



MARKETING
CONSULTANTS

Información que se transforma en resultados

ESTUDIO TURISTA TULUM

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 Tulum 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

TULUM: INDICADORES TURÍSTICOS BÁSICOS

AÑO	Número de cuartos	Porcentaje de ocupación (*)	Número de turistas (**)
2014	6,217	80.7%	664,216
2015	6,920	82.0%	761,764
2016	6,942	81.0%	758,345

FUENTE: Fideicomiso para el Desarrollo de la Riviera Maya.

(*) Porcentaje de ocupación global de la Riviera Maya.

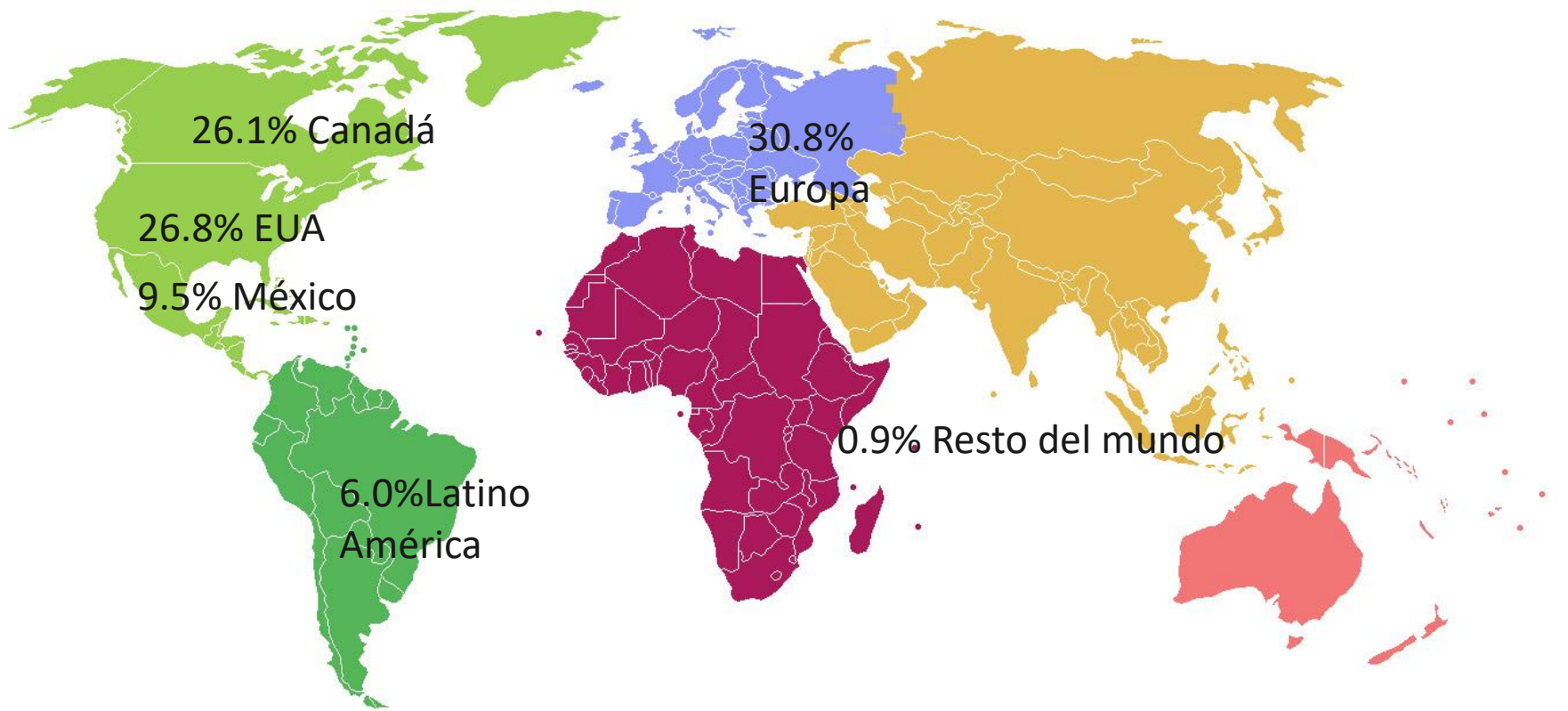
(**) estimaciones de Marketing Consultants.

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

Resultados anuales 2016

PERFIL

PROCEDENCIA DEL TURISTA



Porcentaje de respuesta 100.0% del total de turistas

ESTADO	%	ESTADO	%
PENNSYLVANIA	10.0	COLORADO	2.7
ILLINOIS	8.1	MINNESOTA	2.7
NEW YORK	7.7	NORTH CAROLINA	2.3
OHIO	7.3	CONNECTICUT	1.9
TEXAS	6.2	FLORIDA	1.9
CALIFORNIA	5.4	OREGON	1.9
WISCONSIN	5.4	UTAH	1.9
MASSACHUSETTS	5.0	ARIZONA	1.5
MICHIGAN	5.0	GEORGIA	1.5
NEW JERSEY	3.5	KENTUCKY	1.5
MISSOURI	3.1	WASHINGTON	1.5
VIRGINIA	3.1	MARYLAND	1.2

Porcentaje de respuesta 92.5% del total de turistas estadounidenses

ESTADO	%	ESTADO	%
Nuevo León	35.0	Michoacán	2.0
Estado de México	20.0	Tamaulipas	2.0
Ciudad de México	11.0	Baja California	1.0
Guanajuato	6.0	Chiapas	1.0
Coahuila	5.0	Hidalgo	1.0
Jalisco	5.0	Puebla	1.0
Querétaro	5.0	Tabasco	1.0
Chihuahua	3.0	Zacatecas	1.0

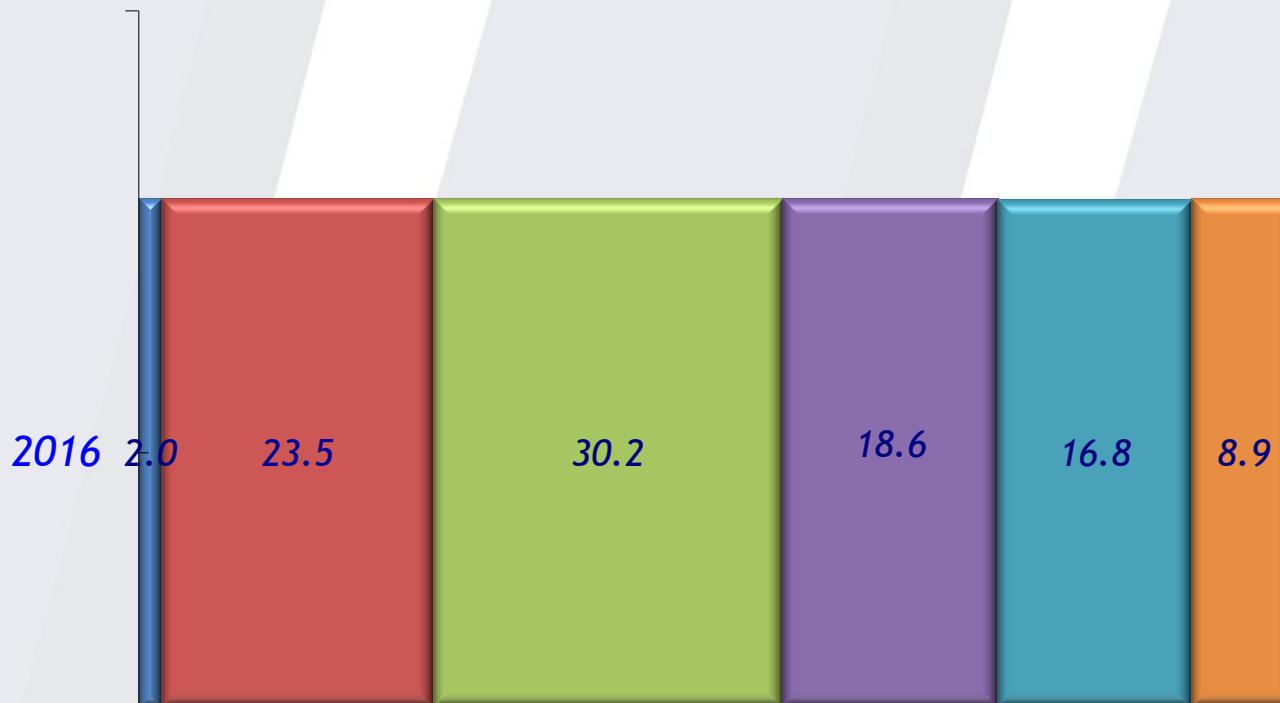
Porcentaje de respuesta 100.0% del total de turistas mexicanos

PROVINCIA	%
ONTARIO	49.0
ALBERTA	21.4
QUEBEC	14.6
COLUMBIA BRITANICA	10.2
MANITOBA	1.9
SASKATCHEWAN	1.0
NUEVA ESCOCIA	0.5
NUEVO BRUNSWICK	0.5
ISLA DEL PRINCIPE EDUARDO	0.5
TERRANOVAY LABRADOR	0.5

Porcentaje de respuesta 75.2% del total de turistas canadienses

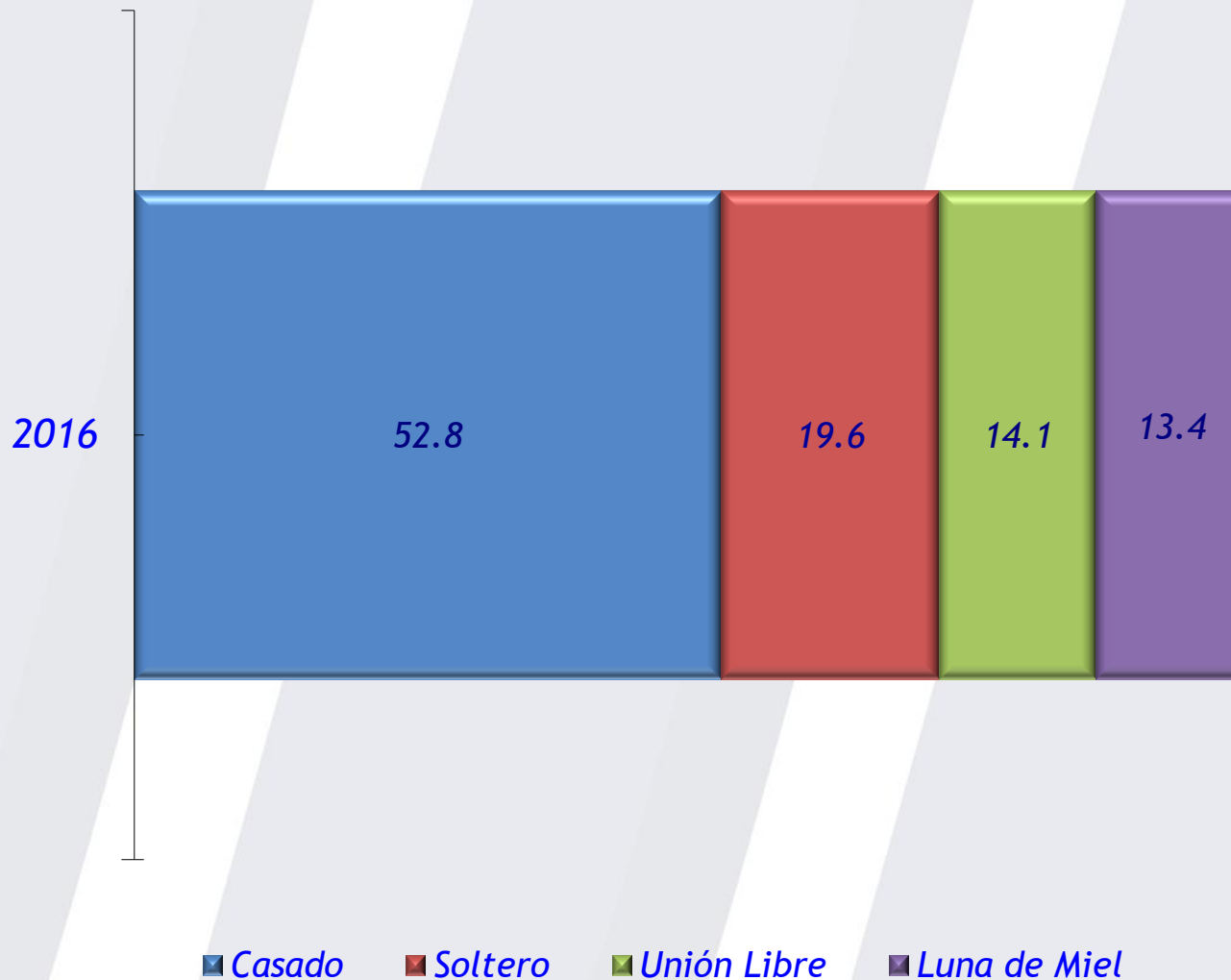
PAÍS	%	PAÍS	%
Inglaterra	43.3	Irlanda	1.2
España	39.6	Bélgica	0.9
Alemania	3.7	Suiza	0.6
Portugal	2.5	Dinamarca	0.3
Italia	2.2	Finlandia	0.3
Escocia	2.2	Holanda	0.3
Francia	1.2	Polonia	0.3
Gales	1.2		

Porcentaje de respuesta 99.4% del total de turistas europeos



- Hasta 20 años
- 21 a 30 años
- 31 a 40 años
- 41 a 50 años
- 51 a 60 años
- Más de 60 años

Porcentaje de respuesta 97.6%



Porcentaje de respuesta 97.0%

PERFIL

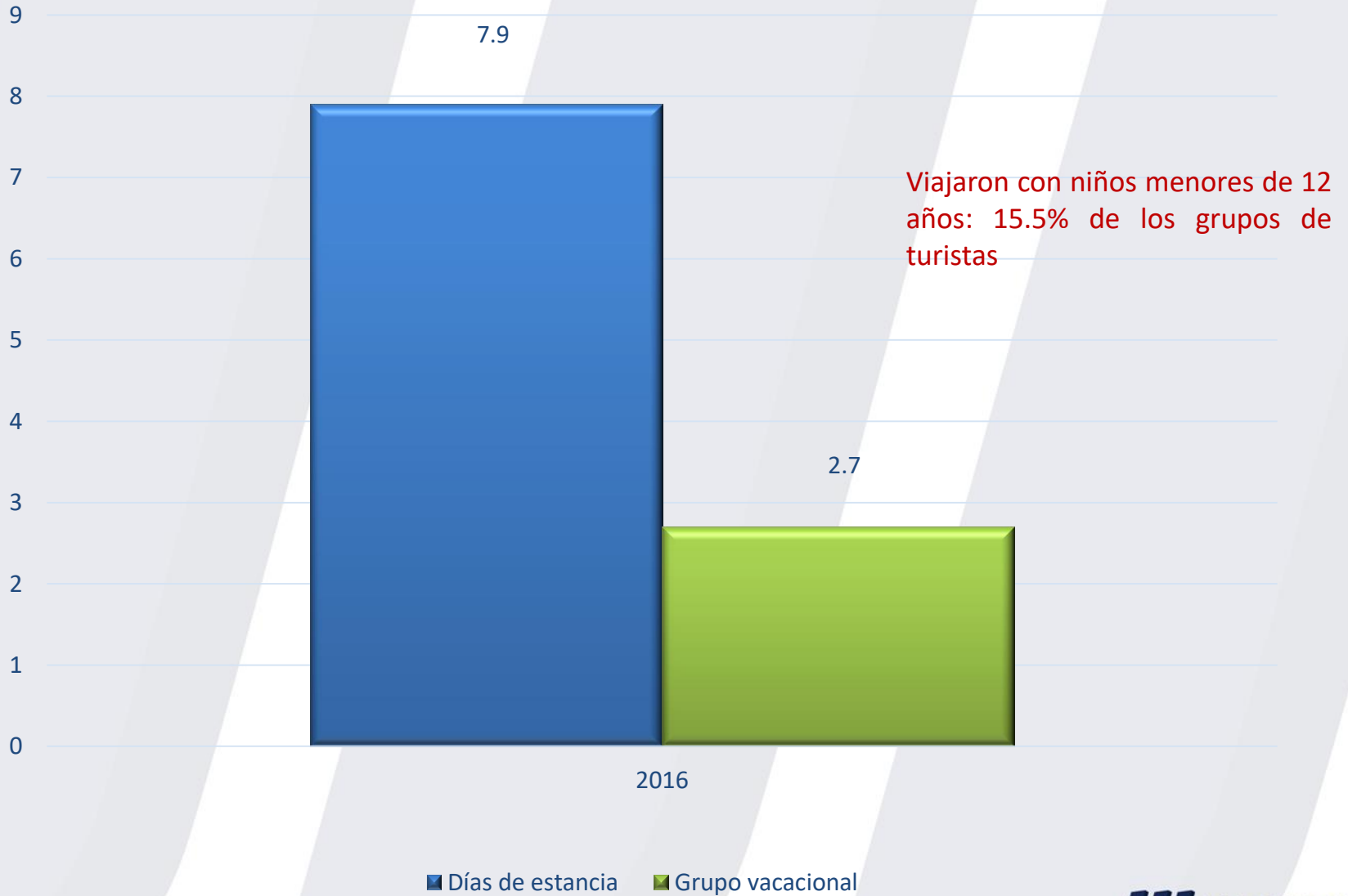
INGRESO ANUAL POR FAMILIA, Dólares al año Participación de mercado



Porcentaje de respuesta 73.7%

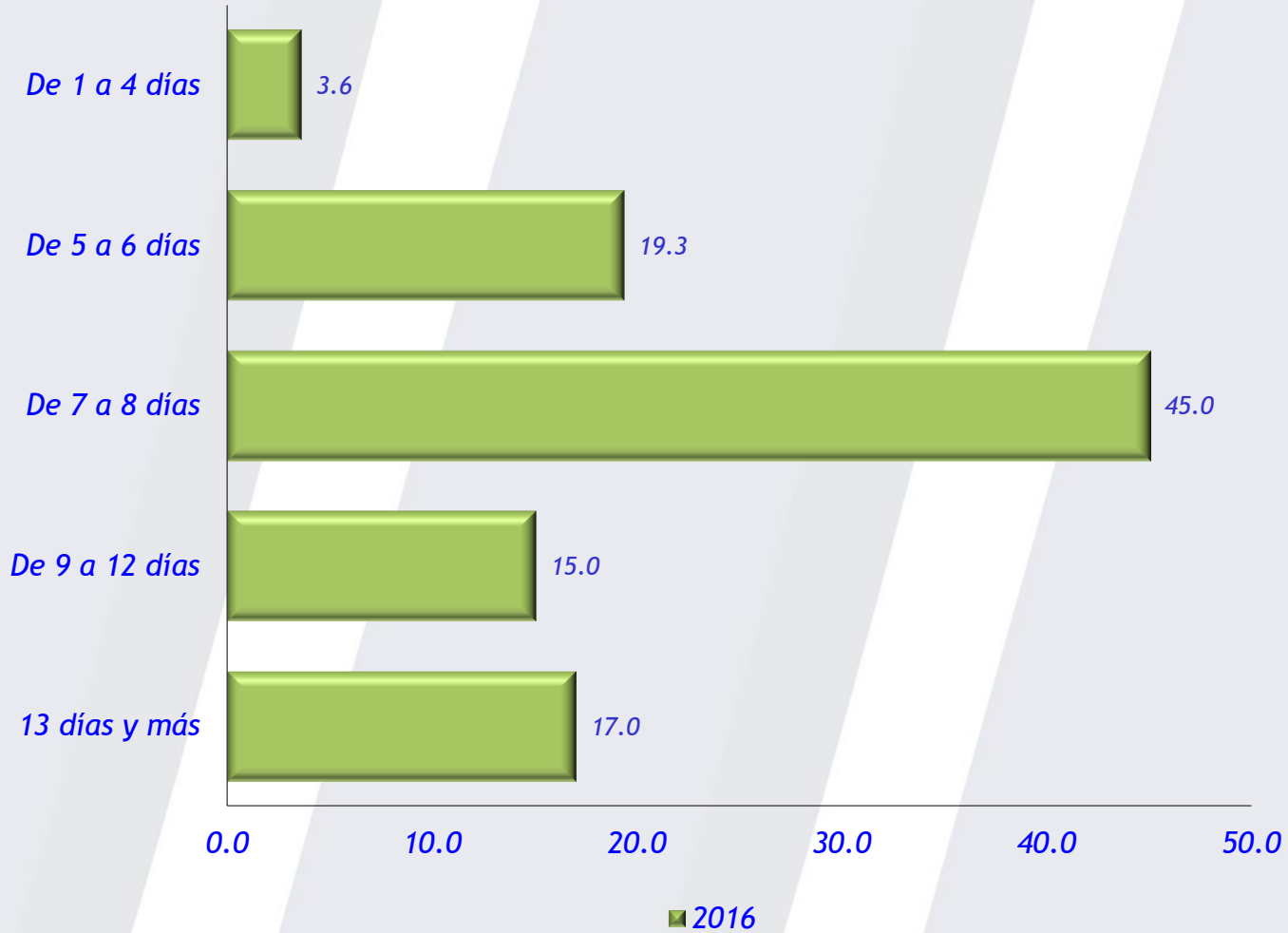
TAMAÑO DE GRUPO Y ESTANCIA PROMEDIO

Número de turistas por grupo y días de estancia



PERFIL

ESTANCIA EN EL DESTINO Días de estancia

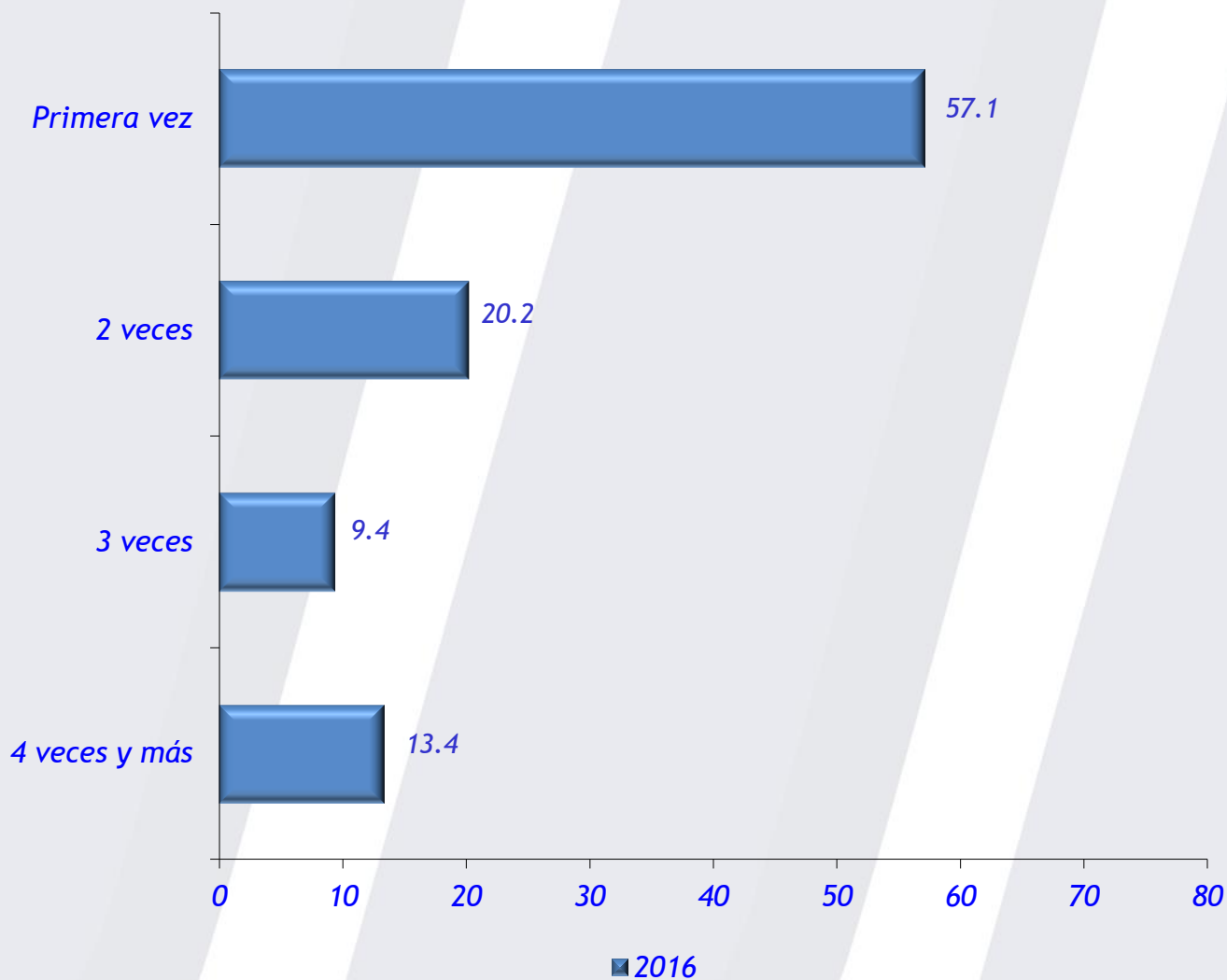


Porcentaje de respuesta 97.9%

Estancia promedio 7.9 días

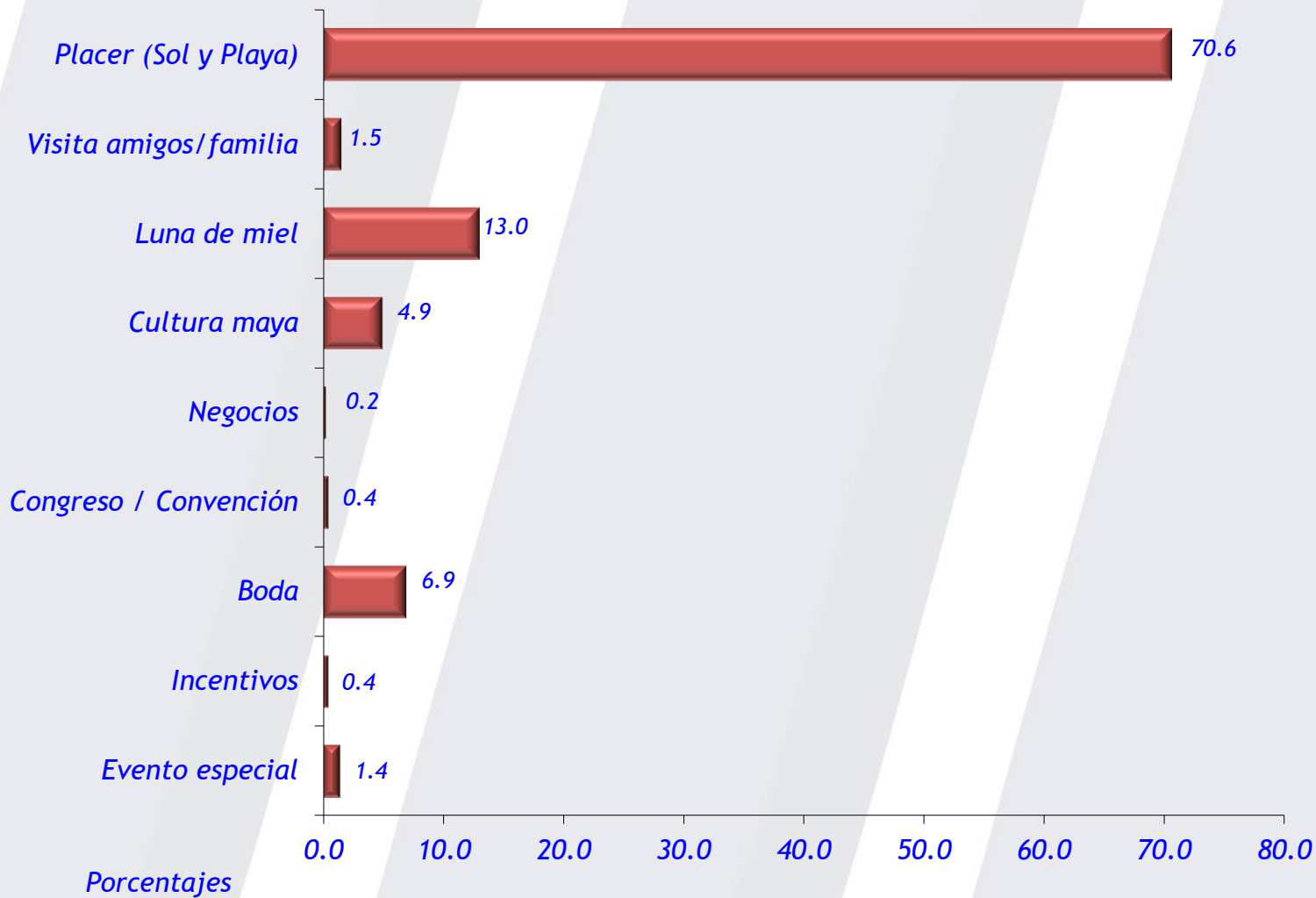
PERFIL

ÍNDICE DE RETORNO AL DESTINO Veces que ha visitado este destino



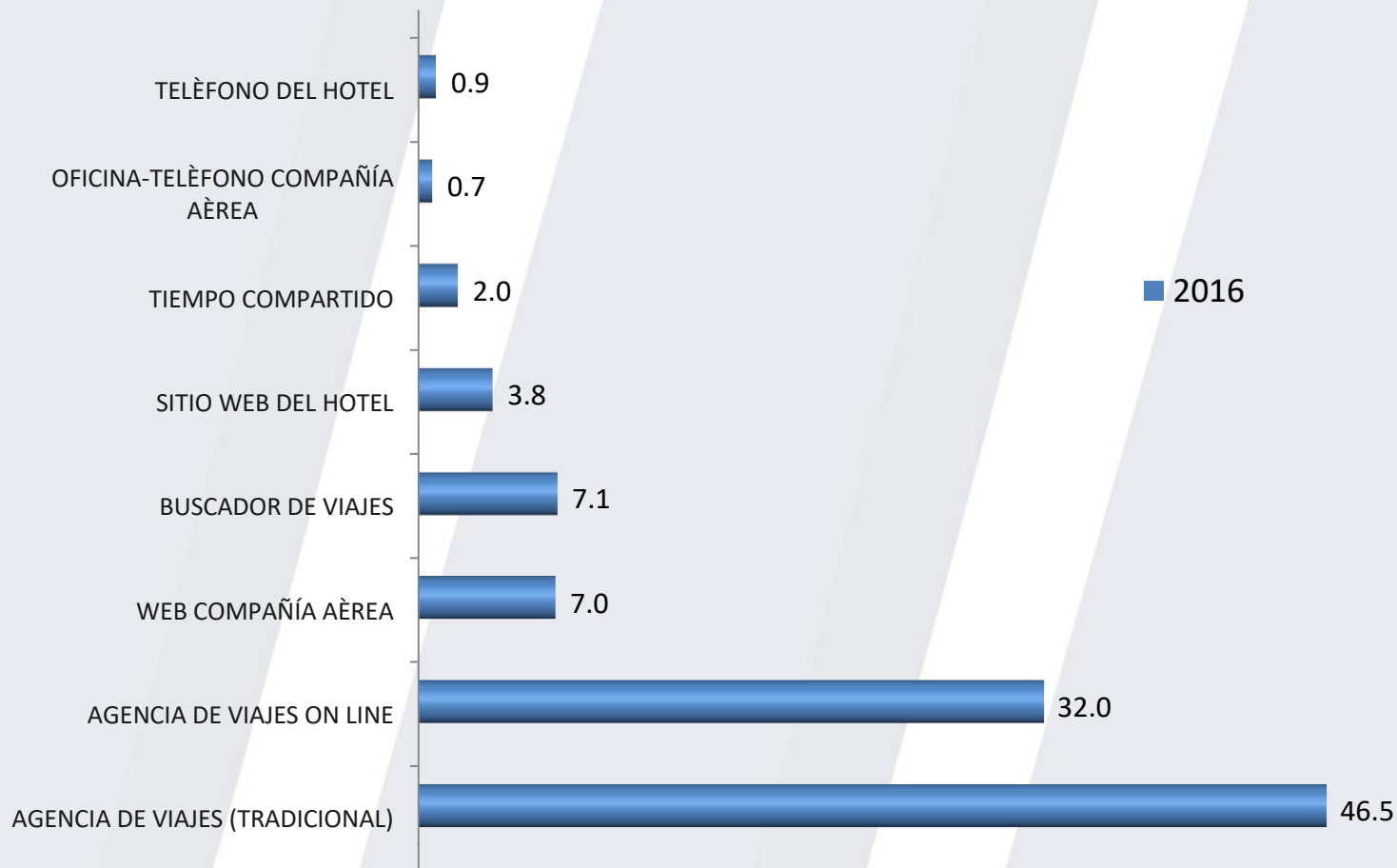
PERFIL

MOTIVO PRINCIPAL DE SU VIAJE Porcentajes del total de turistas



■ 2016

Porcentaje de respuesta 99.6%



Porcentaje de respuesta:
93.9% del total de turistas

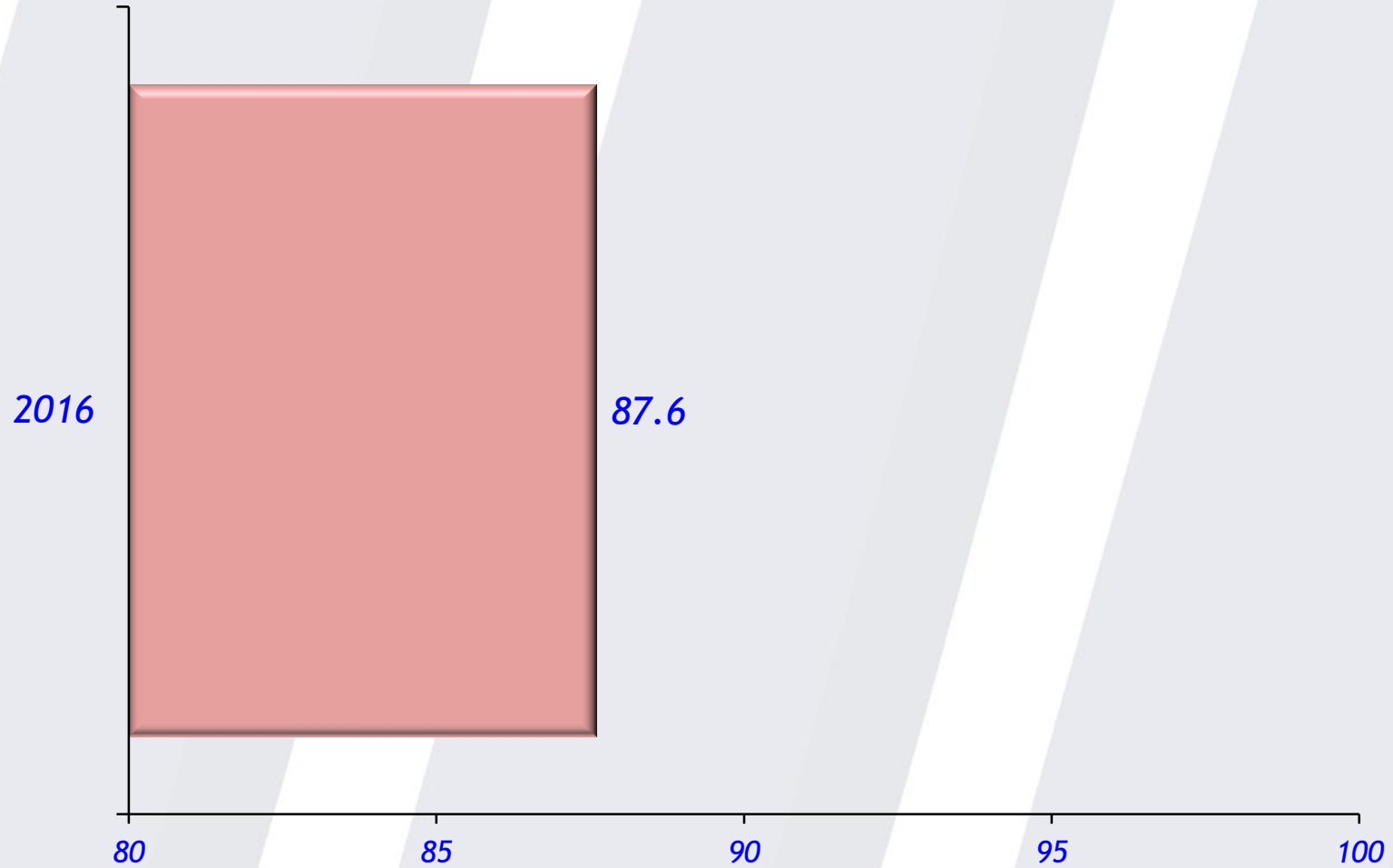
PERFIL

AGENCIAS DE VIAJES Indicador de participación

	2016
THOMSON	12.8
APPLE VACATIONS	11.5
BEST DAY	10.7
AIR TRANSAT	10.0
AIR CANADA	5.6
THOMAS COOK	5.3
TUI / HOTEL BEDS	3.5
EXPEDIA	3.0
FUNJET / LOMAS TRAVEL	2.1
CORTE INGLES	2.0
SOLTOUR	2.0
SUNQUEST	2.0
CHEAP CARIBBEAN	1.8
WEST JET	1.8
WAMOS	1.6
NEXUS	1.5
VACATION EXPRESS	1.2
BOOK IT.COM	1.2
FIRST CHOISE	1.0
MAGNITUR / MAGNICHARTERS	1.0
NAUTALIA	1.0
TRAVEL PLAN	0.8
SUNWING	0.8
MARLIN TRAVEL	0.7

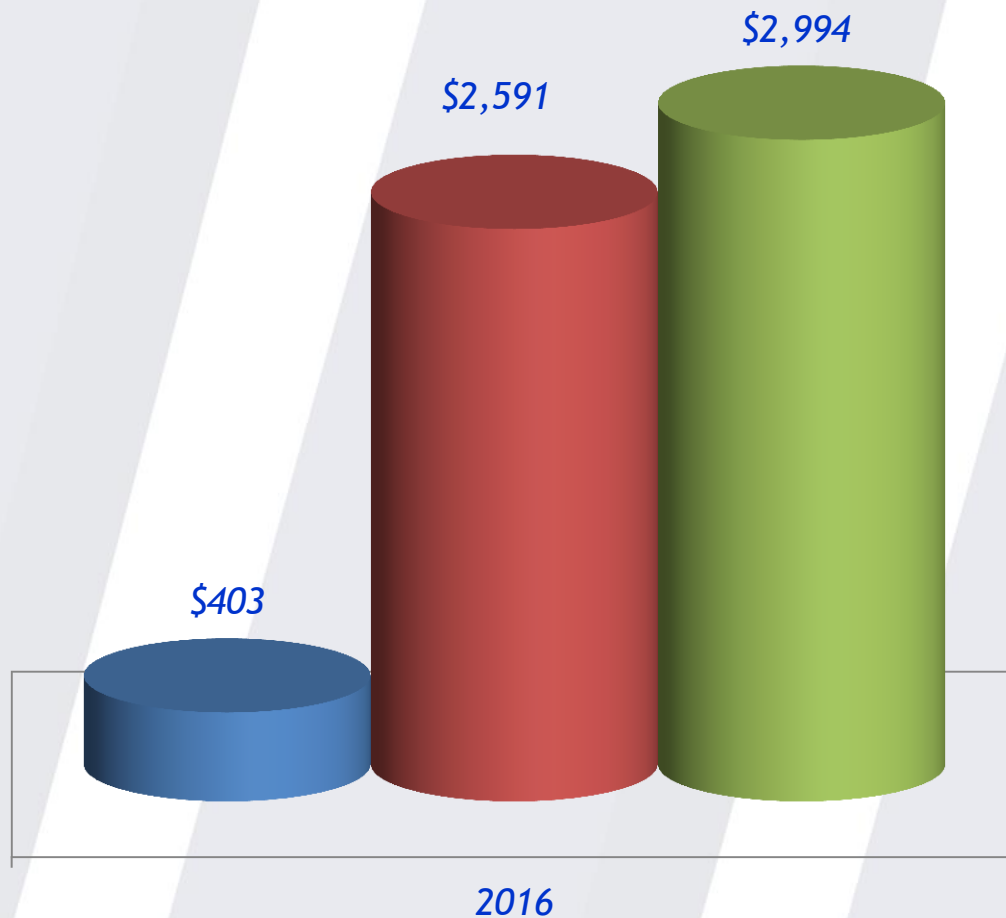
Porcentaje de
respuesta : 57.9%

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: 78.7%.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN SERVICIOS COMPLEMENTARIO

Gasto en dólares por grupo, promedio anual

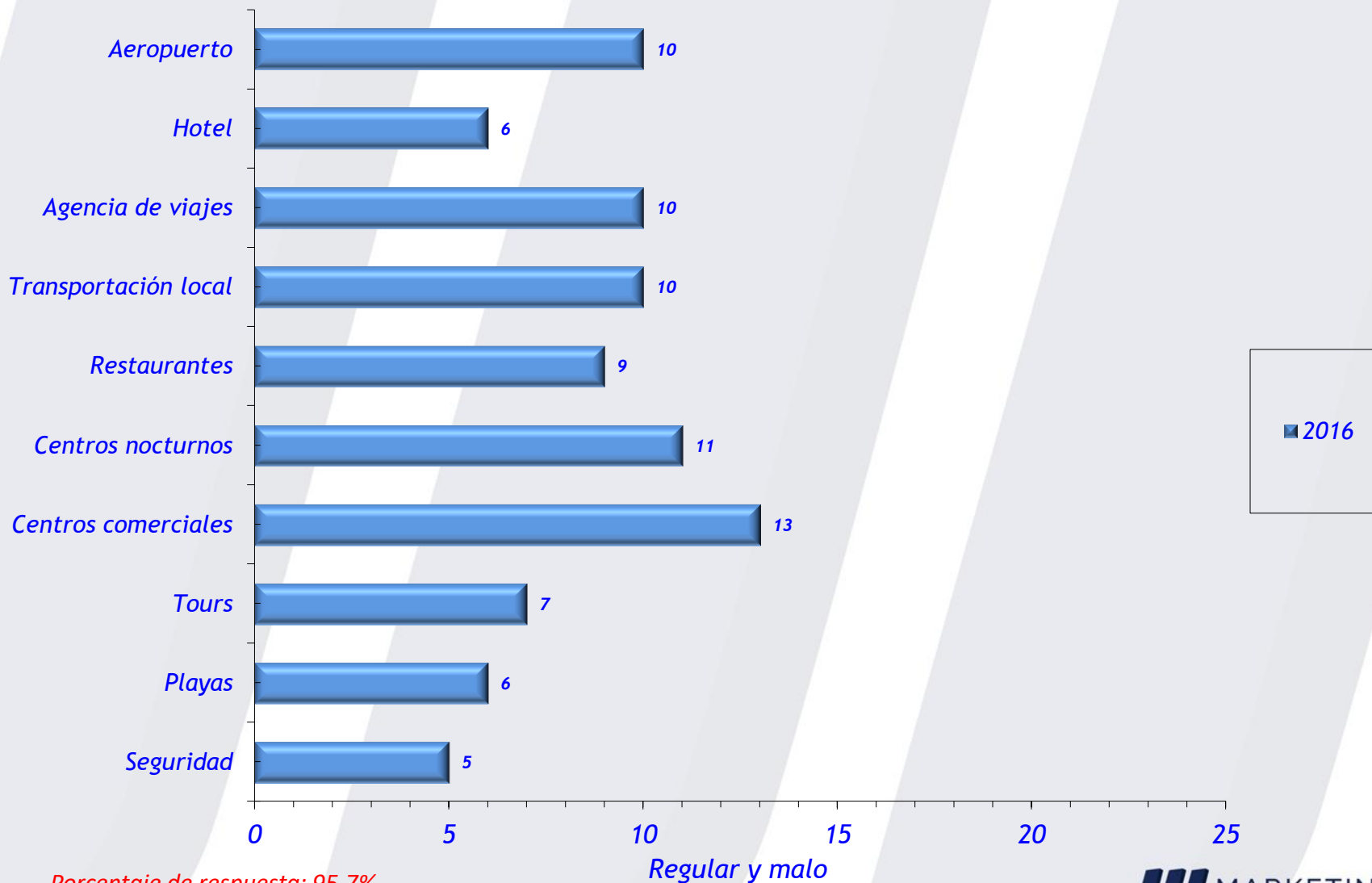
<i>CONCEPTO</i>	<i>% de Asistentes (*)</i>	<i>Gasto Promedio 2016</i>
<i>RESTAURANTES</i>	18.1	\$348
<i>BARES</i>	7.8	\$203
<i>COMPRAS</i>	31.0	\$278
<i>TOURS</i>	68.6	\$364
<i>OTROS</i>	99.0	\$232

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

PERFIL

INDICADORES DE SATISFACCIÓN CON EL DESTINO

Sumatoria de las opiniones regular y malo



Porcentaje de respuesta: 95.7%

HOTELES Y TIEMPOS COMPARTIDOS

Resultados anuales 2016

2016	
<i>HOTEL</i>	97.2
<i>TIEMPO COMPARTIDO</i>	2.8
<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:
23.7% del total de turistas*

HOTELES

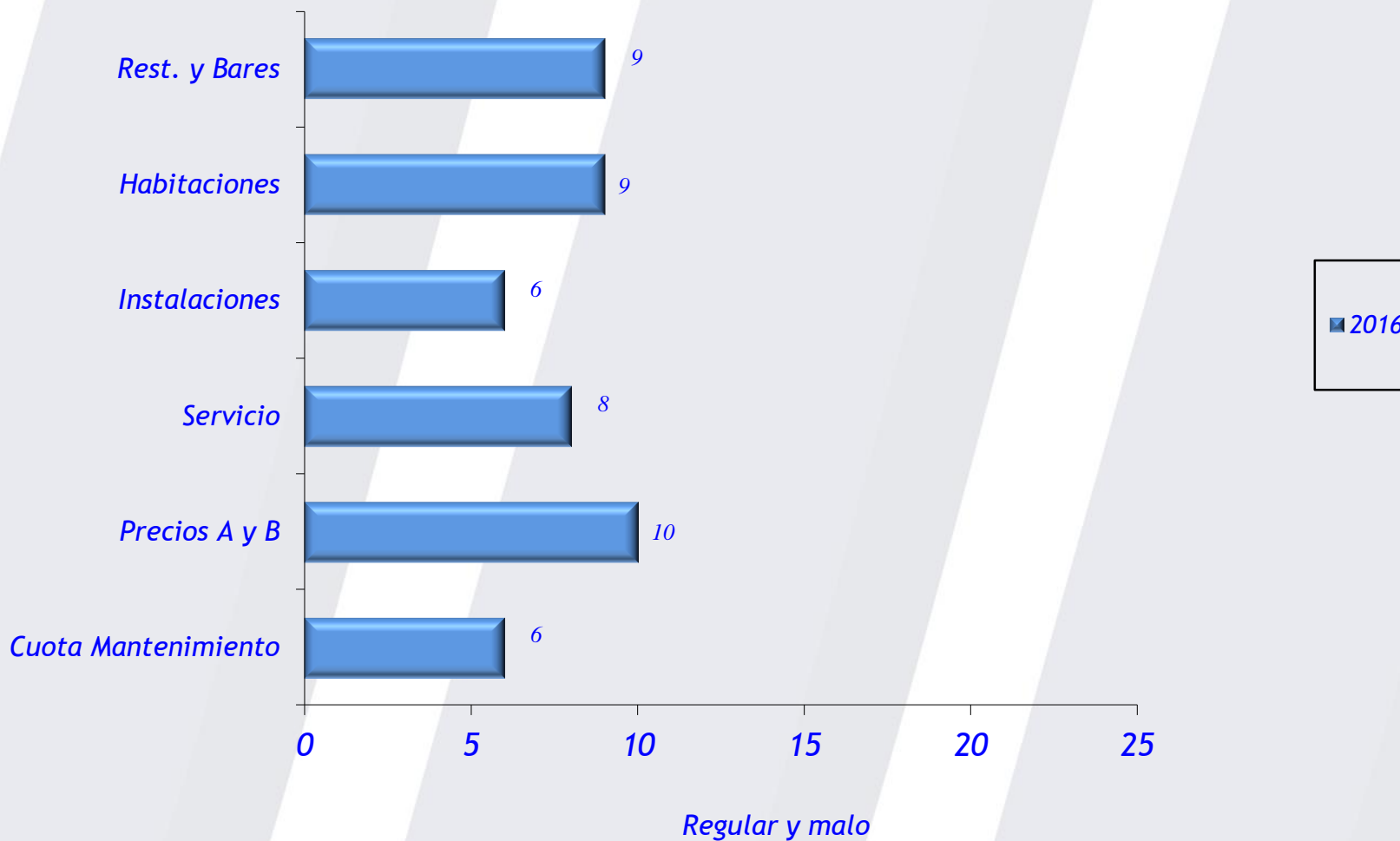
HOTELES Participación de mercado 2016

	%		%
GRAN BAHIA PRINCIPE	37.1	PAVOREAL BEACH RESORTS	0.4
GRAND PALLADIUM	23.9	ZAMAS	0.4
GRAND SIRENIS	14.0	LAS PALMAS	0.4
LUXURY BAHIA PRINCIPE SIAN KA'AN	6.0	AZULIK	0.3
DREAMS TULUM	5.4	ANA Y JOSE	0.3
OASIS TULUM	4.1	NUEVA VIDA DE RAMIRO	0.3
AKUMAL BEACH RESORT	3.1	AMANSALA	0.3
CLUB AKUMAL CARIBE	1.4	ROSA DE VIENTO	0.3
ENCANTO RIVIERA CONDO	0.6	COCO TULUM	0.3
KORE TULUM RETREAT AND SPA RESORT	0.5	DIAMANTE K	0.2

Porcentaje de respuesta 100.0%

HOTELES

PORCENTAJE DE QUEJAS EN LOS HOTELES Participación de mercado

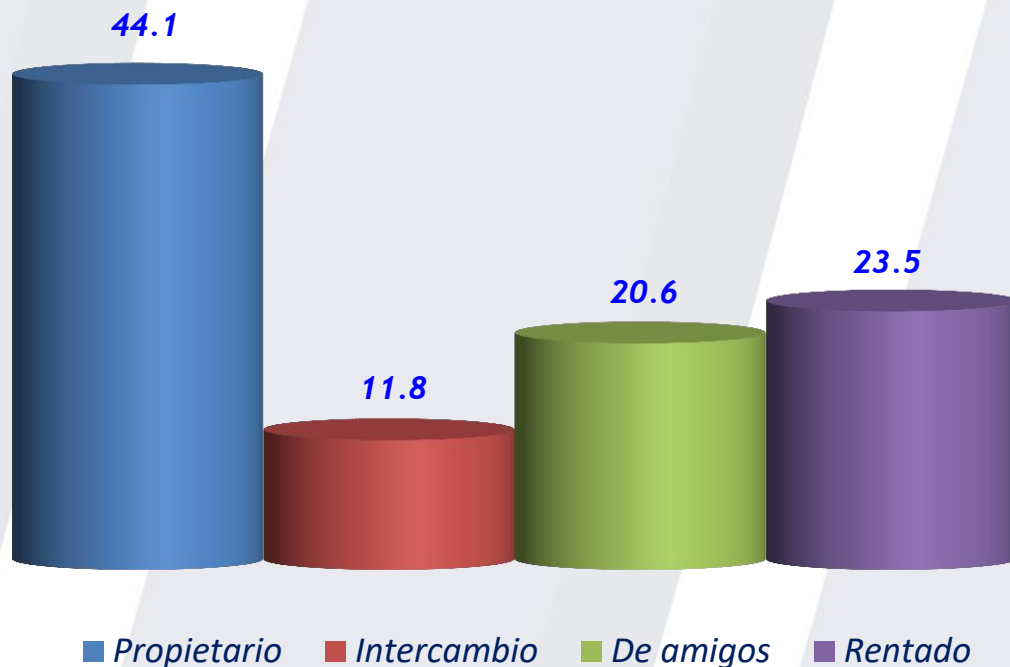


TIEMPO COMPARTIDO

UTILIZACIÓN DE TIEMPO COMPARTIDO Participación de mercado

USO DE TIEMPO COMPARTIDO

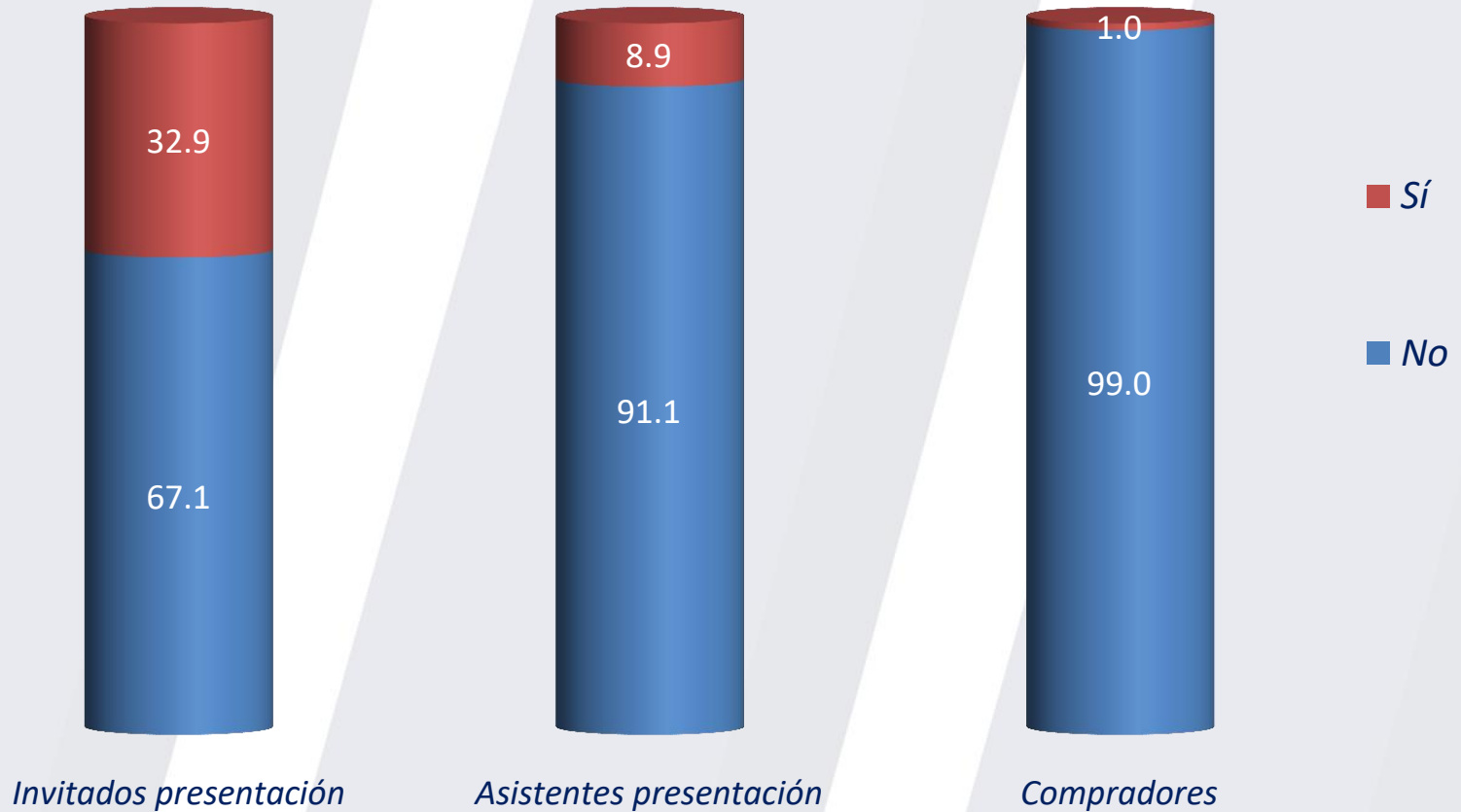
AÑO	%del total de turistas
2016	3.9



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
GRAND SIRENIS	32.1
GRAN BAHIA PRINCIPE	30.4
OASIS RESORTS	5.4
DREAMS RESORT	5.4
SECRETS RESORTS	5.4
MAYAN PALACE / MAYAN RESORTS	5.4
PALLADIUM	3.6
ROYAL RESORTS	1.8
NH RESORTS / KRISTAL	1.8
GR SOLARIS	1.8
TEMPTATION	1.8
PARADISUS	1.8
HOLIDAY INN	1.8
HARD ROCK / LEGENDARY	1.8

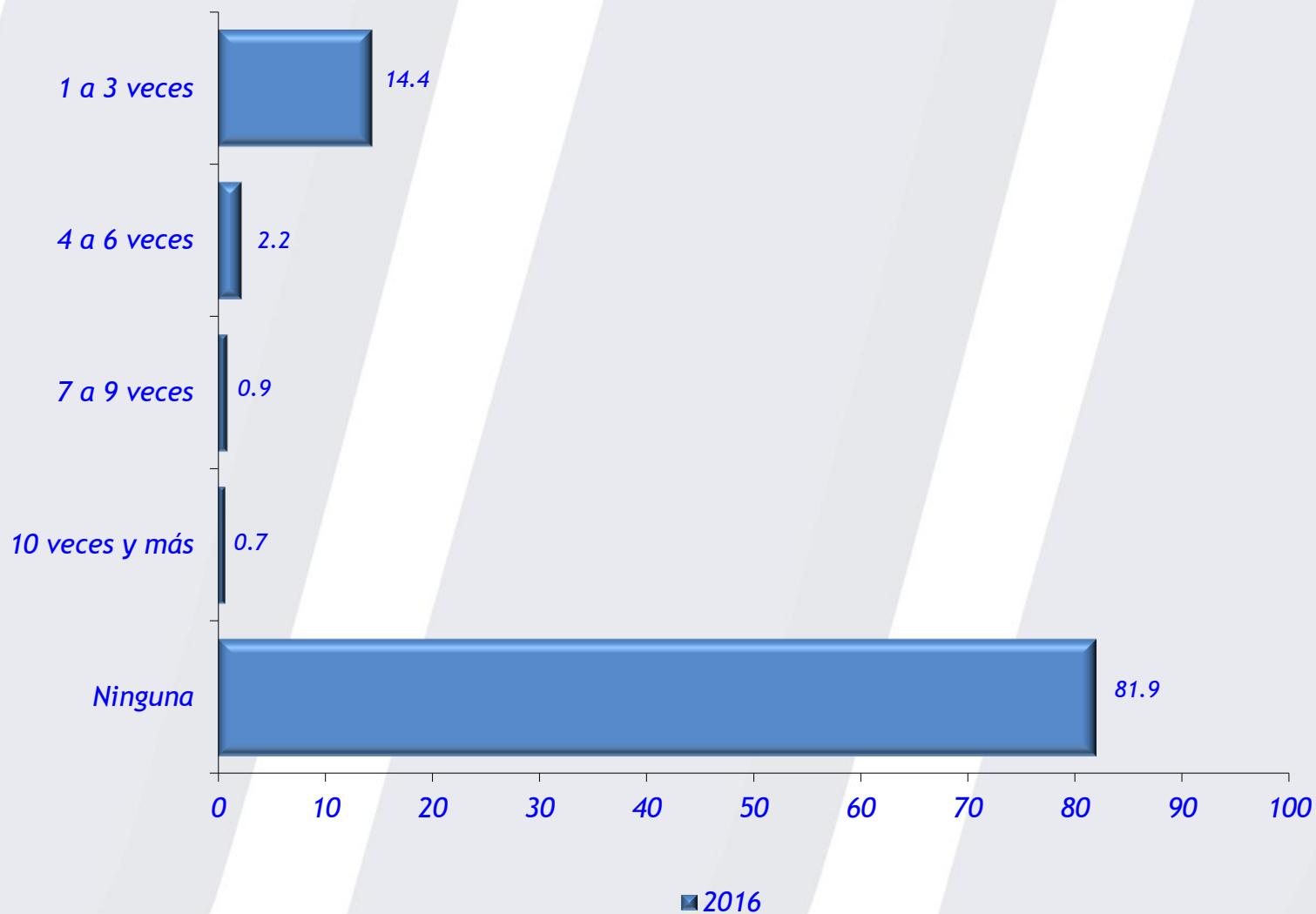
Porcentaje de respuesta 5.3%

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
SEÑOR FROG'S	5.8
BUENA VIDA	4.8
ITALIANNI'S	3.8
EL FOGÓN	3.8
EL CAMELLO	3.8
HARTWOOD	3.8
BUBBA GUMP SHRIMP	2.9
LA PARRILLA	2.9
TGI FRIDAY'S	2.9
LOL HA	2.9
TEQUILA GRILL	2.9
LA ZEBRA	2.9
MATEO 'S TULUM	2.9
BURGER KING	1.9
CHILI'S	1.9
HARD ROCK CAFÉ	1.9
JOHNNY ROCKETS	1.9
LA PALAPA	1.9
LORENZILLO'S	1.9
MC DONALD'S	1.9

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	8.0
LA VAQUITA	0.7
MANDALA	0.6
BLUE PARROT	0.5
DOLORES	0.4
GITANO (TULUM)	0.4
SEÑOR FROG'S	0.4
SALSANERA	0.2
TEQUILA BARREL	0.2
THE CITY	0.2
TRIBECA	0.2
DADY' O	0.1
MAMBO CAFÉ	0.1

Datos sobre el 7.8% 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	14.0
QUINTA AVENIDA	7.0
TULUM	6.3
CHICHENITZA	1.5
WAL MART	1.3
AKUMAL	1.1
LA ISLA	1.0
COBA	0.9
COZUMEL	0.8
HOTEL	0.7
LAS AMERICAS	0.6
CANCUN SHOPPING MALLS	0.6
XCARET	0.6
AEROPUERTO	0.6
XPLOR	0.6

Datos sobre el 31.0% del total de turistas, que son quienes asistieron a centros comerciales durante su estancia

TOURS

PENETRACIÓN DE MERCADO

	2016
TULUM	32.1
CENOTES Y CAVERNAS	23.5
CHICHEN ITZÁ	15.7
SNORKEL	13.7
XCARET	12.2
COBÁ	11.2
XEL HÁ	9.9
XICHEN	7.4
JUNGLE TOUR	5.0
ISLA MUJERES DÍA	4.7
XPLOR	4.7
SHOPPING TOUR	4.6
ATV	3.7
COZUMEL	3.4
CATAMARAN	3.4
BUCEO	2.6
ALTOURNATIVE	2.3
CIRQUE DU SOLEI	1.9
BOOZE CRUISE	1.7
MAYAN ADVENTURE	1.7
NADO CON DELFINES	1.4
PESCA	1.4
XENOTES	1.2

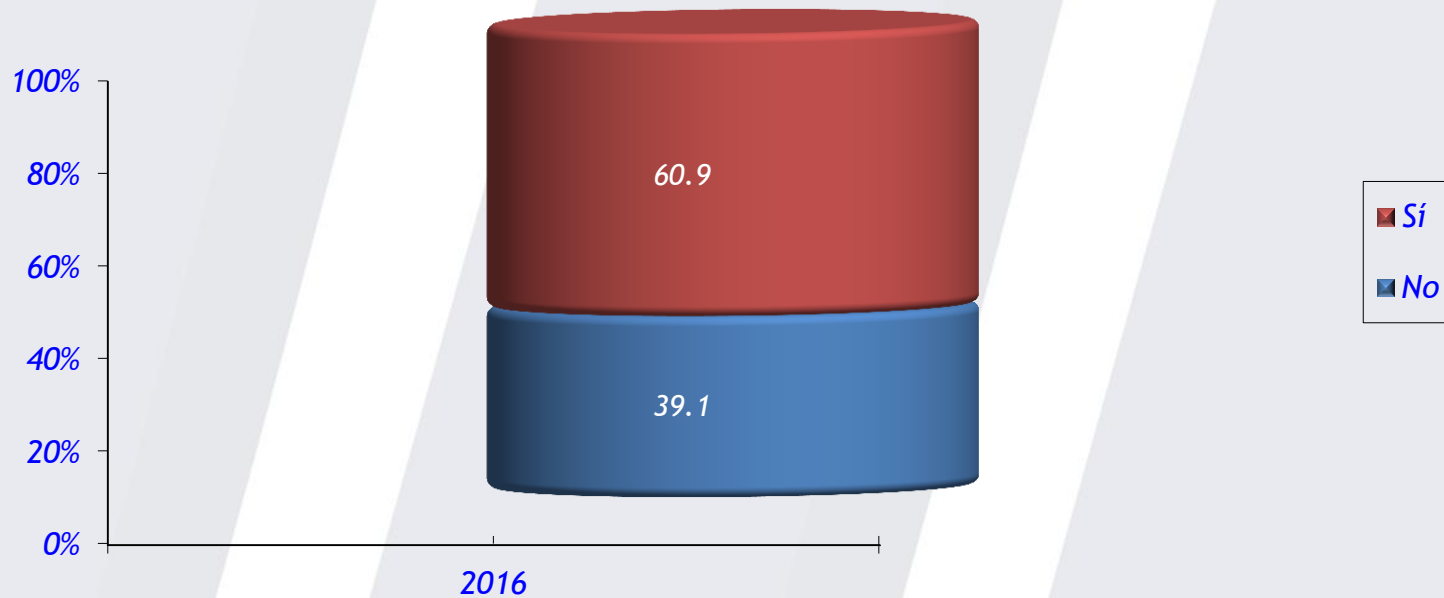
*Porcentajes
sobre el 100%
de los turistas*

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>	17.8
<i>Google.com</i>	4.0
<i>Expedia.com</i>	3.1
<i>Cheapcaribbean.com</i>	2.2
<i>Thomson.co.uk</i>	2.0
<i>Applevacations.com</i>	1.5
<i>Bahiaprincipe.com</i>	1.2
<i>Book it.com</i>	1.2
<i>Travelocity.com</i>	0.9
<i>Bestday.com</i>	0.9
<i>Hotels.com</i>	0.9
<i>Airtransat.com</i>	0.8
<i>Westjet.com</i>	0.8
<i>Palladium.com</i>	0.7
<i>Despegar.com</i>	0.7
<i>Redtag.ca</i>	0.7
<i>Booking.com</i>	0.6

Respuestas sobre el 100% de los turistas

PARA CONOCER SOBRE:

2016

RESTAURANTES

12.3

CENTROS NOCTURNOS

6.7

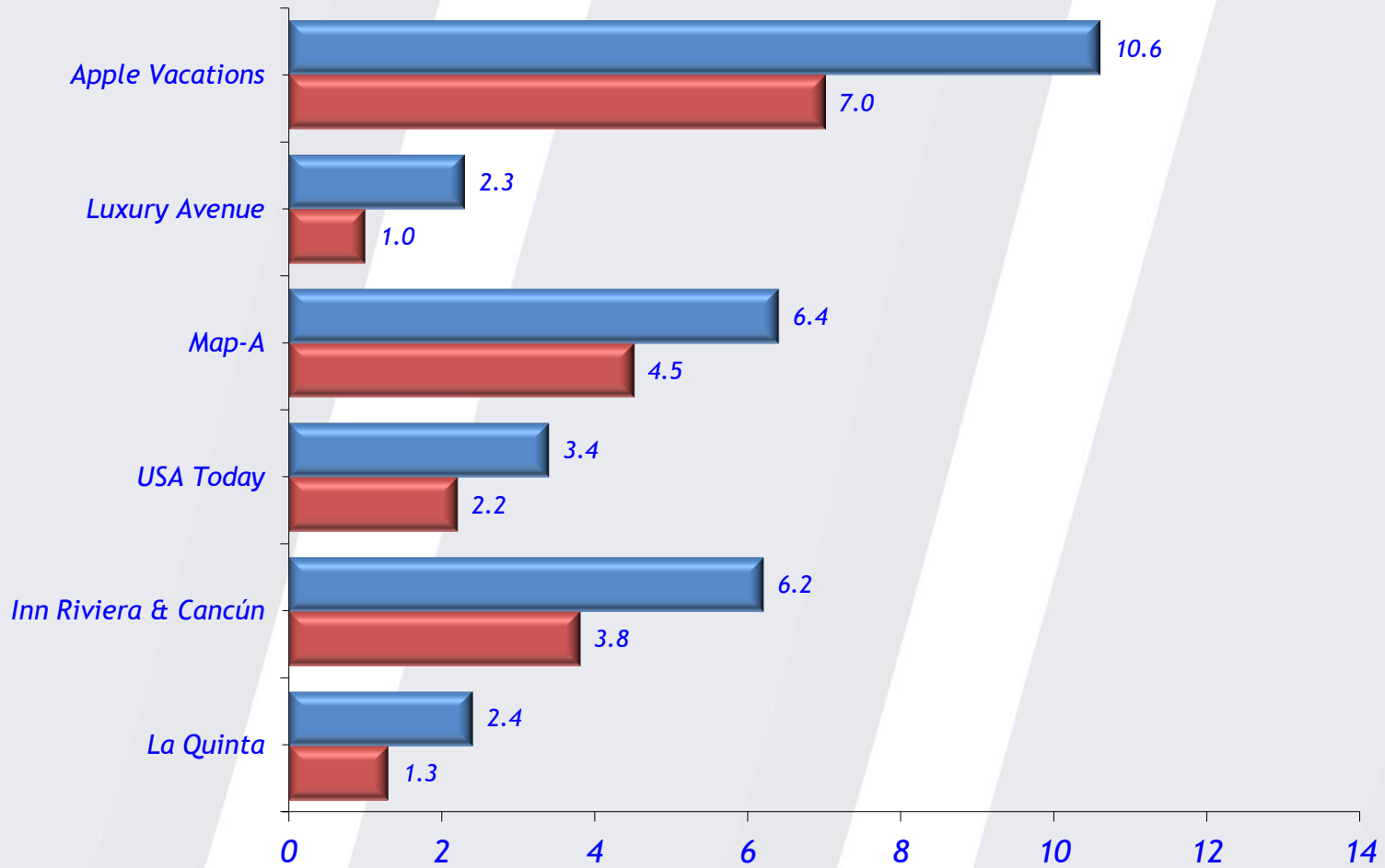
COMPRAS

5.3

TOURS

23.0

Porcentajes sobre el 100% de los visitantes.



Porcentajes sobre el 100% de los turistas

■ Recepción

■ Lectura