

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

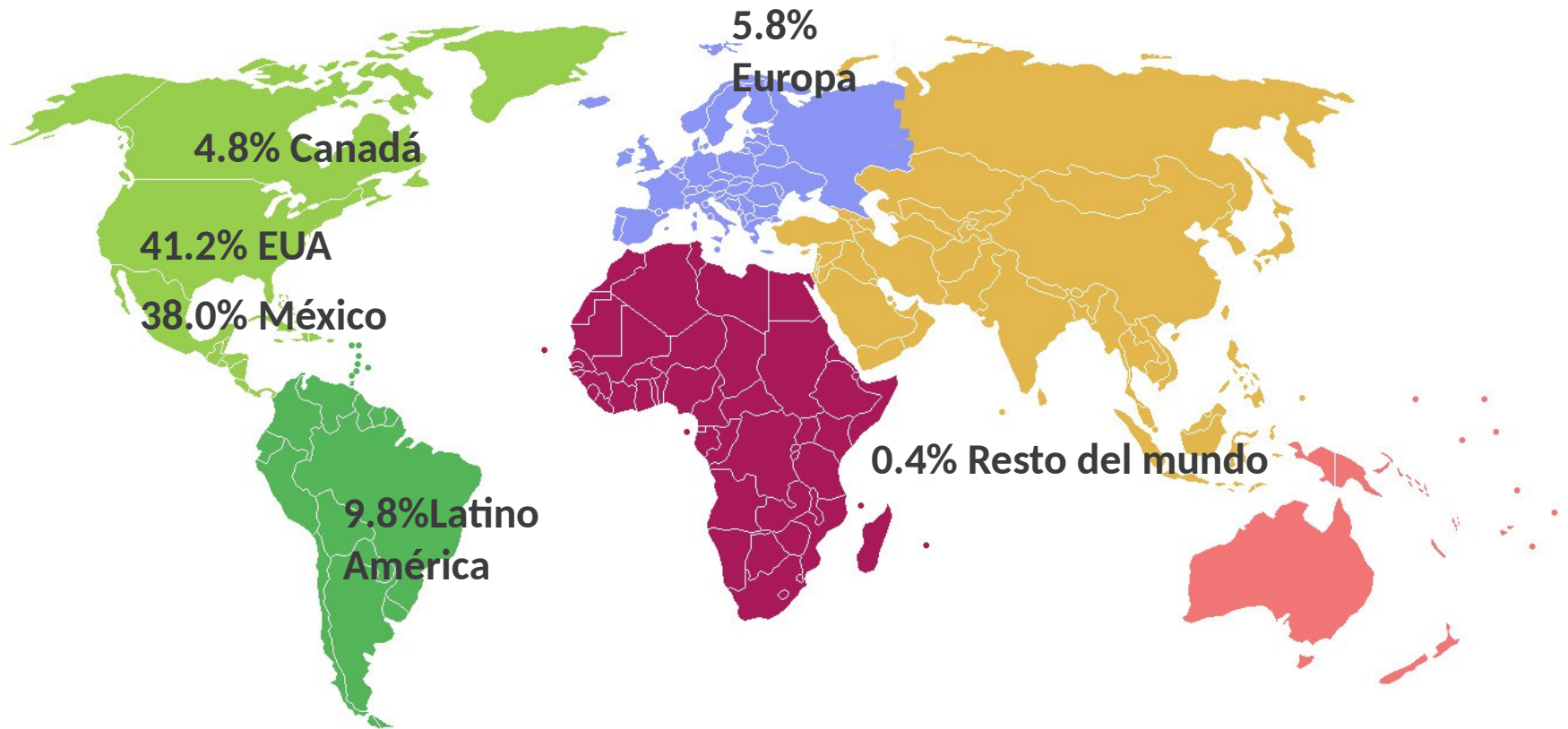
PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA
CANCÚN
Q4 2018

Los Estudios Turista constituyen una fotografía de la marcha de un destino turístico.

En cada período trimestral de estudio se obtienen poco más de 270 encuestas que son levantadas directamente de los visitantes del destino en el Aeropuerto Internacional de Cancún.

El número de encuestas que se levanta permite obtener un nivel de confiabilidad del 94% en los resultados generales de la investigación.

El Estudio Turista de Cancún se levanta todos los días del trimestre con encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.



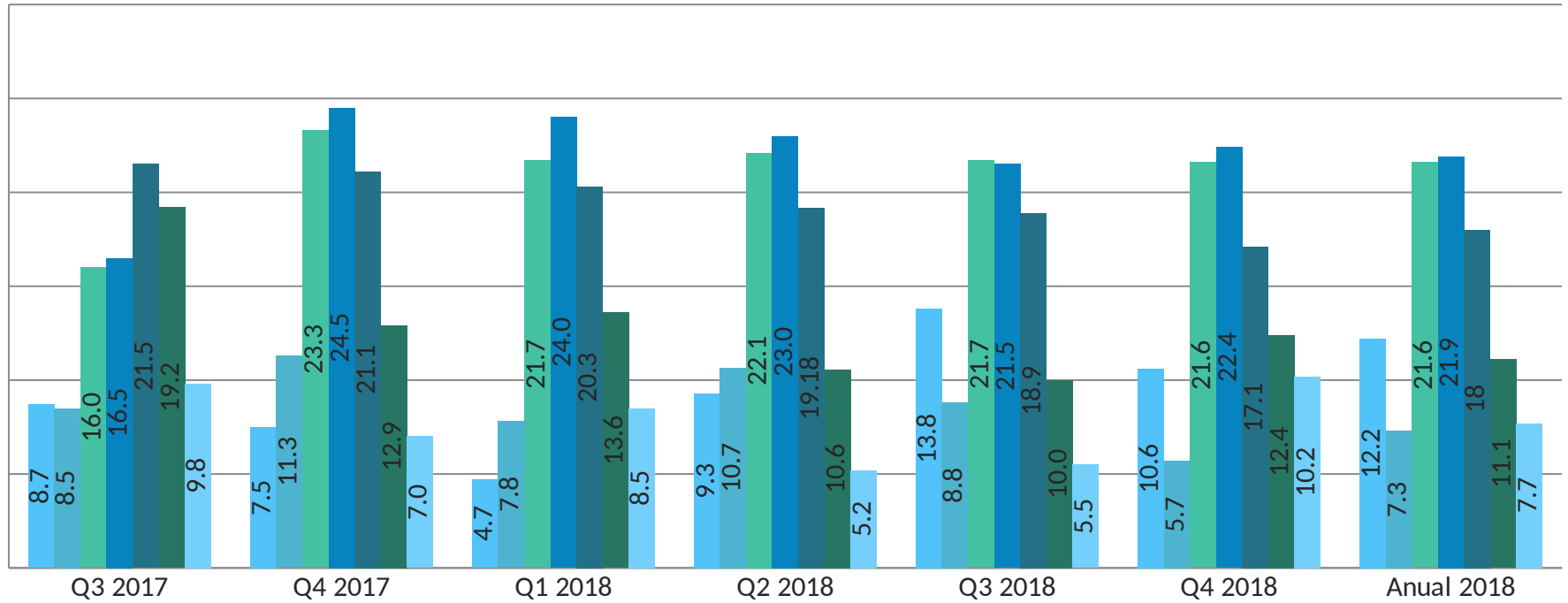
Porcentaje de respuesta 100.0% del total de turistas

ESTADO	%	ESTADO	%
TEXAS	13.4	NORTH CAROLINA	2.4
FLORIDA	8.9	MINNESOTA	2.1
CALIFORNIA	8.1	VIRGINIA	2.1
ILLINOIS	7.7	MISSOURI	2.0
NEW YORK	7.6	WASHINGTON	1.9
GEORGIA	5.7	INDIANA	1.8
COLORADO	4.6	MASSACHUSETTS	1.3
NEW JERSEY	4.0	WISCONSIN	1.3
MICHIGAN	3.7	OKLAHOMA	1.2
PENNSYLVANIA	3.6	KENTUCKY	1.1
OHIO	2.8	UTAH	1.1
MARYLAND	2.6	NEBRASKA	.9

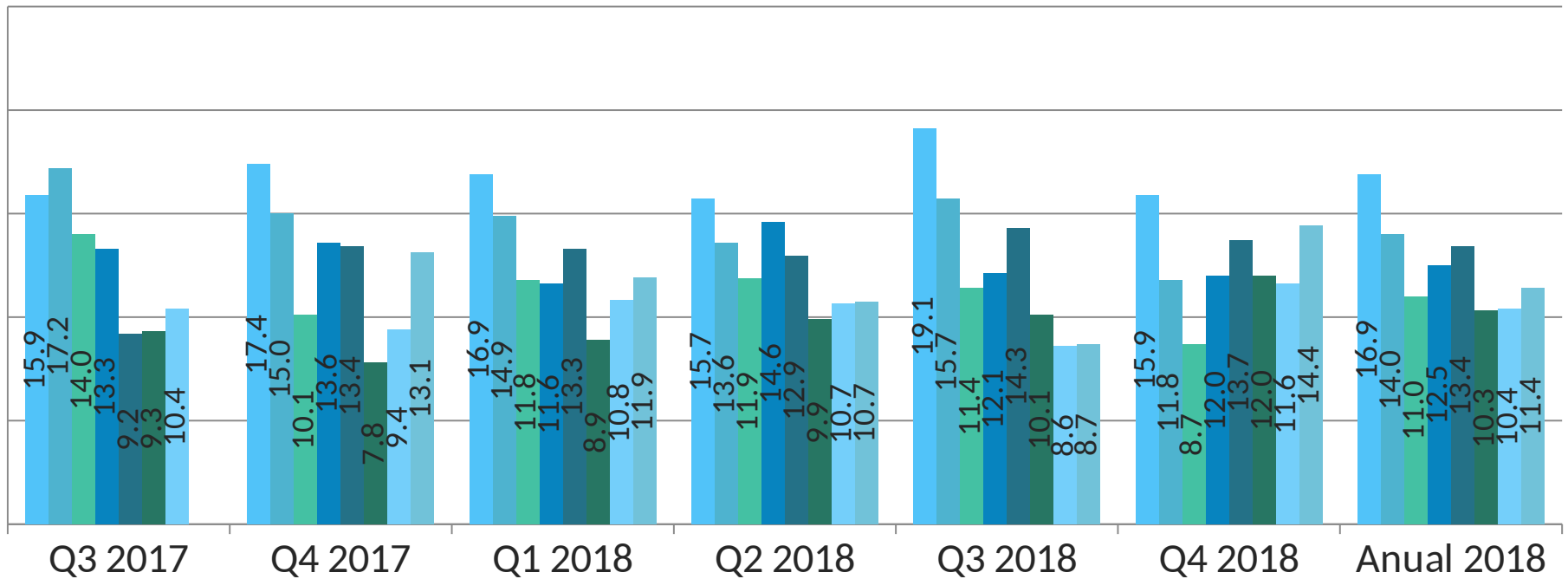
Porcentaje de respuesta 97.9% del total de turistas estadounidenses

ESTADO	%	ESTADO	%
Nuevo León	17.0	Tamaulipas	3.2
CDMX	16.1	Puebla	3.2
Mexico	11.0	Michoacán	2.5
Guanajuato	7.2	Hidalgo	1.8
Jalisco	6.5	San Luis Potosí	1.7
Queretaro	5.1	Chiapas	1.5
Coahuila	4.6	Morelos	1.4
Chihuahua	4.5	Veracruz	1.4
Aguascalientes	3.4	Sinaloa	1.1
Baja California	3.3	Zacatecas	0.9

Porcentaje de respuesta 99.8de los turistas mexicanos



■ Hasta 12 años
 ■ 13 a 19 años
 ■ 20 a 29 años
 ■ 30 a 39 años
 ■ 40 a 49 años
 ■ 50 a 59 años
■ 60 años y más

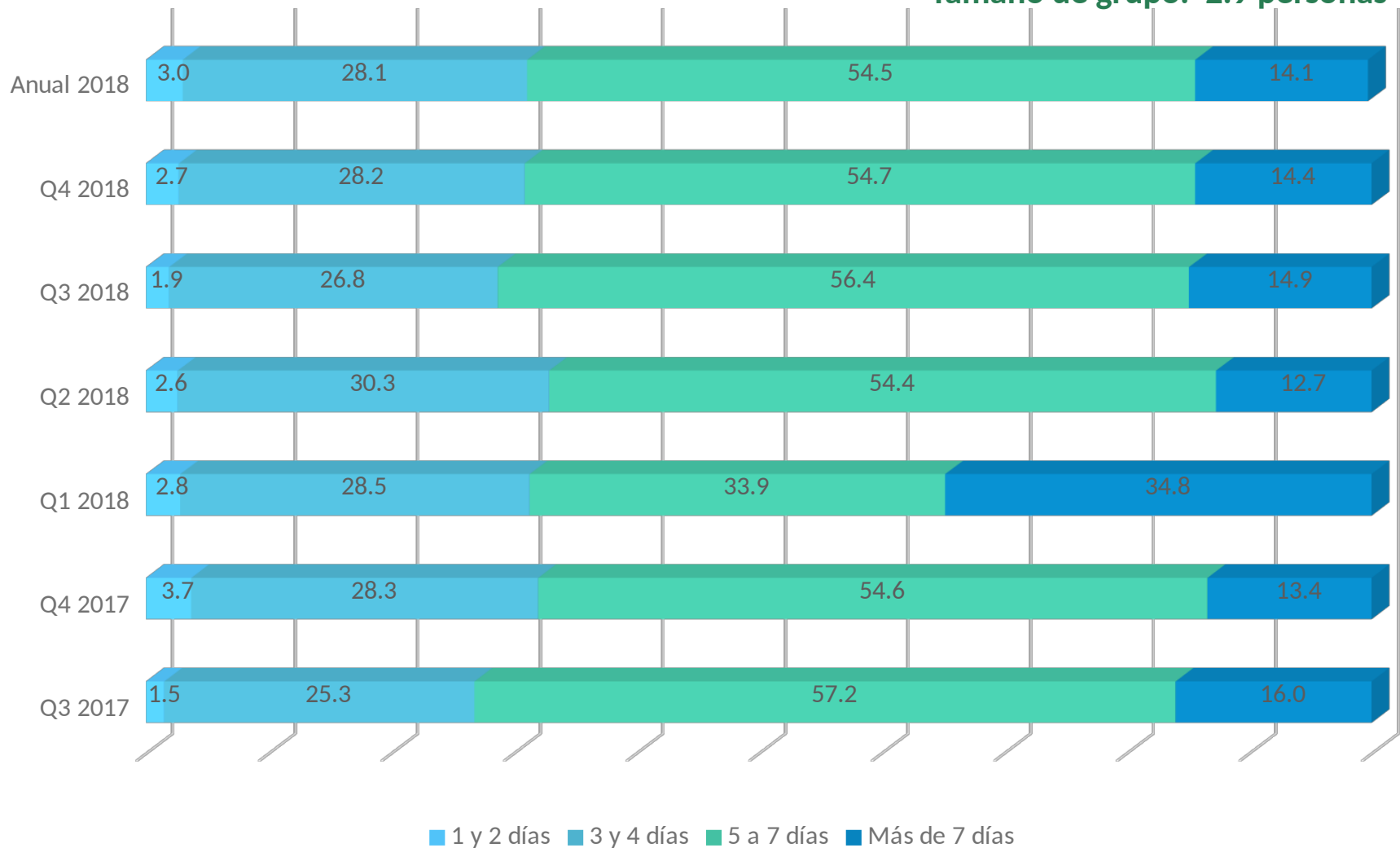


Porcentaje de respuesta: 48.9% del total de turistas

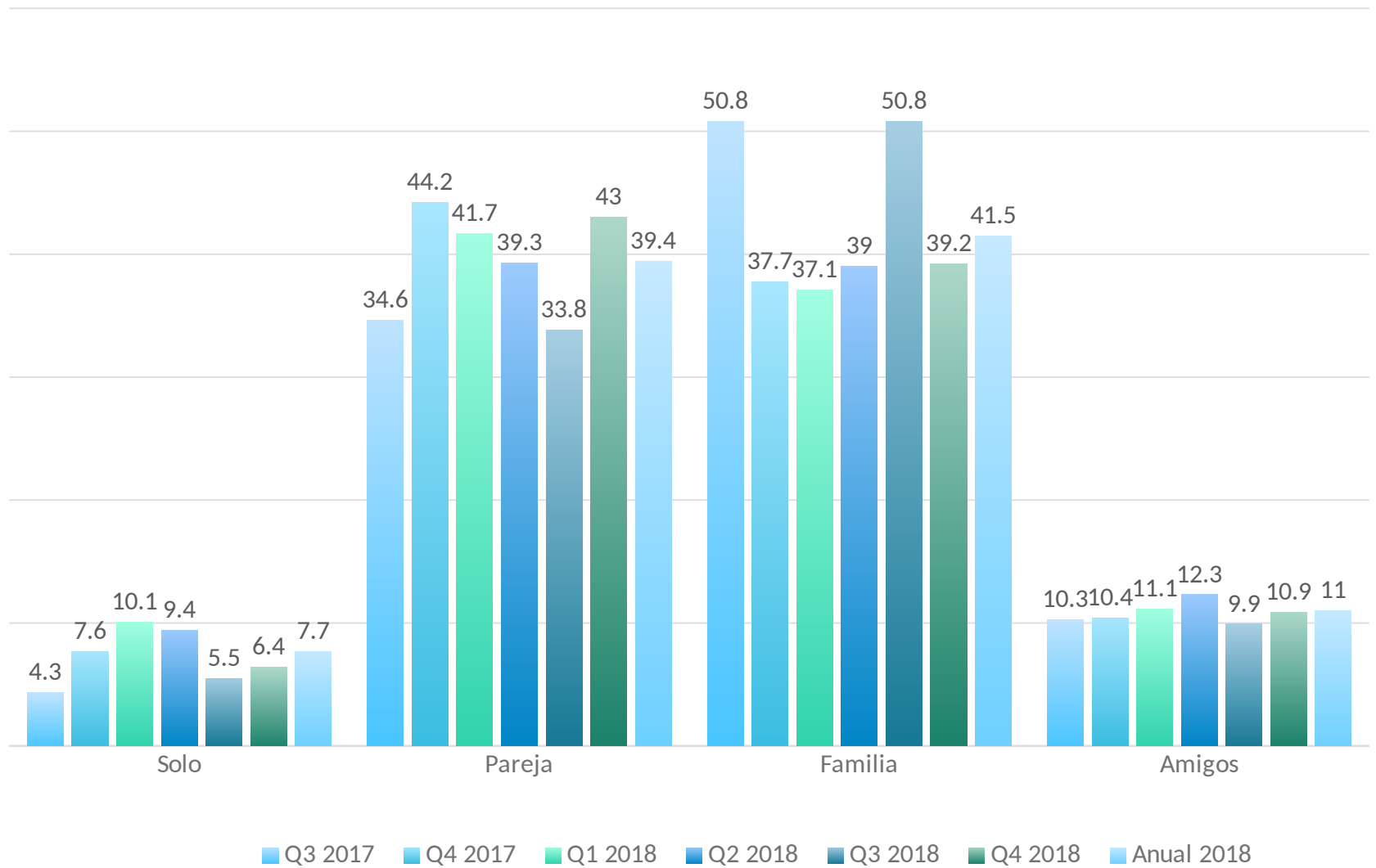
	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018
AMIGOS / FAMILIA	57.2	54.0	54.4	62.4	60	53.0	57.4
VISITA ANTERIOR	26.5	27.3	29.3	22.8	22.3	26.0	25.1
PUBLICIDAD EN INTERNET	6.1	7.0	6.4	4.8	6.8	9.3	6.9
AGENCIA DE VIAJES	5.7	6.8	4.6	4.8	4.4	4.0	4.4
REDES SOCIALES	3.7	3.9	4.3	4.5	5.2	6.3	5.1
TELEVISIÓN	0.2	0.6	0.5	0.4	1.0	0.9	0.7
REVISTA	0.2	0.3	0.3	0.1	0.2	0.4	0.3
ANUNCIOS EN LA CALLE	0.3	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
RADIO	0.1	0.0	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1

Porcentaje de respuesta: 71.4% del total de turistas

Estancia promedio: 6.0 días
Tamaño de grupo: 2.9 personas



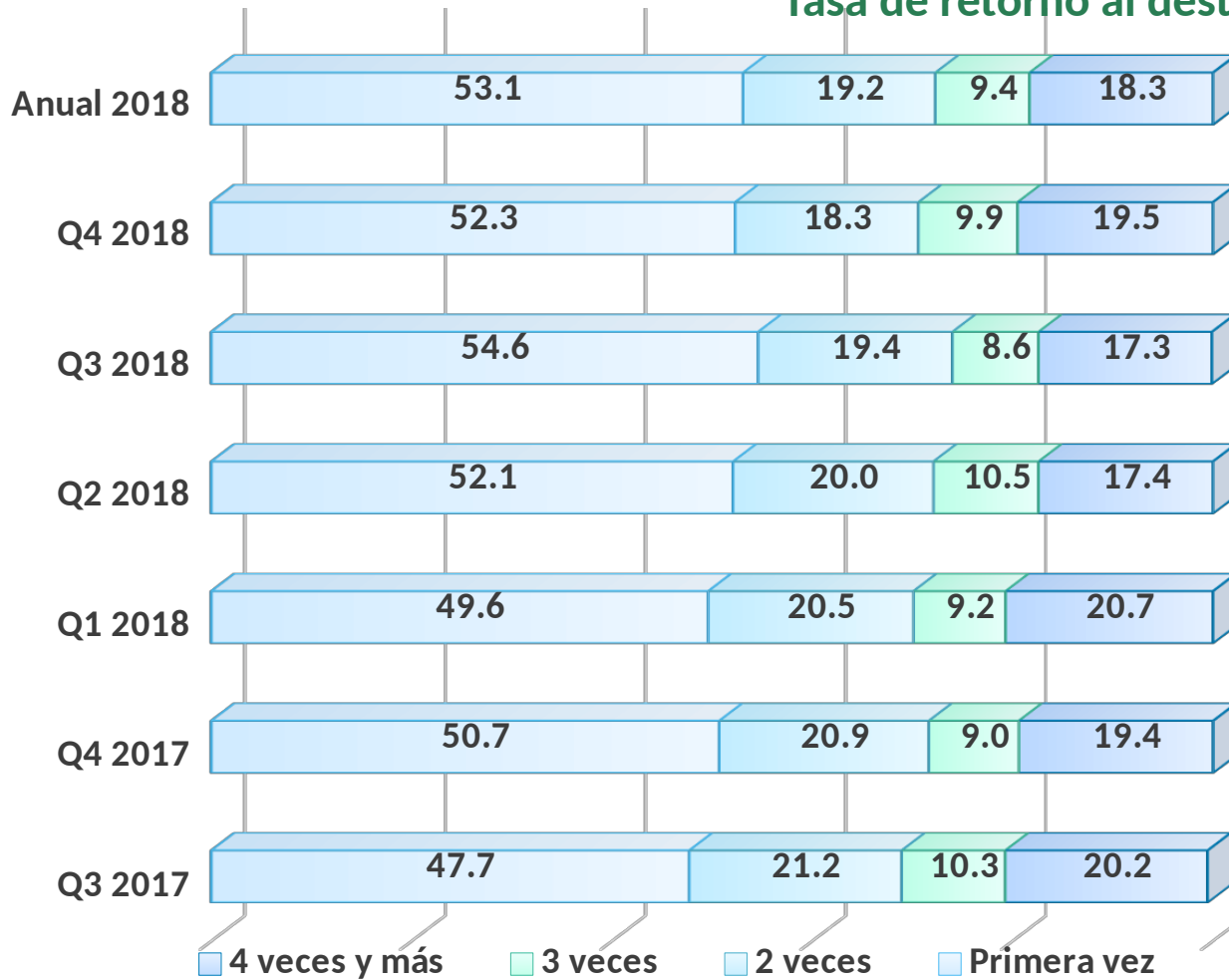
Porcentaje de respuesta: 96.0%



Porcentaje de respuesta: 99.2%

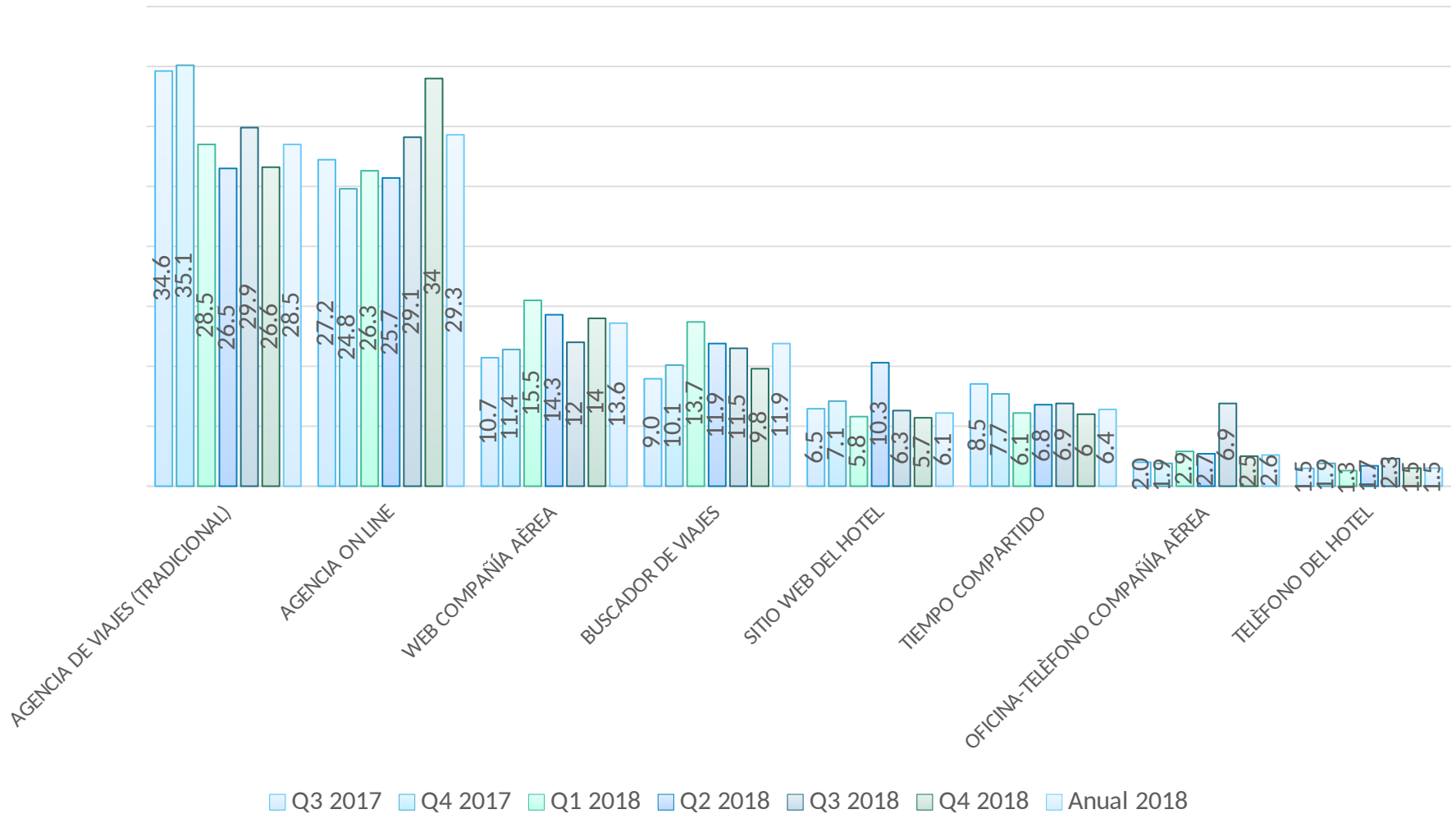
TASA DE RETORNO AL DESTINO
VECES QUE LO HA VISITADO

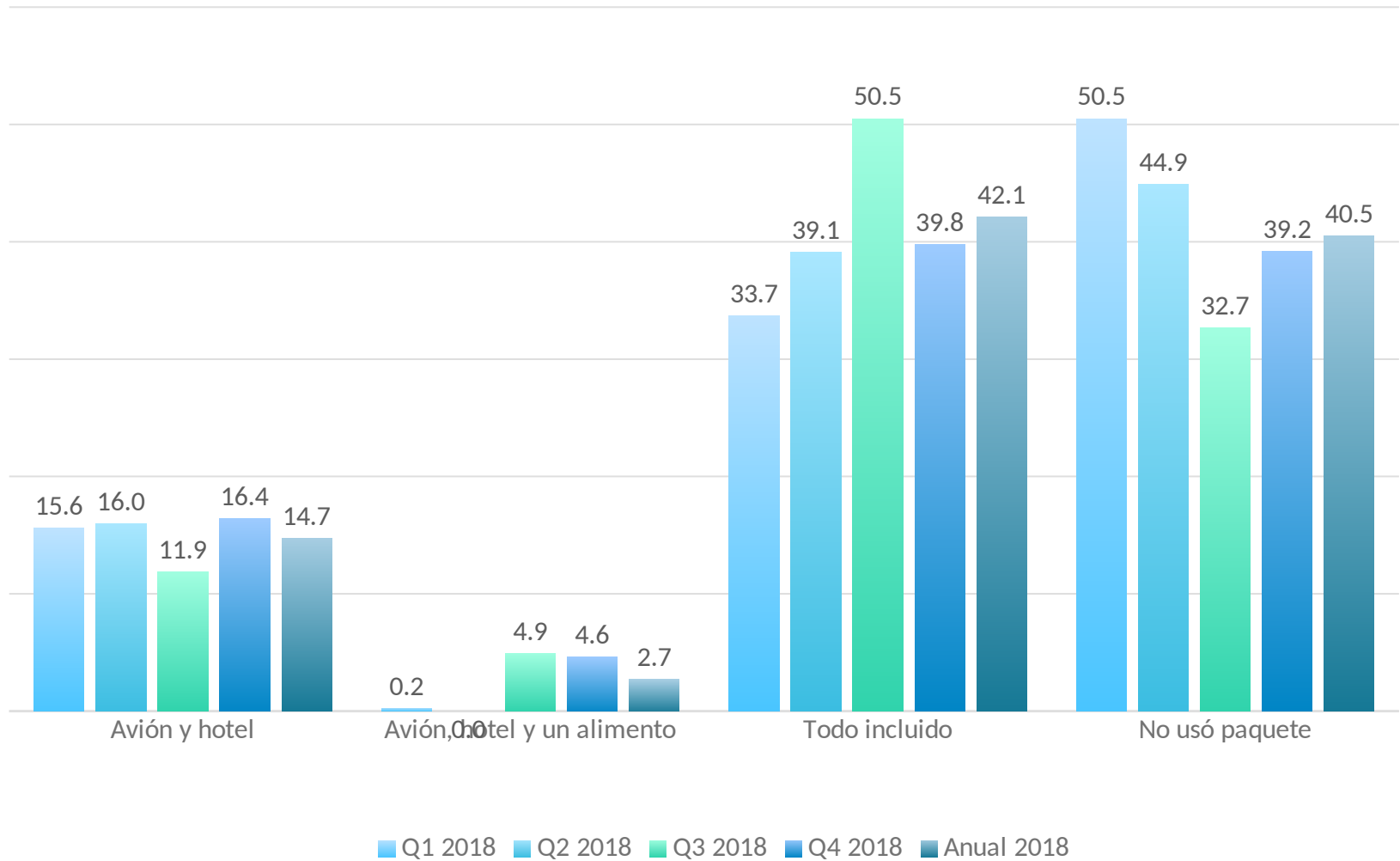
Tasa de retorno al destino: 48.7%



	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Annual 2018
Descansar	74.7	67.2	68.8	71.4	63.7	64.6	67.6
Luna de miel	6.7	9.6	6.3	5.0	6.4	7.8	6.4
Visita Amigos/Familia	5.2	5.0	5.7	4.5	2.9	2.4	3.9
Cultura Maya	4.2	4.0	5.9	4.5	2.0	2.2	3.7
Boda	2.5	4.0	1.7	3.7	2.8	4.9	3.6
Otros	2.0	2.6	3.9	3.6	3.0	2.9	3.2
Congreso/convención	2.2	2.9	2.1	1.7	2.0	3.4	2.2
Evento Especial	1.6	2.3	1.9	2.5	1.3	1.1	1.8
Negocios	0.7	1.8	2.7	2.4	0.6	1.0	1.6
Viaje de Incentivos	0.3	0.6	1.1	0.8	0.8	1.3	0.9
Actividades de aventura	NA	NA	NA	NA	12.2	7.4	4.4

Porcentaje de respuesta: 99.3% del total de turistas





Porcentaje de respuesta: 95.6% del total de turistas

	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018	OTA
BEST DAY	13.0	15.6	19.2	16.3	15.9	
EXPEDIA	10.9	17.7	14.5	14.2	14.6	
APPLE VACATIONS	5.1	4.2	6.9	8.0	5.9	
MAGNITUR / MAGNICHARTERS	9.5	4.2	4.9	4.6	5.7	
DESPEGAR	3.7	3.1	4.3	5.0	4.0	
SUNWING	4.8	4.0	1.0	2.0	3.1	
TUI / HOTEL BEDS	3.6	3.1	3.3	2.1	3.0	
PRICE TRAVEL	3.6	2.0	2.6	2.4	2.6	
FUNJET / LOMAS TRAVEL	2.6	4.3	1.1	0.9	2.4	
VOLARIS	2.8	2.8	1.9	1.8	2.4	
THOMAS MOORE	1.9	2.1	1.6	3.9	2.4	
CHEAP CARIBBEAN	1.9	2.6	2.0	1.7	2.1	
TRAVELOCITY	1.8	1.6	2.2	2.0	1.9	
BOOKING	2.5	1.5	1.4	1.8	1.8	
VIVA AEROBUS	1.7	1.2	1.4	1.2	1.4	
CVC TRAVEL	0.4	1.5	1.9	1.5	1.3	
ORBITZ	1.3	1.2	1.5	1.1	1.3	
THOMAS COOK	0.2	1.5	2.2	1.1	1.2	
INTERJET	2.5	1.0	0.6	0.8	1.2	
COSTCO TRAVEL	0.6	1.0	1.8	0.8	1.1	
GRAN PLAN / AEROMEXICO	1.0	1.3	0.7	0.7	0.9	
DELTA VACATIONS	1.4	0.6	0.7	1.0	0.9	
BOOK IT.COM	0.9	1.0	0.8	0.8	0.9	
VACATION EXPRESS	0.4	1.3	0.8	0.7	0.8	
RCI	0.6	0.7	0.7	1.1	0.8	

Porcentaje de respuesta: 35.1% del total de turistas

DISTRIBUCIÓN DE LA DERRAMA ECONÓMICA (dólares por grupo)

CONCEPTO	Q1 2018		Q2 2018		Q3 2018		Q4 2018		Anual 2018	
	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.8 personas)	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.7 personas)	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.8 personas)	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.9 personas)	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.8 personas)
TARIFA AÉREA	32.4	\$808	28.0	\$714	27.4	\$810	32.9	\$782	41.2	\$583
HOTEL	26.8	\$1,320	23.2	\$1,139	24.1	\$1,148	28.8	\$1,179	37.5	\$839
TRANSPORTE TERRESTRE	21.7	\$145	18.1	\$131	18	\$141	21.0	\$141	30.3	\$86
RESTAURANTES	17.3	\$305	14.6	\$274	13	\$308	15.5	\$324	28.3	\$169
BARES	8.5	\$266	6.8	\$222	6.1	\$220	7.7	\$216	21.9	\$80
COMPRAS	20.6	\$273	16.3	\$234	16.7	\$262	17.5	\$374	29.9	\$222
TOURS	18.0	\$394	13.8	\$333	16.9	\$441	19.9	4252	31.3	\$154
OTROS	6.2	\$215	4.9	\$336	5	\$304	5.7	\$338	20.1	\$85

* Porcentajes sobre el total de turistas en el destino

	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018
HOTEL	85.5	85.5	80.2	82.3	82.7	82.7	82.6
TIEMPO COMPARTIDO	8.6	8.0	6.8	7.4	7.3	9.2	7.8
CASA DE FAMILIARES/AMIGOS	2.6	2.4	3.5	3.7	3.6	2.0	3.2
RENTA VACACIONAL	2.5	3.1	5.3	4.6	5.7	3.6	5.1
CASA O CONDOMINIO PARTICULAR	0.8	1.0	2.6	1.5	0.7	0.8	1.3

Porcentaje de respuesta: 99.9% del total de turistas

OTROS DESTINOS EN DONDE PERNOCTÓ DURANTE ESTE VIAJE

PERNOCTARON EN OTROS DESTINOS: 7.0% del total de turistas

NOCHES DE PERNOCTA EN OTROS DESTINOS: 2.6 noches.

DESTINO	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Annual 2018
RIVIERA MAYA	3.2	3.3	4.4	26.2	33.9	6.8	34.4
ISLA MUJERES	2.8	3.1	2.6	19.4	34.7	27.6	30.9
TULUM	1.7	2.3	2.3	15.9	28.2	27.1	26.9
COZUMEL	1.0	1.3	0.6	5.2	7.3	8.3	7.7
HOLBOX	0.6	0.7	0.6	8.1	14.7	16.1	12.5
MÉRIDA	0.4	0.8	0.7	5.8	10.2	1.0	7.5
BACALAR	0.5	0.7	0.6	4.9	7.3	6.3	7.2
VALLADOLID	0.4	0.4	0.6	3.6	10.6	12.0	8.7
PUERTO MORELOS	0.1	0.3	0.2	2.3	2.4	1.0	2.5
CHETUMAL	0.1	0.3	0.1	1.9	2.0	2.1	2.1
MAHAHUAL	0.1	0.2	0.1	1.0	1.6	31.3	31.3

Respuestas sobre el 7.0% del total de turistas

	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018
Parque recreativo	40.0	44.6	47.7	38.4	42.8
Zonas arqueológicas	39.8	35.6	35.1	38.6	37.1
Ciudades cercanas	30.1	27.7	37.1	32.9	31.6
Actividades acuaticas	19.2	22.2	23.1	16.3	20.4
Cenotes y cavernas	11.2	11.5	12.3	11.2	11.6
Entretenimiento	3.1	4.1	4.5	3.3	3.8
Deportes	0.8	0.7	0.9	0.7	0.8
Naturaleza	0.1	0.2	0.1	0.0	0.1

Respuestas sobre 100% de los turistas

ACTIVIDADES	%
ESTAR EN LA PISCINA Y PLAYA. DISFRUTAR DEL BUFFET Y LA ANIMACIÓN. ALGUNOS PARQUES.	60.6
SNORKEL, CUATRIMOTOS, TIROLESAS, CENOTES, ECOTURISMO.	10.6
SHOPPING DE MARCAS Y ARTÍCULOS DE LUJO, RESTAURANTES GOURMET, GOLF, PASEO EN YATE.	0.7
CENA ROMÁNTICA, PLAYA, COMPRAS, ACTIVIDADES EN PAREJA.	6.2
VISITAR ZONAS ARQUEOLÓGICAS, MUSEOS, COMUNIDADES MAYA.	11.2
BARES, CLUBS DE PLAYA, DISCOTECAS, FIESTAS NOCTURNAS.	4.4
ASISTIR A REUNIONES, CONFERENCIAS, TEAM BUILDING, CENAS EN GRUPO.	2.0
GOLF, BUCEO, PESCA DEPORTIVA, CORRER.	0.7
ASISTIR A EVENTOS COMO BODAS, FESTIVALES CULTURALES, MUSICALES, GASTRONÓMICOS, DEPORTIVOS	1.7
YOGA, FITNESS, MEDITACIÓN, TEMAZCAL, PADDLE.	1.2
RESTAURANTES RECONOCIDOS, GASTRONOMÍA LOCAL Y REGIONAL	0.7

PERSONALIDAD	%
Consentido	23.4
En Armonía	11.5
Explorador	17.0
Enamorado	15.5
Activo	12.0
Motivado	11.8
Conocedor	7.5
Fiestero	5.2
Foodie	5.6
Participante	6.3
Trendy	1.1

Respuestas sobre el 68.8% de los turistas

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA