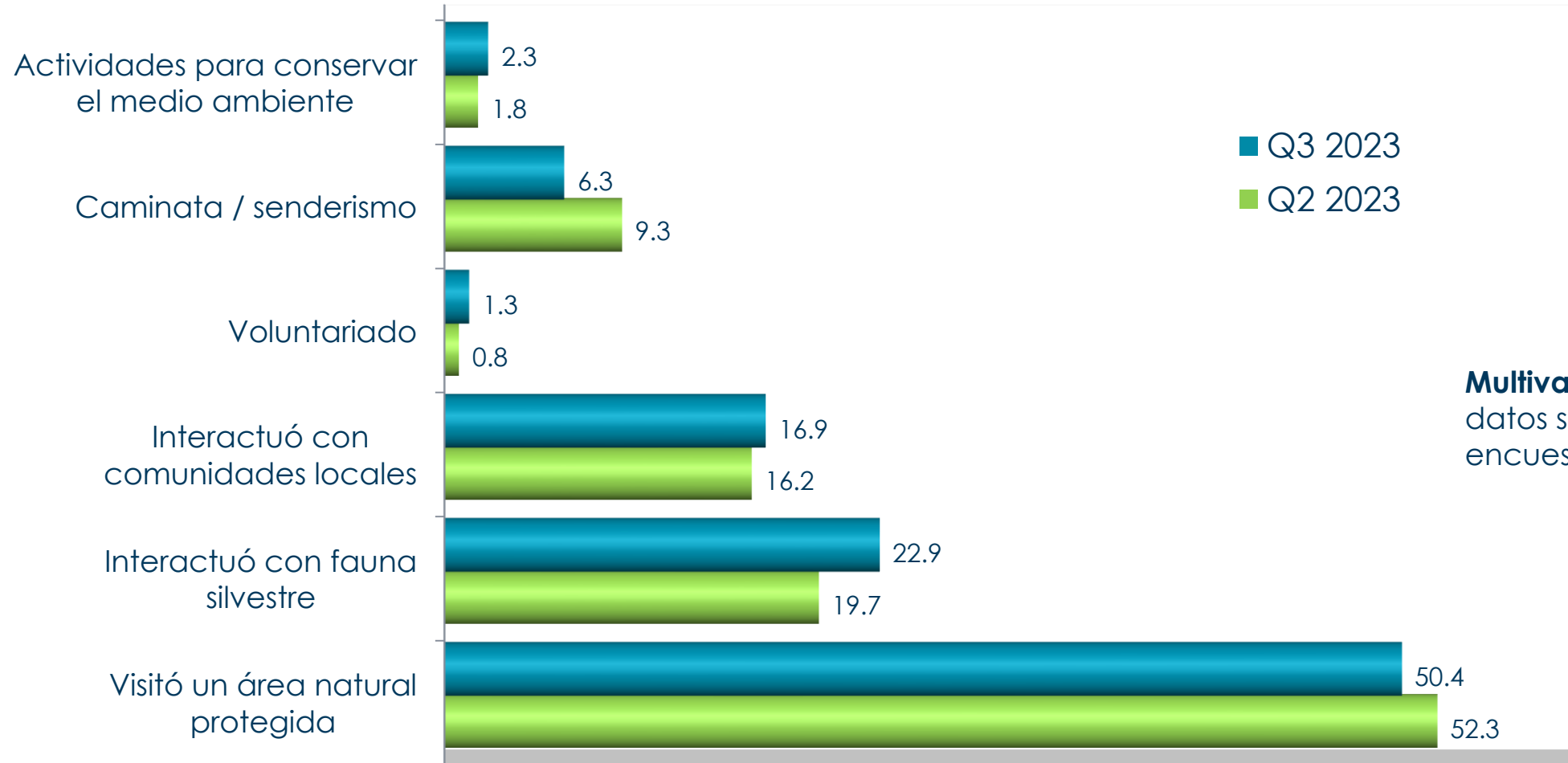
Otros destinos considerados antes de este viaje

Destinos	Q2 2023	Q3 2023
Cancún	6.3	9.7
Holbox	15.1	9.1
Oaxaca	7.9	7.8
Tulum	7.9	6.5
Mazatlán	4.8	6.5
Los Cabos	8.7	5.8
Chiapas	7.1	5.2
Puerto Vallarta		4.5
Mérida	7.9	4.5
Belice	9.5	2.6
Colombia		2.6
Mahahual	8.7	2.6

Base; 154 respuestas



Realización de “actividades verdes”

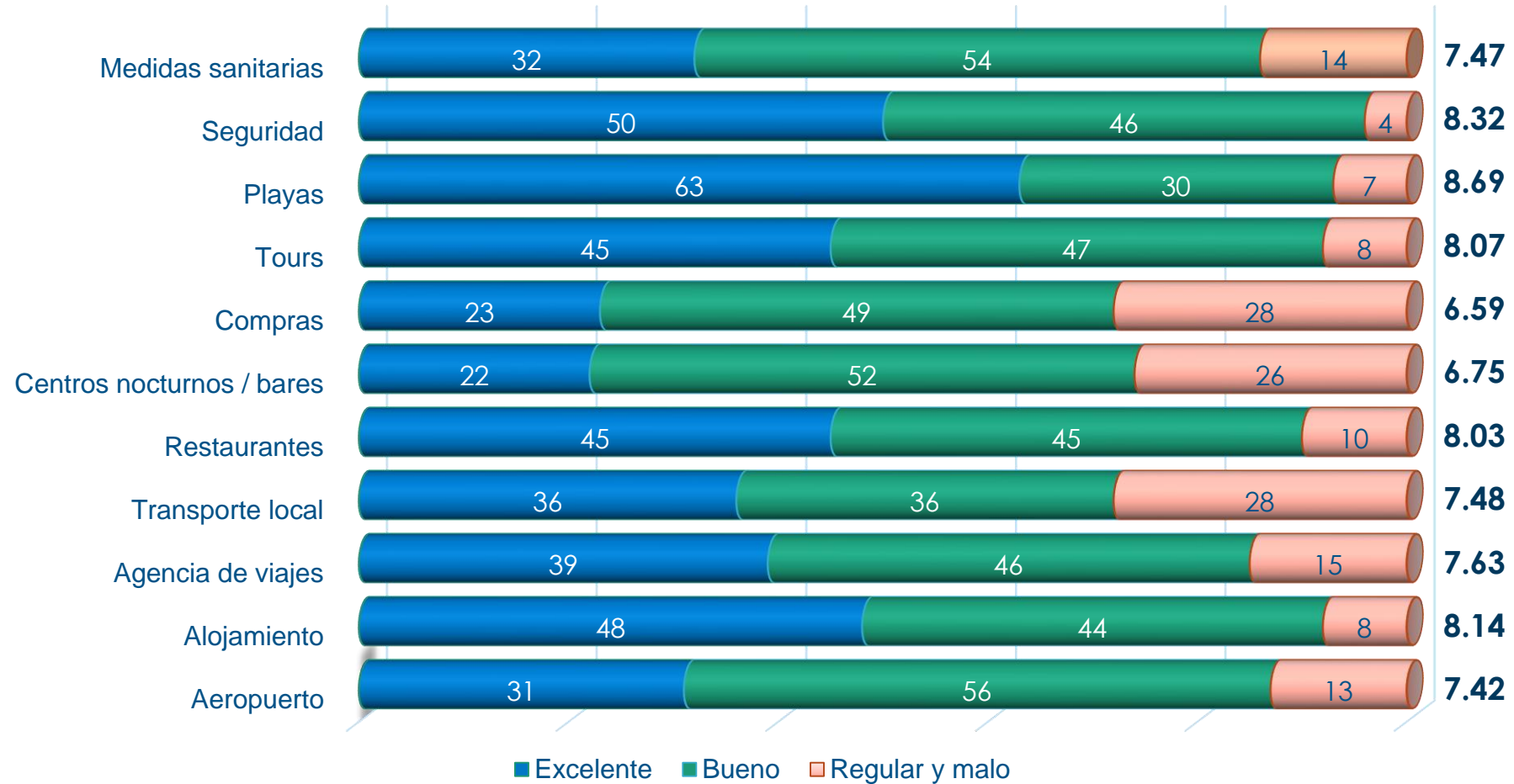


Multivariable: todos los datos sobre el 100% de los encuestados

Base: 397 respuestas



Satisfacción con diferentes aspectos turísticos del destino

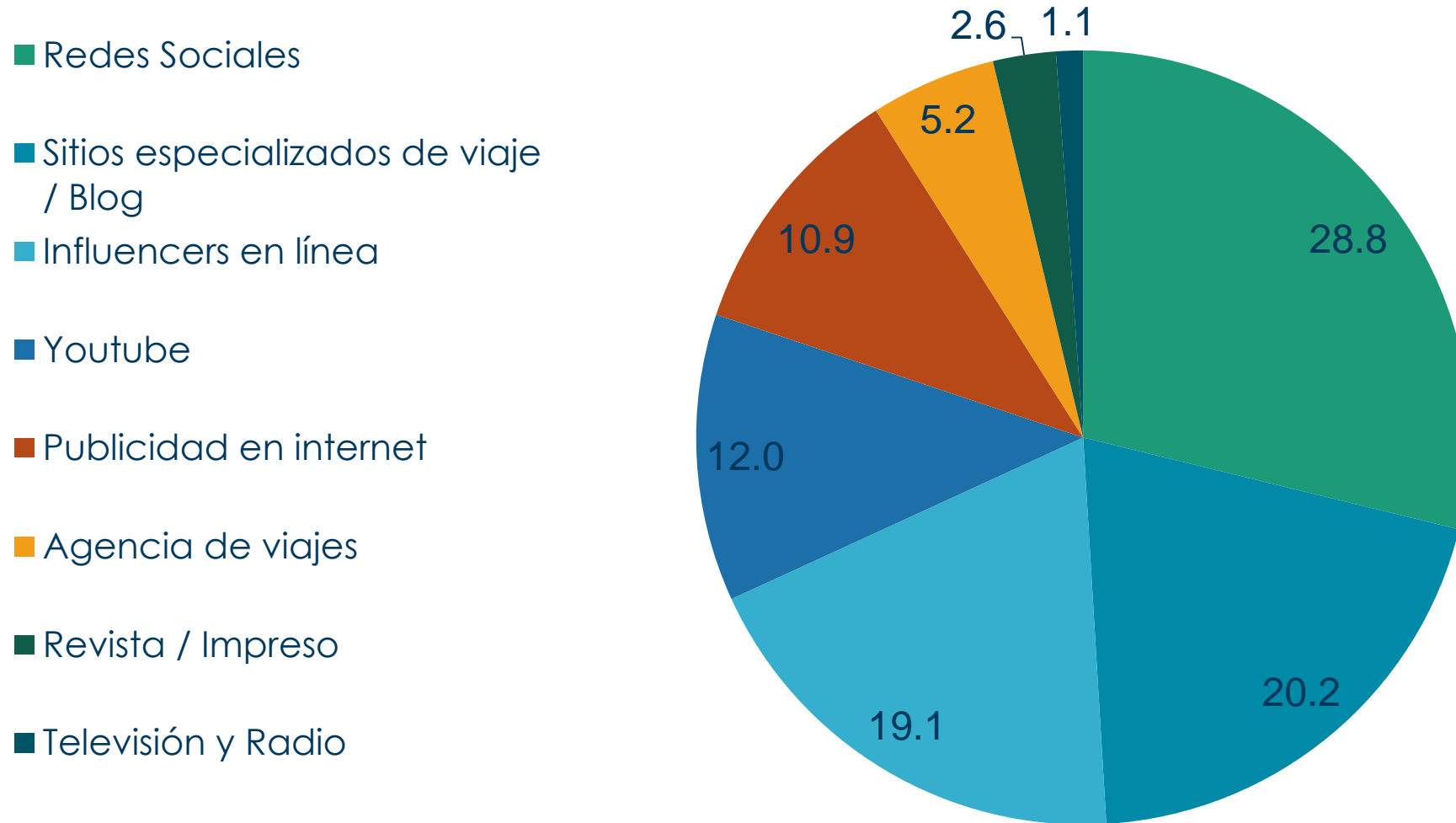


Ponderación: Es la calificación promedio que se obtiene al asignar 10 a cada opinión excelente, 7 a una buena, 4 a una regular y 0 a una mala

Porcentaje de respuesta: 97.2% del total de turistas



Medios que influyeron en su intención de visita



Base: 267 respuestas



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA