



MARKETING
CONSULTANTS

Información que se transforma en resultados

ESTUDIO TURISTA ISLA MUJERES

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 Isla Mujeres 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

ISLA MUJERES: INDICADORES TURÍSTICOS BÁSICOS 2016

	Número de cuartos	Porcentaje de ocupación	Número de turistas (*)	Estancia promedio (noches)
ISLA	1,336	73.0%	100,404	7.8
ZONA CONTINENTAL	2,388	89.0%	322,006	5.3
ISLA MUJERES	3,724	81.0%	422,410	5.7

FUENTE: Dirección de turismo del Ayuntamiento de Isla Mujeres

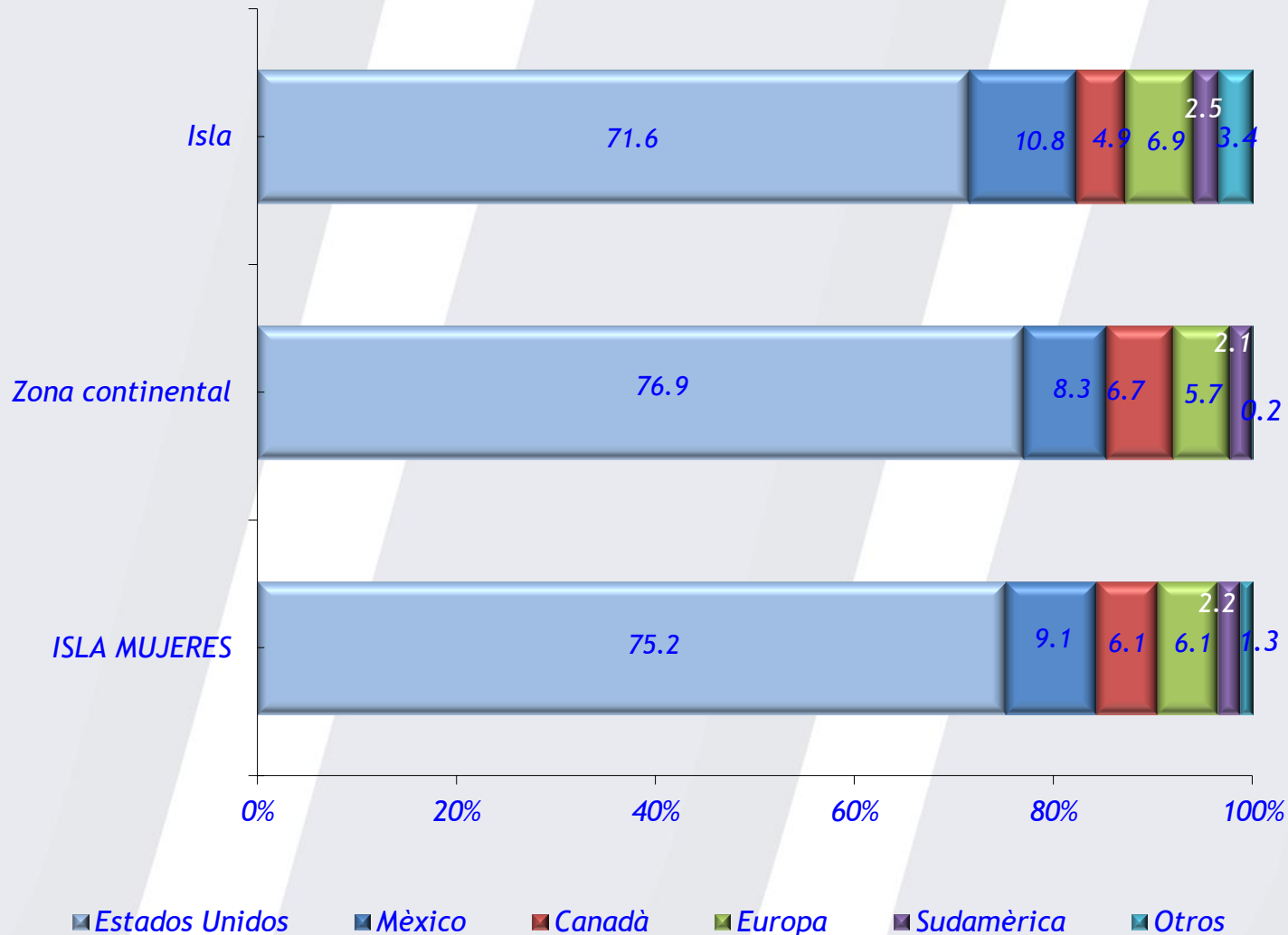
() Estimado por marketing Consultants con base en los datos de cuartos y ocupación del Ayuntamiento de Isla Mujeres.*

PERFIL Y COMPORTAMIENTO DEL TURISTA

Resultados anuales 2016

PERFIL

LUGAR DE ORIGEN Participación de mercado



ESTADO	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>Promedio</i>
TEXAS	11.2	14.0	13.3
CALIFORNIA	7.7	9.9	9.2
NEWYORK	5.6	5.7	5.7
FLORIDA	4.2	6.1	5.5
ILLINOIS	2.8	6.7	5.5
OHIO	3.5	5.7	5.0
GEORGIA	4.9	3.8	4.2
PENNSYLVANIA	2.8	4.8	4.2
NEW JERSEY	1.4	5.4	4.2
MINNESOTA	7.7	1.3	3.3
VIRGINIA	2.1	3.5	3.1
COLORADO	3.5	2.5	2.8
WASHINGTON	4.9	1.3	2.4
MISSOURI	3.5	1.9	2.4
INDIANA	2.8	2.2	2.4
OKLAHOMA	1.4	2.5	2.2
NORTH CAROLINA	2.8	1.9	2.2

ESTADO	Isla	Zona continental	Promedio
Ciudad de México	22.7	23.5	23.2
Estado de México	27.3	11.8	17.9
Nuevo León	9.1	11.8	10.7
Tamaulipas	13.6	2.9	7.1
Chihuahua		8.8	5.4
Jalisco	4.5	5.9	5.4
Morelos	13.6		5.4
Chiapas		5.9	3.6
Coahuila		5.9	3.6
Guanajuato		5.9	3.6
Michoacán		5.9	3.6
Puebla	9.1		3.6
Hidalgo		2.9	1.8
Querétaro		2.9	1.8
Sinaloa		2.9	1.8
Sonora		2.9	1.8

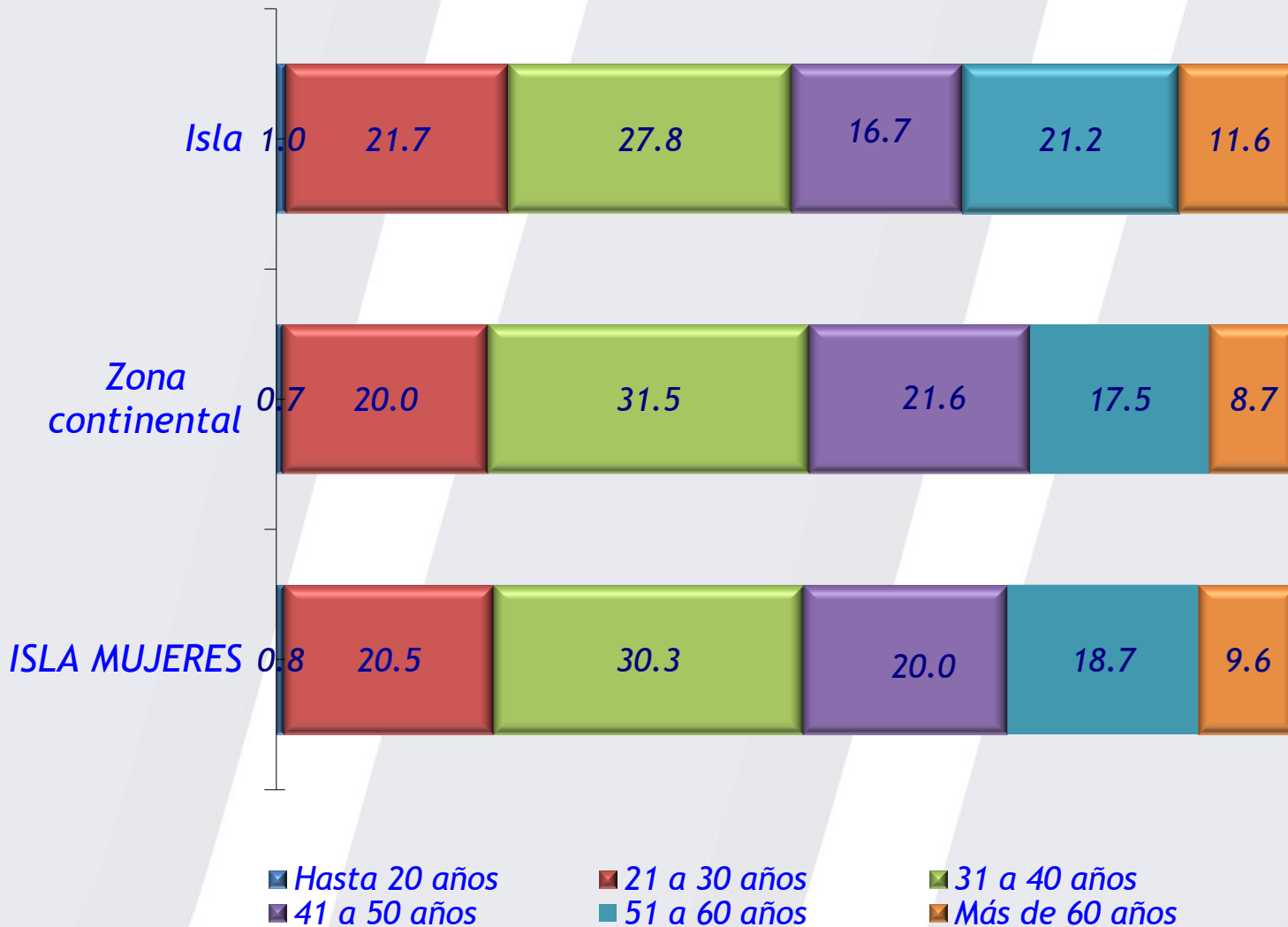
PROVINCIA	Isla	Zona continental	Promedio
ONTARIO	14.3	59.1	48.3
QUEBEC	28.6	18.2	20.7
COLUMBIA BRITANICA	14.3	9.1	10.3
ALBERTA		9.1	6.9
SASKATCHEWAN	28.6		6.9
NUEVA ESCOCIA		4.5	3.4
MANITOBA	14.3		3.4

PAÍS	Isla	Zona continental	Promedio
Inglaterra	21.4	70.8	52.6
Alemania	14.3	8.3	10.5
España	7.1	8.3	7.9
Austria	14.3		5.3
Dinamarca	14.3		5.3
Suecia	7.1	4.2	5.3
Suiza	7.1	4.2	5.3
Francia	7.1		2.6
Italia	7.1		2.6
Escocia		4.2	2.6

PERFIL

EDAD

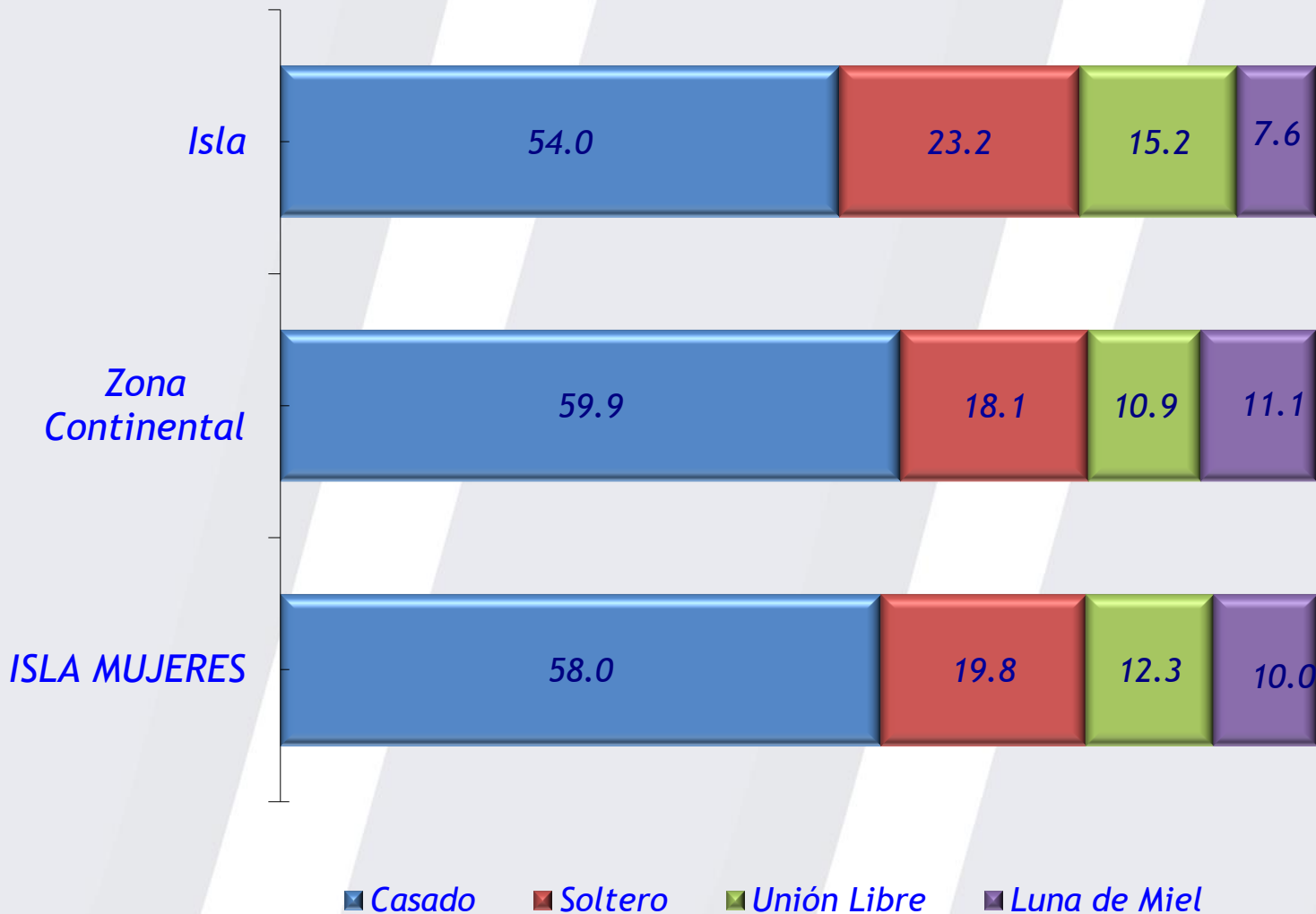
Participación de mercado



Porcentaje de respuesta 98.2%

PERFIL

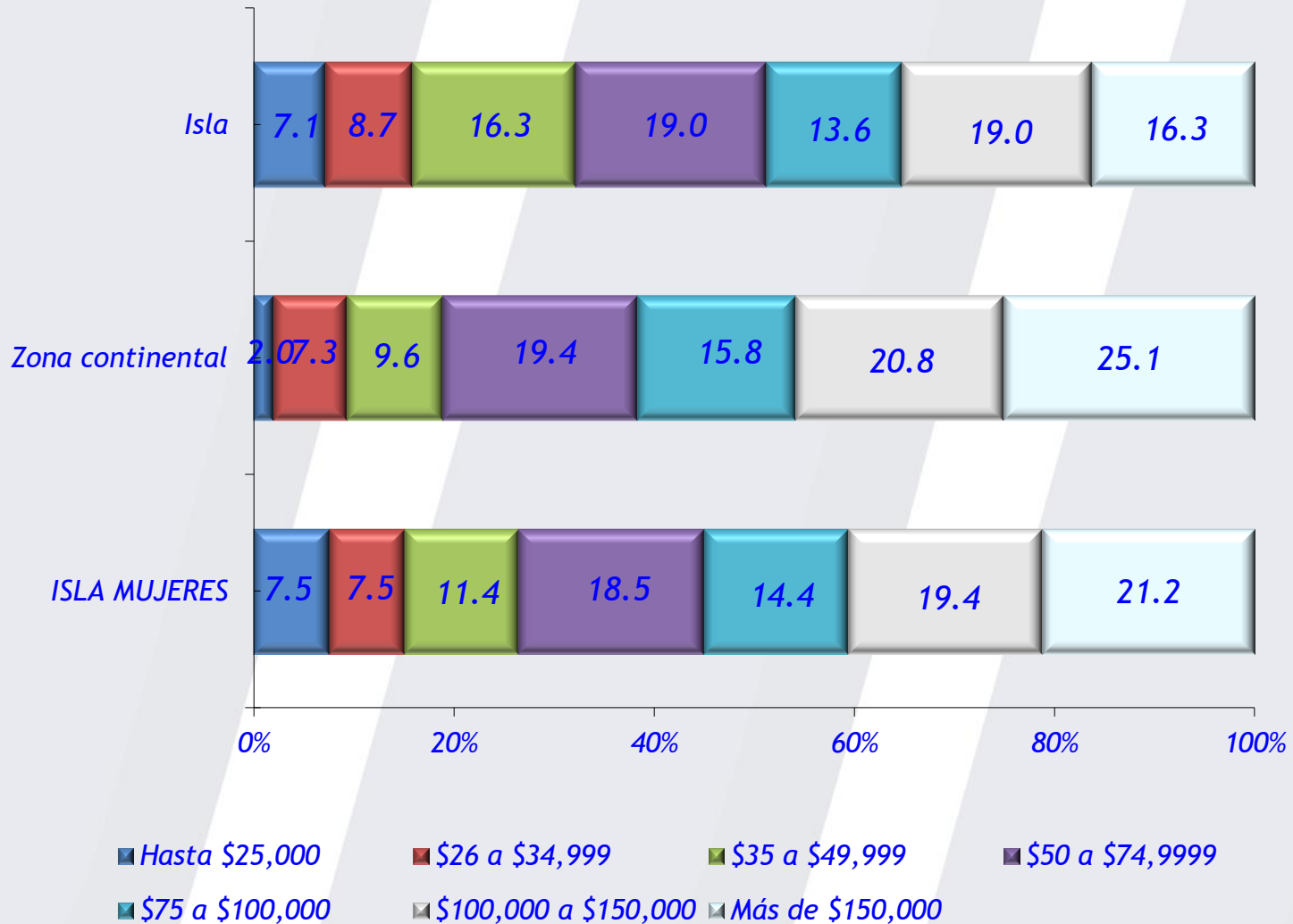
ESTADO CIVIL Participación de mercado



Porcentaje de respuesta 96.3%

PERFIL

INGRESO ANUAL POR FAMILIA, Dólares al año Participación de mercado

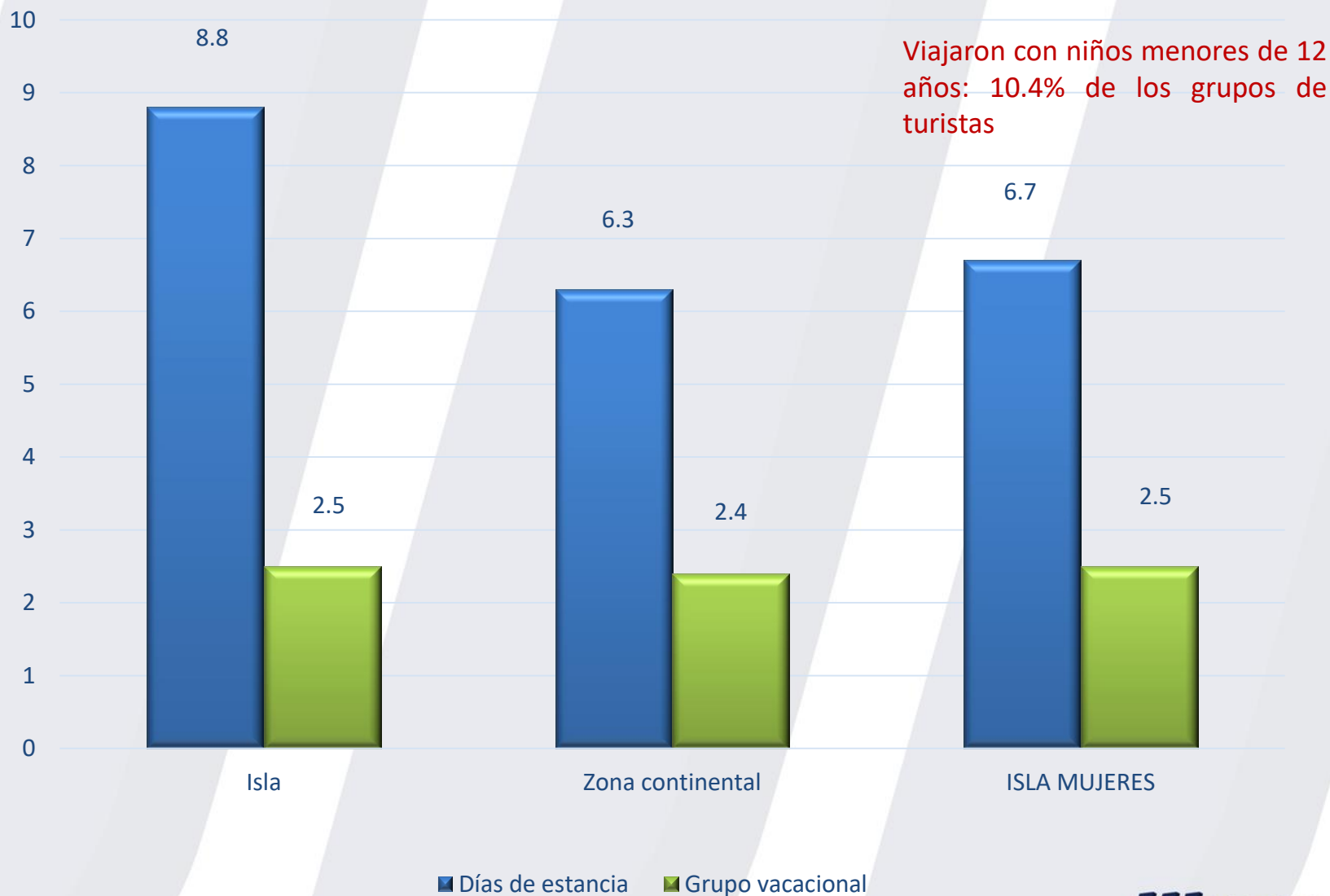


Porcentaje de respuesta 89.8%

PERFIL

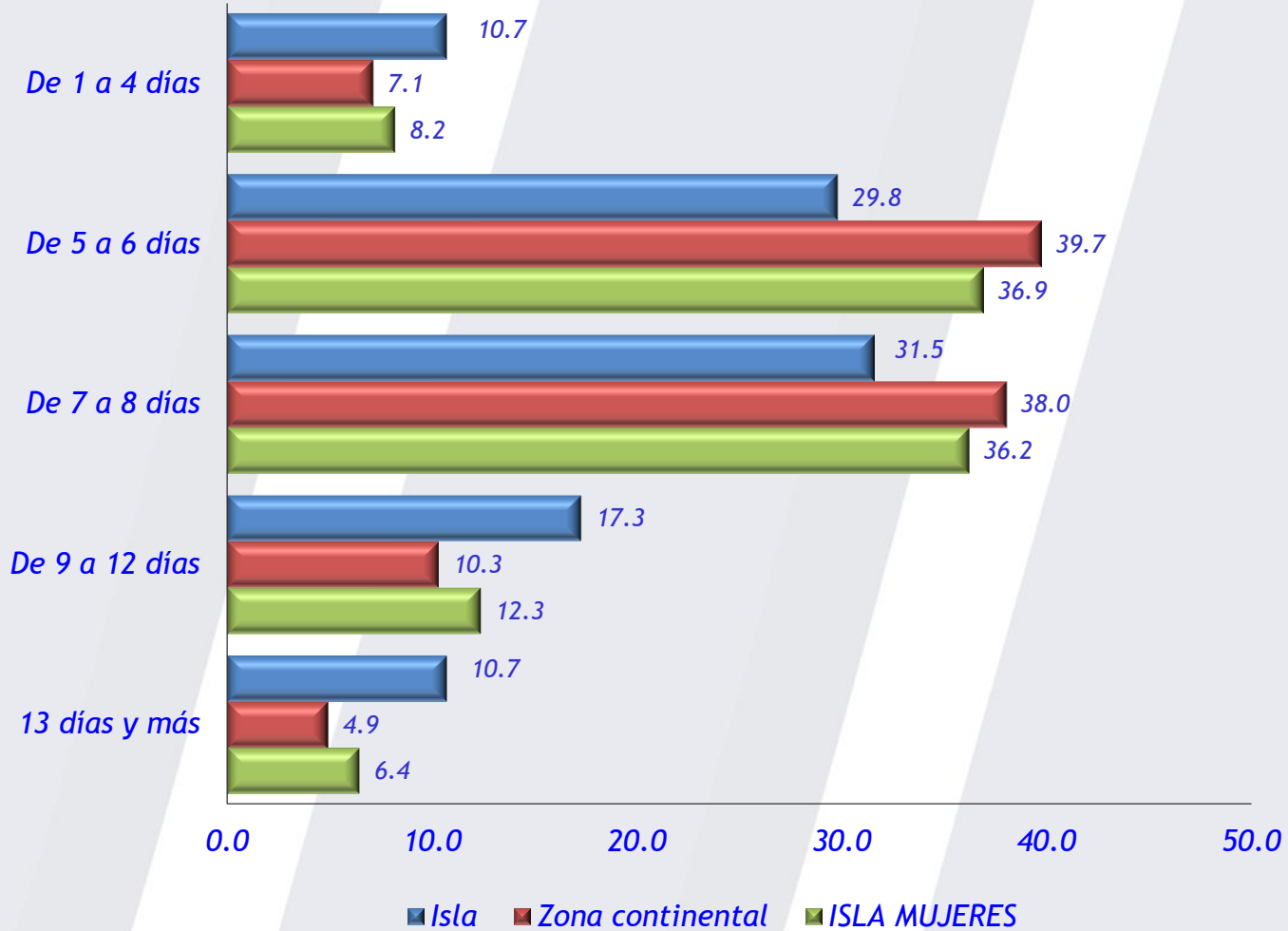
TAMAÑO DE GRUPO Y ESTANCIA PROMEDIO

Número de turistas por grupo y días de estancia



PERFIL

ESTANCIA EN EL DESTINO Días de estancia

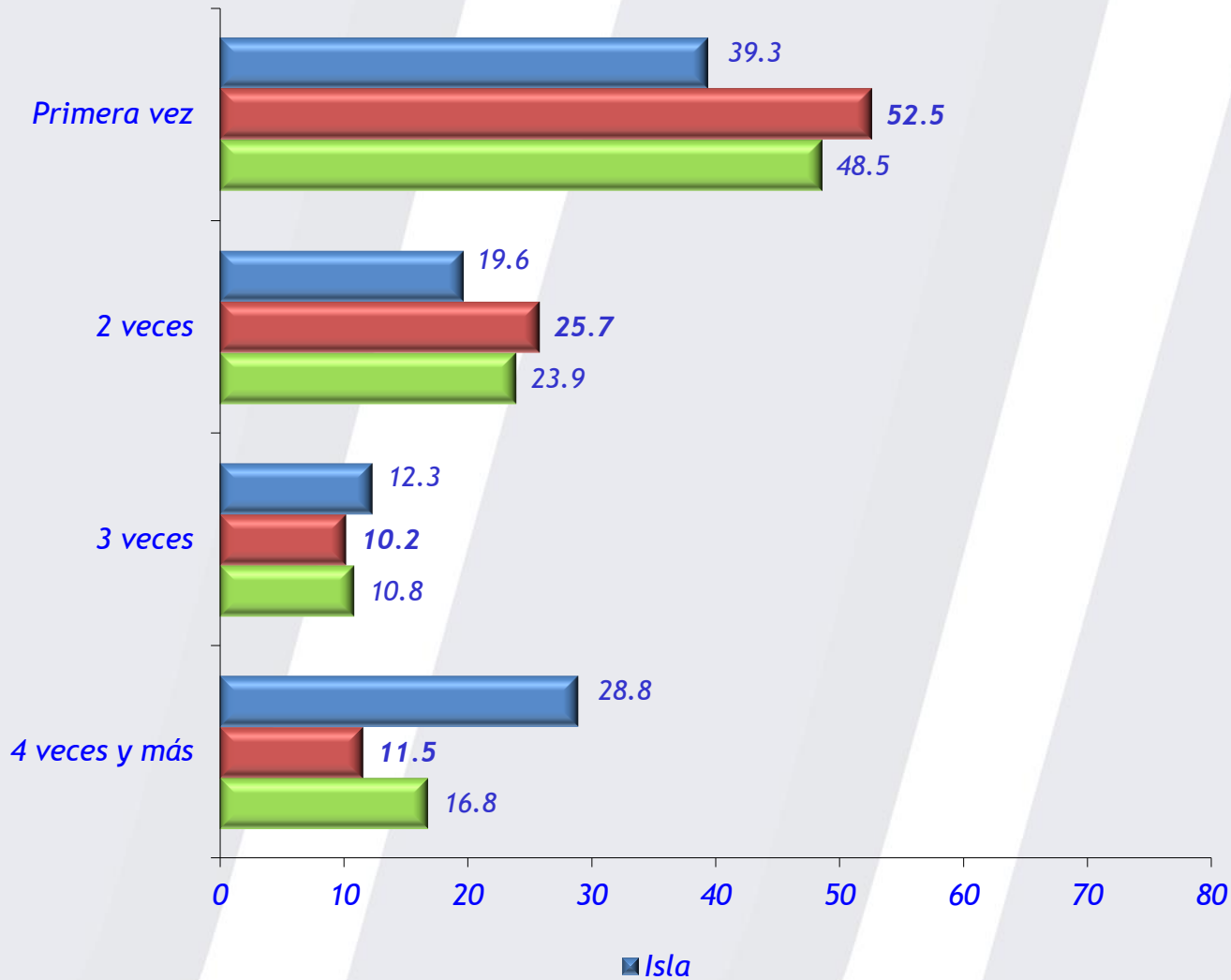


Porcentaje de respuesta 92.0%

39.3
19.6
12.3
28.8

PERFIL

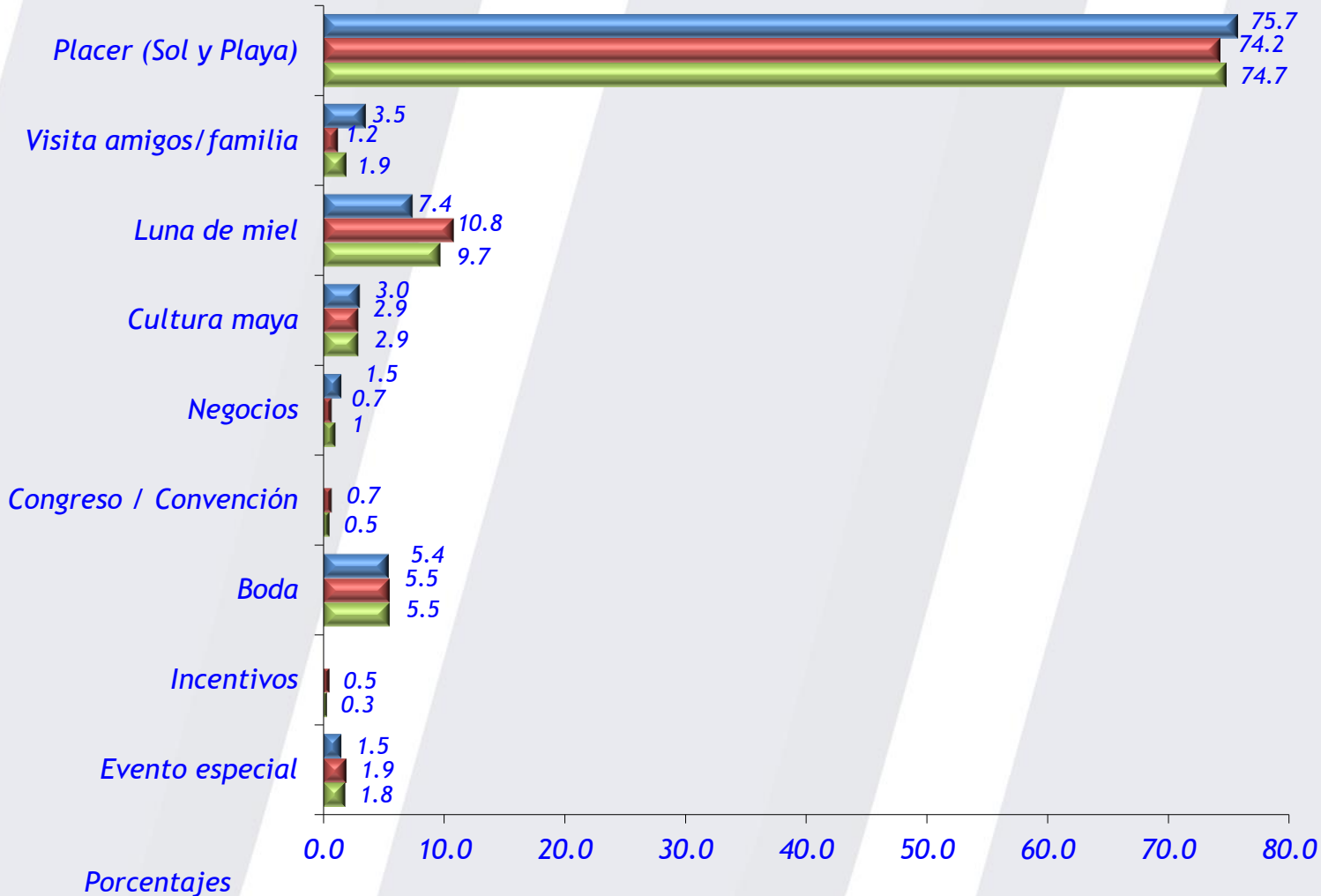
ÍNDICE DE RETORNO AL DESTINO Veces que ha visitado este destino



PERFIL

MOTIVO PRINCIPAL DE SU VIAJE

Porcentajes del total de turistas



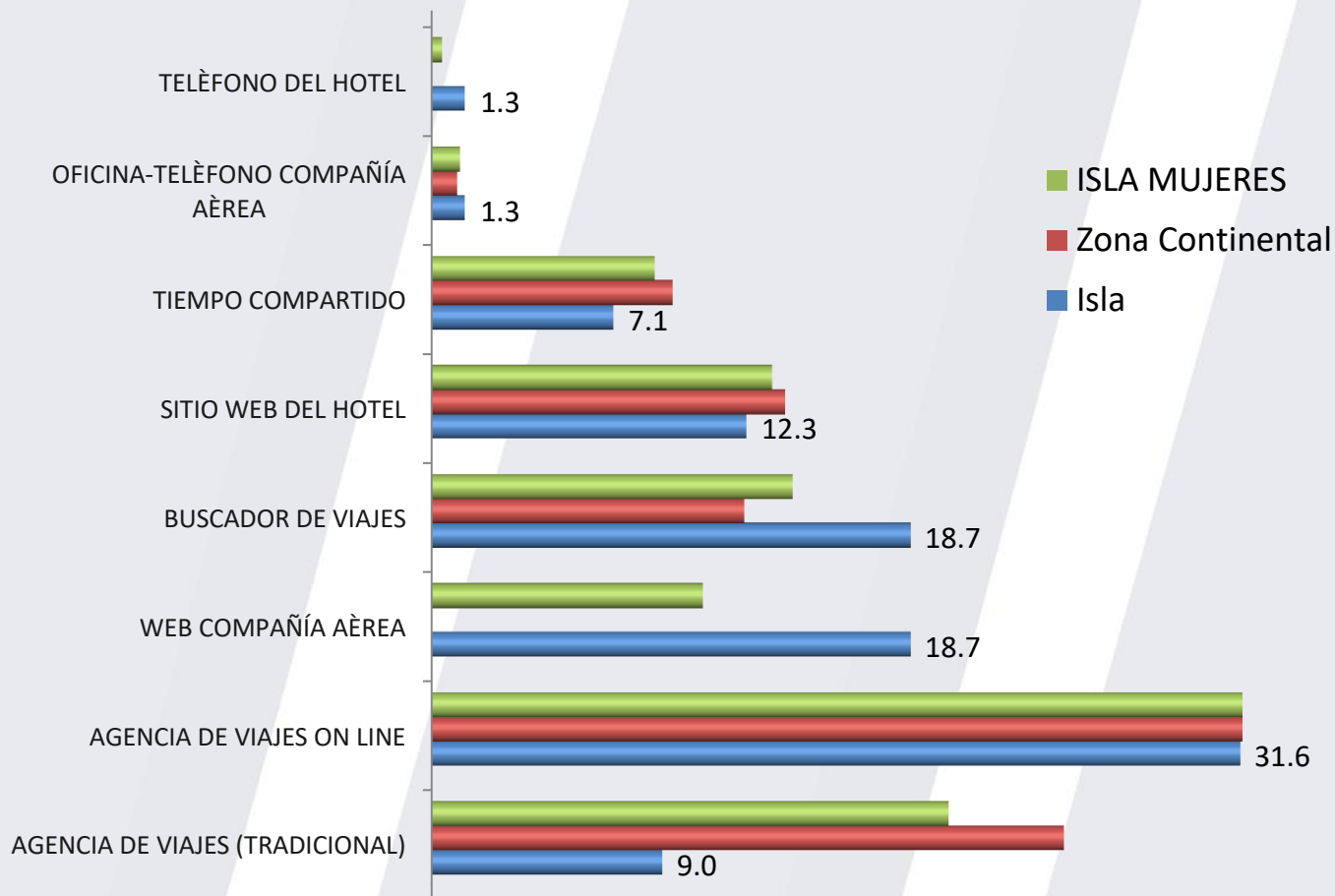
Porcentaje de respuesta 99.2%

Isla Zona Continental ISLA MUJERES



DESTINO

FORMA DE RESERVACIÓN



*Porcentaje de respuesta:
86.4% del total de turistas*

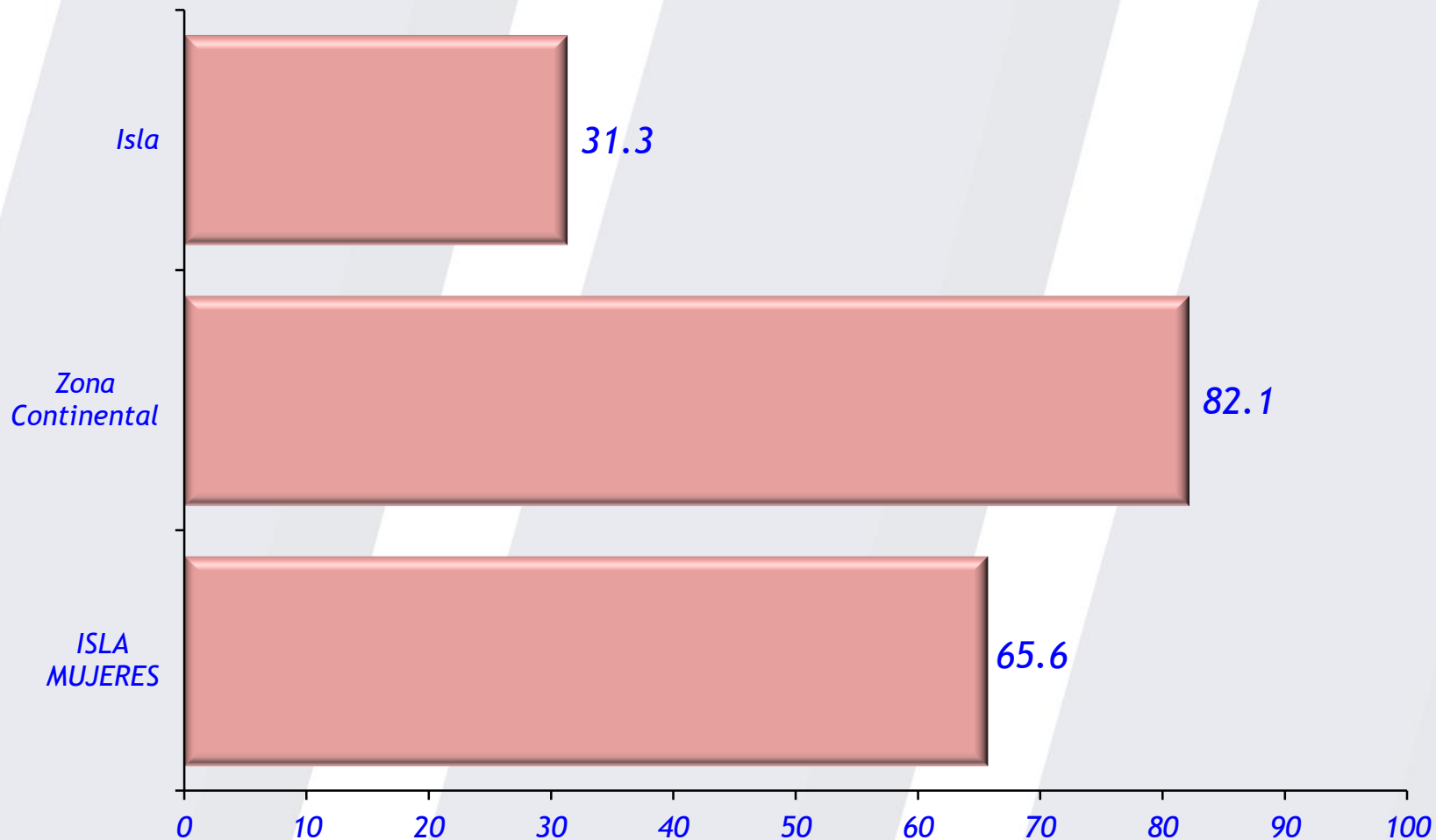
PERFIL

AGENCIAS DE VIAJES Indicador de participación

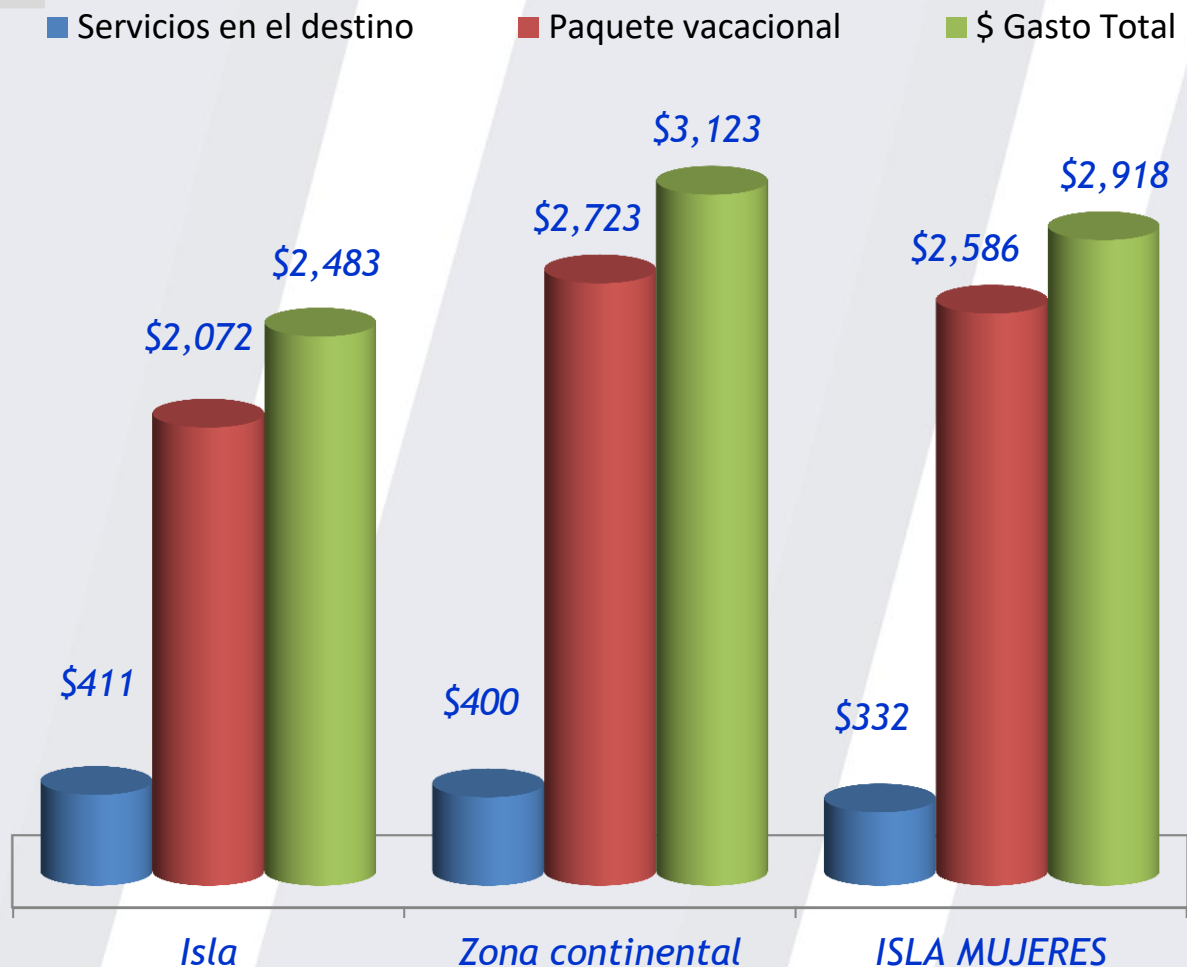
	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>ISLA MUJERES</i>
EXPEDIA	32.6	18.6	21.6
APPLE VACATIONS	8.7	14.4	13.4
BEST DAY	6.6	9.6	9.1
FUNJET / LOMAS TRAVEL	2.2	8.5	7.3
OLYMPUS / GO GO TRAVEL	2.2	7.4	6.5
CHEAP CARIBBEAN	2.2	5.3	4.7
TRAVELOCITY	10.9	2.1	3.9
ORBITZ	6.5	2.1	3.0
BOOK IT.COM	4.3	2.1	2.6
LIBERTY TRAVEL	2.2	1.6	1.7
THOMAS COOK		2.1	1.7
DELTA VACATIONS		2.1	1.7
WEST JET		2.1	1.7
AIR TRANSAT		1.6	1.3
DESPEGAR	2.2	1.1	1.3
PRICE TRAVEL		1.6	1.3
CANADIAN HOLIDAY	2.2	0.5	0.9
TRAVEL EXPRESS		1.1	0.9
VACATION EXPRESS		1.1	0.9
VOLARIS	2.2	0.5	0.9
INTERJET		1.1	0.9
HOTELS.COM		1.1	0.9
CHEAP TICKETS	4.3		0.9
YESTRAVEL		1.1	0.9

Porcentaje de
respuesta : 37.1%

Porcentaje de turistas con paquetes "todo incluido"



Porcentajes sobre el 100% de los turistas



Porcentaje de respuesta: 79.8%.

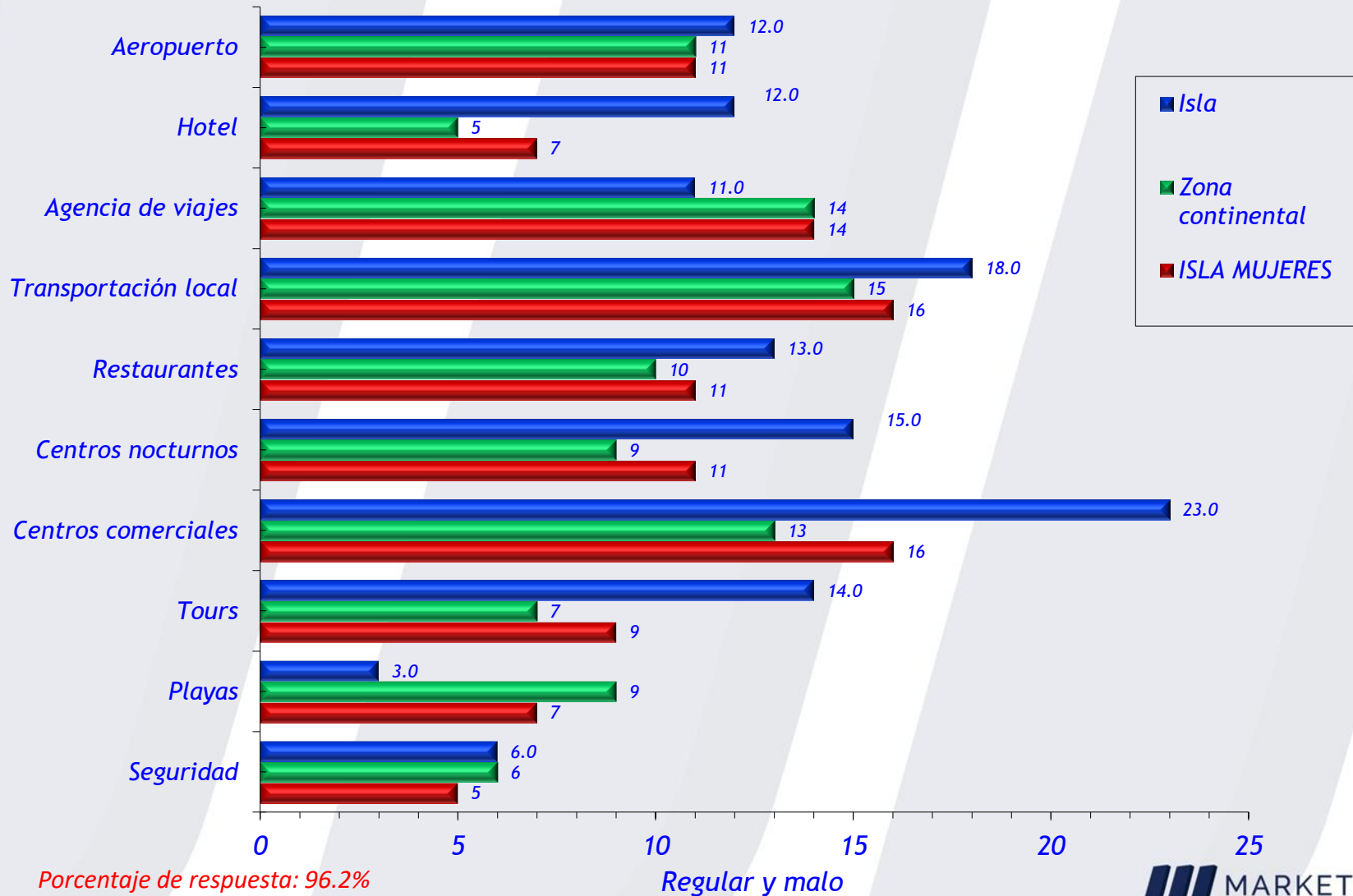
DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN SERVICIOS COMPLEMENTARIO
Gasto en dólares por grupo, promedio anual

CONCEPTO	<i>Isla</i>		<i>Zona continental</i>		<i>ISLA MUJERES</i>	
	<i>% de Asistentes (*)</i>	<i>Gasto Promedio 2016</i>	<i>% de Asistentes (*)</i>	<i>Gasto Promedio 2016</i>	<i>% de Asistentes (*)</i>	<i>Gasto Promedio 2016</i>
RESTAURANTES	65.2	\$361	15.9	\$366	32.0	\$363
BARES	7.4	\$241	5.7	\$251	6.2	\$244
COMPRAS	27.9	\$197	29.2	\$299	25.4	\$258
TOURS	53.9	\$314	50.4	\$341	51.5	\$332
OTROS	12.6	\$365	11.4	\$274	11.7	\$294

(*) 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

	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>ISLA MUJERES</i>
<i>HOTEL</i>	82.1	90.5	88.4
<i>TIEMPO COMPARTIDO</i>	5.1	9.5	8.4
<i>RENTA VACACIONAL</i>	10.3		2.6
<i>CASA DE FAMILIARES / AMIGOS</i>	2.6		0.6

HOTELES

HOTELES

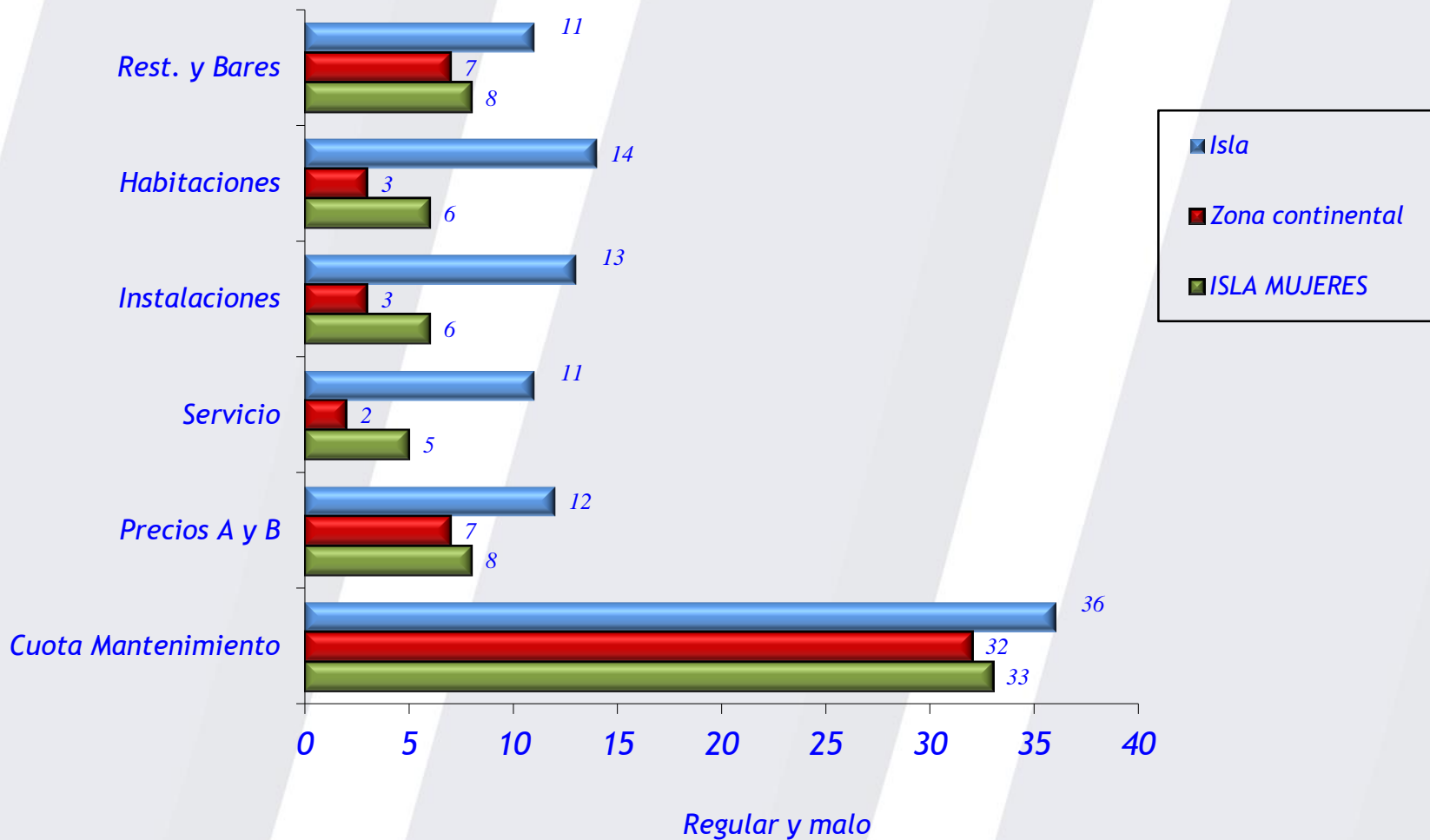
Participación de mercado 2016

	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>ISLA MUJERES</i>
EXCELLENCE PLAYA MUJERES		30.4	21.3
VILLA DEL PALMAR		24.5	17.2
SECRETS PLAYA MUJERES		18.1	12.7
HOSTAL LOCAL	32.2		9.7
FINEST PLAYA MUJERES (CANCUN)		13.5	9.5
ALL RITMO CANCUN		8.8	6.2
PRIVILEGE ALUXES	15.6		4.7
MIA REEF ISLA MUJERES	14.4		4.3
THE BELOVED		4.8	3.3
ISLA MUJERES PALACE	10.6		3.2
IXCHEL BEACH RESORT	9.4		2.8
VILLA ROLANDI	3.9		1.2
CASA O CONDOMINIO PARTICULAR	3.3		1.0
MARIA DEL MAR	2.2		0.7
CASA IXCHEL	2.2		0.7
POSADA DEL MAR	2.2		0.7
MEDIA LUNA	1.1		0.3
CASA DE FAMILIARES O AMIGOS	0.6		0.2
LA JOYA ISLA MUJERES	0.6		0.2
HOTEL BUCANEROS	0.6		0.2

Porcentaje de respuesta 100.0%

HOTELES

PORCENTAJE DE QUEJAS EN LOS HOTELES Participación de mercado



TIEMPO COMPARTIDO

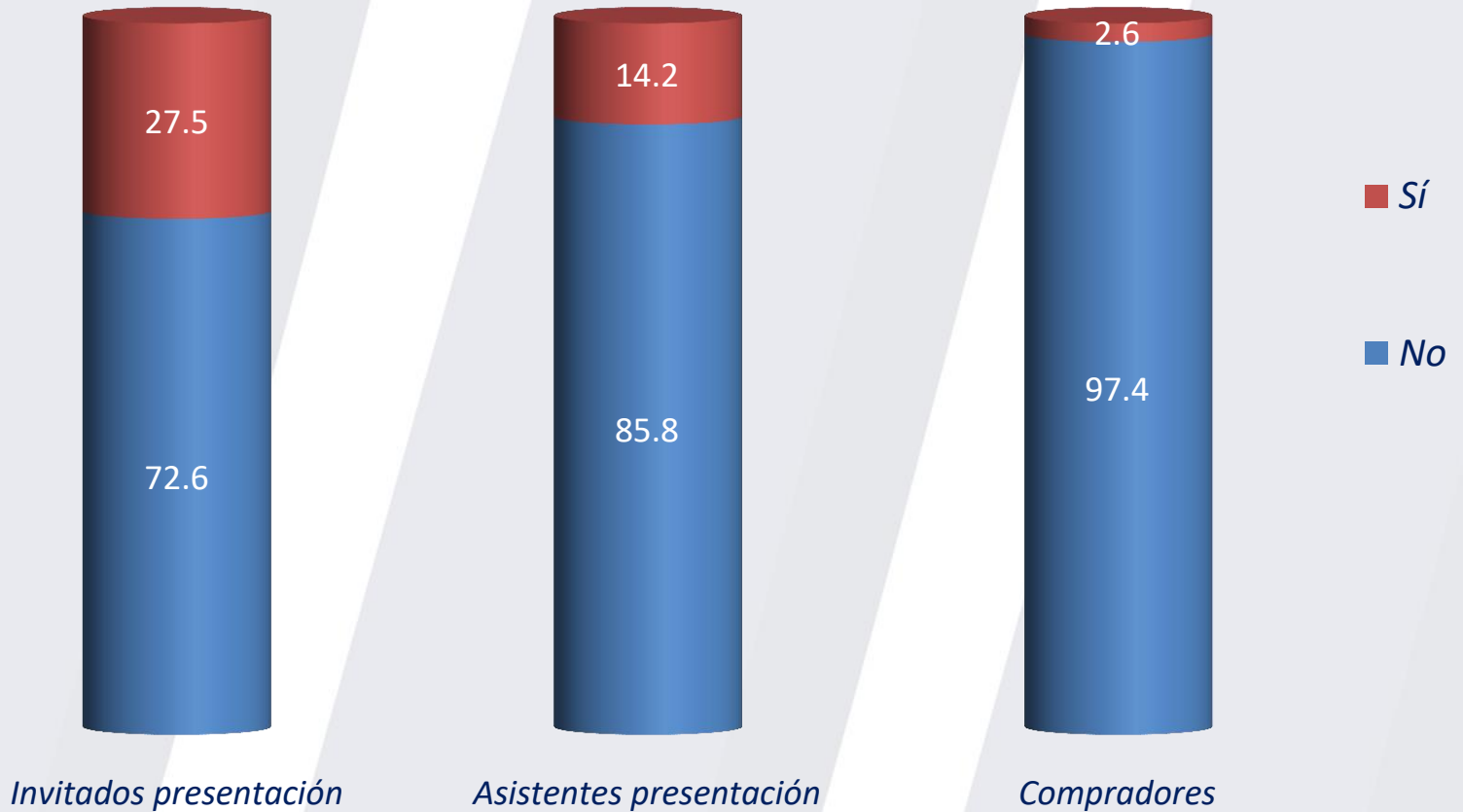
UTILIZACIÓN DE TIEMPO COMPARTIDO Participación de mercado



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

	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>ISLA MUJERES</i>
VILLAS DEL PALMAR		78.2	68.3
SECRETS RESORTS		12.7	11.1
PALACE RESORTS	37.5		4.8
GRAND LUXXE (VIDANTA)		3.6	3.2
CASA MAYA / IMPERIAL FIESTA	12.5		1.6
MOON PALACE / SUNRISE	12.5		1.6
OASIS RESORTS		1.8	1.6
ROYAL SANDS	12.5		1.6
EL CID		1.8	1.6
WESTIN / REGINA CLUB	12.5		1.6
HARD ROCK/LEGENDARY		1.8	1.6
ROYALTON	12.5		1.6

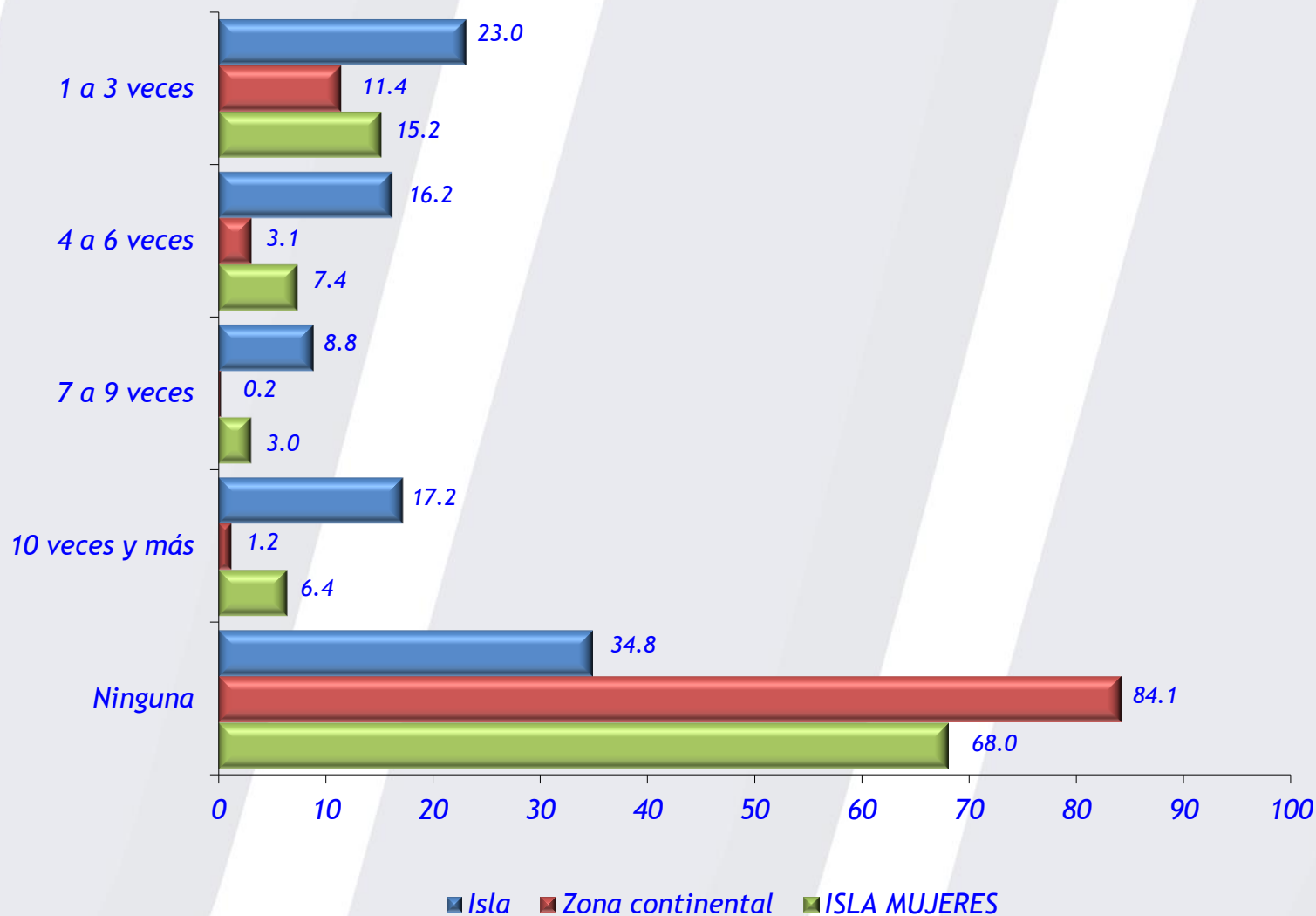
Porcentaje de respuesta 10.1%

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

	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>ISLA MUJERES</i>
MANGO CAFE	14.2	3.8	10.7
ROOSTER	10.4		6.9
ROLANDIS	9.4		6.3
LA PARRILLA		17.0	5.7
MOCAMBO	4.7	5.7	5.0
OSCAR Y LALO'S	7.5		5.0
JAX	7.5		5.0
LOLA VALENTINA	5.7	1.9	4.4
LA LOMITA	5.7		3.8
BALLYHOO	3.8	1.9	3.1
FRED'S	2.8	1.9	2.5
ZAMAS		3.8	1.9
LA CASA DE LOS ABUELOS	1.9	1.9	1.9
POC CHUC	2.8		1.9
BUBBA GUMP SHRIMP		3.8	1.3
EL POBLANO		3.8	1.3
HOOTERS		3.8	1.3
ARGENTINA	1.9		1.3
DON CAFETO	1.9		1.3
COCONUTS	0.9	1.9	1.3

Datos sobre el 32.0% del total de turistas, que son quienes asistieron a restaurantes durante su estancia

CENTROS NOCTURNOS

BARES Y CENTROS NOCTURNOS Participación de mercado

	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>ISLA MUJERES</i>
COCO BONGO	25.0	60.0	45.8
COCONUTS	25.0		10.2
MANDALA		11.4	8.5
FENIX LOUNGE	16.7		6.8
CONGO		8.6	5.1
LA VAQUITA	8.3	2.9	5.1
SEÑOR FROG'S	12.5		5.1
JAX	4.2	2.9	3.4
THE CITY		5.7	3.4
DADY' O		2.9	1.7
HARD ROCK CAFE		2.9	1.7
ICE	4.2		1.7
MAMBO CAFÉ		2.9	1.7

Datos sobre el 6.2% del total de turistas, que son quienes asistieron a centros nocturnos durante su estancia

CENTROS COMERCIALES

ÁREAS Y CENTROS COMERCIALES VISITADOS

Participación de mercado

	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>ISLA MUJERES</i>
ISLA MUJERES	35.6	23.5	28.0
LAS AMERICAS	9.2	11.4	10.6
MDO. 28	1.1	15.4	10.2
LA ISLA	10.3	8.7	9.3
CHICHENITZA	3.4	6.0	5.1
PLAYA DEL CARMEN	4.6	5.4	5.1
TULUM	3.4	4.0	3.8
DOWNTOWN (CANCUN)	1.1	3.4	2.5
WAL MART	2.3	2.3	2.5
PUERTO MORELOS		1.1	2.5
CHEDRAUI	5.7		2.5
ZONA HOTELERA (CANCUN)		2.0	2.1
KUKULCAN	2.3	1.3	1.7

Datos sobre el 25.4% del total de turistas, que son quienes asistieron a centros comerciales durante su estancia

	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>ISLA MUJERES</i>
ISLA MUJERES DÍA		23.8	25.3
SNORKEL	17.2	8.8	11.5
TULUM	14.7	7.8	10.1
CENOTES Y CAVERNAS	15.2	7.1	9.8
CHICHEN ITZÁ	8.8	8.3	8.5
XCARET	4.9	10.2	8.5
NADO CON DELFINES	7.4	6.9	7.0
XEL HÁ	2.5	5.7	4.6
BUCEO	7.4	2.6	4.2
XICHEN	5.9	3.1	4.0
PESCA	6.9	2.1	3.7
COBÁ	5.9	1.2	2.7
XPLOR	1.0	3.6	2.7
CATAMARAN	2.0	2.4	2.2
COZUMEL	3.4	1.0	1.8
JUNGLE TOUR	2.0	1.7	1.8
CIRQUE DU SOLEIL	2.9	1.2	1.8
ATV	1.5	1.2	1.3
SHOPPING TOUR		1.7	1.3
INTERACTIVE AQUARIUM	1.0	1.2	1.1
SELVÁTICA	0.5	1.2	1.0
GOLF		1.4	1.0
MONTAR A CABALLO	1.5	0.7	1.0

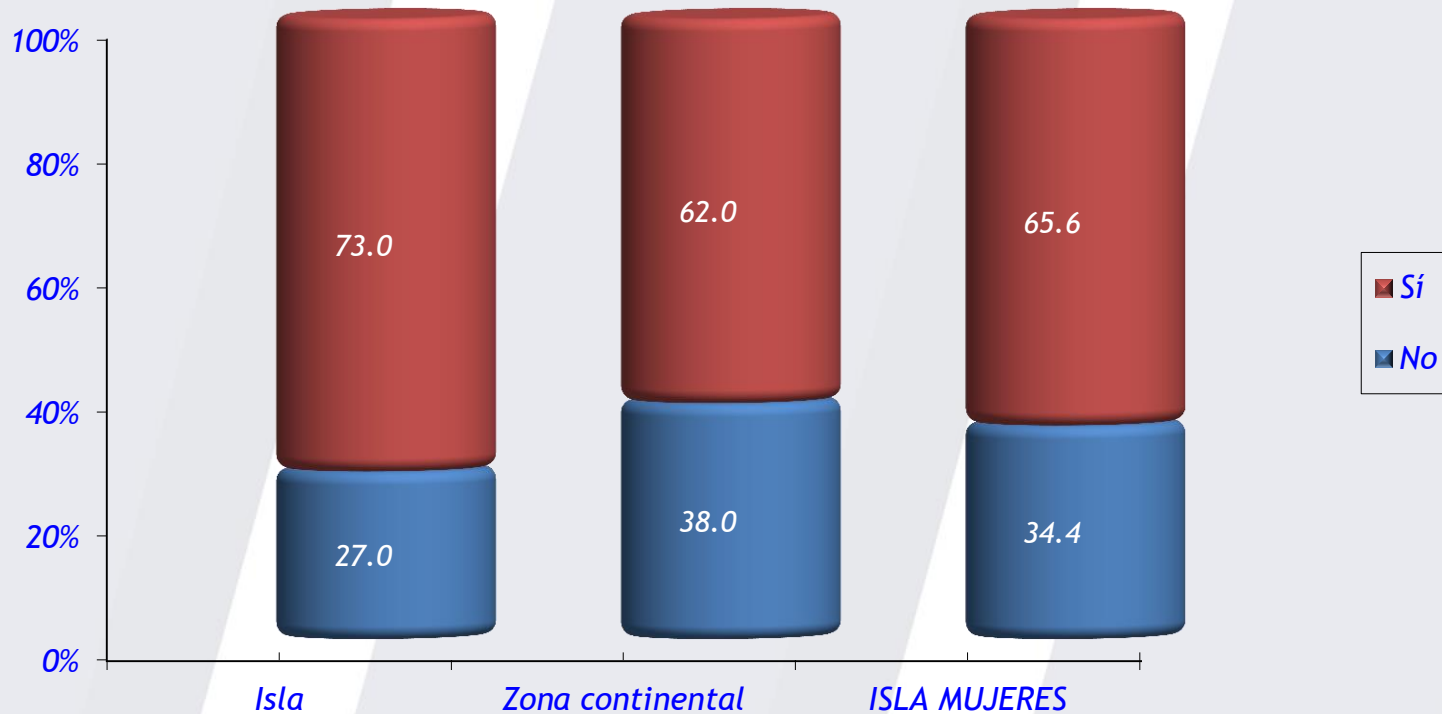
*Porcentajes
sobre el 100%
de los turistas*

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

	<i>Isla</i>	<i>Zona continental</i>	<i>ISLA MUJERES</i>
<i>Tripadvisor.com</i>	23.0	32.4	18.1
<i>Expedia.com</i>	8.8	21.6	9.9
<i>Google.com</i>	6.4	7.8	4.6
<i>Travelocity.com</i>	3.9	8.3	4.0
<i>Hotels.com</i>	2.9	6.4	3.0
<i>Islamujeres.gob.mx</i>	4.4		1.4
<i>Excellence-Resorts.com</i>	0.5	3.4	1.3
<i>Orbitz.com</i>	1.5	2.0	1.1
<i>Book it.com</i>	1.0	2.5	1.1
<i>Cheapcaribbean.com</i>	1.0	2.0	1.0
<i>Booking.com</i>	2.0	0.5	0.8
<i>Facebook</i>	1.0	1.5	0.8
<i>Cancun.com</i>		2.0	0.6
<i>Bestday.com</i>	1.5	0.5	0.6
<i>Xcaret.com</i>		2.0	0.6
<i>Secretsresorts.com</i>			0.6
<i>trivago.com</i>	1.0	1.0	0.6

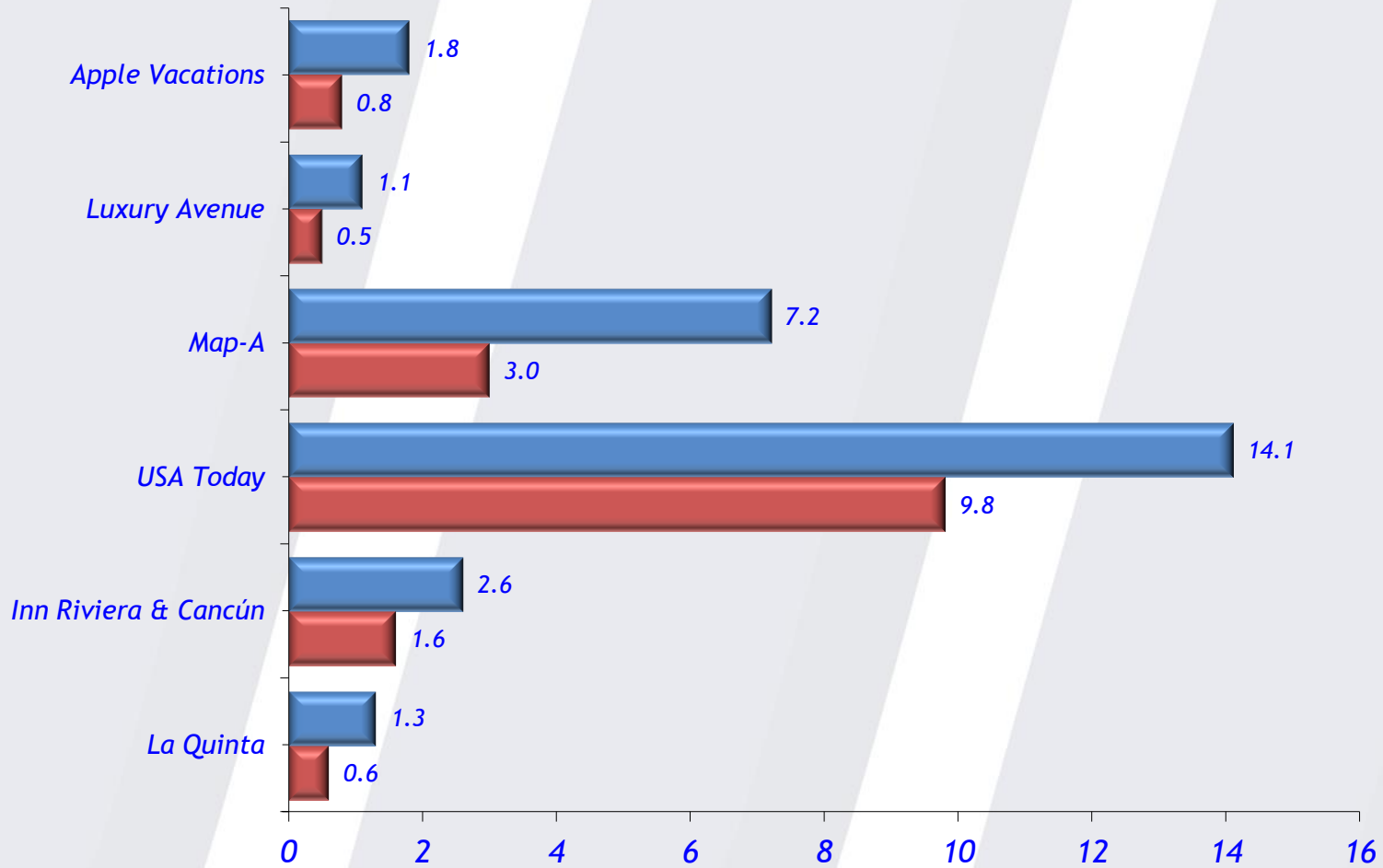
Respuestas sobre el 100% de los turistas

PARA CONOCER SOBRE:	Isla	Zona continental	ISLA MUJERES
RESTAURANTES	36.3	14.0	21.3
CENTROS NOCTURNOS	14.2	6.7	9.1
COMPRAS	9.3	8.1	8.5
TOURS	21.6	19.7	20.3

Porcentajes sobre el 100% de los visitantes.

MEDIOS PUBLICITARIOS

MEDIOS IMPRESOS: RECEPCIÓN Y LECTURA



Porcentajes sobre el 100% de los turistas

■ Recepción

■ Lectura