

QUINTANA ROO  
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA  
ISLA MUJERES  
Q2 2019

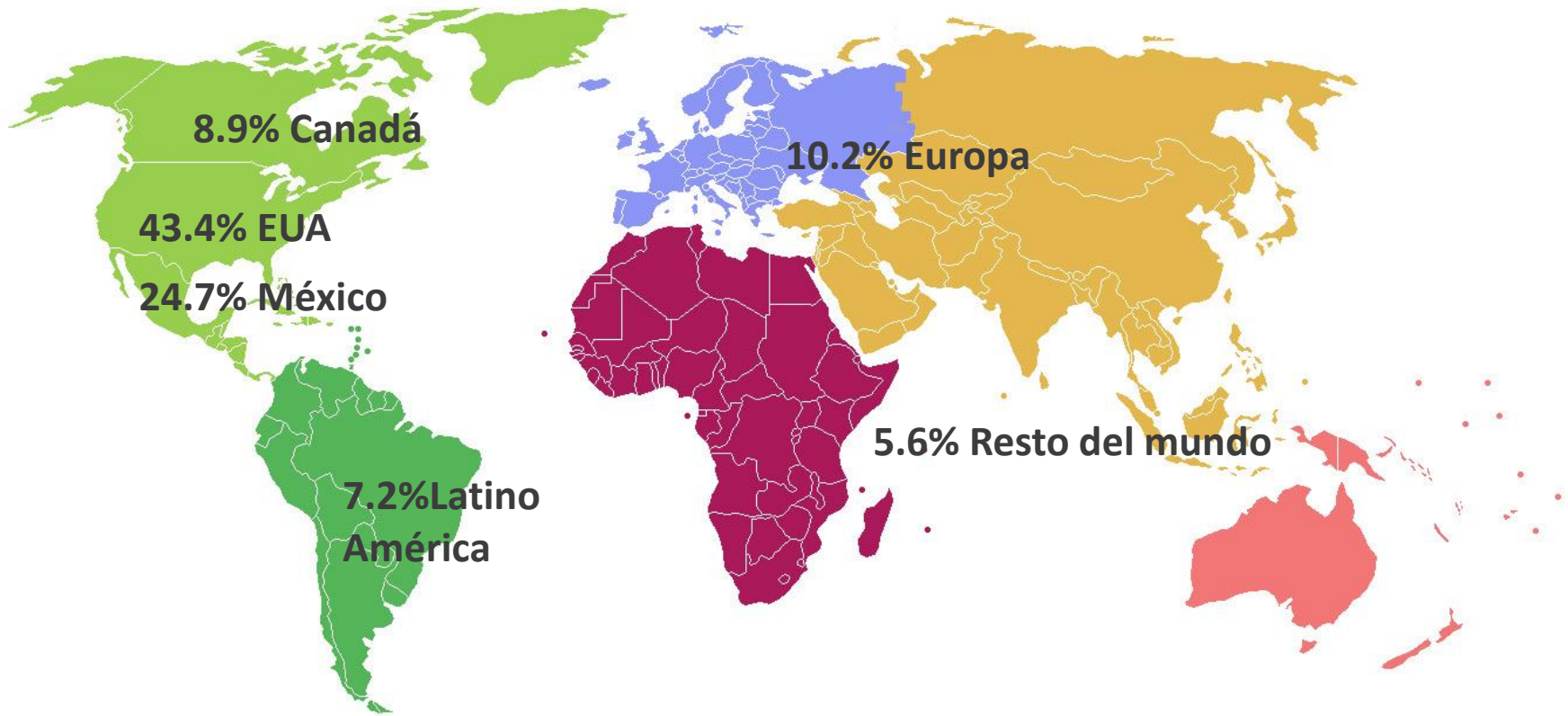


Los Estudios Turista constituyen una fotografía de la marcha de un destino turístico.

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.

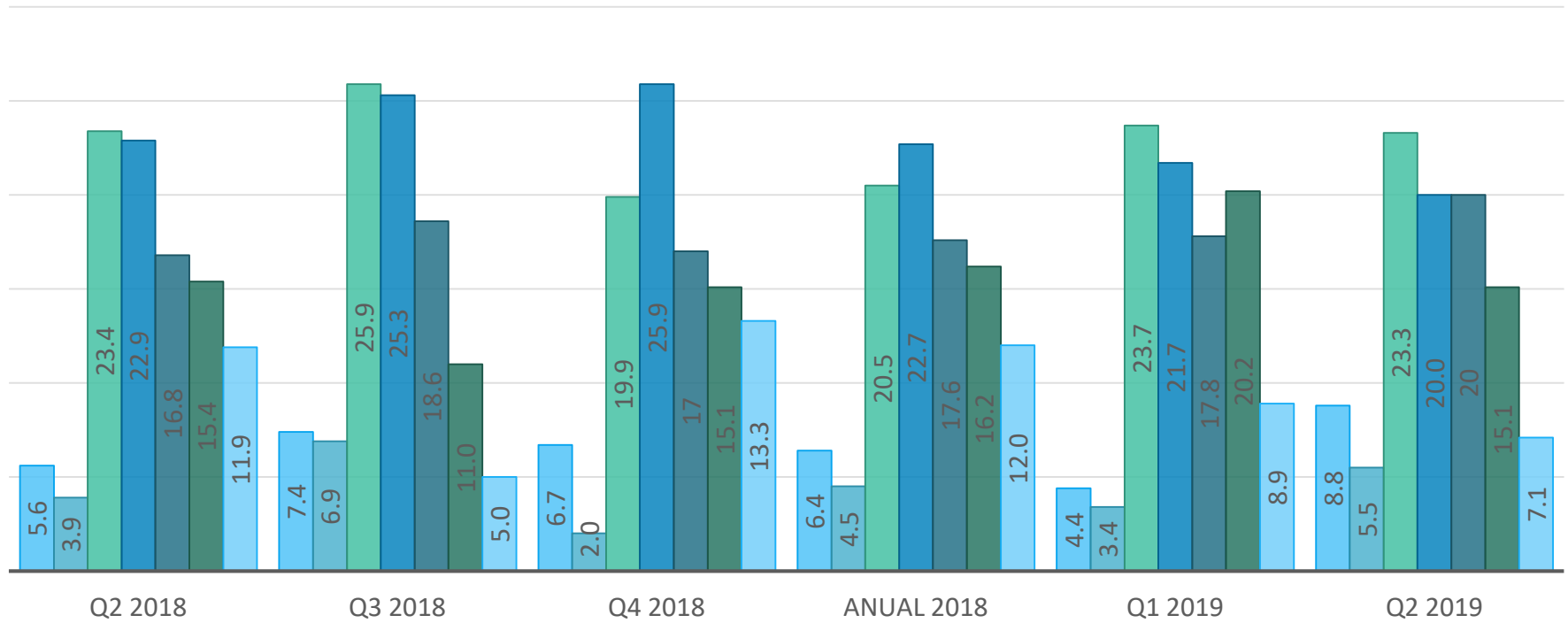


Porcentaje de respuesta 100% del total de turistas

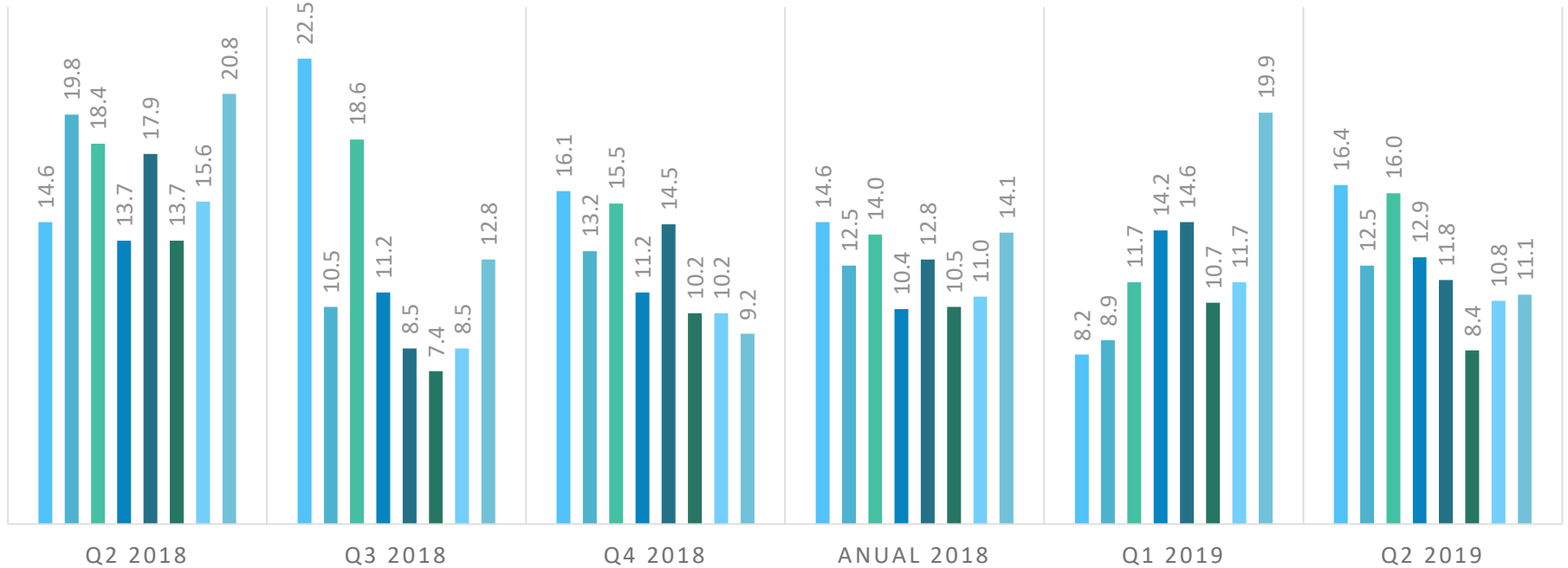
ESTADO	%	ESTADO	%
TEXAS	23.6	MISSOURI	1.8
CALIFORNIA	16.4	NEBRASKA	1.8
COLORADO	7.3	SOUTH CAROLINA	1.8
NEW YORK	6.4	INDIANA	1.8
ILLINOIS	5.5	MARYLAND	1.8
FLORIDA	3.6	OKLAHOMA	0.9
PENNSYLVANIA	2.7	TENNESSEE	0.9
NORTH CAROLINA	2.7	GEORGIA	0.9
WASHINGTON	2.7	KANSAS	0.9
ARIZONA	2.7	MISSISSIPPI	0.9
MINNESOTA	1.8	KENTUCKY	0.9
IDAHO	1.8	OREGON	0.9

PAÍS	%
Inglaterra	38.7
Alemania	19.4
Francia	19.4
Holanda	6.5
Irlanda	3.2
Austria	3.2
Italia	3.2
Finlandia	3.2
España	3.2

Porcentaje de respuesta 100% de los turistas europeos



■ Hasta 12 años  
 ■ 13 a 19 años  
 ■ 20 a 29 años  
 ■ 30 a 39 años  
 ■ 40 a 49 años  
 ■ 50 a 59 años  
 ■ 60 años y más



Porcentaje de respuesta: 94.4% del total de turistas

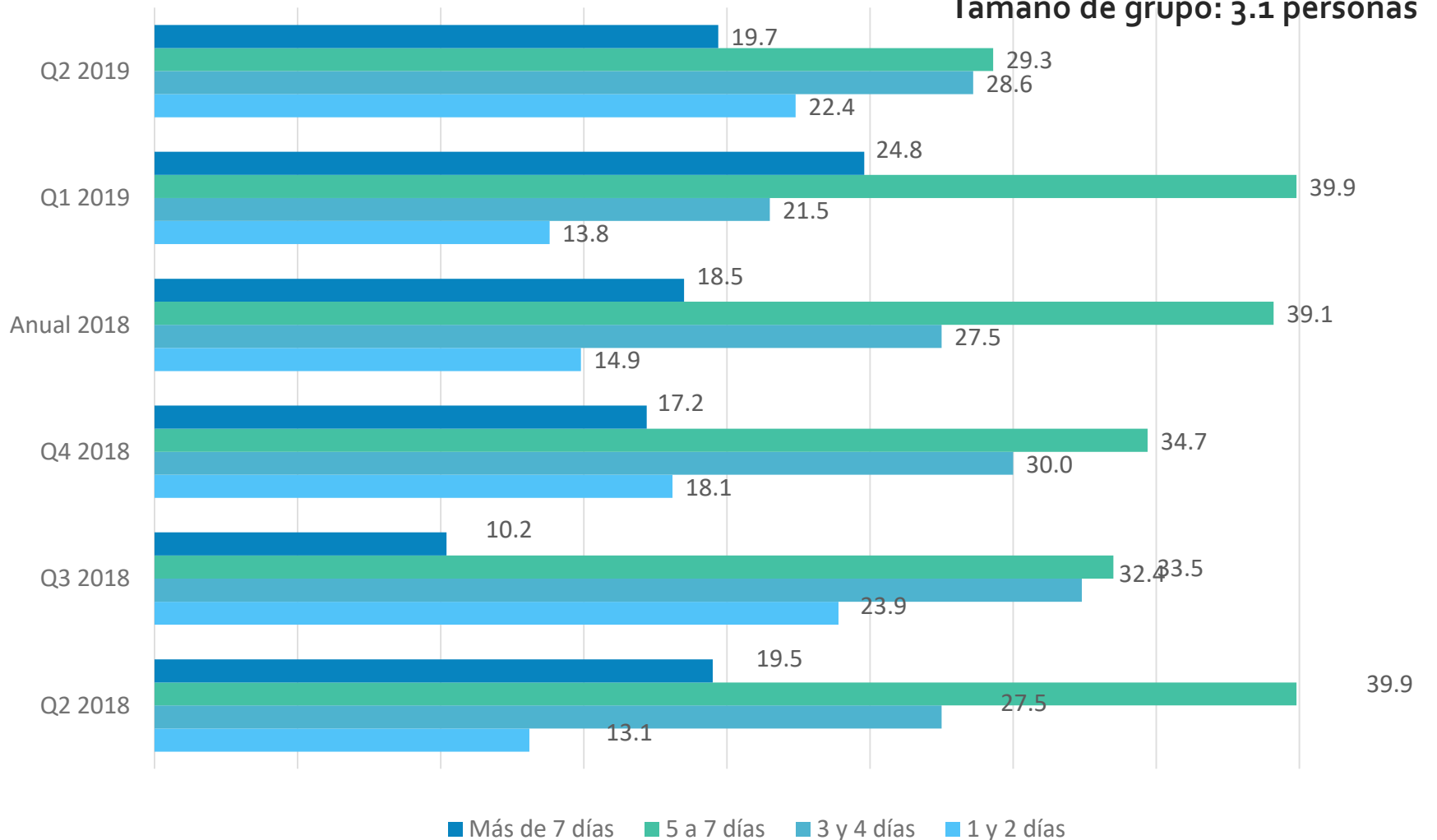


	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018	Q1 2019	Q2 2019
AMIGOS / FAMILIA	57.6	53.1	46	52.8	49.3	55.7
VISITA ANTERIOR	27.5	19.1	29.6	26.8	31.7	26.0
PUBLICIDAD EN INTERNET	6.4	11.9	8.1	8.2	9.2	8.0
REDES SOCIALES	6.8	11.6	11.3	8	6.2	7.6
AGENCIA DE VIAJES	1	3.2	3	3	2.6	1.4
REVISTA	0.3	1.1	1.2	0.7	0.7	0.3
TELEVISIÓN	0.3	0	0.3	0.1	0.3	1.0
ANUNCIOS EN LA CALLE		0	0.3	0.2	0	0
RADIO	0	0	0.3	0.1	0	0

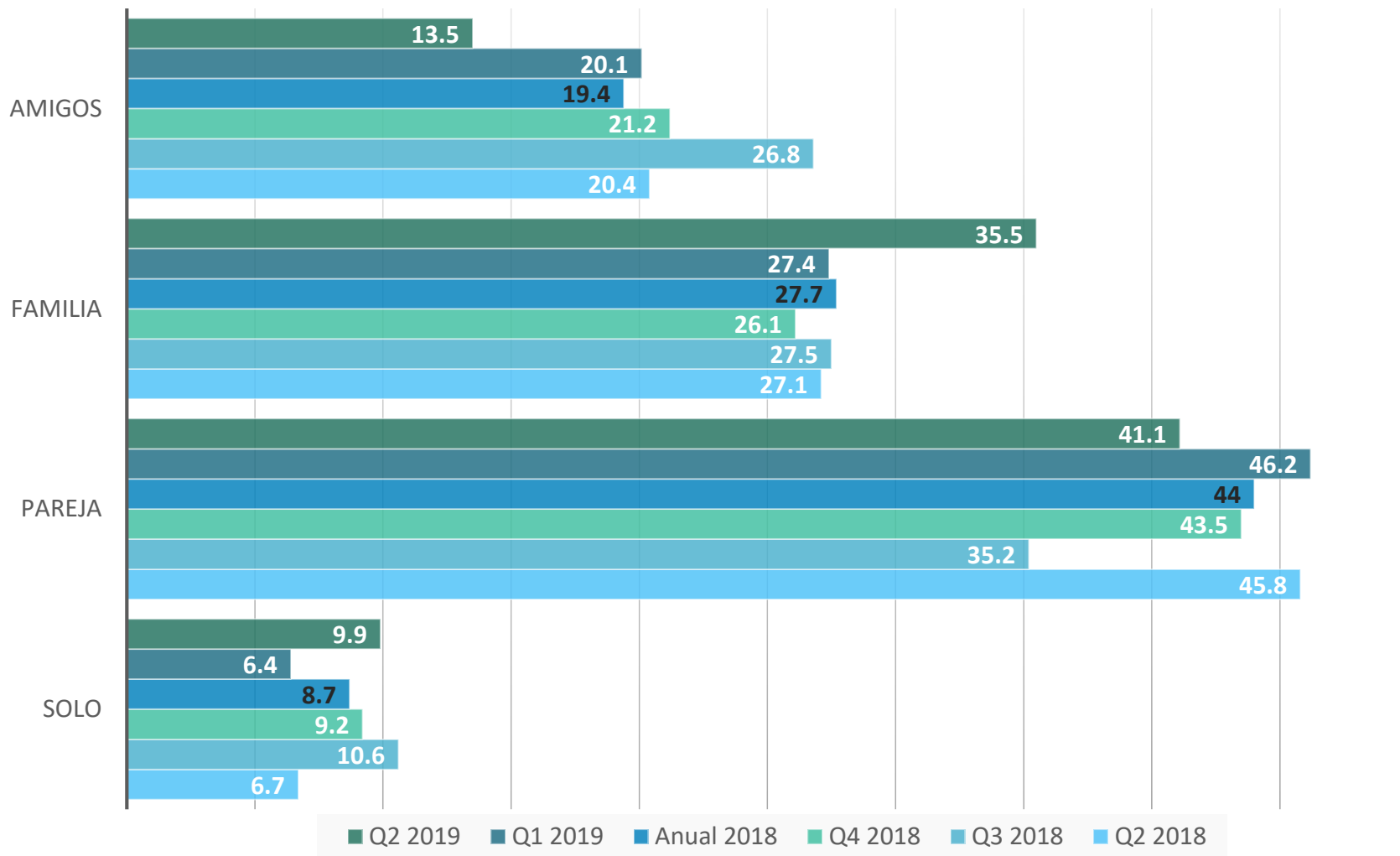
Porcentaje de respuesta: 95.1% del total de turistas

Estancia promedio: 5.3 días

Tamaño de grupo: 3.1 personas



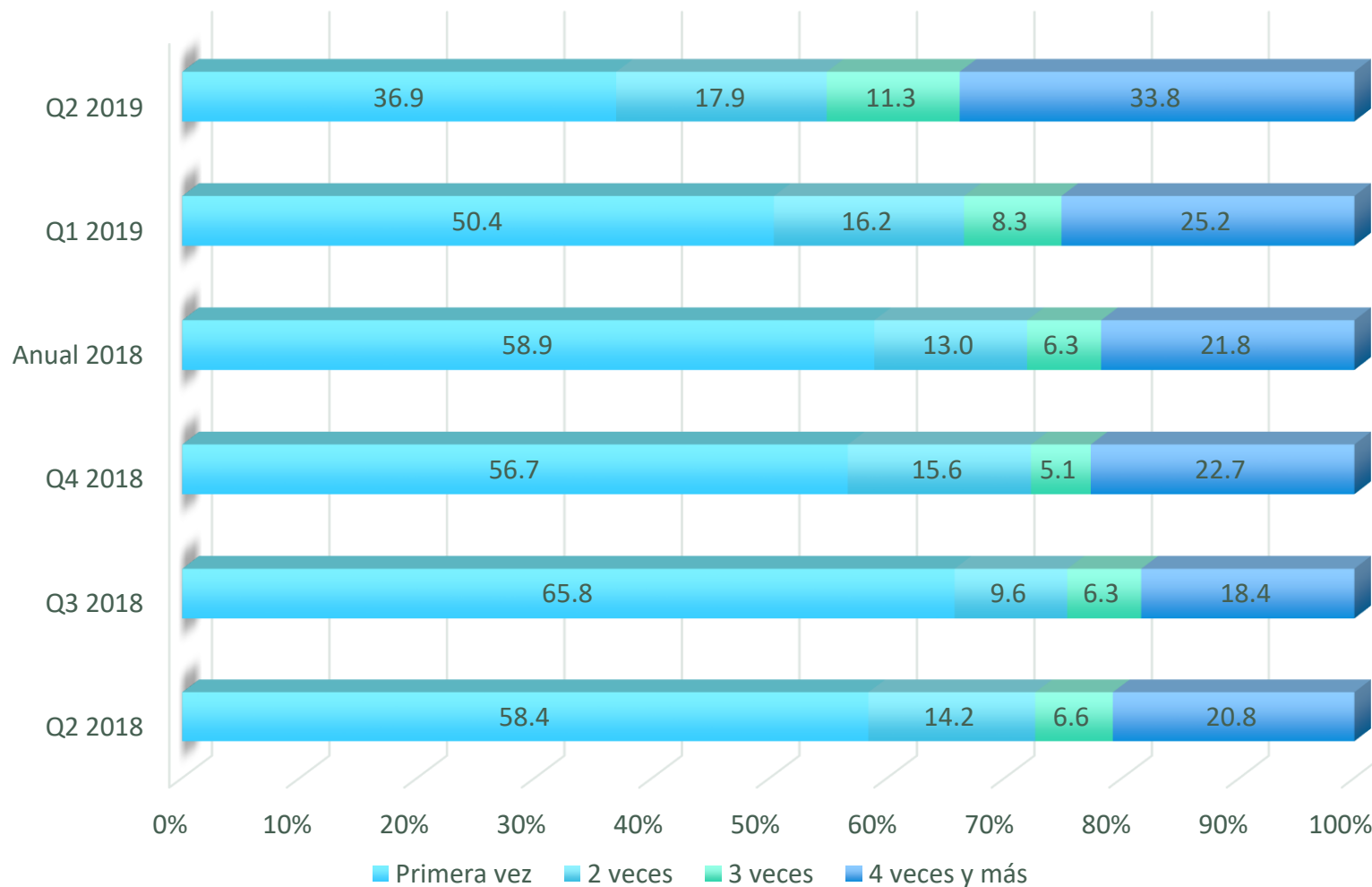
Porcentaje de respuesta: 100%



Porcentaje de respuesta: 100%

## TASA DE RETORNO AL DESTINO VECES QUE LO HA VISITADO

Tasa de retorno al destino: 63.1%

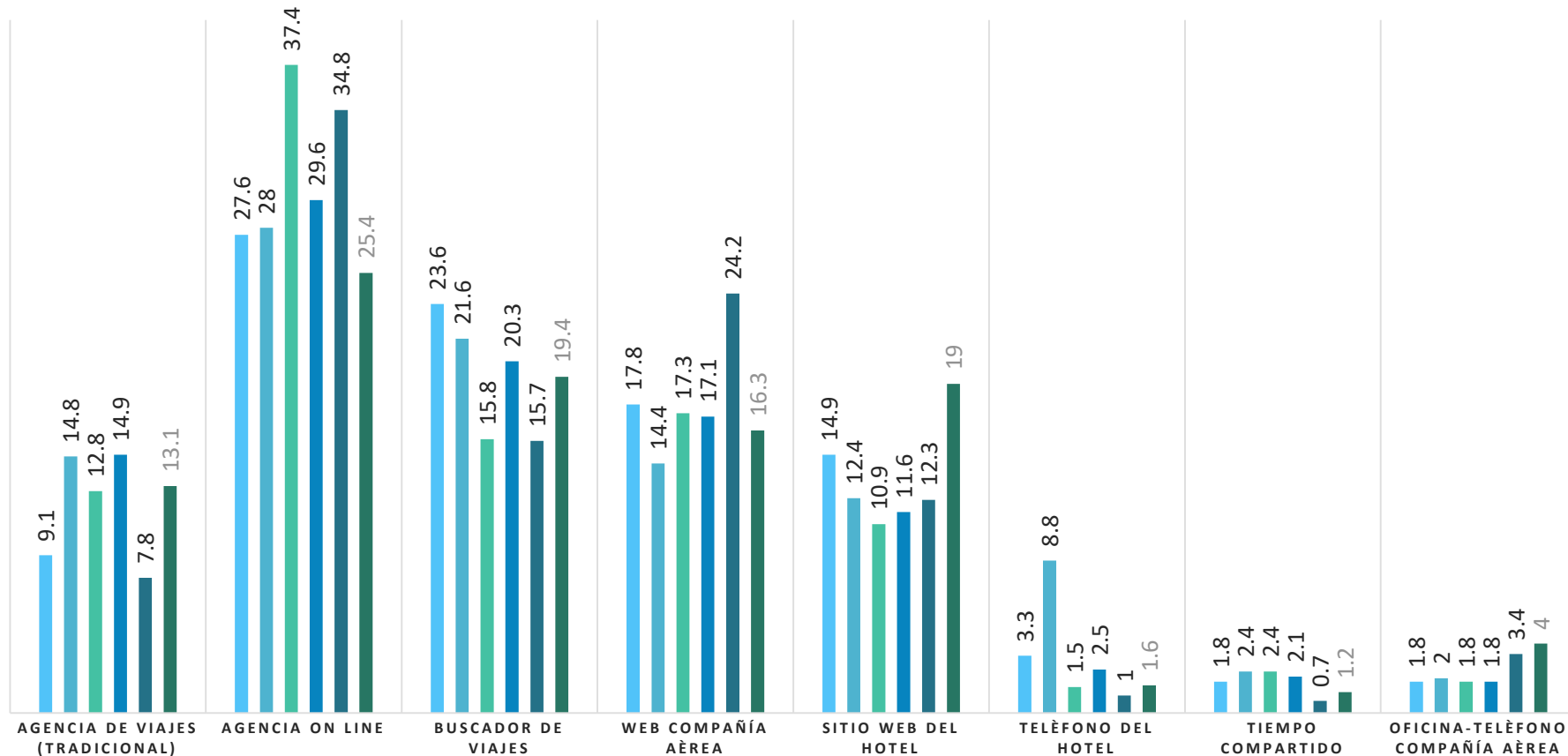


Porcentaje de respuesta: 64.1% del total de turistas

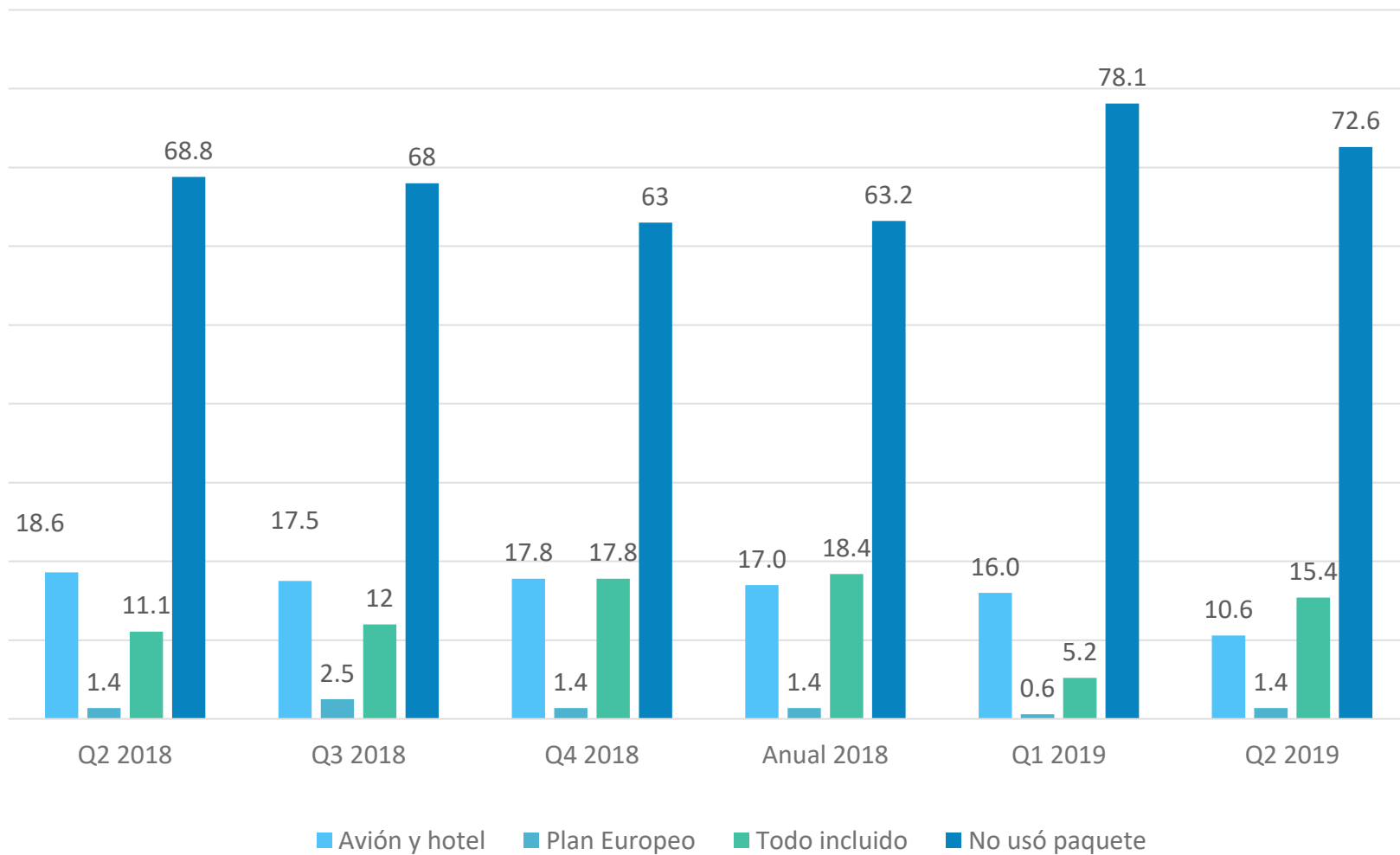
	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Annual 2018	Q1 2019	Q2 2019
Descansar	89.9	76.2	73.8	81.1	77.3	83.9
Actividades de aventura		6.4	7.1	3.2	4.5	5.6
Otros	2.2	1.4	4.6	1.4	4.2	0.3
Luna de miel	3.4	6	5.2	4.1	3.9	3.0
Visita Amigos/Familia	0.3	2.8	2.5	1.7	3.3	2.6
Cultura Maya	0.7	2.8	1.9	2.2	2.1	1.3
Congreso / convención			0	0.1	2.1	0.7
Negocios		0.7	1.9	0.7	1.5	0.3
Boda	3.4	3.9	2.5	3.1	0.9	1.3
Viaje de Incentivos	1	1.4	0.3	0.6	0	0.3
Evento Especial	0.7	0.7	0.3	0.9	0	0.3

Porcentaje de respuesta: 100% del total de turistas

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



Porcentaje de respuesta: 82.9% del total de turistas



Porcentaje de respuesta: 96.1% del total de turistas

AGENCIA	Q2 2019
EXPEDIA	29.6
BOOKING	25.9
CHEAP CARIBBEAN	4.9
TUI / HOTEL BEDS	4.9
DESPEGAR	3.7
APPLE VACATIONS	3.7
INTERJET	3.7
ALL SEASONS	2.5
WEST JET	2.5
KAYAK.COM	2.5
VOLARIS	2.5
SUNWING	2.5
NBBS	1.2
SOUTHLAND TRAVEL	1.2
ORBITZ	1.2
DISCOVERY TRAVEL	1.2
BEST DAY	1.2
BOOK IT.COM	1.2
YESTRAVEL	1.2
AGI	1.2
VIVA AEROBUS	1.2

Porcentaje de respuesta: 26.6% del total de turistas



# DISTRIBUCIÓN DE LA DERRAMA ECONÓMICA (dólares por grupo)

CONCEPTO	Q2 2018		Q3 2018		Q4 2018		Anual 2018		Q1 2019		Q2 2019	
	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.8 personas)	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.9 personas)	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.7 personas)	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.8 personas)	% de respuesta *	Dólares por grupo (2.8 personas)	% de respuesta *	Dólares por grupo (3.1 personas)
<b>GASTO TOTAL</b>									67.2	\$2,796	65.1	\$1,899
<b>TARIFA AÉREA</b>	56.9	\$794	51.1	\$748	43.0	\$799	51.4	\$781	46.7	\$960	24.2	\$803
<b>HOTEL</b>	55.5	\$815	47.5	\$809	41.4	\$734	49.2	\$862	47.3	\$1,112	35.8	\$957
<b>TRANSPORTE TERRESTRE</b>	41.5	\$165	35.6	\$121	28.4	\$154	37.3	\$140	38.0	\$173	28.0	\$156
<b>RESTAURANTES</b>	45.5	\$354	38.4	\$294	31.1	\$380	39.8	\$366	41.0	\$450	28.9	\$439
<b>BARES</b>	22.4	\$222	17.6	\$208	14.3	\$247	20.9	\$201	17.2	\$263	9.1	\$349
<b>COMPRAS</b>	31.1	\$208	23.6	\$219	8.6	\$237	17.5	\$218	13.3	\$369	11.0	\$222
<b>TOURS</b>	17.1	\$312	14.8	\$356	17.8	\$188	28.1	\$198	23.8	\$198	14.8	\$217
<b>OTROS</b>	7	\$383	8.5	\$170	4.6	\$102	11.4	\$230	7.8	\$351	4.4	\$206

\* Porcentajes sobre el total de turistas en el destino

CONCEPTO	Q2 2018	Q3 2018	Q4 2018	Anual 2018	Q1 2019	Q2 2019
HOTEL	77.1	78.7	79.3	78	64.1	67.2
RENTA VACACIONAL	13	12.4	12.5	13.7	23.4	17.7
HOSTAL					4.9	6.2
FAMILIARES/AMIGOS	3.8	4.3	4.3	3.9	3.3	5.2
PROPIEDAD CONDO/CASA	3.4	3.2	1.9	2.4	3	2.0
TIEMPO COMPARTIDO	2.7	1.4	1.9	2	1.2	1.6

Porcentaje de respuesta: 100% del total de turistas

## OTROS DESTINOS EN DONDE PERNOCTÓ DURANTE ESTE VIAJE

PERNOCTARON EN OTROS DESTINOS: 6.2% del total de turistas

NOCHES DE PERNOCTA EN OTROS DESTINOS: 3.6 noches.

DESTINO	Q2 2019
TULUM	57.9
HOLBOX	26.3
CANCUN	26.3
BACALAR	21.1
PLAYA DEL CARMEN	15.8
MAHAHUAL	10.5
MERIDA	10.5
VALLADOLID	5.3
COZUMEL	5.3

	Q3 2018	Q4 2018	Q1 2019	Q2 2019
Actividades acuáticas	67.9	29.3	44.2	53.1
Cenotes y cavernas	4.6	18.3	11.6	17.3
Ciudades cercanas	41.2	43.9	41.1	29.6
Deportes	2.3	0.0	3.2	1.2
Entretenimiento	1.5	2.4	0.0	0.0
Naturaleza	1.5	3.7	3.2	2.5
Parque recreativo	25.2	32.9	26.3	17.3
Zonas arqueológicas	38.9	52.4	44.2	51.9

Respuestas sobre el 26.6% de los turistas

ACTIVIDADES CON LAS CUALES SE IDENTIFICA	% Q2 2019
ESTAR EN LA PISCINA Y PLAYA. DISFRUTAR DEL BUFFET Y LA ANIMACIÓN. ALGUNOS PARQUES.	55.6
SNORKEL, CUATRIMOTOS, TIROLESAS, CENOTES, ECOTURISMO.	13.5
CENA ROMÁNTICA, PLAYA, COMPRAS, ACTIVIDADES EN PAREJA.	12.8
YOGA, FITNESS, MEDITACIÓN, TEMAZCAL, PADDLE.	5.2
BARES, CLUBS DE PLAYA, DISCOTECAS, FIESTAS NOCTURNAS.	4.9
VISITAR ZONAS ARQUEOLÓGICAS, MUSEOS, COMUNIDADES MAYA.	3.8
GOLF, BUCEO, PESCA DEPORTIVA, CORRER.	1.4
ASISTIR A REUNIONES, CONFERENCIAS, TEAM BUILDING, CENAS EN GRUPO.	1.0
RESTAURANTES RECONOCIDOS, GASTRONOMIA LOCAL Y REGIONAL	1.0
SHOPPING DE MARCAS Y ARTÍCULOS DE LUJO, RESTAURANTES GOURMET, GOLF, PASEO EN YATE.	0.7

## PERSONALIDAD CON LA CUAL SE IDENTIFICÓ DURANTE SU VISTA

PERSONALIDAD	%
EXPLORADOR	22.1
EN ARMONIA	21.0
CONSENTIDO	17.6
ENAMORADO	14.8
FOODIE	12.8
ACTIVO	11.0
MOTIVADO	8.6
CONOCEDOR	6.6
FIESTERO	4.8
PARTICIPANTE	4.1
TRENDY	3.8