

*Revista del Centro de
Investigación*

Revista del Centro de Investigación.
Universidad La Salle
ISSN: 1405-6690
revista.ci@ulsa.mx
Universidad La Salle
México

Vanegas Pérez, Marisol; Sosa Ferreira, Pricila; Rojas Torres, Francisco; Ramos Torres, Pablo; López Baraja, Rubén; Balandra, Arturo
Perfil del consumidor del destino. INFORME 2000
Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle, vol. 5, núm. 18, junio-julio, 2002, pp. 83-100
Universidad La Salle
Distrito Federal, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34251809>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Perfil del consumidor del destino.

INFORME 2000

Lic. Marisol Vanegas Pérez, Mtra. Priscila Sosa Ferreira, MC Francisco Rojas Torres,
Lic. Pablo Ramos Torres, Ing. Rubén López Baraja & Asist. Arturo Balandra
Instituto de Investigaciones Turísticas
Universidad La Salle, Cancún

Recibido: Junio de 2001. Aceptado: Agosto de 2001.

PRESENTACION

El Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad La Salle Cancún, realiza con carácter bimensual el estudio de *Caracterización del turista en el Caribe mexicano*, que incluye tres tipos de estudios: el análisis del perfil del turista; las características sobre hábitos de compra y de consumo; y el análisis de satisfacción por los servicios turísticos recibidos.

En el primer estudio, "El perfil de consumidor", se resumen las variables socio demográficas, de origen, ingresos, y condiciones de viaje, que permiten analizar la tipología de los turistas que nos visitan. Además, por ser un estudio de carácter periódico, permite evaluar los cambios en cada una de estas variables, a fin de prever los comportamientos, a futuro, de manera que orienten las decisiones y estrategias que deberán implementarse para hacer del Caribe Mexicano un destino más competitivo.

El segundo estudio denominado "Movilidad y hábitos de consumo", contempla las variables de gasto realizado, hábitos de compra, movilidad del viajero en la región, así como la fidelidad que le confiere a nuestro destino. En suma, el análisis que en este apartado se presenta, permite valorar la incidencia de la oferta de servicios y su relación con las variables de ingreso, relacionadas éstas con las condiciones que debido al perfil de nuestros visitantes y a las características propias de cada segmento se suscitan.

El tercer estudio que conforma la caracterización del *Turista en el Caribe mexicano*, lo constituye la "Evaluación de la satisfacción ob-

tenida por el uso de los servicios y productos turísticos", medida ésta en términos de la aceptación o disgusto en cada uno de los consumos realizados. En este apartado se detallan las áreas que bajo la percepción del turista deberán atenderse y aquellas que obtienen, hasta el momento, valoraciones positivas.

El objetivo del presente trabajo es ofrecer la información que en estos tres apartados se ha obtenido a lo largo del año 2000 para los destinos que conforman el Caribe Mexicano. Por supuesto pretende dar herramientas de orientación a la acción e indicar las tendencias que presentan las variables analizadas, estableciendo bases para la implementación de estrategias a futuro, como se señaló en un principio.

Es necesario precisar que el estudio utiliza como fuente principal la encuesta de salida en el aeropuerto, diseñada, aplicada y procesada por el propio Instituto, contrastada además, con otros estudios sobre las tendencias del turismo y con información de carácter histórica disponible. Los resultados son el producto del análisis de más de 6000 encuestas aplicadas en forma sistemática de enero a diciembre del año 2000.

La selección de la muestra se realizó con un criterio de aleatoriedad considerando el total de visitantes mensual, la concentración de número y tipos de vuelo de salidas diarias, garantizando la representatividad de los diferentes segmentos de mercado de la población a estudiar. La aplicación de las encuestas abarcó la sala internacional, la terminal FBO y, a partir del mes de julio de 2000, la sala nacional.

Aun cuando los estudios bimestrales se concentran en las características generales del consumidor de Cancún, Playa de Carmen y Riviera Maya, el presente INFORME ANUAL considera además la información que durante este período se ha obtenido sobre otros destinos, destacando entre ellos a Isla Mujeres y Cozumel.

Para efectos de una mejor interpretación de las más de 35 variables básicas y 65 cruces de éstas, el estudio se presenta en tres apartados separados. Al final de cada uno de ellos se ofrecen conclusiones parciales y, anexo al documento, se presentan las consideraciones generales del estudio.

Una revisión detallada y rigurosa de este estudio permitirá sensibilizar al lector con la problemática del turismo en el destino y valorar los resultados que este tipo de estudios representan, así como los recursos y esfuerzos que el Instituto de Investigaciones Turísticas de la Universidad a Salle y sus patrocinadores realizan a fin de darle continuidad.

1. PRINCIPAL DESTINO

La distribución de los visitantes por principales destinos evidencia que Cancún continúa siendo el principal destino turístico de la zona, reportando un 71.1% a lo largo del año. Playa del Carmen se ubica en este período como el segundo lugar de preferencia de los turistas, con el 15.5% de los visitantes. Riviera Maya registra un 4.5% y otros destinos como Cozumel e Isla Mujeres y reportan una afluencia del 3.3% y 1.7% de los visitantes respectivamente.

Aun cuando los datos durante el año se comportan de manera consistente, se observa un leve incremento en la afluencia hacia Playa del Carmen y Riviera Maya.

Cancún cuenta con dos picos importantes de afluencia entre los meses de julio a octubre, registrando en esos meses cerca del 77%; sin embargo, su comportamiento a lo largo del año hace pensar que se mantendrá en las preferencias de visita en alrededor del 68 % al 70%.

Playa del Carmen reportó durante esos mismos meses una importante disminución en la proporción de llegadas, sin embargo, en los últimos meses repuntó su afluencia, llegando a indicadores similares a los reportados en la primera mitad del año.

Riviera Maya por su parte, registró durante los primeros seis meses del año una afluencia de 6.4%, sufriendo una importante disminución en el bimestre de noviembre y diciembre del 3.1%.

Resulta obvio, que los datos de afluencia deberán ser analizados con las demás variables del estudio, sin embargo debe aclararse que la afluencia a cada uno de los destinos, obedece, entre otros aspectos, al tamaño de su oferta, a los esfuerzos de promoción que se realicen, a la diversificación de producto que se tenga y a la modalidad de venta turística. El conjunto de esta información será consistente con los resultados que, en términos de ocupación hotelera, se registran por otras fuentes de datos.

A partir del cierre de año se ha incluido el destino Costa Maya, para valorar la proporción de turistas que, ingresando por el Aeropuerto Internacional de Cancún, se desplazan a la zona sur del estado.

Debe aclararse que, debido al comportamiento estacional del turismo, los resultados parciales no deberán sentar conclusiones sobre las tendencias de los destinos. Esto se logra, en el mediano plazo, comparando los resultados que se obtengan con los meses correspondientes del año anterior.

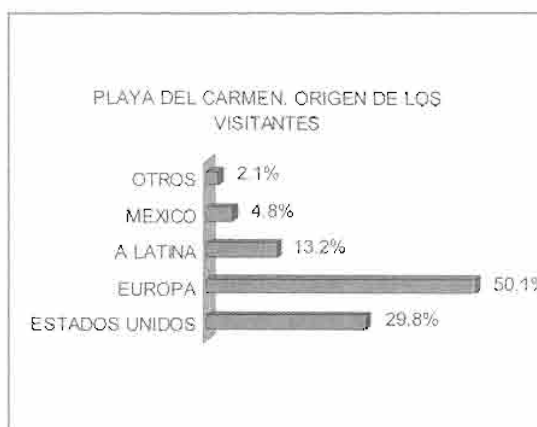
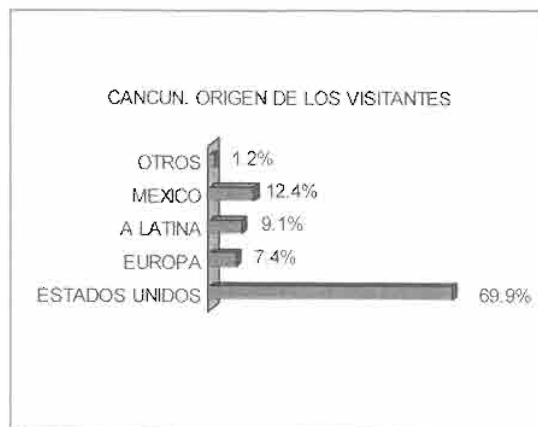
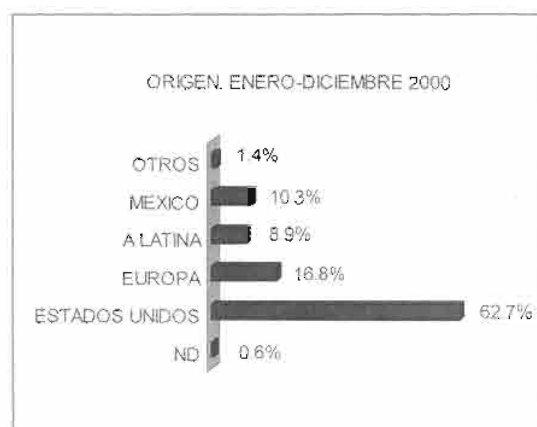
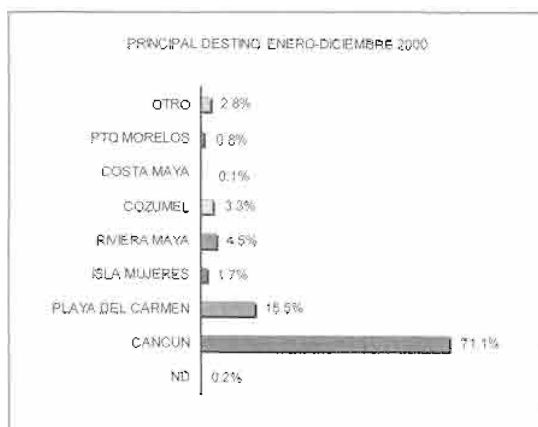
2. ORIGEN DE LOS VISITANTES

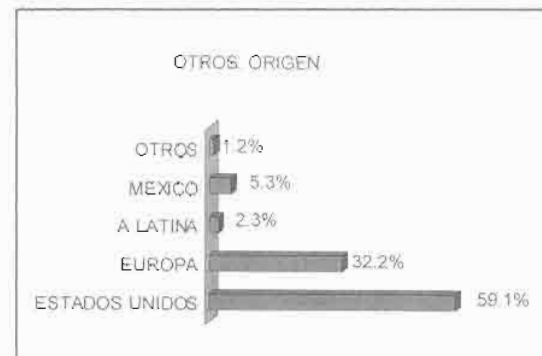
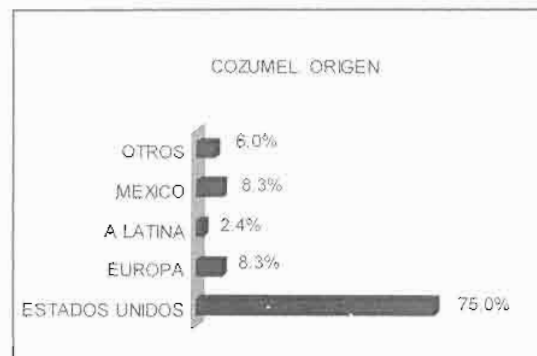
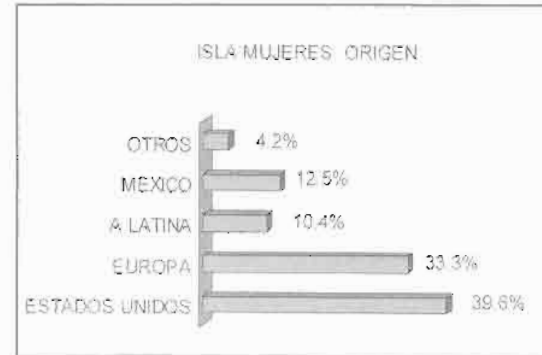
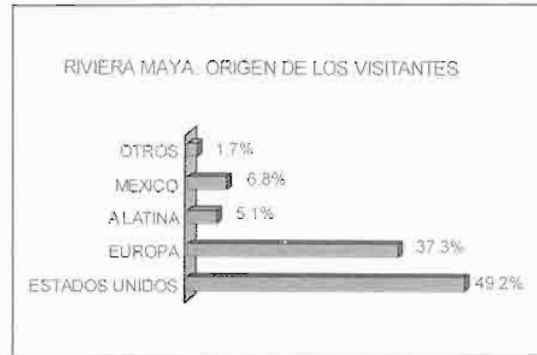
De acuerdo a los resultados obtenidos sobre el total de visitantes que arribaron al Aeropuerto Internacional de Cancún de enero a diciembre del 2000, el 62.7% tiene como residencia los Estados Unidos, el segundo lugar lo registra el mercado europeo con un 16.8% del total, y el mercado mexicano con un 10.3% del total de visitantes. América Latina, mantiene una proporción del 8.9% sobre el total de la muestra

Para el caso de Estados Unidos, su comportamiento ha sido estable, a excepción del incre-

mento que registra durante los meses de marzo a mayo y de septiembre a octubre, debido no a un incremento de visitantes de esta zona, sino a una considerable disminución del mercado europeo que tiene un comportamiento marcadamente estacional en los meses de diciembre y enero. De igual forma el incremento en la proporción proveniente de USA puede explicarse con la conducta también estacional del mercado mexicano que concentra sus desplazamientos en los períodos vacacionales escolares. El análisis por destino confirma las tendencias indicadas en los anteriores reportes, con relación a ubicar a Cancún como el destino de

preferencia de los Norteamericanos (70%) en comparación con Playa del Carmen y Riviera Maya, que reciben 30% y 49% de este mercado. Es altamente significativo el observar que Cozumel registra un 75% de su afluencia proveniente de esta región (solamente considerando los vuelos que llegan al aeropuerto de Cancún). Playa de Carmen se presenta como un destino cuya afluencia mayoritaria proviene de mercados europeos (50%), seguido por Riviera maya con 37.3%. Cancún no registra mayor afluencia de este mercado en el resumen general, aun cuando este indicador (7.4%) demuestra una tendencia a incrementarse.





Altamente significativo debe ser el hecho que el mercado estadounidense, prácticamente ausente de Playa del Carmen y Riviera Maya en un inicio, comience a tener una mayor participación en estos destinos, situación que aún no ha sido contrarrestada por la industria turística de Cancún pero que empieza a preocupar. Señal de esto lo constituye la promoción que se realiza en últimas fechas hacia mercados europeos, y la diferenciación que se pretende en la representación internacional de los tres destinos.

Esto confirma aún más que, al contar con productos cada vez más homogéneos, principalmente entre Cancún y Riviera Maya, los destinos lejos de acercarse hacia una complementariedad, se consolidan como destinos competidores, estrategia contraria a la emprendida por otros destinos del Caribe y de México, que buscan la unificación de zonas turísticas, diferenciando varios productos y subproductos y ahorrando tanto en infraestructura como en promoción, así como aprovechando las ventajas competitivas de cada una de ellas.

Una clara señal de alerta debe ser retomada de la pérdida sistemática del segmento canadiense, el cual tiene una importante afluencia hacia Cuba y el Caribe, así como a otros destinos de México. De igual forma debe indicarse que el mercado latinoamericano, aunque ha mantenido una conducta estable, podría representar un segmento desatendido. Lo anterior adquiere mayor significado al reconocer la fragilidad que representa para un destino el depender de un sólo mercado, máxime si como lo manifiestan las tendencias, el mercado estadounidense sufrirá en el próximo año una de las mayores recesiones de su historia.

3. GRUPOS DE EDADES

En el análisis por grupos de edades resulta evidente que, a diferencia de otros destinos de México, el Caribe Mexicano ofrece un producto enfocado a la población joven. El 55% de los turistas se encuentran en el rango de 21 a 40 años, fuera de este rango existen dos importantes colas: un 22% de turistas de más de 40 años

y un 23.4% con edades menores a 20 años, destacando un 5.8% de niños (0-10 años).

Lo anterior es significativo si se reconoce que el producto y la oferta se concentran en su mayoría, en actividades enfocadas a segmentos jóvenes, y existen limitaciones en la oferta de servicios destinados al turismo infantil y de tercera edad (cerca del 9% de los turistas tienen más de 50 años)

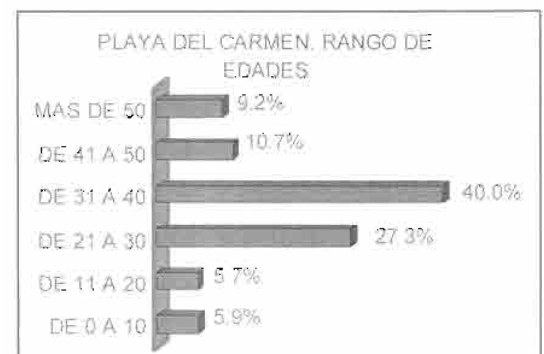
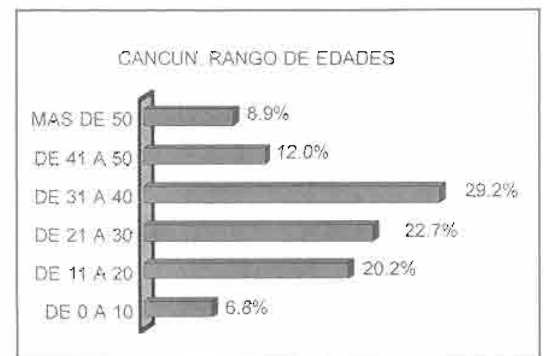
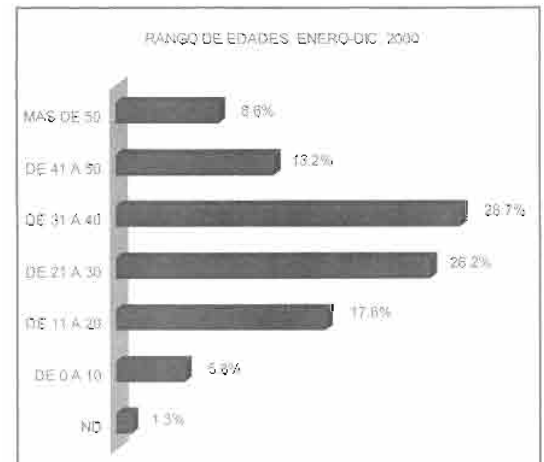
Aun cuando más adelante se revisa la composición del grupo, por el momento cabe señalar que aunque hay una marcada presencia del mercado de jóvenes, los indicadores reportan una importante afluencia de segmentos familiares.

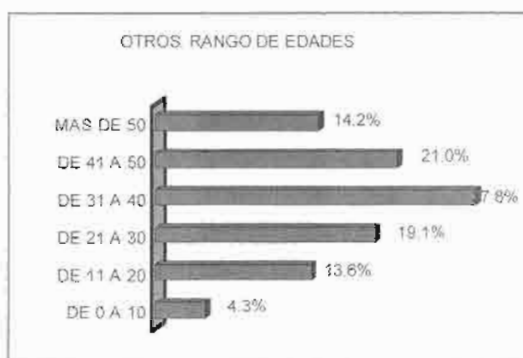
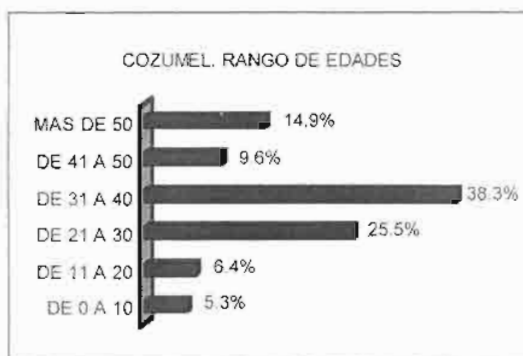
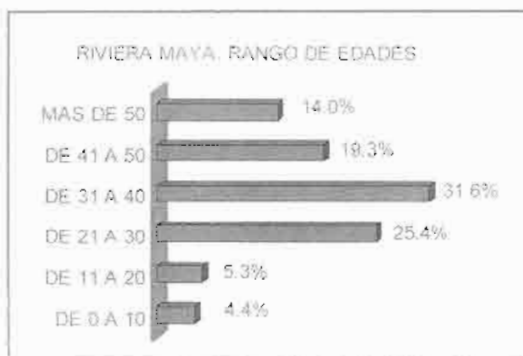
En el análisis estacional, los períodos vacacionales tienen a presentar una composición menos estrecha en los rangos de edades, con presencia de turistas más jóvenes en los períodos de abril a mayo y de mayores edades en los meses de diciembre a febrero. Al respecto cabe destacar que en el primer semestre del año se reportaba un 37% de turistas con edades entre los 21 y 30 años. Al término del año este grupo se estabiliza registrando un 26%, producto precisamente de la concentración estacional de jóvenes en la primera mitad del año.

La presencia de niños es más marcada en Cancún e isla Mujeres con 6.8% y 12.8% respectivamente, mientras que los segmentos de más de 50 años se encuentran con mayor claridad en Riviera Maya (14%) y Cozumel (15%).

El rango de 11 a 20 años es significativamente mayor en Cancún (20.2%) que en Riviera Maya y Playa del Carmen (5.3% y 5.7% respectivamente), relacionado una vez más con la presencia en este destino de productos más diversificados para estos rangos. Aún así es necesario insistir en que si bien hay más diversidad de oferta en Cancún que en los demás destinos, ésta es insuficiente para satisfacer a los segmentos extremos y al componente familiar derivado de ellos.

Finalmente, es destacable que Playa del Carmen registra un 40% de visitantes cuyas edades están comprendidas entre 31 y 40 años. En este segmento Cancún y Riviera Maya se comportan de manera similar



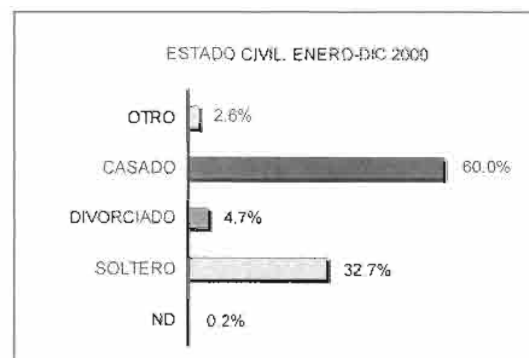


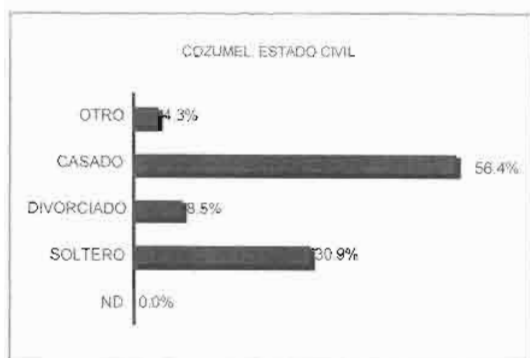
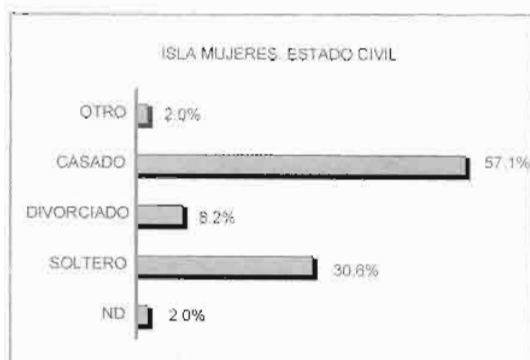
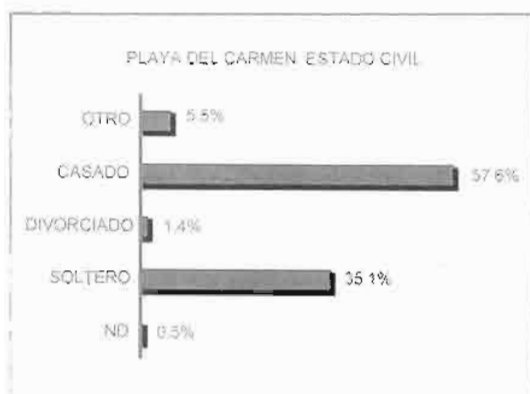
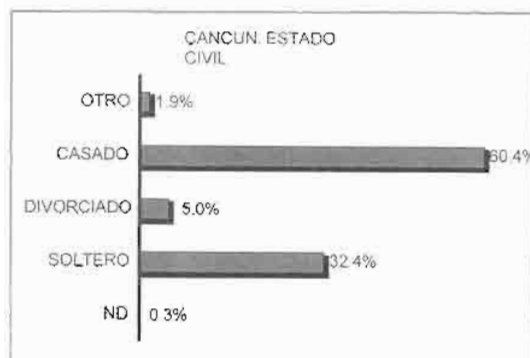
4.- ESTADO CIVIL

La importancia del turismo familiar descrita anteriormente pareciera confirmarse con los datos concernientes al estado civil. En efecto se observa una alta proporción de turistas que declaran estar casados (60%) contra un 32.7% de solteros. Los datos de estado civil están relacionados con la composición del viaje y la forma de grupo que se analizará más adelante; sin embargo, por lo pronto podría indicarse que de acuerdo a la estacionalidad, en los periodos de vacaciones de verano y en el último bimestre del año, la composición de viaje familiar y el predominio de turistas casados lo confirman.

El primer semestre del año arrojaba una composición de casados de 51%, y una mayor proporción de jóvenes, confirmando el comportamiento antes descrito. Esto es particularmente importante no solamente en el ámbito de la promoción sino, sobre todo, en la atención y servicios que se requieren para los diferentes tipos de visitantes.

Las cifras por destino ubican en este rubro a Riviera Maya como el destino que más presencia de solteros reporta en el año con un 38.6%. La menor proporción de solteros la registran, con el 30%, Cozumel e Isla Mujeres. Respecto a la cantidad de turistas que declaran estar casados, Cancún es el destino que mayor proporción a este respecto registra con un 60.4%, contra un 54.3% de Riviera Maya.





5.- COMPOSICIÓN DEL GRUPO

De acuerdo a los datos recabados de enero a diciembre del 2000, sobre la composición del viaje, el 37.7% declara viajar en pareja y el 32.5% manifiesta viajar en familia. La ponderación para los viajes en grupo en este periodo es de 7.3%. Un 9.8% declara viajar solo.

En principio esta variable confirma la necesidad de adecuar la oferta que se tiene para atender parejas y enfocarla proporcionalmente a la atención de segmentos familiares. La tendencia demostrada respecto a la composición del grupo está indicando ser la que en los próximos años deba de ser considerada para efectos de adecuación de la planta productiva y de servicios, y por ende de la promoción.

Al mismo tiempo, la proporción de viaje en grupos, modalidad altamente socorrida en otros destinos, demuestra tener una baja promoción en el Caribe Mexicano. Los esfuerzos que a este respecto se realicen permitirán hacer frente a la competencia cada vez más fuerte y a la probable baja en mercados tradicionales estadounidenses, en particular los que dependen directamente del ingreso familiar.

La estacionalidad por supuesto debe ser considerada en la interpretación de los datos. El viaje familiar, por ejemplo, se incrementa durante los periodos vacacionales de julio-agosto y noviembre-diciembre. Durante la primera parte del año, la composición del viaje familiar únicamente reportaba un 21%, mientras que en noviembre-diciembre alcanza el 40%.

El viaje en parejas, por su parte, tiene su menor incidencia en el bimestre julio-agosto con un 30%, mientras que en el primer semestre del año y en el periodo noviembre-diciembre alcanza un 40%

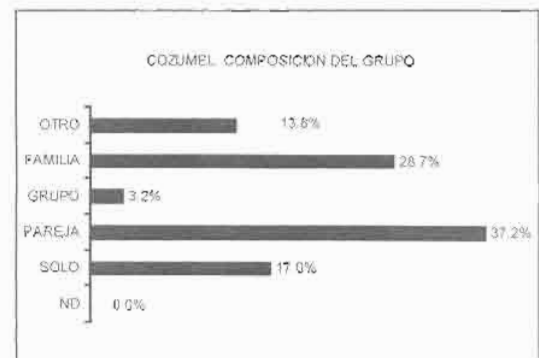
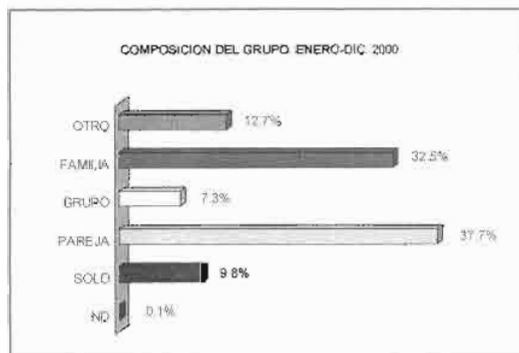
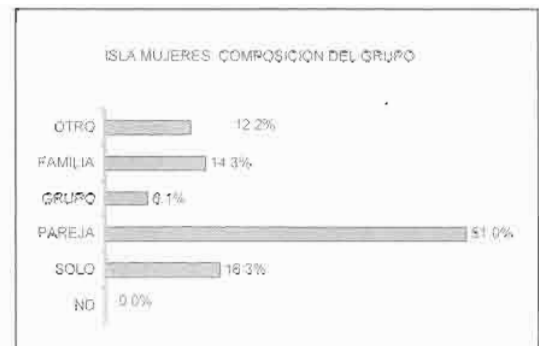
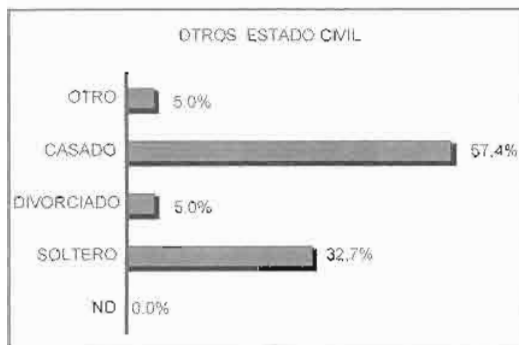
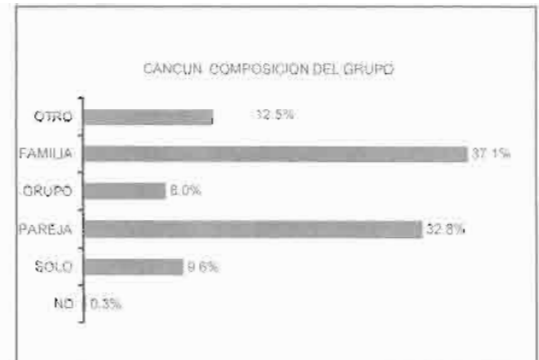
De igual forma, los viajes en grupo, que en noviembre-diciembre alcanzan apenas un 2.9% y en julio-agosto un 6%, llegan en el primer semestre del año hasta el 12.8%

Esta información sobre el carácter estacional del turismo adquiere especial importancia, dado que, por un lado, la especialización temporal de un cierto tipo de segmentos facilita la operación

de los servicios turísticos; por otro lado, tratar de contrarrestarla podría representar al mismo tiempo un alto costo. Sólo un análisis cuidadoso permitiría distinguir cuáles segmentos serían susceptibles de promoverse en distintas épocas del año, a fin de buscar la normalización de la estacionalidad o por lo menos suavizar las curvas, situación que en todas sus dimensiones representa un alto beneficio para los destinos.

En un análisis por destinos, Playa del Carmen y Riviera Maya, se posicionan como destinos evidentes de parejas con 53% de turistas que viajan de esta manera. Isla Mujeres registra en esta modalidad un 51% de turistas. Con relación al segmento de viaje familiar los más altos indicadores los registra Cancún con un 37% y Cozumel con un 29%.

Lo interesante en la revisión de estos datos por destinos es que para el caso de Riviera Maya se registra una tendencia hacia la búsqueda de segmentos de familia, incrementando este segmento desde el inicio del año del 20% al 29.2%, confirmando el comportamiento observado sobre la cercanía entre ambos destinos.



6. TAMAÑO DEL GRUPO

Los datos relativos al tamaño del grupo, sobre la conformación del mismo, guardan relación con la información anterior, y la corroboran.

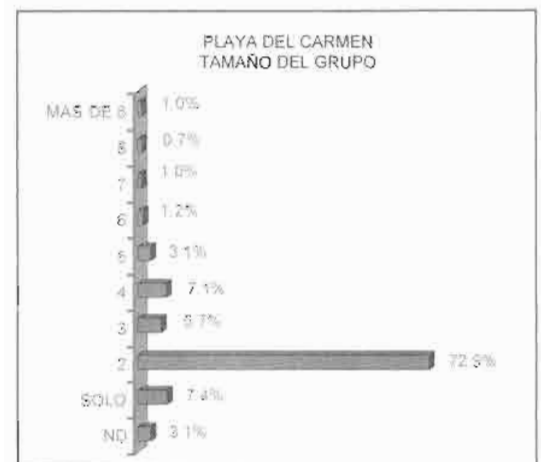
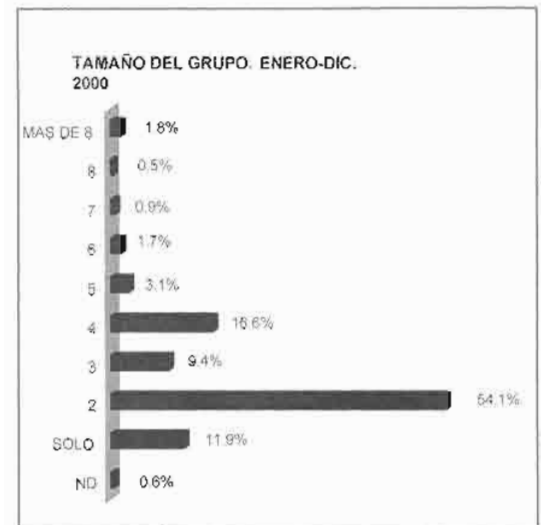
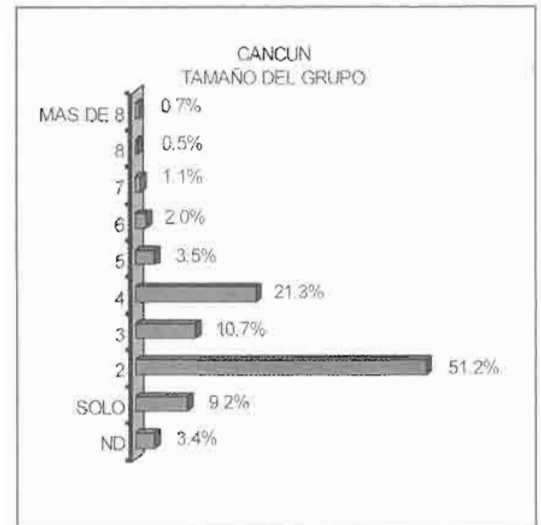
Durante el año 2000, el 54% de los turistas que nos visitaron lo hicieron en grupos de dos (parejas o no), el 9.4% en grupos de 3 personas y el 16.6% en grupos de 4 personas. Cerca del 8% viajaron en grupos de más de 5 personas, dato consistente con la composición del grupo antes descrita.

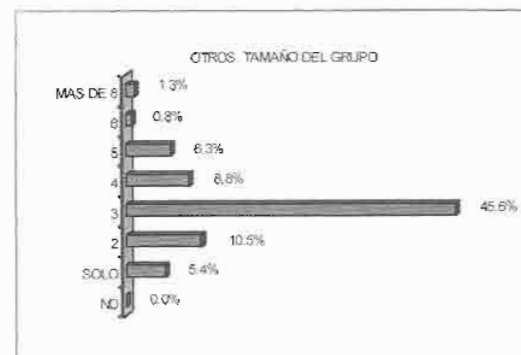
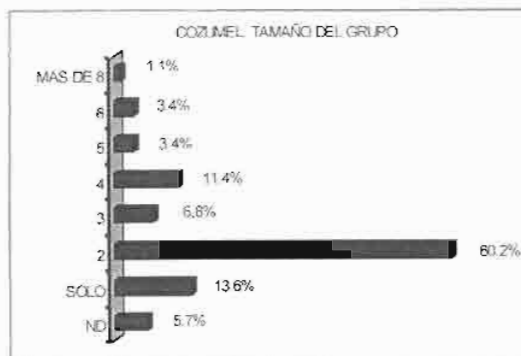
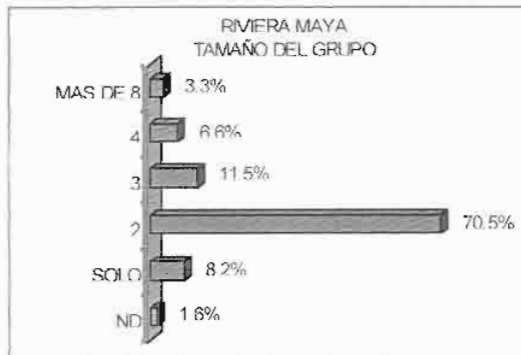
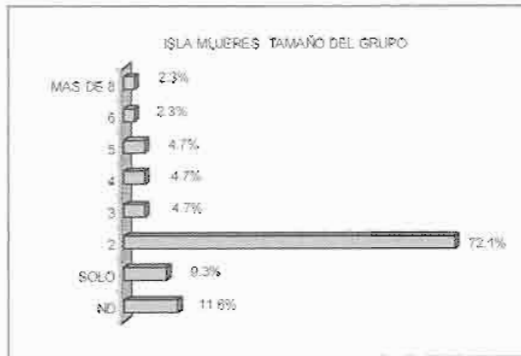
En relación con la evolución de esta variable en el transcurso del año, el viaje en parejas vio su punto más alto en el primer semestre del año y en el período de septiembre-octubre (62.3%). Asimismo, la composición del tamaño de grupo de 4 personas registró su más alto indicador en el período de noviembre-diciembre, cuando alcanzó el 25%.

En lo que respecta al comportamiento por destinos, Playa del Carmen y Riviera Maya reportan las cifras más altas en el viaje en grupos de 2 personas, registrando 73% y 70.5% respectivamente, confirmando su posición como destinos de pareja. Cancún por su parte evidencia la presencia de turistas que declaran viajar en grupos de 4 personas (21.3%) y más de 5 personas (7.8%).

Al igual que las demás variables analizadas, deben cuidarse los extremos, en este caso, los turistas que viajan solos y los que lo hacen en grupos de 4 o más personas, dado que los productos o servicios no serán iguales a los que se diseñan para viajes de pareja, por ejemplo.

Identificar esta tendencia, permitirá planear las estrategias que se requieran para garantizar la atención hacia otros segmentos y hacer eficiente el uso de los recursos, esfuerzos y costos.





7. ESTANCIA PROMEDIO

Los datos relativos a la estancia promedio son durante el año 2000 bastante estables, sólo se observan algunas fluctuaciones de carácter estacional, especialmente en Riviera Maya y Playa del Carmen en algunos meses del año. Cancún reporta durante el periodo una tendencia muy homogénea, a excepción de los meses de noviembre y diciembre, en los cuales sufrió un repunte.

Los datos anuales indican que el 44% de los turistas tuvieron estancias entre 6 y 8 días en estos destinos, el 32% tuvo estancias de 3 a 5 días y el 7% de 9 a 11 días. Los indicadores de los rangos de estancias largas arrojaron en conjunto un 13.2% de turistas que declaran permanencia de más de 12 días.

La estancia de 3 a 5 días (con 32%) puede estar representando permanencias de fin de semana, segmento que será necesario estudiar, dado que implica afluencia durante todo el año y conduce a aliviar las presiones de la estacionalidad. Las estancias más largas se asocian a periodos vacacionales obviamente afectadas por este fenómeno.

El promedio de estancia durante el año fue de 7.31 días para todos los destinos del Caribe Mexicano, en particular Playa del Carmen registra la estancia promedio más alta con 9.6 días, seguida por Riviera Maya con 8.6 días. Cancún, consistente con la revisión a lo largo del año reporta la estancia más baja de todos los destinos, alcanzando 6.6 días de promedio anual.

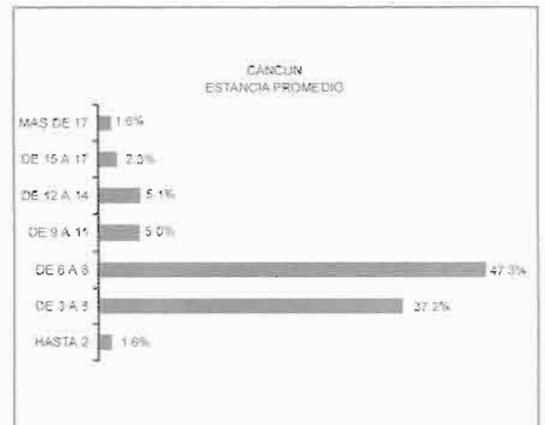
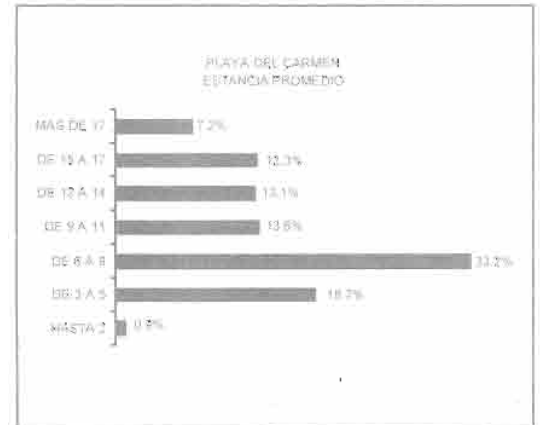
En los rangos de más de 12 días de estancia, Isla Mujeres registra un 36.1% contra un 33.6% de Riviera Maya, 23.8% de Playa del Carmen y 9% de Cancún. Cozumel reporta un 8.6% de turistas que permanecen en ese destino más de 12 días.

El destino más estable, en lo que a estancias se refiere, es Playa del Carmen, observando importantes cifras en todos los segmentos, desde las estadías de 3 a 5 días hasta estancias de más de 12 días.

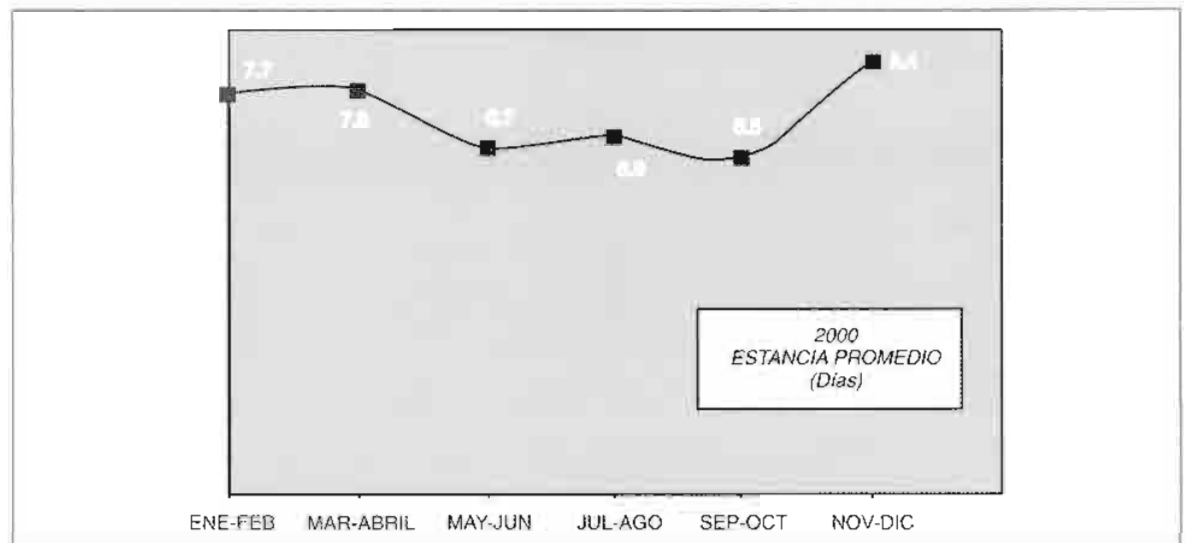
Cancún y Riviera Maya presentan comportamientos similares al respecto, con la diferencia

de ser Cancún el destino que más estancias cortas reporta (37% de estancias entre 3 a 5 días)

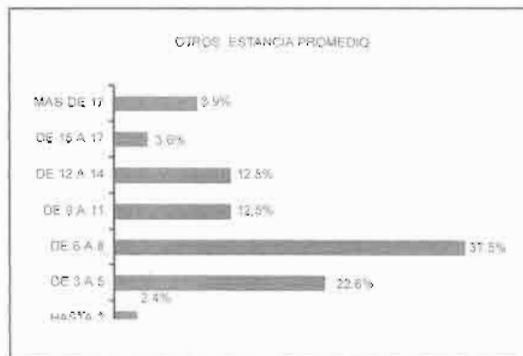
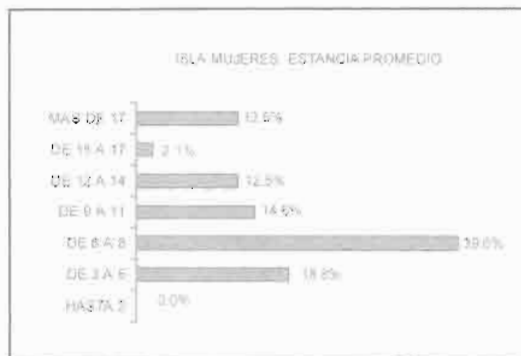
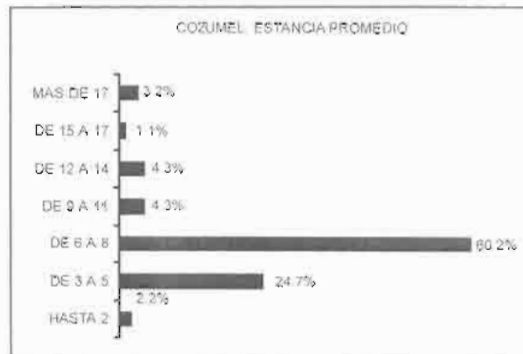
Esta variable es de vital importancia para un destino turístico, dado que además de afectar el volumen de ingresos a la región, una mayor estancia minimiza los esfuerzos y recursos destinados a la promoción. Por otro lado, las estancias largas (asociadas a la alta fidelidad y retorno al destino que en lo particular este destino manifiesta, como se verá más adelante), obligan a diversificar los servicios y a dar una mayor gama de atracciones que garanticen, además del retorno, el gasto complementario.



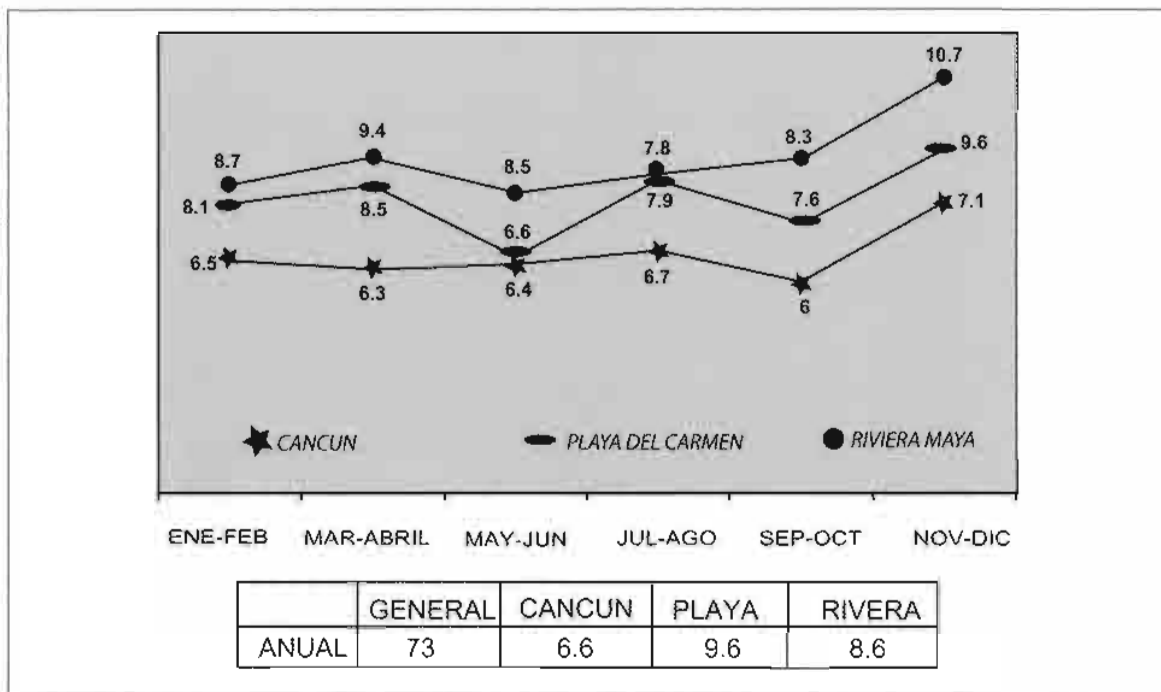
Estancia promedio general por bimestres.



Reportes de Avances de Investigación



Estancia promedio bimestral por principal destino



8. RANGO DE INGRESOS

De acuerdo con la muestra seleccionada en relación al ingreso declarado por los turistas, el 50.3% de las personas que visitan el destino perciben ingresos superiores a los 50 mil dólares anuales, datos que confirman la alta capacidad de gasto de nuestros visitantes.

En el análisis por rango, el de ingresos entre 25 y 50 mil dólares, es el que ha predominado a lo largo del periodo en estudio con un promedio del 30% general, disminuido por la presencia de rangos superiores de ingreso en los meses de noviembre y diciembre, coincidiendo con el análisis estacional que se ha venido observando.

Esto representa que tanto este último rango, como los superiores a 50 mil dólares, cuyo comportamiento ha sido similar en los tres destinos, requieren una especial atención en lo que a planificación de servicios se refiere.

Cozumel es el destino que registra el mayor porcentaje promedio en los tres rangos superiores (54.3%), lo sigue la Riviera Maya (51.8%), Cancún (50.4%), Playa del Carmen (45.3%) e Isla Mujeres (44.4%).

Cabe destacar que en la Riviera Maya se registra la menor participación en el rango de menos de 25 000 dólares de ingresos anuales, con un 12.5%, reportando adicionalmente la mayor participación en el rango de más de 100 mil dólares (19.6%), confirmandose el perfil del consumidor de altos ingresos que concurre a

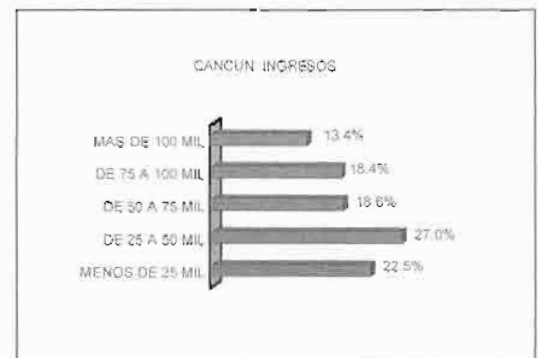
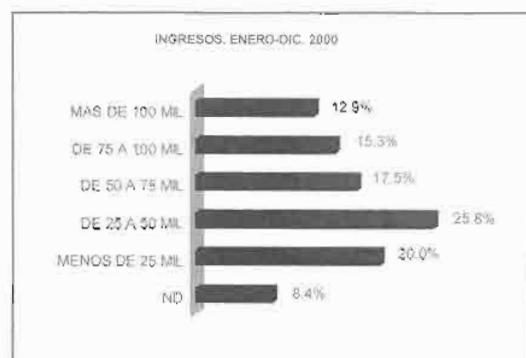
este destino. Este comportamiento podría estar relacionado con la conformación de la oferta hotelera en ese destino.

Playa del Carmen es el destino que presenta mayor participación en el rango más bajo de ingresos, con 23.3%, seguido por Cancún con el 22.5%. Esta relación podría ser consecuencia, por un lado, de la tipología de servicios que se ofrece y, por otro, de la estructura de promoción implementada.

Tal como se ha mencionado, la variable de ingresos reacciona fuertemente ante el fenómeno de estacionalidad, ubicando los meses de temporada alta, de diciembre a febrero, como los que presentan mejores rangos de ingreso, alcanzando en noviembre-diciembre un 83% de turistas en este nivel. El segundo pico estacional del año ubicado en los meses de julio y agosto presenta, dada su composición de mercado, una de las más bajas participaciones en los rangos de alto ingreso, con un 38%, cuatro puntos por encima del nivel más bajo en este rubro, presente en los meses de septiembre-octubre.

Los datos obtenidos son alentadores, ya que demuestran que el turista que visita este destino tiene un potencial de gasto mayor al que se concluiría si se lo relaciona solamente con el nivel de gasto declarado.

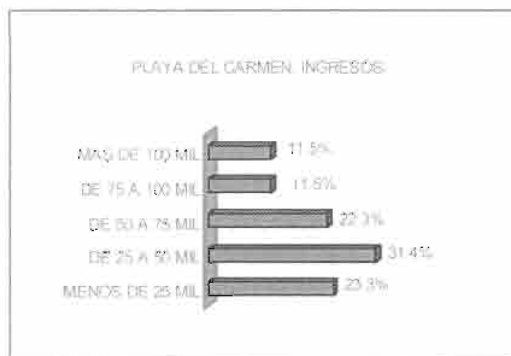
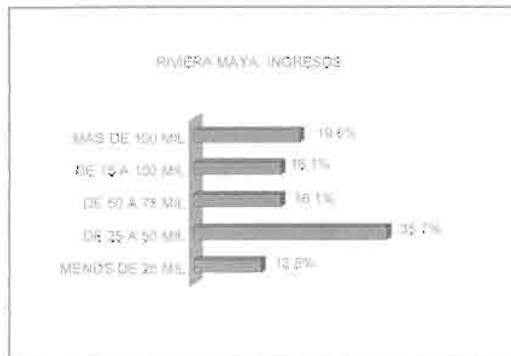
Asumiendo que una de las estrategias a futuro estaría involucrada con propiciar una mayor derrama económica, se deberá dar seguimiento a esta variable para determinar si el



Reportes de Avances de Investigación

comportamiento observado se relaciona con la carencia de servicios y productos complementarios acordes con niveles de ingresos elevados, o a la poca diferenciación de los mismos.

Al mismo tiempo, será necesario indagar si la relación de los precios y la calidad de los productos, además de la integración de los servicios turísticos, explica la presencia de turistas con posibilidades de realizar un mayor gasto que el declarado en el estudio.



9.- GASTO POR PERSONA

Tal como se mencionó en el análisis precedente sobre la variable de ingresos, no se reporta coincidencia entre el volumen de gasto promedio por persona con el nivel de ingresos declarado. Esto significa que a lo largo del año 2000, los periodos de mayor gasto se explican bajo consideraciones diferentes a las del ingreso.

El promedio anual de ingresos para el Caribe Mexicano registró \$439.27 dólares por persona durante su estancia. De los tres destinos principales, el mayor gasto lo reporta Playa del Carmen con \$455.4, seguido por Riviera Maya con \$443 dólares. El destino Cancún es el que registra el más bajo gasto con \$421.5 dólares por persona. Esta información es congruente con los indicadores de estancia que registran mayor estancia promedio en Playa del Carmen (9.6 días), seguido por Riviera Maya con 8.6 y Cancún con 6.6 días. Pareciera que la composición del gasto le fuera desfavorable a Cancún, sin embargo, considerando la estancia promedio, el gasto diario por turista es mayor en este último. Este comportamiento está claramente rela-

cionado con la existencia de una oferta interna más diversificada en este destino.

De acuerdo con la estacionalidad anual, los meses de julio-agosto registran los gastos más altos con \$473 en promedio, influidos principalmente por Playa del Carmen y Riviera Maya (\$505 y \$453 respectivamente). El gasto promedio más bajo se registra en mayo-junio y en noviembre-diciembre con \$414 dólares por estancia.

Es motivo de alarma constatar que, tal como se analiza en páginas precedentes, los meses de noviembre y diciembre presentan los más altos niveles de ingreso y estancia promedio en el año y, sin embargo, su gasto es uno de los más bajos.

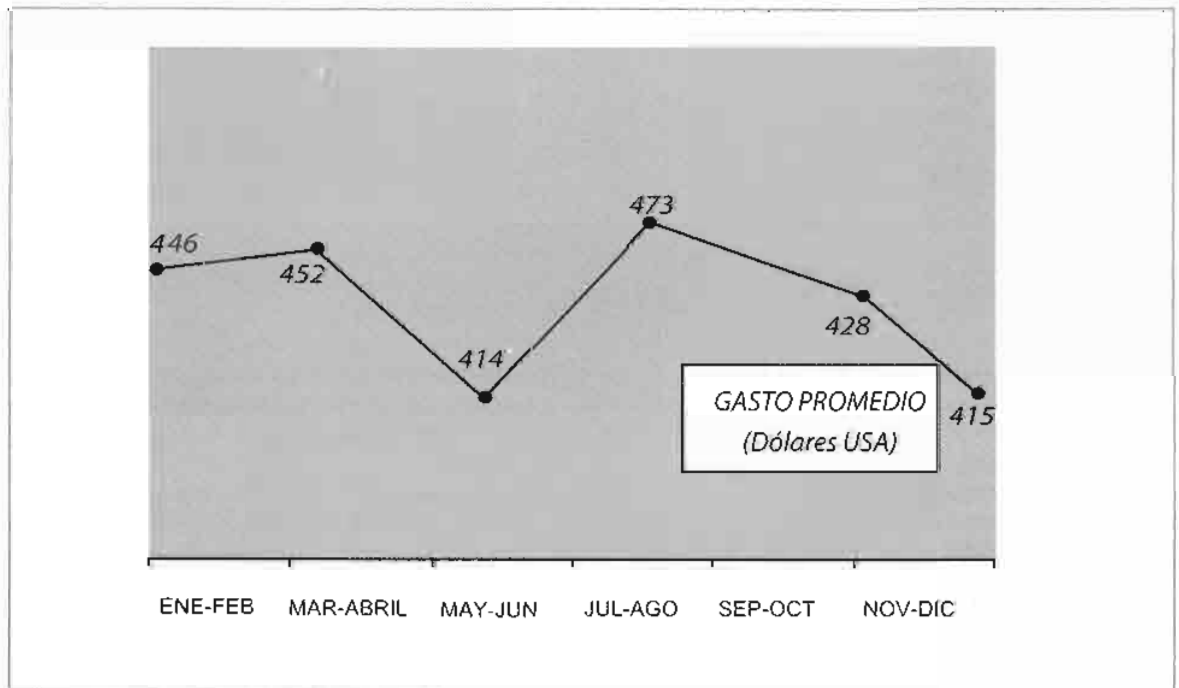
Este fenómeno podría explicarse a raíz de la experiencia del cierre de año de 1999, y la consecuente caída de la ocupación hotelera. La disminución en el nivel de precios pareciera ser una la respuesta anticipada al peligro de repetir este fenómeno durante el cierre del 2000.

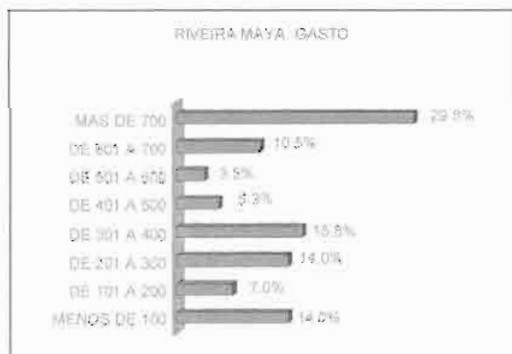
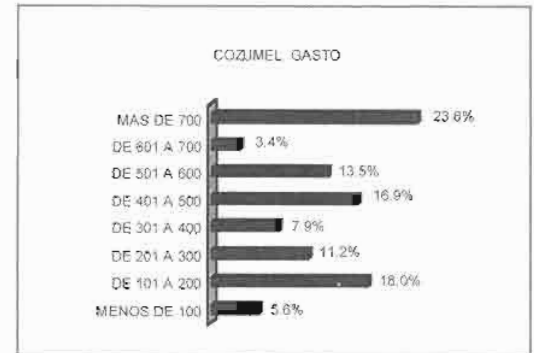
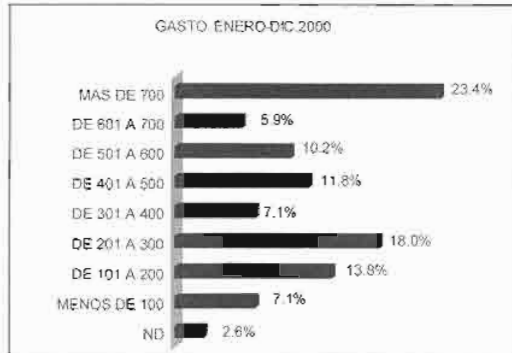
En el análisis estacional por destinos, Cancún presenta, durante el año, su nivel más bajo en el bimestre noviembre-diciembre con \$398 y, el más alto, en el bimestre marzo-abril con \$451 dólares de gasto promedio por persona.

Playa del Carmen por su parte, reporta el más bajo gasto promedio en el bimestre marzo-abril con \$449, y el más alto (\$505) en los meses de julio y agosto. Por último, Riviera Maya registra el nivel más bajo en los meses de septiembre-octubre con \$383 y el más alto en julio-agosto con \$453 dólares de gasto promedio.

El análisis estacional indica mayor similitud entre los tres destinos en los gastos registrados en marzo-abril y mayo-junio. Estos resultados parecen corresponder a la estructura de promoción de estos destinos, la cual está dirigida a segmentos similares; asimismo, septiembre y octubre se constituyen como los meses de mayor diferenciación al respecto, tanto en la estructura del gasto como en la de estancia promedio antes referida.

Gasto promedio general por bimestres



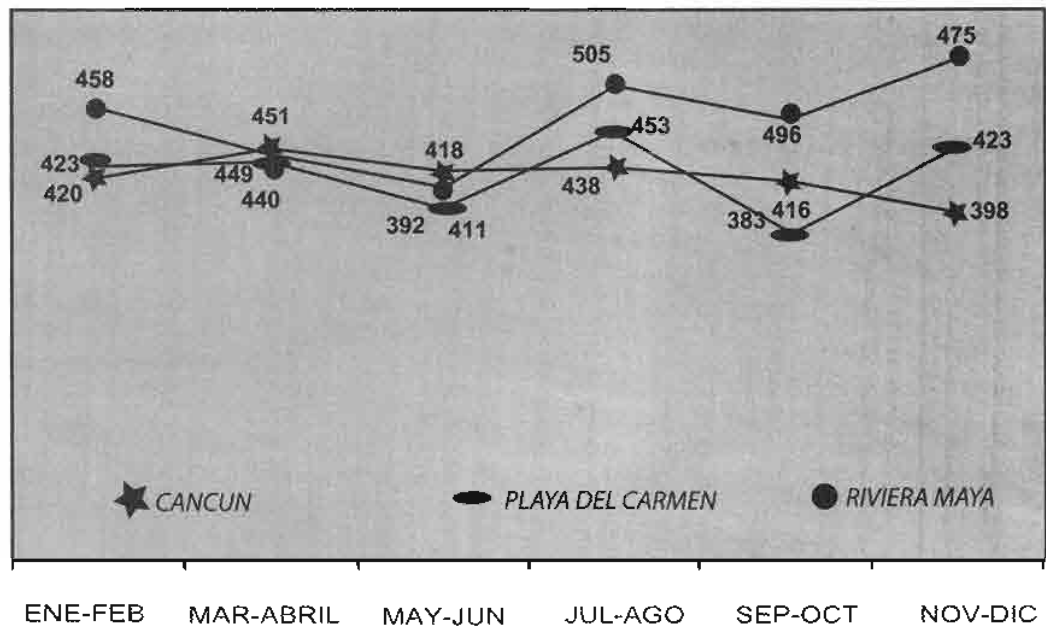


CONCLUSIONES

A continuación se ofrecen algunas consideraciones finales derivadas del análisis del perfil del consumidor en el destino.

- Debido al comportamiento estacional del turismo, los resultados parciales no deberán sentar conclusiones sobre las tendencias de los destinos. Esto se logra en el mediano plazo, comparando los resultados que se obtengan con los meses correspondientes del año anterior.

Gasto promedio bimestral por destino



	GENERAL	CANCUN	PLAYA	RIVIERA
ANUAL	439	422	455	443

- Cancún continúa siendo el principal destino de la región, seguido por Playa del Carmen y Riviera Maya; sin embargo, la tendencia observada es hacia la disminución de la distancia entre estos destinos, máxime si se considera la capacidad hotelera instalada y la oferta de servicios turísticos, situación que incide en los indicadores de ocupación hotelera.
- La afluencia de mercado estadounidense hacia Playa del Carmen y Riviera Maya no ha sido contrarrestada por la industria turística de Cancún. Parece urgente reforzar la promoción que este destino realiza en mercados eu-

ropeos, con énfasis en la diferenciación de los destinos.

- Al contar con productos cada vez más homogéneos, principalmente entre Cancún y Riviera Maya, los destinos lejos de acercarse hacia una complementariedad, se consolidan como destinos competidores, estrategia contraria a la emprendida por otros destinos del Caribe y de México, que buscan la unificación de zonas turísticas, diferenciando varios productos y subproductos y ahorrando tanto en infraestructura como en promoción, y aprovechando las ventajas competitivas de cada una de ellas.

- Con relación a la procedencia de los turistas, una clara señal de alerta se encuentra en la pérdida sistemática del segmento canadiense, el cual tiene una importante afluencia hacia Cuba y el Caribe, así como a otros destinos de México. De igual forma debe indicarse que el mercado latinoamericano, aunque ha mantenido una conducta estable, podría representar un segmento desatendido.
- Lo anterior adquiere mayor significado al reconocer la fragilidad que representa para un destino, el depender de un solo mercado, máxime si como lo manifiestan las tendencias, el mercado estadounidense sufrirá en el próximo año una de las mayores recesiones de su historia
- Con relación a la composición del grupo, cabe señalar que aun cuando hay una marcada presencia de mercado de jóvenes, los indicadores reportan una importante afluencia de segmentos familiares. Es necesario insistir en que si bien hay más diversidad de oferta en Cancún que en los demás destinos, en conjunto, ésta es insuficiente para satisfacer a los segmentos extremos y al componente familiar derivado de ellos.
- Esto confirma la necesidad de adecuar la oferta que se tiene para atender parejas y enfocarla proporcionalmente a la atención de segmentos familiares, requiriendo en el corto plazo de la adecuación de la planta productiva y de servicios, y por ende de promoción.
- La proporción del viaje en grupos, modalidad altamente socorrida en otros destinos, demuestra tener una baja promoción en el Caribe Mexicano. Los esfuerzos que a este respecto se realicen permitirán hacer frente a la competencia cada vez más fuerte y a la probable baja en mercados tradicionales norteamericanos, en particular los que dependen directamente del ingreso familiar.
- El carácter estacional del turismo, observado en el presente estudio, adquiere especial importancia, dado que si bien la especialización temporal de cierto tipo de segmentos facilita la operación de los servicios turísticos, tratar de contrarrestarla podría representar al mismo tiempo un alto costo. Sólo un análisis cuidadoso permitiría distinguir cuáles segmentos serían susceptibles de promoverse en distintas épocas del año, a fin de buscar la normalización de la estacionalidad o por lo menos suavizar las curvas, situación que en todas sus dimensiones representa un alto beneficio para los destinos.
- La información obtenida referente a la estancia promedio resulta de vital importancia, dado que además de impactar en el volumen de ingresos a la región, optimiza los esfuerzos y recursos destinados a la promoción. Por otro lado la presencia de estancias largas asociadas a la alta fidelidad y retorno al destino, obligarían a diversificar los servicios y a dar una mayor gama de atracciones que garanticen además del retorno, el gasto complementario.
- En cuanto a los ingresos de los turistas que nos visitan, los datos obtenidos son alentadores, ya que demuestran que el turista que visita este destino tiene un potencial de gasto mayor al que se concluiría si se lo relaciona solamente con el nivel de gasto declarado.
- Asumiendo que una de las estrategias a futuro estaría involucrada con propiciar una mayor derrama económica, se deberá dar seguimiento al nivel de gasto promedio declarado para determinar si el comportamiento observado se relaciona con la carencia de servicios y productos complementarios acordes a niveles de ingresos elevados, o a la poca diferenciación de los mismos.
- Adicionalmente será necesario indagar si la relación de los precios y la calidad de los productos, además de la integración de los paquetes turísticos, explica la presencia de turistas con posibilidades de realizar un mayor gasto, que el declarado en el estudio.
- El último bimestre del año, a pesar de registrar la presencia de turistas con alto nivel de ingreso y de estancia promedio, reporta uno de los gastos más bajos del año. La disminución en el nivel de precios pareciera ser la respuesta anticipada al peligro de repetir la crisis registrada en el cierre del año 1999.