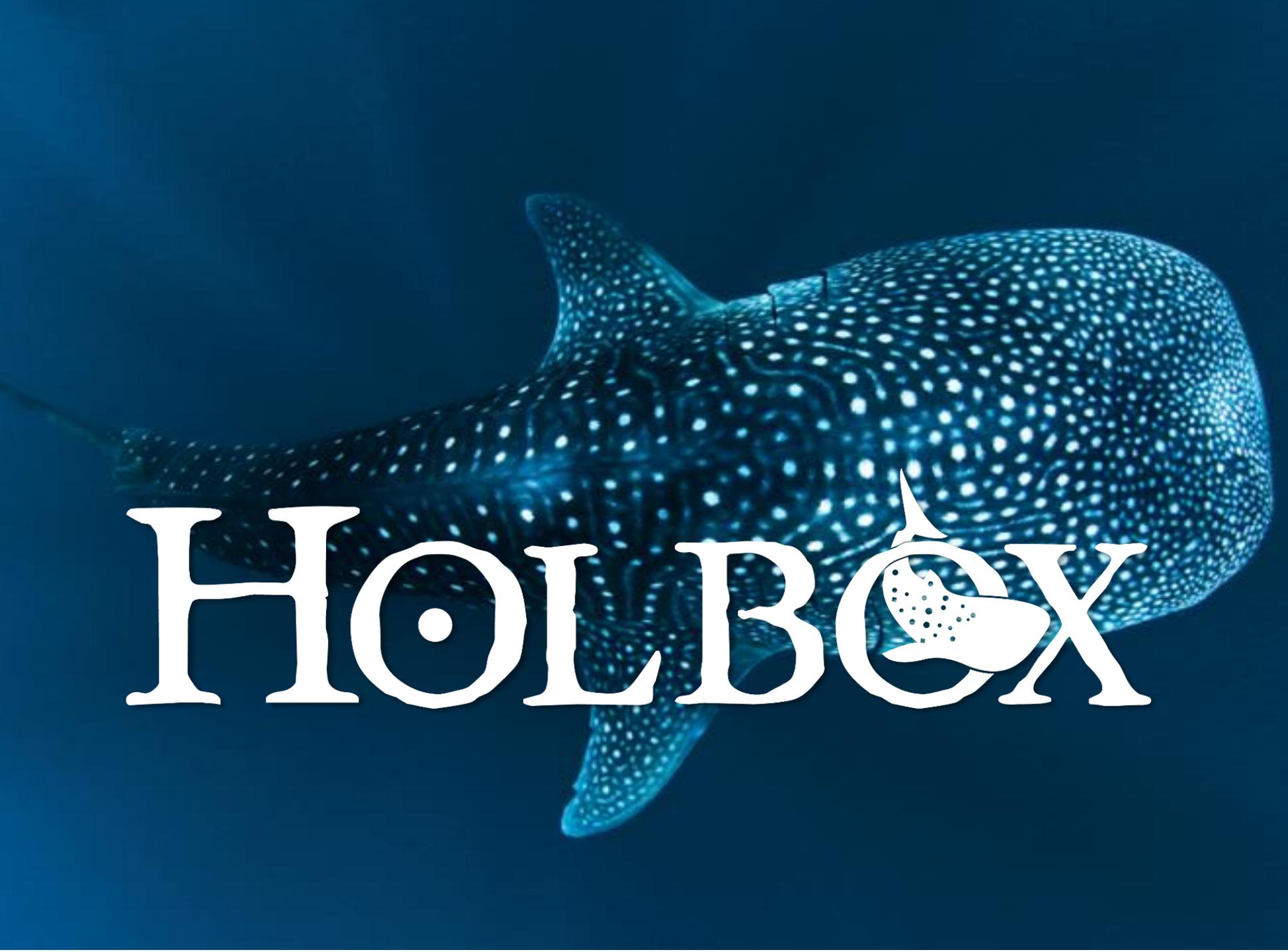


QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA
HOLBOX
Q2 2019





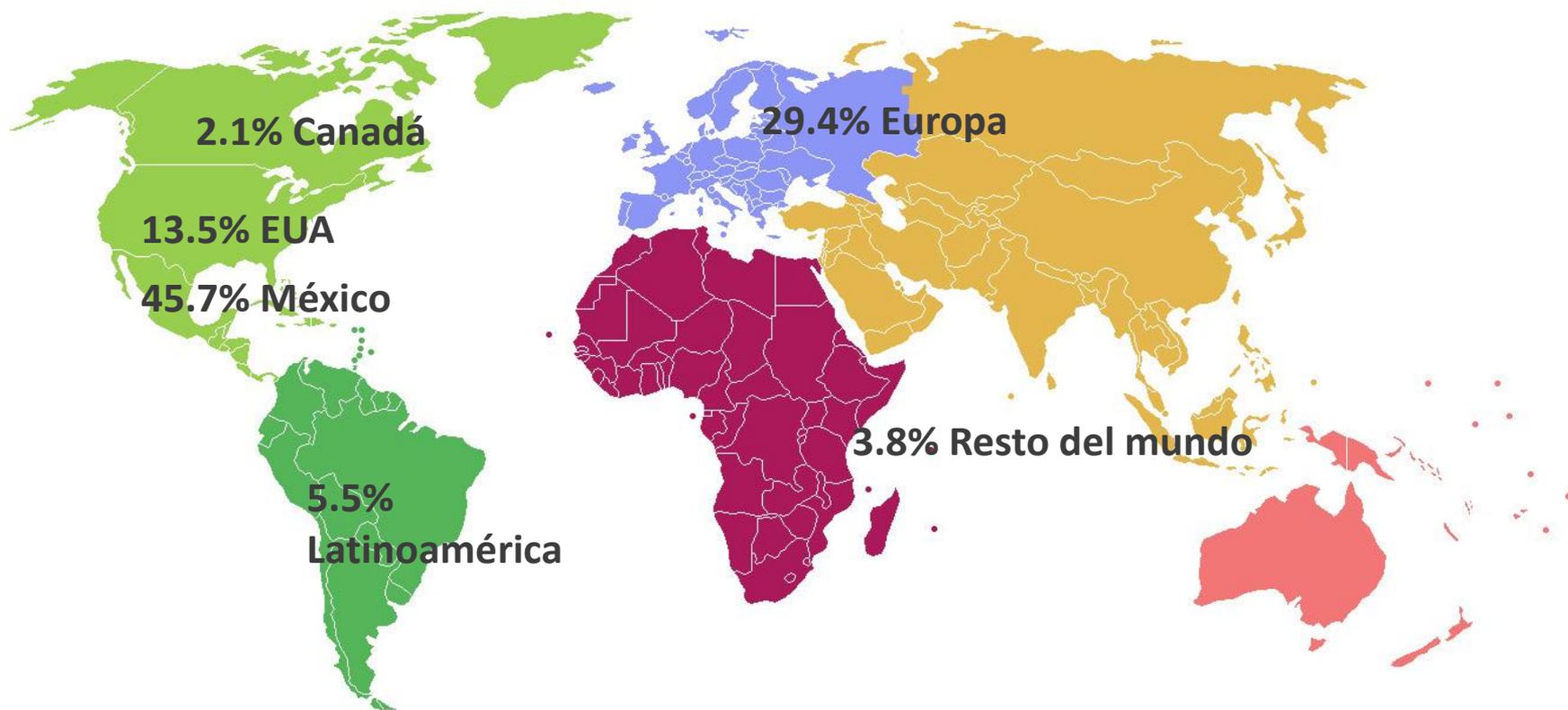
HOLBOX

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 los distintos hoteles del destino agrupados en la Asociación de hoteles y Restaurantes de Holbox y en la terminal de ferries local.

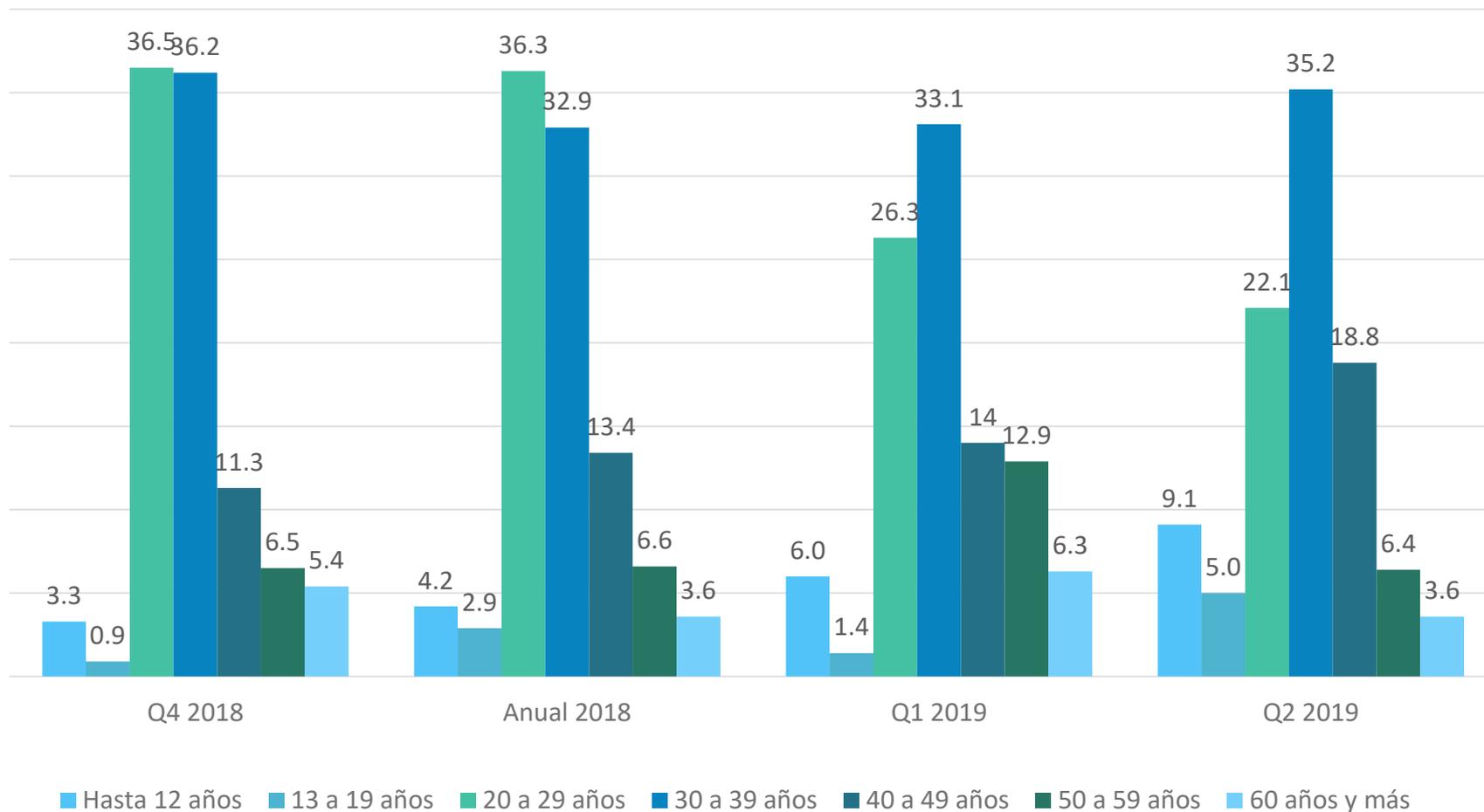
El número de encuestas que se levanta permite obtener un nivel de confiabilidad del 94% en los resultados generales de la investigación.

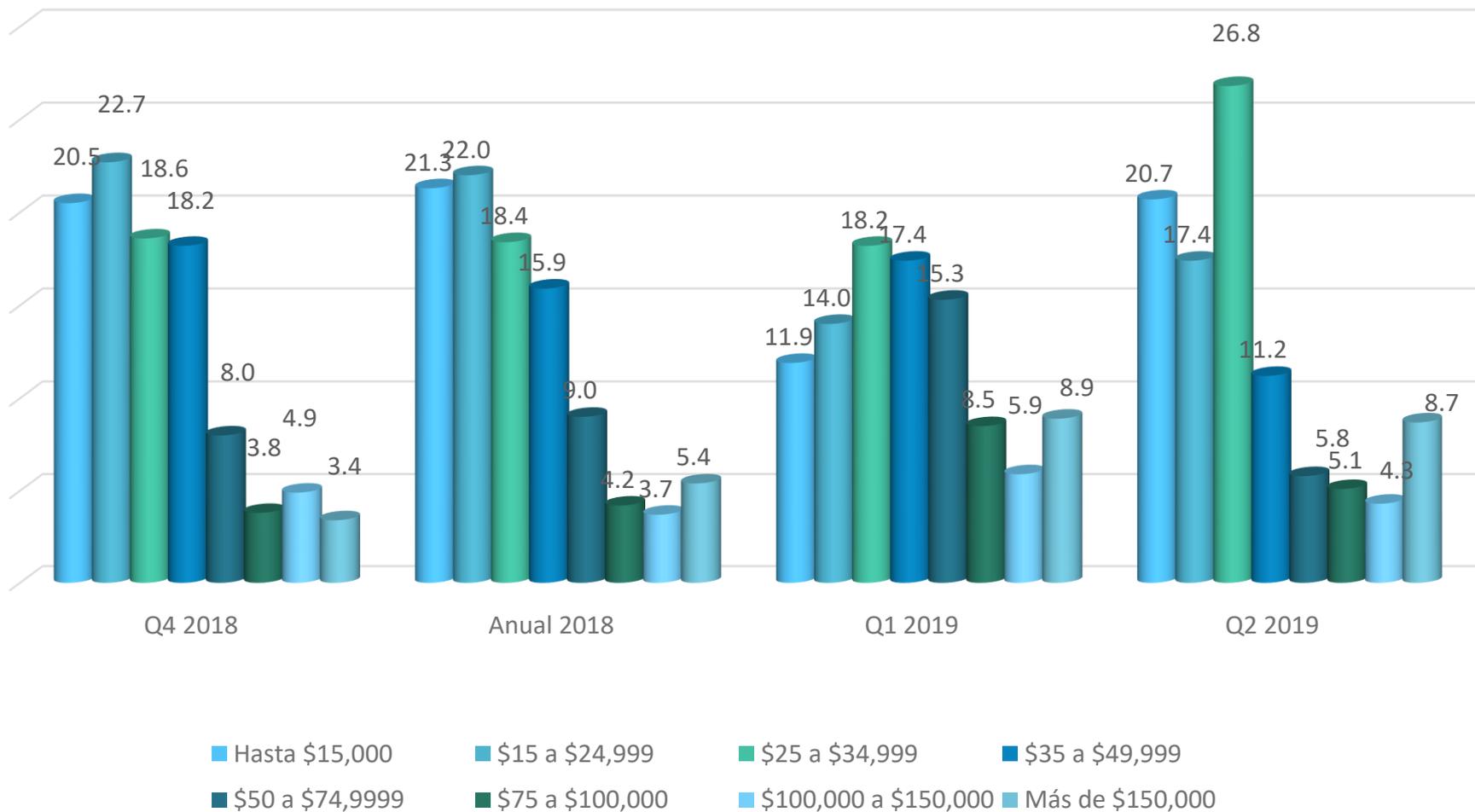
El Estudio Turista de Holbox se levanta cinco días de cada mes con encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.



PAÍS	%
Alemania	23.5
Francia	21.2
Inglaterra	16.5
Holanda	10.6
España	7.1
Italia	3.5
Suecia	3.5
Suiza	3.5
Bélgica	2.4
Dinamarca	2.4
Irlanda	2.4
Finlandia	1.2
Turquía	1.2
Portugal	1.2

ESTADO	%
Ciudad de México	22.3
Yucatán	14.6
Quintana Roo	13.8
Estado de México	11.5
Chihuahua	4.6
Jalisco	4.6
Baja California	3.8
Querétaro	3.8
Nuevo León	3.8
Guanajuato	2.3
Puebla	1.5
Tamaulipas	1.5
Veracruz	1.5
Aguascalientes	1.5

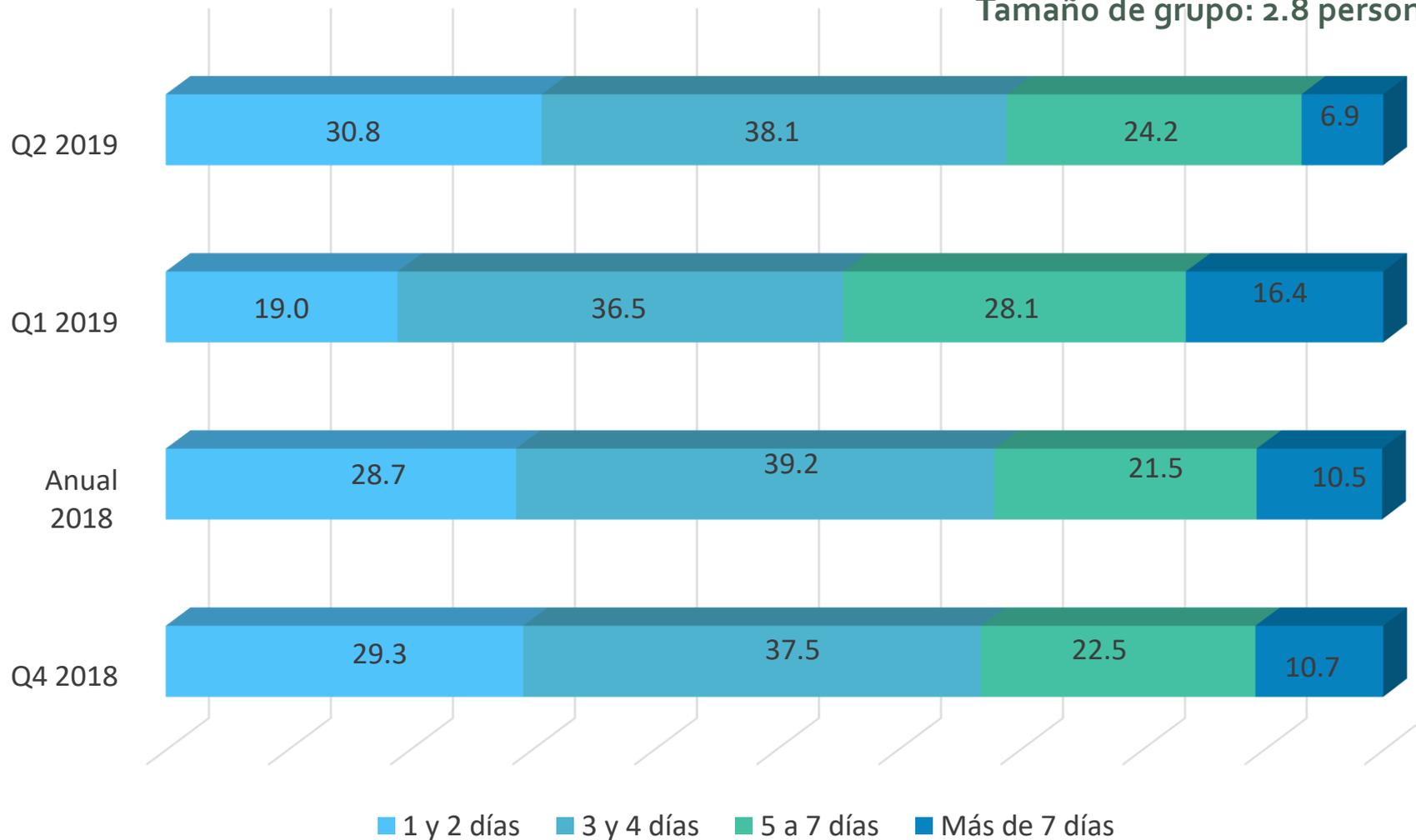


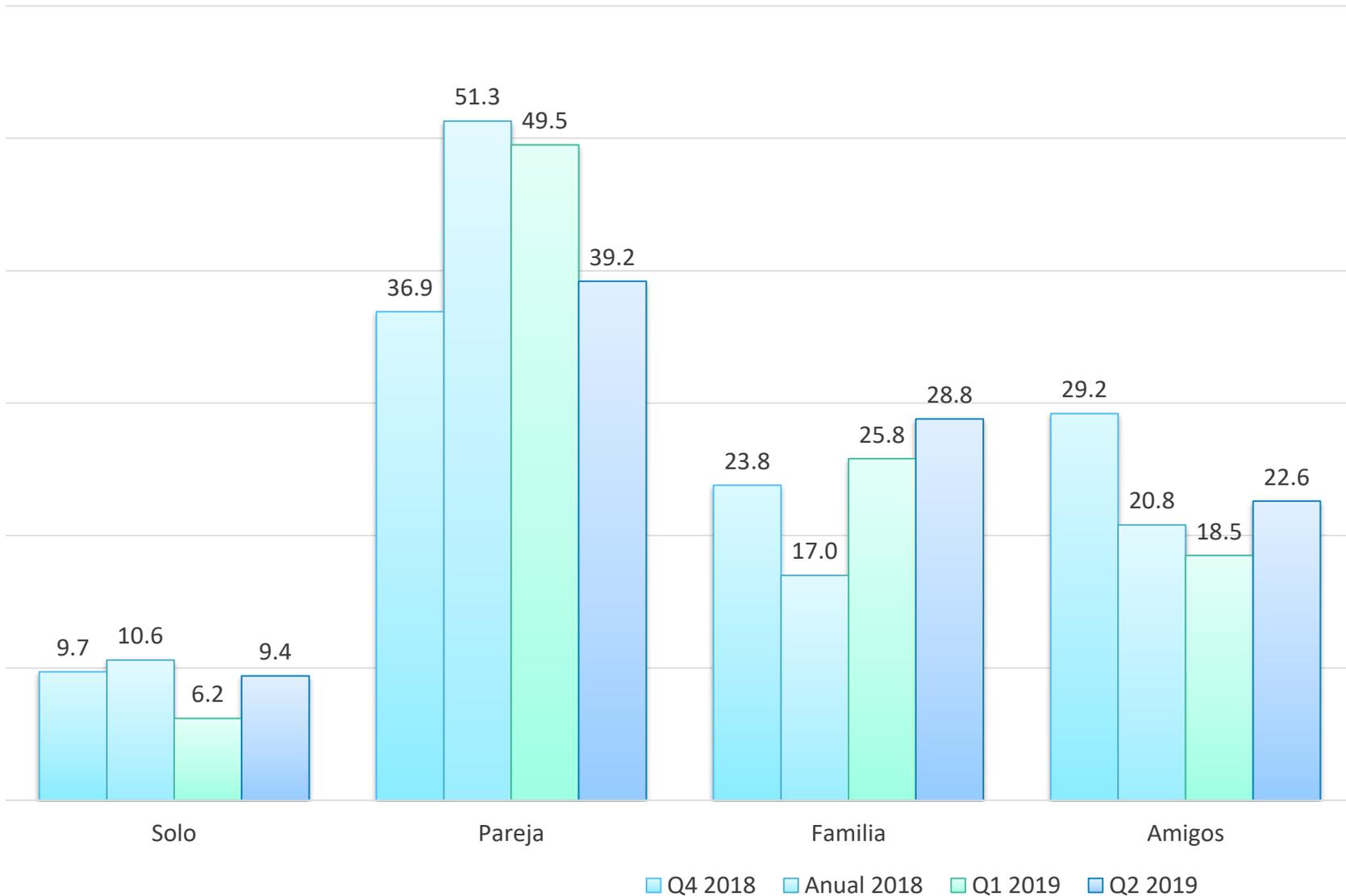


MEDIO	Q4 2018	Anual 2018	Q1 2019	Q2 2019
AMIGOS / FAMILIA	51.3	54.9	51.7	59.1
REDES SOCIALES	21.8	19.0	20.6	17.8
PUBLICIDAD EN INTERNET	13.3	11.3	11.2	10.0
VISITA ANTERIOR	6.5	8.2	9.4	9.3
AGENCIA DE VIAJES	3.9	3.3	4.1	1.8
REVISTA	2.6	2.2	2.6	1.4
TELEVISIÓN	0.6	0.6	0.4	
ANUNCIOS EN LA CALLE	0.0	0.2		0.7

ESTANCIA EN EL DESTINO Y TAMAÑO DEL GRUPO

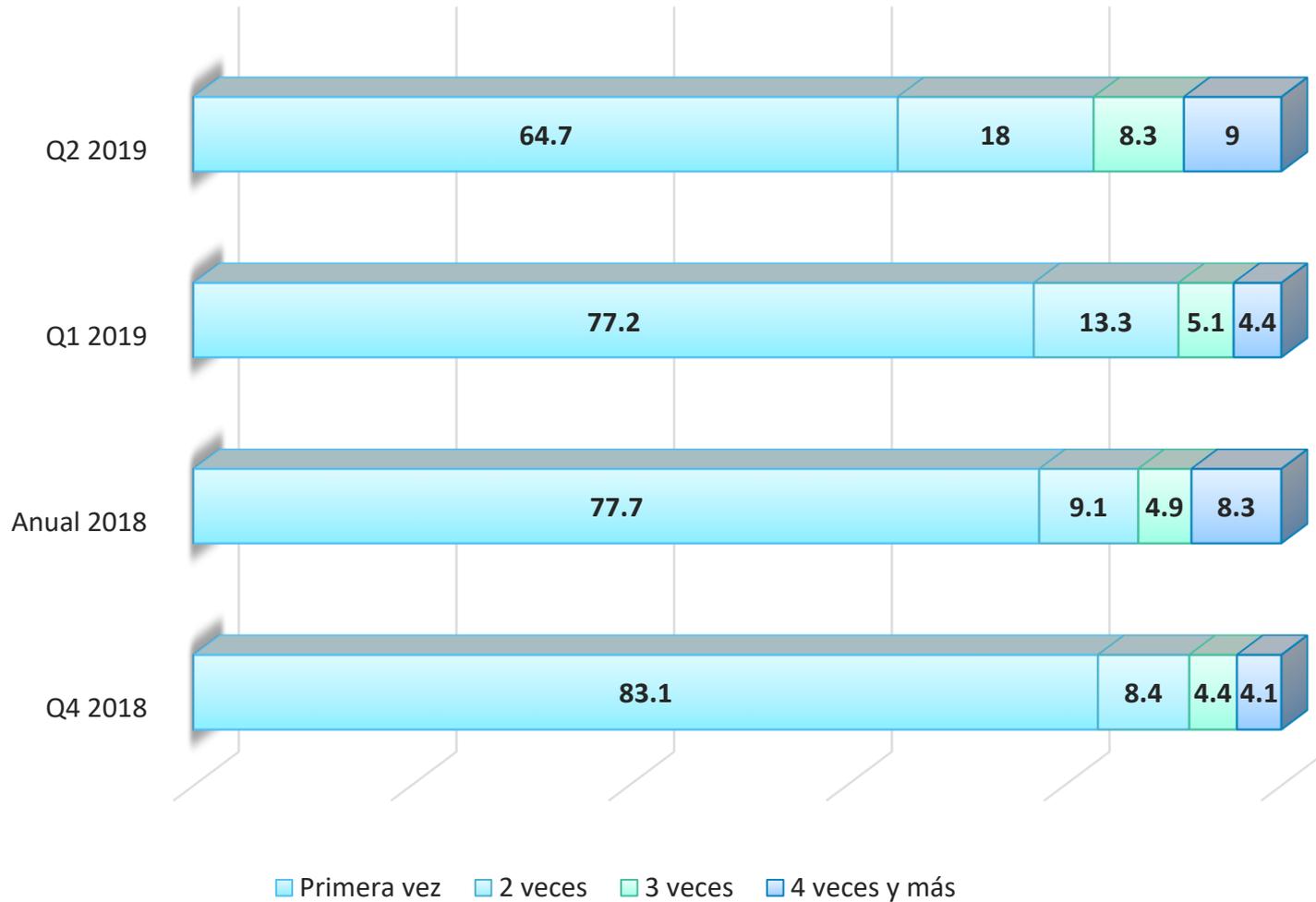
Estancia promedio: 4.4 días
Tamaño de grupo: 2.8 personas





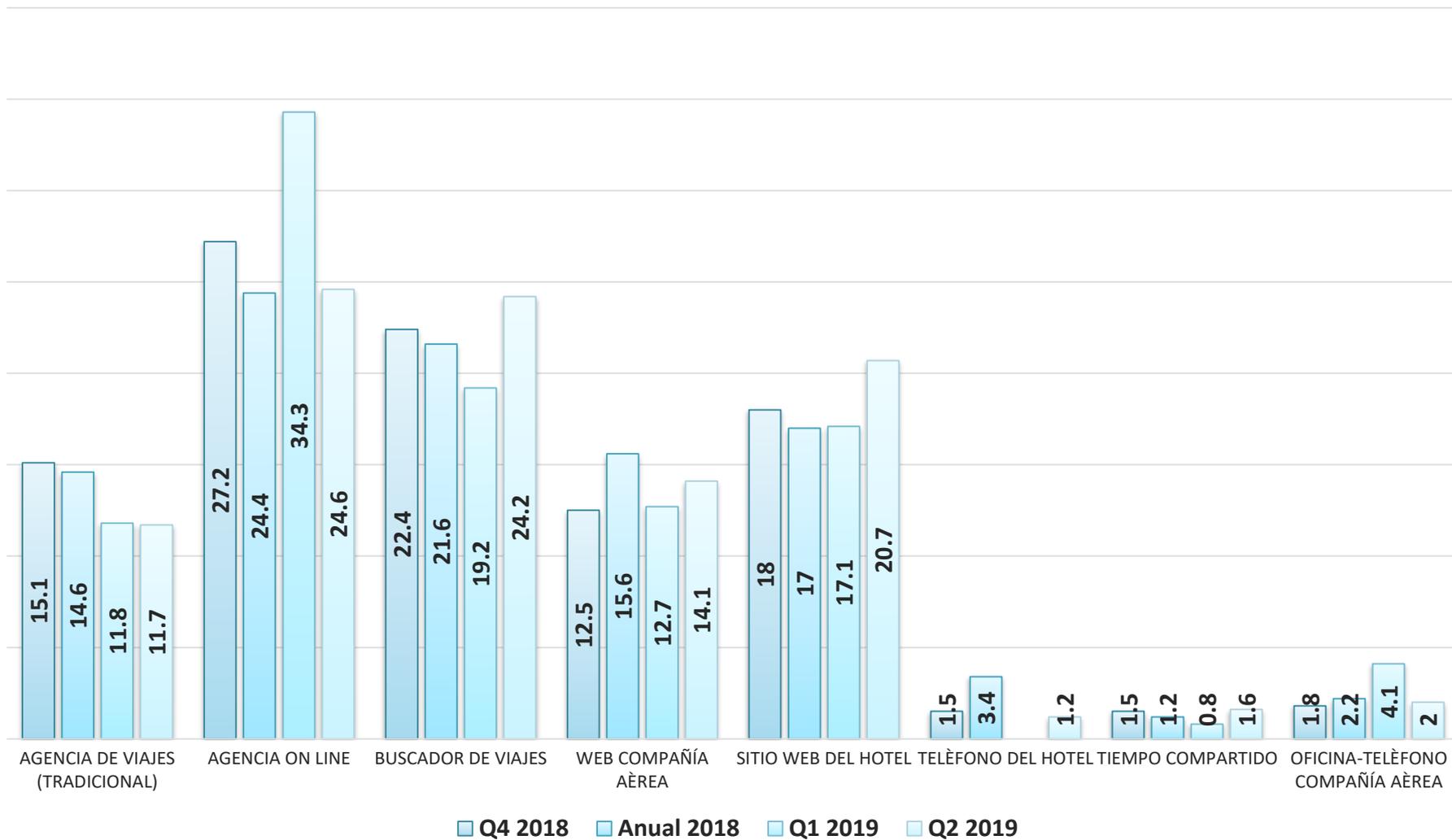
TASA DE RETORNO Y VECES QUE LO HA VISITADO

Tasa de retorno al destino: 35.3%

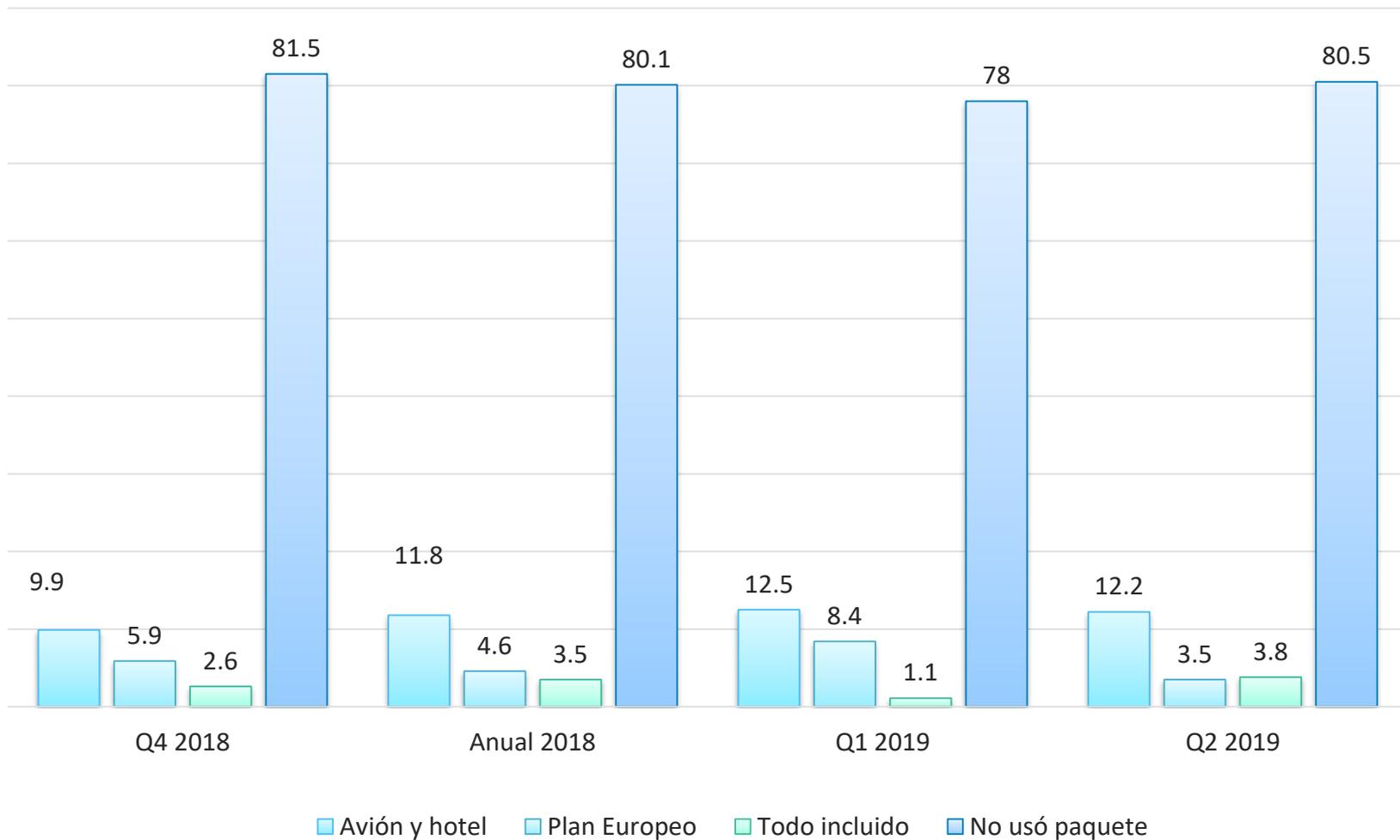


Porcentaje de respuesta: 46% del total de turistas

	Q4 2018	Anual 2018	Q1 2019	Q2 2019
DESCANSAR	72.6	73.7	79.9	81.9
ACTIVIDADES DE AVENTURA	6.1	4.9	6.6	7.0
LUNA DE MIEL	9.4	7.4	3.7	3.5
MOTIVOS CULTURALES	4.5	4.3	2.9	2.1
OTROS	1.3		1.8	
NEGOCIOS	0.6	1.6	1.1	0.7
VISITAR AMIGOS/FAMILIA	0.3	1.5	1.1	0.7
VIDA NOCTURNA	1.0	0.7	0.7	
BODA	3.2	1.8	0.7	2.1
VIAJE DE INCENTIVOS	0.3	0.6	0.4	
EVENTO ESPECIAL	0.3	0.6		



Porcentaje de respuesta: 88.6% del total de turistas



AGENCIA	Q2 2019
BOOKING	57.7
EXPEDIA	12.8
BEST DAY	6.4
TUI / HOTEL BEDS	2.6
VOLARIS	2.6
LIVERPOOL	1.3
ORBITZ	1.3
BOOK IT.COM	1.3
TRIPADVISOR	1.3
WEST JET	1.3
SOUTHLAND TRAVEL	1.3
TRIVAGO	1.3
CONDOR	1.3
AMERICAN AIRLINES	1.3
IBERIA VIAJES	1.3
INTERJET	1.3
UNIJET	1.3
DESPEGAR	1.3

CONCEPTO	Q4 2018		2018 Anual		Q1 2019		Q2 2019	
	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.3 personas)	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.4 personas)	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.4 personas)	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.8 personas)
Gasto Total					62.9	\$2,545	69.0	\$1,975
Tarifa aérea	35.9	\$756	42.6	\$659	41.8	\$984	34.0	\$986
Gasto hotel	40.7	\$699	48.0	\$584	48.0	\$881	45.9	\$807
Transporte terrestre	29.8	\$184	36.6	\$156	34.9	\$221	34.0	\$209
Gasto restaurantes	33.7	\$383	40.2	\$291	44.4	\$439	37.8	\$382
Gasto centros nocturnos	16.3	\$215	21.4	\$166	15.3	\$157	12.2	\$205
Gasto shopping	10.9	\$210	17.5	\$124	19.3	\$149	13.3	\$183
Gasto tours	16.3	\$163	23.8	\$156	15.6	\$326	17.7	\$239
Gasto otros	3.8	\$524	8.7	\$173	6.9	\$219	8.8	\$317

* Porcentajes sobre el total de turistas en el destino

	Q4 2018	Anual 2018	Q1 2019	Q2 2019
HOTEL	84	81.8	71.3	76.8
RENTA VACACIONAL	11.8	13.4	16.4	10.7
HOSTAL			9.5	8.3
FAMILIARES/AMIGOS	1.6	3.0	1.5	3.1
PROPIEDAD CONDO/CASA	2.0	1.0	1.1	0.7
TIEMPO COMPARTIDO	0.7	0.7	0.4	0.3

	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	Q2 2019
Actividades acuáticas	54.5	10.8	16.0	22.0
Cenotes y cavernas	20.2	30.1	29.3	30.5
Ciudades cercanas	27.3	36.1	45.3	33.9
Entretenimiento		1.2		
Naturaleza	2.0	1.2		
Parque recreativo	16.2	12.0	5.3	15.3
Zonas arqueológicas	45.5	81.9	99.9	74.6

ACTIVIDADES CON LAS CUALES SE IDENTIFICA	% Q2 2019
ESTAR EN LA PISCINA Y PLAYA. DISFRUTAR DEL BUFFET Y LA ANIMACIÓN. ALGUNOS PARQUES.	42.6
SNORKEL, CUATRIMOTOS, TIROLESAS, CENOTES, ECOTURISMO.	18.9
CENA ROMÁNTICA, PLAYA, COMPRAS, ACTIVIDADES EN PAREJA.	15.9
YOGA, FITNESS, MEDITACIÓN, TEMAZCAL, PADDLE.	11.5
VISITAR ZONAS ARQUEOLÓGICAS, MUSEOS, COMUNIDADES MAYA.	4.8
BARES, CLUBS DE PLAYA, DISCOTECAS, FIESTAS NOCTURNAS.	3.0
ASISTIR A REUNIONES, CONFERENCIAS, TEAM BUILDING, CENAS EN GRUPO.	1.1
RESTAURANTES RECONOCIDOS, GASTRONOMÍA LOCAL Y REGIONAL	0.7
GOLF, BUCEO, PESCA DEPORTIVA, CORRER.	0.7
ASISTIR A EVENTOS COMO BODAS, FESTIVALES CULTURALES, MUSICALES, GASTRONÓMICOS, DEPORTIVOS	0.7

PERSONALIDAD	Q2 2019 %
EXPLORADOR	26.0
EN ARMONÍA	26.0
ACTIVO	13.0
CONOCEDOR	11.6
FOODIE	11.6
ENAMORADO	11.6
CONSENTIDO	11.2
MOTIVADO	9.8
TRENDY	6.7
PARTICIPANTE	3.5
FIESTERO	2.8

DESTINO	Q2 2019 %
PUERTO VALLARTA	16.7
ARIZONA	16.7
PLAYA DEL CARMEN	8.3
CUBA	8.3
LOS CABOS	8.3
COLOMBIA	8.3
BACALAR	8.3
NAYARIT	8.3
SAN LUCAS	8.3
BAHAMAS	8.3

PERNOCTARON EN OTROS DESTINOS: 21.1% del total de turistas

NOCHES DE PERNOCTA EN OTROS DESTINOS: 2.9 noches

	Q2 2019
TULUM	55.7
CANCÚN	34.4
BACALAR	29.5
MAHAHUAL	27.9
VALLADOLID	23.0
MÉRIDA	16.4
CAMPECHE	9.8
COZUMEL	6.6
ISLA MUJERES	4.9
PUERTO MORELOS	3.3
HOLBOX	3.3
PLAYA DEL CARMEN	1.6
YUCATÁN	1.6
CHETUMAL	1.6
CHIAPAS	1.6