

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

INFORME Q3 2023
(JULIO | SEPTIEMBRE 2023)

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 150 encuestas en cada destino por cada semestre que permitan alcanzar un **nivel de confiabilidad del 93%** 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. En **Holbox** las encuestas son obtenidas en la terminal de ferrys de la isla.

Este reporte de Isla Mujeres fue elaborado con 420 encuestas realizadas a turistas que pernoctaron en este destino durante su estancia en el Caribe Mexicano.

Procedencia



Porcentaje de respuesta: 97.9% del total de turistas



Procedencia

México 24.6%

EUA 52.3%

Europa 11.9%

Top

Estados de México

Estados de EUA

Países de Europa

1	Ciudad de México	22.4
2	Nuevo León	15.3
3	Yucatán	6.1
4	Aguascalientes	5.1
5	Guanajuato	5.1
6	Estado de México	5.1
7	Baja California	4.1
8	Hidalgo	4.1
9	Jalisco	4.1
10	Querétaro	4.1

Texas	32.8
California	12.4
Florida	6.5
Illinois	5.0
Colorado	4.5
Washington	4.5
New York	3.5
Massachusetts	3.0
North Carolina	2.5
Pennsylvania	2.5

Alemania	18.8
Francia	14.6
Italia	14.6
Dinamarca	10.4
Holanda	10.4
Bélgica	8.3
España	6.3
Inglaterra	6.3
Irlanda	4.2
Austria	2.1

Porcentaje de respuesta: 97.9% del total de turistas

Edad del turista



Baby Boomers (60 años y más)

6.8% de los turistas



Generación X (40 a 59 años)

35.4% de los turistas
-De 40 a 49 años 23.4%
-De 50 a 59 años 12.0%



Generación Y (30 a 39 años)

22.5% de los turistas



Generación Z (13 a 29 años)

28.3% de los turistas
-De 13 a 19 años 7.5%
-De 20 a 29 años 20.8%



Generación Alpha (7 a 12 años)

6.9% de los turistas
-De 0 a 3 años 1.1%
-De 4 a 6 años 2.0%
-De 7 a 12 años 3.8%

Base: 1,154 respuestas

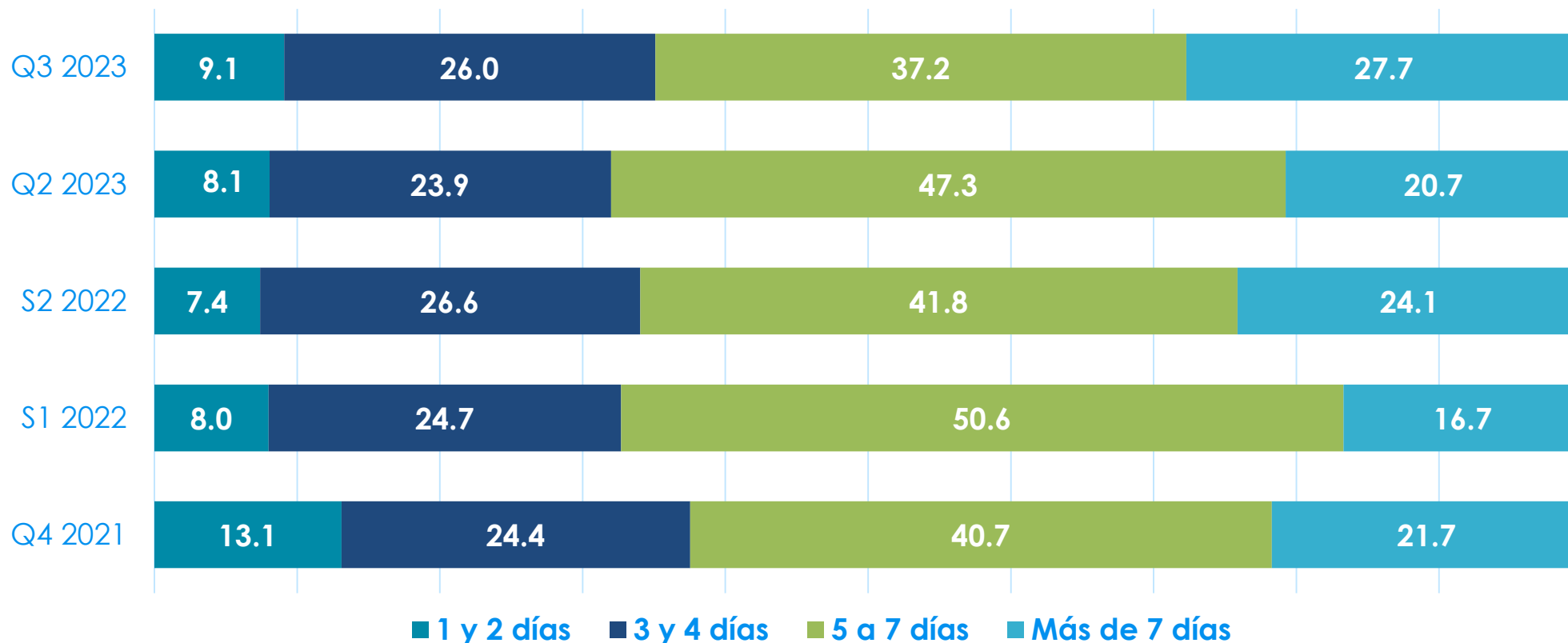
Ingresos anuales en dólares

	Q4 2021	S1 2022	S2 2022	Q2 2023	Q3 2023
Más de \$150,000	14.2	21.8	18.3	17.1	16.3
De \$100,000 a \$150,000	12.8	18.0	16.6	13.8	9.6
De \$75,000 a \$99,999	6.4	7.5	13.7	10.0	8.1
De \$50,000 a \$74,999	8.5	12.0	14.9	12.1	14.4
De \$35,000 a \$49,999	12.8	9.8	4.0	8.8	13.0
De \$25,000 a \$34,999	13.5	7.5	10.9	14.6	14.1
De \$15,000 a \$24,999	19.1	11.3	8.6	15.4	14.8
Menos de \$15,000	12.8	12.0	13.1	8.3	9.6

Porcentaje de respuesta: 64.3% del total de turistas



Estancia y tamaño de grupo



S2 2022

Estancia media: 6.9 días

Tamaño de grupo: 3.2 personas

Q3 2023

Estancia media: 8.2 días

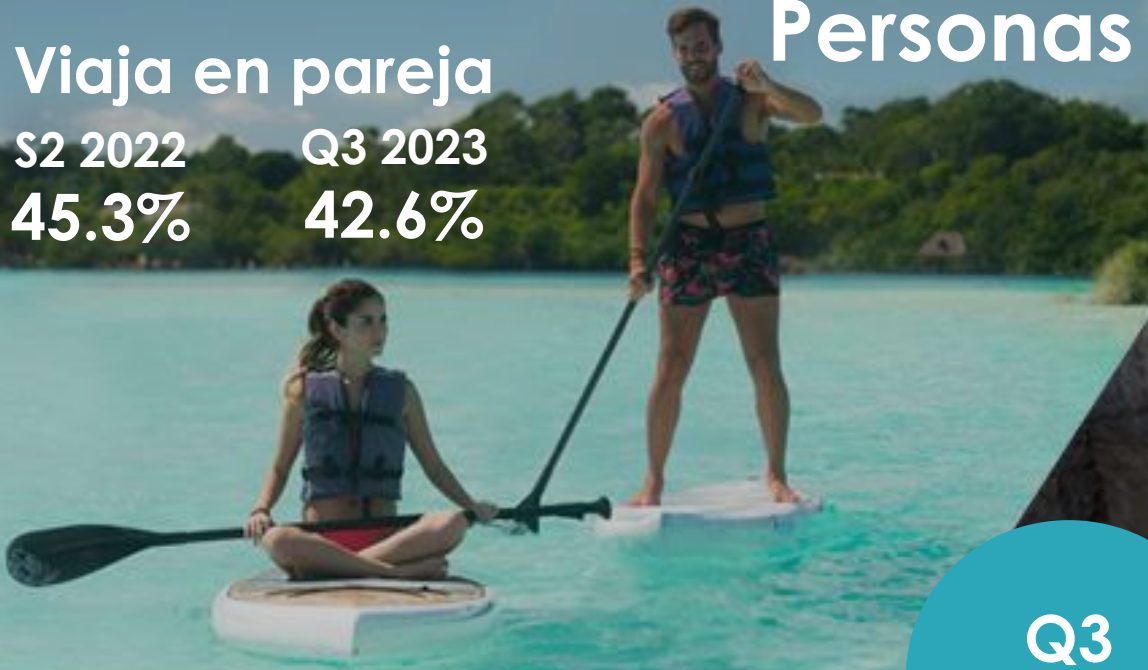
Tamaño de grupo: 3.2 personas

Porcentaje de respuesta: 70.5% del total de turistas



Viaja en pareja

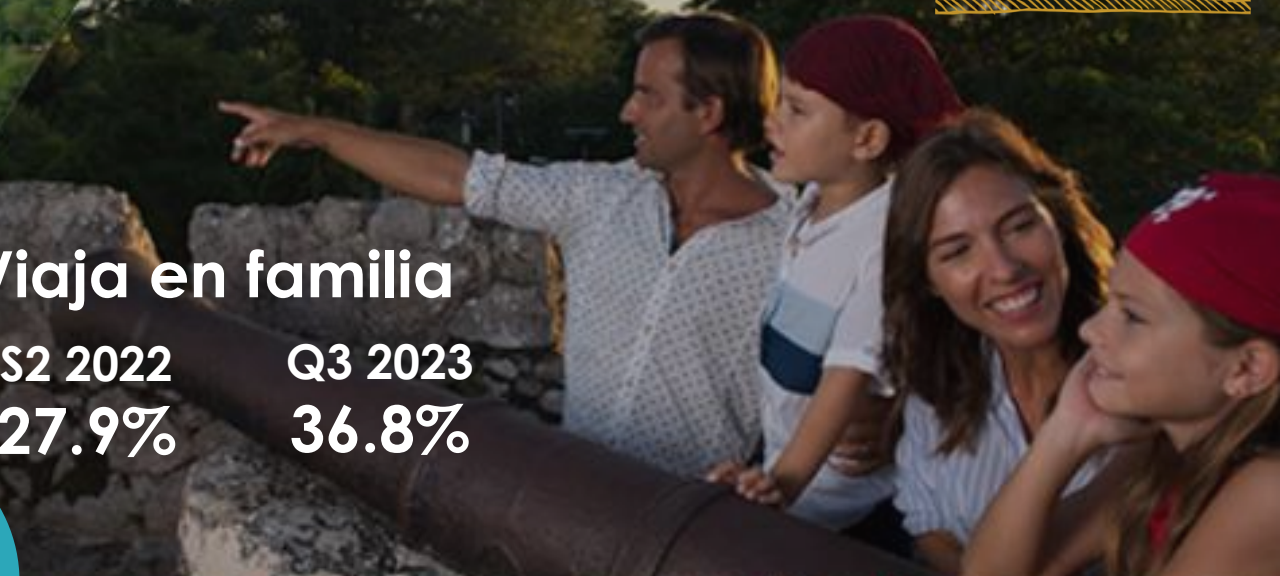
S2 2022	Q3 2023
45.3%	42.6%



Personas con quien viaja

Viaja en familia

S2 2022	Q3 2023
27.9%	36.8%



Q3
2023

Porcentaje de respuesta: 99.5% del total de turistas

Viaja solo

S2 2022	Q3 2023
9.8%	8.6%

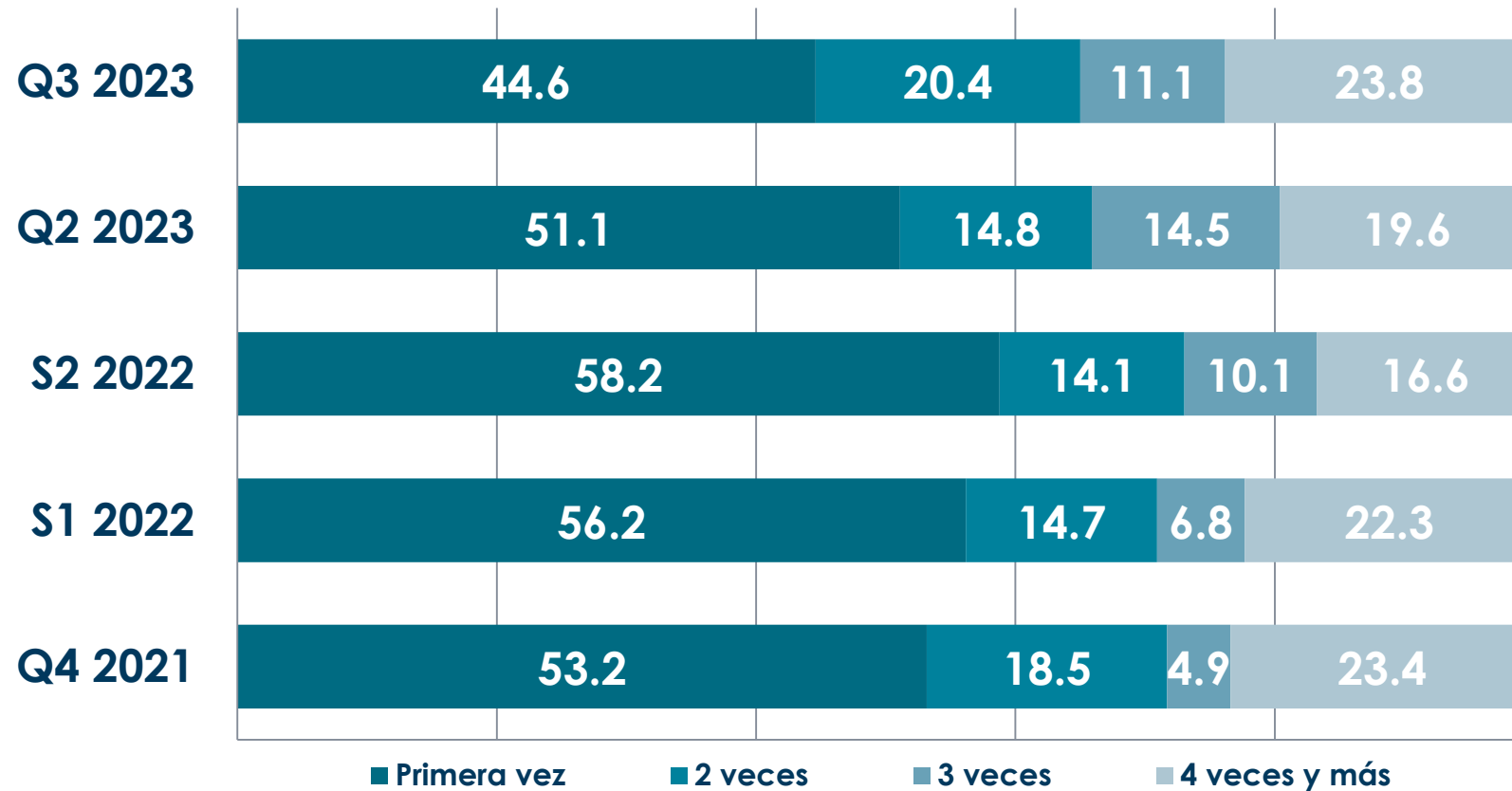


Viaja con amigos

S2 2022	Q3 2023
17.1%	12.0%



Visita y tasa de retorno



S2 2022

Tasa de retorno al destino: **41.8%**

Q3 2023

Tasa de retorno al destino: **55.4%**

Porcentaje de respuesta: **76.9%** del total de turistas



Motivo principal de viaje

Motivo	Q4 2021	S1 2022	S2 2022	Q2 2023	Q3 2023
Sol y playa	81.3	81.8	80.1	84.7	62.6
Visita Amigos/Familia	3.9	1.6	2.1	0.3	10.6
Conectar con seres queridos					7.3
Lista de deseos					4.3
Actividades de aventura	3	3.2	2.4	3.5	4.1
Salud y Bienestar		0.4	1	1.2	2.8
Congreso / convención			0.3	0.6	2.8
Boda	3.9	3.2	5.6	6.9	2.3
Luna de miel	3.4	4.7	4.2	1.7	1.3
Motivos culturales	1	2.8	1.4	0.3	1.3
Gastronomía					0.5
Evento Especial	1.5		1.7	0.6	
Vida nocturna		1.2	0.3	0.3	
Negocios	0.5	0.8	0.7		
Contraer matrimonio	0.5	0.4			

Porcentaje de respuesta: 94.0% del total de turistas



Uso y tipo de paquete



Porcentaje de respuesta: 90.7% del total de turistas



Distribución de la derrama (dólares por persona)

Concepto	S2 2022	Q3 2023
Tamaño de grupo	3.2 personas	3.2 personas
Gasto total	\$974	\$953
Tarifa aérea	\$283	\$292
Hospedaje	\$387	\$388
Gasto en el destino	\$305	\$274

Porcentaje de respuesta: 59.3% del total de turistas



Tipo de hospedaje utilizado

Hospedaje	Q4 2021	S1 2022	S2 2022	Q2 2023	Q3 2023
Hotel	60.2	60.4	70.5	65.7	71.7
Renta vacacional	26.2	27.5	20.4	20.4	18.9
Casa de familiares o amigos	2.3	2.0	2.1	2.5	4.0
Casa o condo particular	1.4	3.1	1.4	2.8	2.0
Club vacacional	1.8	3.9	1.4	3.4	1.8
Hostal	8.1	3.1	4.2	5.1	1.5

Porcentaje de respuesta: 94.3% del total de turistas



Tours realizados



Zonas Arqueológicas

Q3 2023: 9.5%
Q2 2023: 4.5%
S2 2022: 10.0%



Cenotes y cavernas

Q3 2023: 6.4%
Q2 2023: 3.3%
S2 2022: 5.2%



Actividades acuáticas

Q3 2023: 15.5%
Q2 2023: 12.3%
S2 2022: 22.8%



Parques recreativos

Q3 2023: 6.0%
Q2 2023: 4.5%
S2 2022: 5.5%



Ciudades cercanas

Q3 2023: 23.1%
Q2 2023: 15.0%
S2 2022: 17.3%



Naturaleza

Q3 2023: 1.9%
Q2 2023: 0.8%
S2 2022: 1.4%



Entretenimiento

Q3 2023: 2.9%
Q2 2023: 2.5%
S2 2022: 1.4%



Deportes

Q3 2023: 0.5%
Q2 2023: 0.0%
S2 2022: 2.1%

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



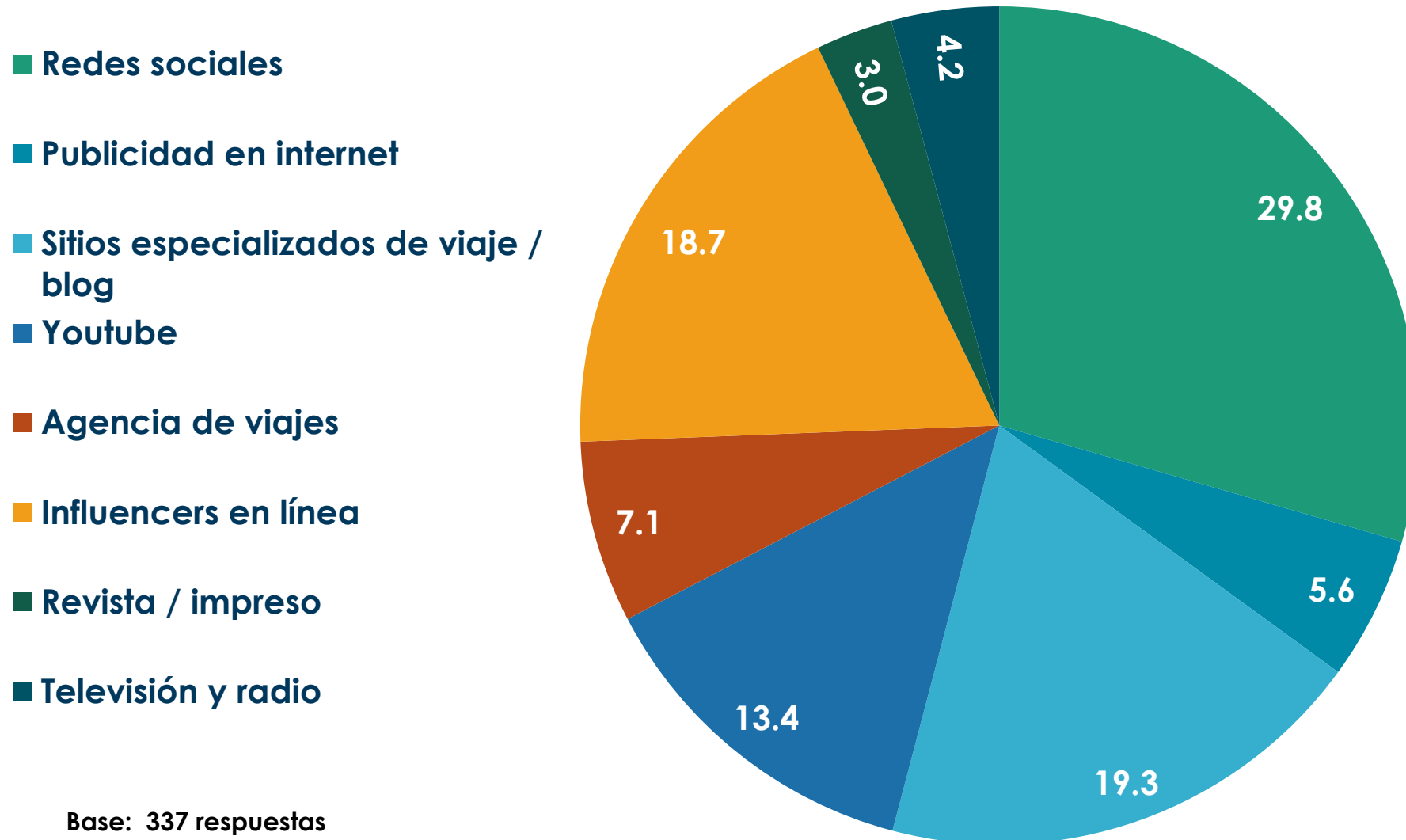
Otros destinos considerados antes de este viaje

Destinos	Q4	S1	S2	Q2	Q3
	2021	2022	2022	2023	2023
Puerto Vallarta	6.0	6.6	2.0	3.5	8.8
Holbox	8.0	8.2	2.0	19.3	8.6
Tulum				8.8	8.0
Costa Rica	4.0	3.3	4.0	3.5	5.7
Jamaica					4.3
Chiapas					4.3
Acapulco					4.3
Los Cabos	4.0	4.9	4.0	3.5	4.3
Puerto Rico					2.9
Bacalar	10.0	1.6	4.0	14.0	2.9
Mazatlán				7.0	2.9
Belice			8.0	5.3	2.9
Cuba					2.9

Base: 70 respuestas



Medios que influyeron en su intención de visita



Base: 337 respuestas



QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA