



SEGMENTO CRUCEROS

INFORME

Observatorio Integral de la Región
Turística Puerto Vallarta-Bahía de
Banderas.

Febrero 2017.

Contenido

CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS	2
Edad.....	2
Situación laboral.....	3
Ingresos mensuales de la unidad familiar.....	3
Situación familiar	4
Nivel educativo.....	5
CARACTERÍSTICAS DE VIAJE	5
Forma de viajar.....	5
Presupuesto y gasto	6
Grupo de edad y artículos de compra.	7
Gasto por tipo de artículo y grupo de edad	9
Lugar de compra	11
Experiencia en el destino	13
IMAGEN Y SATISFACCIÓN	15
Evaluación de servicios.....	15
Evaluación del destino.....	16
Intención de volver	19

Inteligencia de mercados

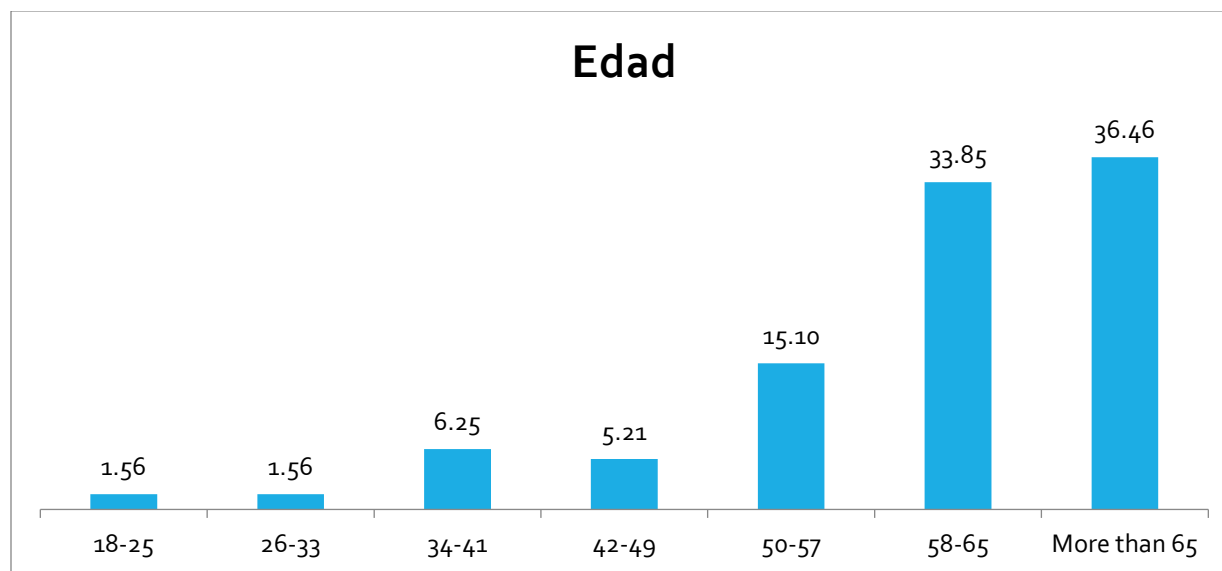
Segmento cruceros febrero 2017

El Observatorio Integral de la Región Turística Puerto Vallarta-Bahía de Banderas pone a la disposición del sector el presente documento que corresponde a uno de los segmentos turísticos más relevantes para el destino: cruceros. La recolección de datos de los cruceristas se realizó durante el triple arribo de los días 31 de enero y 01 de febrero de 2017. Los cruceros tomados como muestra tienen su origen en el extranjero, específicamente Norteamérica, principal mercado emisor para la región.

CARACTERÍSTICAS SOCIO-DEMOGRÁFICAS

Edad

El grupo de edad predominante es el que alcanza casi los 60 años con un 70,31 % del total de los entrevistados. El adulto joven es apenas una mínima parte de los viajeros por este medio.



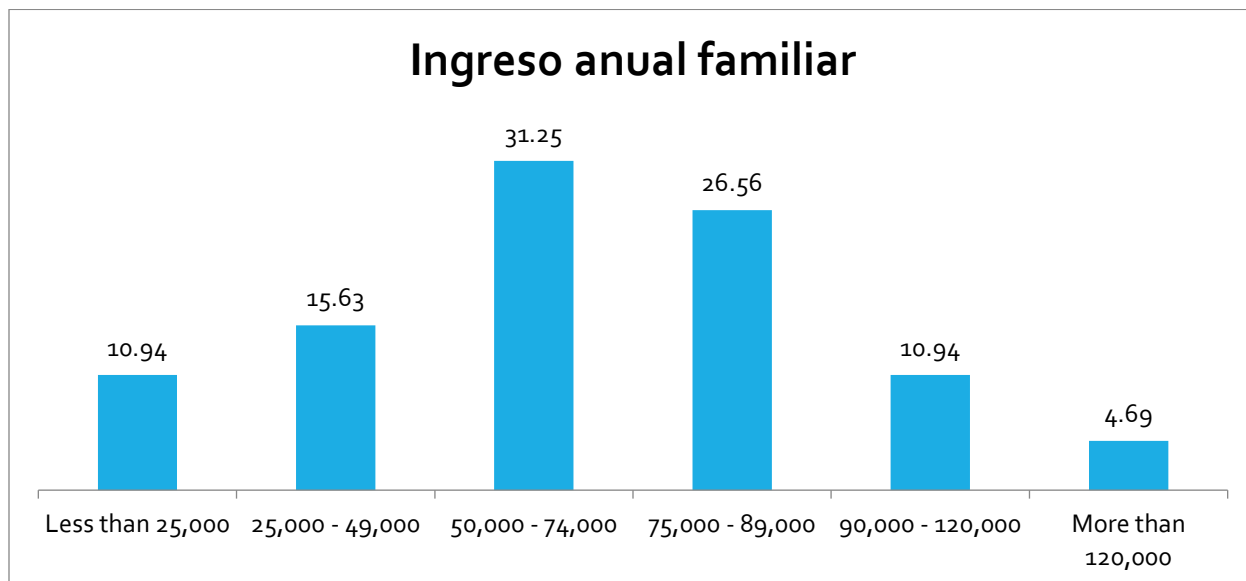
Situación laboral



La ocupación de la mayoría de los cruceristas entrevistados es retirado, por lo que su situación laboral es congruente con su edad, siguiendo en porcentaje empleados y empresarios.

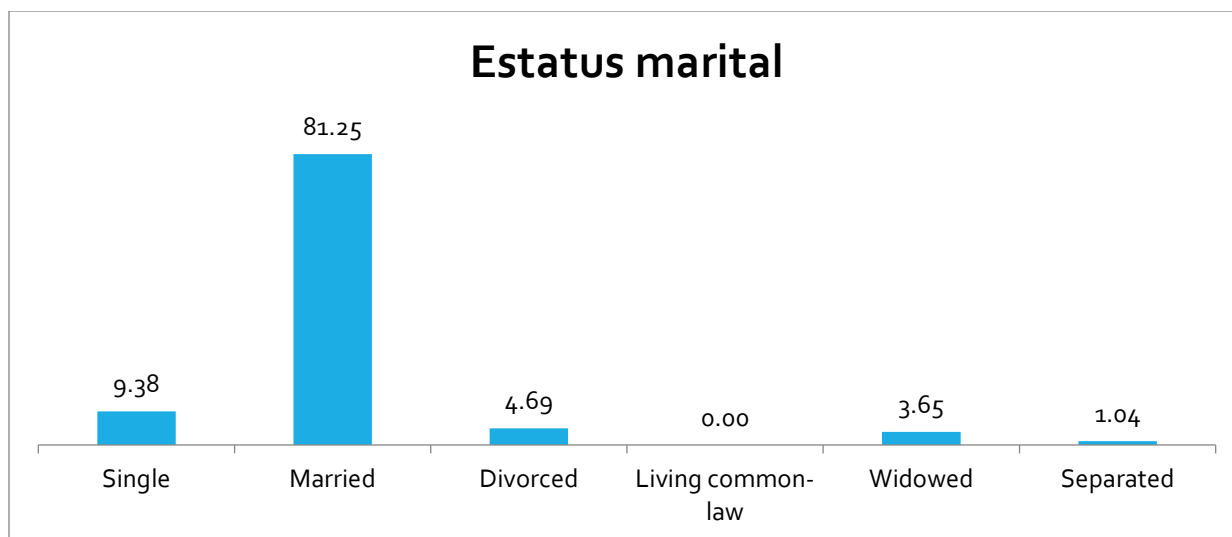
Ingresos mensuales de la unidad familiar

En relación a los ingresos, se coloca de manifiesto características de clases medias en el extranjero, al predominar el segmento que gana entre 50,000 y 89,000 USD anuales sumando el 57,81 % del total de la muestra.

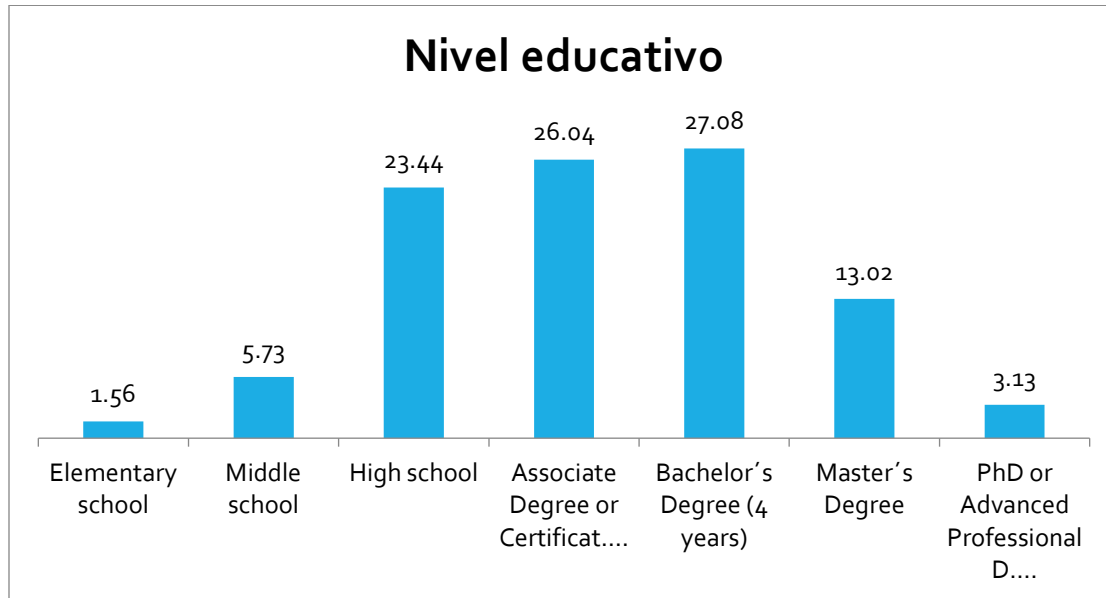


Situación familiar

La tendencia del estado civil del entrevistado parece bastante definida al manifestarse 8 de cada 10 como casado.

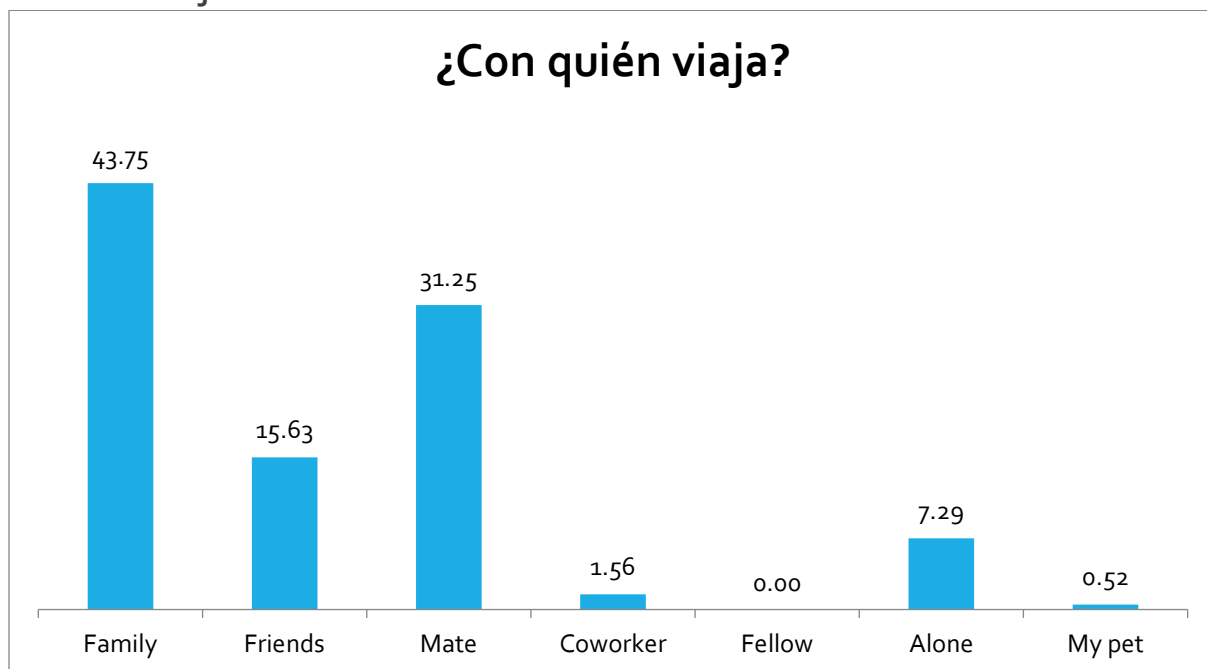


Nivel educativo

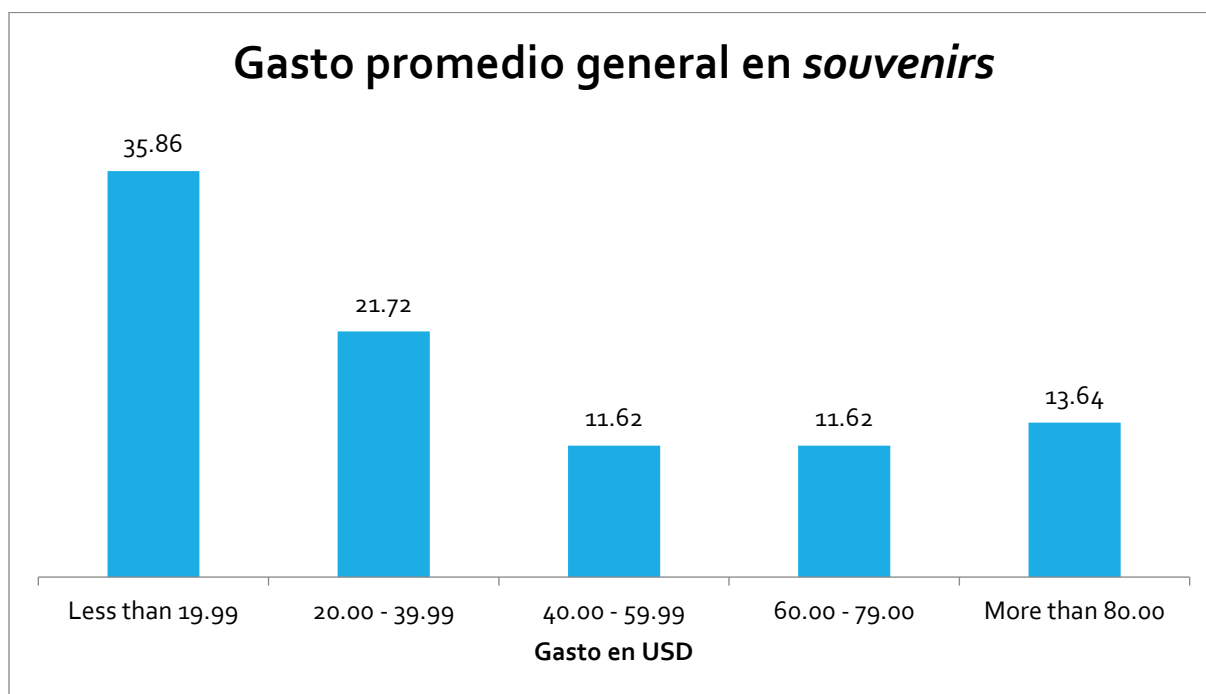


CARACTERÍSTICAS DE VIAJE

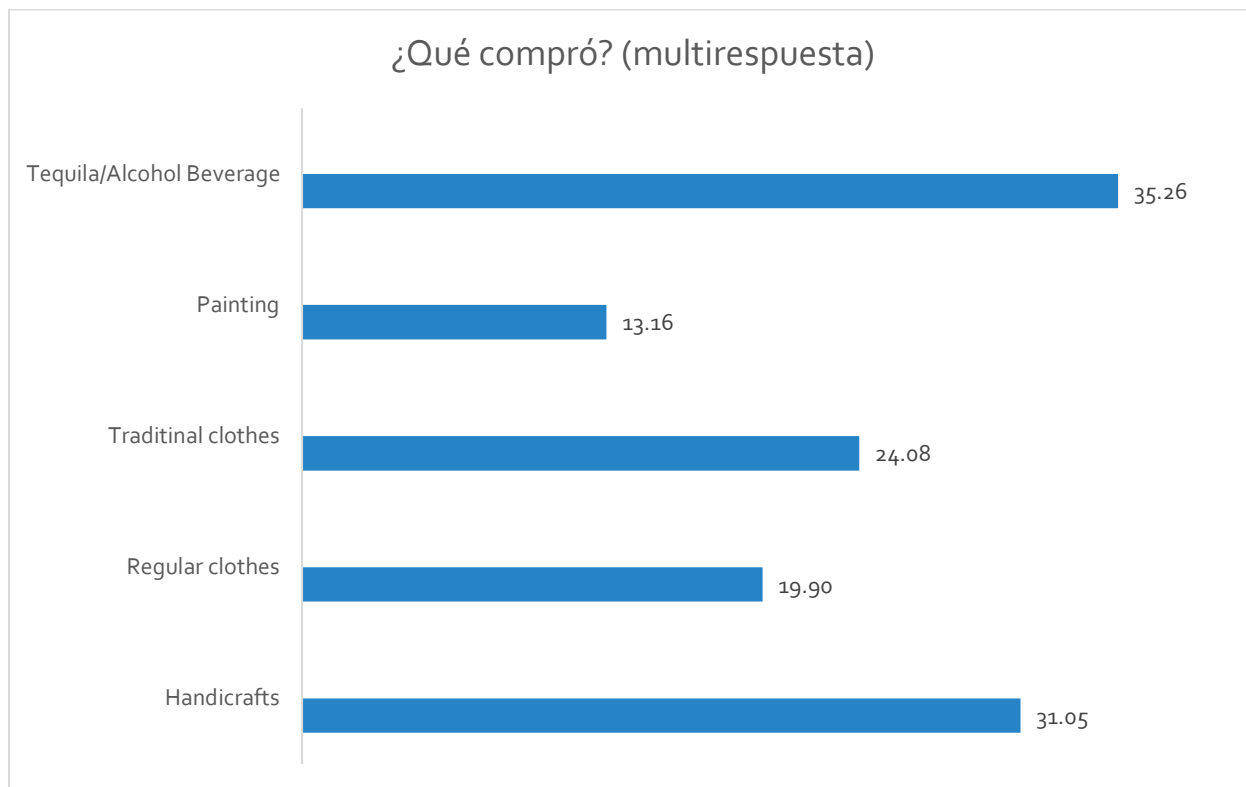
Forma de viajar



Presupuesto y gasto



El 35,86 % de este segmento dijo haber gastado menos de 19.99 USD en recuerdos o artículos en el destino, un gasto promedio notoriamente bajo al ser equiparable a la suma de los porcentajes de las 3 cifras más elevadas en gasto.



En general, el tequila y/o bebidas alcohólicas predominan como los productos de mayor consumo por los compradores cruceristas (35,26 %), seguido por las artesanías (31,05 %), vestimenta tradicional (24,08 %), ropa regular (19,90 %) y arte, específicamente pintura (13,16 %).

Grupo de edad y artículos de compra.

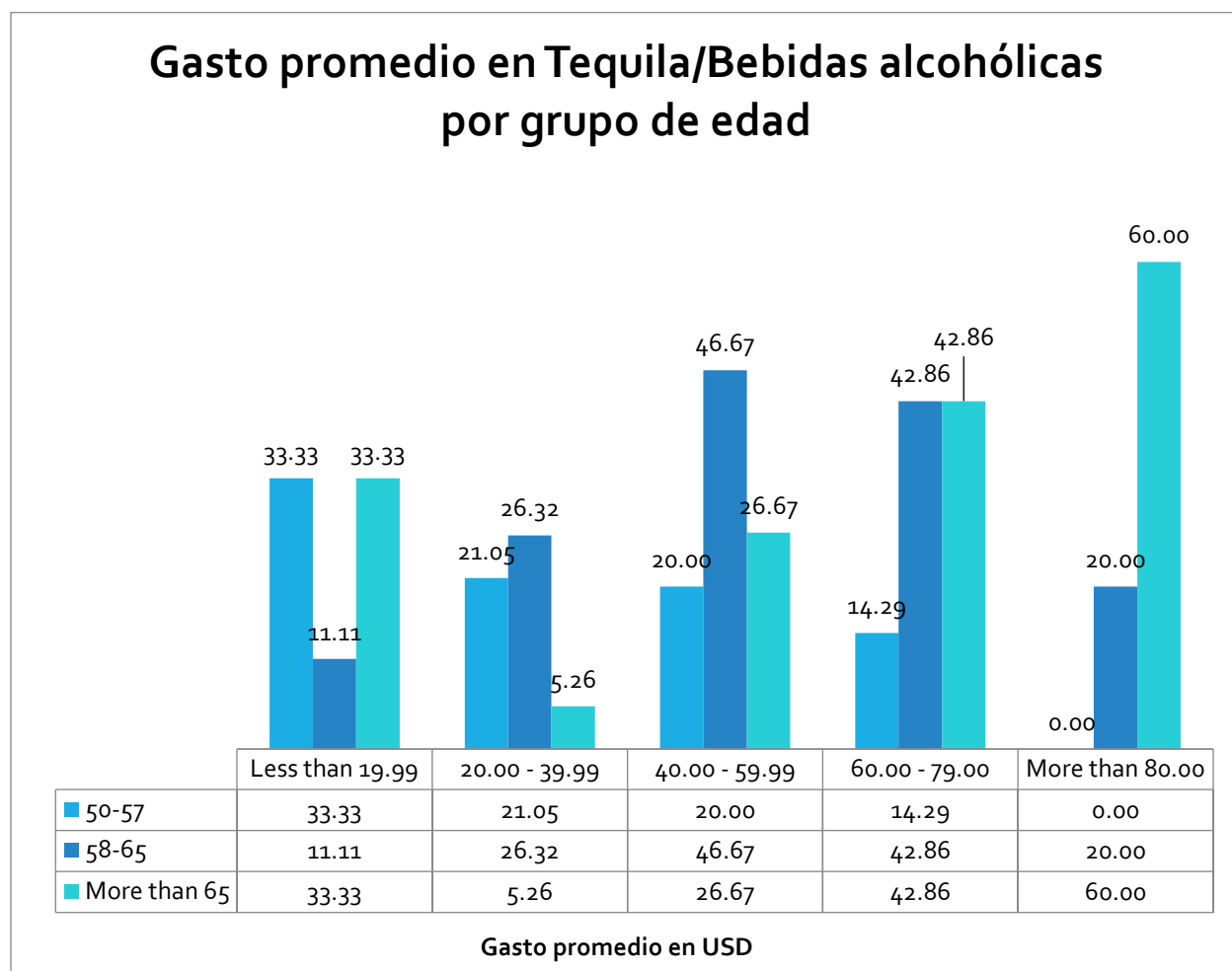
Al analizar los principales grupos de edad de este segmento, encontramos que los dos grupos de edad más avanzada tuvieron un comportamiento de compra más dinámico, al adquirir en mayor medida bebidas alcohólicas, obras de arte y artesanías principalmente.

Porcentaje que adquirió el producto por grupo de edad



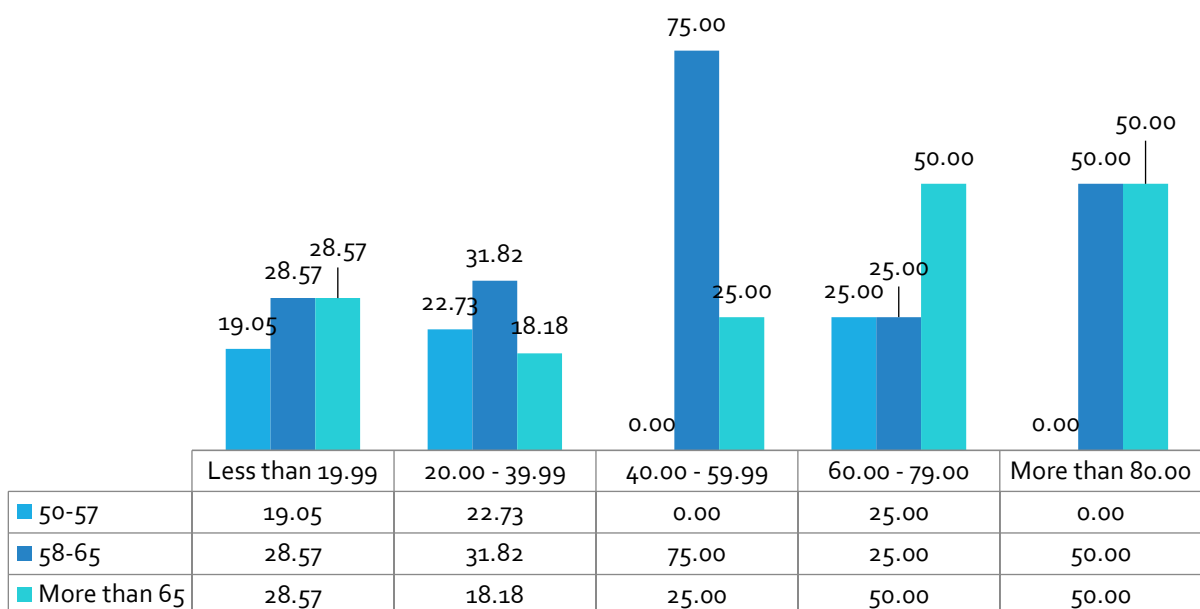
Gasto por tipo de artículo y grupo de edad

El gasto promedio en los tres productos más adquiridos, se obtiene que quienes han estado dispuestos a gastar más que el resto es el segmento de mayor edad (+65), más de 80.00 USD por producto en el caso del tequila u otra bebida alcohólica.

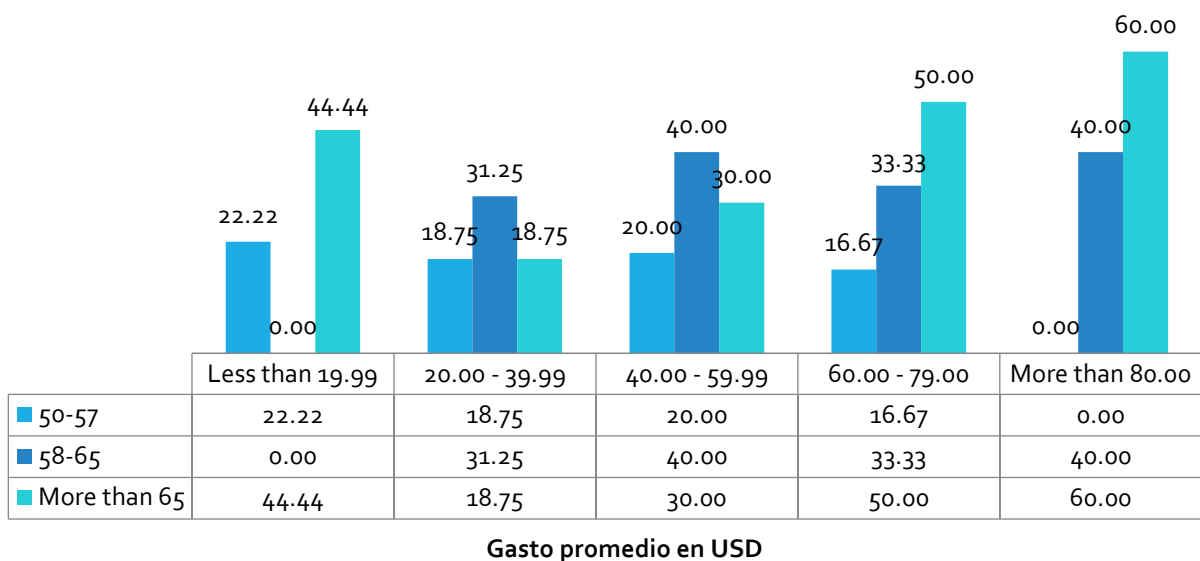


En la compra en artesanías, se destinó entre 40 y 60 dólares para aquellos entre los 58 y 65 años, un dato que destaca por la disparidad en su porcentaje, sin embargo, la participación más equilibrada entre los tres grupos de edad se encuentra en el gasto de 39.90 USD o menos.

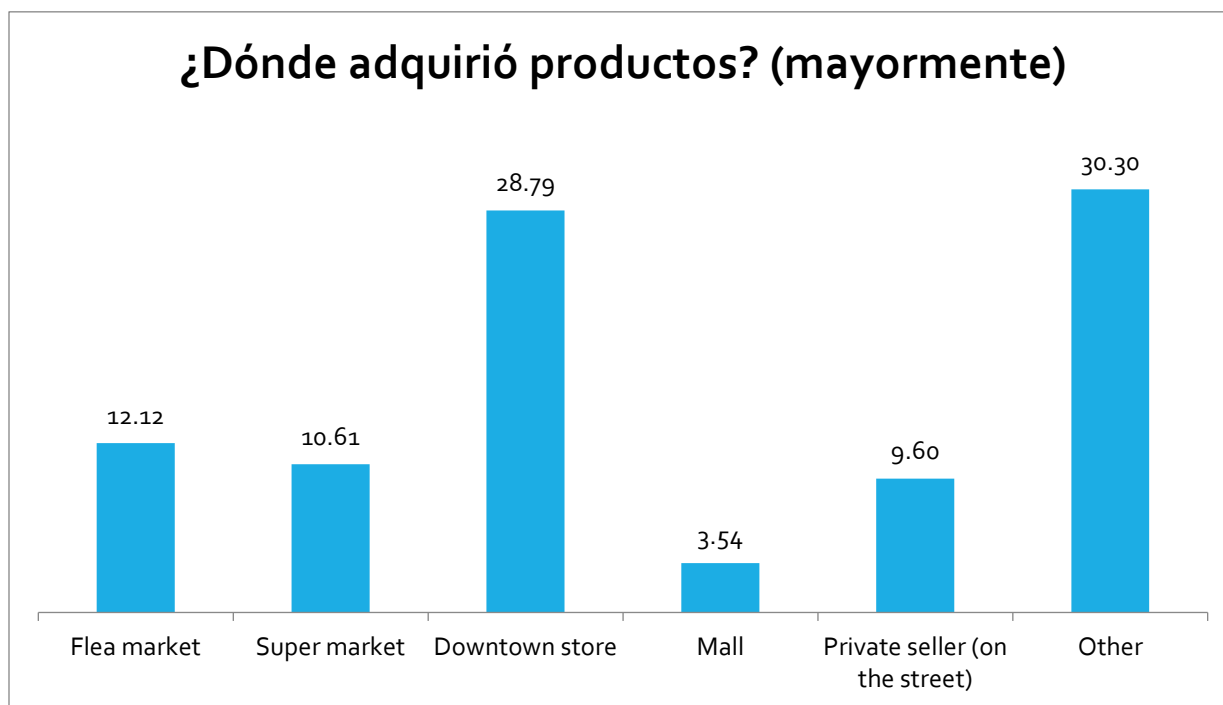
Gasto promedio en artesanías por grupo de edad



Gasto promedio en vestimenta tradicional por grupo de edad

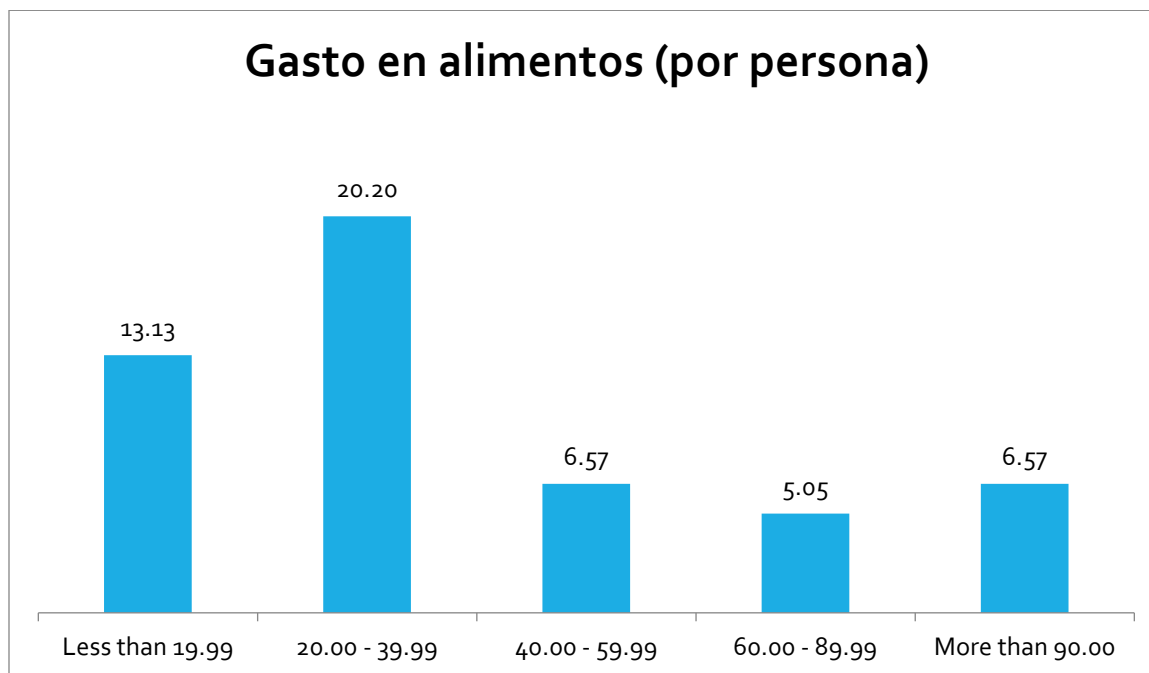
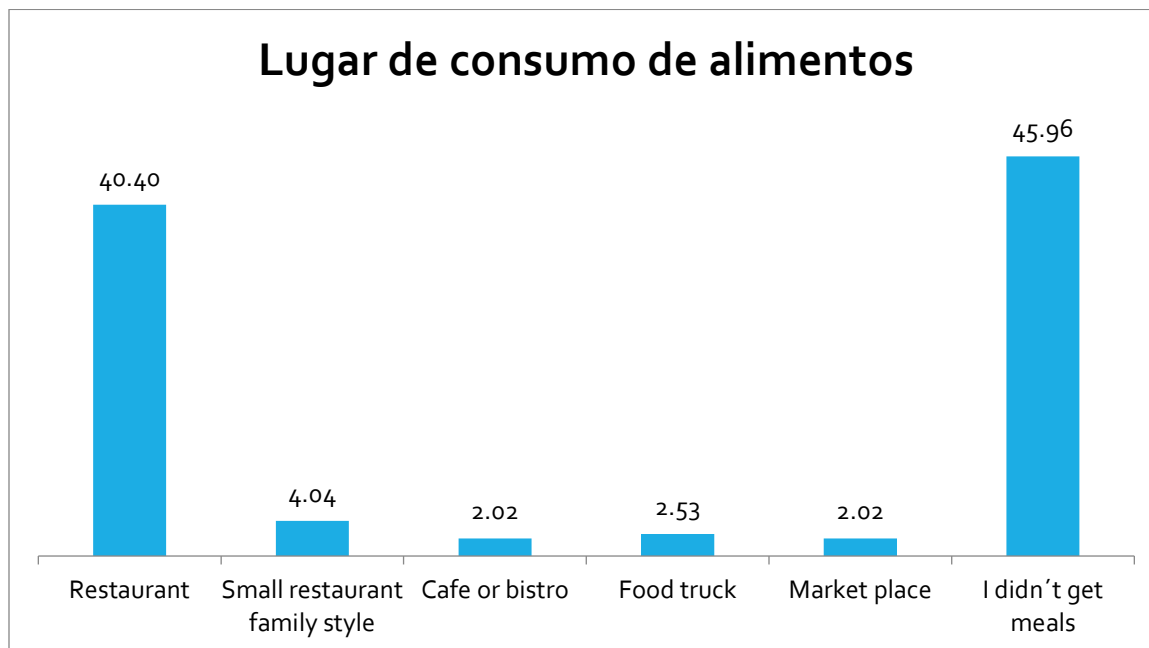


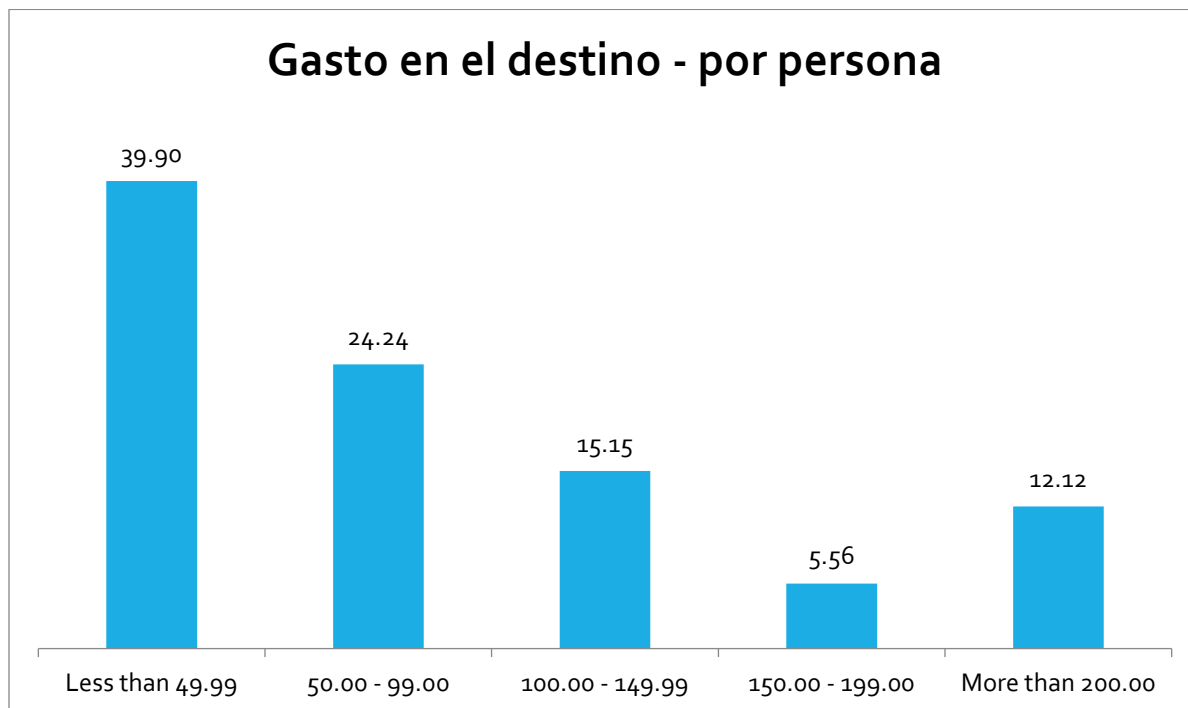
Lugar de compra



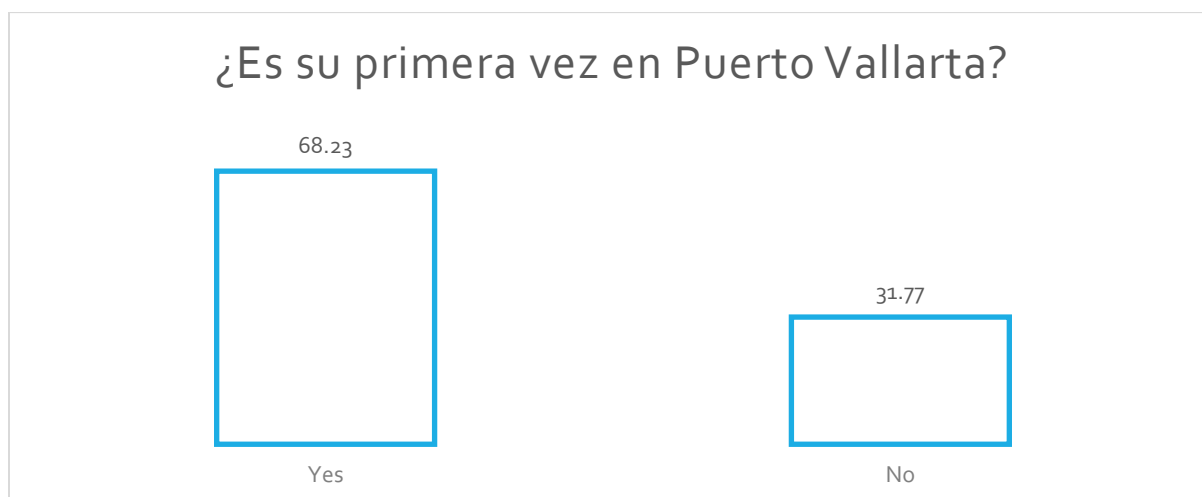
En términos generales, los productos/souvenirs se adquieren en tiendas del centro de la ciudad o bien, presumiblemente al ser abordados durante el recorrido guiado o actividad programada en el destino.

En los alimentos, sobresale el 45.96 % que no los tomó en establecimientos, lo que abrirá nuevas interrogantes sobre las razones que no lo hacen. Sin embargo, los que si acudieron a restaurantes u otro tipo de establecimiento, el gasto oscila en menos de los 39.90 USD por persona.



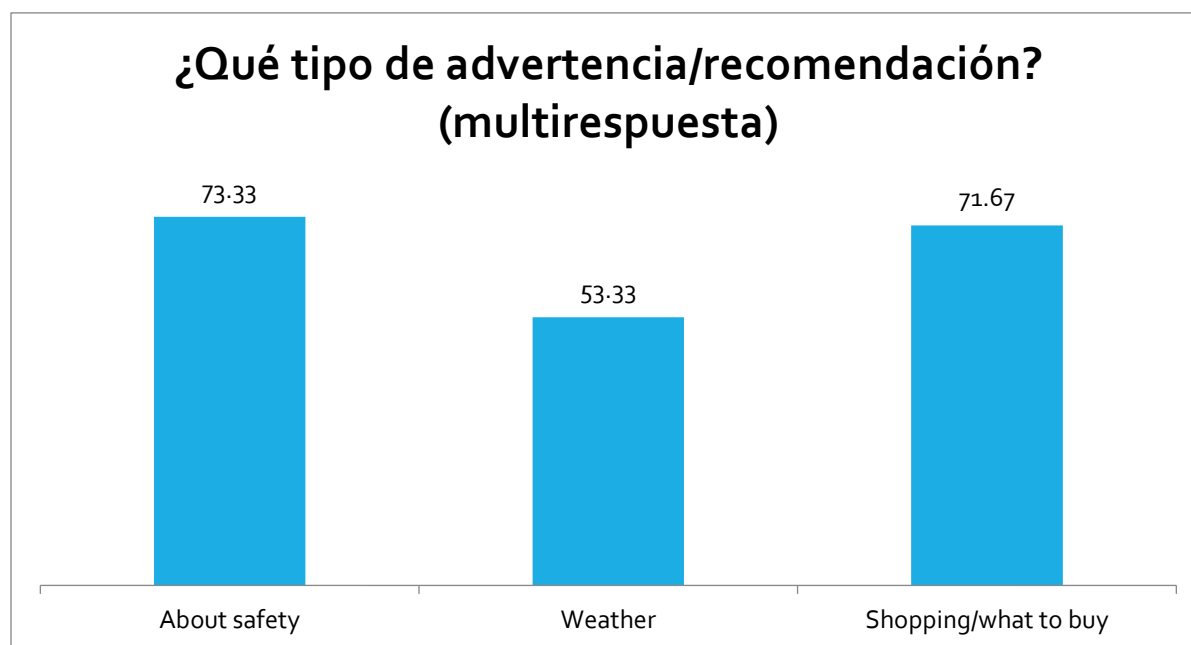
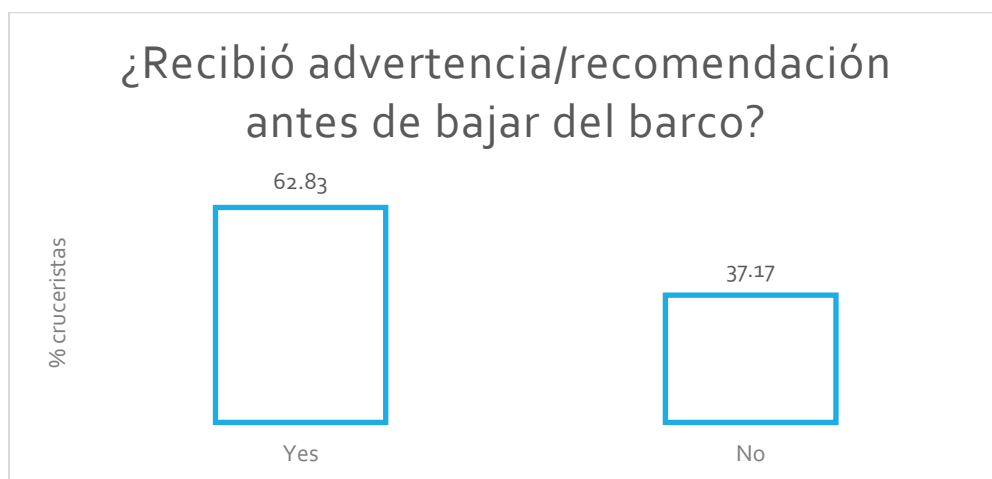


Experiencia en el destino



Al arribo del crucero, los viajeros tienen diversas expectativas del destino a visitar, un porcentaje por experiencias previas, que es el caso destacable de quienes han venido anteriormente (31,77 %) y la gran mayoría por otras fuentes consultadas desde la

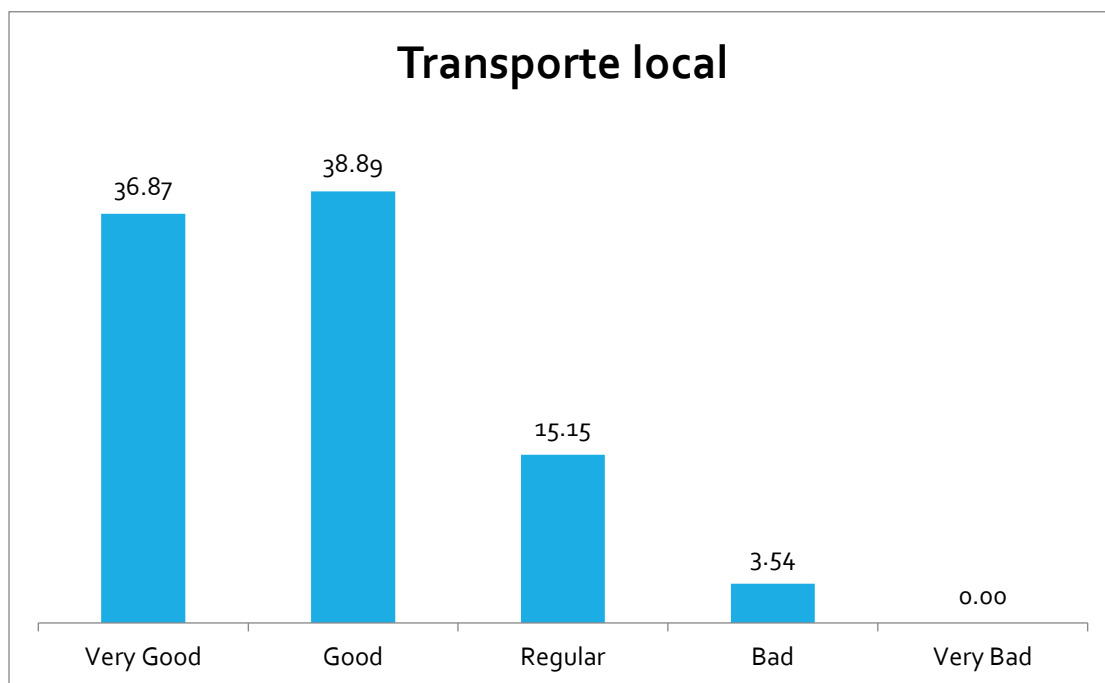
organización de su viaje, por lo tanto, las recomendaciones hechas por la tripulación de la embarcación tienden a convertirse en un aspecto importante para aquellos que visitan el destino por primera vez. En este sentido, el 62,83 % manifiestan haber recibido algún tipo de recomendación o advertencia antes del arribo a Puerto Vallarta.



De aquellos que fueron advertidos por la tripulación antes del arribo, 7 de cada 10 recibieron recomendaciones sobre su seguridad y artículos que pudiesen adquirir en el destino.

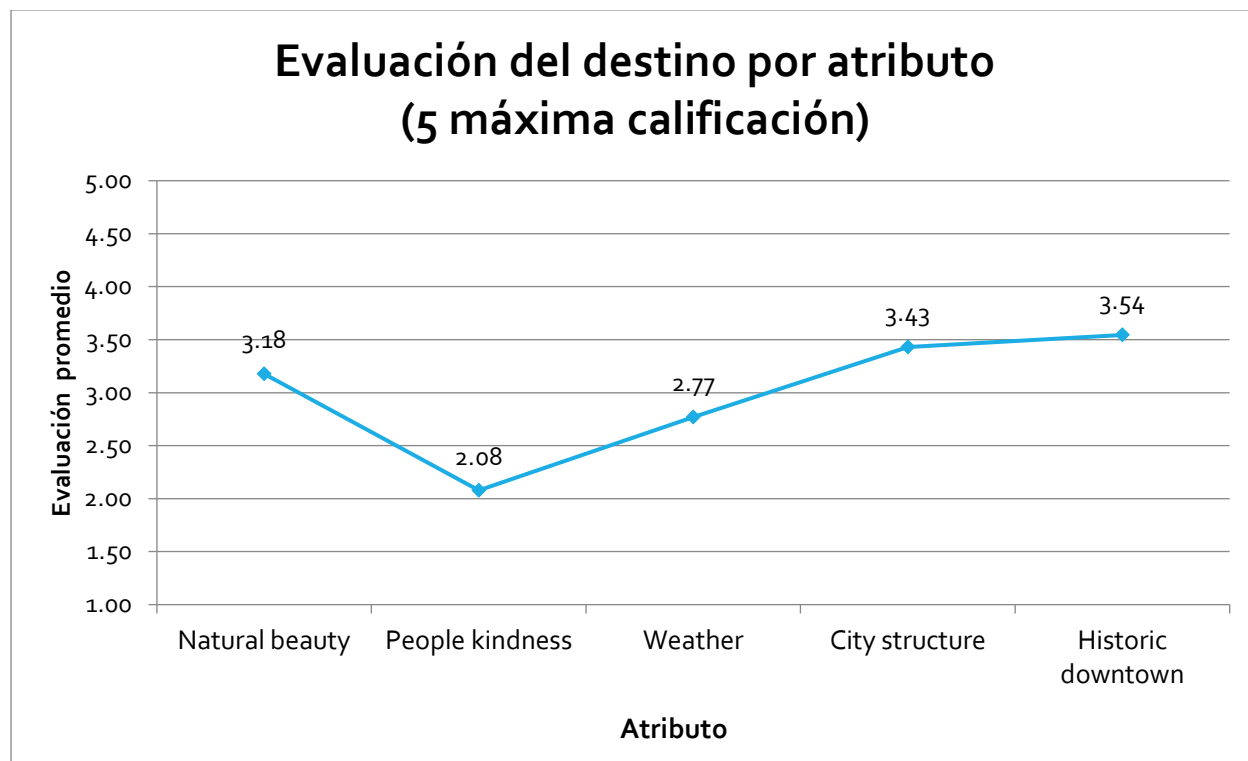
IMAGEN Y SATISFACCIÓN

Evaluación de servicios



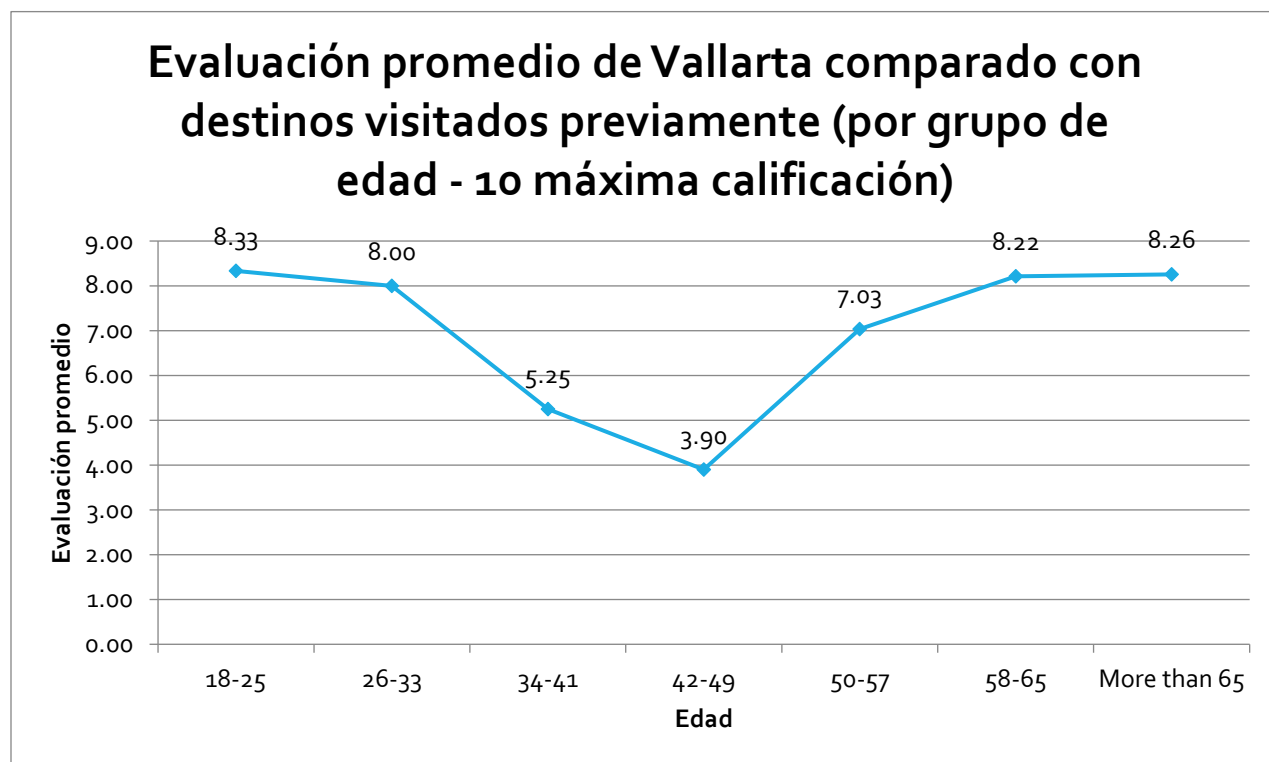
El transporte local para los cruceristas se concentra en autobuses previamente contratados por las empresas que les llevan a realizar recorridos guiados u otras actividades recreativas, por ello, el uso de taxi mucho menos utilizado que otros segmentos.

Evaluación del destino



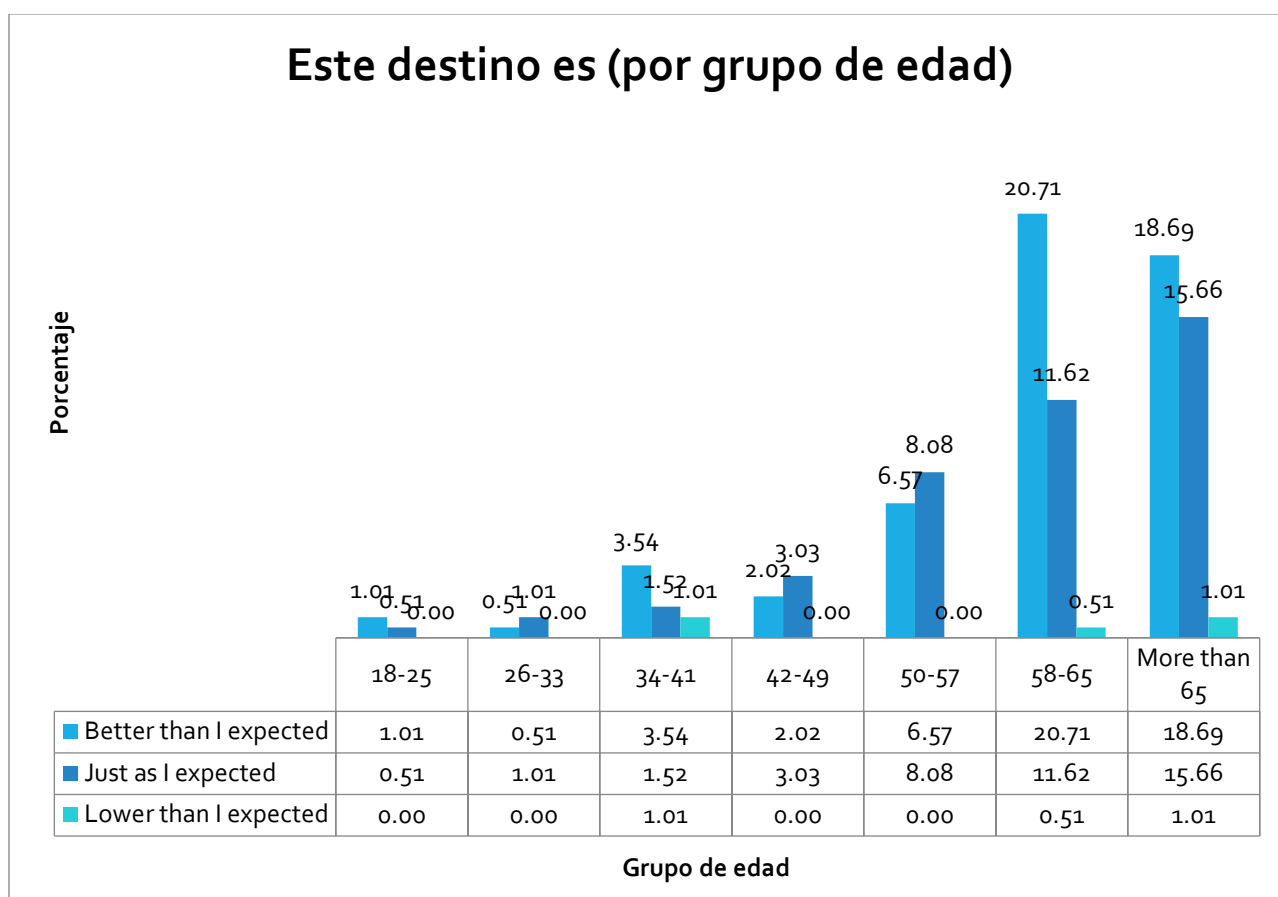
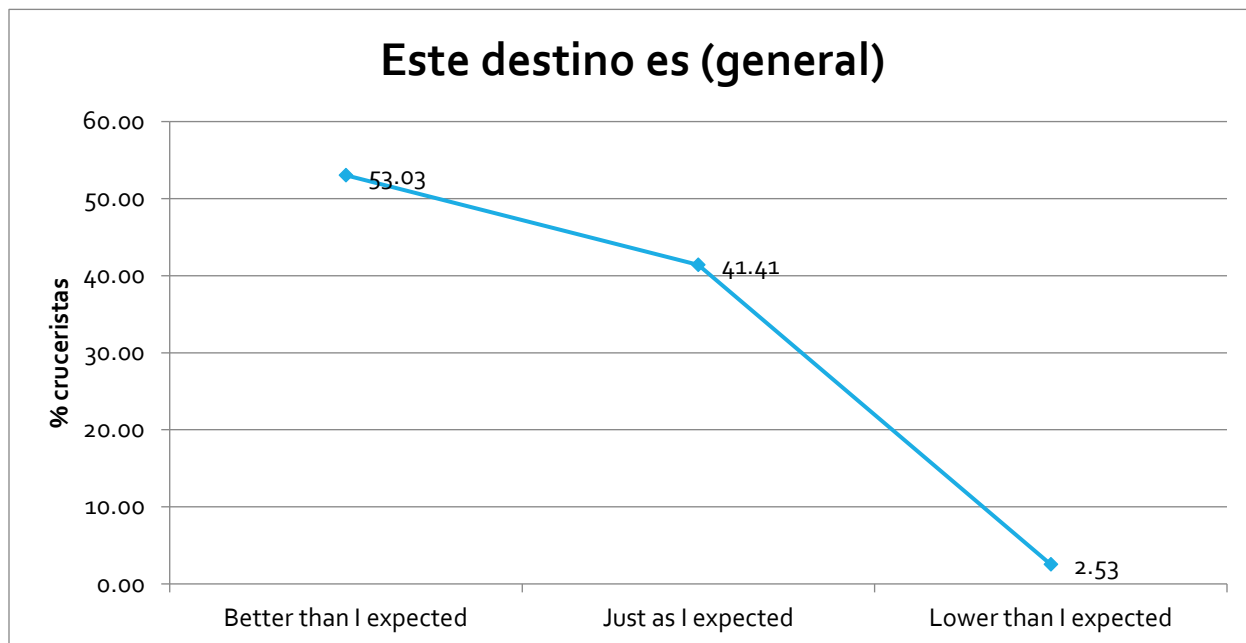
En general, la evaluación del destino se encuentra por debajo del promedio del segmento tradicional (familias) tanto nacional como extranjero, específicamente en rubros como “amabilidad”, “clima” y “belleza natural”.

Al momento de evaluar al destino comparado con otros destinos previamente visitados durante su trayecto por grupos de edad, la mejor evaluación la otorgan los grupos más jóvenes así como los de mayor edad. Los grupos de edad intermedia, entre los 34 y 60 años tienden a tener una mayor insatisfacción del destino.

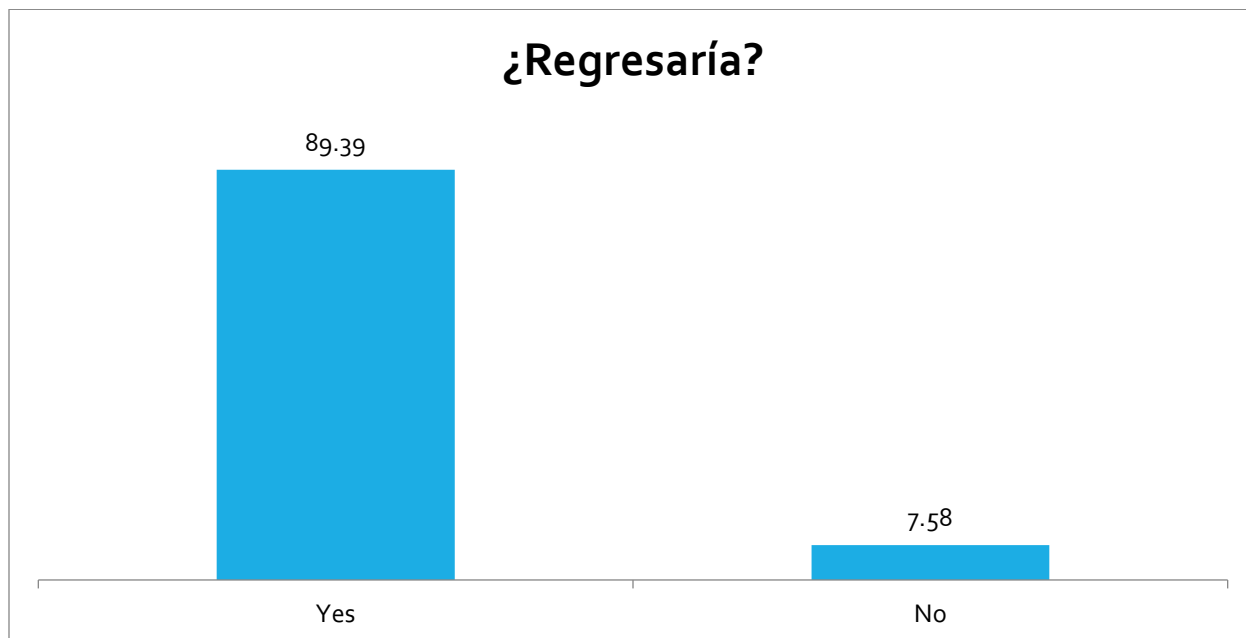


En contraste con la evaluación del destino al compararlo con otros, el 53.03 % encontró en Puerto Vallarta “más de lo que esperaba”, por lo que abre la posibilidad de contar con una percepción muy baja del puerto antes de arribar.

Al revisar los datos por grupos de edad encontramos una mejor apreciación del destino por las personas mayores a los 60 años principalmente.



Intención de volver



La intención de volver al destino es alta pues solo el 7.58 % de los cruceristas no les interesaría regresar a Puerto Vallarta.

Observatorio Integral de la Región Turística Puerto Vallarta-Bahía de Banderas

Dr. Alfredo César Dachary
Dra. Stella Maris Arnaiz Burné
Coordinadores

MDM. Sandra Luz Zepeda Hernández
Responsable Demanda Turística

Recolección de información:
Alumnos de 11º cuatrimestre de la carrera de Lic. En Gestión y Desarrollo
Turístico.
Universidad Tecnológica de Bahía de Banderas.

info@observatorioit.org
www.observatorioit.org