

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA Q1 2019

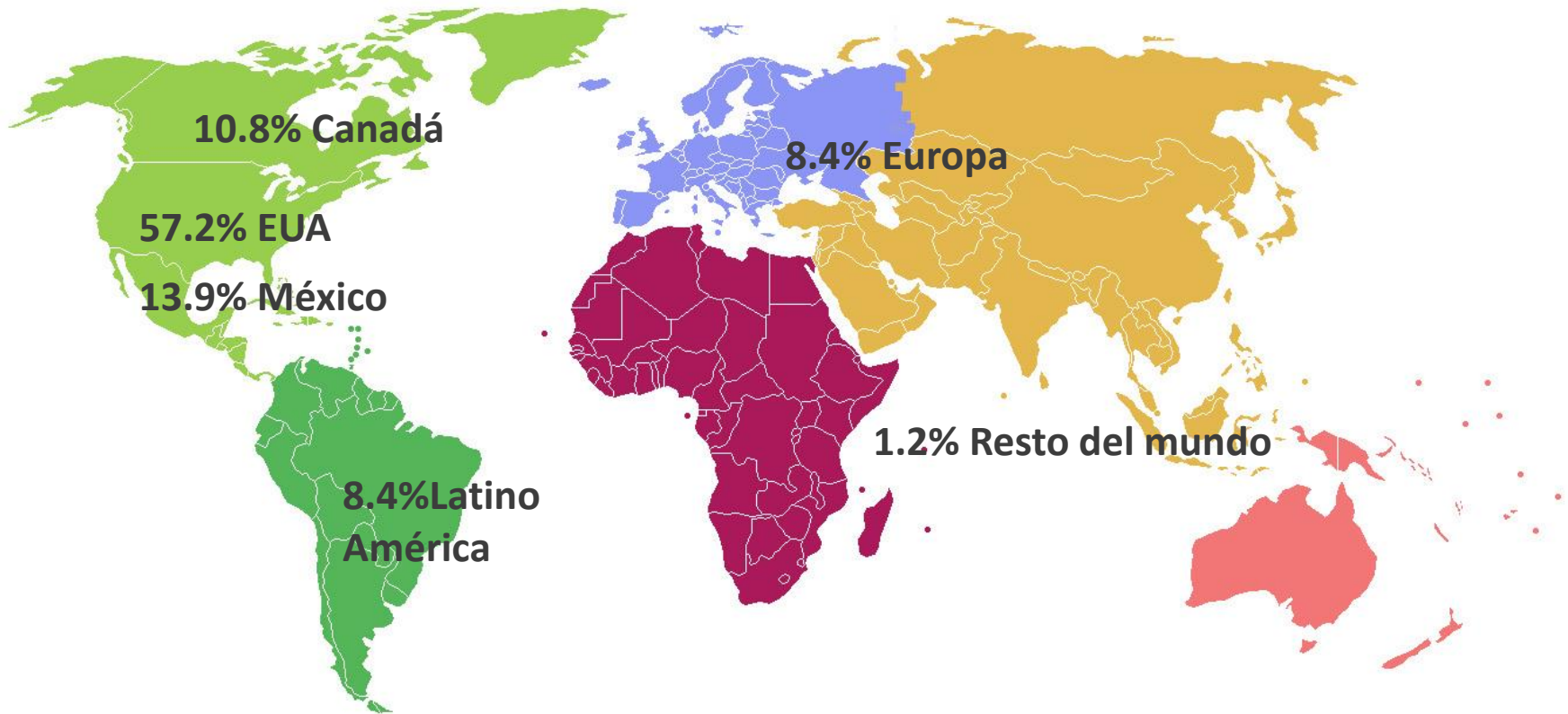


Los Estudios Turista constituyen una fotografía de la marcha de un destino turístico.

En cada período trimestral de estudio se obtienen poco más de 270 encuestas que son levantadas directamente de los visitantes del destino, tanto en el Aeropuerto Internacional de Cancún como en el muelle de Apigroo en la isla.

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 Isla Mujeres se levanta todos los días del trimestre con encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

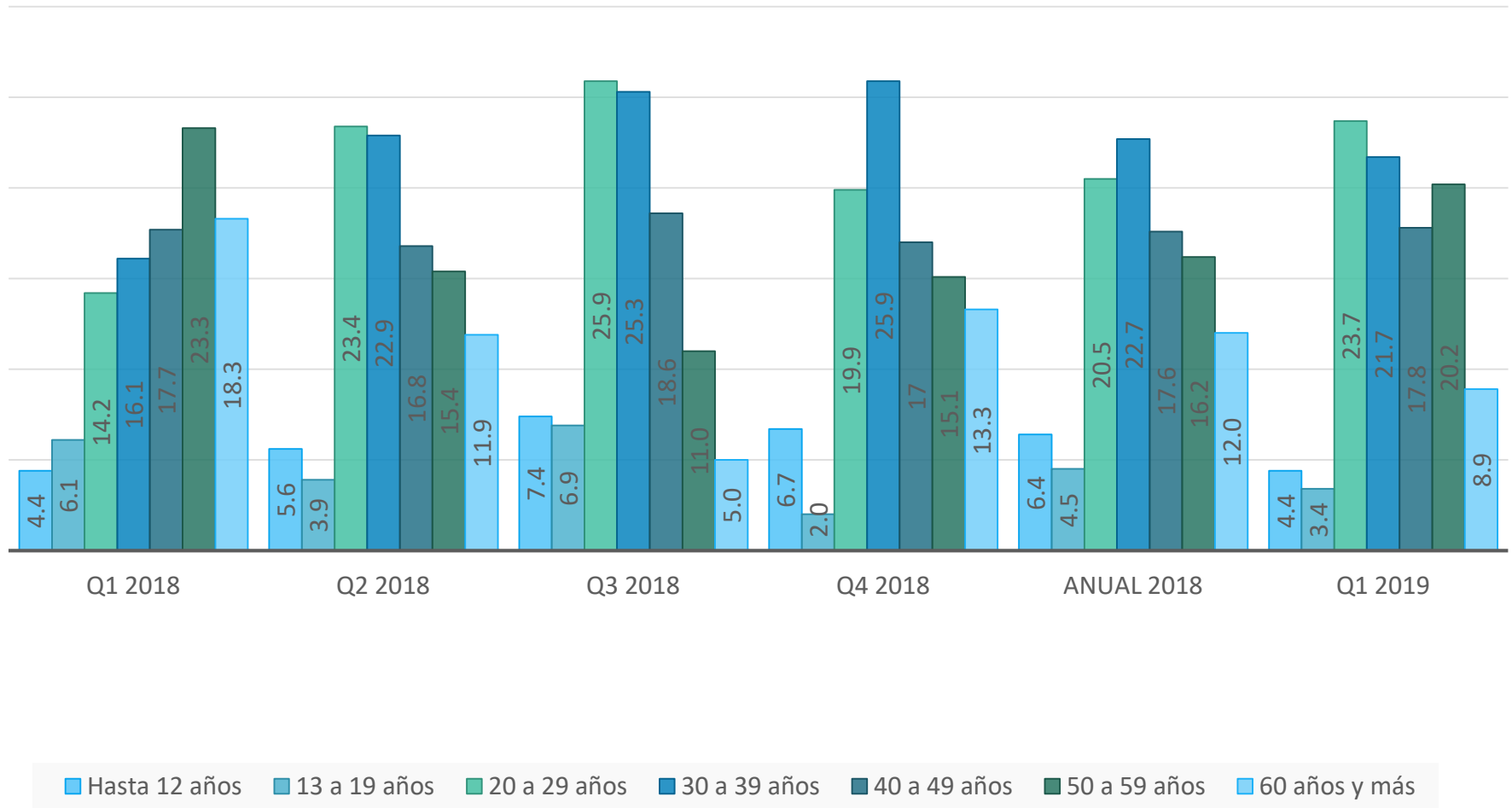


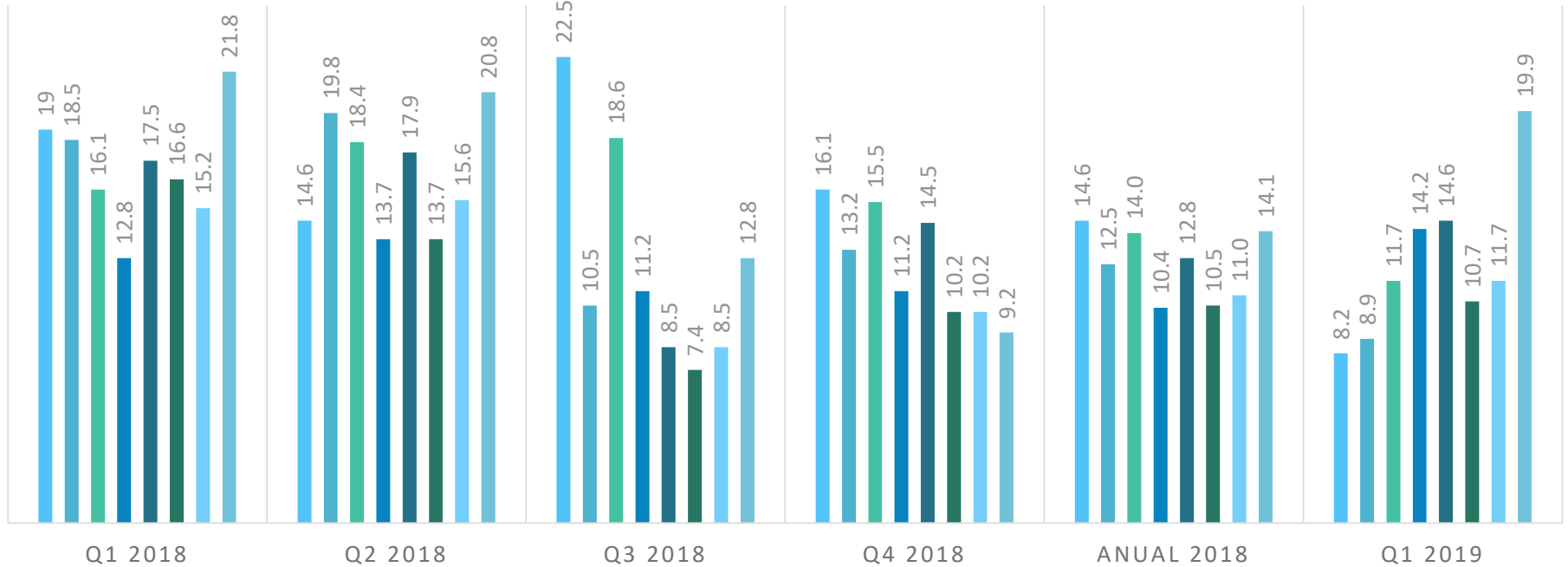
Porcentaje de respuesta 98.4% del total de turistas

| ESTADO | % | ESTADO | % |
|----------------|------|---------------|-----|
| MINNESOTA | 15.0 | GEORGIA | 2.8 |
| TEXAS | 8.3 | NEW JERSEY | 2.8 |
| NEW YORK | 5.0 | COLORADO | 2.2 |
| NORTH CAROLINA | 5.0 | INDIANA | 2.2 |
| WISCONSIN | 5.0 | MARYLAND | 2.2 |
| CALIFORNIA | 4.4 | MASSACHUSETTS | 2.2 |
| FLORIDA | 4.4 | TENNESSEE | 2.2 |
| ILLINOIS | 4.4 | VIRGINIA | 2.2 |
| OHIO | 4.4 | OKLAHOMA | 1.7 |
| MICHIGAN | 3.9 | PENNSYLVANIA | 1.7 |
| WASHINGTON | 3.9 | ALABAMA | 1.1 |
| IOWA | 3.3 | ARIZONA | 1.1 |

| PAÍS | % |
|-----------------|------|
| Alemania | 21.4 |
| Francia | 17.9 |
| Inglaterra | 17.9 |
| Suecia | 10.7 |
| Italia | 7.1 |
| España | 3.6 |
| Grecia | 3.6 |
| Holanda | 3.6 |
| Hungría | 3.6 |
| Noruega | 3.6 |
| Portugal | 3.6 |
| República Checa | 3.6 |

Porcentaje de respuesta 97.7% de los turistas europeos



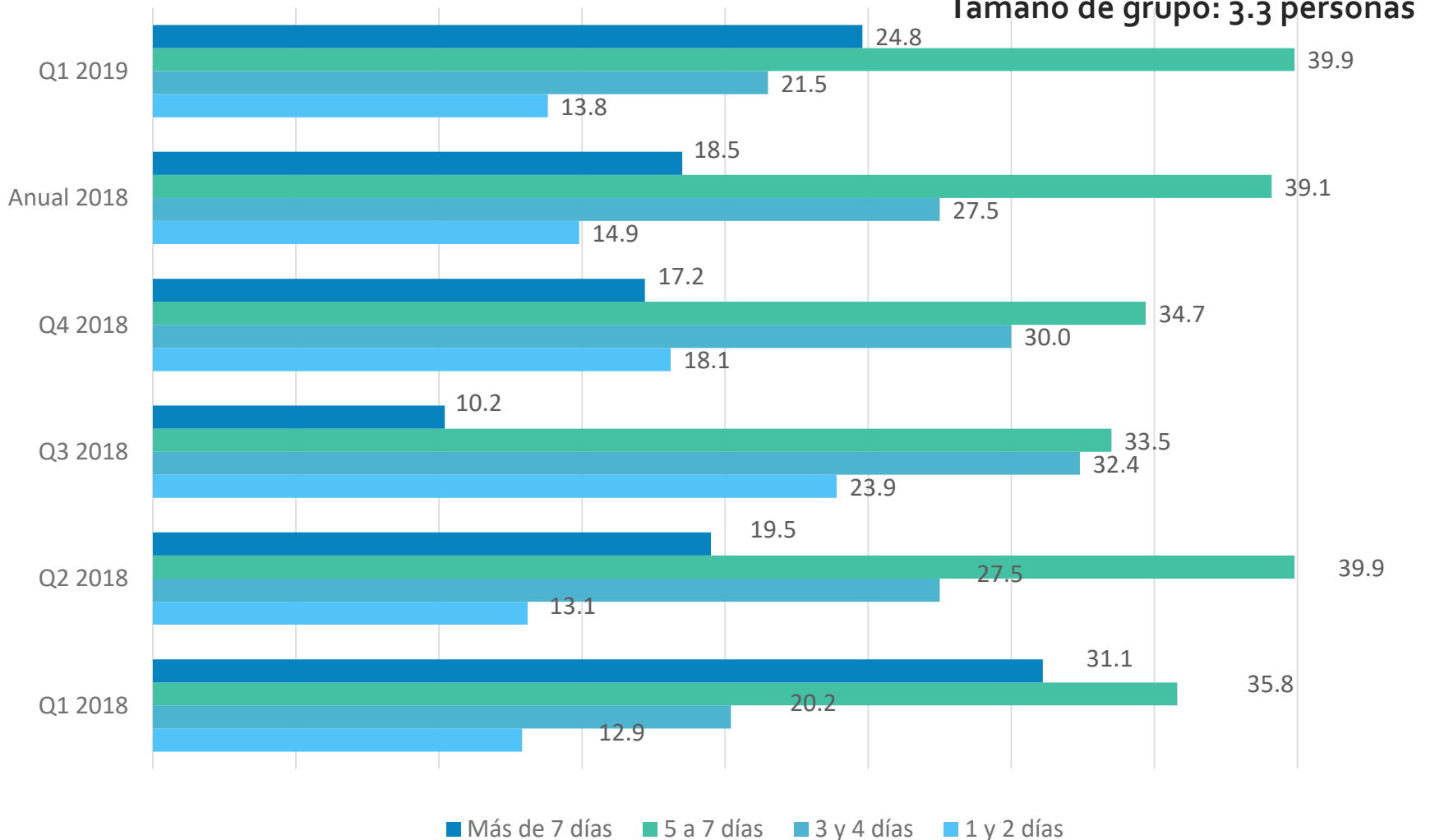


Porcentaje de respuesta: 83.5% del total de turistas

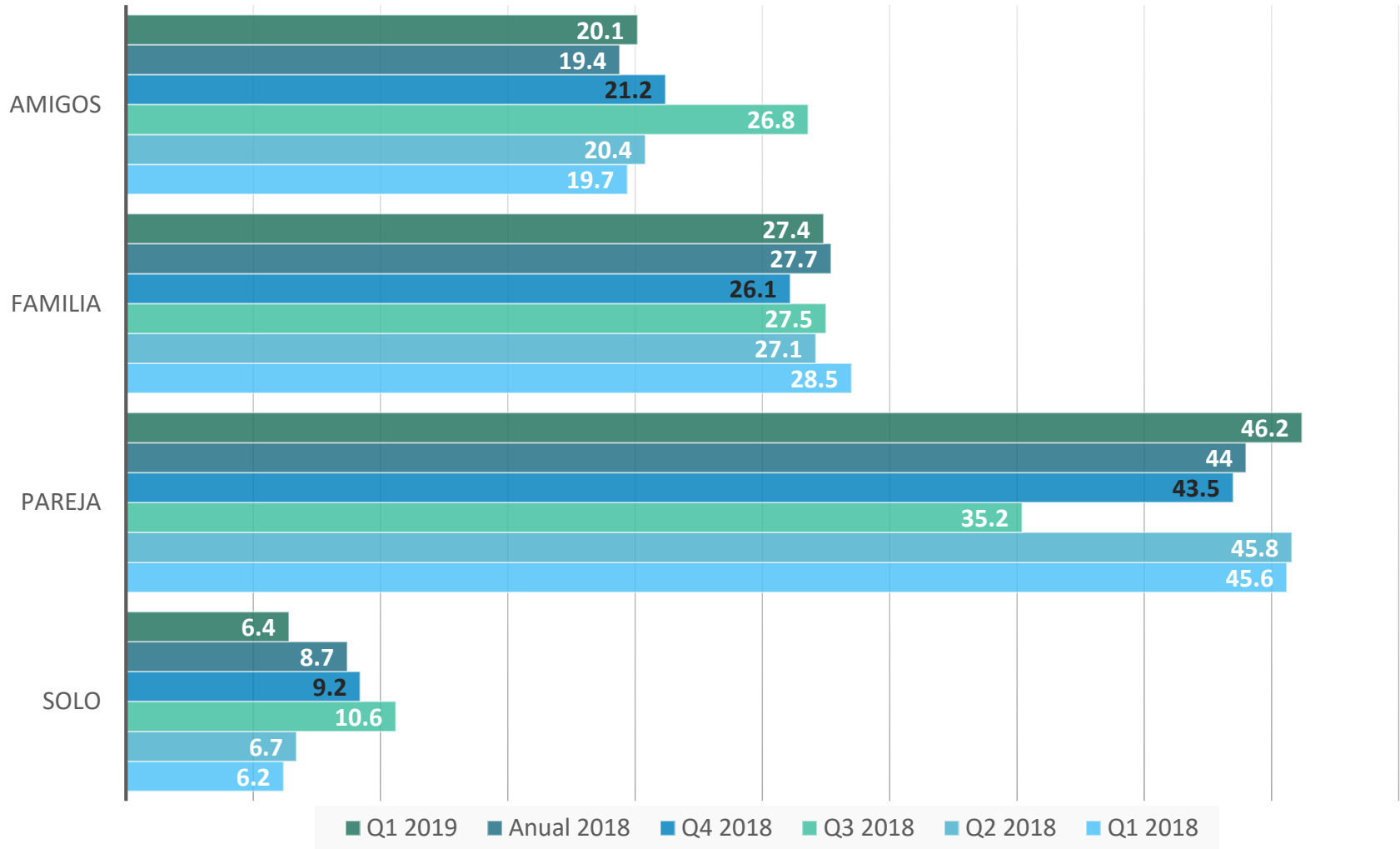
| | Q1 2018 | Q2 2018 | Q3 2018 | Q4 2018 | Anual 2018 | Q1 2019 |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|------------|---------|
| AMIGOS / FAMILIA | 55 | 57.6 | 53.1 | 46 | 52.8 | 49.3 |
| VISITA ANTERIOR | 28.5 | 27.5 | 19.1 | 29.6 | 26.8 | 31.7 |
| PUBLICIDAD EN INTERNET | 8.6 | 6.4 | 11.9 | 8.1 | 8.2 | 9.2 |
| REDES SOCIALES | 5.3 | 6.8 | 11.6 | 11.3 | 8 | 6.2 |
| AGENCIA DE VIAJES | 1.3 | 1 | 3.2 | 3 | 3 | 2.6 |
| REVISTA | 0.3 | 0.3 | 1.1 | 1.2 | 0.7 | 0.7 |
| TELEVISIÓN | 0.7 | 0.3 | 0 | 0.3 | 0.1 | 0.3 |
| ANUNCIOS EN LA CALLE | 0.3 | | 0 | 0.3 | 0.2 | 0 |
| RADIO | 0 | 0 | 0 | 0.3 | 0.1 | 0 |

Porcentaje de respuesta: 92.0% del total de turistas

Estancia promedio: 7.5 días
Tamaño de grupo: 3.3 personas



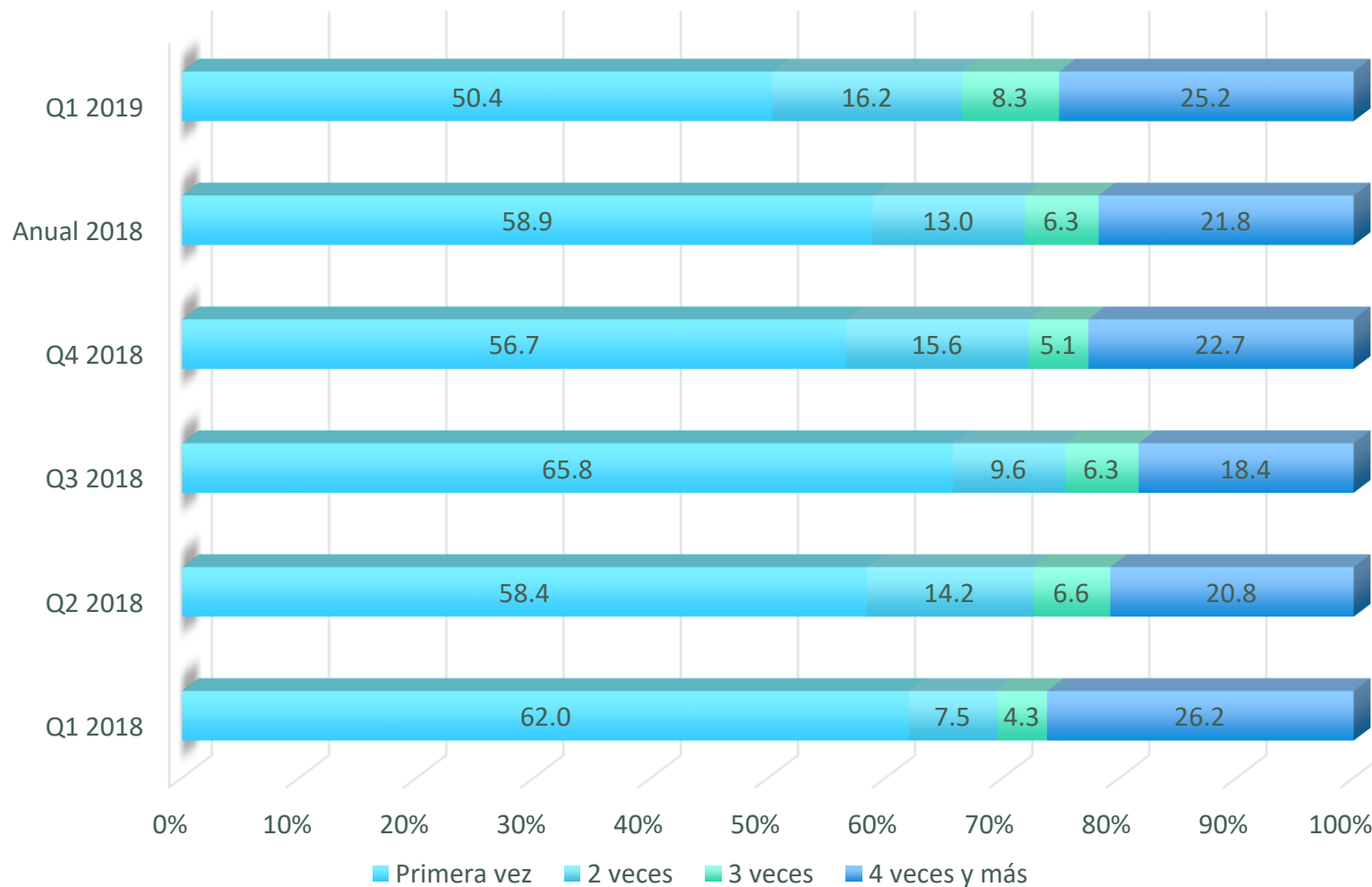
Porcentaje de respuesta: 98.9%



Porcentaje de respuesta: 100%

TASA DE RETORNO AL DESTINO VECES QUE LO HA VISITADO

Tasa de retorno al destino: 49.6%

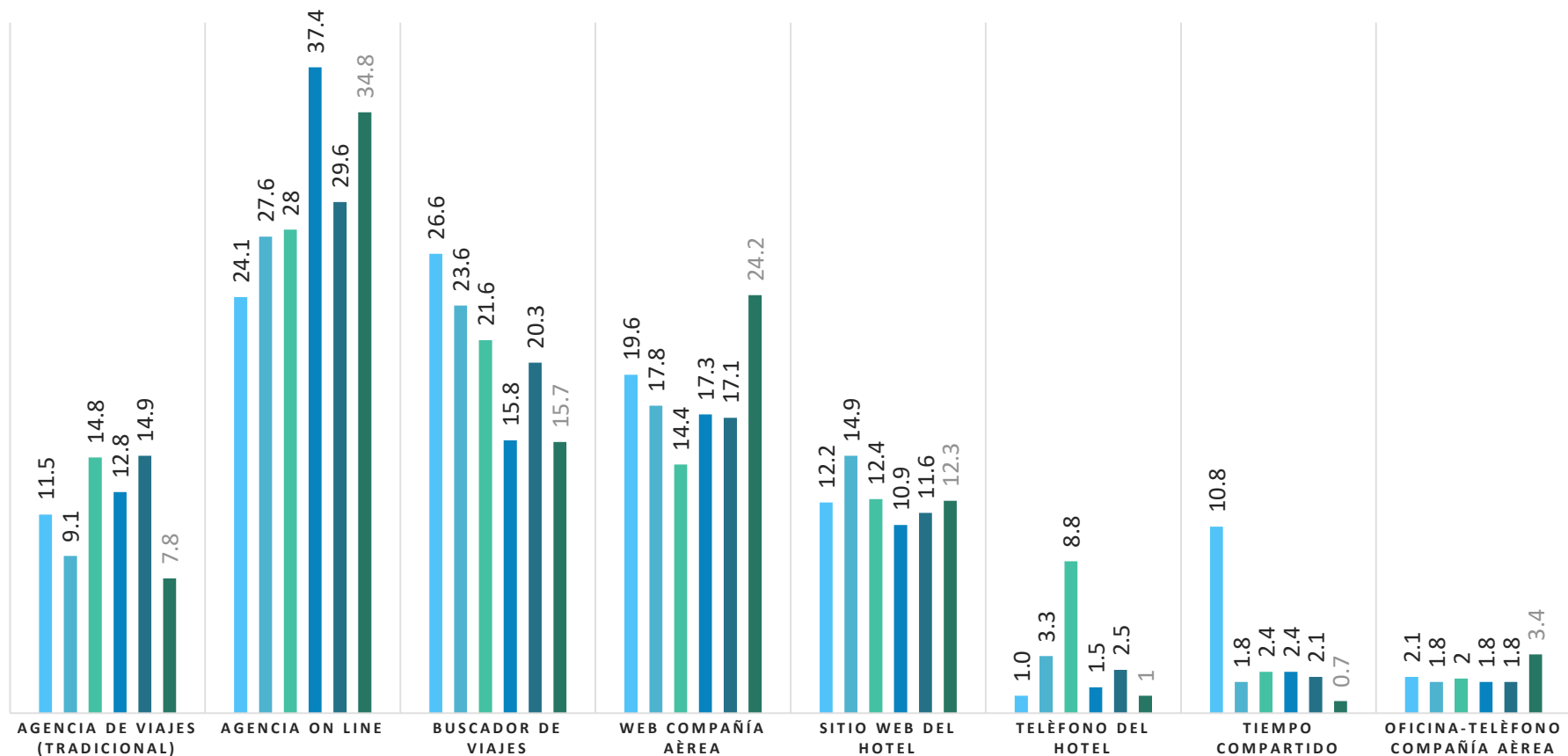


Porcentaje de respuesta: 97.0% del total de turistas

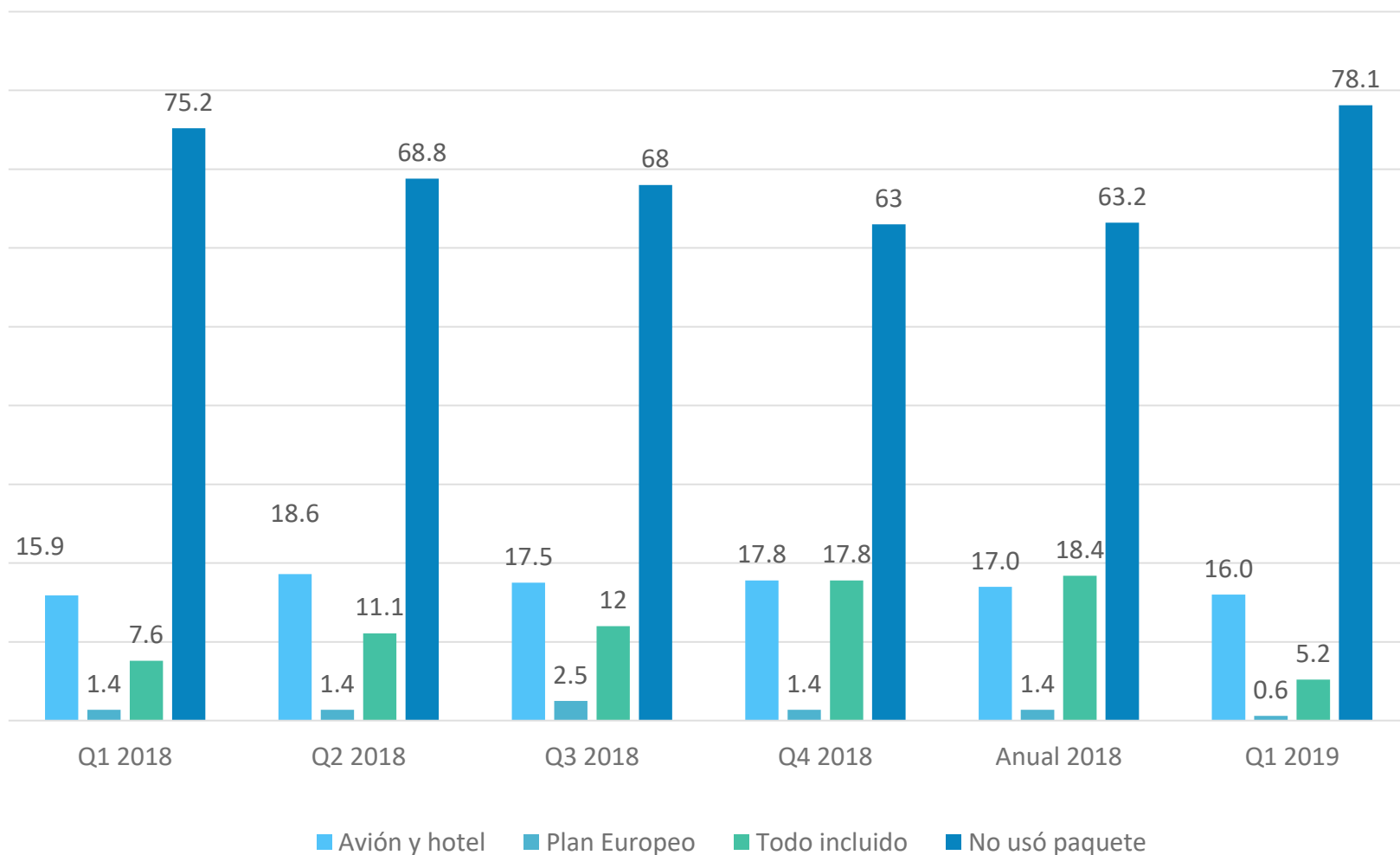
| | Q1 2018 | Q2 2018 | Q3 2018 | Q4 2018 | Annual 2018 | Q1 2019 |
|-------------------------|---------|---------|---------|---------|-------------|---------|
| Descansar | 92.1 | 89.9 | 76.2 | 73.8 | 81.1 | 77.3 |
| Actividades de aventura | | | 6.4 | 7.1 | 3.2 | 4.5 |
| Otros | 1.6 | 2.2 | 1.4 | 4.6 | 1.4 | 4.2 |
| Luna de miel | 2.6 | 3.4 | 6 | 5.2 | 4.1 | 3.9 |
| Visita Amigos/Familia | 0.3 | 0.3 | 2.8 | 2.5 | 1.7 | 3.3 |
| Cultura Maya | 1 | 0.7 | 2.8 | 1.9 | 2.2 | 2.1 |
| Congreso / convención | 0 | | | 0 | 0.1 | 2.1 |
| Negocios | 0.3 | | 0.7 | 1.9 | 0.7 | 1.5 |
| Boda | 1.6 | 3.4 | 3.9 | 2.5 | 3.1 | 0.9 |
| Viaje de Incentivos | 0 | 1 | 1.4 | 0.3 | 0.6 | 0 |
| Evento Especial | 0.3 | 0.7 | 0.7 | 0.3 | 0.9 | 0 |

Porcentaje de respuesta: 99.3% del total de turistas

■ Q1 2018
 ■ Q2 2018
 ■ Q3 2018
 ■ Q4 2018
 ■ Anual 2018
 ■ Q1 2019



Porcentaje de respuesta: 90.4% del total de turistas



Porcentaje de respuesta: 98.9% del total de turistas

| AGENCIA | Q1 2019 |
|------------------------|---------|
| EXPEDIA | 39.2 |
| BOOKING | 16.7 |
| DESPEGAR | 9.8 |
| DELTA VACATIONS | 3.9 |
| TRAVELOCITY | 2.9 |
| AMERICAN AIRLINES | 2.0 |
| APPLE VACATIONS | 2.0 |
| ORBITZ | 2.0 |
| VOLARIS | 2.0 |
| SPIRIT VACATIONS | 2.0 |
| WEST JET | 2.0 |
| AGI | 1.0 |
| ALL SEASONS | 1.0 |
| CHEAP CARIBBEAN | 1.0 |
| GRAN PLAN / AEROMEXICO | 1.0 |
| NBBS | 1.0 |
| NOLI TOURS | 1.0 |
| PRICELINE | 1.0 |
| TUI / HOTEL BEDS | 1.0 |
| VIVA AEROBUS | 1.0 |
| INTERJET | 1.0 |
| SUNSEEKERS | 1.0 |
| LAN TOURS | 1.0 |
| JET BLUE | 1.0 |
| RCI | 1.0 |

Porcentaje de respuesta: 42.2% del total de turistas

| CONCEPTO | Q1 2018 | Q2 2018 | Q3 2018 | Q4 2018 | Anual 2018 | Q1 2019 |
|----------------------|---------|---------|---------|---------|------------|---------|
| HOTEL | 66.7 | 77.1 | 78.7 | 79.3 | 78 | 64.1 |
| RENTA VACACIONAL | 24.1 | 13 | 12.4 | 12.5 | 13.7 | 23.4 |
| HOSTAL | | | | | | 4.9 |
| FAMILIARES/AMIGOS | 4.3 | 3.8 | 4.3 | 4.3 | 3.9 | 3.3 |
| PROPIEDAD CONDO/CASA | 2 | 3.4 | 3.2 | 1.9 | 2.4 | 3 |
| TIEMPO COMPARTIDO | 3 | 2.7 | 1.4 | 1.9 | 2 | 1.2 |

Porcentaje de respuesta: 100% del total de turistas

OTROS DESTINOS EN DONDE PERNOCTÓ DURANTE ESTE VIAJE

PERNOCTARON EN OTROS DESTINOS: 10.5% del total de turistas

NOCHES DE PERNOCTA EN OTROS DESTINOS: 3.9 noches.

| DESTINO | Q1 2019 |
|------------------|---------|
| TULUM | 43.1% |
| CANCUN | 43.1% |
| PLAYA DEL CARMEN | 24.6% |
| HOLBOX | 10.8% |
| ISLA MUJERES | 6.2% |
| COZUMEL | 6.2% |
| BACALAR | 4.6% |
| MERIDA | 13.8% |
| VALLADOLID | 7.7% |
| MAHAHUAL | 4.6% |
| CHETUMAL | 1.5% |
| PUERTO MORELOS | 4.6% |
| CAMPECHE | 1.5% |
| RIVIERA MAYA | 3.1% |
| BELICE | 0.0% |

| | Q1 2018 | Q2 2018 | Q3 2018 | Q4 2018 | Anual 2018 | Q1 2019 |
|-----------------------|---------|---------|---------|---------|------------|---------|
| Actividades acuáticas | 10.7 | 16.6 | 23.8 | 6.9 | 14.5 | 44.2 |
| Zonas arqueológicas | 17.1 | 11.7 | 13.9 | 13.2 | 14 | 44.2 |
| Ciudades cercanas | 17.3 | 12.2 | 18.2 | 16.5 | 16 | 41.1 |
| Parque recreativo | 4.9 | 7.1 | 9.4 | 8 | 7.3 | 27.4 |
| Cenotes y cavernas | 3.2 | 3.4 | 1.6 | 3.8 | 3 | 11.6 |
| Deportes | 1.2 | 1.2 | 0.8 | 0 | 0.8 | 3.2 |
| Naturaleza | 0.7 | 2 | 4.5 | 1.9 | 2.2 | 2.1 |
| Entretenimiento | 6.1 | 0.7 | 1.1 | 1.1 | 2.3 | 0 |

Respuestas sobre el 28.6% de los turistas

| ACTIVIDADES CON LAS CUALES SE IDENTIFICA | % Q1 2019 |
|---|-----------|
| ESTAR EN LA PISCINA Y PLAYA. DISFRUTAR DEL BUFFET Y LA ANIMACIÓN. ALGUNOS PARQUES. | 47.0 |
| CENA ROMÁNTICA, PLAYA, COMPRAS, ACTIVIDADES EN PAREJA. | 14.5 |
| SNORKEL, CUATRIMOTOS, TIROLESAS, CENOTES, ECOTURISMO. | 13.2 |
| YOGA, FITNESS, MEDITACIÓN, TEMAZCAL, PADDLE. | 8.8 |
| VISITAR ZONAS ARQUEOLÓGICAS, MUSEOS, COMUNIDADES MAYA. | 6.4 |
| BARES, CLUBS DE PLAYA, DISCOTECAS, FIESTAS NOCTURNAS. | 5.4 |
| SHOPPING DE MARCAS Y ARTÍCULOS DE LUJO, RESTAURANTES GOURMET, GOLF, PASEO EN YATE. | 1.4 |
| ASISTIR A REUNIONES, CONFERENCIAS, TEAM BUILDING, CENAS EN GRUPO. | 1.0 |
| ASISTIR A EVENTOS COMO BODAS, FESTIVALES CULTURALES, MUSICALES, GASTRONÓMICOS, DEPORTIVOS | 1.0 |
| GOLF, BUCEO, PESCA DEPORTIVA, CORRER. | 0.7 |
| RESTAURANTES RECONOCIDOS, GASTRONOMIA LOCAL Y REGIONAL | 0.7 |

PERSONALIDAD CON LA CUAL SE IDENTIFICÓ DURANTE SU VISTA

| PERSONALIDAD | % |
|--------------|------|
| EXPLORADOR | 23.2 |
| EN ARMONIA | 19.5 |
| FOODIE | 18.4 |
| ENAMORADO | 16.5 |
| ACTIVO | 13.5 |
| CONSENTIDO | 10.9 |
| MOTIVADO | 9.0 |
| FIESTERO | 5.6 |
| CONOCEDOR | 5.6 |
| TRENDY | 3.0 |
| PARTICIPANTE | 2.2 |

| DESTINOS | % |
|----------------------|------|
| PUERTO VALLARTA | 33.3 |
| JAMAICA | 16.7 |
| FLORIDA | 16.7 |
| HUATULCO | 16.7 |
| REPUBLICA DOMINICANA | 16.7 |
| HOLBOX | 16.7 |
| MIAMI | 16.7 |