

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

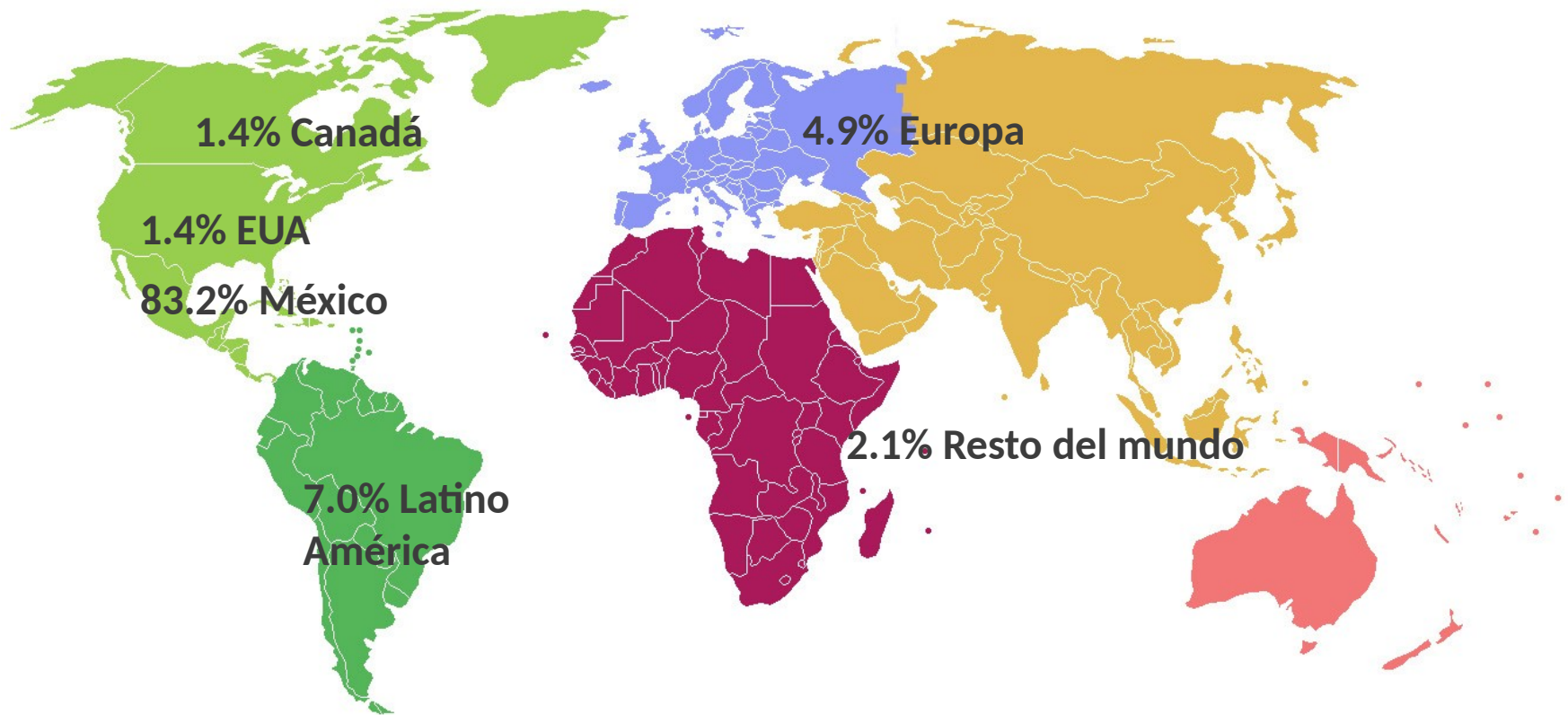
PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA
CHETUMAL
Q4 DE 2018

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 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.



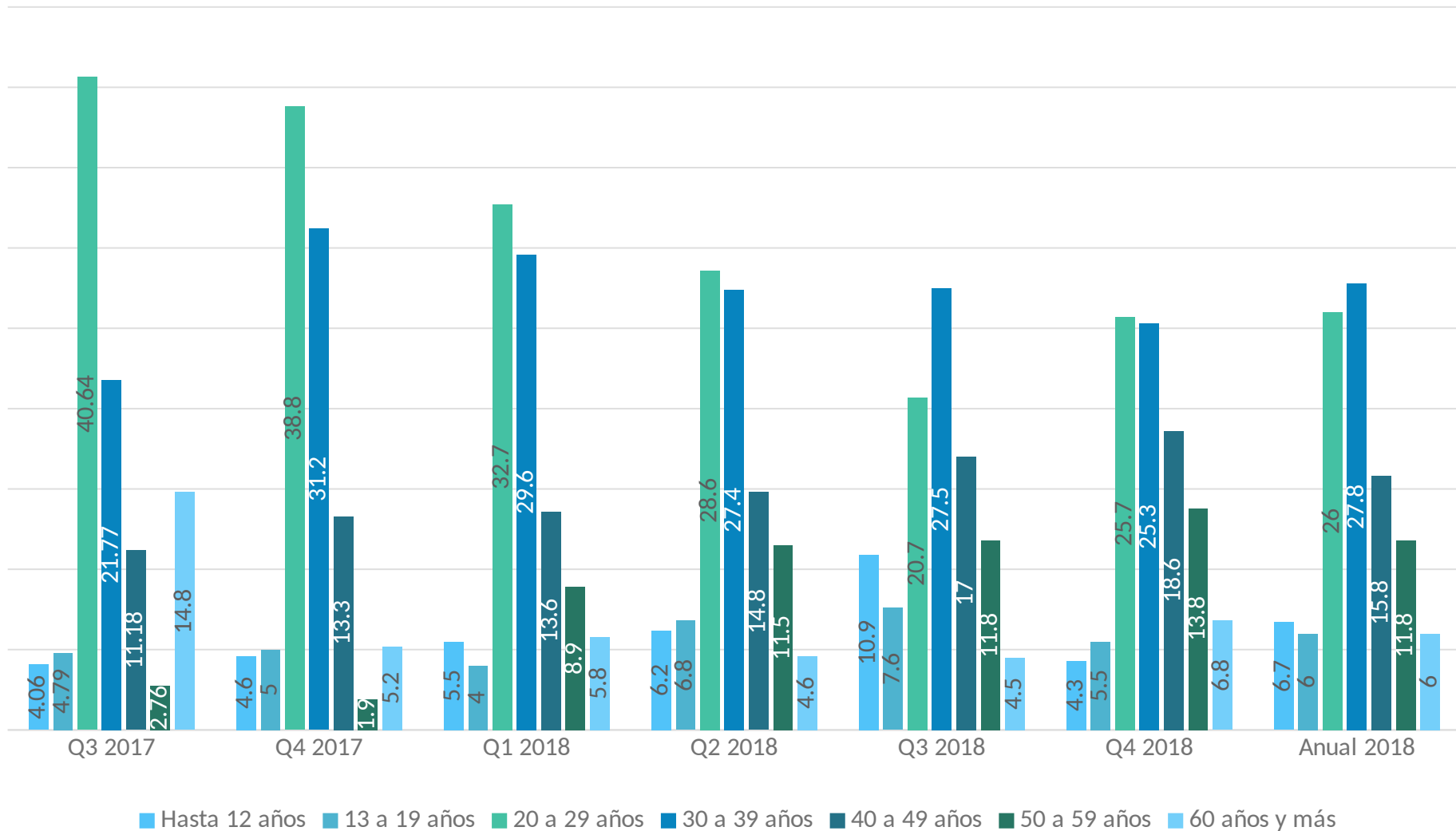
Porcentaje de respuesta 100% del total de turistas

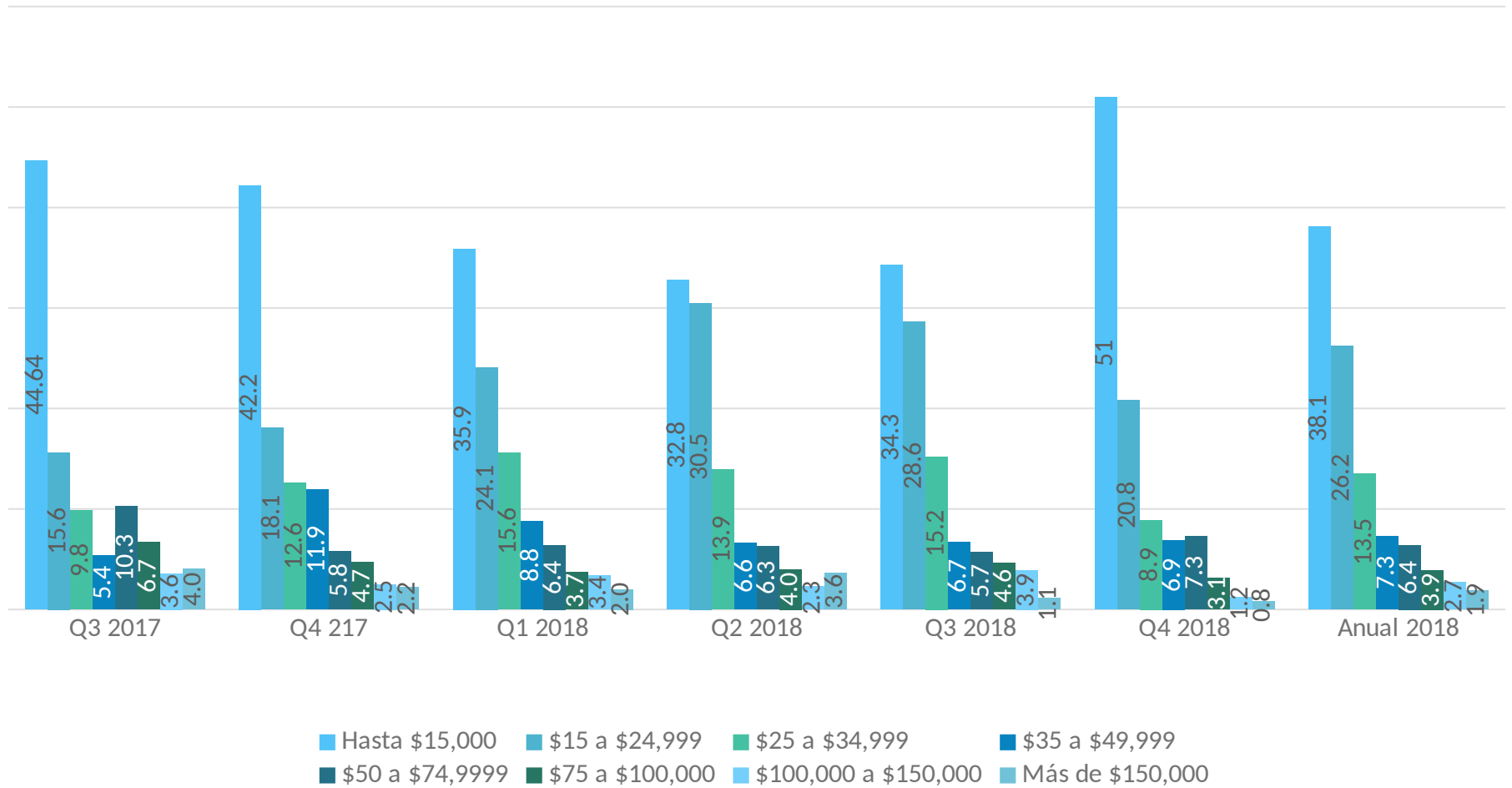
PAÍS	%
Inglaterra	33.3
Alemania	13.3
España	13.3
Francia	13.3
Suiza	6.7
Holanda	6.7
Suecia	6.7
Dinamarca	6.7

Porcentaje de respuesta 5.3% del total de turistas europeos

ESTADO	%	ESTADO	%
CDMX	43.6	Chihuahua	0.8
México	12.7	Aguascalientes	0.8
Quintana Roo	8.1	Tamaulipas	0.8
Yucatán	8.1	Morelos	0.8
Hidalgo	4.2	Chiapas	0.8
Jalisco	3.0	Tabasco	0.8
Veracruz	3.0	Sonora	0.4
Puebla	2.5	Guerrero	0.4
Michoacán	1.7	San Luis Potosí	0.4
Guanajuato	1.7	Oaxaca	0.4
Campeche	1.7	Baja California	0.4
Nuevo León	1.3	Sinaloa	0.4
Querétaro	0.8		

Porcentaje de respuesta 82.8% de los turistas mexicanos





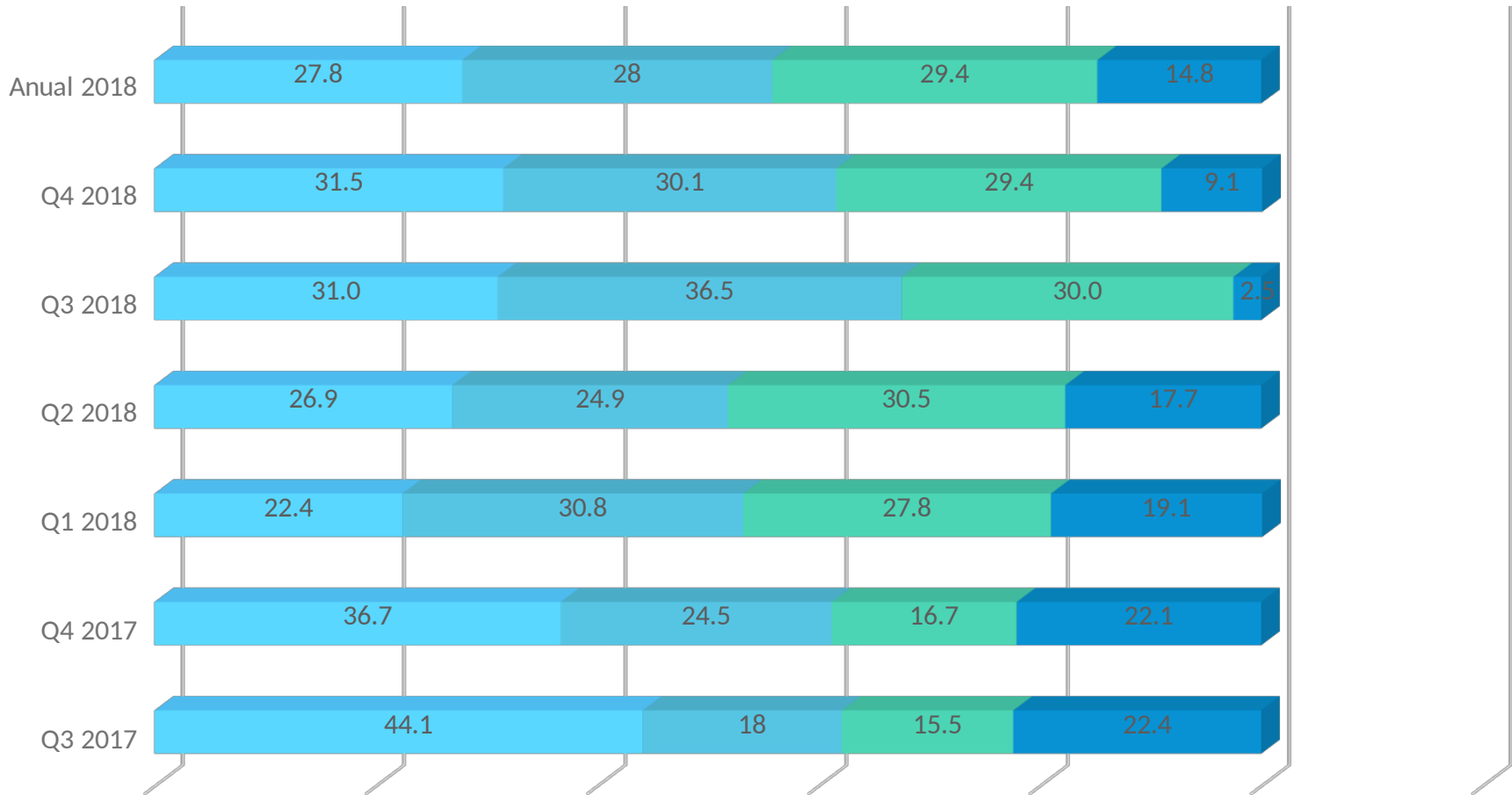
Porcentaje de respuesta: 90.9% del total de turistas

	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018
AMIGOS / FAMILIA	62.9	59.1	54.1	64.0	54.2	53.3	56.5
VISITA ANTERIOR	14.7	13.9	18.6	16.4	14.6	21.1	17.6
PUBLICIDAD EN INTERNET	8.4	9.5	13.2	9.6	15.8	9.5	12.0
REDES SOCIALES	8.4	9.9	9.5	6.5	11.5	9.1	9.1
AGENCIA DE VIAJES	3.2	5.8	2.4	2.7	2.7	6.2	3.4
TELEVISIÓN	0.8	1.1	1.7	0.3	0.4	0.4	0.7
REVISTA	1.6	0.4	0.7	0.3	0.4	0	0.4
ANUNCIOS EN LA CALLE	NA	NA	NA	NA	0.4	0	0.2

Porcentaje de respuesta: 84.9% del total de turistas

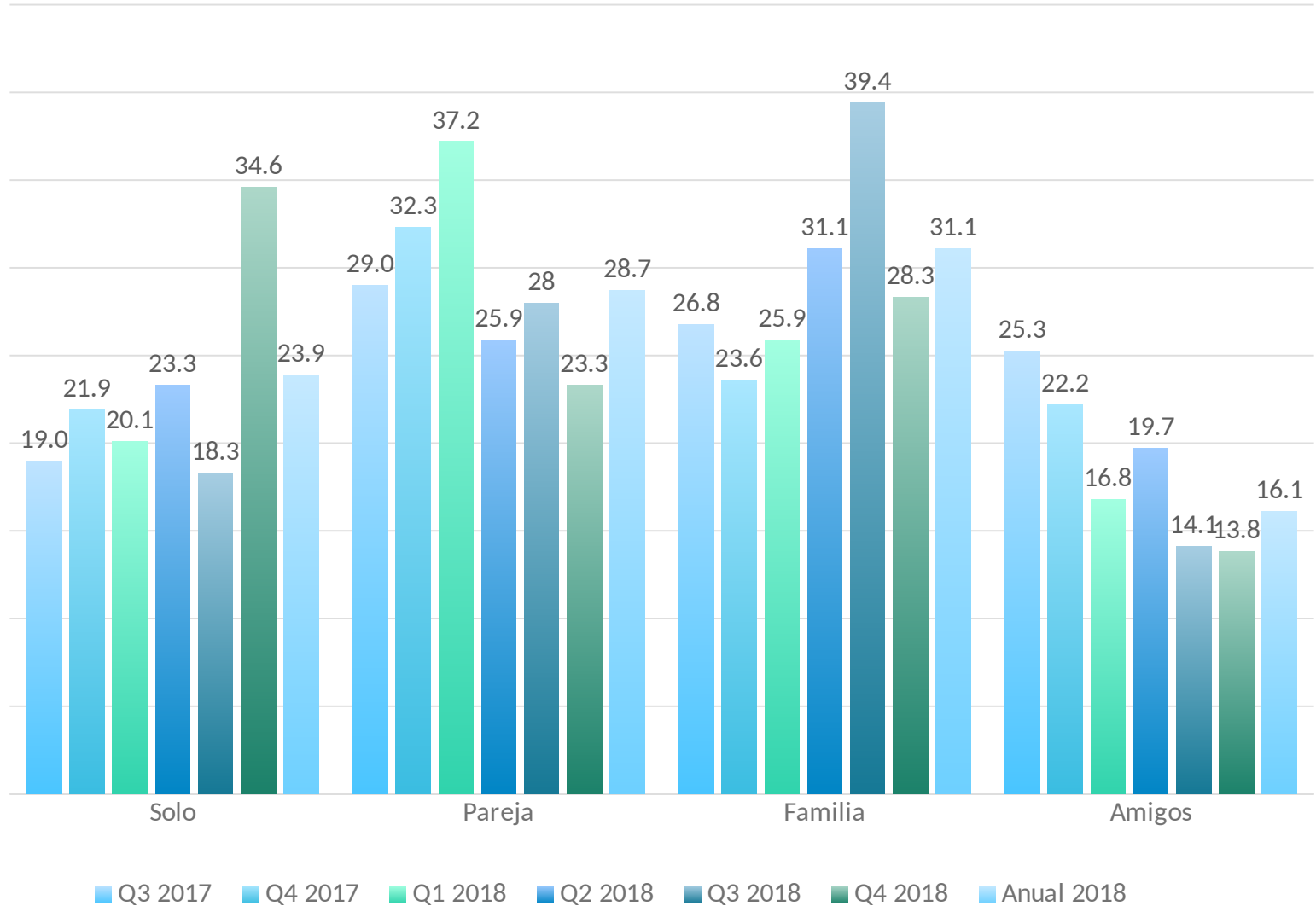
Estancia promedio: 4.6 días

Tamaño de grupo: 2.7 personas



■ 1 y 2 días ■ 3 y 4 días ■ 5 a 7 días ■ Más de 7 días

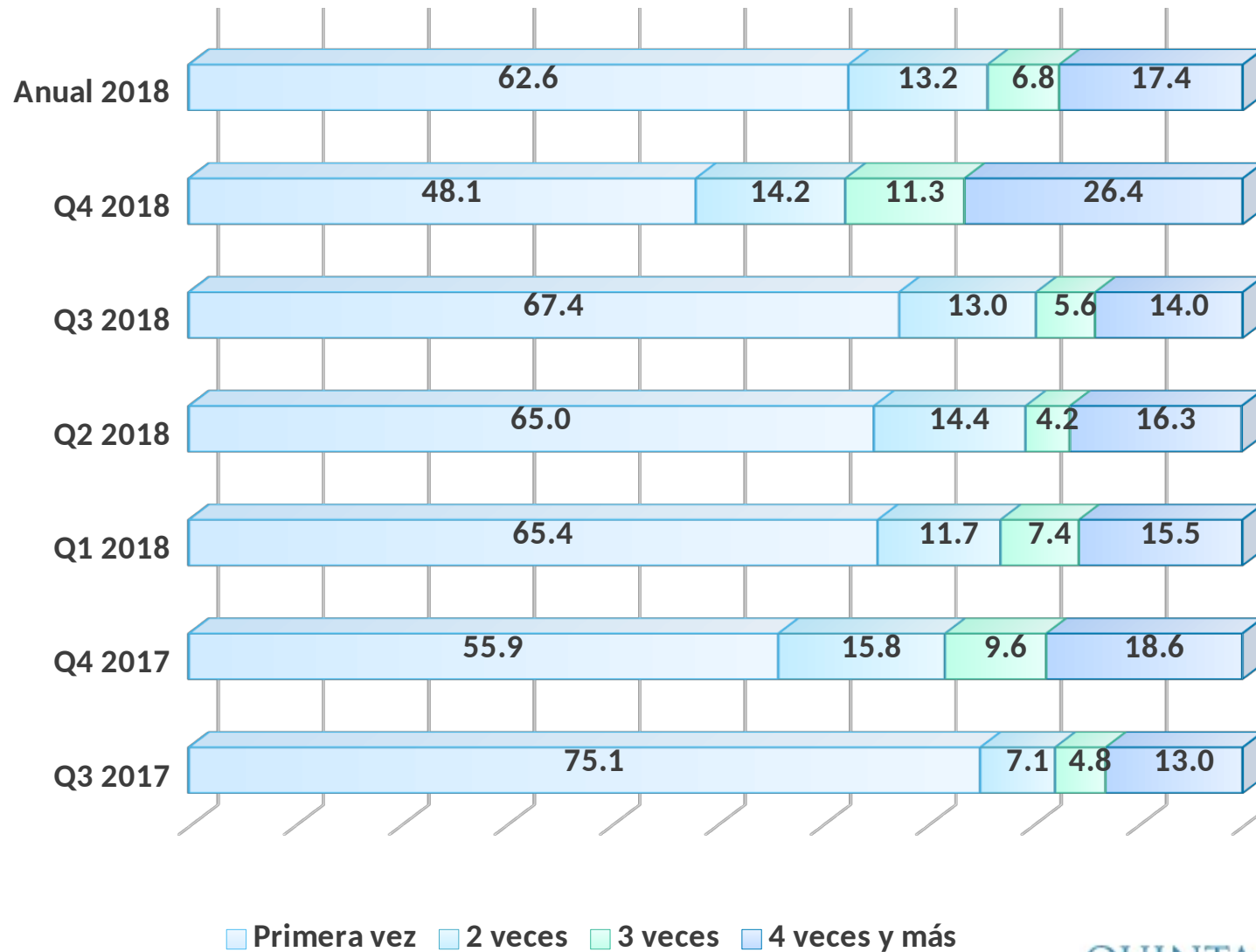
Porcentaje de respuesta: 100.0% del total de turistas



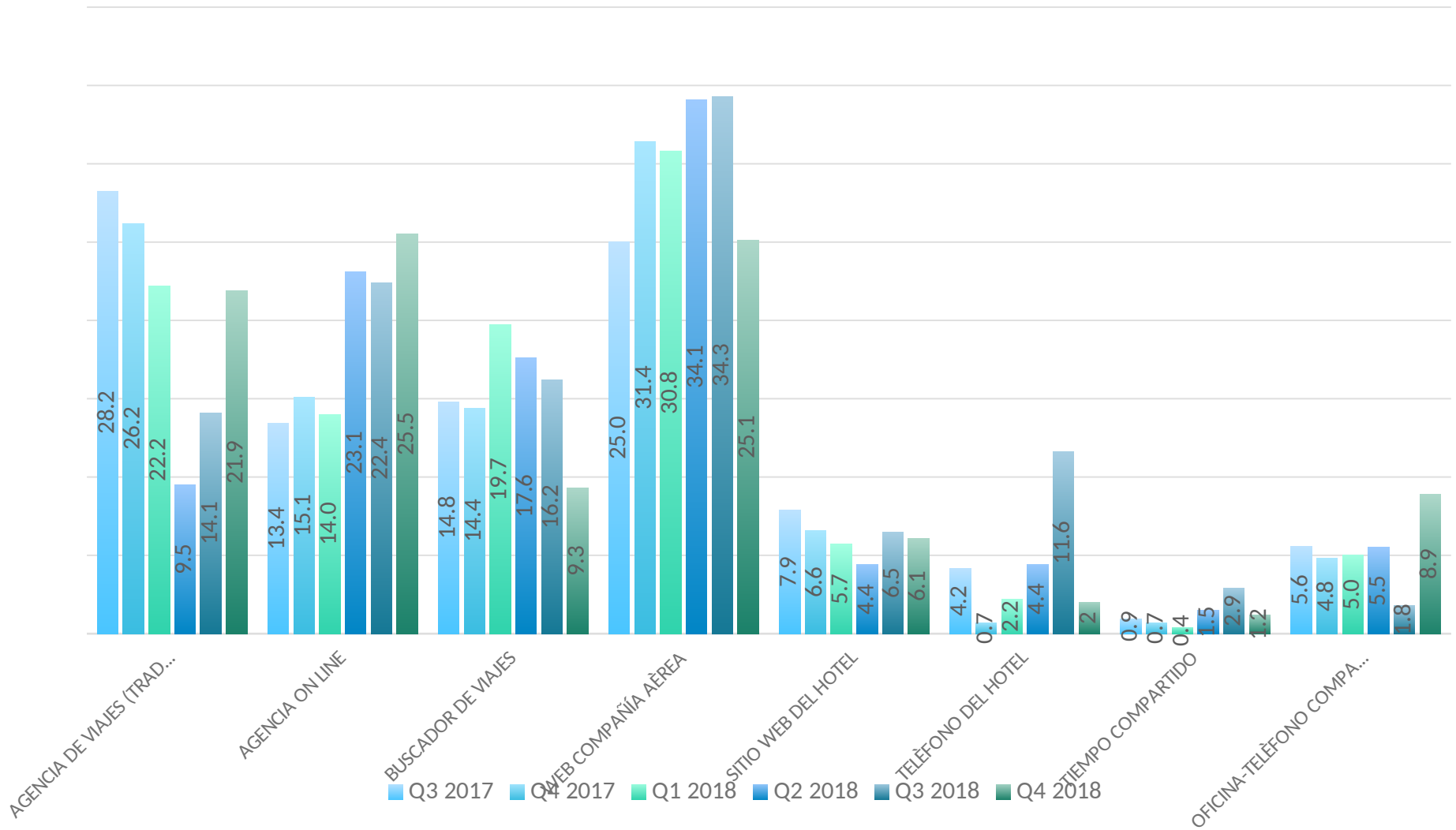
Porcentaje de respuesta: 99.3%

TASA DE RETORNO AL DESTINO VECES QUE LO HA VISITADO

Tasa de retorno al destino: 51.9%



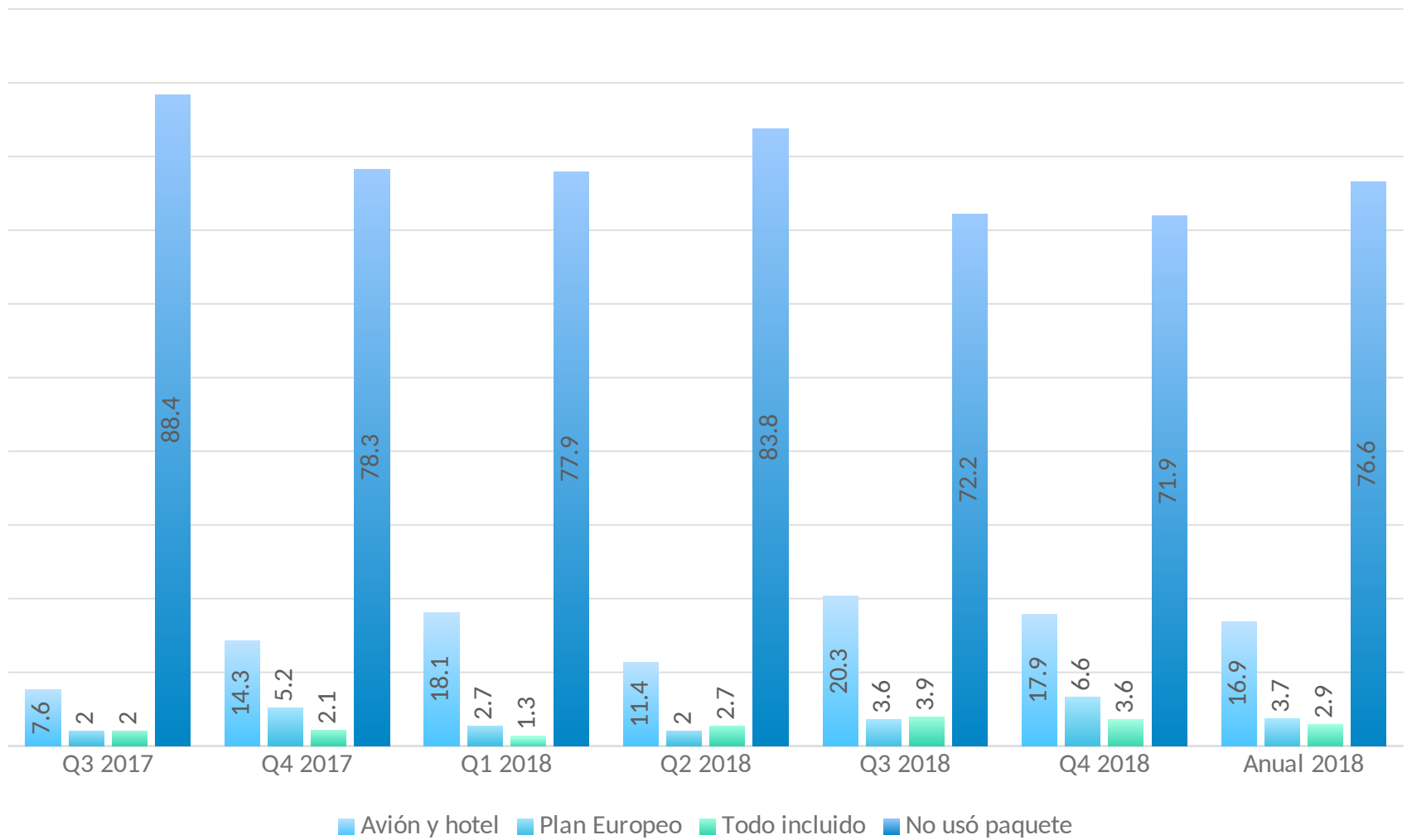
Porcentaje de respuesta: 74.4% del total de turistas



Porcentaje de respuesta: 86.7% del total de turistas

	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018
DESCANSAR	61.6	63.1	74.4	61.8	50.2	37.5	56.4
NEGOCIOS	8.5	12.5	8.1	12.3	12.8	26.3	14.7
ACTIVIDADES DE AVENTURA	NA	NA	NA	NA	NA	8.1	2.8
VISITAR AMIGOS / FAMILIA	6.6	8.8	6.5	9.4	10.7	8.1	8.6
OTROS	10.3	5.8	2.9	5.2	8.7	4.9	4.5
CULTURA MAYA	4.4	3.7	1.3	3.2	7.3	3.9	3.9
CONGRESO/CONVENCIÓN	0.4	0.3	0.3	2.6	1.7	3.1	1.9
LUNA DE MIEL	1.5	2	2.9	1.6	3.5	1.8	2.4
BODA	1.8	2.7	1.9	1.9	3.8	1.4	2.3
EVENTO ESPECIAL	3.7	0.7	1	1.3	3.5	1.4	1.0
VIAJE DE INCENTIVOS	1.1	0.3	0.6	0.6	0.7	1.4	0.8
SALUD Y BELLEZA	NA	NA	NA	NA	NA	1.1	0.3
GASTRONOMIA	NA	NA	NA	NA	NA	0.7	0.3
CONTRAER MATRIMONIO	NA	NA	NA	NA	NA	0.4	0.1

Porcentaje de respuesta: 100.0% del total de turistas



Porcentaje de respuesta: 96.1% del total de turistas

AGENCIA	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018
INTERJET	32.5%	42.5%	37.0%	26.3%	34.6%
VOLARIS	12.7%	15.7%	18.8%	17.1%	16.1%
BOOKING	9.6%	8.5%	9.1%	5.9%	8.3%
EXPEDIA	6.4%	8.5%	8.4%	7.9%	7.8%
BEST DAY	7.0%	3.3%	5.2%	7.2%	5.7%
DESPEGAR	4.5%	3.9%	7.8%	3.3%	4.9%
ADO	0.0%	0.0%	0.0%	15.1%	3.7%
VIVA AEROBUS	9.6%	2.6%	0.0%	0.0%	3.1%
INTERLINE	.6%	0.0%	0.0%	5.9%	1.6%
MEXICO DESTINO	1.9%	3.3%	0.0%	0.0%	1.3%
THOMAS COOK	0.0%	2.0%	.6%	1.3%	1.0%
KAYAK.COM	2.5%	0.0%	0.0%	.7%	.8%
INFRA TOURS	0.0%	3.3%	0.0%	0.0%	.8%
PRICE TRAVEL	0.0%	0.0%	.6%	2.0%	.6%
TRIVAGO	0.0%	0.0%	1.9%	.7%	.6%
LIVERPOOL	.6%	0.0%	1.9%	0.0%	.6%
AMERICAN EXPRESS	0.0%	0.0%	.6%	1.3%	.5%
BCD TRAVEL	0.0%	.7%	0.0%	1.3%	.5%
TRAVELOCITY	1.3%	0.0%	0.0%	.7%	.5%
FLIGHT CENTER	1.3%	0.0%	.6%	0.0%	.5%
TUI / HOTEL BEDS	0.0%	.7%	1.3%	0.0%	.5%

Porcentaje de respuesta: 53.3% 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 (2.5 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 (2.7 personas)
TARIFA AÉREA	59.2	\$353	59.9	\$407	59.7	\$477	\$359	44.8	\$426	57.9
ALOJAMIENTO	47.2	\$468	49.8	\$420	53.1	\$488	\$341	45.5	\$401	52.0
TRANSPORTE TERRESTRE	49.8	\$142	47.9	\$166	43.1	\$169	\$97	35.3	\$146	44.2
RESTAURANTES	50.8	\$223	48.2	\$260	45.9	\$262	\$185	39.2	\$235	46.2
BARES	16.2	\$167	14.2	\$167	11.4	\$141	\$136	8.0	\$156	12.6
COMPRAS	25.9	\$136	27.5	\$220	27.6	\$172	\$157	12.6	\$174	20.6
TOURS	25.6	\$132	21.4	\$187	22.4	\$220	\$155	22.0	\$172	25.8
OTROS	10	\$188	11	\$187	6.9	\$211	\$129	8.7	\$186	9.3

* Porcentajes sobre el total de turistas en el destino

	Q3 2017	Q4 2017	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018
HOTEL	83.1	78.6	78.5	78.5	84.1	77.8	78.0
FAMILIARES/ AMIGOS	9.4	9.8	9.1	9.1	5.2	12.7	12.7
RENTA CONDO O CASA	3.4	1.7	5.2	5.2	2.4	3.9	2.4
PROPIEDAD CONDO / CASA	0.8	3.1	0.3	0.3	1.0	1.4	0.8
TIEMPO COMPARTIDO	0.4	0.7	0	0	2.1	1.1	0.7
ESPACIO AIRBNB	3.0	6.1	6.8	6.8	5.2	0.4	5.2

Porcentaje de respuesta: 99.6% del total de turistas

PERNOCTARON EN OTROS DESTINOS: 22.1% del total de turistas

NOCHES DE PERNOCTA EN OTROS DESTINOS: 3.2 noches

DESTINO	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Q4 2018
BACALAR	38.2%	40.0%	45.1%	30.2%	39.2%
TULUM	38.8%	29.0%	27.5%	6.3%	28.8%
CANCUN	26.3%	26.2%	25.5%	27.0%	26.2%
MAHAHUAL	33.6%	26.9%	11.8%	17.5%	24.5%
PLAYA DEL CARMEN	23.0%	27.6%	22.5%	20.6%	24.0%
MERIDA	8.6%	9.0%	17.6%	11.1%	11.0%
CHETUMAL	0.0%	8.3%	3.9%	27.0%	7.1%
BELICE	3.3%	6.9%	8.8%	6.3%	6.1%
VALLADOLID	5.3%	4.8%	6.9%	1.6%	5.0%
ISLA MUJERES	3.9%	4.1%	5.9%	3.2%	4.3%
HOLBOX	2.6%	4.1%	7.8%	1.6%	4.1%
COZUMEL	4.6%	2.1%	3.9%	1.6%	3.2%
CAMPECHE	2.6%	3.4%	2.9%	1.6%	2.8%
SAN CRISTOBAL DE LAS CASAS	1.3%	2.1%	2.9%	0.0%	1.7%
GUATEMALA	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%

Respuestas sobre el 22.1% del total de turistas

	Q1 2018	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018
Ciudades cercanas	70.4	86.6	82.5	70.5	77.5
Actividades acuaticas	4.9	5.4	3.2	3.9	4.4
Zonas arqueologicas	33.9	23.5	29.1	19.6	26.6
Parque recreativo	2.3	7.0	6.7	4.6	5.1
Cenotes y cavernas	15.5	11.7	11.6	6.0	11.3
Entretenimiento	3.9	0.7	0.0	0.0	1.2
Naturaleza	5.3	9.7	13.3	10.5	9.6

Respuestas sobre el 49.8% de los turistas

ACTIVIDADES CON LAS CUALES SE IDENTIFICA	Q4 2018 %
Snorkel, cuatrimotos, tirolesas, cenotes, ecoturismo.	20.4
Visitar zonas arqueológicas, museos, comunidades mayas	19.5
Estar en la piscina y playa, disfrutar del buffet y animación, algunos parques	18.6
Asistir a reuniones, conferencias, team building, cenas en grupo	13.6
Restaurantes reconocidos, gastronomía local y regional	13.1
Cena romántica, playa, compras, actividades en pareja	7.7
Bares, clubes de playa, discotecas, fiestas nocturnas	3.2
Shopping de marcas y artículos de lujo, restaurantes gourmet, golf, paseo en yate	2.3
Yoga, fitness, meditación, temazcal, paddle.	1.4
Asistir a eventos como bodas, festivales culturales, musicales, gastronómicos, deportivos	0.5

Porcentajes sobre el total de turistas 77.5%

PERSONALIDAD	%
EXPLORADOR	24.7
ACTIVO	16.3
EN ARMONIA	15.1
MOTIVADO	14.2
CONSENTIDO	13.8
CONOCEDOR	10.9
PARTICIPANTE	6.7
ENAMORADO	4.6
FOODIE	2.9
FIESTERO	2.9
TRENDY	1.3

Respuestas sobre el 83.9% de los turistas