

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA
CHETUMAL
JULIO-SEPTIEMBRE DE 2018

- 75.4% de los turistas procedieron de México, sobresaliendo la Ciudad de México y seguido por América Latina con 10.2% del total.
- El segmento de edad predominante fue el de 20 a 39 años que concentra al 70.0% del total de turistas. Destaca que los amigos son la principal razón para haber escogido Chetumal.
- El 67.4% de los turistas registrados este trimestre ya habían visitado Chetumal anteriormente.
- Los turistas que se hospedaron en Chetumal manifestaron una estancia de 6.3 días en la región, no solamente en Chetumal, que es el centro de un circuito integrado por varios destinos del sur de Quintana Roo, Belice e incluso Guatemala y Chiapas..

- Destaca en Chetumal un escaso porcentaje de turistas que recurre a la compra de paquetes vacacionales con un 27.8% del total de turistas.
- Aunque la gran mayoría de los turistas se hospedó en hoteles, 6.1% se hospedaron con amigos y familiares y otro 6.1% recurrió a *airbnb*.
- El 43.1% de los turistas que visitaron Chetumal pernoctaron también en otros destinos de Quintana Roo durante un promedio de 4.0 noches, siendo Bacalar, Tulum y Cancún los más visitados.

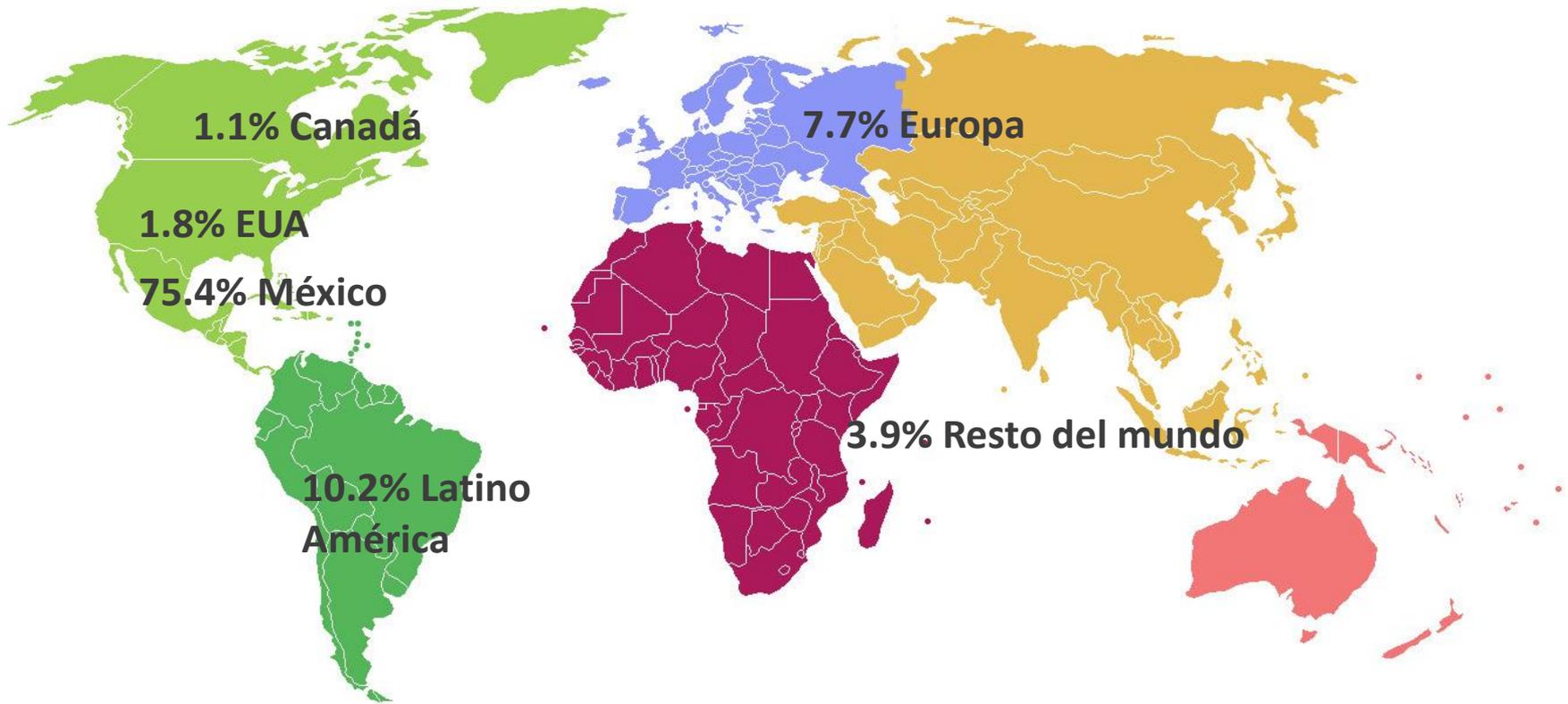
METODOLOGÍA

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 Chetumal, hoteles de la ciudad, la terminal de autobuses foráneos de ADO y el muelle de la API Quintana Roo.

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 Chetumal se levanta cinco días de cada mes con encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.



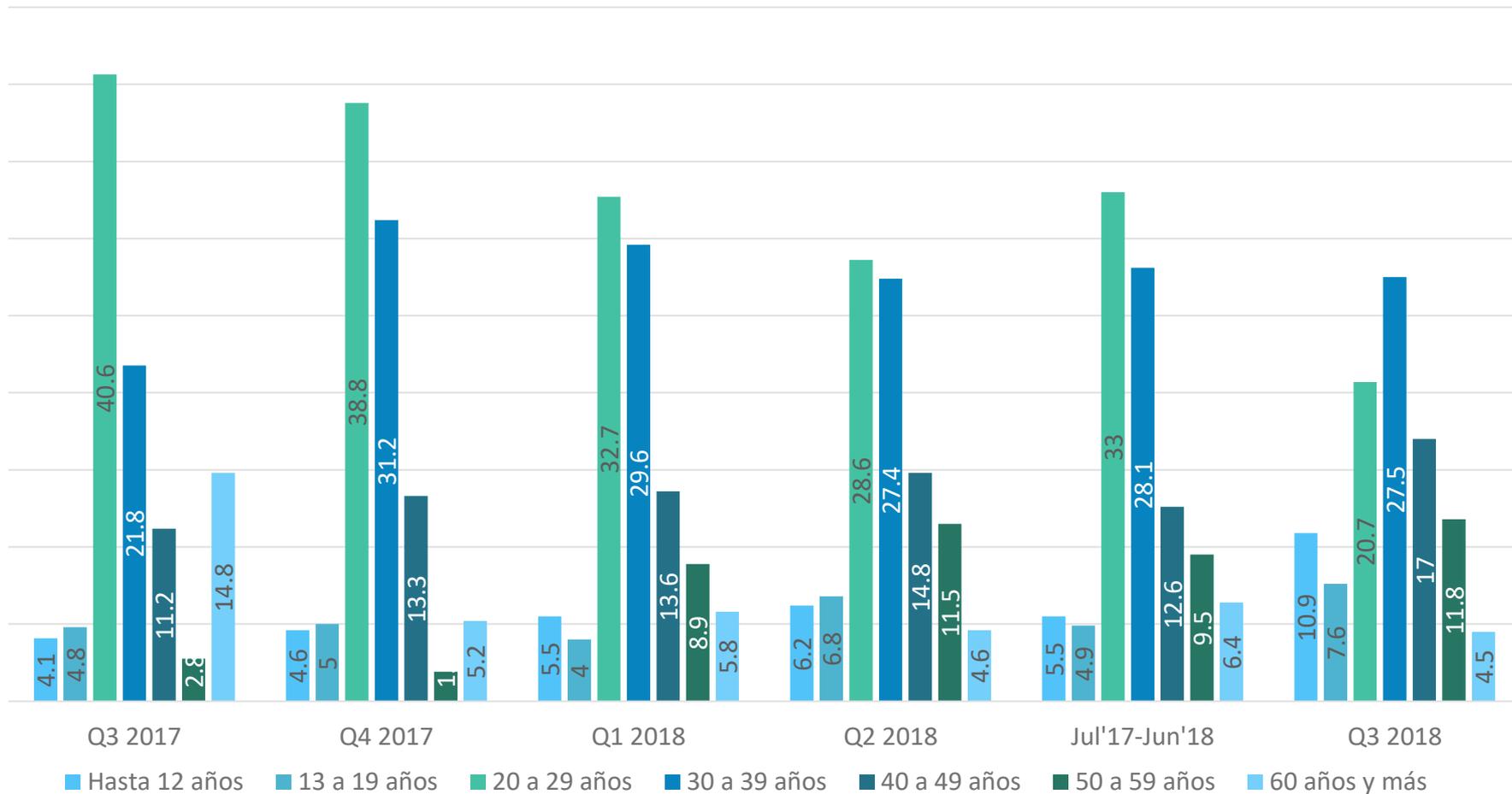
Porcentaje de respuesta 98.3% del total de turistas

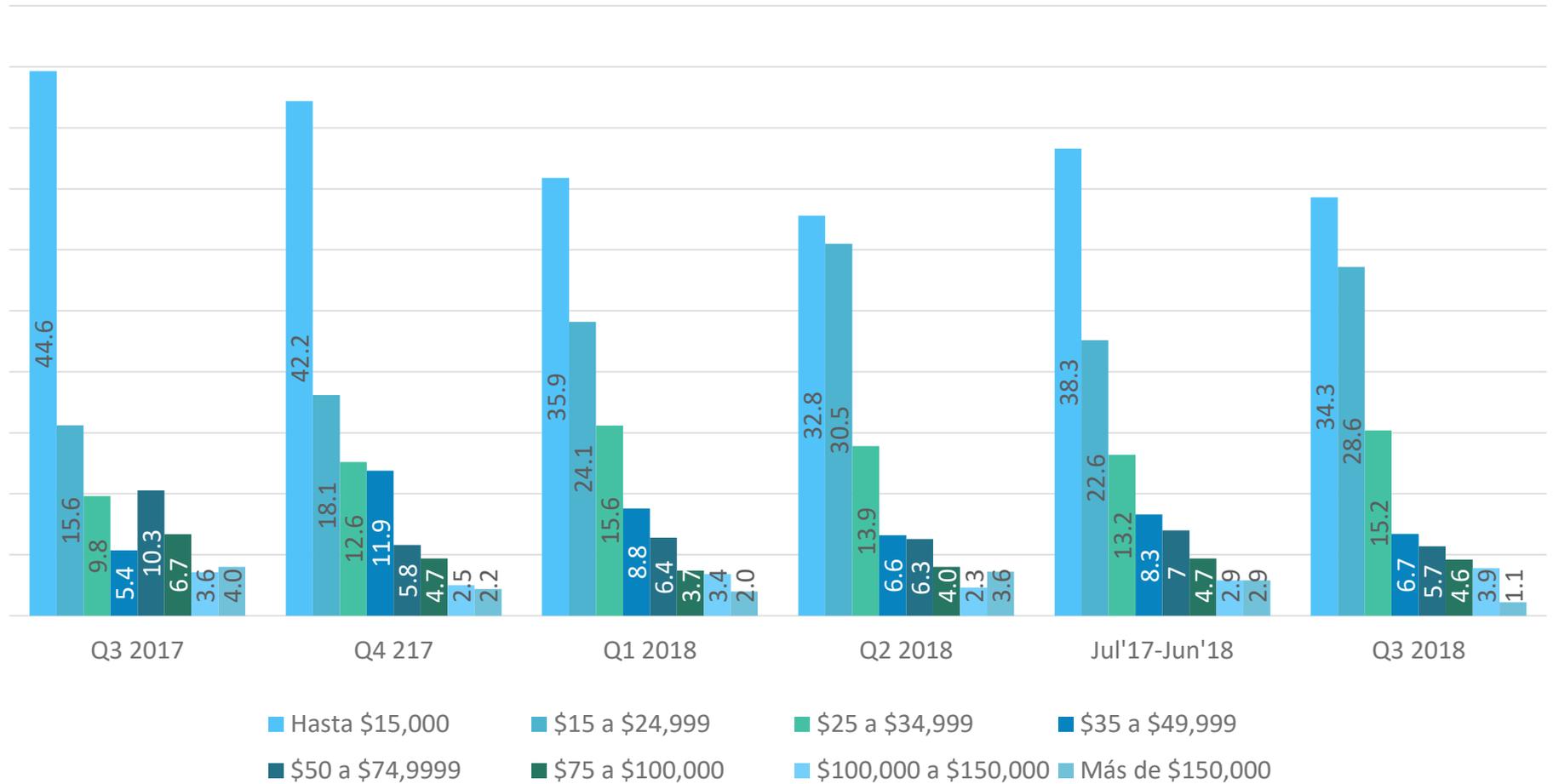
PAÍS	%
Francia	31.8
Alemania	18.2
Inglaterra	13.6
Bélgica	9.1
Holanda	9.1
Irlanda	9.1
España	4.5
Italia	4.5

Porcentaje de respuesta 100.0% del total de turistas europeos

ESTADO	%	ESTADO	%
Ciudad de México	47.9	Baja California	0.9
México	19.5	Michoacán	0.9
Puebla	3.7	Veracruz	0.9
Nuevo León	2.8	Yucatán	0.9
Quintana Roo	2.8	Aguascalientes	0.5
Guanajuato	2.3	Baja California Sur	0.5
Querétaro	2.3	Campeche	0.5
Sinaloa	2.3	Chihuahua	0.5
Morelos	1.9	Coahuila	0.5
Chiapas	1.4	Guerrero	0.5
Hidalgo	1.4	Nayarit	0.5
Jalisco	1.4	Oaxaca	0.5
Tamaulipas	1.4	Sonora	0.5

Porcentaje de respuesta 99.1% de los turistas mexicanos





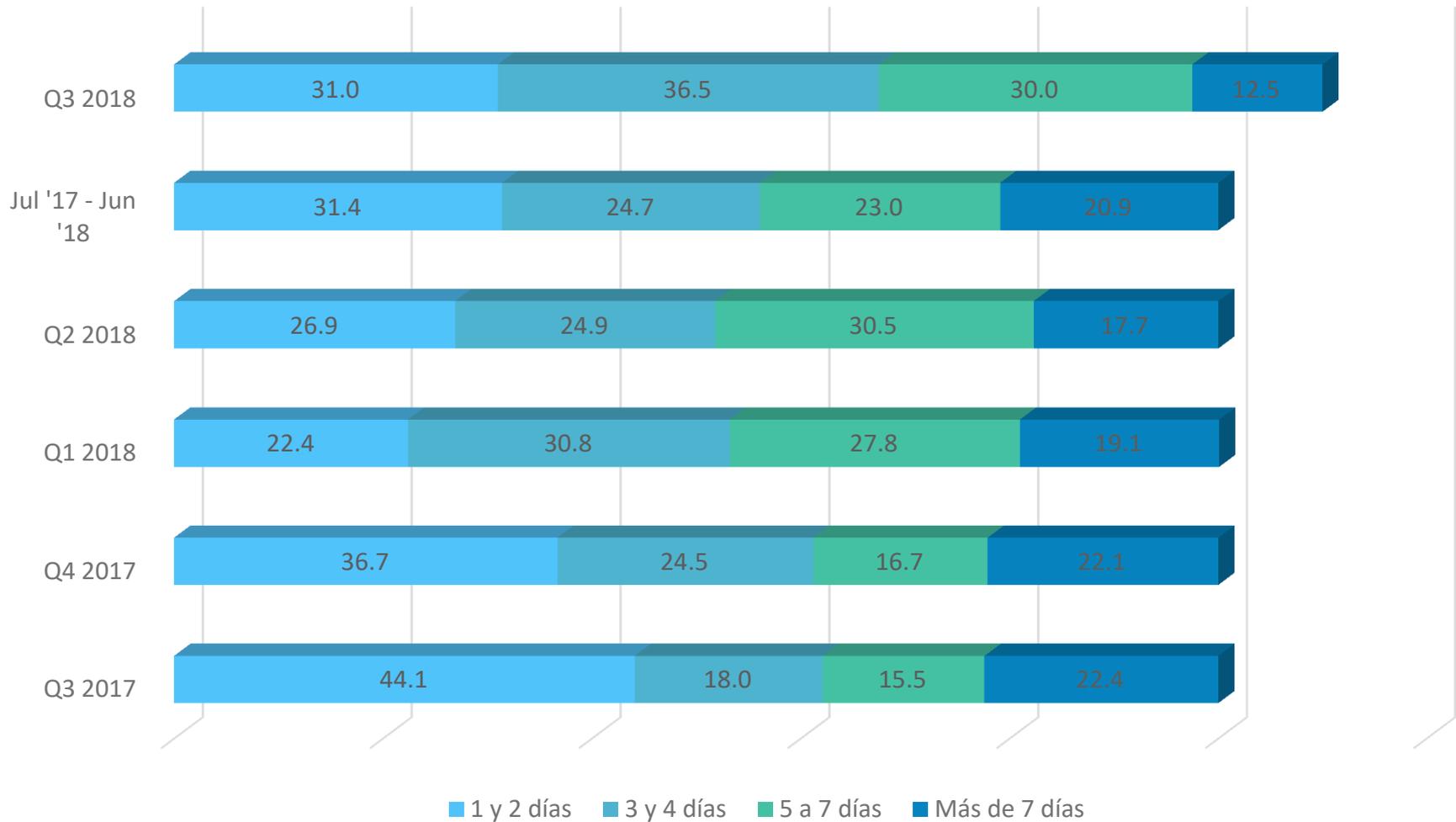
Porcentaje de respuesta: 97.6% del total de turistas

	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Jul'17-Jun'18	Q3 2018
AMIGOS / FAMILIA	62.9	59.1	54.1	64.0	58.9	54.2
VISITA ANTERIOR	14.7	13.9	18.6	16.4	15.9	14.6
PUBLICIDAD EN INTERNET	8.4	9.5	13.2	9.6	10.2	15.8
REDES SOCIALES	8.4	9.9	9.5	6.5	8.5	11.5
AGENCIA DE VIAJES	3.2	5.8	2.4	2.7	3.5	2.7
TELEVISIÓN	0.8	1.1	1.7	0.3	1.0	0.4
REVISTA	1.6	0.4	0.7	0.3	0.7	0.4
ANUNCIOS EN LA CALLE	NA	NA	NA	NA	NA	0.4

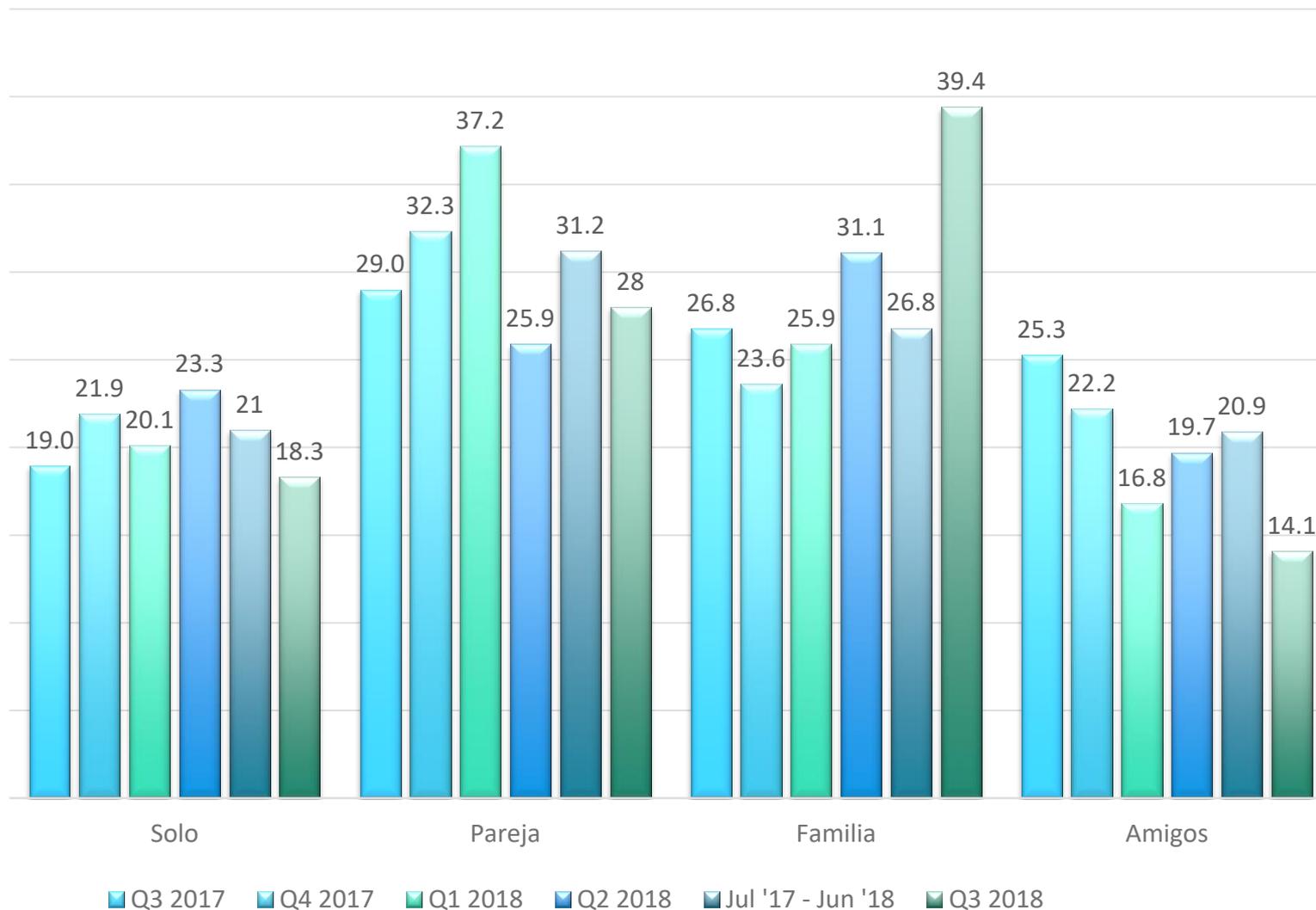
Porcentaje de respuesta: 89.7% del total de turistas

Estancia promedio: 6.3 días

Tamaño de grupo: 2.5 personas



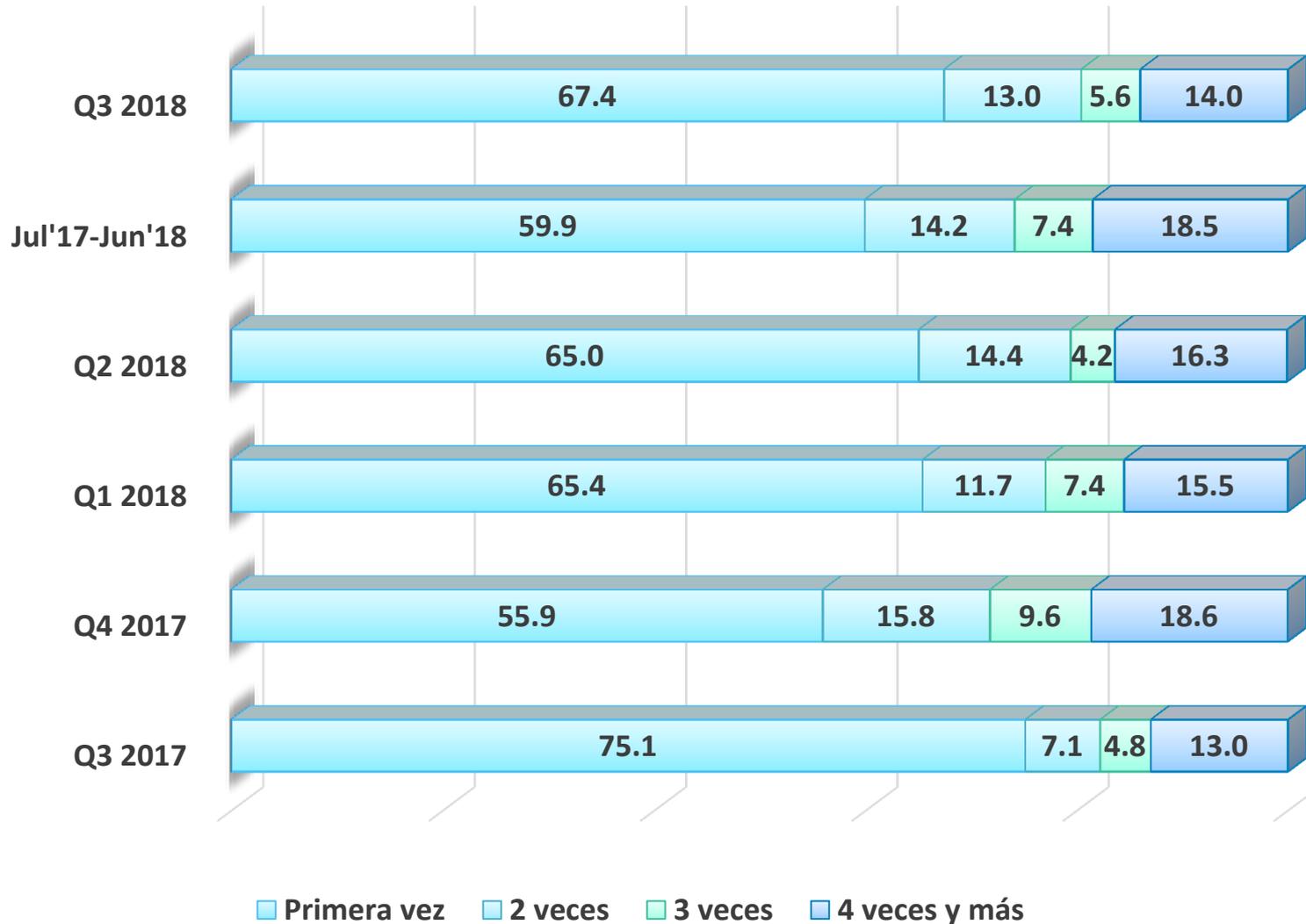
Porcentaje de respuesta: 99.0% del total de turistas



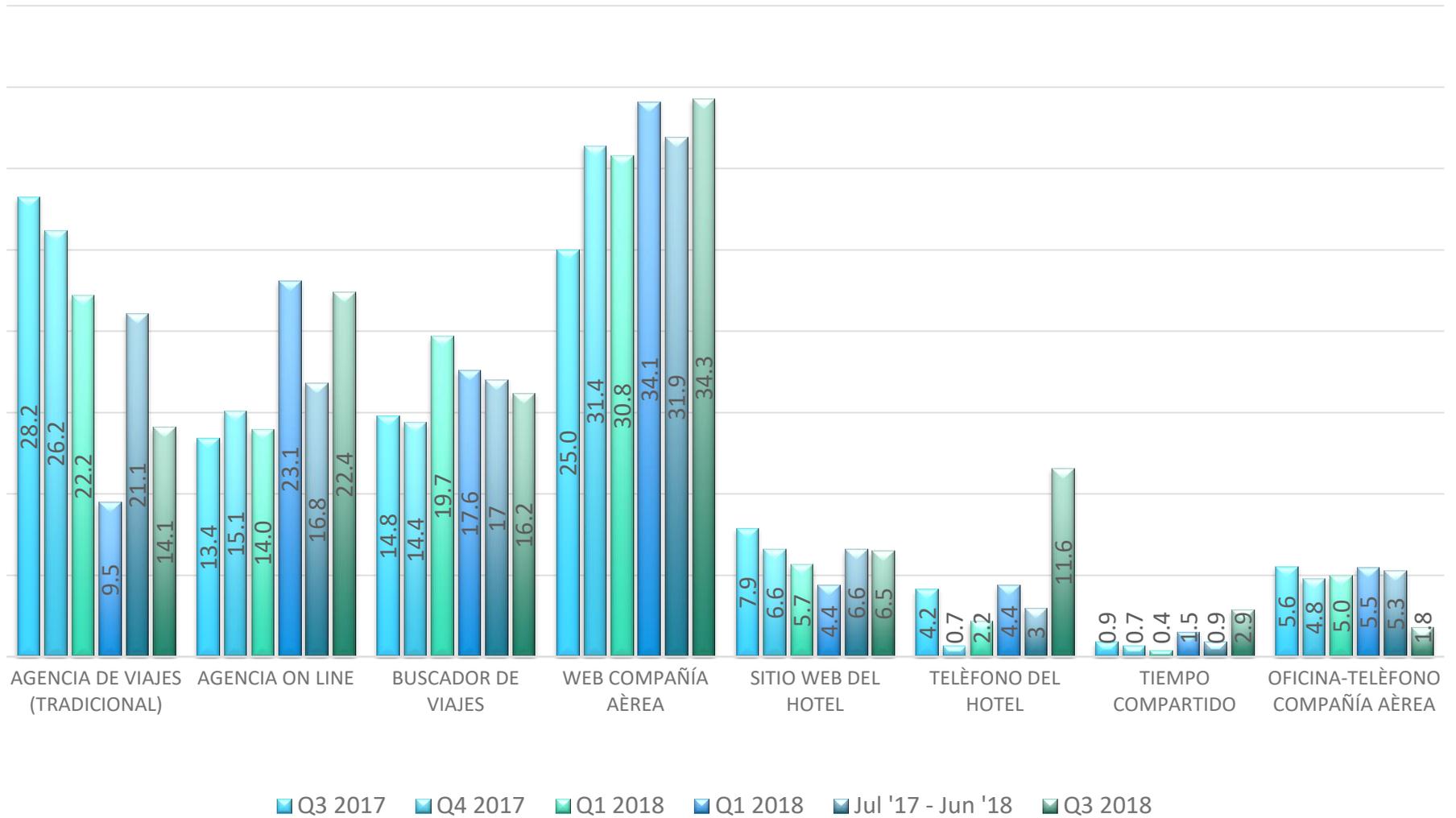
Porcentaje de respuesta: 99.7%

TASA DE RETORNO AL DESTINO VECES QUE LO HA VISITADO

Tasa de retorno al destino: 32.6%



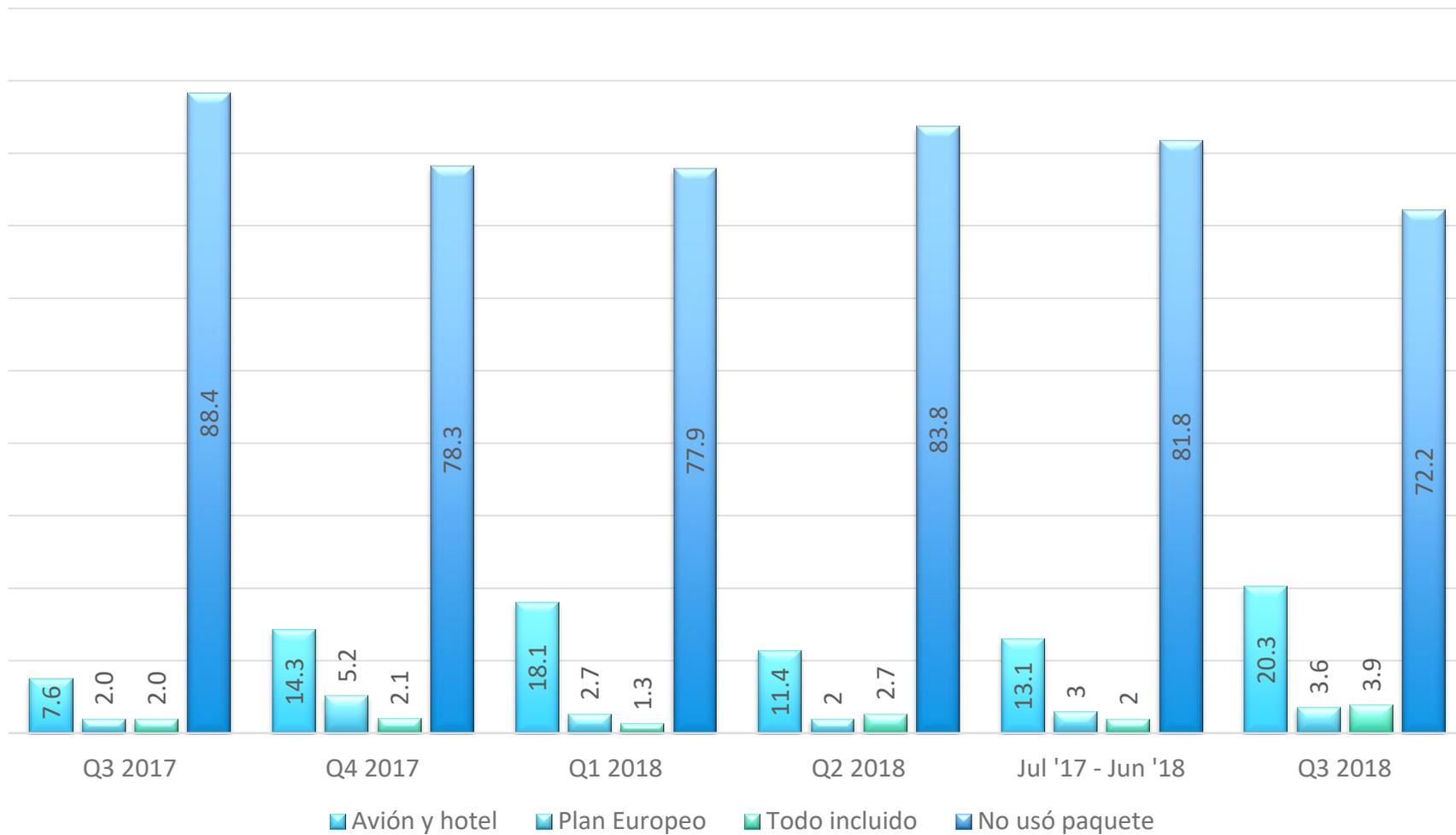
Porcentaje de respuesta: 98.3% del total de turistas



Porcentaje de respuesta: 95.5% del total de turistas

	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Jul '17 – Jun '18	Q3 2018
PLACER (SOL Y PLAYA)	61.6	63.1	74.4	61.8	65.5	50.2
NEGOCIOS	8.5	12.5	8.1	12.3	10.3	12.8
VISITAR AMIGOS / FAMILIA	6.6	8.8	6.5	9.4	7.8	10.7
OTROS	10.3	5.8	2.9	5.2	5.8	8.7
CULTURA MAYA	4.4	3.7	1.3	3.2	0.9	7.3
BODA	1.8	2.7	1.9	1.9	2.1	3.8
EVENTO ESPECIAL	3.7	0.7	1.0	1.3	1.6	3.5
LUNA DE MIEL	1.5	2.0	2.9	1.6	2.0	3.5
CONGRESO/CONVENCIÓN	0.4	0.3	0.3	2.6	0.9	1.7
VIAJE DE INCENTIVOS	1.1	0.3	0.6	0.6	0.7	0.7

Porcentaje de respuesta: 99.7% del total de turistas



Porcentaje de respuesta: 96.9% del total de turistas

AGENCIA	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	ANUAL	Q3 2018
INTERJET	10.8	28.0	0.3	0.4	30.4	36.3
VOLARIS	3.6	13.3	0.1	0.2	12.2	18.5
BOOKING	8.4	7.0	0.1	0.1	8.3	8.9
EXPEDIA	9.6	10.5	0.1	0.1	8.5	8.3
DESPEGAR	2.4	4.2	0.0	0.0	3.9	7.6
BEST DAY	4.8	2.8	0.1	0.0	4.4	5.1
TRIVAGO						1.9
LIVERPOOL	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	1.9
ADO	0.0	1.4	0.0	0.0	1.5	1.9
TUI / HOTEL BEDS	1.2	0.7	0.0	0.0	0.6	1.3
HOTELS.COM	3.6	0.0	0.0	0.0	0.6	1.3
BOOK IT.COM	1.2	0.7	0.0	0.0	0.6	0.6
AMERICAN EXPRESS						0.6
GRAN PLAN / AEROMEXICO						0.6
MAGNITUR / MAGNICHARTERS	2.4	0.0	0.0	0.0	0.4	0.6
THOMAS COOK	2.4	0.7	0.0	0.0	1.1	0.6
FLIGHT CENTER	0.0	1.4	0.0	0.0	0.7	0.6
SKYAUCTION.COM	4.8	0.7	0.0	0.0	0.9	0.6

 OTA

Porcentaje de respuesta: 45.7% del total de turistas

**DISTRIBUCIÓN DE LA DERRAMA ECONÓMICA
(dólares por grupo)**

CONCEPTO	Q3 2017		Q4 2017		Q1 2018		Q2 2018		Jul '17 – Jun '18		Q3 2018	
	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.5 personas)	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.5 personas)	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.5 personas)	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.5 personas)	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.5 personas)	% de respuesta*	Dólares por grupo (2.5 personas)
TARIFA AÉREA	38.6	\$584	61.1	\$491	59.2	\$353	59.9	\$407	57.6	\$447	59.7	\$477
ALOJAMIENTO	42	\$430	51.3	\$373	47.2	\$468	49.8	\$420	50	\$404	53.1	\$488
TRANSPORTE TERRESTRE	34.5	\$208	46	\$169	49.8	\$142	47.9	\$166	45.2	\$173	43.1	\$169
RESTAURANTES	31.9	\$260	43.6	\$219	50.8	\$223	48.2	\$260	44.2	\$237	45.9	\$262
BARES	17.1	\$156	14.1	\$164	16.2	\$167	14.2	\$167	16.3	\$164	11.4	\$141
COMPRAS	17.1	\$309	20.8	\$205	25.9	\$136	27.5	\$220	23.5	\$202	27.6	\$172
TOURS	17.1	\$257	20.8	\$145	25.6	\$132	21.4	\$187	21.9	\$162	22.4	\$220
OTROS	5.9	\$254	6.4	\$181	10	\$188	11	\$187	10.5	\$218	6.9	\$211

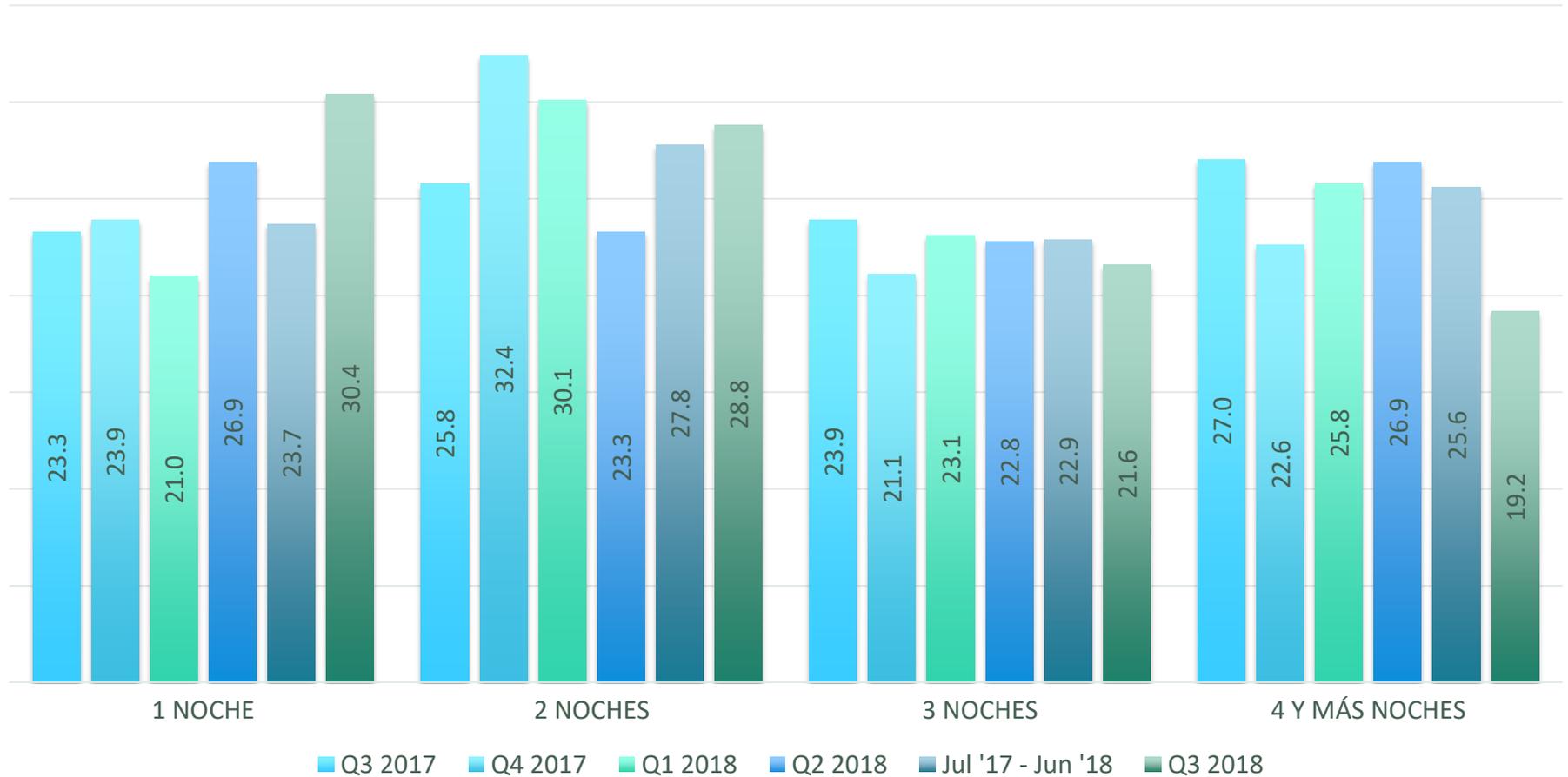
* Porcentajes sobre el total de turistas en el destino

	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Jul '17 – Jun '18	Q3 2018
HOTEL	83.1	78.6	78.5	78.5	77.9	84.1
ESPACIO AIRBNB	3.0	6.1	6.8	6.8	6.1	5.2
FAMILIARES/AMIGOS	9.4	9.8	9.1	9.1	6.1	5.2
RENTA CONDO O CASA	3.4	1.7	5.2	5.2	3.9	2.4
TIEMPO COMPARTIDO	0.4	0.7			0.4	2.1
PROPIEDAD CONDO / CASA	0.8	3.1	0.3	0.3	1.3	1.0

Porcentaje de respuesta: 99.7% del total de turistas

PERNOCTARON EN OTROS DESTINOS: 43.1% del total de turistas

NOCHES DE PERNOCTA EN OTROS DESTINOS: 4.0 noches



Porcentaje de respuesta: 37.9% del total de turistas

PERNOCTARON EN OTROS DESTINOS: 43.1% del total de turistas

NOCHES DE PERNOCTA EN OTROS DESTINOS: 4.0 noches

DESTINO	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Jul '17 – Jun '18	Q3 2018
BACALAR	5.5	10.7	18.8	18.8	13.8	23.2
BELICE		2.0	1.6	3.2	1.8	4.5
CAMPECHE		0.7	0.6	1.6	0.9	1.5
CANCÚN	17.6	10.4	12.9	12.3	13.2	13.1
COZUMEL	3.7	2.0	2.3	1.0	2.2	2.0
HOLBOX	3.3	2.3	1.3	1.9	2.2	4.0
ISLA MUJERES	5.5	2.3	1.9	1.9	2.9	3.0
MAHAHUAL		3.4	16.5	12.6	8.4	6.1
MÉRIDA	7.0	6.4	4.2	4.2	5.4	9.1
PLAYA DEL CARMEN	14.7	7.4	11.3	12.9	11.6	11.6
PUERTO MORELOS	0.7	0.3	0.3	0.3	0.5	0.5
TULUM	22.1	14.8	19.1	13.6	17.3	14.1
VALLADOLID	4.4	3.4	2.6	2.3	3.1	3.5

Respuestas sobre el 100% del total de turistas

	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Jul'17- Jun'18	Q3 2018
CIUDADES CERCANAS	6.9	18.8	13.9	56.6	44.9	93.1
ZONAS ARQUEOLÓGICAS	24.2	20.6	33.0	23.0	25.1	28.6
CENOTES Y CAVERNAS	5.1	10.6	14.6	11.3	11.0	11.4
PARQUES RECREATIVOS	1.8	3.8	2.3	6.5	4.1	6.6
ACTIVIDADES ACUÁTICAS	5.8	11.6	36.2	18.4	4.2	3.1
ACTIVIDADES EN LA NATURALEZA	1.8	1.9	34.0	23.9	3.8	1.0

Respuestas sobre el 100% de los turistas

ACTIVIDADES CON LAS CUALES SE IDENTIFICA	% Q3 2018
Estar en la piscina y playa, disfrutar del buffet y animación, algunos parques	30.9
Snorkel, cuatrimotos, tirolesas, cenotes, ecoturismo.	24.0
Visitar zonas arqueológicas, museos, comunidades mayas	18.9
Cena romántica, playa, compras, actividades en pareja	7.4
Restaurantes reconocidos, gastronomía local y regional	7.4
Bares, clubes de playa, discotecas, fiestas nocturnas	3.4
Asistir a reuniones, conferencias, team building, cenas en grupo	2.9
Shopping de marcas y artículos de lujo, restaurantes gourmet, golf, paseo en yate	2.9
Golf, buceo, pesca deportiva, correr	1.7
Asistir a eventos como bodas, festivales culturales, musicales, gastronómicos, deportivos	0.6

Porcentajes sobre el total de turistas 69.0%

PERSONALIDAD	%
Explorador	32.5
En armonía	13.3
Activo	10.8
Consentido	12.3
Enamorado	4.9
Motivado	8.9
<i>Foodie</i>	3.0
Conocedor	6.9
Participante	3.9
Fiestero	2.5
<i>Trendy</i>	1.0

Respuestas sobre el 70.1% de los turistas