

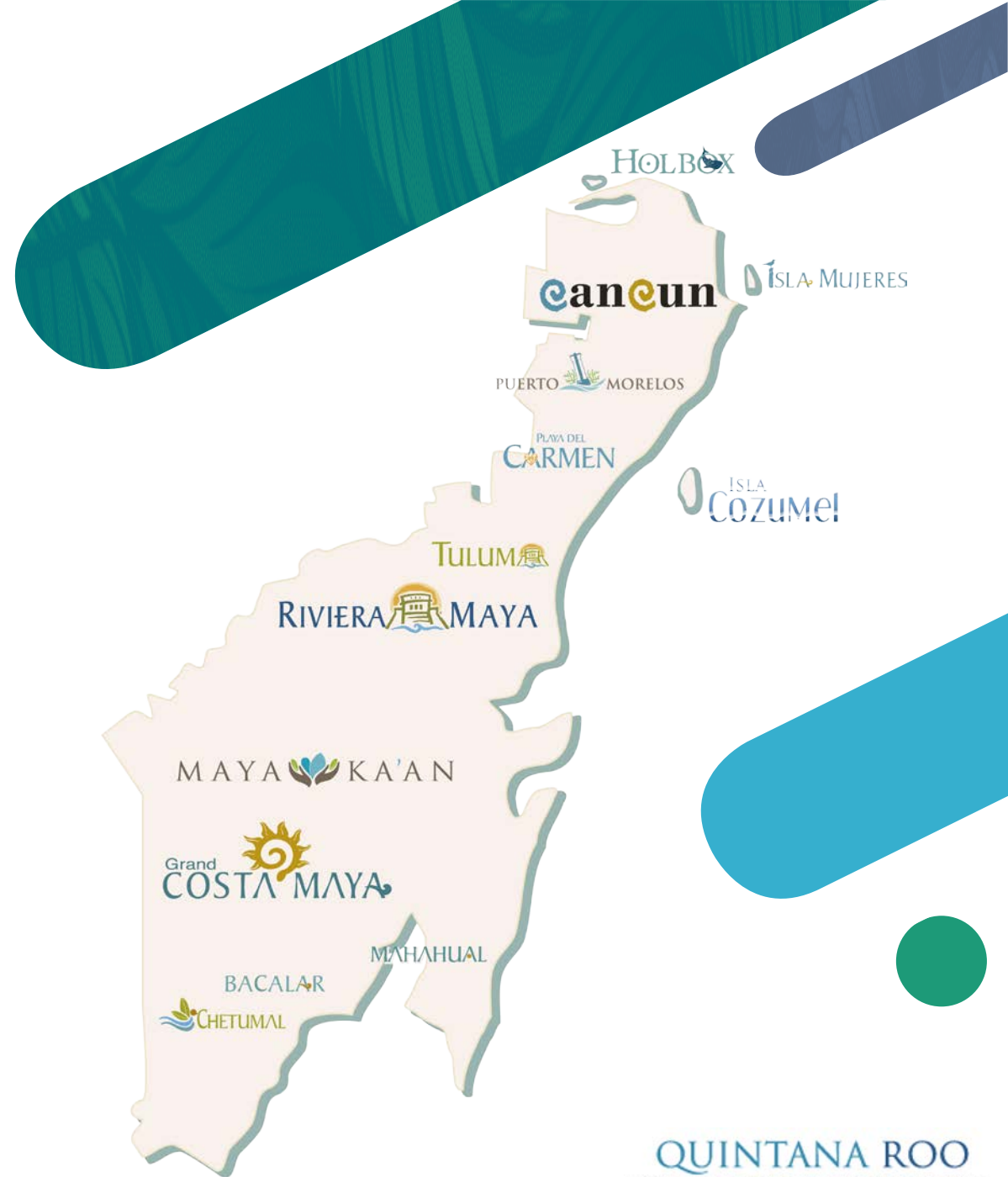
# QUINTANA ROO

## CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

# PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

## Caribe Mexicano

Informe trimestral  
(Q3 2019)



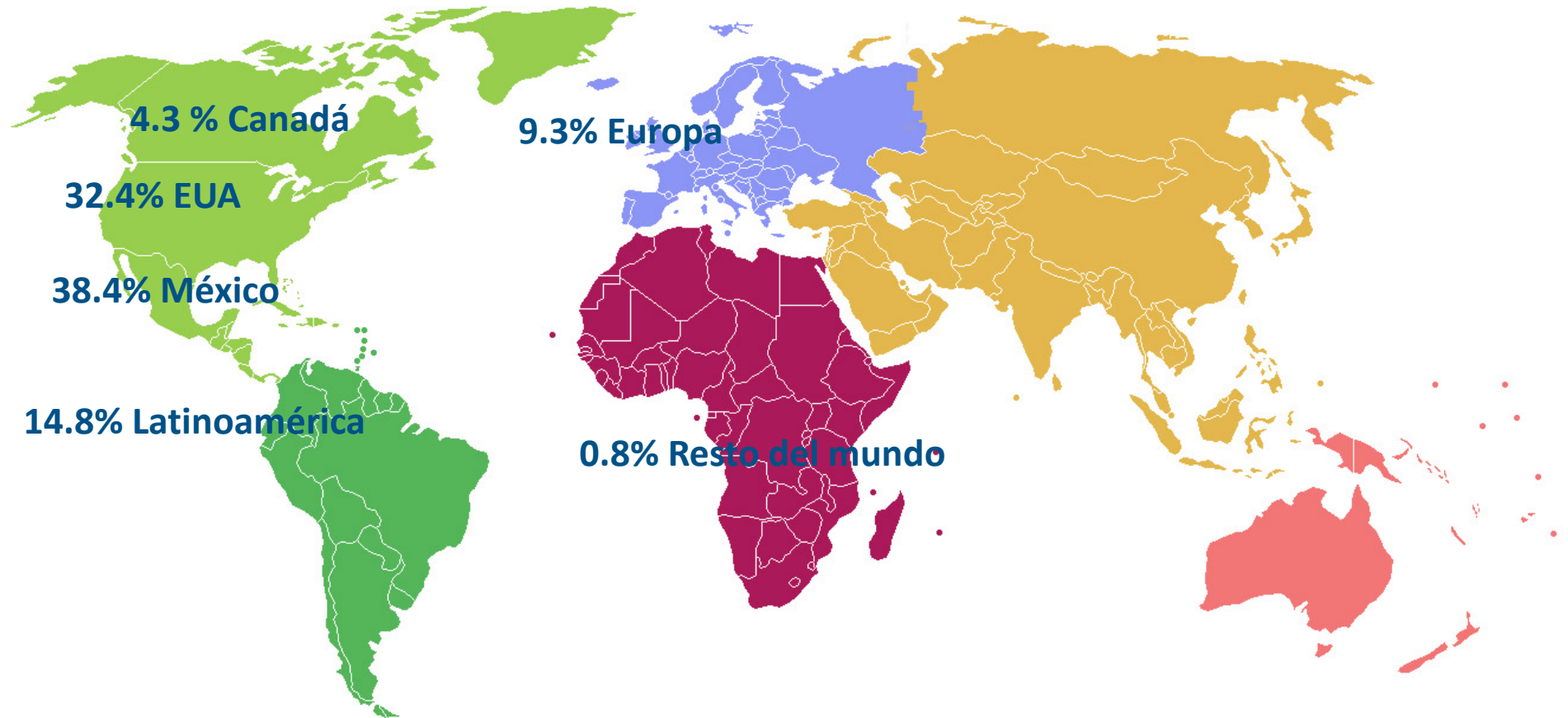
# METODOLOGÍA

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, Isla Mujeres y Tulum** se harán en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún.

En el caso de **Chetumal, Bacalar y Mahahual**, el muestreo será realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Serán obtenidas 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.

# PROCEDENCIA

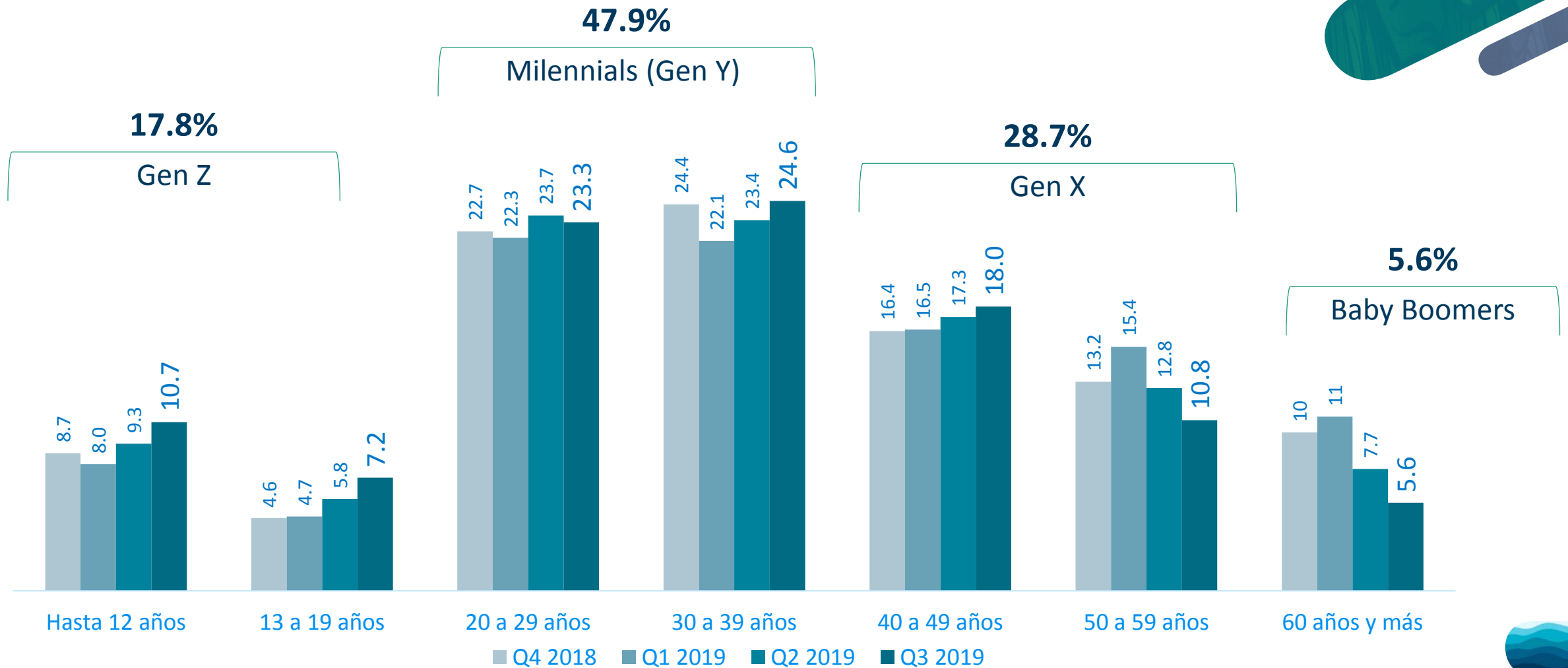


Porcentaje de respuesta: 100.0% del total de turistas

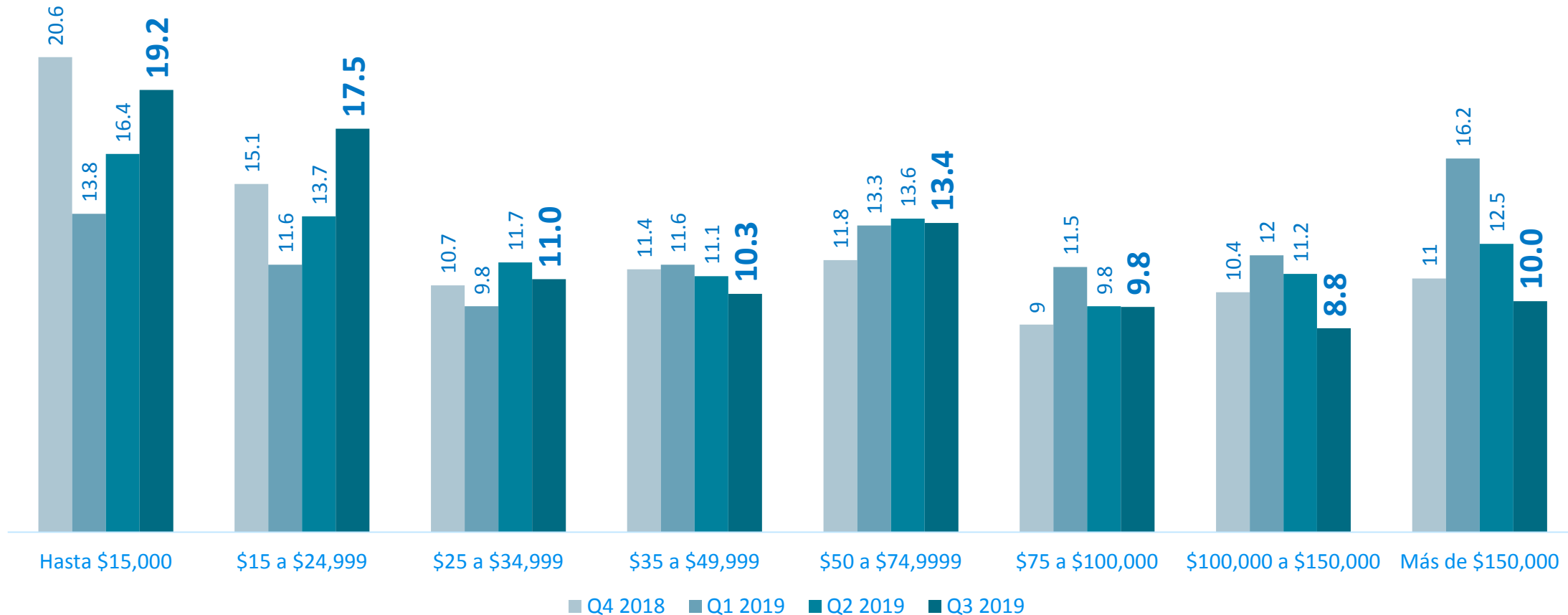
# PROCEDENCIA

|            | <b>México 38.4</b>       |      | <b>USA 32.4</b>       |      | <b>Europa 9.3</b>       |      |
|------------|--------------------------|------|-----------------------|------|-------------------------|------|
| <b>Top</b> | <b>Estados de México</b> |      | <b>Estados en USA</b> |      | <b>Países de Europa</b> |      |
| 1          | Ciudad de México         | 20.7 | Texas                 | 21.3 | Inglaterra              | 37.7 |
| 2          | Nuevo León               | 16.8 | California            | 13.0 | España                  | 14.4 |
| 3          | Jalisco                  | 9.6  | Florida               | 7.4  | Alemania                | 9.6  |
| 4          | Estado De México         | 8.8  | Illinois              | 7.3  | Francia                 | 8.4  |
| 5          | Guanajuato               | 4.8  | New York              | 6.2  | Italia                  | 6.7  |
| 6          | Chihuahua                | 4.5  | Colorado              | 3.6  | Holanda                 | 5.8  |
| 7          | Baja California          | 4.3  | Pennsylvania          | 3.3  | Irlanda                 | 3.4  |
| 8          | Coahuila                 | 4.0  | Georgia               | 3.1  | Bélgica                 | 3.1  |
| 9          | Veracruz                 | 2.8  | Maryland              | 2.5  | Scotland                | 2.4  |
| 10         | Tamaulipas               | 2.8  | New Jersey            | 2.4  | Suiza                   | 1.7  |

# EDAD DEL TURISTA



# INGRESOS ANUALES EN DÓLARES



Porcentaje de respuesta: 65.1% del total de turistas

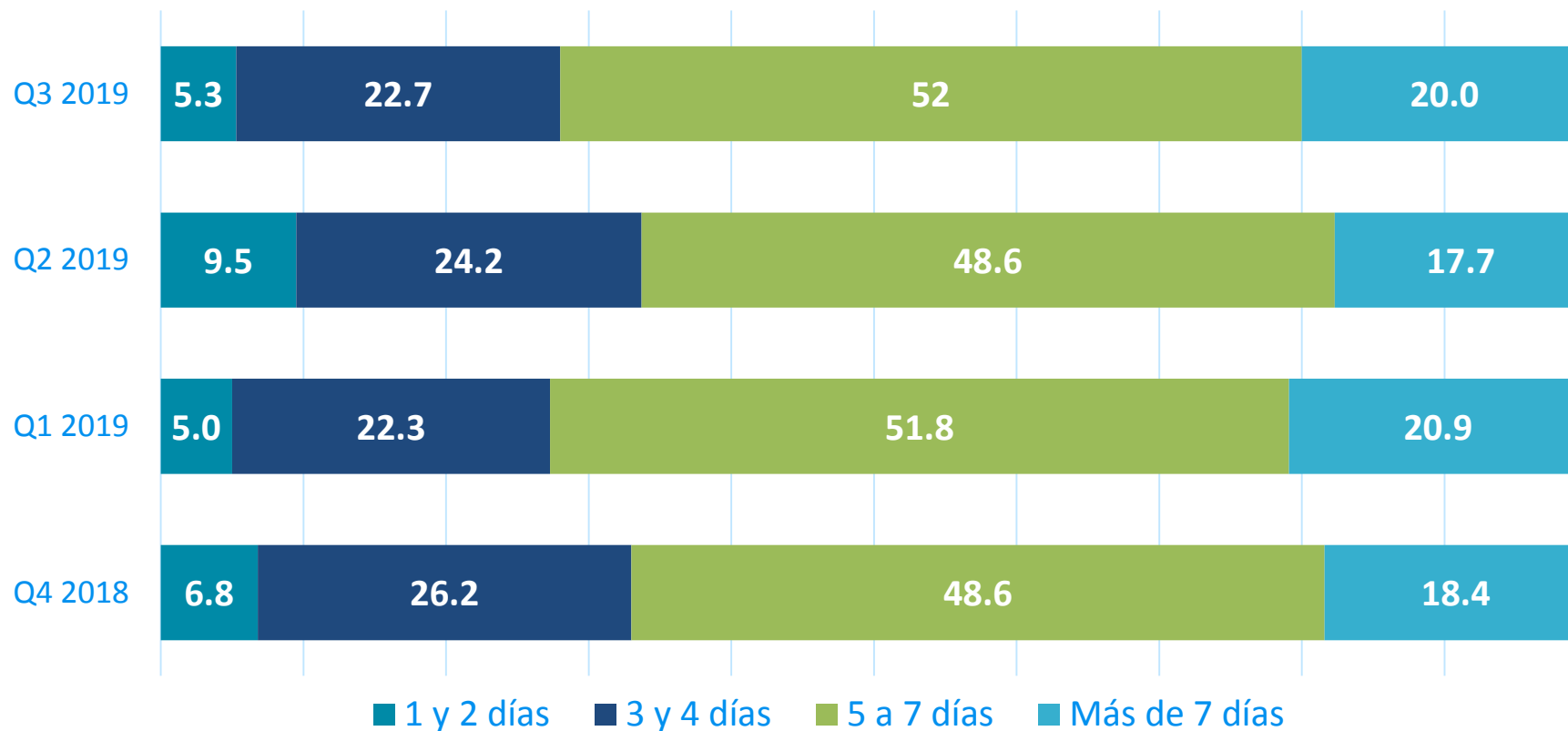
# QUE INFLUYÓ MÁS EN EL DESTINO



Porcentaje de respuesta: 39.0% del total de turistas

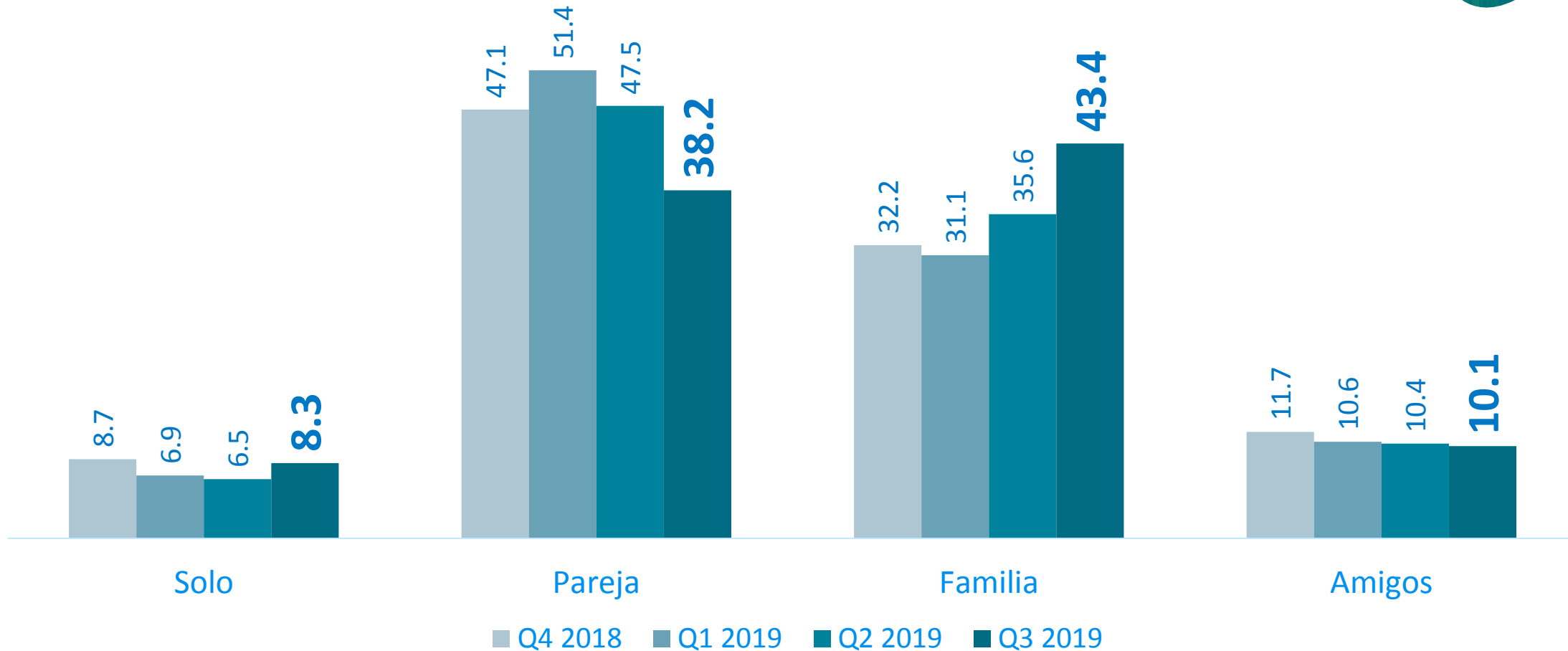
# ESTANCIA Y TAMAÑO DE GRUPO

Estancia promedio: **6.5** días  
Tamaño de grupo: **3.1** personas



Porcentaje de respuesta: 100% del total de turistas

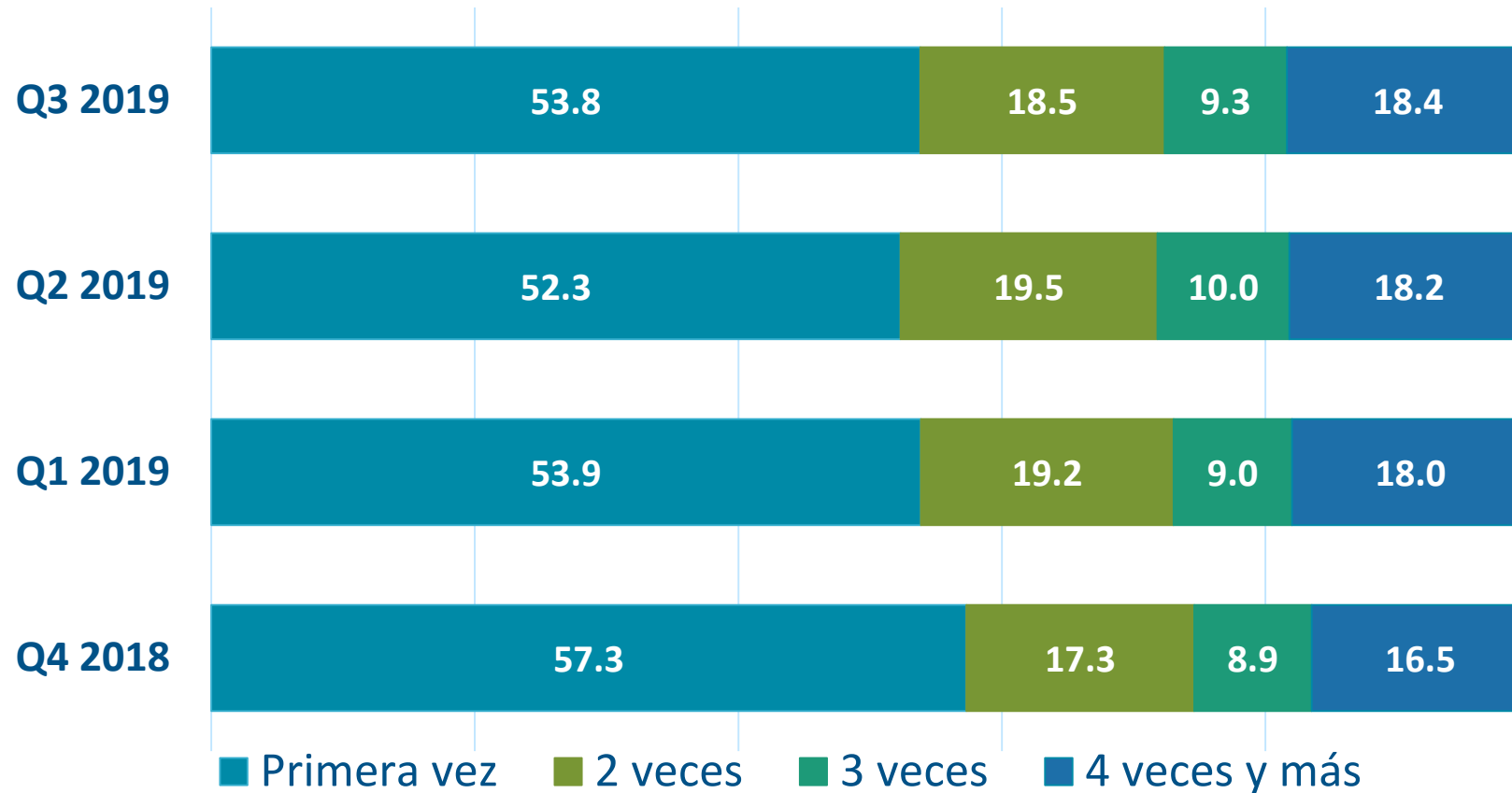
# PERSONAS CON QUIEN VIAJA



Porcentaje de respuesta: 99.6% del total de turistas

# VISITA y TASA DE RETORNO

Tasa de retorno al destino: **46.2%**



Porcentaje de respuesta: 89.1% del total de turistas

# MOTIVO DE VIAJE

| Motivo                  | Q4<br>2018 | Q1<br>2019 | Q2<br>2019 | Q3<br>2019 |
|-------------------------|------------|------------|------------|------------|
| Descansar               | 69.1       | 75.0       | 68.2       | 65.2       |
| Actividades De Aventura | 6.7        | 6.4        | 9.1        | 11.4       |
| Luna De Miel            | 6.9        | 4.7        | 6.6        | 6.5        |
| Boda                    | 4.2        | 2.5        | 4.3        | 3.2        |
| Visitar Amigos/Familia  | 2.4        | 2.2        | 2.3        | 3.2        |
| Motivos Culturales      | 2.3        | 2.3        | 2.1        | 2.6        |
| Cita De Negocios        | 2.2        | 1.7        | 1.6        | 1.4        |
| Salud y bienestar       | 0.0        | 1.0        | 0.9        | 1.3        |
| Vida nocturna           | 0.0        | 0.9        | 0.9        | 1.2        |
| Otros                   | 0.8        | 0.9        | 0.7        | 1.1        |
| Congreso/Convención     | 1.0        | 0.9        | 1.4        | 0.9        |
| Viaje De Incentivos     | 0.8        | 0.9        | 0.8        | 0.8        |
| Evento Especial         | 0.7        | 0.6        | 0.7        | 0.7        |

Porcentaje de respuesta: 99.3% del total de turistas

| Actividades                                                                        | Q3<br>2019 |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| ESTAR EN LA PISCINA Y PLAYA. DISFRUTAR DEL BUFFET Y LA ANIMACIÓN. ALGUNOS PARQUES. | 57.6       |
| ACTIVIDADES DE NATURALEZA, SNORKEL, TIROLESAS, CENOTES, ECOTURISMO.                | 21.5       |
| VISITAR ZONAS ARQUEOLÓGICAS, MUSEOS, COMUNIDADES MAYA.                             | 8.3        |
| CENA ROMÁNTICA, PLAYA, COMPRAS, ACTIVIDADES EN PAREJA.                             | 4.4        |
| CLUBS DE PLAYA, BARES, DISCOTECAS, FIESTAS NOCTURNAS.                              | 2.7        |
| ASISTIR A CONFERENCIAS, EXPOS, TEAM BUILDING, INTEGRACIÓN, INCENTIVOS.             | 1.3        |
| YOGA, FITNESS, MEDITACIÓN, TEMAZCAL, PADDLE.                                       | 0.9        |
| ASISTIR A UNA BODA, CONTRAER MATRIMONIO, LUNA DE MIEL.                             | 0.9        |
| RESTAURANTES RECONOCIDOS, GASTRONOMÍA LOCAL Y REGIONAL                             | 0.7        |
| ASISTIR A EVENTOS COMO FESTIVALES CULTURALES, MUSICALES, GASTRONÓMICOS, DEPORTIVOS | 0.6        |
| ACTIVIDADES DEPORTIVAS, GOLF, BUCEO, PESCA DEPORTIVA, CORRER.                      | 0.5        |
| PASEO EN YATE, RESTAURANTES GOURMET, GOLF, SHOPPING DE MARCAS Y ARTÍCULOS DE LUJO. | 0.5        |

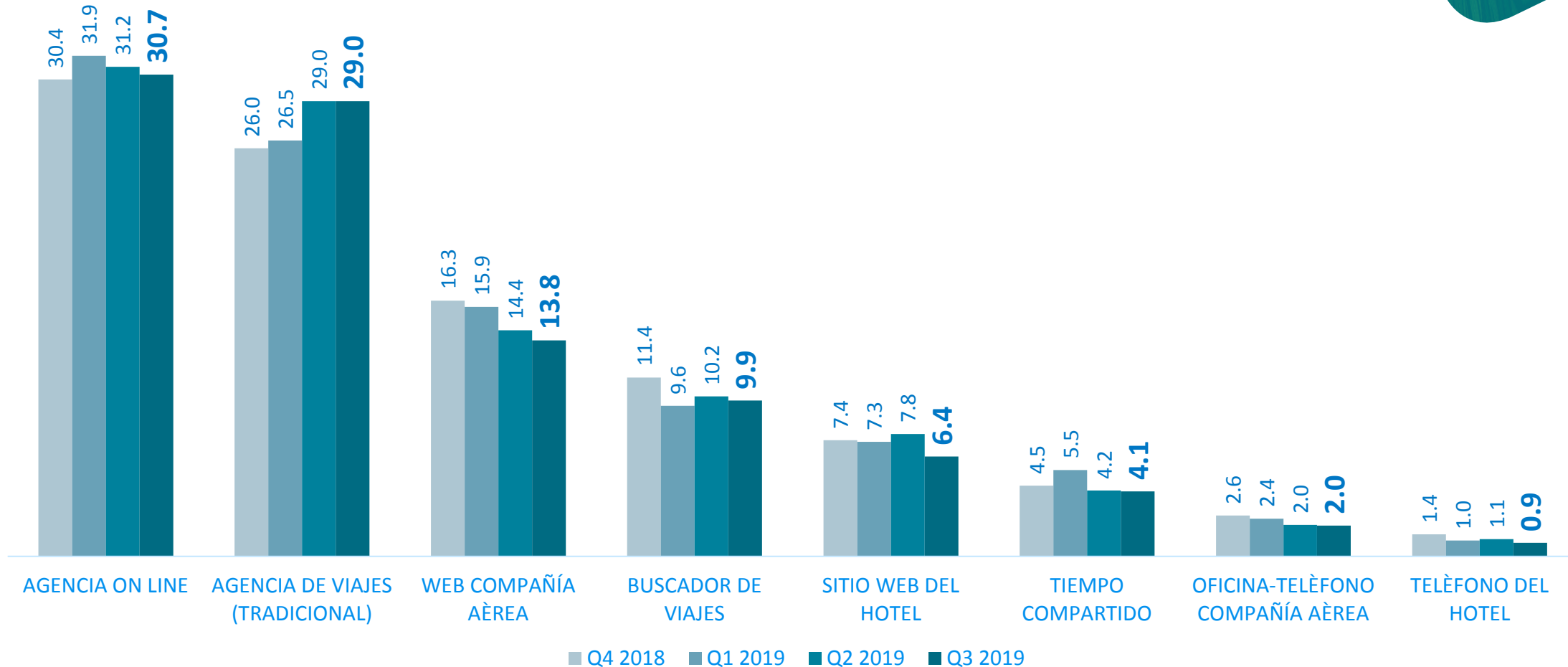
Porcentaje de respuesta: 78.6% del total de turistas

## PERCEPCIÓN DE SI MISMO DE ACUERDO A SU MOTIVACIÓN DE VIAJE

| Personalidad | %    |
|--------------|------|
| Explorador   | 22.4 |
| Consentido   | 19.4 |
| Enamorado    | 14.6 |
| Motivado     | 14.5 |
| Activo       | 13.0 |
| Conocedor    | 9.6  |
| En Armonía   | 9.5  |
| Foodie       | 7.6  |
| Fiestero     | 4.4  |
| Participante | 4.1  |
| Trendy       | 1.7  |

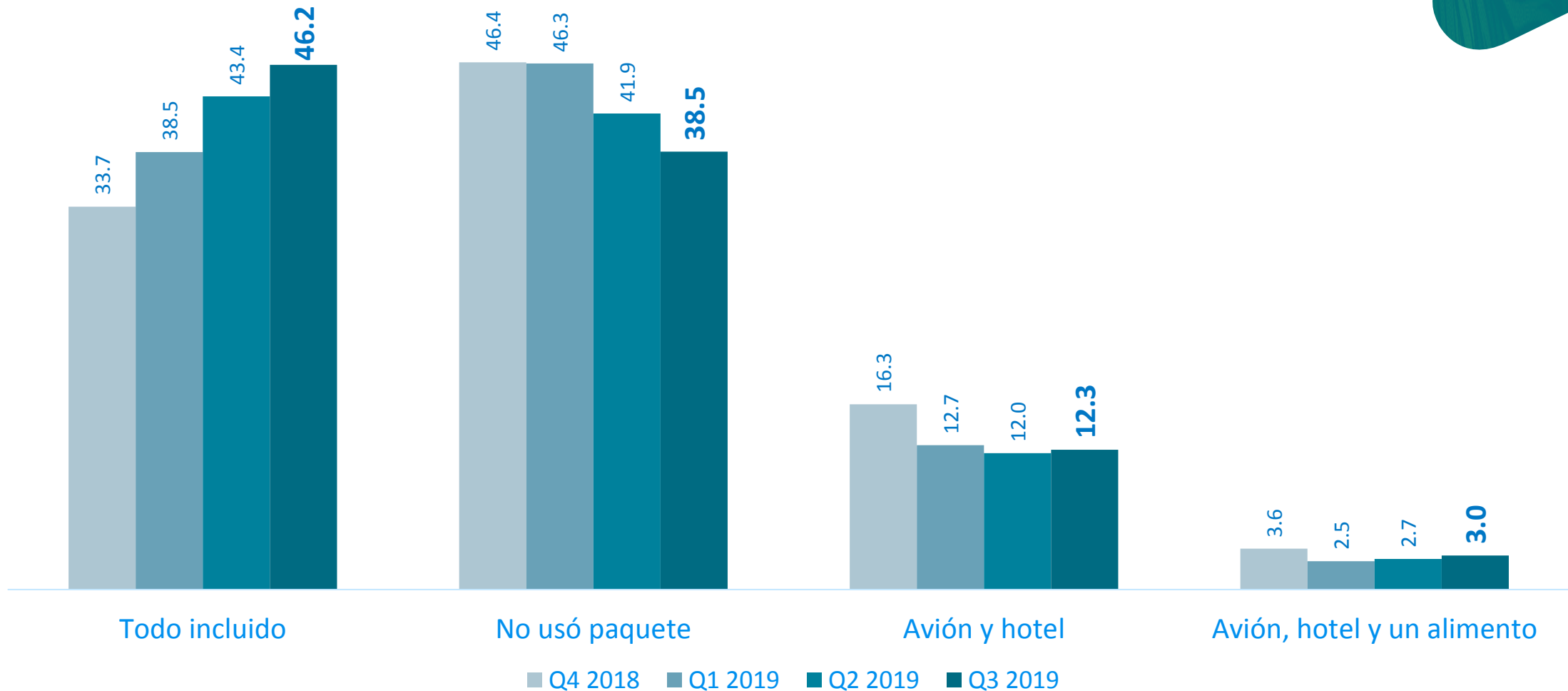
Porcentaje de respuesta: 78.2% del total de turistas

# CANAL DE COMPRA



Porcentaje de respuesta: 91.8% del total de turistas

# USO Y TIPO DE PAQUETE



Porcentaje de respuesta: 98.5% del total de turistas

# AGENCIA UTILIZADA

| Top | Agencia                  | %    |
|-----|--------------------------|------|
| 1   | EXPEDIA                  | 12.4 |
| 2   | BEST DAY                 | 11.4 |
| 3   | DESPEGAR                 | 7.3  |
| 4   | TUI / HOTEL BEDS         | 5.9  |
| 5   | APPLE VACATIONS          | 5.5  |
| 6   | BOOKING                  | 4.7  |
| 7   | VOLARIS                  | 4.2  |
| 8   | INTERJET                 | 3.6  |
| 9   | MAGNITUR / MAGNICHARTERS | 3.3  |
| 10  | PRICE TRAVEL             | 2.6  |

| Top | Agencia               | %   |
|-----|-----------------------|-----|
| 11  | TRAVELOCITY           | 1.8 |
| 12  | AIR TRANSAT           | 1.4 |
| 13  | THOMAS COOK           | 1.4 |
| 14  | BOOK IT.COM           | 1.3 |
| 15  | CHEAP CARIBBEAN       | 1.3 |
| 16  | SUNWING               | 1.3 |
| 17  | VIVA AEROBUS          | 1.1 |
| 18  | DELTA VACATIONS       | 1.1 |
| 19  | FUNJET / LOMAS TRAVEL | 1.1 |
| 20  | FALABELLA VIAJES      | 1.1 |

Porcentaje de respuesta: 33.4% del total de turistas

## DISTRIBUCIÓN DE LA DERRAMA (DÓLARES POR GRUPO)

| Concepto                    | Q4 2018        |             | Q1 2019        |             | Q2 2019        |             | Q3 2019        |             |
|-----------------------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
| <b>Dólares por grupo</b>    | 2.8 personas   |             | 2.7 personas   |             | 2.8 personas   |             | 3.1 personas   |             |
| <b>Gasto total</b>          | <b>\$2,441</b> | <b>64.9</b> | <b>\$2,955</b> | <b>72.4</b> | <b>\$2,153</b> | <b>67.1</b> | <b>\$2,769</b> | <b>73.1</b> |
| <b>Tarifa aérea</b>         | \$753          | 35.8        | \$904          | 35.2        | \$837          | 14.3        | \$775          | 22.5        |
| <b>Hospedaje</b>            | \$999          | 32.7        | \$1,304        | 32.5        | \$1,130        | 29.9        | \$999          | 28.1        |
| <b>Transporte terrestre</b> | \$150          | 23.9        | \$159          | 25.0        | \$169          | 27.4        | \$170          | 23.5        |
| <b>Restaurantes</b>         | \$312          | 20.7        | \$374          | 22.1        | \$326          | 21.4        | \$295          | 18.3        |
| <b>Centros nocturnos</b>    | \$208          | 8.1         | \$240          | 8.6         | \$244          | 8.3         | \$233          | 8.4         |
| <b>Compras</b>              | \$309          | 16.7        | \$327          | 17.2        | \$392          | 21.3        | \$288          | 20.7        |
| <b>Tours</b>                | \$240          | 17.7        | \$251          | 19.8        | \$258          | 22.0        | \$432          | 20.4        |
| <b>Otros</b>                | \$289          | 6.5         | \$335          | 7.0         | \$339          | 8.0         | \$406          | 6.6         |

# TIPO DE HOSPEDAJE UTILIZADO

| Hospedaje                    | Q4<br>2018 | Q1<br>2019 | Q2<br>2019 | Q3<br>2019 |
|------------------------------|------------|------------|------------|------------|
| Hotel                        | 83.5       | 81.1       | 83.7       | 81.8       |
| Tiempo compartido            | 6.1        | 6.3        | 5.2        | 5.4        |
| Renta vacacional             | 5.8        | 7.5        | 5.9        | 7.0        |
| Casa de familiares/amigos    | 3.1        | 3          | 3.2        | 3.9        |
| Casa o condominio particular | 1.5        | 2.1        | 2.1        | 2.0        |

Porcentaje de respuesta: 100% del total de turistas

## TOURS REALIZADOS

| <b>Tours</b>                 | <b>Q4</b><br>2018 | <b>Q1</b><br>2019 | <b>Q2</b><br>2019 | <b>Q3</b><br>2019 |
|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| <b>Parque recreativo</b>     | 54.1              | 50.1              | 59.9              | 67.5              |
| <b>Zonas arqueológicas</b>   | 73.0              | 72.1              | 64.0              | 66.9              |
| <b>Ciudades cercanas</b>     | 44.8              | 43.3              | 49.1              | 53.9              |
| <b>Actividades acuáticas</b> | 29.1              | 33.3              | 33.8              | 33.3              |
| <b>Cenotes y cavernas</b>    | 27.0              | 26.8              | 27.2              | 27.5              |
| <b>Naturaleza</b>            | 4.6               | 4.4               | 5.3               | 4.5               |
| <b>Entretenimiento</b>       | 3.8               | 3.3               | 4.0               | 3.9               |
| <b>Deportes</b>              | 1.3               | 2.3               | 1.4               | 0.9               |

Porcentaje de respuesta: 62.5% del total de turistas

| Destinos             | %    |
|----------------------|------|
| LOS CABOS            | 11.9 |
| PUERTO VALLARTA      | 9.9  |
| PLAYA DEL CARMEN     | 8.5  |
| PUNTA CANA           | 6.0  |
| CUBA                 | 5.8  |
| CANCUN               | 5.1  |
| REPUBLICA DOMINICANA | 4.5  |
| JAMAICA              | 4.3  |
| HUATULCO             | 4.1  |
| MAZATLAN             | 4.0  |

Porcentaje de respuesta: 29.6% del total de turistas

OTROS DESTINOS EN DONDE PERNOCTÓ  
DURANTE ESTE VIAJE

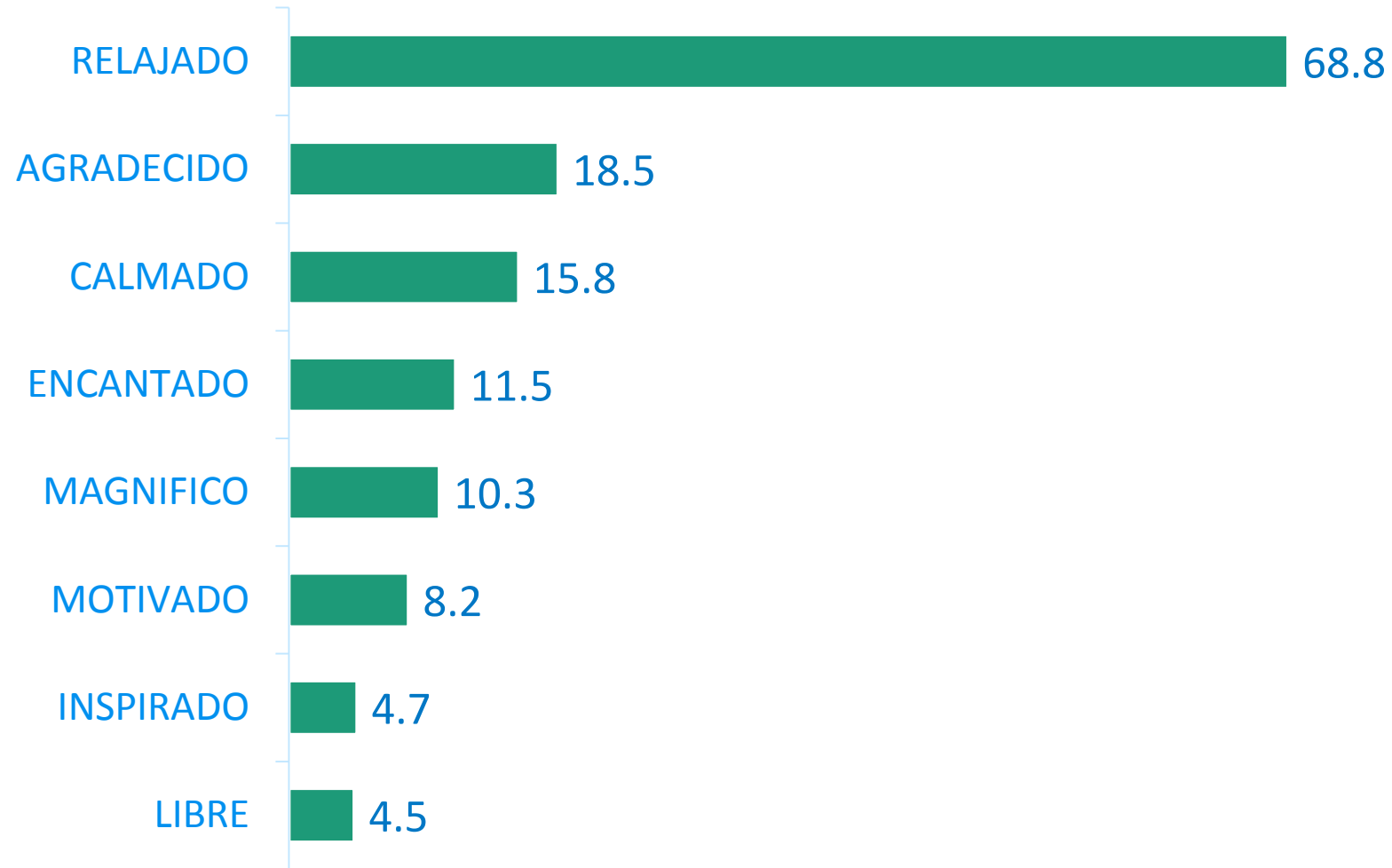
| Destinos         | Q2<br>2019 | Q3<br>2019 |
|------------------|------------|------------|
| TULUM            | 29.7       | 26.6       |
| PLAYA DEL CARMEN | 25.0       | 23.5       |
| BACALAR          | 15.9       | 19.5       |
| COZUMEL          | 8.1        | 16.1       |
| HOLBOX           | 11.5       | 15.5       |
| ISLA MUJERES     | 15.2       | 14.9       |
| MÉRIDA           | 19.4       | 14.7       |
| CANCÚN           | 12.5       | 14.1       |
| VALLADOLID       | 14.8       | 10.5       |
| CHETUMAL         | 2.9        | 3.0        |

Porcentaje de respuesta: 8.0% del total de turistas

% del total de turistas que  
pernoctaron en otros destinos



# SENTIMIENTO



Porcentaje de respuesta: 84.8% del total de turistas

# QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA