

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

HOLBOX
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 Holbox fue elaborado con 291 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



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

Número de casos: 291

PROCEDENCIA DEL TURISTA DE ESTADOS UNIDOS

	PROVINCIA	Q1 2023	Q1 2024
1	California	---	37.1
2	Texas	---	14.3
3	Colorado	---	14.3
4	Míchigan	---	11.4
5	Florida	---	5.7
6	Oregon	---	5.7
7	New York	---	2.9
8	Minnesota	---	2.9
9	Illinois	---	2.9
10	Louisiana	---	2.9
Casos			35

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

PROCEDENCIA DEL TURISTA DE MÉXICO

	PROVINCIA	Q1 2023	Q1 2024
1	Ciudad de México	---	20.8
2	Nuevo León	---	17.0
3	Puebla	---	7.5
4	Morelos	---	7.5
5	Jalisco	---	5.7
6	Guanajuato	---	5.7
7	Chihuahua	---	3.8
8	Querétaro	---	3.8
9	Tlaxcala	---	3.8
10	Guerrero	---	3.8
Casos			53

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

PROCEDENCIA DEL TURISTA DE CANADÁ

	PROVINCIA	Q1 2023	Q1 2024
1	Ontario	---	60.0
2	Alberta	---	20.0
3	British Columbia	---	20.0
4			
5			
6			
7			
8			
9			
	Casos		5

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

PROCEDENCIA DEL TURISTA DE EUROPA

	PROVINCIA	Q1 2023	Q1 2024
1	Francia	---	28.9
2	Inglaterra	---	16.2
3	Alemania	---	13.4
4	Holanda	---	10.6
5	España	---	9.2
6	Bélgica	---	7.0
7	Italia	---	4.9
8	Suiza	---	2.8
9	Polonia	---	2.1
10	Austria	---	1.4
	Casos		142

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

PROCEDENCIA DEL TURISTA DE AMÉRICA LATINA

	PROVINCIA	Q1 2023	Q1 2024
1	Argentina	---	85.7
2	Uruguay	---	9.5
3	Perú	---	4.8
4		---	
5		---	
6		---	
7		---	
8		---	
9		---	
10		---	
Casos			21

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: 4.2% de los turistas
Q1 2023: ---%



Generación X
40 a 59 años

Q1 2024: 26.7% de los turistas
Q1 2023: ---%
-De 50 a 59 años 8.0%
-De 40 a 49 años 18.7%



Generación Y
30 a 39 años

Q1 2024: 41.9% de los turistas
Q1 2023: ---%



Generación Z
13 a 29 años

Q1 2024: 22.8% de los turistas
Q1 2023: ---%
-De 20 a 29 años 20.7%
-De 13 a 19 años 2.1%



Generación Alfa
0 a 12 años

Q1 2024: 4.5% de los turistas
Q1 2023: ---%
-De 7 a 12 años 1.7%
-De 4 a 6 años 1.7%
De 0 a 3 años 1.1%

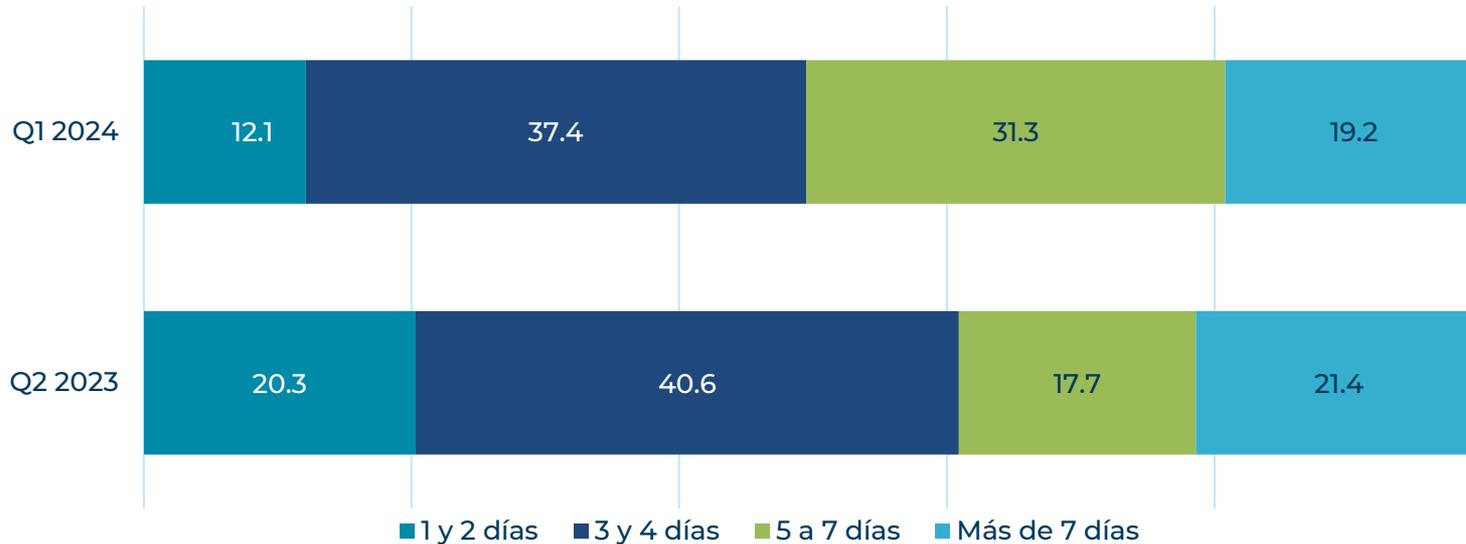
INGRESOS ANUALES EN DÓLARES

	Q1 2024
Más de \$150,000	1.7
De \$100,000 a \$150,000	3.0
De \$75,000 a \$99,999	6.9
De \$50,000 a \$74,999	10.7
De \$35,000 a \$49,999	24.5
De \$25,000 a \$34,999	33.5
De \$15,000 a \$24,999	12.9
Menos de \$15,000	6.9

Casos: 233

INGRESO ANUAL PERSONAL (rangos en dólares)

ESTANCIA Y TAMAÑO DE GRUPO



Q1 2023

Estancia media: --- días

Tamaño de grupo: --- personas

Q1 2024

Estancia media: 4.7 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: 265

PERSONAS CON QUIENES VIAJA



Viaja en pareja

Q1 2023	Q1 2024
---%	72.4%



Viaja con amigos

Q1 2023	Q1 2024
---%	8.3%



Viaja en familia

Q1 2023	Q1 2024
---%	14.1%

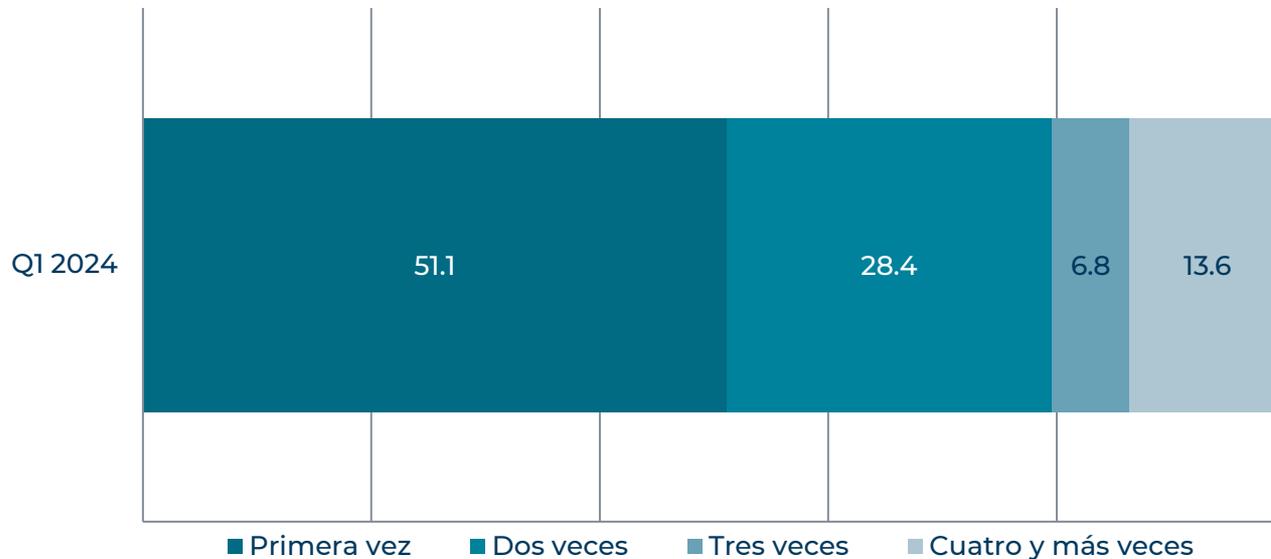


Viaja solo

Q1 2023	Q1 2024
---%	5.2%

7. ¿Con quiénes viaja?

VISITA Y TASA DE RETORNO



Q1 2023

Tasa de retorno al destino: ---%

Q1 2024

Tasa de retorno al destino: 48.9%

4. ¿Cuántas veces ha visitado este destino anteriormente?

Casos: 88

MOTIVOS DE VIAJE

	Q1 2024
Sol y playa	77.3
Cultura	45.0
Aventura	34.7
Naturaleza	30.6
Gastronomía	17.2
Visitar familiares y amigos	15.8
Romance	11.3
Rural	11.3
Fiesta y vida nocturna	7.2
Bienestar o wellness	1.4
Razones profesionales	1.0
Boda	1.0
Salud o médico	0.7
Nómada digital	0.7
Eventos Dcm	0.3

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

Casos: 744

Muestra: 291

Multiplicidad: 2.56

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)

Casos: 744

CANAL DE COMPRA



Agencia de viajes online

Q1 2024: 16.1%
Q1 2023: ---%



Agencia de viajes tradicional

Q1 2024: 23.2%
Q1 2023: ---%



Web compañía aérea

Q1 2024: 36.8%
Q1 2023: ---%



Buscador de viajes

Q1 2024: 13.9%
Q1 2023: ---%



Sitio de renta vacacional

Q1 2024: 3.2%
Q1 2023: ---%



Tiempo compartido

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



Sitio web del hotel

Q1 2024: 5.7%
Q1 2023: ---%



Oficina - teléfono compañía aérea

Q1 2024: 0.0%
Q1 2023: ---%



Teléfono del hotel

Q1 2024: 0.7%
Q1 2023: ---%

8. ¿Dónde compró su viaje?

USO Y TIPO DE PAQUETE



9. ¿Cómo compró su viaje?

Casos: 283

DISTRIBUCIÓN DE LA DERRAMA

(Dólares por persona)

	1Q 2023	1Q 2024
Tamaño de grupo (personas)	---	2.3
Gasto total	---	\$1,531
Tarifa aérea	---	\$379
Hospedaje	---	\$512
Gasto en el destino	---	\$640

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	85.3
Renta vacacional	8.8
Hostal	3.7
Casa de amigos o familiares	1.1
Casa o condominio particular	1.1

13. Nombre su hotel / hostal:



Zonas arqueológicas

Q1 2024

15.1



Cenotes y cavernas

7.2



Actividades acuáticas

42.3



Parques recreativos

1.7



Ciudades cercanas

16.2



Naturaleza

0.0



Entretenimiento

0.3



Deportes

0.0

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

Casos: 241
Muestra: 291
Multiplicidad: 0.83

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

OTROS DESTINOS CONSIDERADOS ANTES DE ESTE VIAJE

	Q1 2024
Bacalar	8.5
Oaxaca	8.5
Playa del Carmen	8.5
Cozumel	6.4
Mérida	6.4
Tulum	4.3
Isla Mujeres	4.3
Mazatlán	4.3
Cuba	2.1
Cancún	2.1

Casos: 47

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

OTROS DESTINOS DONDE PERNOCTÓ DURANTE ESTE VIAJE

DESTINO	Q1 2024
Cancún	34.5
Bacalar	13.8
Playa del Carmen	11.7
Cozumel	11.7
Isla Mujeres	11.7
Tulum	9.0
Coba	2.8
Chetumal	2.1
Akumal	1.4
Mérida	0.7
Puerto Aventuras	0.7
Costa Maya	
Costa Mujeres	
Valladolid	
Riviera Maya	

Q1 2024
% del total de turistas que hicieron tours



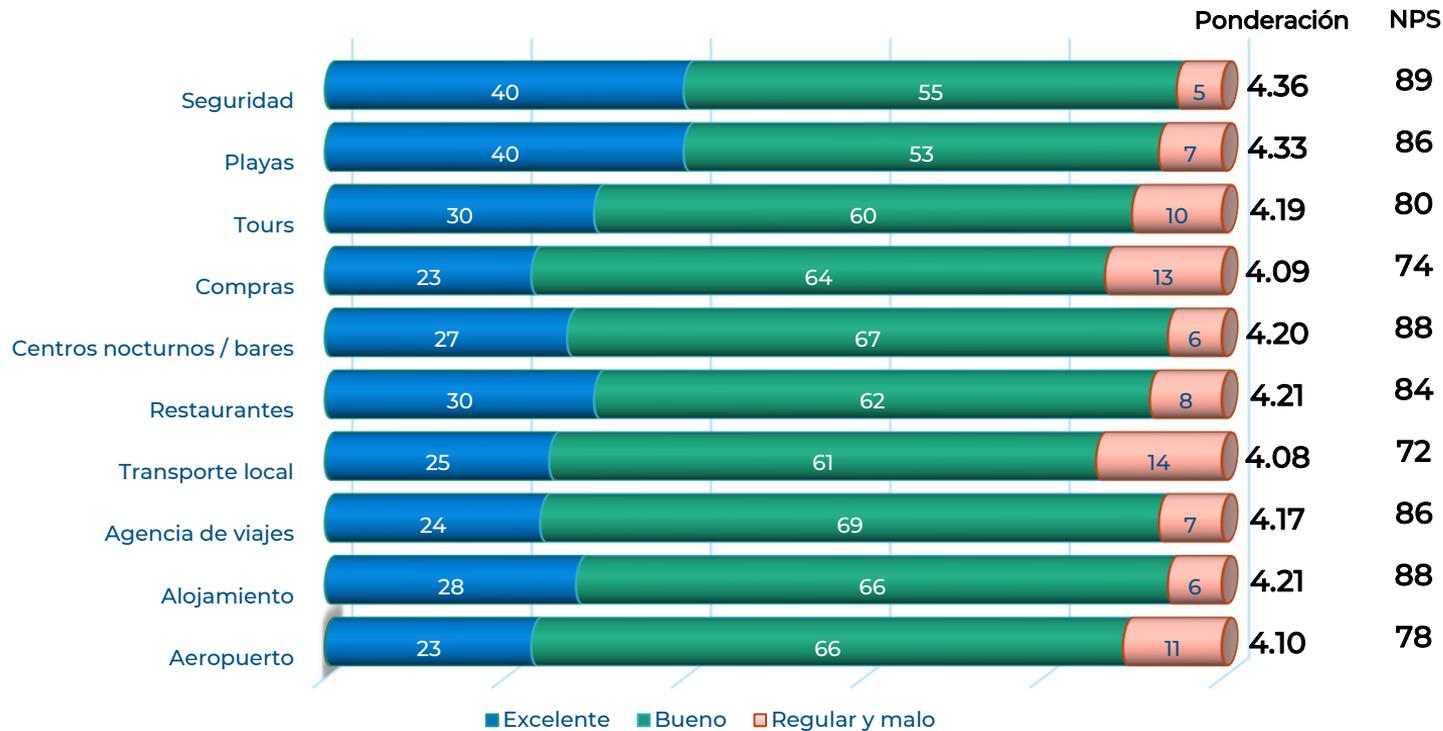
Q1 2024
% del total de turistas que pernoctaron en otros destinos



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

Casos: 145

SATISFACCIÓN CON DIFERENTES ASPECTOS TURÍSTICOS DEL DESTINO

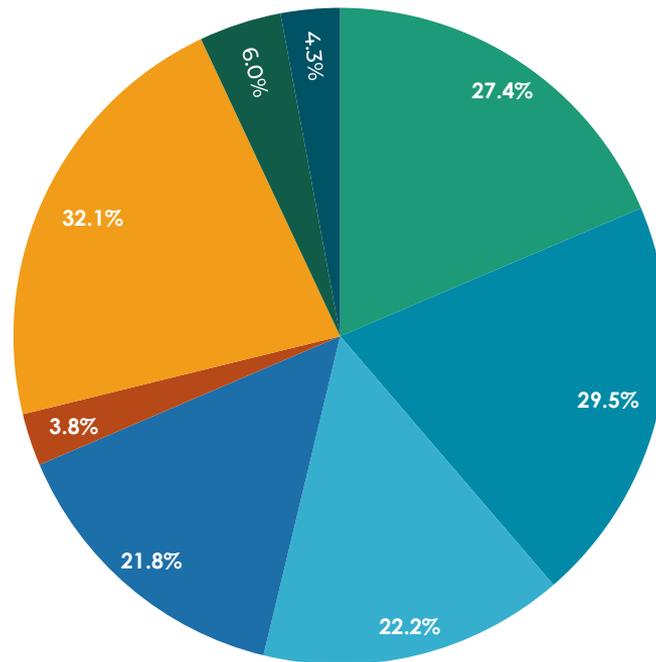


Ponderación: Es la calificación promedio que se obtiene al asignar 5 puntos a cada opinión excelente, 4 a una buena, 3 a una regular y 1 a una mala

17. CALIFIQUE los siguientes ASPECTOS de este destino:

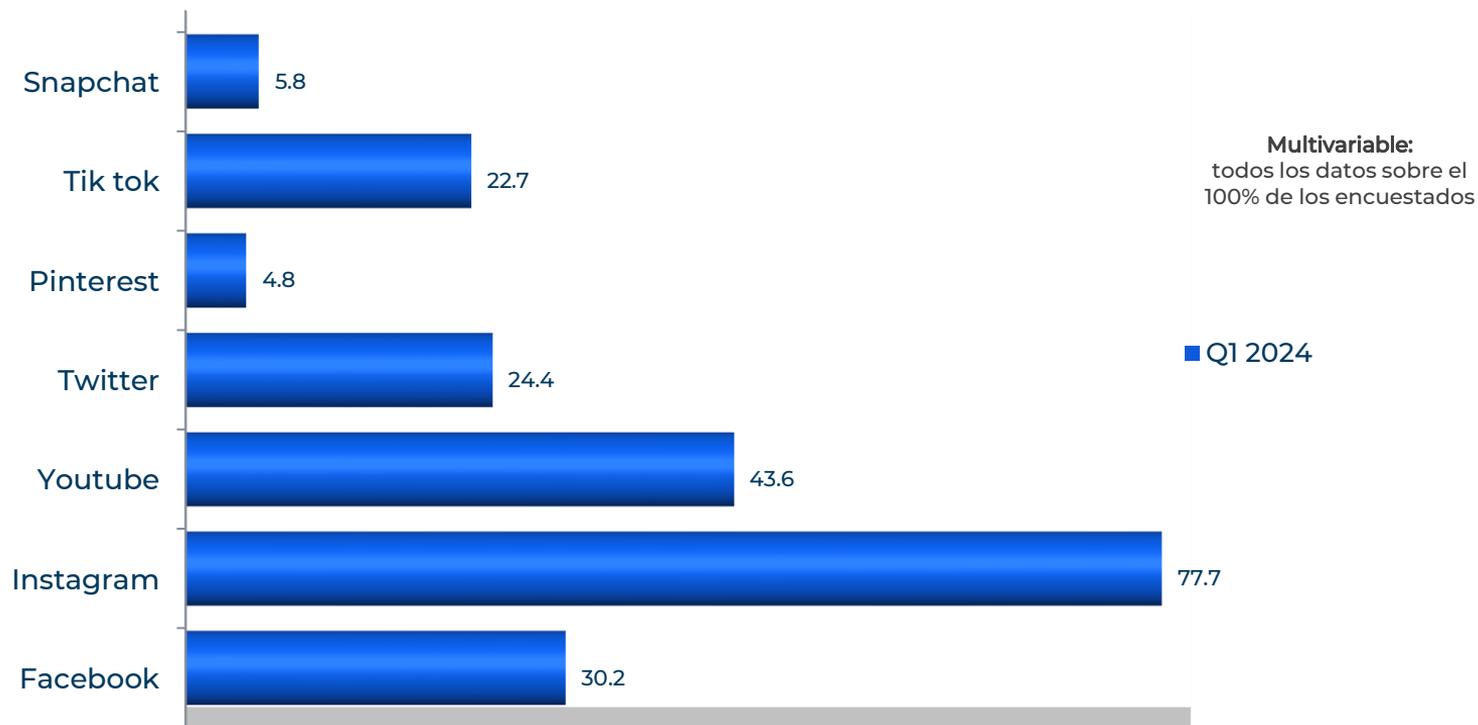
MEDIOS QUE INFLUYERON EN SU DECISIÓN DE VISITA

- 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	85.9
CENTROS NOCTURNOS	21.6
COMPRAS	33.7
TOURS	53.6

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

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

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

QUINTANA ROO
CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA