

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA
COSTA MAYA
Q2 2019





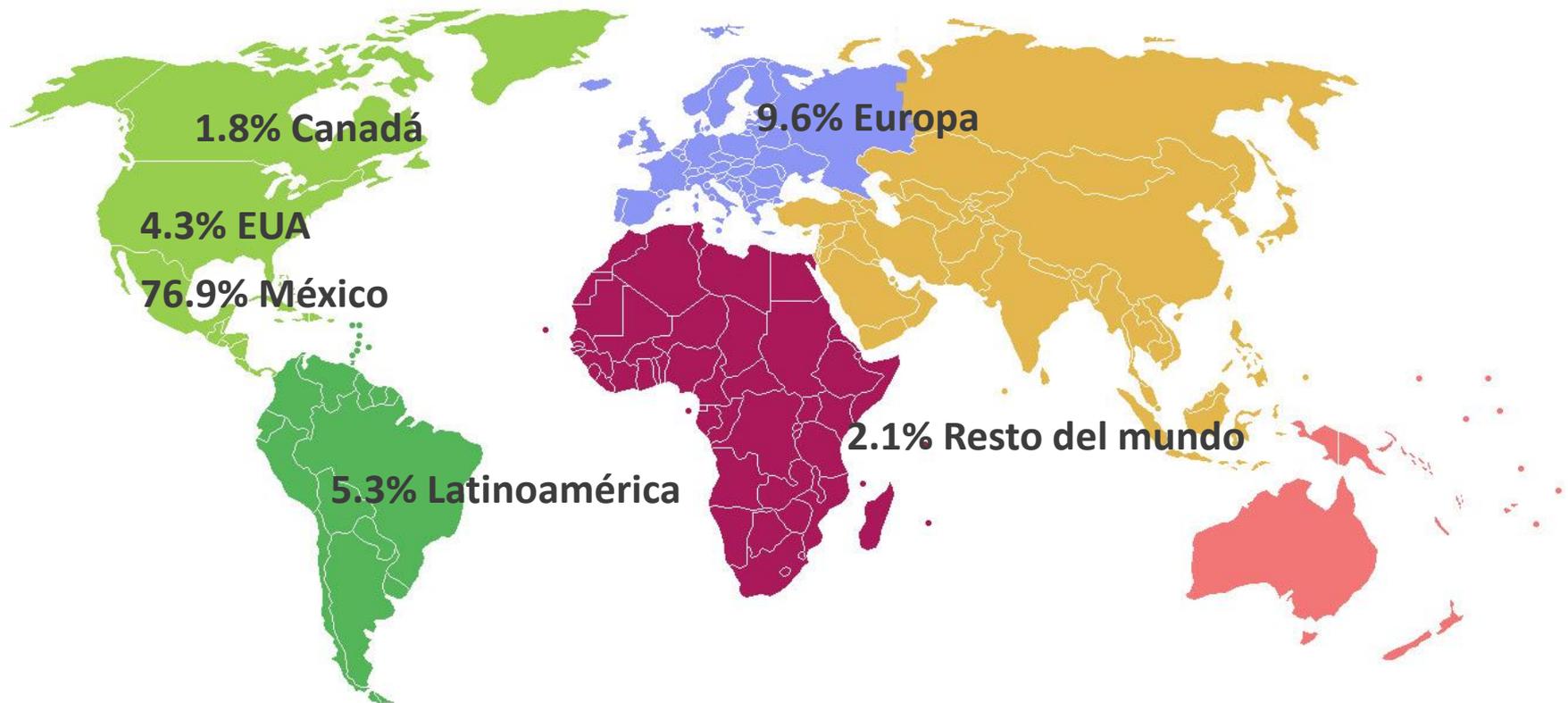
Grand
COSTA MAYA

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, en hoteles de Chetumal, Bacalar y Mahahual y en terminales de autobuses.

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

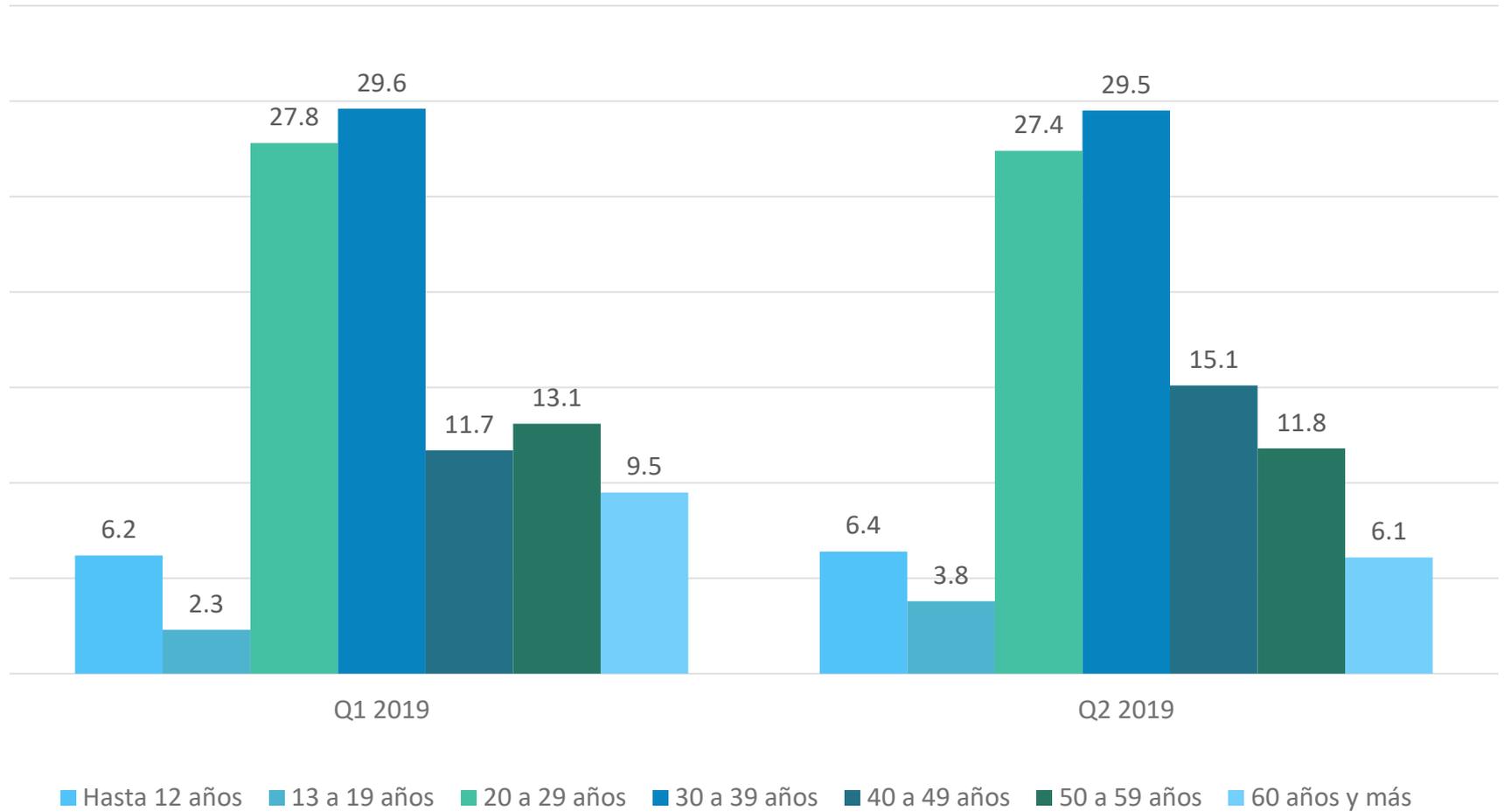


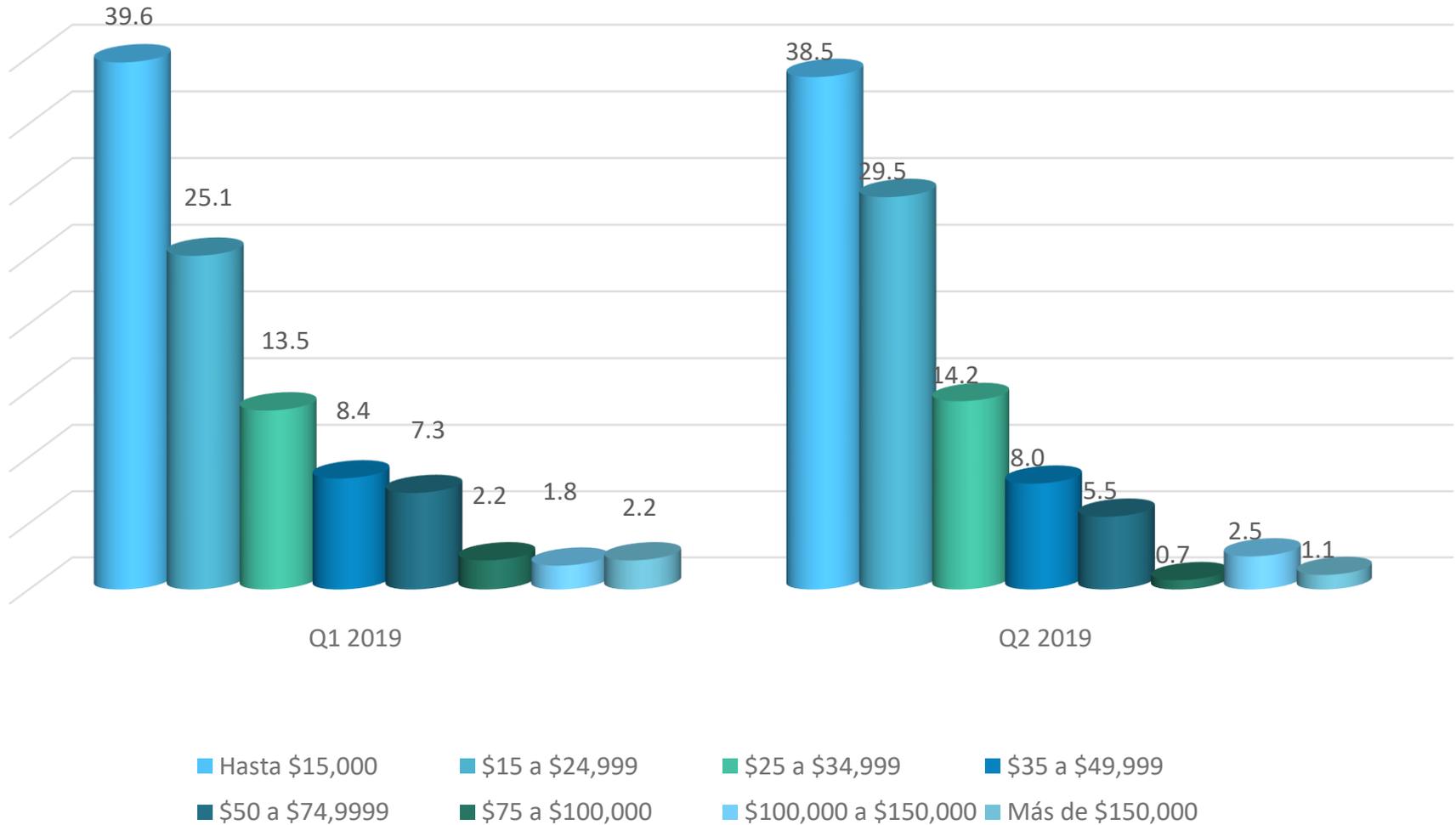
PAÍS	%
Alemania	29.6
Francia	25.9
Inglaterra	11.1
Holanda	7.4
España	7.4
Italia	3.7
Croacia	3.7
Polonia	3.7
Dinamarca	3.7
Bélgica	3.7

ESTADO DE PROCEDENCIA DE MÉXICO

Estado	%
Ciudad de México	33.5
Estado de México	13.5
Jalisco	11.6
Quintana Roo	9.8
Yucatán	4.7
Veracruz	3.3
Morelos	2.8
Tlaxcala	1.9
Guanajuato	1.9
Guerrero	1.9
Aguascalientes	1.9
Puebla	1.9
Nuevo León	1.4
Baja California	1.4
Querétaro	1.4
Campeche	1.4
Tamaulipas	0.9
Hidalgo	0.9
Michoacán	0.9
Sinaloa	0.5

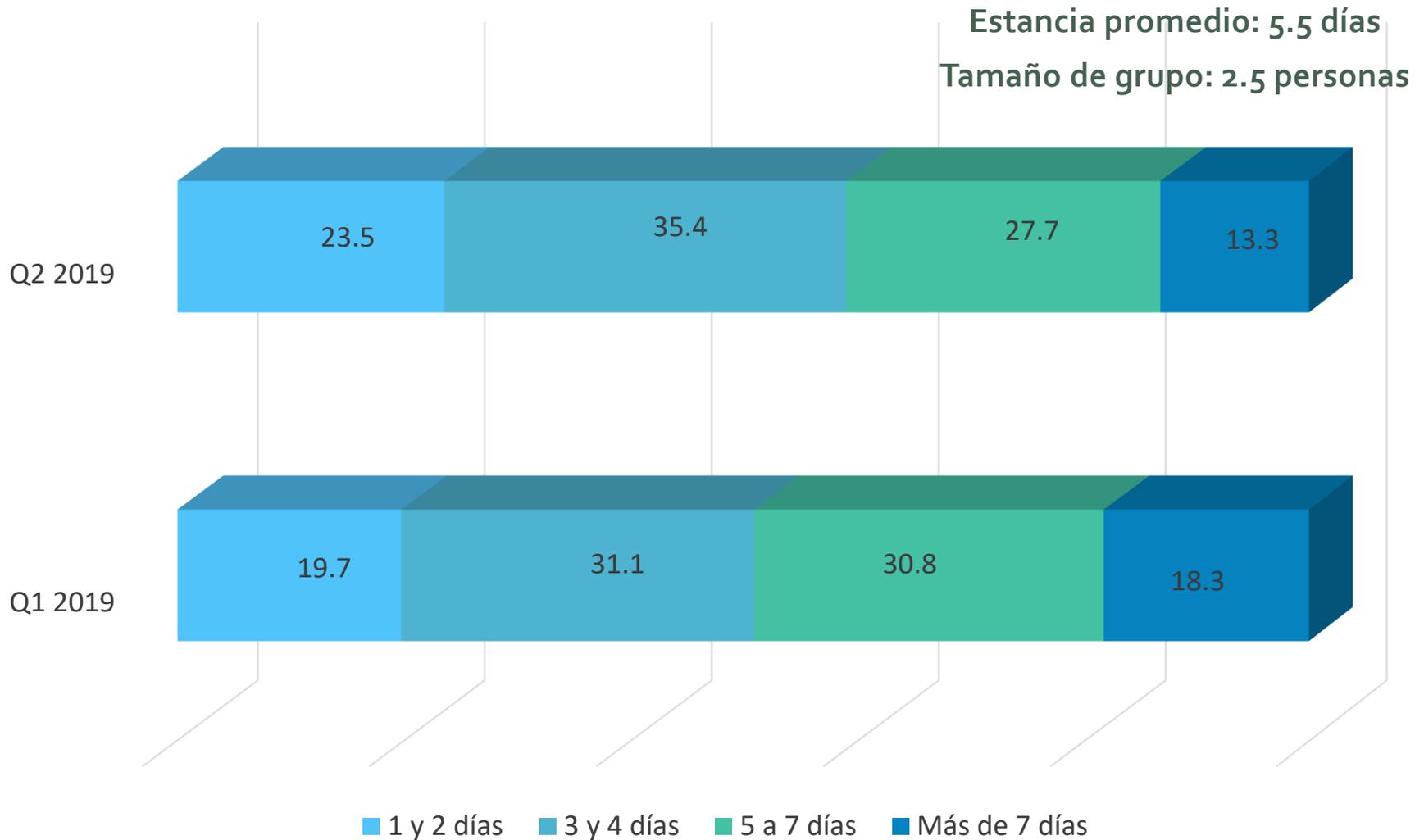
Porcentaje de respuesta 99.5% de los turistas mexicanos

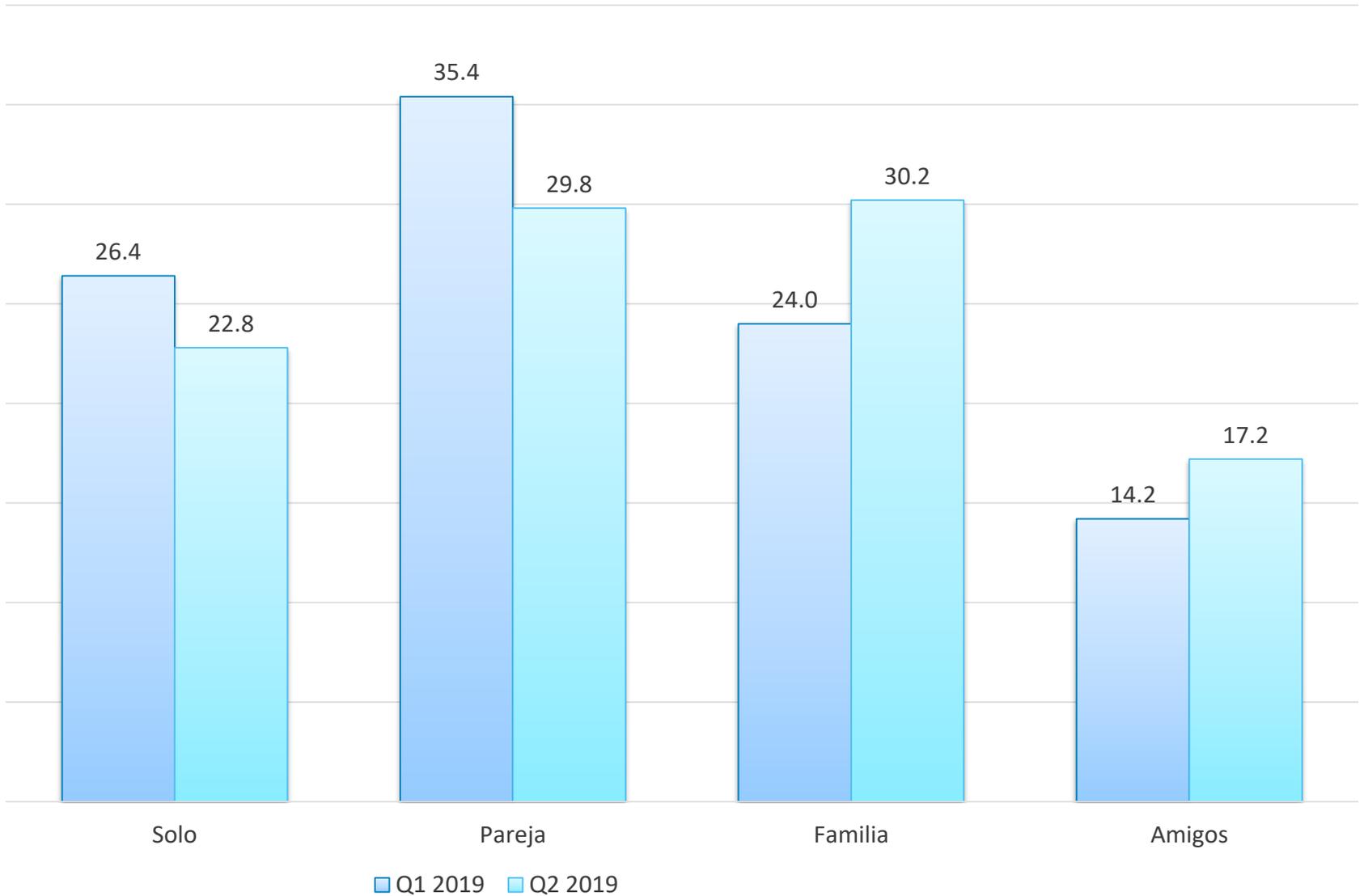




MEDIO	Q1 2019	Q2 2019
AMIGOS / FAMILIA	57.4	56.7
VISITA ANTERIOR	16.7	15.2
REDES SOCIALES	11.1	14.1
PUBLICIDAD EN INTERNET	10.0	10.7
AGENCIA DE VIAJES	3.7	3.0
REVISTA	0.7	0.4
TELEVISIÓN	0.4	

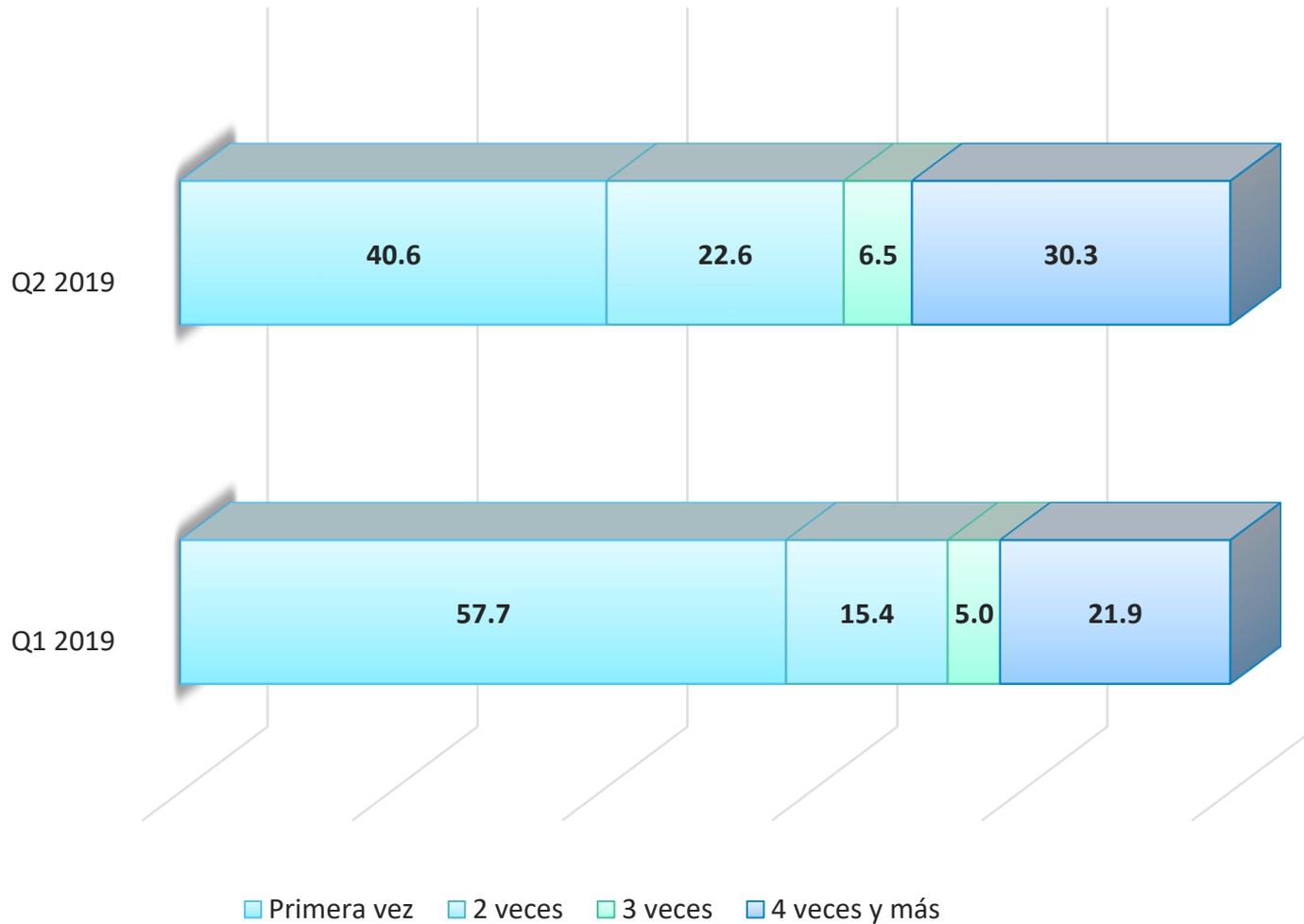
ESTANCIA EN EL DESTINO Y TAMAÑO DEL GRUPO





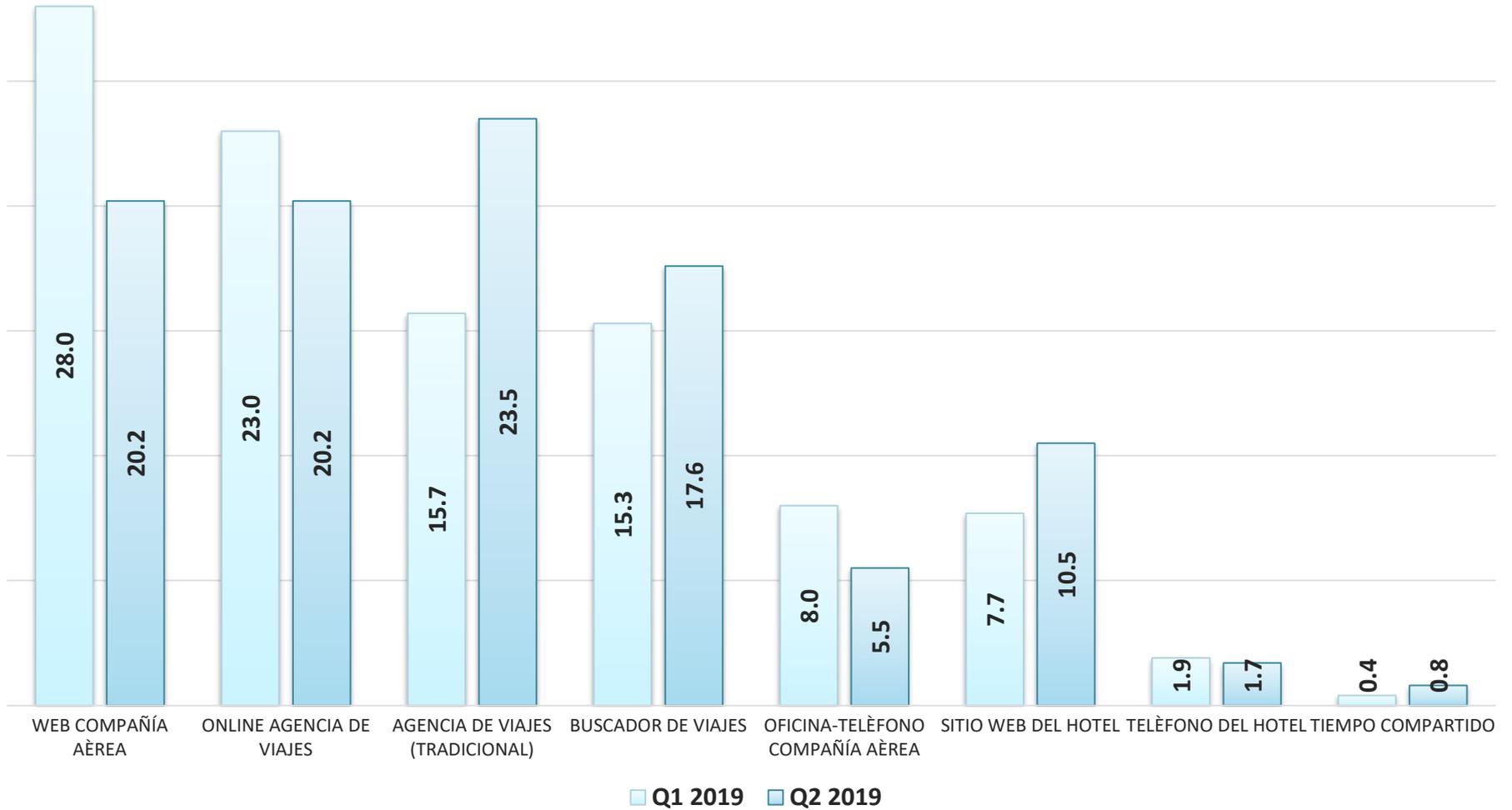
TASA DE RETORNO Y VECES QUE LO HA VISITADO

Tasa de retorno al destino: 59.4%



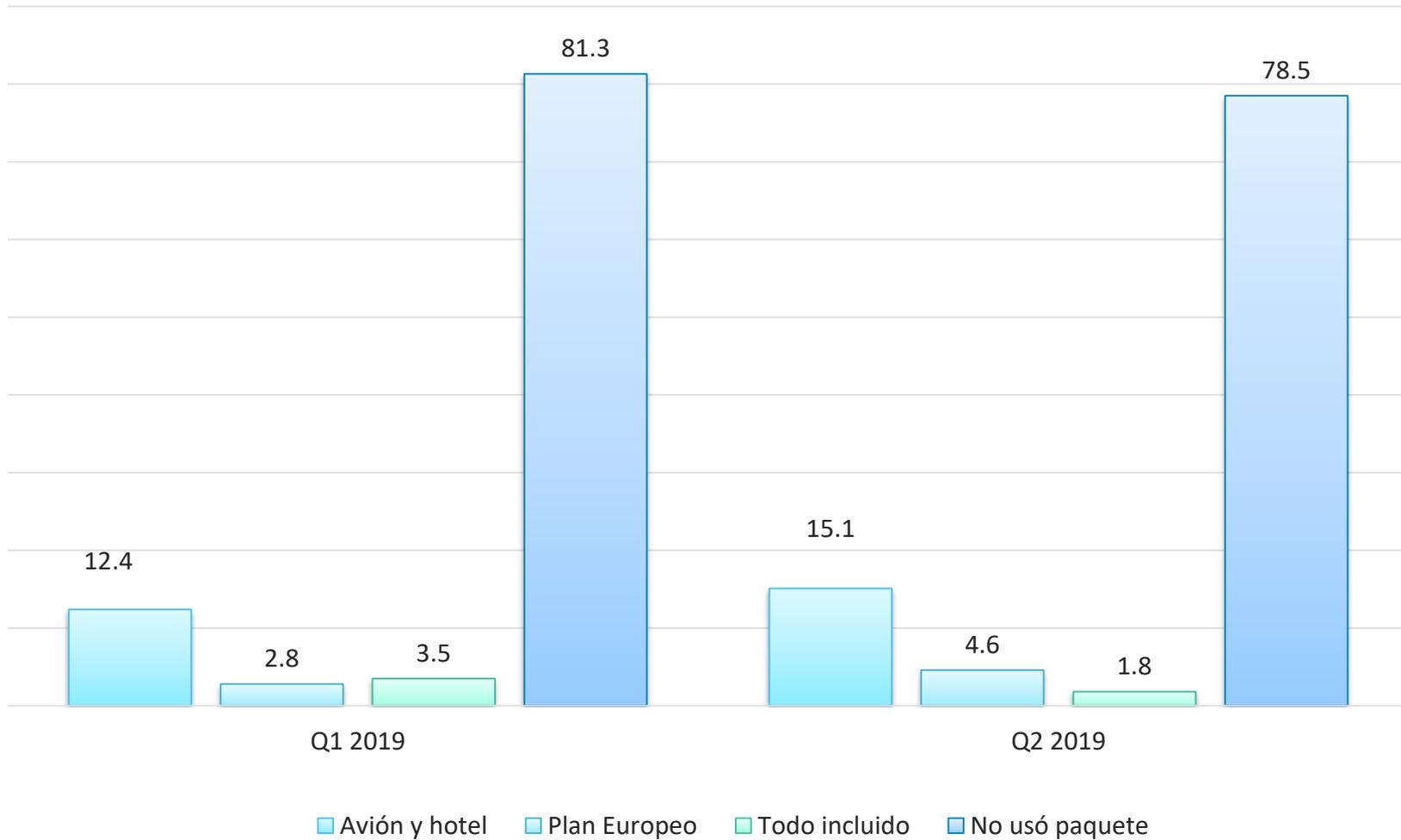
Porcentaje de respuesta: 89% del total de turistas

	Q1 2019	Q2 2019
Descansar	60.8	56.5
Negocios	12	10.8
Actividades de aventura (Snorkel, Buceo, Etc)	9.2	7.2
Congreso	0.7	5.4
Salud y Bienestar	2.5	4.3
Visita Amigos/Familia	4.2	4
Motivos culturales	2.8	2.5
Luna de miel	2.5	2.5
Boda	2.5	2.5
Otros	1.1	2.2
Presenciar un evento cultural deportivo, social	0.7	1.8
Viaje de Incentivos	0.7	0.4
Gastronomía	0.4	



Porcentaje de respuesta: 84.7% del total de turistas

USO Y TIPO DE PAQUETE VACACIONAL



AGENCIA	Q2 2019
VOLARIS	28.7
BOOKING	24.5
INTERJET	18.1
DESPEGAR	9.6
BEST DAY	9.6
EXPEDIA	5.3
SKYAUCTION.COM	1.1
IBERIA VIAJES	1.1
AIR TRANSAT	1.1
VIAJES CHANEL	1.1

CONCEPTO	Q1 2019		Q2 2019	
	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.3 personas)	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.5 personas)
Gasto Total	73.5	\$1,284	57.5	\$885
Tarifa aérea	47.0	\$418	27.4	\$335
Gasto hotel	44.3	\$380	30.9	\$299
Transporte terrestre	40.4	\$127	26.0	\$93
Gasto restaurantes	39.0	\$200	24.6	\$157
Gasto centros nocturnos	10.8	\$106	6.0	\$250
Gasto shopping	17.1	\$214	10.9	\$145
Gasto tours	21.3	\$148	13.3	\$118
Gasto otros	5.6	\$294	4.9	\$222

* Porcentajes sobre el total de turistas en el destino

	Q1 2019	Q2 2019
HOTEL / HOSTAL	67.6	59.3
HOSTAL	11.8	14.7
CASA DE FAMILIARES/AMIGOS	9.4	13.7
RENTA VACACIONAL / CASA RENTADA	8.4	9.1
CASA O CONDOMINIO PARTICULAR	2.8	3.2

	Q1 2019	Q2 2019
Cenotes y cavernas	31.2	61.5
Zonas arqueológicas	59.7	33.8
Ciudades cercanas	15.6	24.6
Parque recreativo	11.7	15.4
Actividades acuáticas	18.2	4.6

ACTIVIDADES CON LAS CUALES SE IDENTIFICA	% Q2 2019
ESTAR EN LA PISCINA Y PLAYA. DISFRUTAR DEL BUFFET Y LA ANIMACIÓN. ALGUNOS PARQUES.	27.1
SNORKEL, CUATRIMOTOS, TIROLESAS, CENOTES, ECOTURISMO.	20.5
VISITAR ZONAS ARQUEOLÓGICAS, MUSEOS, COMUNIDADES MAYA.	14.3
CENA ROMÁNTICA, PLAYA, COMPRAS, ACTIVIDADES EN PAREJA.	11.6
YOGA, FITNESS, MEDITACIÓN, TEMAZCAL, PADDLE.	10.5
ASISTIR A REUNIONES, CONFERENCIAS, TEAM BUILDING, CENAS EN GRUPO.	7.8
RESTAURANTES RECONOCIDOS, GASTRONOMIA LOCAL Y REGIONAL	3.1
BARES, CLUBS DE PLAYA, DISCOTECAS, FIESTAS NOCTURNAS.	2.3
GOLF, BUCEO, PESCA DEPORTIVA, CORRER.	1.9
SHOPPING DE MARCAS Y ARTÍCULOS DE LUJO, RESTAURANTES GOURMET, GOLF, PASEO EN YATE.	0.8

PERSONALIDAD	Q2 2019 %
EXPLORADOR	25.4
EN ARMONÍA	23.6
MOTIVADO	12.7
CONSENTIDO	12.0
CONOCEDOR	10.9
ACTIVO	10.9
ENAMORADO	8.5
FOODIE	6.3
PARTICIPANTE	4.6
TRENDY	3.2
FIESTERO	2.1

PERNOCTARON EN OTROS DESTINOS: 12.1% del total de turistas

NOCHES DE PERNOCTA EN OTROS DESTINOS: 2.5 noches

	Q2 2019
TULUM	42.4
BACALAR	27.3
MÉRIDA	24.2
CANCÚN	24.2
HOLBOX	18.2
CHETUMAL	18.2
PLAYA DEL CARMEN	12.1
MAHAHUAL	12.1
VALLADOLID	12.1
COZUMEL	6.1
ISLA MUJERES	3.0