



MARKETING
CONSULTANTS

Información que se transforma en resultados

ESTUDIO TURISTA PUERTO MORELOS

Resultados anuales 2016

Muy atentamente le recordamos la importancia de **conservar la confidencialidad** de la información que les proporcionan los **Estudios Turista**.

Los Estudios Turista **son estudios cuyos costos de elaboración mensual excederían con mucho las posibilidades de pago de cualquier empresa** y por esta razón son estudios sindicados. En otras palabras **es necesario que para su realización su costo se reparta entre un grupo de clientes**.

Los **derechos de autor de la información de los Estudios Turista están reservados y no se permite su reproducción ni difusión** por ningún medio si no es permitida expresamente y por escrito por Marketing Consultants.

Además de que estos hechos constituyen una falta grave, **la reproducción o difusión no autorizada del Estudio Turista puede llevar a que Marketing Consultants no tenga los ingresos suficientes para continuar con su levantamiento**, lo cual privaría a su empresa y a muchas otras empresas de la región de este instrumento de planeación tan útil.

Marketing Consultants es una empresa establecida en Cancún desde 1991 que se ha especializado en la investigación de los mercados turísticos y en la asesoría a las principales empresas de la región que participan en esta actividad.

Desde su fundación nuestra empresa realiza mensualmente el Estudio Turista Cancún y a partir de 1996 empezó también a elaborar el Estudio Turista de la Riviera Maya, por lo cual contamos con una base de casi 275 mil registros sobre el comportamiento del turista en estos dos destinos.

A estas investigaciones de carácter permanente se suman los diversos estudios ad hoc que se desarrollan para las más importantes empresas turísticas, inmobiliarias y de todo tipo que se relacionan con el desarrollo económico de Quintana Roo.

Para mayores informes sobre Marketing Consultants visite nuestra página www.mktconsultants.com.mx o bien llame a nuestros teléfonos (998)898-14-06 y 07.

	<i>PÁGINA</i>
<i>INTRODUCCIÓN</i>	6
<i>METODOLOGÍA</i>	7
<i>INDICADORES TURÍSTICOS PRINCIPALES</i>	9
<i>PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA</i>	11
<i>HOTELES Y TIEMPOS COMPARTIDOS</i>	30
<i>RESTAURANTES, CENTROS NOCTURNOS, CENTROS COMERCIALES Y TOURS</i>	37
<i>MEDIOS PUBLICITARIOS</i>	43

A continuación se presentan los resultados anuales del Estudio Turista Puerto Morelos correspondientes a 2016.

El estudio inicia con los principales indicadores turísticos del destino, tales como el número de cuartos, la ocupación hotelera y el número de turistas que visitaron el destino.

A partir de estos números absolutos se presentan los diferentes temas relativos a la experiencia vacacional de los turistas en Isla Mujeres:

- *El perfil socio demográfico del turista,*
- *Las principales características de su visita tales como su estancia y su derrama económica,*
- *Hoteles, uso y venta de tiempos compartidos,*
- *Restaurantes, centros nocturnos y centros comerciales,*
- *Tours y otras actividades recreativas,*
- *Medios publicitarios dirigidos al turista.*

Los resultados se presentan en tablas y gráficos a fin de facilitar su lectura y análisis.

Para llevar a cabo el Estudio Turista se utiliza el método de investigación descriptiva, para lo cual se cuenta con un cuestionario con un diseño previamente planeado y estructurado.

Tamaño de la muestra:

Promedio mensual de turistas que visitan el norte de Quintana Roo: 800,000

$$\text{Muestra para poblaciones finitas} = \frac{4 p q N}{s^2 (N - 1) + 1}$$

Confiabilidad: 97.2%

Tamaño de la muestra: 1,600 encuestas

Método de recolección de la información:

El levantamiento de encuestas se hace mediante un muestreo aleatorio, estratificado de acuerdo con cuotas según lugar de origen del visitante.

La unidad de muestreo es el turista que visitó Cancún y la Riviera Maya y está saliendo por el Aeropuerto Internacional de Cancún.

El cuestionario es auto-administrado, distribuido por un encuestador previamente entrenado en las salas de última espera del Aeropuerto.

Este lugar es idóneo para el levantamiento de las encuestas pues el turista tiene fresca la memoria de su experiencia en el destino y además tiene tiempo para llenar la encuesta con calma en espera del abordaje de su vuelo.

El levantamiento de encuestas se realiza todos los días de la semana en las terminales 2 y 3 del Aeropuerto Internacional de Cancún, obteniendo a un promedio de 70 encuestas diarias.

De acuerdo con el número de vuelos que recibe cada terminal, el 25% de las encuestas se administran en la terminal 2 y el 75% en la terminal 3.

Se levanta no más de una encuesta por grupo de visitantes y no más de 3 encuestas por vuelo.

INDICADORES TURÍSTICOS PRINCIPALES

Resultados anuales 2016

PUERTO MORELOS: INDICADORES TURÍSTICOS BÁSICOS

AÑO	Número de cuartos	Porcentaje de ocupación	Número de turistas (*)
2014	4,540	83.5	669,946
2015	5,731	83.0	840,245
2016	5,079	81.8	707,299

FUENTE: Asociación de Hoteles de Cancún.

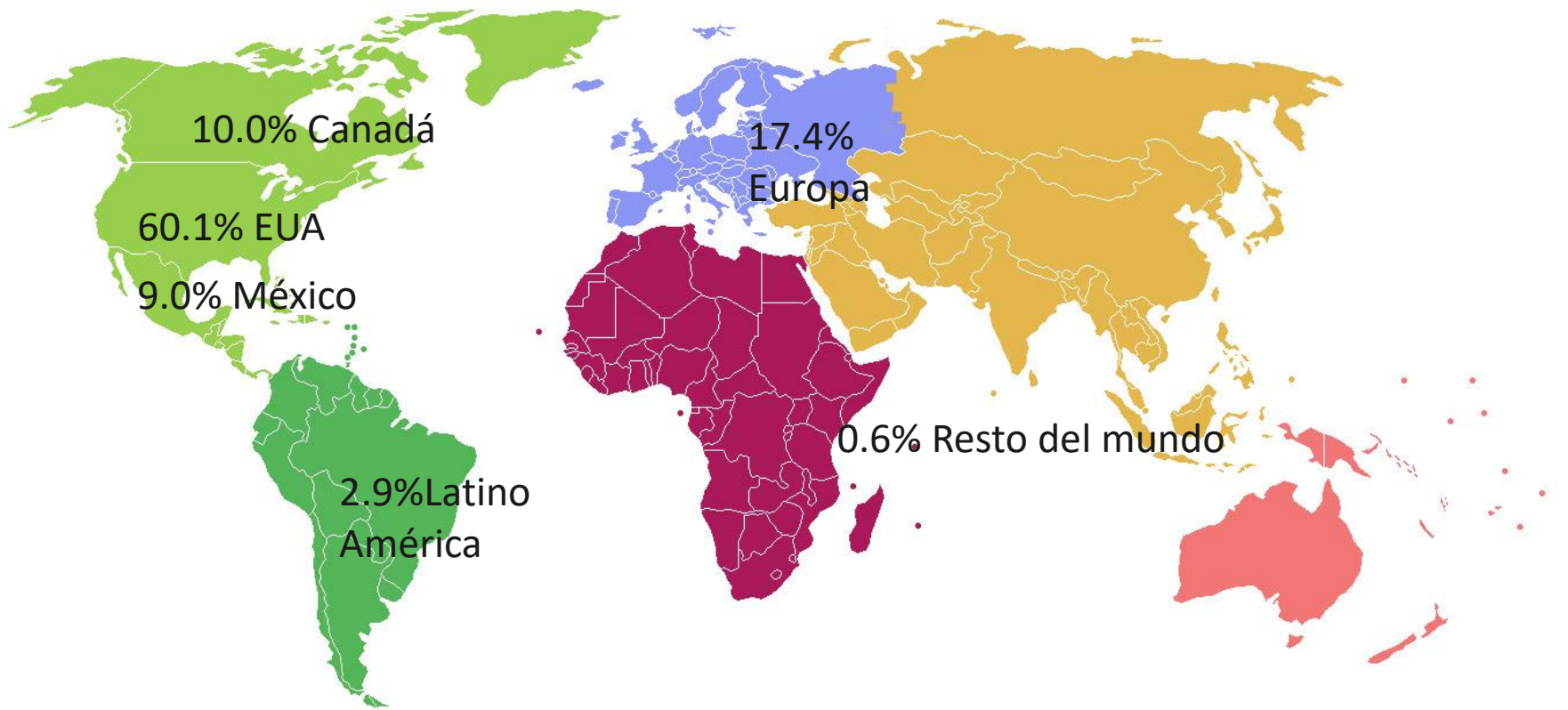
(*) estimaciones de Marketing Consultants con base en los datos de cuartos y ocupación proporcionados por la Asociación de Hoteles de Cancún.

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

Resultados anuales 2016

PERFIL

PROCEDENCIA DEL TURISTA



Porcentaje de respuesta 100.0% del total de turistas

ESTADO	%	ESTADO	%
TEXAS	12.8	WISCONSIN	3.0
ILLINOIS	7.0	MICHIGAN	2.9
PENNSYLVANIA	6.0	WASHINGTON	2.6
FLORIDA	5.9	MISSOURI	2.4
NEW YORK	5.6	INDIANA	2.3
CALIFORNIA	5.2	COLORADO	1.7
OHIO	5.2	TENNESSEE	1.7
MINNESOTA	5.0	MASSACHUSETTS	1.4
GEORGIA	4.0	SOUTH CAROLINA	1.3
NORTH CAROLINA	3.9	VIRGINIA	1.3
NEW JERSEY	3.6	IOWA	1.1
MARYLAND	3.3	KANSAS	1.0

Porcentaje de respuesta 94.1% del total de turistas estadounidenses

ESTADO	%	ESTADO	%
Nuevo León	27.3	Aguascalientes	0.9
Estado de México	23.6	Baja California	0.9
Distrito Federal	14.5	Colima	0.9
Jalisco	6.4	Oaxaca	0.9
Coahuila	4.5	Puebla	0.9
Chihuahua	3.6	Sonora	0.9
Guanajuato	3.6	Tamaulipas	0.9
Michoacán	3.6	Yucatán	0.9
Morelos	2.7		
Queretaro	2.7		

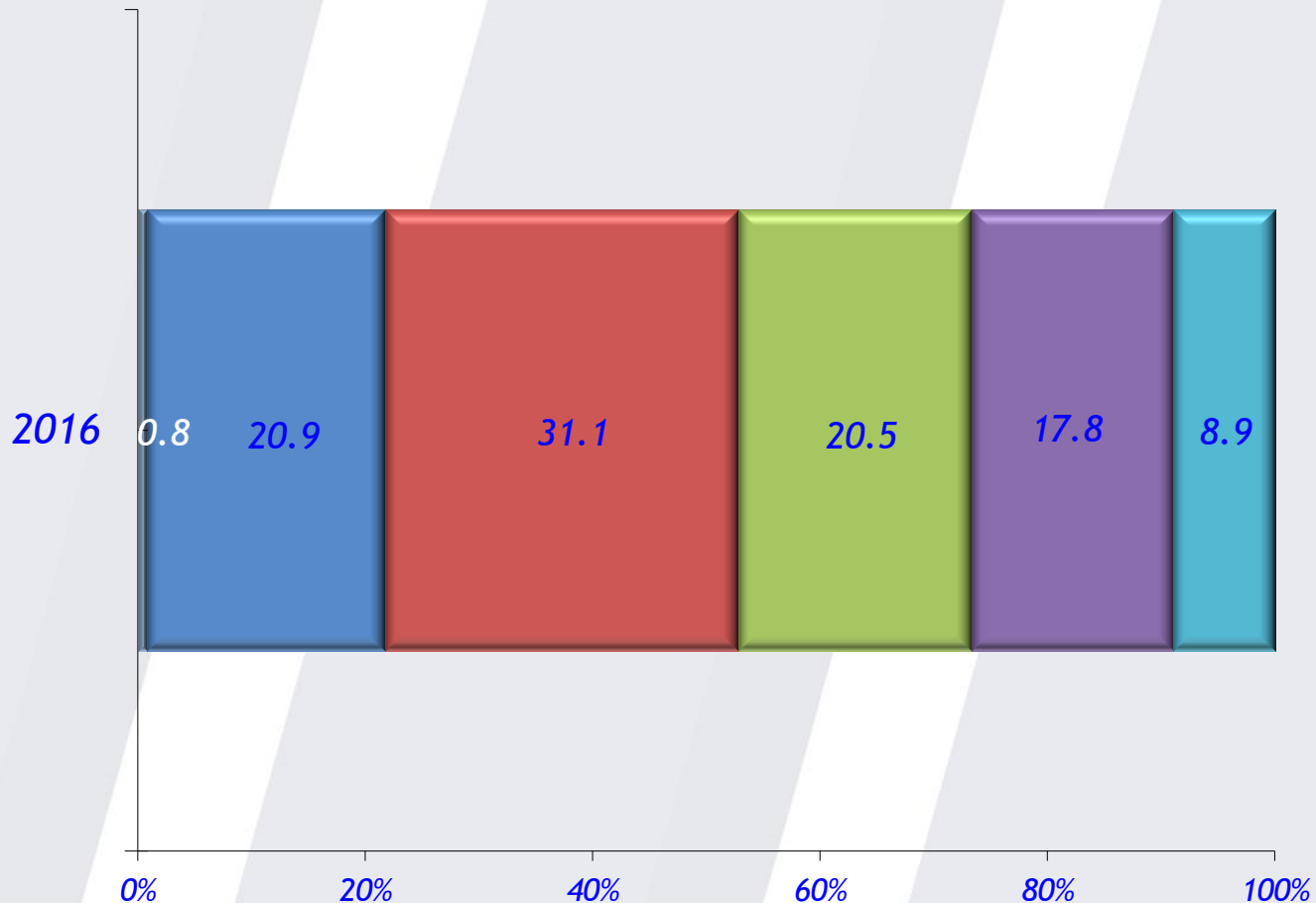
Porcentaje de respuesta 99.1% del total de turistas mexicanos

PROVINCIA	%
ONTARIO	48.0
ALBERTA	21.4
QUEBEC	17.3
COLUMBIA BRITANICA	7.1
NUEVA ESCOCIA	3.1
MANITOBA	1.0
SASKATCHEWAN	1.0
TERRITORIOS DEL NORESTE	1.0

Porcentaje de respuesta 79.7% del total de turistas canadienses

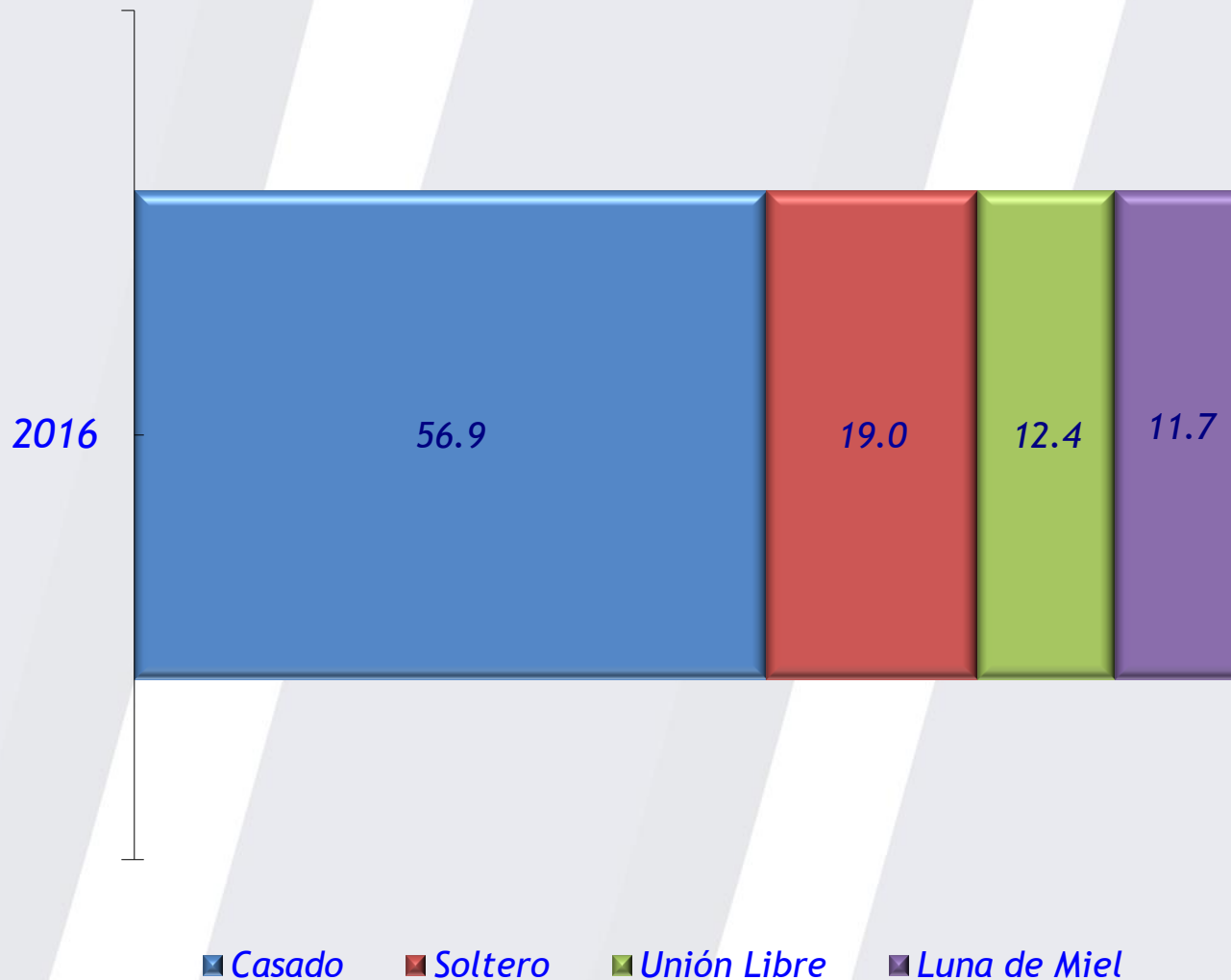
PAÍS	%	PAÍS	%
Inglaterra	72.9	Austria	0.9
Escocia	5.6	España	0.9
Irlanda	4.2	Italia	0.9
Francia	3.7	Suecia	0.9
Alemania	2.3	Dinamarca	0.5
Bélgica	2.3	Portugal	0.5
Holanda	1.9	Polonia	0.5
Gales	1.4	Suiza	0.5

Porcentaje de respuesta 99.5% del total de turistas europeos



■ Menos de 20 ■ 21 a 30 años ■ 31 a 40 años ■ 41 a 50 años ■ 51 a 60 años ■ Más de 60 años

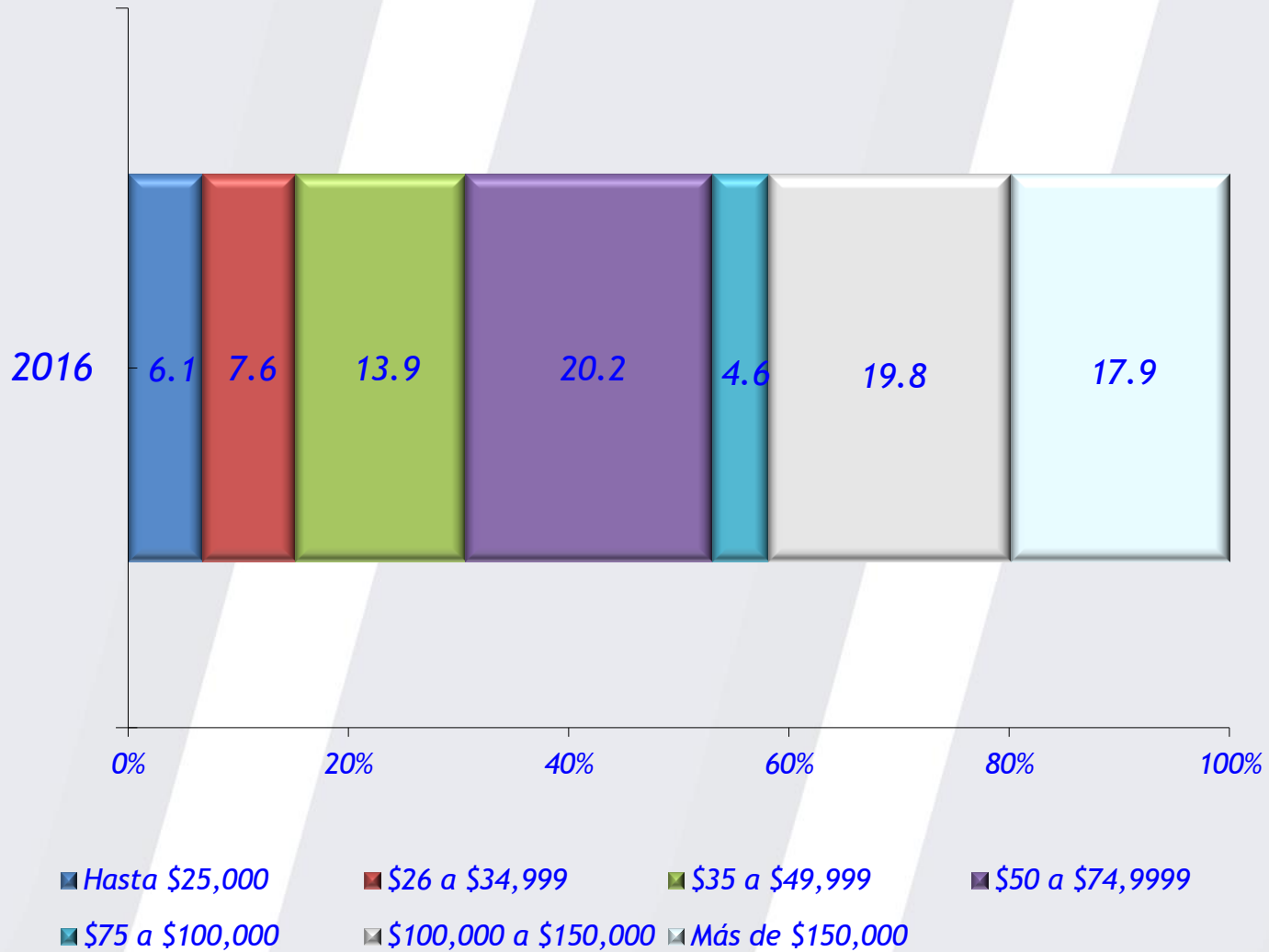
Porcentaje de respuesta 96.4%



Porcentaje de respuesta 97.4%

PERFIL

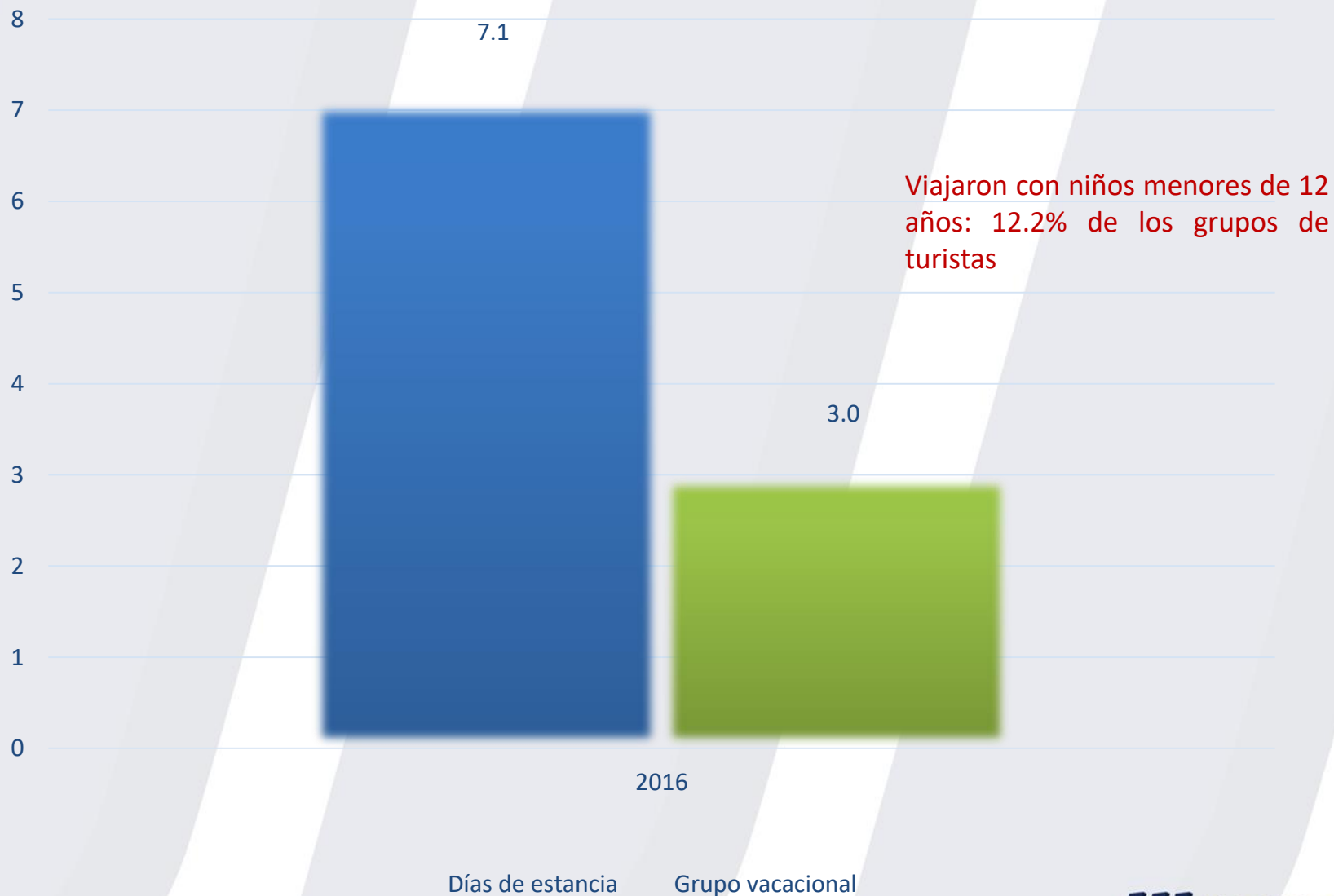
INGRESO ANUAL POR FAMILIA, Dólares al año Participación de mercado



Porcentaje de respuesta 85.7%

TAMAÑO DE GRUPO Y ESTANCIA PROMEDIO

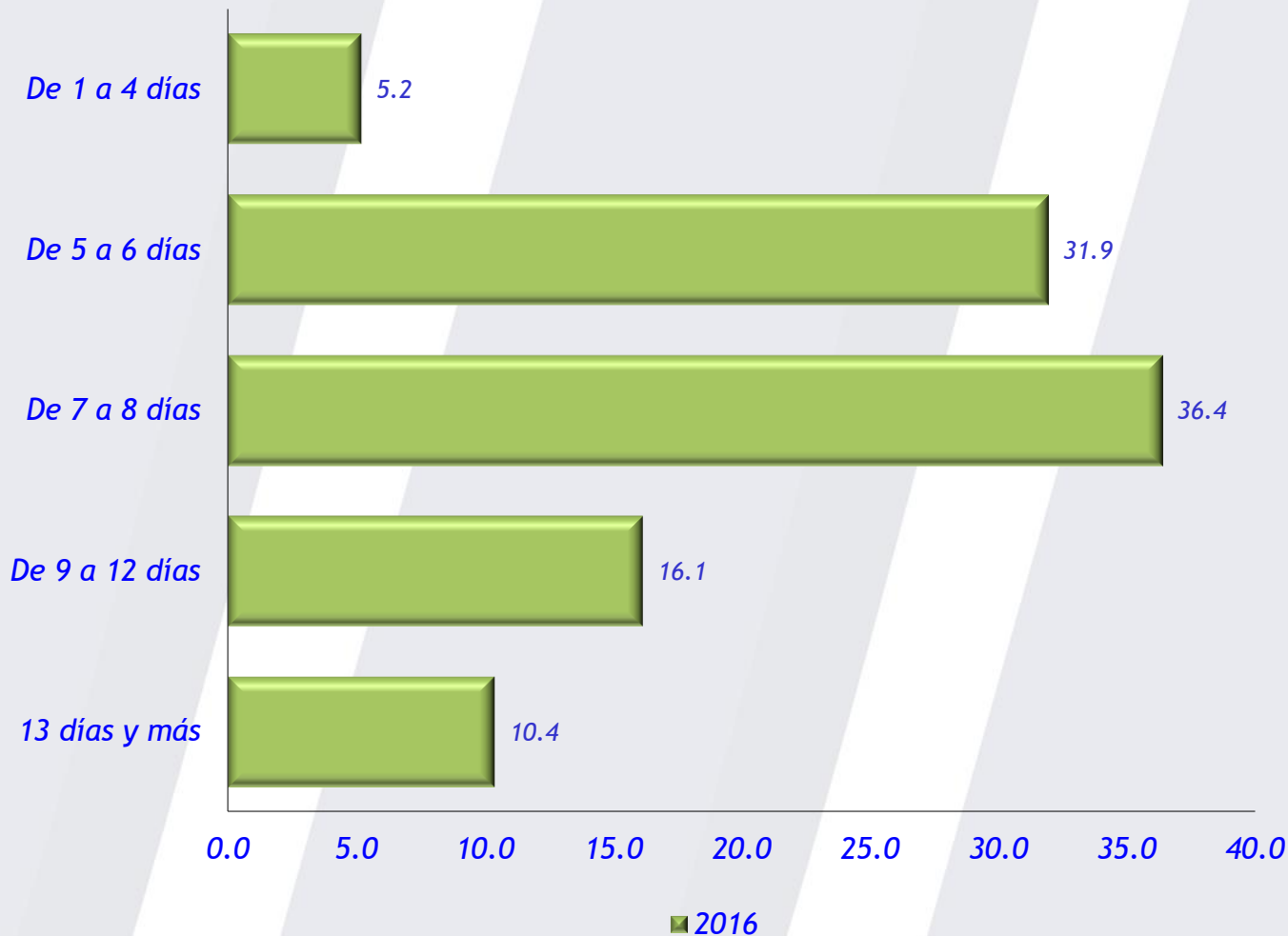
Número de turistas por grupo y días de estancia



2016

PERFIL

ESTANCIA EN EL DESTINO Días de estancia

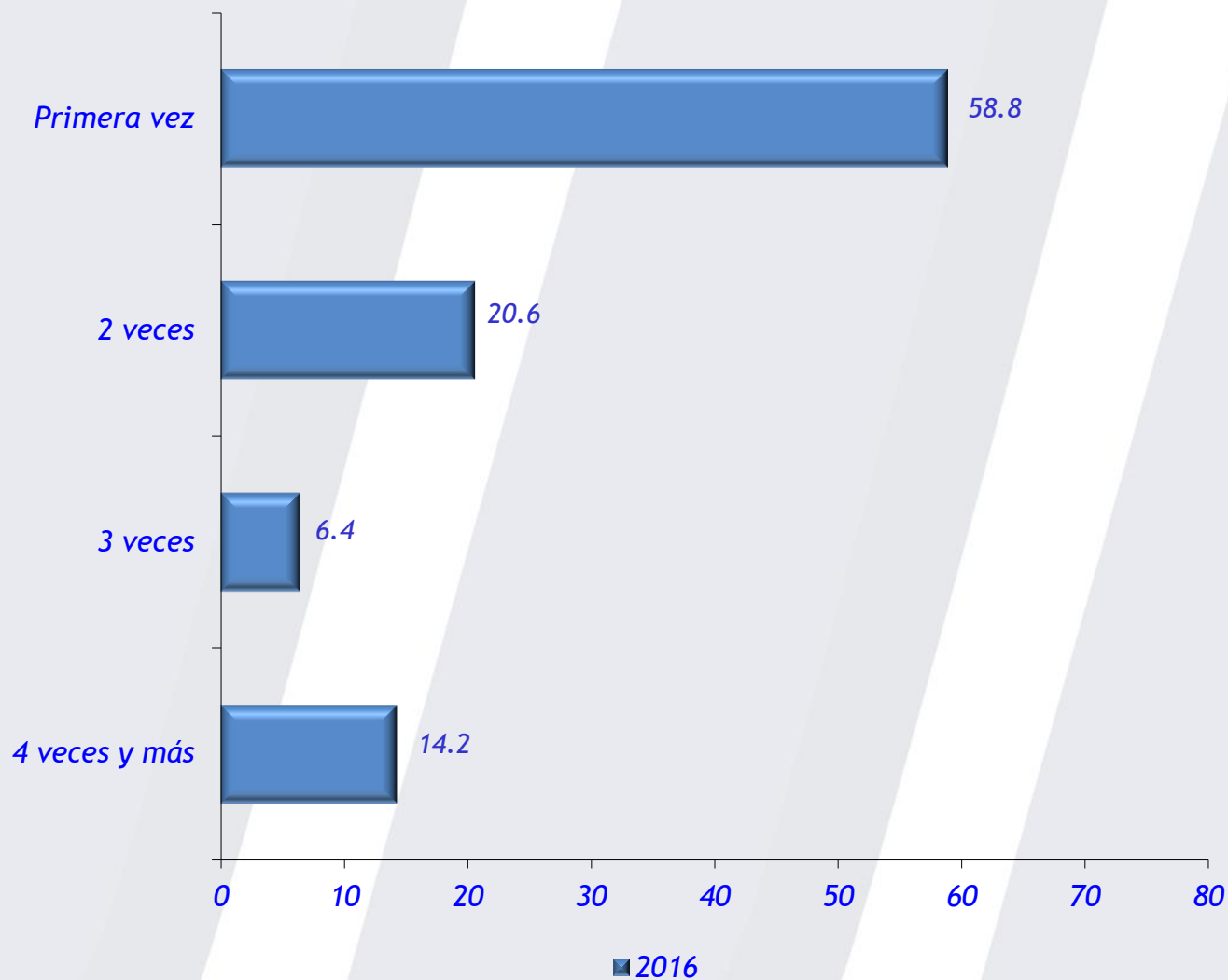


Porcentaje de respuesta 98.5%

Estancia promedio 7.1 días

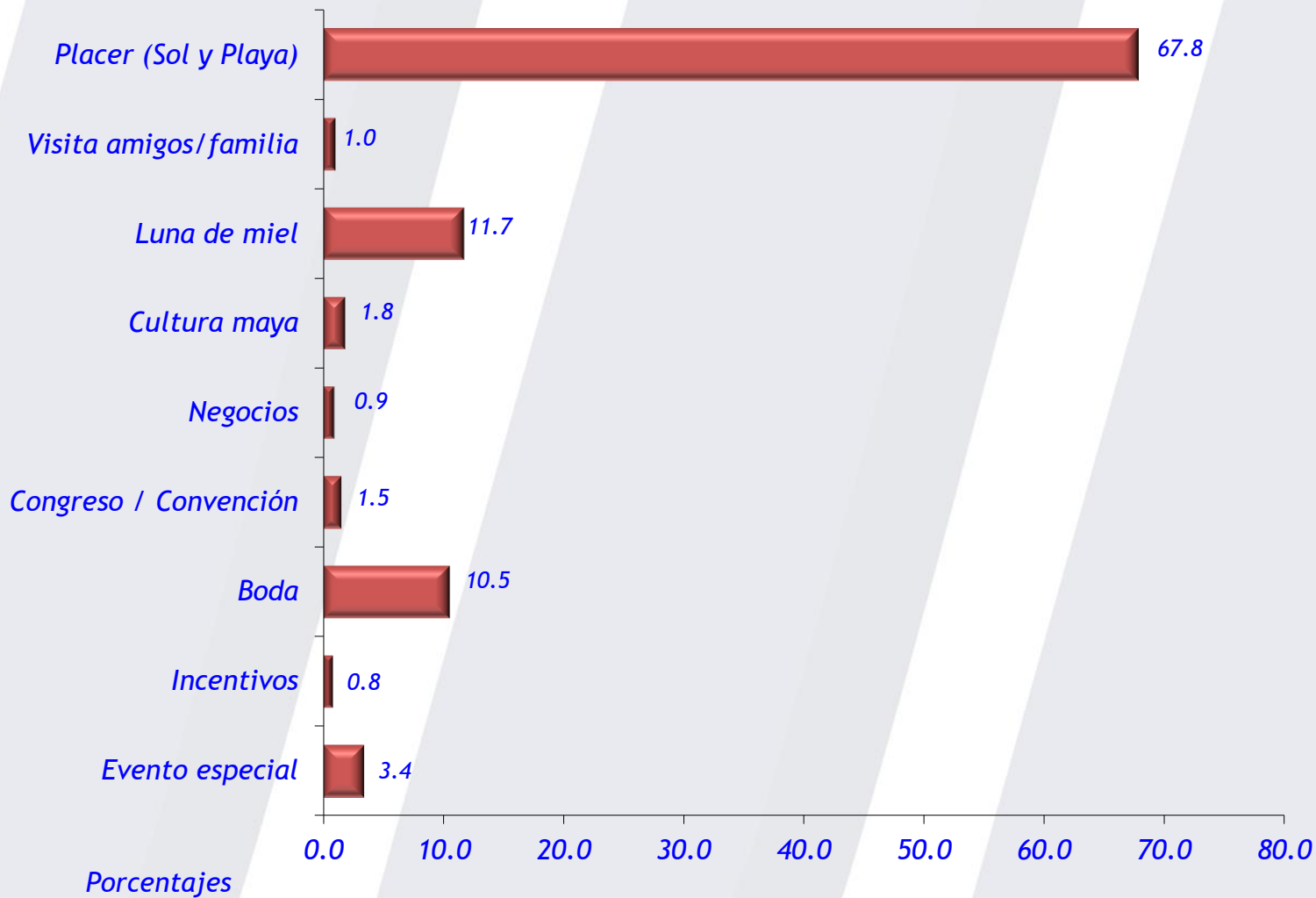
PERFIL

ÍNDICE DE RETORNO AL DESTINO Veces que ha visitado este destino



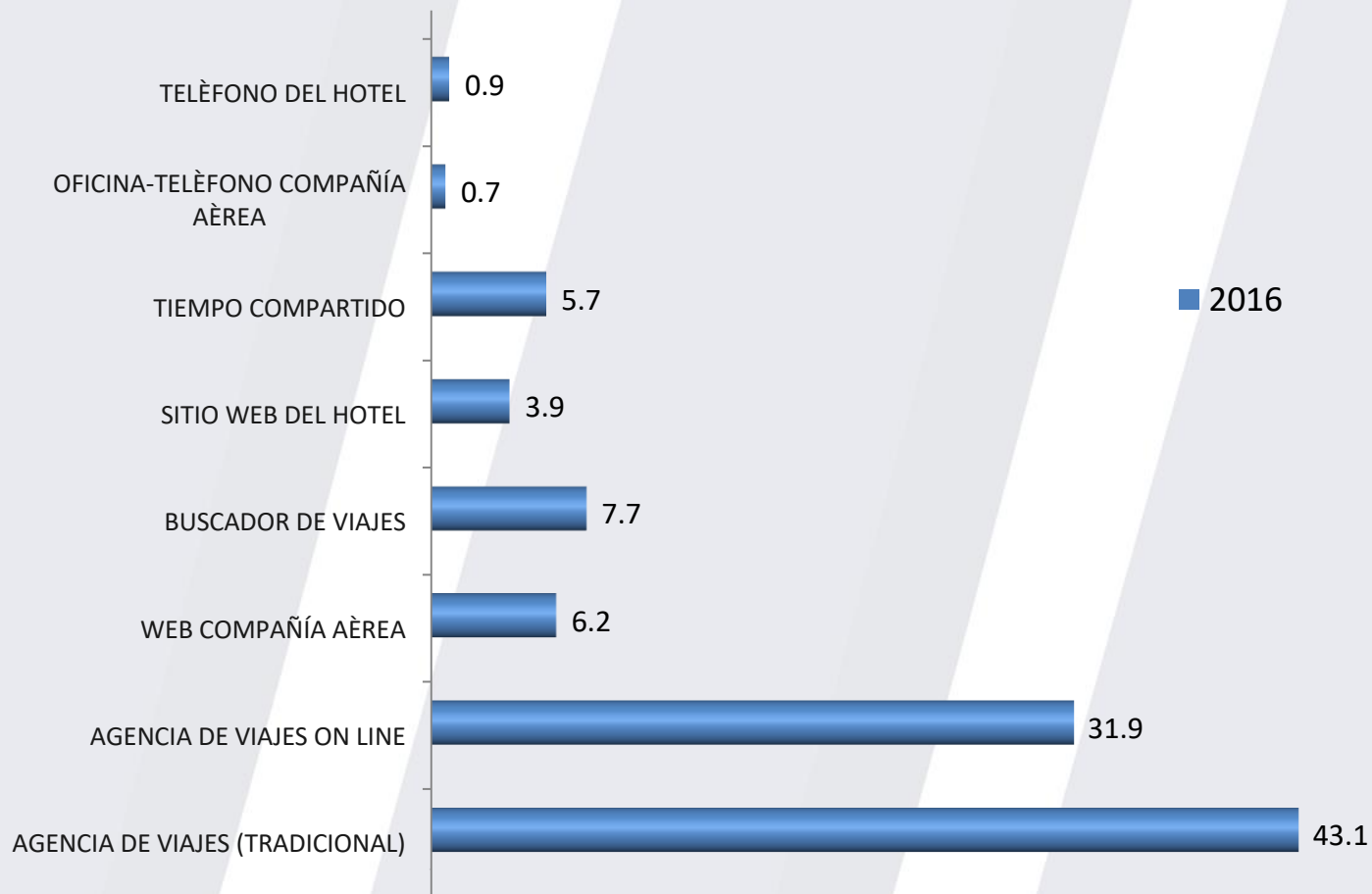
PERFIL

MOTIVO PRINCIPAL DE SU VIAJE Porcentajes del total de turistas



Porcentaje de respuesta 99.4%

■ 2016



Porcentaje de respuesta:
93.3% del total de turistas

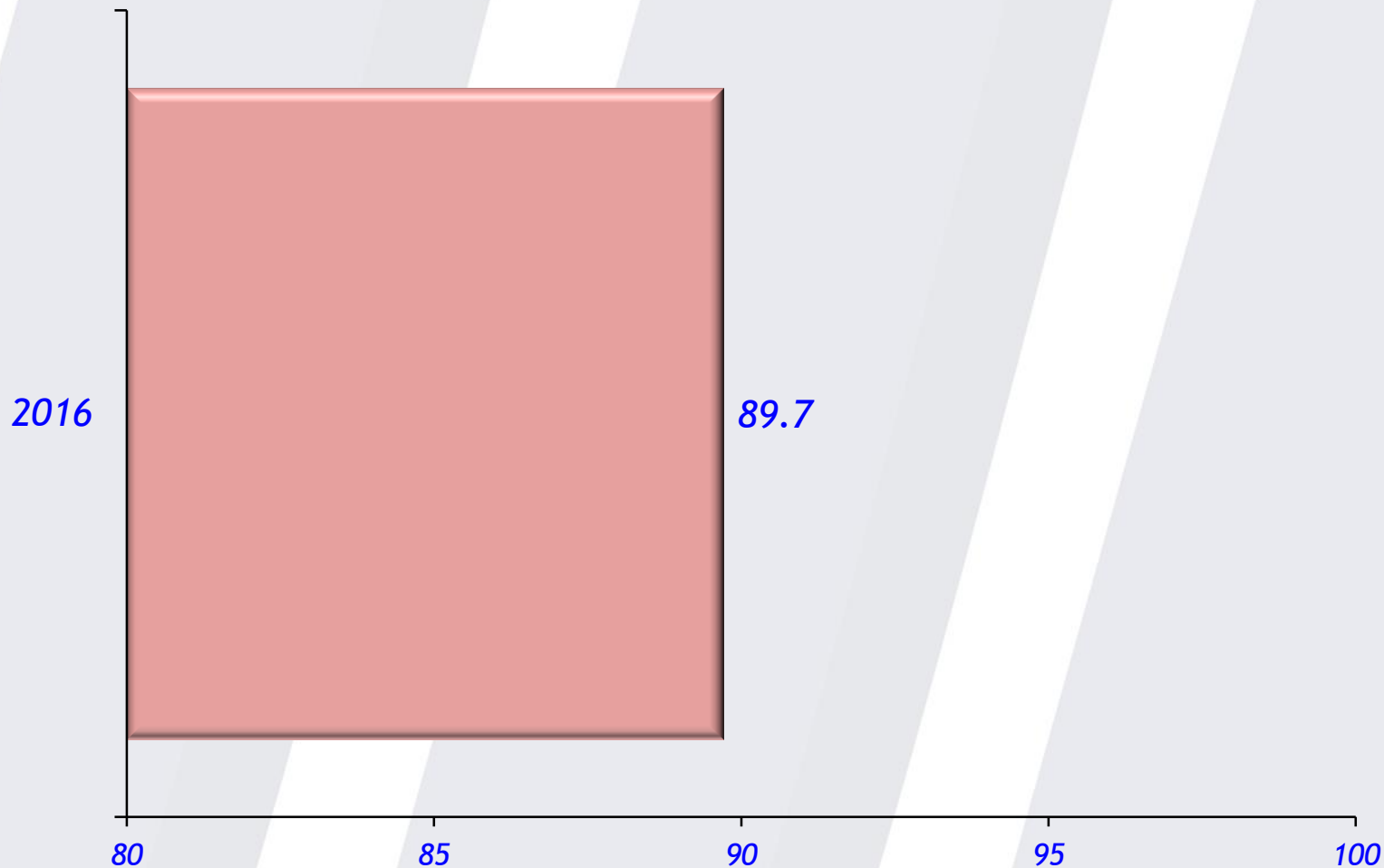
PERFIL

AGENCIAS DE VIAJES Indicador de participación

	2016
APPLE VACATIONS	15.7
FUNJET / LOMAS TRAVEL	13.5
THOMSON	13.5
BEST DAY	7.4
EXPEDIA	3.9
TUI / HOTEL BEDS	3.5
CHEAP CARIBBEAN	3.0
BOOK IT.COM	2.9
NEXUS	2.6
DELTA VACATIONS	2.5
SUNWING	2.2
AIR TRANSAT	1.9
OLYMPUS / GO GO TRAVEL	1.8
MAGNITUR / MAGNICHARTERS	1.8
VACATION EXPRESS	1.6
FIRST CHOICE	0.9
LIBERTY TRAVEL	0.9
SOUTHLAND TRAVEL	0.9
DESTINATION WEDDING	0.9
WEST JET	0.9

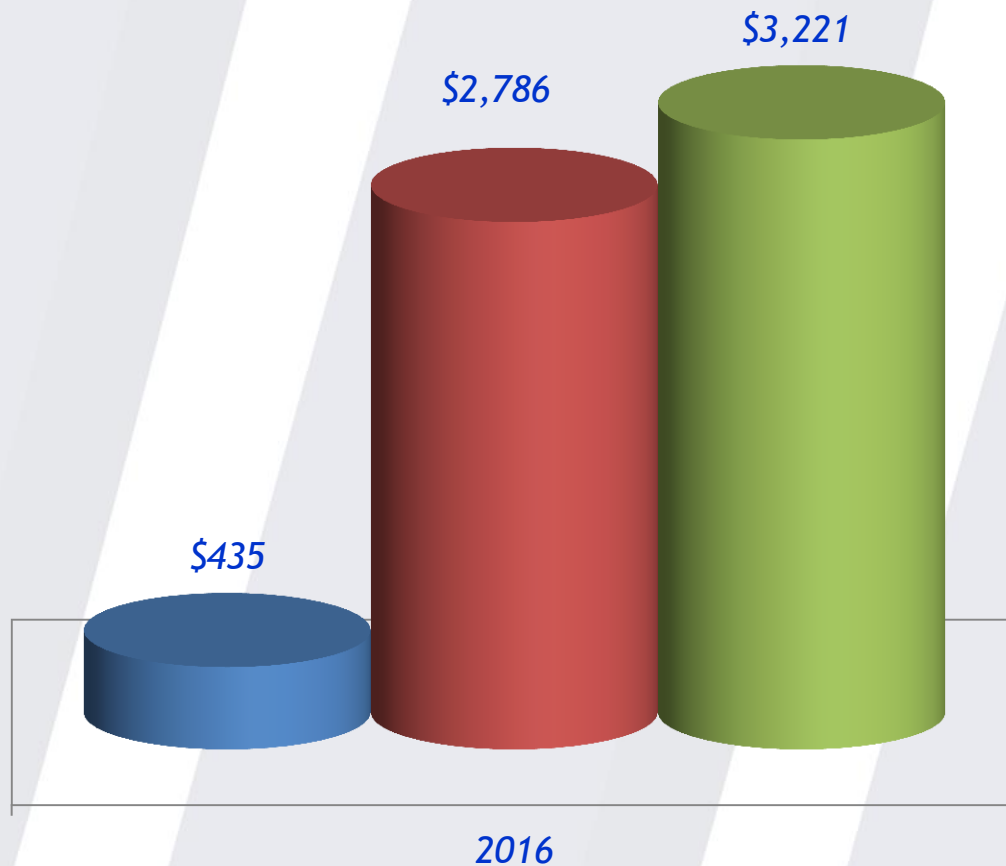
Porcentaje de
respuesta : 62.5%

Porcentaje de turistas con paquetes "todo incluido"



Porcentajes sobre el 100% de los turistas

■ Servicios en el destino ■ Paquete vacacional ■ \$ Gasto Total



Porcentaje de respuesta: 77.2%.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN SERVICIOS COMPLEMENTARIO
Gasto en dólares por grupo, promedio anual

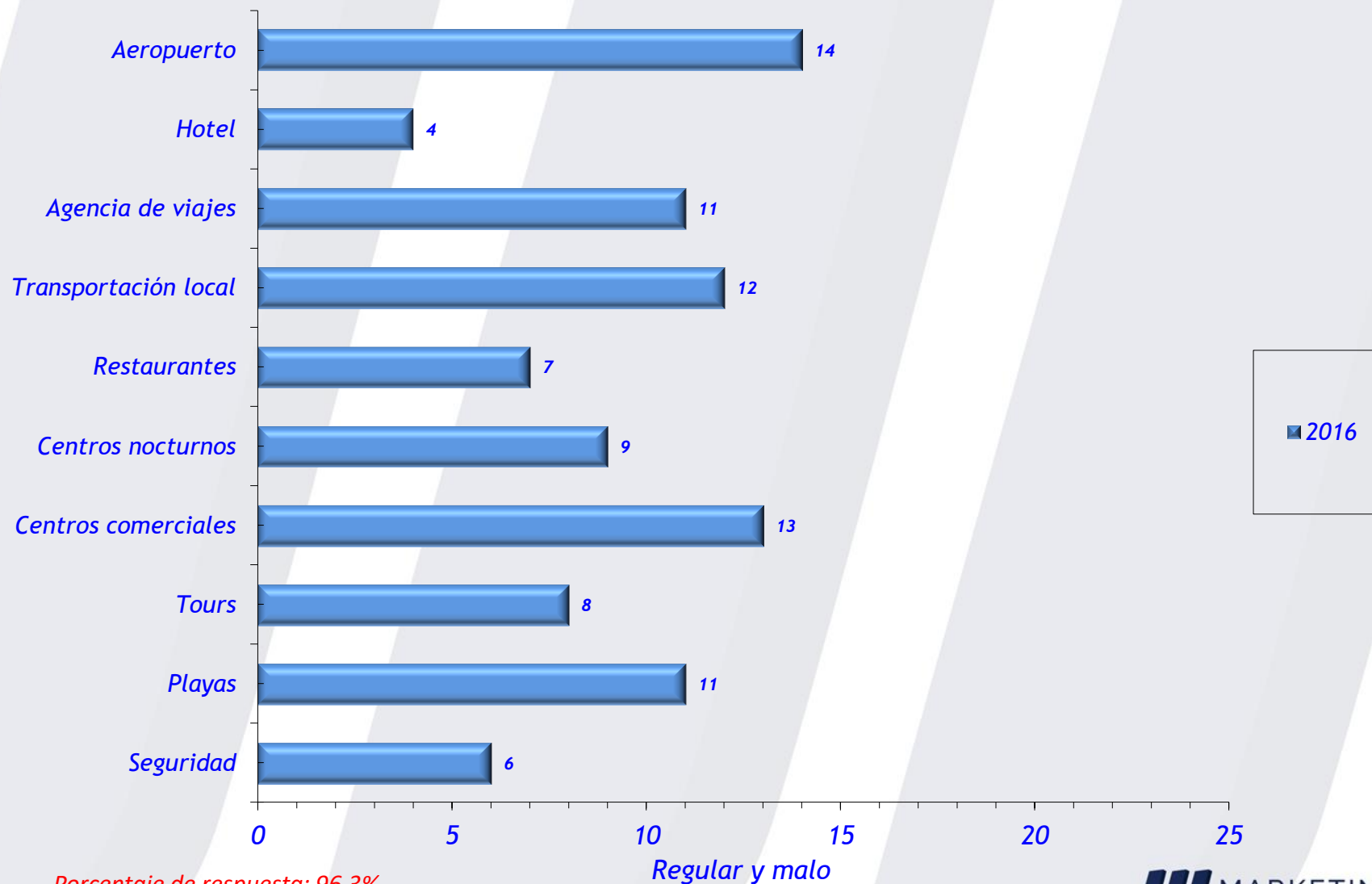
<i>CONCEPTO</i>	<i>% de Asistentes (*)</i>	<i>Gasto Promedio 2016</i>
<i>RESTAURANTES</i>	10.2	\$288
<i>BARES</i>	7.9	\$294
<i>COMPRAS</i>	27.3	\$265
<i>TOURS</i>	53.8	\$411
<i>OTROS</i>	9.6	\$304

() Porcentajes sobre el 100% de turistas en el destino.*

PERFIL

INDICADORES DE SATISFACCIÓN CON EL DESTINO

Sumatoria de las opiniones regular y malo



HOTELES Y TIEMPOS COMPARTIDOS

Resultados anuales 2016

2016	
<i>HOTEL</i>	92.5
<i>TIEMPO COMPARTIDO</i>	7.5
<i>CASA DE FAMILIARES/AMIGOS</i>	0.0
<i>CASA O CONDOMINIO PARTICULAR</i>	0.0
<i>ESPACIO AIRBNB</i>	0.0
<i>RENTA VACACIONAL</i>	0.0

*Porcentaje de respuesta:
25.8% del total de turistas*

HOTELES

HOTELES

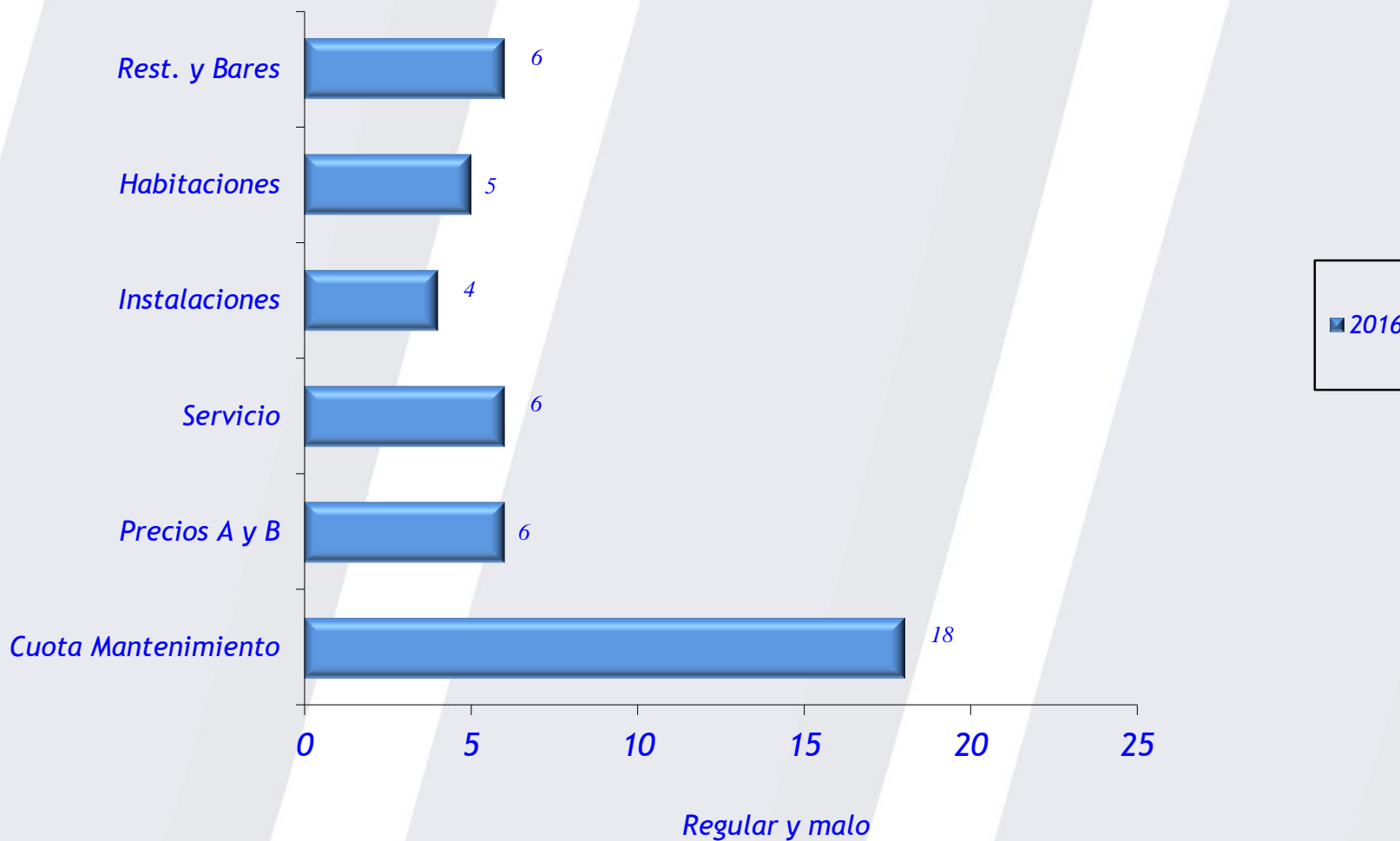
Participación de mercado 2016

	%		%
ROYALTON RIVIERA CANCUN	18.4	EL DORADO SEASIDE SUITES, RIVIERA MAYA	4.5
OCEAN CORAL & TURQUESA BY H10	10.2	EL DORADO CASITAS ROYALE	3.6
EL DORADO ROYALE A SPA RESORT	8.4	AZUL FIVE	2.8
NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN	8.1	BREATHLESS	2.3
SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN	6.9	AZUL BEACH HOTEL, BY KARISMA	1.4
EL CID MARINA SPA & BEACH RESORT	6.8	ZOERTY PARAÍSO DE LA BONITA	1.1
NOW JADE RIVIERA CANCUN	6.8	GENERATIONS	0.6
EXCELLENCE RIVIERA CANCUN	6.7	NOW RIVIERA CANCUN	0.3
AZUL SENSATORI BY KARISMA	5.9	POSADA EL MORO	0.2
DREAMS RIVIERA CANCUN	4.7	HACIENDA MORELOS	0.1

Porcentaje de respuesta 100.0%

HOTELES

PORCENTAJE DE QUEJAS EN LOS HOTELES Participación de mercado



TIEMPO COMPARTIDO

UTILIZACIÓN DE TIEMPO COMPARTIDO Participación de mercado

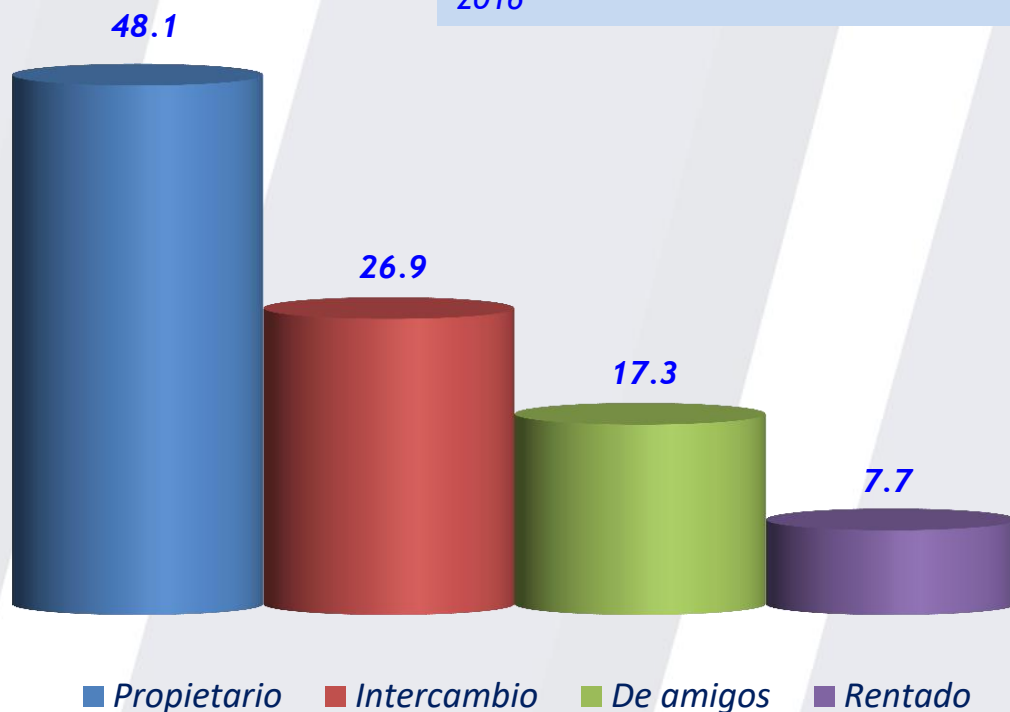
USO DE TIEMPO COMPARTIDO

AÑO

%del total de turistas

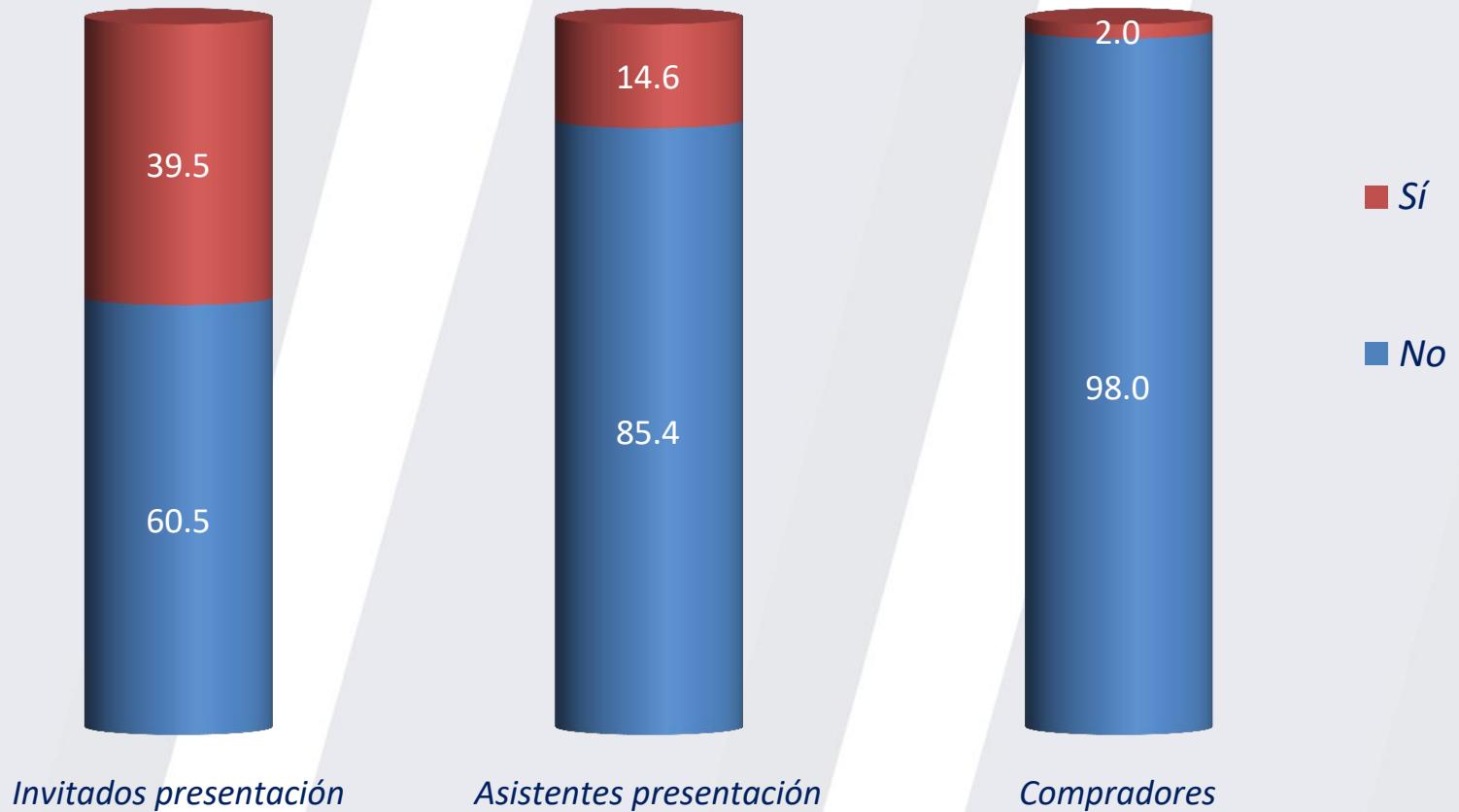
2016

9.6



TIEMPO COMPARTIDO

PRESENTACIÓN Y VENTA DE TIEMPO COMPARTIDO Penetración de mercado 2016



Porcentajes sobre el 100% de los turistas

TIEMPO COMPARTIDO

CLUBES VACACIONALES, ASISTENCIA A LAS PRESENTACIONES

Participación de mercado

	2016
EL CID	24.2
EL DORADO ROYALE	18.2
ROYALTON	18.2
SECRETS RESORTS	10.1
NOW RESORTS	9.1
AZUL SENSATORI	3.0
HACIENDA MAYA / OCEAN H10	3.0
AZUL BEACH	2.0
DREAMS RESORT	2.0
VIVA MAYA BEACH	2.0
HARD ROCK/LEGENDARY	2.0
ROYAL RESORTS	1.0
MAYAN PALACE / MAYAN RESORTS	1.0
MOON PALACE / SUNRISE	1.0
VILLAS DEL PALMAR	1.0
AZUL FIVE	1.0
GENERATIONS	1.0

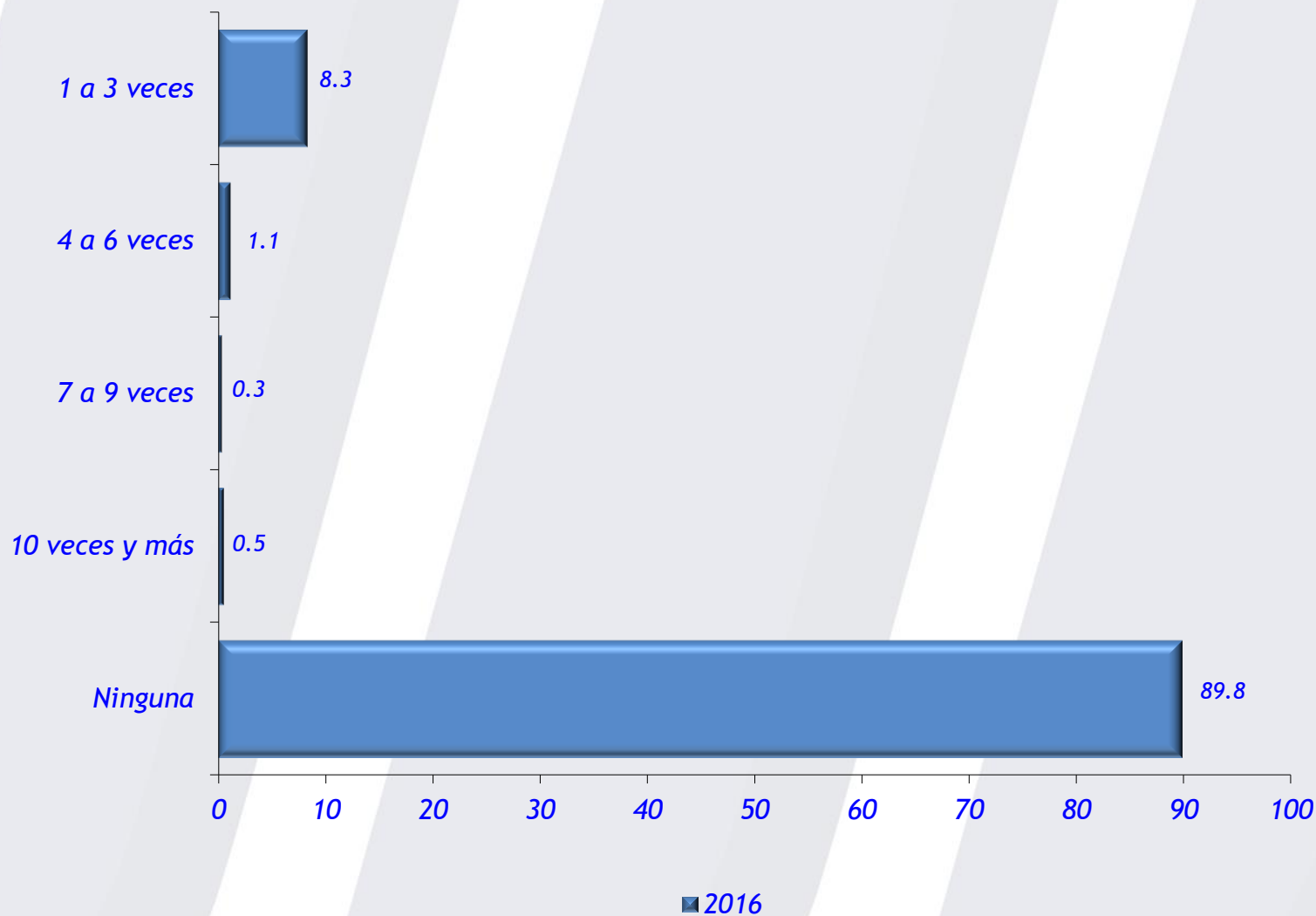
Porcentaje de respuesta 8.0%

RESTAURANTES, CENTROS NOCTURNOS, CENTROS COMERCIALES Y TOURS

Resultados anuales 2016

RESTAURANTES

VECES QUE VISITÓ RESTAURANTES FUERA DE SU HOTEL



Porcentajes sobre el 100% de los turistas

RESTAURANTES

RESTAURANTES MÁS VISITADOS

Participación de mercado

	2016
LORENZILLO'S	5.1
BLUE LOBSTER	3.8
LA PARRILLA	3.8
PELICANOS	3.8
BUBBA GUMP SHRIMP	2.5
CARLOS'N CHARLIE'S	2.5
PUERTO MADERO	2.5
LA VAGABUNDA	2.5
HARRY'S	2.5
LA CUEVA DEL CHANGO	2.5
FRIDA'S	2.5
MI PUEBLO	2.5
PORFIRIOS	2.5
BURGER KING	1.3
CASA DEL AGUA	1.3
CASA CENOTE	1.3
HARD ROCK CAFÉ	1.3
HOOTERS	1.3
ITALIANNI'S	1.3
JOHNNY ROCKETS	1.3

Datos sobre el 10.2% del total de turistas, que son quienes asistieron a restaurantes durante su estancia

CENTROS NOCTURNOS

BARES Y CENTROS NOCTURNOS Participación de mercado

	2016
COCO BONGO	65.7
MANDALA	8.2
LA VAQUITA	3.7
SALSANERA	3.7
PALAZZO	3.0
BLUE PARROT	2.2
DADY' O	2.2
SEÑOR FROG'S	2.2
11:11	1.5
FAT TUESDAY	1.5
LOL HA	1.5
TRIBECA	1.5
CONGO	0.7
EL DIABLITO CHA CHA CHA	0.7
THE CITY	0.7

Datos sobre el 7.9% del total de turistas, que son quienes asistieron a centros nocturnos durante su estancia

CENTROS COMERCIALES

ÁREAS Y CENTROS COMERCIALES VISITADOS

Participación de mercado

	2016
PLAYA DEL CARMEN	9.3
QUINTA AVENIDA	4.6
PUERTO MORELOS	2.8
LA ISLA	2.7
ISLA MUJERES	2.0
TULUM	1.6
MDO. 28	1.5
CANCUN SHOPPING MALLS	1.3
LAS AMERICAS	1.1
CHICHENITZA	0.9
XEL HA	0.8
HOTEL	0.8
COZUMEL	0.7
COBA	0.6
XCARET	0.5
AEROPUERTO	0.5

Datos sobre el 27.3% del total de turistas, que son quienes asistieron a centros comerciales durante su estancia

TOURS

PENETRACIÓN DE MERCADO

	2016
TULUM	13.5
CENOTES Y CAVERNAS	11.6
SNORKEL	11.1
CHICHEN ITZÁ	10.6
XCARET	8.3
ISLA MUJERES DÍA	6.6
XEL HÁ	6.1
XPLOR	5.8
ATV	4.5
COBÁ	4.1
CATAMARAN	3.5
CIRQUE DU SOLEIL	3.5
JUNGLE TOUR	3.3
XICHEN	3.2
SHOPPING TOUR	3.2
BUCEO	2.4
COZUMEL	1.9
PESCA	1.9
NADO CON DELFINES	1.5
MAYAN ADVENTURE	1.4
GOLF	1.4
BOOZE CRUISE	1.2
XOXIMILCO	1.2
INTERACTIVE AQUARIUM	0.9

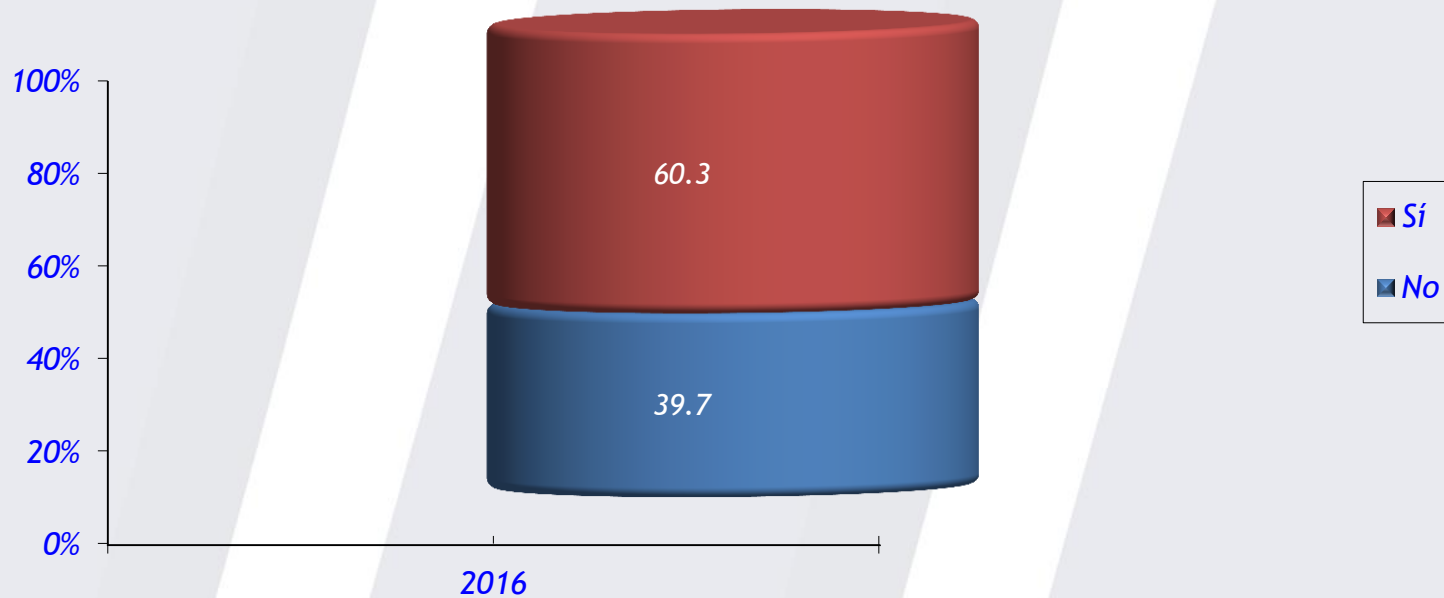
*Porcentajes
sobre el 100%
de los turistas*

MEDIOS PUBLICITARIOS

Resultados anuales 2016

MEDIOS PUBLICITARIOS

CONSULTA DE INTERNET ANTES DE SU VIAJE Porcentaje sobre el total de turistas en el destino



Porcentajes sobre el 100% de los turistas

MEDIOS PUBLICITARIOS

PÁGINAS WEB CONSULTADAS

	2016
<i>Tripadvisor.com</i>	15.1
<i>Expedia.com</i>	4.4
<i>Google.com</i>	4.1
<i>Book it.com</i>	2.4
<i>Cheapcaribbean.com</i>	2.3
<i>Applevacations.com</i>	2.0
<i>Hotels.com</i>	1.8
<i>Thomson.co.uk</i>	1.7
<i>Travelocity.com</i>	0.9
<i>southwest.com</i>	0.9
<i>Bestday.com</i>	0.6
<i>Funjet.com</i>	0.6
<i>Xcaret.com</i>	0.6
<i>Costcotravel.com</i>	0.6
<i>Exotic.com</i>	0.6
<i>Booking.com</i>	0.5
<i>Kayak.com</i>	0.5
<i>Nowresorts.com</i>	0.5

Respuestas sobre el 100% de los turistas

PARA CONOCER SOBRE:

2016

RESTAURANTES

10.5

CENTROS NOCTURNOS

6.3

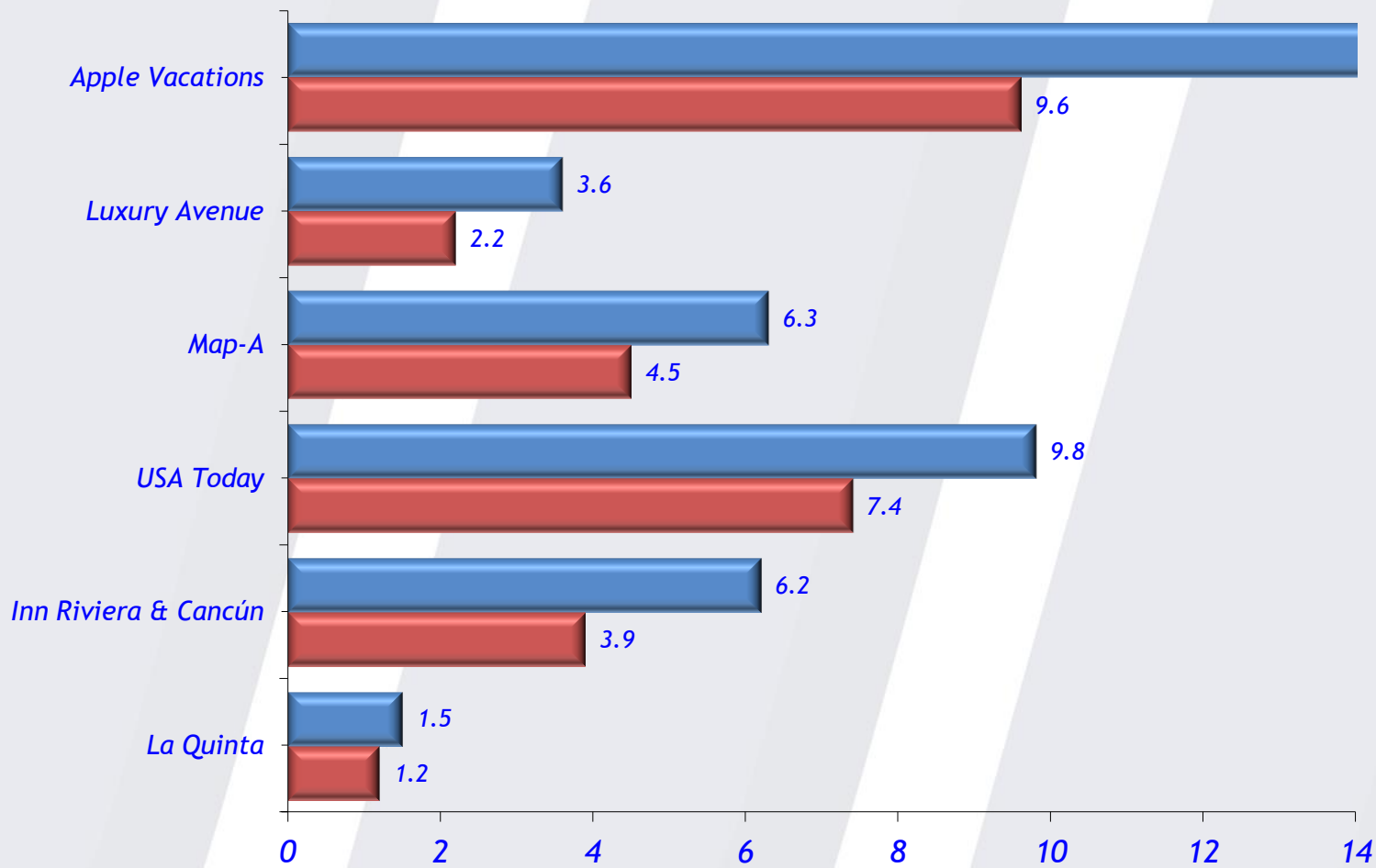
COMPRAS

7.1

TOURS

18.3

Porcentajes sobre el 100% de los visitantes.



Porcentajes sobre el 100% de los turistas

■ Recepción

■ Lectura