

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

MAHAHUAL
ENERO – MARZO 2024

**CARIBE
MEXICANO**

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA



METODOLOGÍA

El Perfil del Turista se obtiene mediante el levantamiento diario de encuestas que son administradas al turista por encuestadores debidamente capacitados.

Los levantamientos asociados a Cancún, Riviera Maya, Puerto Morelos, Costa Mujeres y Tulum se hacen en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de Cancún, aplicando un muestreo de tipo aleatorio.

En el caso de Chetumal, Bacalar y Mahahual, el muestreo es realizado en el Aeropuerto Internacional de Chetumal, en hoteles de los tres destinos y en otros puntos de confluencia de turistas. Son obtenidas 90 encuestas en cada destino para al final de cada trimestre contar con 270 encuestas que permitan alcanzar un nivel de confiabilidad del 94% en los resultados de la investigación.

En Cozumel se obtienen las encuestas en las salas de última espera del Aeropuerto Internacional de la ínsula, mientras que en el caso de Isla Mujeres las encuestas se levantan en la terminal marítima de la isla entre los turistas que esperan su regreso a la terminal de Puerto Juárez.

El presente reporte correspondiente a Mahahual fue elaborado con 280 encuestas obtenidas de turistas que se hospedaron en este destino.

MUESTRA

	Encuestas	Nivel de confianza (%)	Error (+/-)
Cancún	3,589	98.0	2.0
Playa del Carmen	2,338	98.0	2.4
Costa Mujeres	517	96.0	4.5
Puerto Morelos	497	96.0	4.6
Tulum	693	96.0	3.9
Isla Mujeres	406	95.0	5.0
Cozumel	291	94.0	5.5
Holbox	291	94.0	5.5
Bacalar	295	94.0	5.5
Mahahual	280	94.0	5.6
Chetumal	286	94.0	5.6
CARIBE MEXICANO	9,483	98.0	1.3

PROCEDENCIA



Número de casos: 280

PROCEDENCIA DEL TURISTA DE ESTADOS UNIDOS

	PROVINCIA	Q1 2023	Q1 2024
1	California	---	75.0
2	New Jersey	---	25.0
Casos			4

2. ¿Dónde vive? País y estado / provincia de residencia

PROCEDENCIA DEL TURISTA DE MÉXICO

	PROVINCIA	Q1 2023	Q1 2024
1	Ciudad de México	---	62.9
2	Estado de México	---	17.8
3	Jalisco	---	3.5
4	Morelos	---	3.5
5	Puebla	---	2.3
6	Querétaro	---	2.3
7	Baja California	---	1.9
8	Guanajuato	---	1.5
9	Hidalgo	---	1.2
10	Nuevo León	---	0.4
Casos			259

2. ¿Dónde vive? País y estado / provincia de residencia

PROCEDENCIA DEL TURISTA DE EUROPA

	PROVINCIA	Q1 2023	Q1 2024
1	España	---	33.3
2	Inglaterra	---	16.7
3	Alemania	---	16.7
4	Francia	---	8.3
5	Austria	---	8.3
6	Italia	---	8.3
7	Suecia	---	8.3
Casos			12

2. ¿Dónde vive? País y estado / provincia de residencia

PROCEDENCIA DEL TURISTA DE AMÉRICA LATINA

	PROVINCIA	Q1 2023	Q1 2024
1	Belice	---	100.0
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
Casos			1

2. ¿Dónde vive? País y estado / provincia de residencia

Anote con número el rango de edad de todos los integrantes de su grupo vacacional

EDAD DEL TURISTA



Baby Boomers
60 y más años

Q1 2024: 10.0% de los turistas
Q1 2023: ---%



Generación X
40 a 59 años

Q1 2024: 28.8% de los turistas
Q1 2023: ---%
-De 50 a 59 años 11.2%
-De 40 a 49 años 16.6%



Generación Y
30 a 39 años

Q1 2024: 31.4% de los turistas
Q1 2023: ---%



Generación Z
13 a 29 años

Q1 2024: 21.1% de los turistas
Q1 2023: ---%
-De 20 a 29 años 16.5%
-De 13 a 19 años 4.6%



Generación Alfa
0 a 12 años

Q1 2024: 9.7% de los turistas
Q1 2023: ---%
-De 7 a 12 años 3.7%
-De 4 a 6 años 3.4%
De 0 a 3 años 2.6%

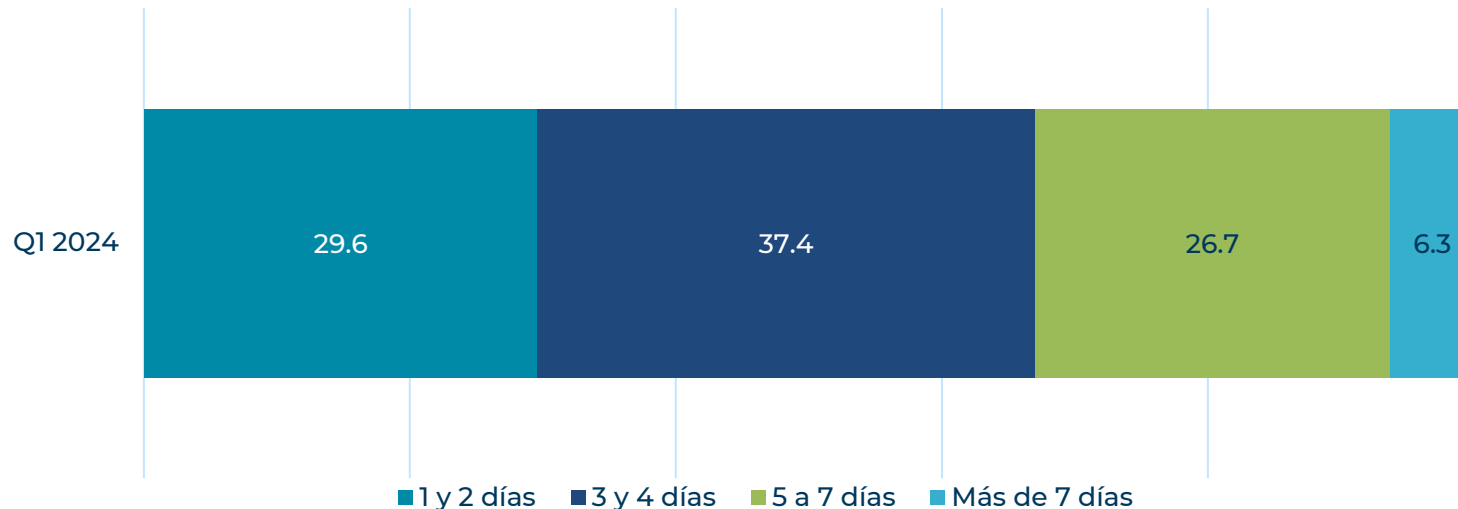
INGRESOS ANUALES EN DÓLARES

	Q1 2024
Más de \$150,000	0.8
De \$100,000 a \$150,000	2.8
De \$75,000 a \$99,999	2.8
De \$50,000 a \$74,999	5.7
De \$35,000 a \$49,999	10.5
De \$25,000 a \$34,999	12.6
De \$15,000 a \$24,999	23.1
Menos de \$15,000	41.7

Casos: 247

INGRESO ANUAL PERSONAL (rangos en dólares)

ESTANCIA Y TAMAÑO DE GRUPO



Q1 2023

Estancia media: --- días

Tamaño de grupo: --- personas

Q1 2024

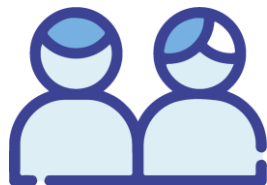
Estancia media: 4.8 días

Tamaño de grupo: 2.3 personas

3. ¿Cuántos días estuvo o estará en este destino (asegurarse que el entrevistado esté en su último o penúltimo día)?
7. ¿Cuántas personas componen su grupo vacacional (aquellas por las que usted paga el viaje, incluyéndose usted)?

Casos: 270

PERSONAS CON QUIENES VIAJA



Viaja en pareja

Q1 2023	Q1 2024
---%	35.7%



Viaja con amigos

Q1 2023	Q1 2024
---%	8.9%



Viaja en familia

Q1 2023	Q1 2024
---%	42.1%

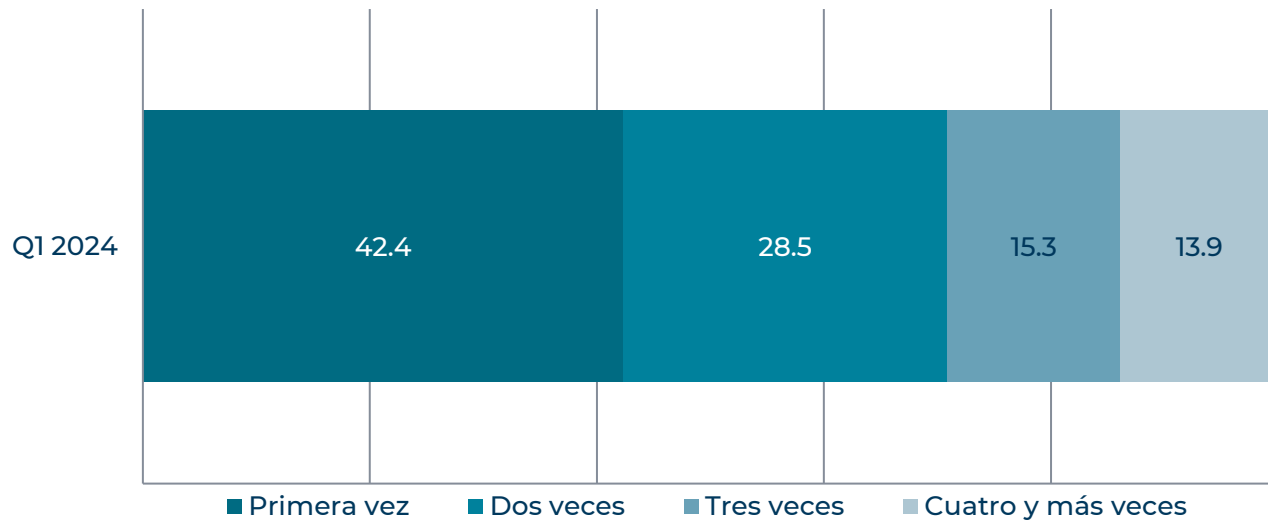


Viaja solo

Q1 2023	Q1 2024
---%	13.2%

7. ¿Con quiénes viaja?

VISITA Y TASA DE RETORNO



Q1 2023

Tasa de retorno al destino: ---%

Q1 2024

Tasa de retorno al destino: 57.6%

4. ¿Cuántas veces ha visitado este destino anteriormente?

Casos: 144

MOTIVOS DE VIAJE

	Q1 2024
Sol y playa	65.7
Naturaleza	35.0
Visitar familiares y amigos	25.0
Aventura	21.1
Cultura	16.1
Romance	12.1
Gastronomía	12.1
Fiesta y vida nocturna	6.1
Razones profesionales	3.9
Rural	3.6
Bienestar o wellness	3.2
Nómada digital	1.8
Eventos Dcm	0.7
Salud o médico	0.7
Boda	0.4

Multivariable: todos los porcentajes son sobre el 100% de los encuestados

Casos: 581

Muestra: 280

Multiplicidad: 2.08

6. De los siguientes MOTIVOS de viaje, ANOTE LA LETRA que corresponde al que MEJOR DESCRIBE su VIAJE ACTUAL.
Si tuvo OTROS MOTIVOS anote las letras (segundo y tercer motivos)

CANAL DE COMPRA



Agencia de viajes online

Q1 2024: 15.3%
Q1 2023: ---%



Agencia de viajes tradicional

Q1 2024: 10.7%
Q1 2023: ---%



Web compañía aérea

Q1 2024: 33.7%
Q1 2023: ---%



Buscador de viajes

Q1 2024: 18.8%
Q1 2023: ---%



Sitio de renta vacacional

Q1 2024: 6.1%
Q1 2023: ---%



Tiempo compartido

Q1 2024: 0.4%
Q1 2023: ---%



Sitio web del hotel

Q1 2024: 10.3%
Q1 2023: ---%



Oficina - teléfono compañía aérea

Q1 2024: 3.1%
Q1 2023: ---%



Teléfono del hotel

Q1 2024: 1.5%
Q1 2023: ---%

8. ¿Dónde compró su viaje?

USO Y TIPO DE PAQUETE



NO USÓ PAQUETE

Q1 2024: 66.0%

Q1 2023: ---%



TODO INCLUIDO

Q1 2024: 1.5%

Q1 2023: ---%



AVIÓN Y HOTEL

Q1 2024: 28.3%

Q1 2023: ---%



AVIÓN, HOTEL Y UN ALIMENTO

Q1 2024: 4.2%

Q1 2023: ---%

9. ¿Cómo compró su viaje?

DISTRIBUCIÓN DE LA DERRAMA

(Dólares por persona)

	1Q 2023	1Q 2024
Tamaño de grupo (personas)	---	3.1
Gasto total	---	\$1,042
Tarifa aérea	---	\$227
Hospedaje	---	\$375
Gasto en el destino	---	\$440

10. ¿Cuál fue su **GASTO TOTAL** por GRUPO de viaje incluyendo transporte de llegada y alojamiento? (en dólares)
¿Cuánto gastó en? Avión, hotel, servicios en el destino

TIPO DE HOSPEDAJE UTILIZADO

	Q1 2024
Hotel	72.7
Renta vacacional	19.3
Casa de amigos o familiares	4.5
Casa o condominio particular	1.9
Hostal	1.1

13. Nombre su hotel / hostal:

	Q1 2024
 Zonas arqueológicas	1.8
 Cenotes y cavernas	3.6
 Actividades acuáticas	43.9
 Parques recreativos	1.4
 Ciudades cercanas	29.6
 Naturaleza	0.4
 Entretenimiento	0.0
 Deportes	0.0

Multivariable:
Cada porcentaje está expresado sobre el total de turistas en el destino

Casos: 123
Muestra: 280
Multiplicidad: 0.44

Multivariable:
Cada porcentaje está expresado sobre el total de turistas en el destino

¿Qué LUGARES VISITÓ en
TOURS o EXCURSIONES durante ESTE VIAJE?

OTROS DESTINOS CONSIDERADOS ANTES DE ESTE VIAJE

	Q1 2024
Cancún	14.7
Tulum	14.0
Bacalar	8.7
Holbox	8.7
Cozumel	8.7
Los Cabos	5.3
Playa del Carmen	5.3
Oaxaca	4.0
Mérida	4.0
Belice	2.7

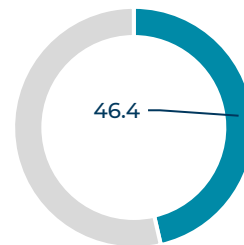
Además de este destino, qué otros destinos consideró al momento de elegir sus vacaciones:

Casos: 150

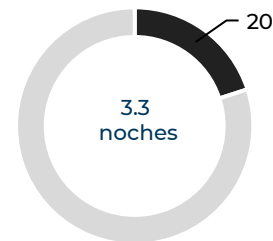
OTROS DESTINOS DONDE PERNOCTÓ DURANTE ESTE VIAJE

DESTINO	Q1 2024
Bacalar	51.8
Chetumal	23.5
Cancún	8.2
Holbox	4.7
Tulum	2.4
Playa del Carmen	2.4
Cozumel	2.4
Akumal	1.2
Costa Maya	1.2
Puerto Aventuras	1.2
Riviera Maya	1.2
Cobá	
Xcalak	
Isla Mujeres	

Q1 2024
% del total de turistas que
hicieron tours



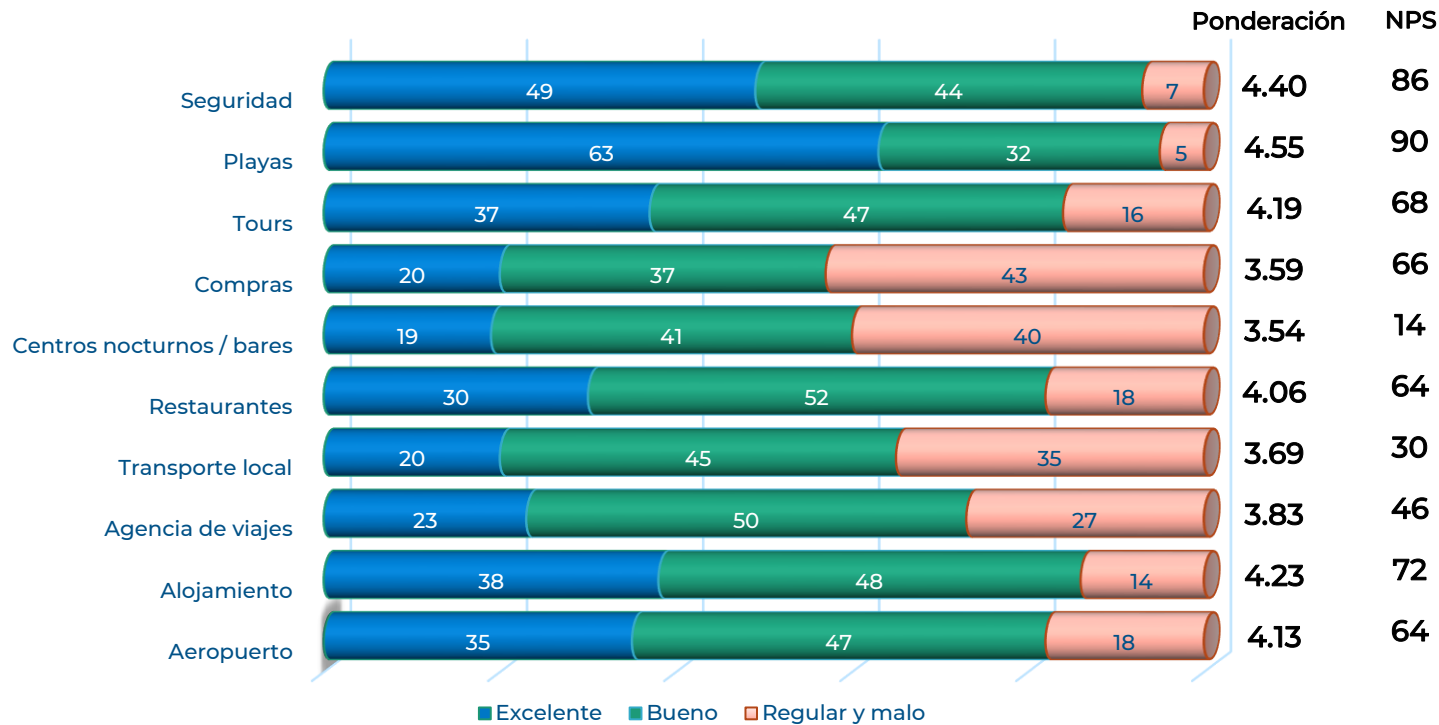
Q1 2024
% del total de turistas que
pernoctaron en otros destinos



3. ¿Durante este viaje al Caribe Mexicano cuántas noches durmió en? (listado de destinos)

Casos: 85

SATISFACCIÓN CON DIFERENTES ASPECTOS TURÍSTICOS DEL DESTINO

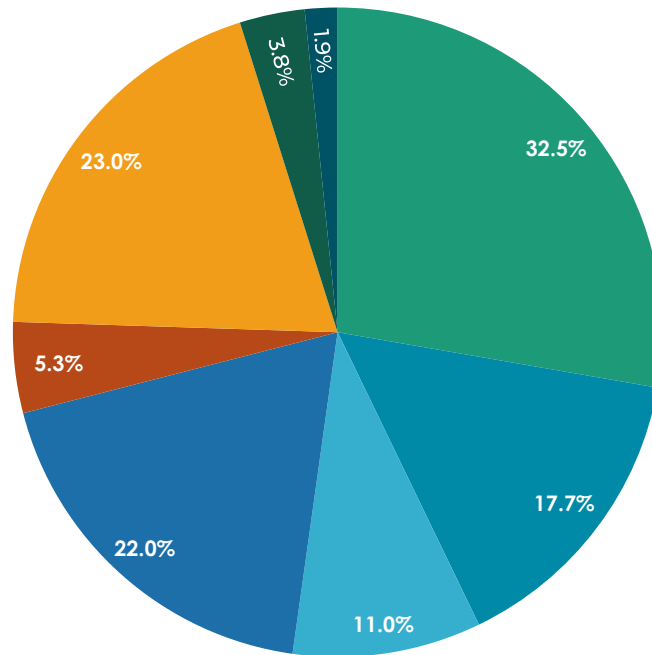


Ponderación: Es la calificación promedio que se obtiene al asignar 5 puntos a cada opinión excelente, 4 a una buena, 3 a una regular y 1 a una mala

17. CALIFIQUE los siguientes ASPECTOS de este destino:

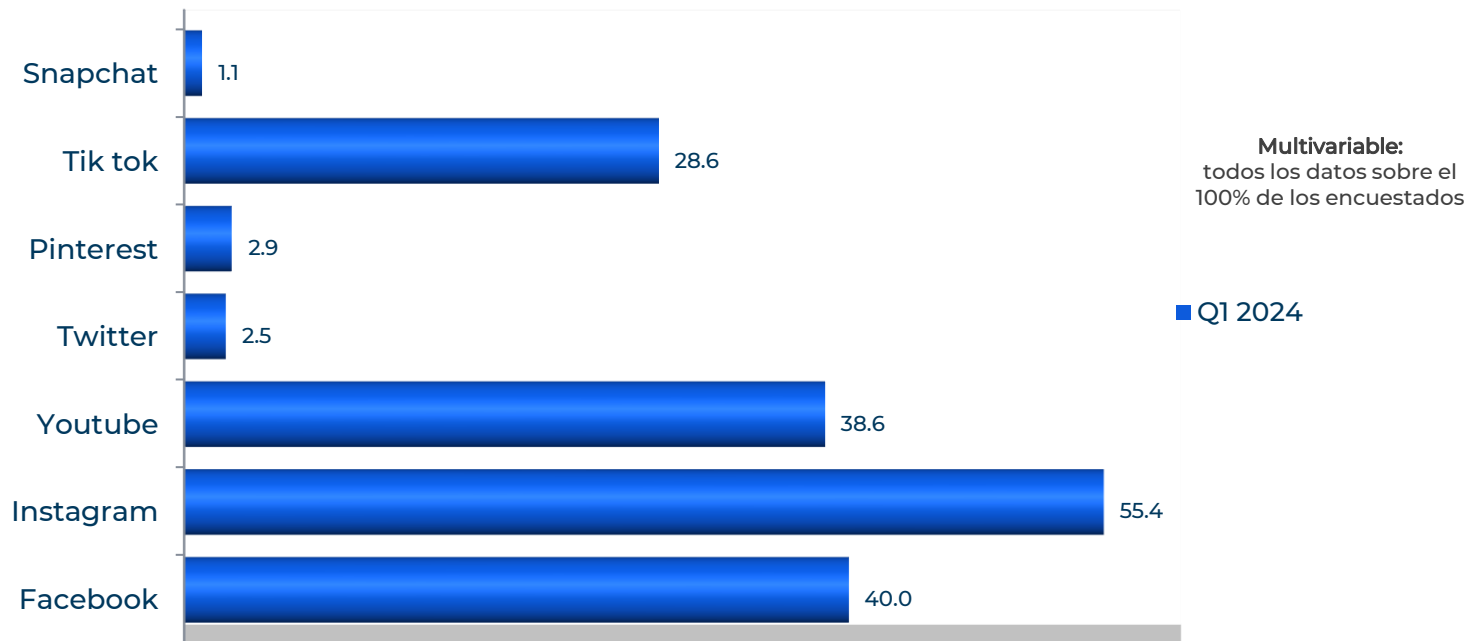
MEDIOS QUE INFLUYERON EN SU DECISIÓN DE VISITA

- Redes sociales
- Publicidad en internet
- Sitios especializados de viaje / blog
- Youtube
- Agencia de viajes
- Influencers en línea
- Revista / impreso
- Televisión y radio



5. ¿Qué MEDIO fue el que más INFLUYÓ en su ELECCIÓN de visitar este destino?

REDES SOCIALES QUE INSPIRARON SU VIAJE



5. ¿Cuáles son las PLATAFORMAS DIGITALES o REDES SOCIALES que más INSPIRAN su elección de destinos de viaje?

USO DE SMARTPHONE DURANTE SU ESTANCIA

	Q1 2024
RESTAURANTES	78.9
CENTROS NOCTURNOS	16.1
COMPRAS	11.1
TOURS	48.6

Multivariable:
todos los datos sobre el
100% de los encuestados

¿Durante su estancia en el destino USÓ su SMARTPHONE para conocer de?:

QUINTANA ROO

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA