



ÍNDICE

	Página
1. Introducción.....	1
2. Objetivos	2
3. Metodología.....	3
3.1. Recogida y tratamiento de información interna.....	3
3.2. Recogida y tratamiento de información externa.....	4
3.2.1. Información cualitativa.....	4
3.2.2. Información cuantitativa.....	6
4. Perspectivas del Sector de Cruceros.....	10
5. Tráfico de cruceros en los puertos canarios.....	13
6. Resultados	30
6.1. Evaluación del destino por parte de los operadores	30
6.2. Hábitos del turista de cruceros y satisfacción con el destino.....	35
6.2.1. Caracterización general de la visita	35
6.2.2. Motivos de elección del viaje-destino	49
6.2.3. Caracterización y valoración de la escala en el puerto.....	53
6.2.4. Valoración de la experiencia del crucero	83
6.2.5. Intención de repetir o recomendar	104
7. Conclusiones	108



Las Palmas de Gran Canaria, a diez de julio de dos mil nueve

P. 6396/2009

JLSA/DGT/ISD/EMAD

cc/CD



1. Introducción

Este informe recoge los resultados del estudio realizado por Edei Consultores correspondientes a la actividad actual de cruceros en los puertos dependientes de la Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife y de la Autoridad Portuaria de Las Palmas de Gran Canaria, y la evaluación del destino por parte de operadores de las islas de Lanzarote, Fuerteventura, Gran Canaria, Tenerife, La Gomera y La Palma.

Para la elaboración de los resultados que se presentan a continuación, se ha analizado la información facilitada por ambas Autoridades Portuarias sobre el tráfico de cruceros en sus puertos, generada a partir de sus sistemas de gestión interna (facturación) y se han realizado entrevistas en profundidad a agentes involucrados:

- Hotel staff a bordo de los cruceros
- Empresas consignatarias de los buques
- Organismos de promoción turística
- Agencias de viajes locales y organizadores de excursiones y eventos
- Lugares de interés turístico visitados regularmente por los cruceristas
- Áreas y centros comerciales visitadas regularmente por los cruceristas
- Operadores de transporte (taxis y autobuses)

También se han realizado entrevistas de forma personal a los cruceristas en cada uno de los puertos de escala objeto de estudio.

El presente estudio se ha realizado cumpliendo las especificaciones recogidas en la norma UNE-ISO 20252 de "Investigación de mercados, social y de opinión"



2. Objetivos

El estudio se planteó con el objetivo general de mejorar el conocimiento de la repercusión que para las ciudades portuarias y las islas de escala tiene la presencia regular de buques de cruceros, para lo cual se definieron tres objetivos específicos:

- Descripción de la organización actual de la actividad de cruceros
- Evaluación del destino por parte de los operadores
- Evaluación del destino por parte de los cruceristas



3. Metodología

3.1. Recogida y tratamiento de información interna

Utilizando la misma metodología que en catas anteriores, se hizo un análisis de la información recibida por cada una de las Autoridades Portuarias de forma que se pudiera mostrar una idea global sobre la evolución de la situación de la actividad de cruceros en Canarias.

La unidad mínima de análisis en este caso fue la **escala** del buque en cada puerto de cruceros del área, desde el año 1997 a 2008, con los siguientes campos de información por cada caso:

- Puerto de escala.
- Nombre del buque.
- Fecha de la escala.
- Número de pasajeros.

A partir de la información anterior, se trabajó en la caracterización de los **buques** de acuerdo a las siguientes variables diferenciales:

- Número de escalas en el año.
- Número medio de pasajeros.
- Temporada en la que visita el área de cruceros: invierno o verano.

La explotación de los datos se realizó con técnicas y programas de tratamiento estadístico que permiten caracterizar la actividad de cruceros desarrollada en el área en los últimos años.



3.2. Recogida y tratamiento de información externa

3.2.1. Información cualitativa

Para la obtención de la información cualitativa se optó como en ocasiones anteriores, por la realización de **entrevistas en profundidad** a los representantes de:

- Organismos de promoción turística.
- Hotel staff a bordo de los cruceros.
- Tripulación de los buques de cruceros.
- Empresas consignatarias de los buques.
- Agencias de viajes locales y organizadores de excursiones y eventos.
- Operadores de transporte (taxi, autobús discrecional,..).
- Centros de interés turístico visitados regularmente por los cruceristas.
- Áreas comerciales visitadas regularmente por los cruceristas.

Como ya se realizó en la anterior temporada 2004 - 05, se prestó especial atención a las entrevistas a los agentes a bordo del buque. En este sentido se llevaron a cabo entrevistas en profundidad al hotel staff y al shore excursión manager.

Las entrevistas se realizaron a partir de un guión semi - estructurado adecuadamente a los **objetivos** planteados:

1. Identificar la evolución del área de cruceros, nuevas necesidades que puedan plantearse en función de la demanda, así como nuevos problemas que pudieran darse en la atención a los visitantes por una deficiente estructuración de la oferta en tierra.
2. Indagar sobre las inquietudes y las necesidades de información de dichos agentes para el posterior diseño de herramientas de recogida de información cuantitativa.
3. Buscar vínculos y logro de la colaboración de los agentes en la recogida de información continua necesaria para el conocimiento de la actividad de cruceros.
4. En el caso de la tripulación de los buques, indagar sobre el comportamiento en tierra de los tripulantes de las navieras durante las escalas en las islas.



La recogida de información fue llevada a cabo por técnicos de Edei Consultores, previamente formados en el guión de las entrevistas para la correcta realización de las mismas.

La información cualitativa que se resume en el presente informe es el resultado de opiniones globales y generalizadas recogidas durante esta fase.

Se realizaron un total de 66 entrevistas en profundidad distribuidas por isla de la siguiente manera:

Isla	Nº de entrevistas
Lanzarote	10
Fuerteventura	6
Gran Canaria	18
Tenerife	17
La Gomera	5
La Palma	10
Total	66

Las entrevistas se realizaron entre los meses de noviembre y diciembre de 2008, y abril de 2009. Todas ellas se celebraron bajo cita previa, en las instalaciones de los profesionales entrevistados, dirigidas por un técnico del equipo de trabajo de Edei y conforme a un guión estructurado en base a los objetivos del estudio.



3.2.2. Información cuantitativa

En la recogida de la información cuantitativa se elaboró una **encuesta de carácter personal** a los turistas de cruceros del área Islas Atlánticas a lo largo de la temporada de invierno 2008-2009, durante las escalas realizadas por los buques en cada uno de los puertos objetivo de estudio.

El cuestionario se encuentra dividido en cinco bloques diferenciados de preguntas que responden a los objetivos de recogida cuantitativa planteados, y que permiten comparar los resultados a los obtenidos durante los anteriores trabajos de campo de las temporadas de cruceros de invierno 2001-2002, 2003-2004 y 2004-2005.

- Caracterización general de la visita.
- Motivación y satisfacción con la elección del viaje-destino.
- Valoración de la experiencia del crucero.
- Caracterización y valoración de la escala en el puerto.
- Intención de repetir o recomendar.

La recogida de información fue llevada a cabo por redes de encuestadores, de Edei Consultores, con conocimiento de idiomas y previamente formados en el cuestionario a realizar.

La realización de las entrevistas fue a pie de escala de los buques, contando en la mayoría de los casos con material de apoyo en algunos puertos (mesas, sillas, parasoles, etc.) para mayor comodidad de los entrevistadores. Sin embargo, no se ha podido remediar que el desarrollo del trabajo de campo se haya retrasado debido a las malas condiciones meteorológicas experimentadas en esos meses.

Los cuestionarios fueron traducidos y administrados en tres idiomas: español, inglés y alemán, de forma que se realizó en la medida de lo posible en la lengua del entrevistado.

Se utilizó un cuestionario similar al empleado durante la temporada 2004-2005, con pequeñas modificaciones y mejoras en la estructuración y en los contenidos, de manera que es posible obtener resultados comparativos de ambas catas en la mayoría de las variables objeto de análisis.



Se realizaron un total de 2.031 entrevistas distribuidas por los principales puertos de cruceros del área (tabla 3.2.2-1), incurriendo en un error muestral global del 2.17% . La muestra obtenida es elevada para este tipo de estudios, y permite una alta representatividad regional y significación de los resultados por puerto de escala.

Tabla 3.2.2-1 Número de entrevistas por puerto de escala

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Santa Cruz de Tenerife	413	20,3	20,3	20,3
	Las Palmas	414	20,4	20,4	40,7
	Arrecife	398	19,6	19,6	60,3
	Santa Cruz de La Palma	396	19,5	19,5	79,8
	Puerto del Rosario	218	10,7	10,7	90,5
	San Sebastián de La Gomera	192	9,5	9,5	100,0
	Total	2.031	100,0	100,0	

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

El trabajo de campo se desarrolló durante la temporada de invierno (tabla 3.2.2-2), que comprende principalmente los meses de diciembre de 2008 a mayo de 2009.

Tabla 3.2.2-2 Número de entrevistas por fecha de realización

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Diciembre	404	19,9	19,9	19,9
	Enero	498	24,5	24,5	44,4
	Febrero	370	18,2	18,2	62,6
	Marzo	468	23,0	23,0	85,7
	Abril	251	12,4	12,4	98,0
	Mayo	40	2,0	2,0	100,0
	Total	2.031	100,0	100,0	

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

El horario habitual de trabajo comprendía las horas del mediodía, momentos antes y después del almuerzo, horas en las que se dan cita la gran mayoría de los turistas en los alrededores del buque.

Se obtuvo muestra de turistas de 27 buques de cruceros diferentes, algunas de las cuales son reducidas, al tratarse de buques ocasionales en la temporada, y otras de las cuales son muestras significativas como es el caso de las entrevistas realizadas a turistas de los buques Aida Bella y Thomsom Celebration, al tratarse de buques con puerto base en alguna de las Islas Atlánticas y una frecuencia de escala semanal en cada puerto.



Las entrevistas realizadas en cada uno de los buques que conforman la muestra del estudio se observa en la siguiente tabla 3.2.2-3:

Tabla 3.2.2-3 Número de entrevistas por buque de crucero

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Albatros	64	3,2	3,2	3,2
Aurora	71	3,5	3,5	6,6
Black Watch	49	2,4	2,4	9,1
Oriana	104	5,1	5,1	14,2
Costa Fortuna	30	1,5	1,5	15,7
Black Prince	52	2,6	2,6	18,2
Costa Marina	117	5,8	5,8	24,0
Astor	23	1,1	1,1	25,1
Deutschland	20	1,0	1,0	26,1
Splendor of the Seas	25	1,2	1,2	27,3
Summit	25	1,2	1,2	28,6
Century	25	1,2	1,2	29,8
Azamara Journey	21	1,0	1,0	30,8
Thomson Celebration	213	10,5	10,5	41,3
Msc Orchestra	22	1,1	1,1	42,4
Brilliance of the Seas	149	7,3	7,3	49,7
Aida Cara	148	7,3	7,3	57,0
Aida Bella	378	18,6	18,6	75,6
Sipirit of Adventure	24	1,2	1,2	76,8
Balmoral	20	1,0	1,0	77,8
Msc Fantasía	105	5,2	5,2	83,0
Norwegian Jade	129	6,4	6,4	89,3
Costa Serena	71	3,5	3,5	92,8
MSC Poesía	23	1,1	1,1	93,9
Costa Mágica	34	1,7	1,7	95,6
Ventura	49	2,4	2,4	98,0
Saga Rose	40	2,0	2,0	100,0
Total	2.031	100,0	100,0	

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

Siguiendo idéntica metodología a la empleada durante la temporada 2004-2005, la selección de los buques que componen la muestra de cruceros en cada uno de los puertos se realizó atendiendo a los siguientes criterios:

- *Se entrevista preferentemente a los cruceristas en la isla en la que efectúe el crucero la última escala antes de finalizar el viaje o, en su defecto, en las últimas escalas del itinerario.* Este criterio permite obtener una visión más global del destino por parte del turista de cruceros al haber visitado un mayor número de islas en el momento en el que se le realiza la entrevista.
- *No se entrevista al crucerista en un puerto base:* Un puerto base es aquel en el que se efectúa el embarque o desembarque del pasaje y por tanto no es un buen momento para entrevistar al crucerista. En el momento del embarque aun no ha visitado el destino por lo que no está en disposición de hacer valoraciones sobre el mismo, mientras que en el momento del desembarque la operativa del crucero impide la realización de entrevistas.



- *No se selecciona el mismo buque en más de una escala durante un mismo viaje-itinerario:* Este criterio evita el reemplazo, garantizando que no se realiza la encuesta dos veces al mismo turista en diferentes puertos.

Considerando los errores muestrales de las diferentes submuestras resultantes, no se analizarán los resultados correspondientes a determinadas submuestras y categorías con una cuota inferior a 25 casos.



4. Perspectivas del Sector de Cruceros

Los viajes de crucero representan uno de los segmentos con mayor potencial de crecimiento en el negocio turístico mundial. La doctora Auliana Poon en su boletín *Tourism Intelligence International* del mes de enero de 2009 escribía:

Las líneas de cruceros han emergido como uno de los segmentos de mayor éxito y con mayor tasa de crecimiento de la industria turística. Las razones para este rápido crecimiento son muchas: no hay sindicatos; la capacidad de proveerse del mejor personal proveniente de todas partes del mundo; capacidad a nivel mundial de aprovisionamiento de materiales e inputs a precios competitivos; grandes economías de escala; ofrecen literalmente un nuevo destino para cada día del crucero, sin las molestias de hacer y deshacer el equipaje y someterse a los estrictos controles aeroportuarios. El hecho de que ofrecen un producto todo incluido; puede adaptarse al sol del Caribe y a los veranos europeos; a los agentes de viajes les gusta vender cruceros. Los cruceros se adaptan fácilmente a las tendencias hacia el envejecimiento de la población activa; al incremento de los short breaks; la polarización de la industria; spa, bienestar, etc. Sin embargo, las líneas de cruceros aún van por detrás en lo que a ser social y medioambientalmente responsables se refiere. En este sentido, es necesario adoptar acciones correctivas

En el desarrollo de un área de cruceros tienen peso determinante la disponibilidad de buques, pues la capacidad de producción de los astilleros es inferior al potencial de crecimiento de la demanda actual, y de las infraestructuras y capacidad de prestar servicios de los puertos de escala y base.

El sector de cruceros parece ser el sector turístico que mejor está resistiendo la crisis económica. La demanda está sostenida, y quizá el impacto de la crisis solo se esté notando en ajustes de los precios y retrasos en la contratación.

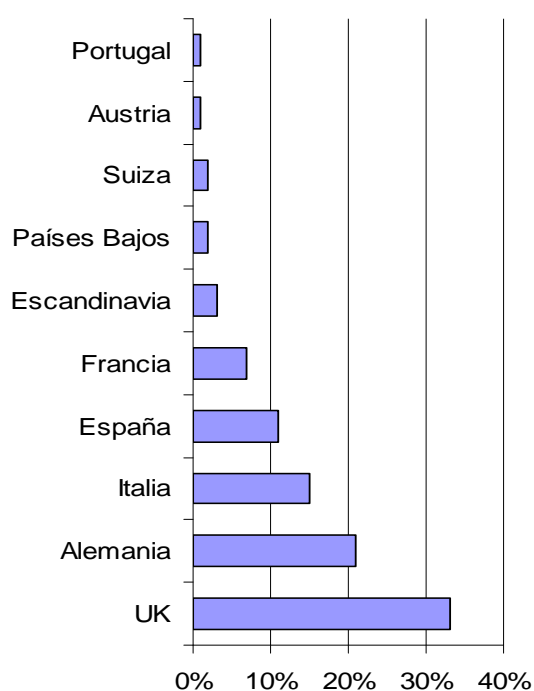
Las perspectivas de crecimiento de la capacidad en la primavera de 2009 eran evidentes: 39 órdenes de construcción de nuevos buques, que suponen 85.480 plazas. Estos nuevos buques, que se entregarán entre 2009 y 2012, estarán destinados al mercado americano (21) y europeo (18), estos últimos para Aida, Cunard, P&O, Costa y MSC.



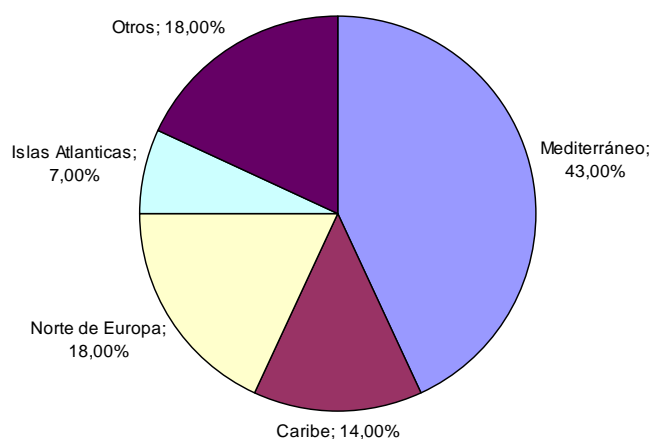
El mercado europeo continua en crecimiento, aunque el ritmo de Reino Unido se manifiesta inferior en comparación con Alemania, Italia, España y Francia, siendo Alemania el país que experimenta el mayor crecimiento (19%).

Los países de origen de los cruceristas europeos en 2008 se presentan en el siguiente gráfico:

Origen de los Cruceristas Europeos 2008



Tal y como se observa, el sector británico es el primer mercado europeo, y entre sus destinos elegidos durante el 2008 para realizar cruceros destaca el Mediterráneo.





En general los cruceristas residentes en las regiones más septentrionales y Gales tienen preferencia por las Islas Atlánticas, mientras que los residentes en el sur parecen preferir el Norte de Europa. Por regiones la distribución del mercado británico es la siguiente.

Origen de los Cruceristas UK 2008





5. Tráfico de cruceros en los puertos canarios

Los cuadros que se presentan a continuación sintetizan la evolución del tráfico de cruceros en los puertos dependientes de la Autoridad Portuaria de Santa Cruz de Tenerife y la Autoridad Portuaria de Las Palmas de Gran Canaria. Se muestran las estadísticas que se han podido construir a partir de las fuentes disponibles en las citadas instituciones, y se ha partido del detalle de escalas habidas en los últimos doce años, es decir, desde enero de 1997 hasta diciembre de 2008.

En términos de tráfico de buques la evolución ha sido constante, en número de escalas anuales:

Tabla 5-1 Número de escala por puerto y año

Escalas	Provincia de Santa Cruz de Tenerife			
	SS La Gomera	SC La Palma	SC Tenerife	Total
1997		22	94	116
1998		25	148	173
1999		69	211	280
2000		47	168	215
2001		66	199	265
2002		102	209	311
2003		111	232	343
2004		104	228	332
2005	28	113	236	377
2006	27	97	207	331
2007	40	123	217	380
2008	22	90	219	331

Escalas	Provincia de Las Palmas			Total
	Arrecife	Pto Rosario	Las Palmas	
1997	60	6	49	115
1998	101	9	104	214
1999	134	22	123	279
2000	103	5	107	215
2001	127	9	111	247
2002	161	24	131	316
2003	179	37	143	359
2004	185	39	150	374
2005	172	38	144	354
2006	145	39	124	308
2007	167	39	147	353
2008	172	34	147	353

* Elaboración Edei Consultores, S.A.



Por islas, Tenerife destaca como la isla que más escalas recibe, seguida a cierta distancia por Lanzarote y Gran Canaria. Como islas con menor número de escalas y muy distanciadas del resto se encuentran Fuerteventura y La Palma. En el cómputo total por provincia o Autoridad Portuaria, las diferencias se acortan entre Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife.

En cuanto al número de buques distintos que ha realizado dichas escalas, la evidencia revela que hay un número significativo de escalas por buque, es decir, predominan los barcos que operan regularmente durante la temporada en el área, frente a los buques que hacen escala en los puertos canarios, con el cambio de destino Caribe-Europa coincidente con el cambio de temporada verano-invierno. Un peso importante en estas cifras corresponde a los buques de los operadores Thomson Holidays y Aida Cruises, que durante la temporada de invierno operan en el área Islas Atlánticas con frecuencia semanal.

Tabla 5-2 Número de buques por puerto y año

Buques	Provincia de Santa Cruz de Tenerife			
	SS La Gomera	SC La Palma	SC Tenerife	Total
1997		11	37	48
1998		16	49	65
1999		17	59	76
2000		19	54	73
2001		22	56	78
2002		29	59	88
2003		27	61	88
2004		25	60	85
2005	14	25	64	103
2006	14	25	66	105
2007	20	39	76	135
2008	14	29	69	112
Buques	Provincia de Las Palmas			
	Arrecife	Pto Rosario	Las Palmas	Total
1997	28	5	25	58
1998	35	3	32	70
1999	36	5	36	77
2000	34	4	37	75
2001	36	5	37	78
2002	37	6	39	82
2003	39	6	42	87
2004	44	10	45	99
2005	43	6	40	89
2006	47	5	40	92
2007	59	11	47	117
2008	59	8	54	121

* Elaboración Edei Consultores, S.A.



El número de cruceristas se ha incrementado de modo notable en este periodo de tiempo:

Tabla 5-3 Número de cruceristas por puerto y año

Cruceristas	Provincia de Santa Cruz de Tenerife			
	SS La Gomera	SC La Palma	SC Tenerife	Total
1997	5.545	13.687	73.286	92.518
1998	8.532	12.423	105.304	126.259
1999	5.956	31.150	126.536	163.642
2000	9.041	34.108	125.624	168.773
2001	6.882	50.146	159.535	216.563
2002	15.031	86.857	197.938	299.826
2003	21.064	98.583	281.616	401.263
2004	12.664	111.434	331.660	455.758
2005	7.809	123.334	370.915	502.058
2006	9.304	120.241	313.861	443.406
2007	14.010	140.946	361.323	516.279
2008	10.919	143.764	402.018	556.701

Cruceristas	Provincia de Las Palmas			
	Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Total
1997	47.762	2.183	25.698	75.643
1998	85.880	6.018	60.508	152.406
1999	90.248	6.174	65.611	162.033
2000	91.344	1.915	83.014	176.273
2001	114.293	2.016	89.441	205.750
2002	142.124	19.576	101.287	262.987
2003	168.980	36.485	133.185	338.650
2004	212.690	34.697	146.008	393.395
2005	216.348	43.952	162.805	423.105
2006	165.069	47.817	149.639	362.525
2007	213.134	50.038	176.321	439.493
2008	260.692	70.758	244.962	576.412

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

Por islas, Tenerife destaca como la isla que más cruceristas recibe, seguida por Lanzarote y Gran Canaria. En esta lectura hay que tener en cuenta la influencia que en los últimos años han tenido los barcos que utilizan como puerto base algún puerto canario, como es el caso durante el año 2008 del Thomson Celebration en Santa Cruz de Tenerife y el Aida Bella en Las Palmas de Gran Canaria.



Cuando uno de estos buques hace escala en su puerto base, el cómputo es doble, es decir, se cuentan los pasajeros que desembarcan en la escala porque finalizan su itinerario, pero también se registran aquellos turistas que embarcan para comenzar el crucero. De esta manera, los datos de estos puertos base se incrementan, influyendo en los resultados anuales.

Aún así, en términos de pasajeros por escala, se hace evidente el incremento progresivo de la capacidad de los buques que operan en este destino.

Tabla 5-4 Número de cruceristas por escala en cada puerto y año

Pax/escale	Provincia de Santa Cruz de Tenerife			
	SS La Gomera	SC La Palma	SC Tenerife	Total
1997		622	778	748
1998		497	712	681
1999		451	600	563
2000		726	748	743
2001		760	802	792
2002		803	862	842
2003		888	998	962
2004		1.071	1.438	1.323
2005	279	1.091	1.577	1.335
2006	345	1.160	1.516	1.316
2007	350	1.209	1.653	1.372
2008	496	1.597	1.836	1.682

Pax/escale	Provincia de Las Palmas			Total
	Arrecife	Pto Rosario	Las Palmas	
1997	524	364	524	516
1998	685	669	641	663
1999	534	286	560	526
2000	639	383	755	691
2001	762	224	792	756
2002	862	740	827	839
2003	947	983	861	916
2004	1.147	890	976	1.052
2005	1.197	1.186	1.035	1.130
2006	1.024	1.226	1.010	1.044
2007	1.233	1.256	1.128	1.192
2008	1.487	1.865	1.599	1.570

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

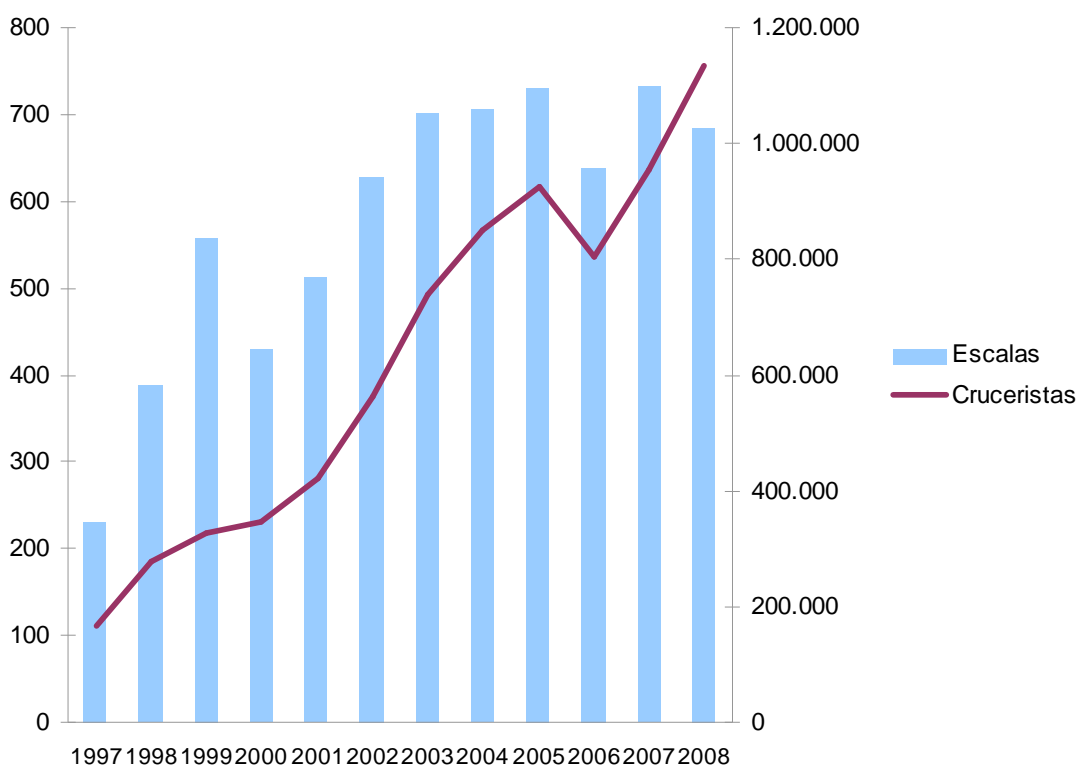


La tabla y el gráfico siguiente resumen la evolución de estos parámetros para el conjunto de las islas.

Tabla 5-5 Tabla resumen en Canarias: parámetros de análisis

	Canarias			
	Escalas	Buques	Crucelistas	Paxes/Escala
1997	231	106	168.161	728
1998	387	135	278.665	720
1999	559	153	325.675	583
2000	430	148	345.046	802
2001	512	156	422.313	825
2002	627	170	562.813	898
2003	702	175	739.913	1.054
2004	706	184	849.153	1.203
2005	731	192	925.163	1.266
2006	639	197	805.931	1.261
2007	733	252	955.772	1.304
2008	684	233	1.133.113	1.657

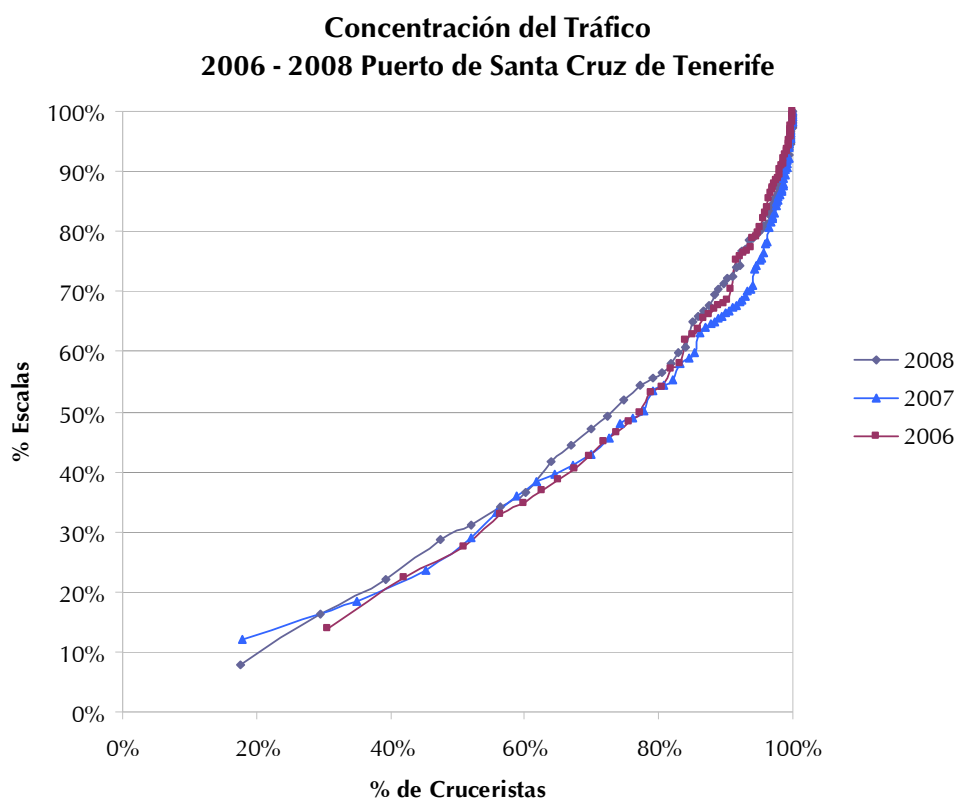
* Elaboración Edei Consultores, S.A.





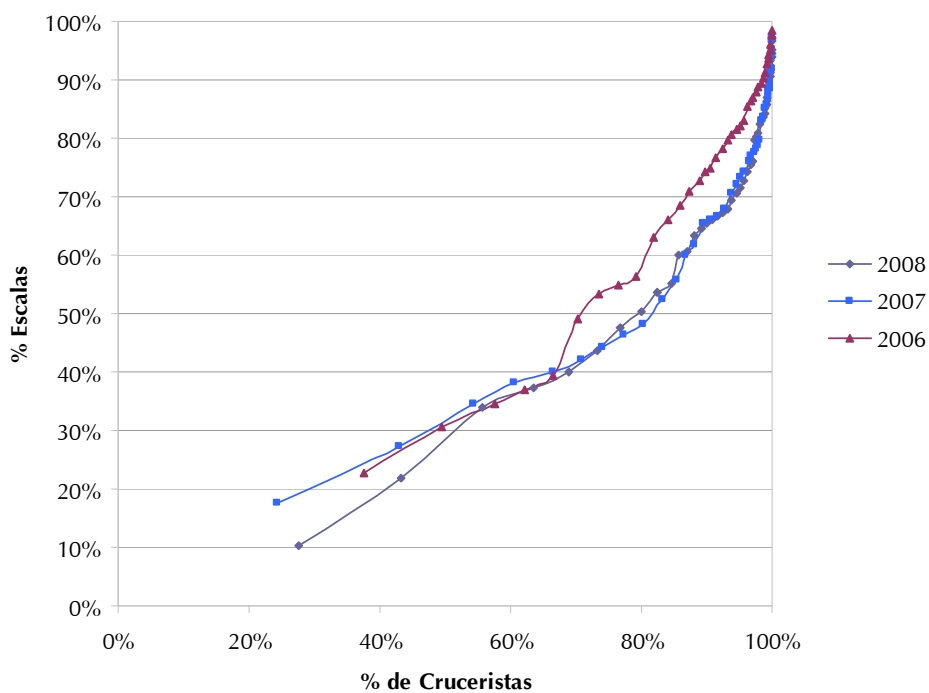
Adicionalmente al incremento progresivo del tamaño de los buques, se produce en el destino una concentración de estos tráficos en un número reducido de buques que operan con regularidad en el destino, lo que, en gran medida, ha permitido ganar volumen en los últimos años.

Como ejemplo se presentan tres gráficos correspondientes a los años 2006, 2007 y 2008 para el Puerto de Santa Cruz de Tenerife, el Puerto de Las Palmas de Gran Canaria y el Puerto de Arrecife, en los que se puede apreciar como unos pocos buques, representados cada uno de ellos por un punto sobre la curva, concentran un elevado porcentaje de las escalas y del tráfico de cruceristas.

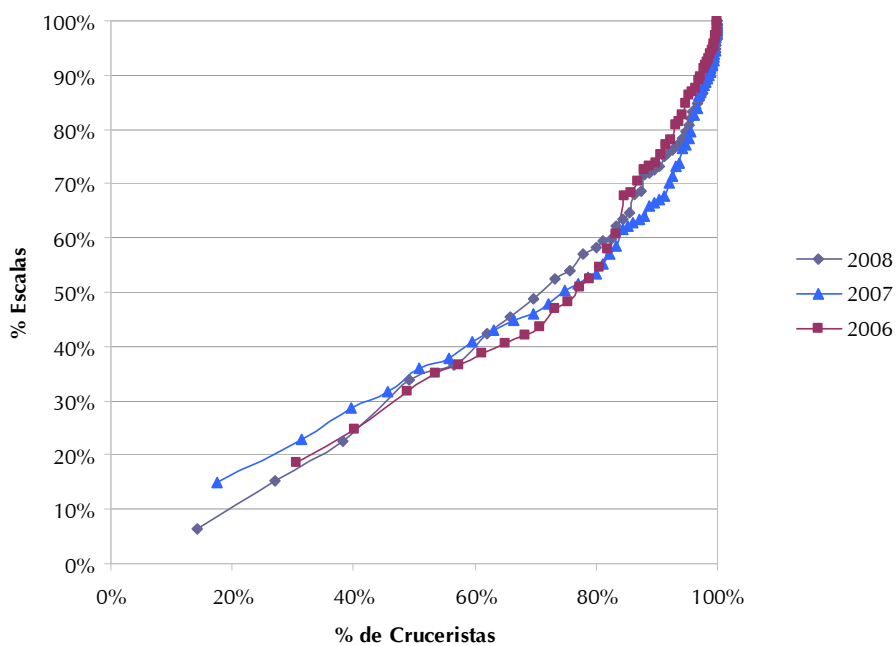




Concentración del Tráfico 2006 - 2008 Puerto de Las Palmas



Concentración del Tráfico 2006-2008 Puerto de Arrecife





En el tráfico de estos tres puertos, las nacionalidades de los turistas que han ostentado el mayor peso en los últimos años son las siguientes:

Nacionalidad del cruceirista	2007			2008		
	SC Tenerife	Las Palmas	Arrecife	SC Tenerife	Las Palmas	Arrecife
BRITANICOS	104.390	85.723	83.536	115.981	101.709	77.998
ALEMANES	81.207	54.989	67.170	110.140	107.685	81.115
ITALIANOS	35.386	263	16.845	40.693	1.598	32.484
FRANCESES	13.617	1.421	6.926	16.795	1.939	14.235
ESCANDINAVOS	4.696	5.196	3.306	3.112	2.800	2.466
EE.UU.	12.635	5.178	10.234	11.885	6.459	12.023
ESPAÑOLES	5.190	268	2.928	5.953	647	8.946
OTROS	25.477	9.714	16.327	35.940	10.831	25.596

A continuación se presentan una serie de gráficos que ofrecen la evolución de cada puerto en términos de la contribución de cada buque al volumen de cruceiristas de cada año.

En el gráfico, cada círculo de color representa a un buque que ha realizado escala en ese puerto, siendo la superficie del círculo proporcional al número de cruceiristas que ha aportado. Es decir, cuanto más grande sea la dimensión del círculo, mayor es el número de pasajeros que llega a puerto gracias a ese buque. En los ejes figuran el número de escalas que cada buque ha realizado y el año de llegada a puerto.

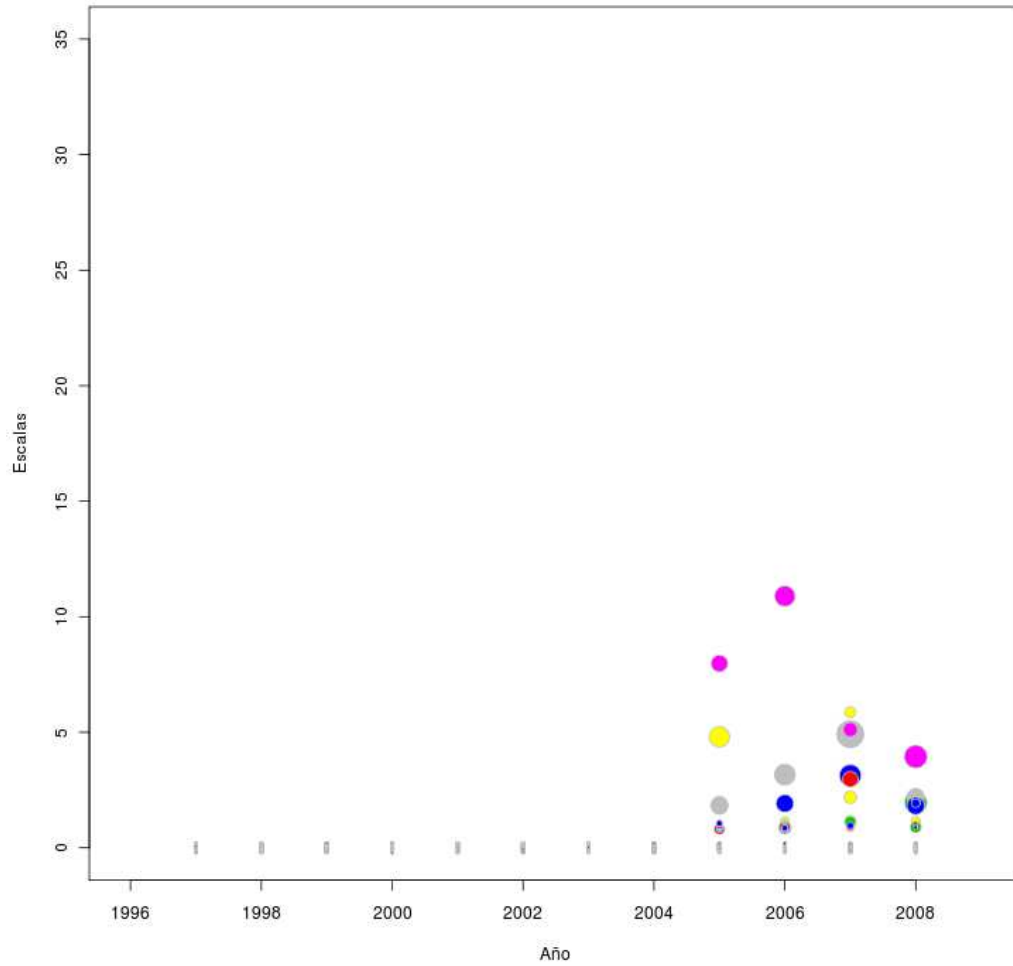
Tal y como se observa en los gráficos, para el año 2008 (eje horizontal) aparecen círculos de mayor superficie que en años anteriores, y además estos círculos son los que muestran mayor número de escalas (eje vertical).

A través de esta representación, se puede visualizar que el aumento del tráfico en el tiempo se ha generado bajo una doble dimensión:

- Por un lado, se ha ido produciendo un aumento de la capacidad de algunos de los buques adscritos al destino Islas Atlánticas durante la temporada de invierno.
- Por otro lado, la tendencia en la mayoría de los puertos se ha orientado hacia el incremento del número de escalas de estos buques de frecuencia más habitual.

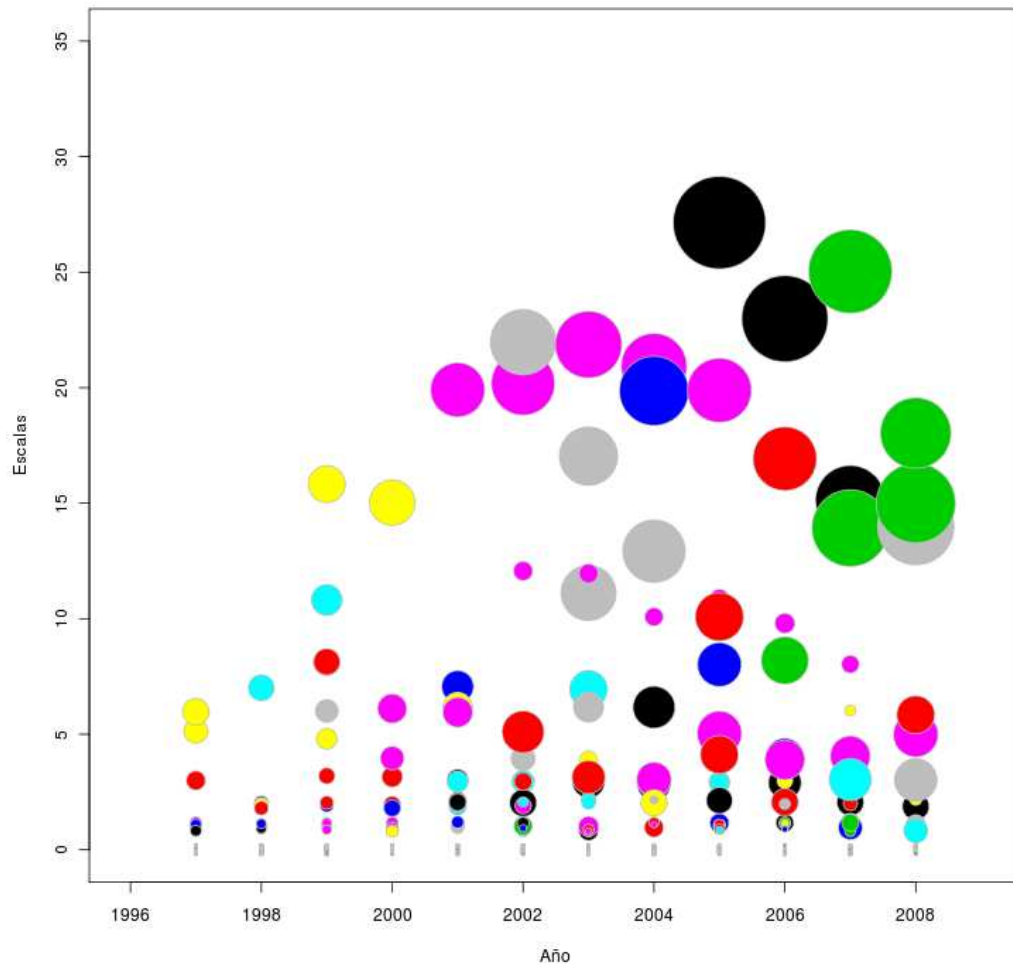


Gráfico evolución de la concentración de tráfico 1997-2008 San Sebastián de La Gomera





**Gráfico evolución de la concentración de tráfico 1997-2008
Santa Cruz de La Palma**





**Gráfico evolución de la concentración de tráfico 1997-2008
Santa Cruz de Tenerife**

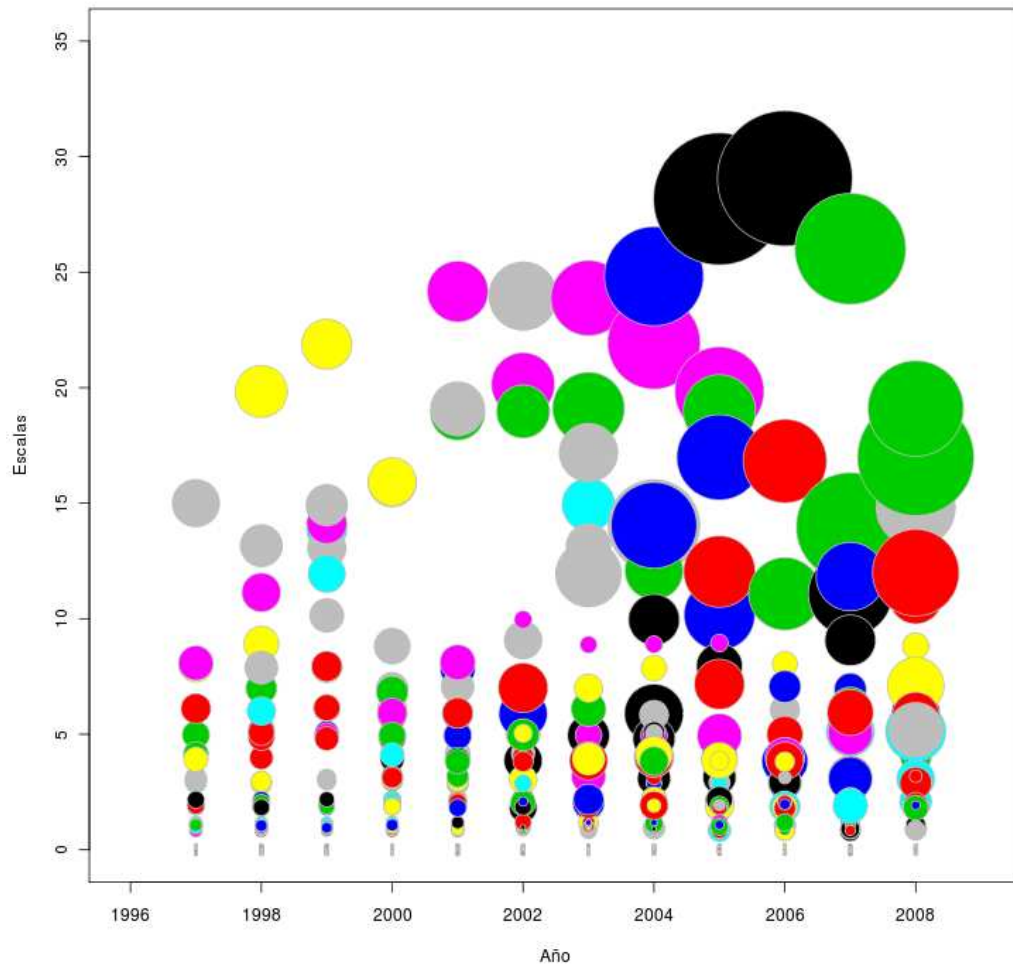




Gráfico evolución de la concentración de tráfico 1997-2008
Arrecife

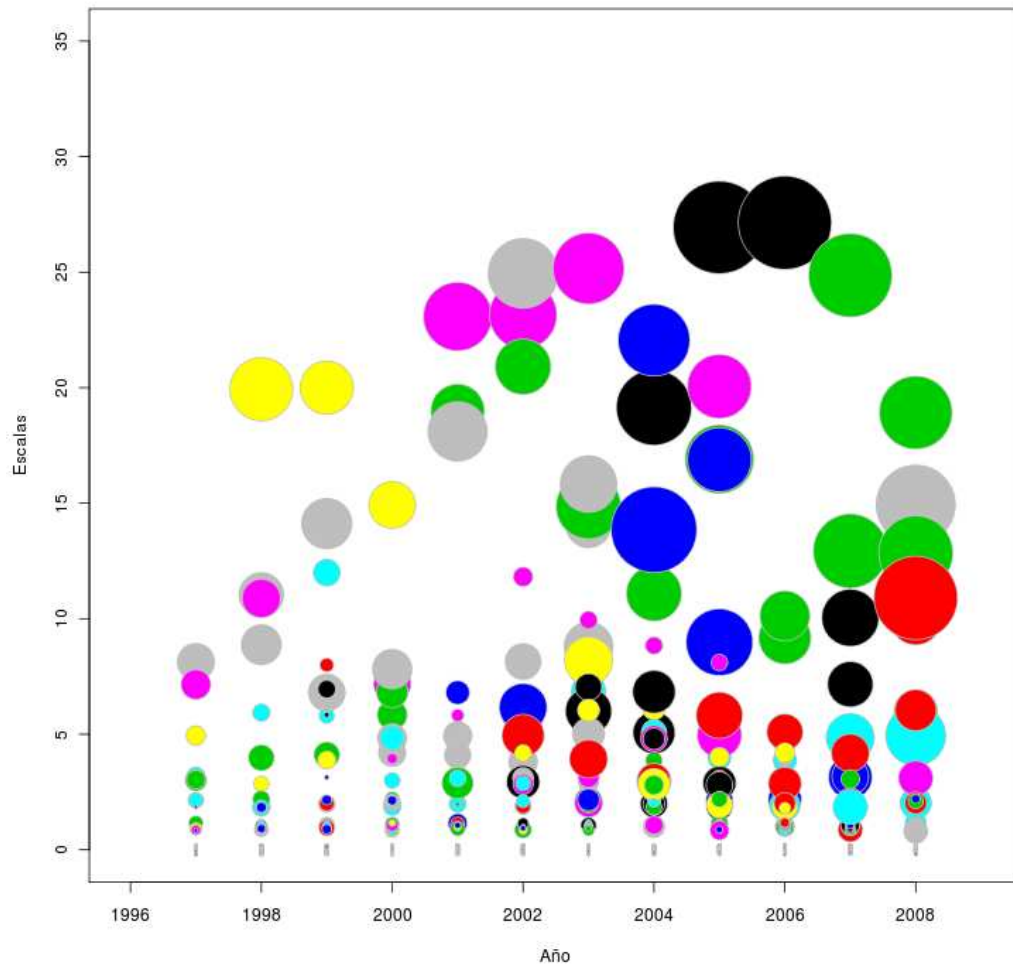




Gráfico evolución de la concentración de tráfico 1997-2008 Puerto del Rosario

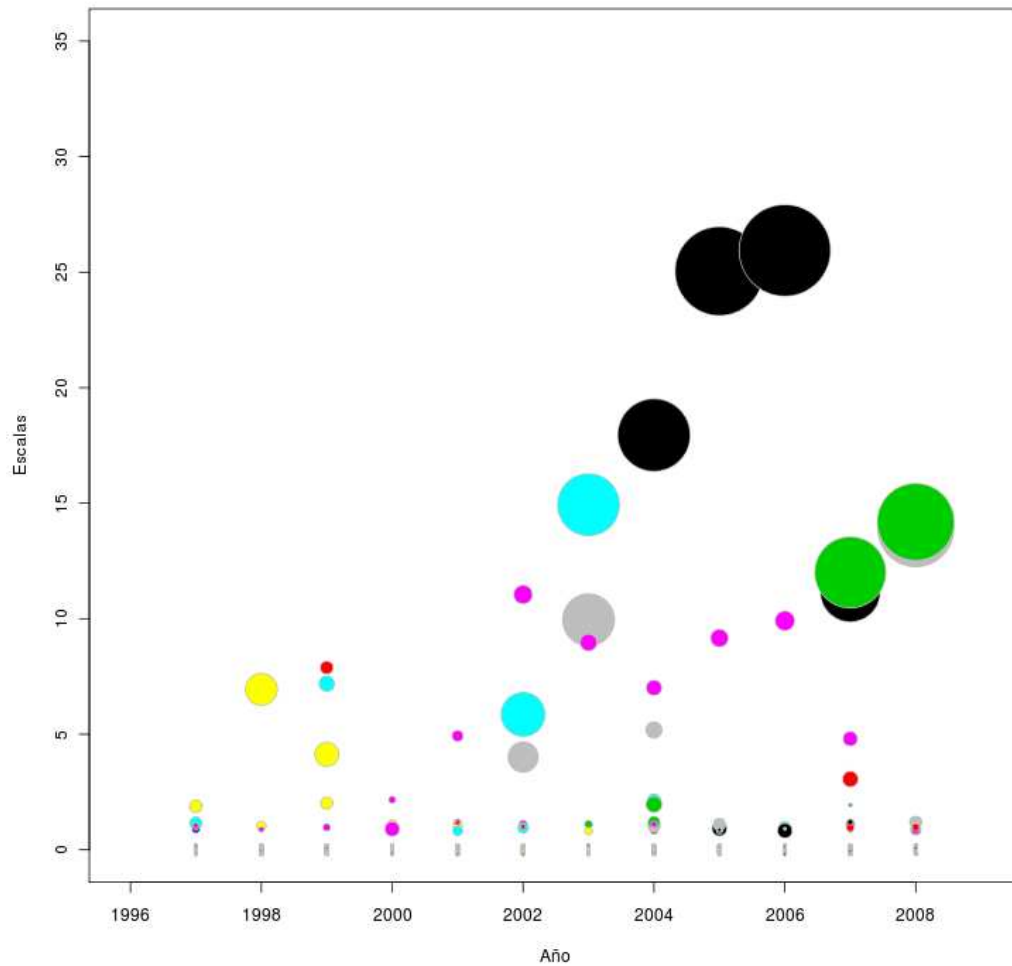
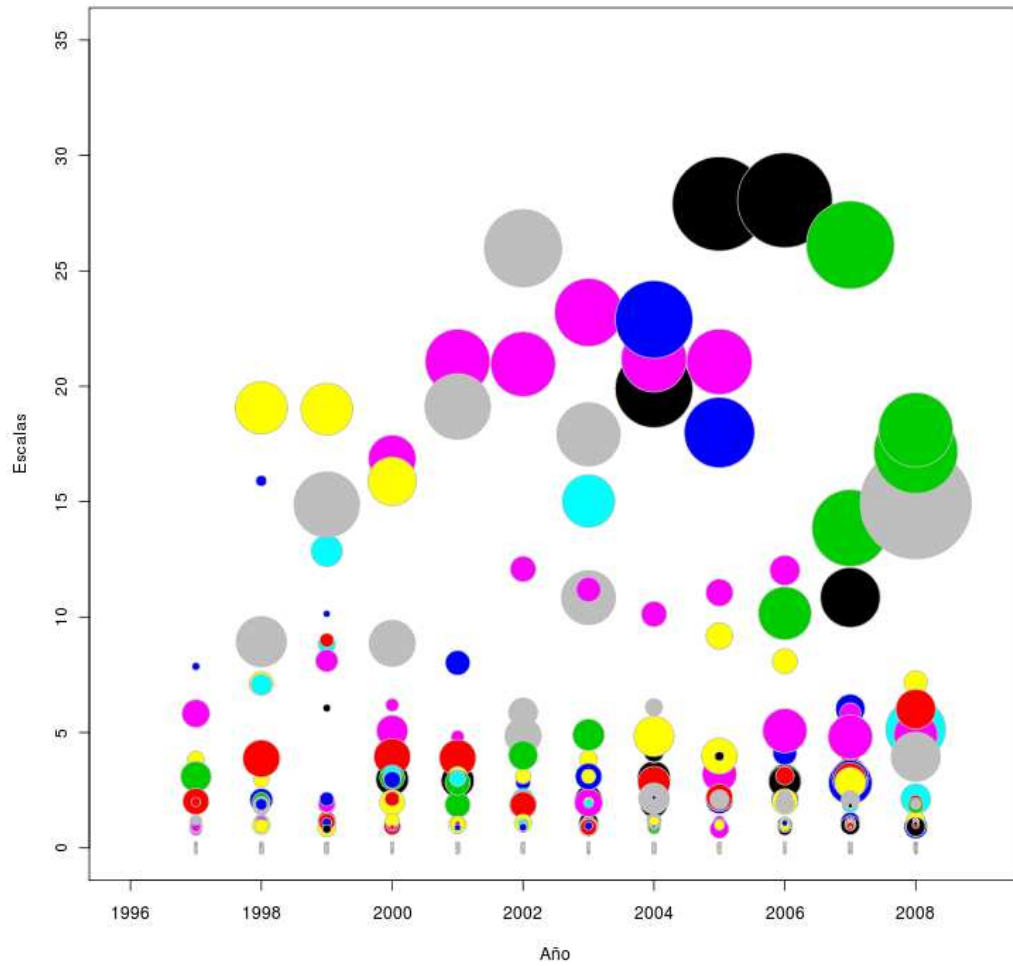




Gráfico evolución de la concentración de tráfico 1997-2008 Las Palmas de Gran Canaria



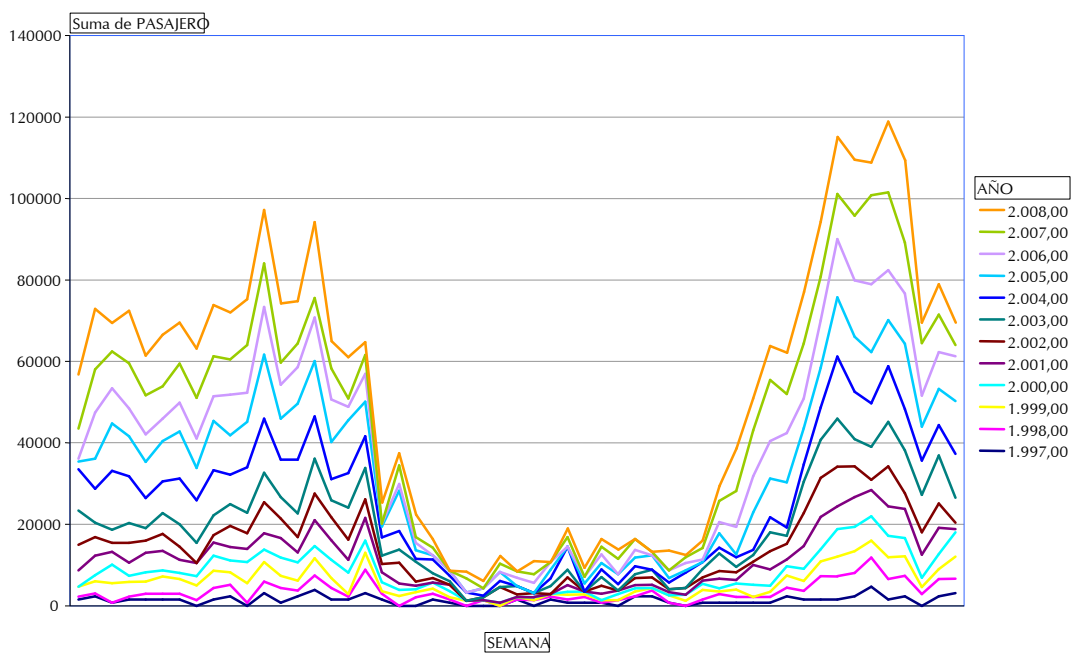


Es importante en la caracterización de Canarias como destino de cruceros, el peso de la estacionalidad, en la que inciden dos factores, por una parte, estos buques que aportan volumen al destino durante la temporada invernal, y por otra parte, los flujos de posicionamiento de buques entre los dos grandes destinos mundiales, Caribe - Europa, que suelen hacer escalas en Canarias en otoño cuando se desplazan hacia el Caribe, y en primavera cuando retornan a Europa.

Las gráficas que se presentan a continuación recogen visualmente esta estacionalidad para los seis puertos canarios estudiados.

PUERTO_SANTA CRUZ DE TENERIFE

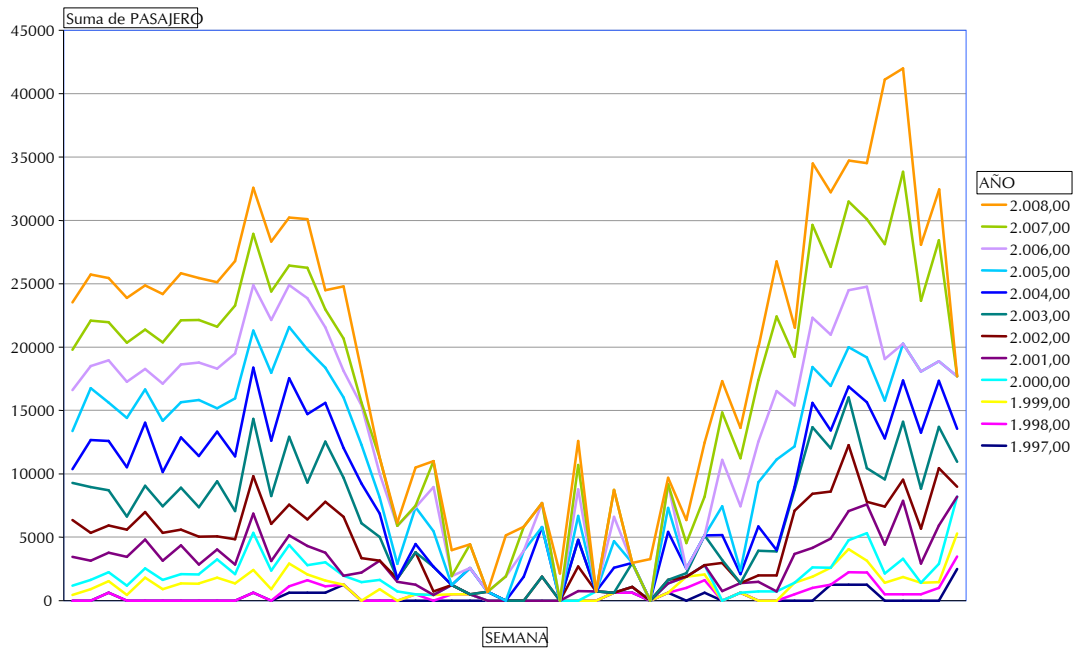
Evolucion Semanal del Trafico





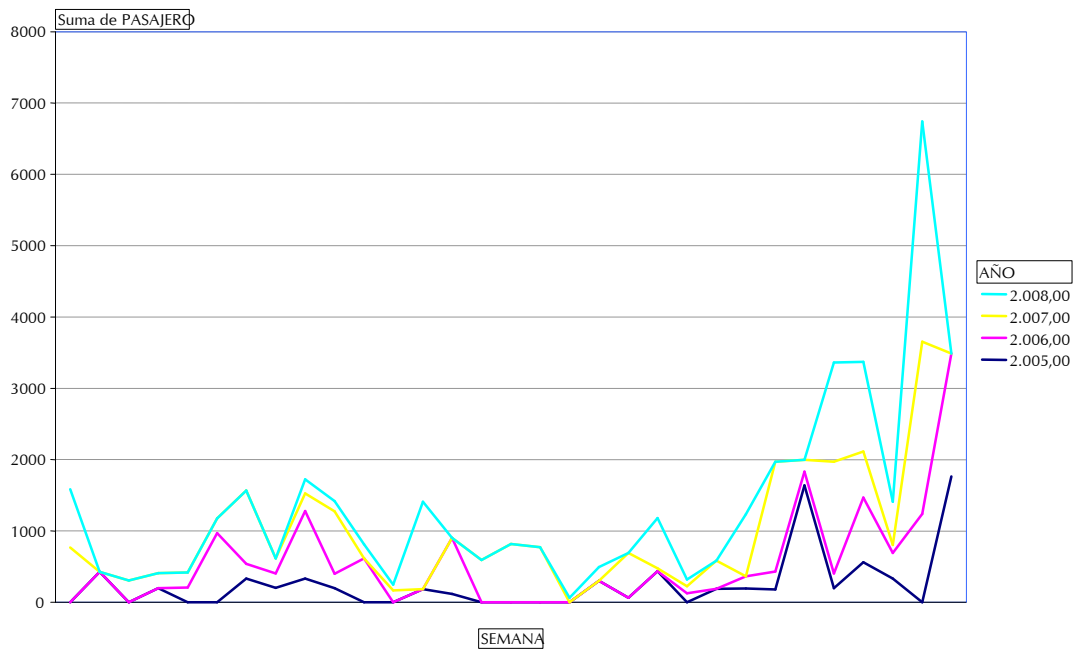
PUERTO_SANTA CRUZ DE LA PALMA

Evolucion Semanal del Trafico



PUERTO_SAN SEBASTIÁN DE LA GOMERA

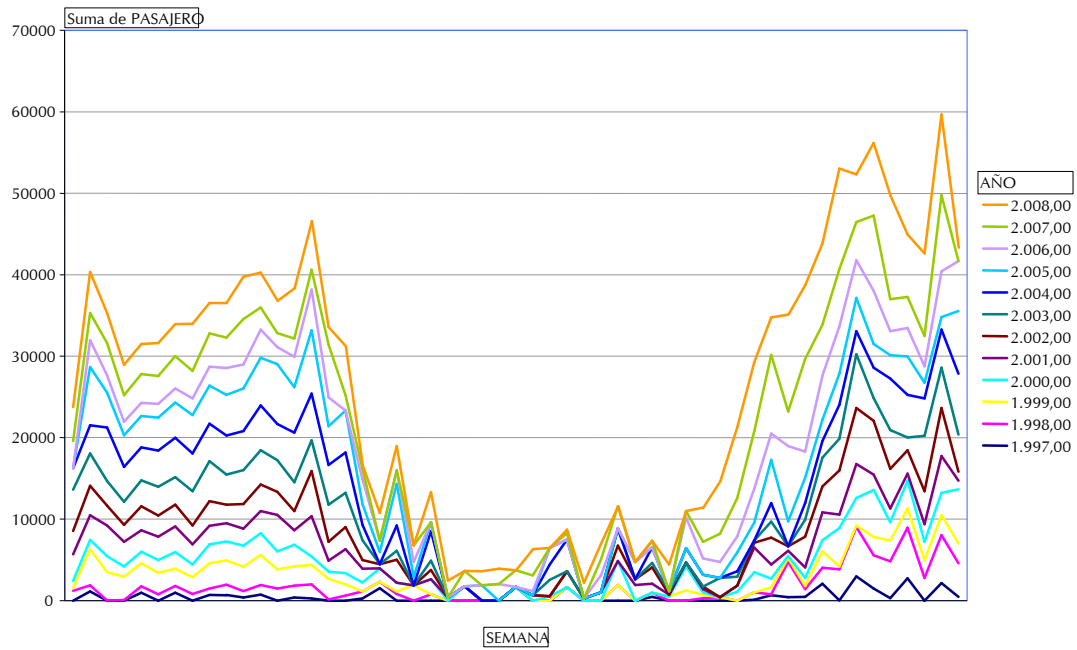
Evolucion Semanal del Trafico





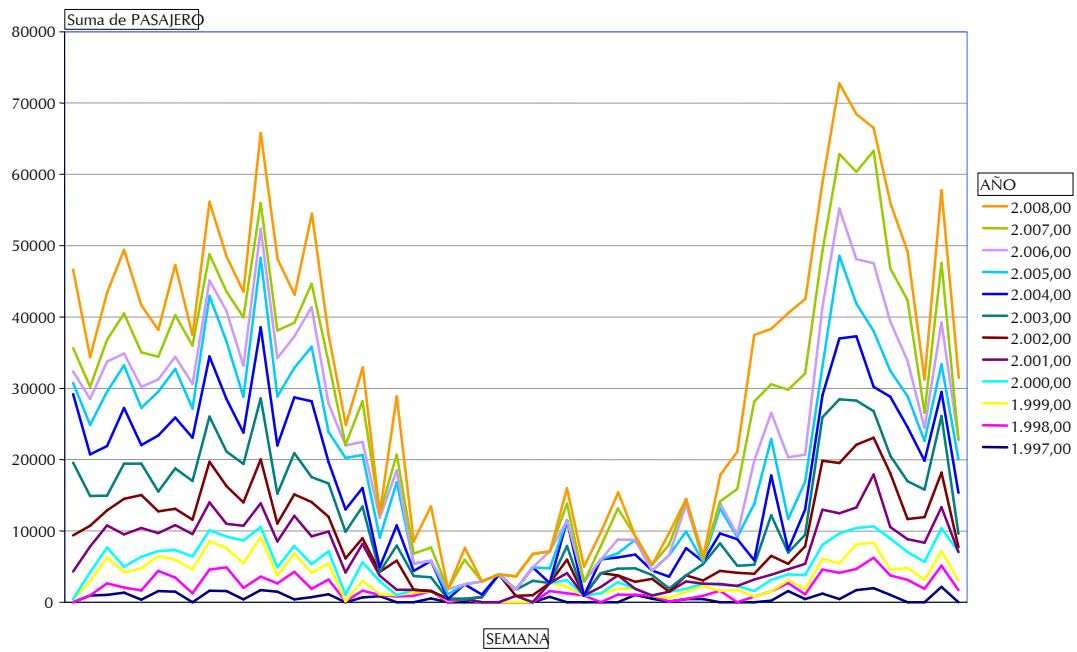
PUERTO_LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Evolucion Semanal del Trafico



PUERTO_ARRECIFE

Evolucion Semanal del Trafico





6. Resultados

6.1. Evaluación del destino por parte de los operadores

A pesar de que la relación entre las navieras y las Autoridades Portuarias posee una mayor continuidad que entre las primeras y el resto de gestores del sector, esta mayor información y comunicación no es determinante en el potencial turístico del entorno de cada puerto.

El destino Islas Atlánticas presenta unas características específicas que lo hacen atractivo para el desarrollo de esta actividad:

- Las islas tienen una **localización idónea** para el desarrollo de cruceros con base en las mismas por su distancia a Europa, y por su conectividad aérea para atender el negocio turístico tradicional, que puede servir para el airlift del crucerista.
- Su posición geográfica en la ruta atlántica le permite **captar los tráficos** de posicionamiento de cruceros en los **cambios de temporada** entre Europa y Caribe.
- Las islas presentan un **clima moderado, entornos atractivos y diferenciados** que los cruceristas valoran: una mezcla de ciudades y paisajes con atractivos específicos.
- Las **infraestructuras portuarias** desarrolladas para soportar la actividad económica de las islas y los tráficos de paso, tienen una **gran calidad** y un alto nivel de cualificación en la prestación de servicios, de las que se beneficia el tráfico de buques de crucero.
- El gran desarrollo turístico de las islas permite poner a disposición de los cruceristas una **infraestructura de servicios en tierra** para excursiones y visitas con **elevados estándares de calidad**, contrastada por los principales operadores turísticos europeos.

Los entrevistados perciben una evolución muy positiva del destino, con un crecimiento sostenido, y la captación constante de nuevos tráficos, y buques de mayor calidad y dimensión. Esta evolución positiva se produce también en los buques que operan con regularidad durante la temporada invernal, y que suponen un volumen significativo de la actividad total del destino.



La valoración de las infraestructuras portuarias, y de las terminales para la acogida de los cruceristas es bastante buena. Se valora positivamente su evolución y mejora continua. La adaptación de la terminal de Santa Catalina en Las Palmas de Gran Canaria es en este momento, el referente del destino en términos de facilidades y calidad.

La comodidad para que el crucerista pueda acceder paseando a los cascos urbanos es muy desigual en el destino. Se han producido avances, pero hay puertos donde la situación es muy mejorable.

La variedad de excursiones, en términos de contenidos, atractivos y duración es un requisito para unos visitantes con tiempo de permanencia limitado en cada puerto. Hay diferencias manifiestas entre islas en este aspecto, y eso genera desequilibrios importantes en la percepción del destino.

Las ciudades han mejorado en su orientación comercial al crucerista, han comenzado a entender las necesidades específicas de este segmento de clientes y adaptan su oferta en términos de horarios y servicios. Sin embargo todavía se producen situaciones insatisfactorias para los cruceristas, debido sobre todo a la incompatibilidad de los horarios, ya que al mediodía el crucerista dispone de más tiempo libre para comprar pero se encuentra con multitud de comercios cerrados, o a los cierres de comercios y bares cuando las escalas se producen en festivos. Igualmente, en este sentido se demandan mejoras en cuanto a la calidad de atención personal en términos de conocimiento de idiomas y amabilidad en el trato.

En general, el visitante de cruceros es un turista de ciudad, y la percepción de los operadores es que las ciudades no ponen en valor sus recursos. La potencialidad del mix de su oferta cultural, artesanía y gastronomía no está debidamente explotada y comunicada, especialmente para el elevado número de turistas que bajan del barco y no contratan excursiones, sino que se mueven solos; de ahí la importancia de la calidad de la información sobre el destino y los soportes empleados.

A bordo, la información disponible consiste principalmente en información sobre las excursiones y no sobre el destino. En tierra, a pesar del esfuerzo de los patronatos de turismo y de las autoridades portuarias, la información se presenta fundamentalmente de manera desagregada e independientemente por cada operador interesado, frente a una presentación estructurada y conjunta de la oferta. En este sentido, los operadores privados (centros de interés turístico, centros comerciales y operadores de transporte) presentan una proactividad muy superior.



Adicionalmente a estos elementos que caracterizan al conjunto del destino, se identifican elementos diferenciadores de cada isla:

- **Lanzarote:**

Cuenta con la ventaja de sus encantos naturales (volcán, César Manrique, centros turísticos, parques nacionales, Reserva de la Biosfera) y las cortas distancias entre los puntos de interés, lo que le permite ofrecer unas excursiones muy atractivas.

Salvo las compañías de cruceros, todos los operadores coinciden en la desventaja de la distancia de la línea de atraque a la ciudad. Se demanda la necesidad de establecer un acceso a pie desde el barco a Arrecife.

El mix de oferta cultural, ocio, gastronomía y comercial de Arrecife no compone un producto que actualmente compita en atractivo con las excursiones por el interior de la isla. Los comerciantes no están del todo convencidos de la atractividad del turismo de cruceros, y la belleza y oportunidades de la marina de Arrecife no están siendo explotadas. Para mejorar esta situación, de manera algo desintegrada se están desarrollando distintas iniciativas. Entre otras acciones destacan, la dinámica gestión del punto de información de Arrecife, el impulso bajo la supervisión de la Cámara de Comercio del proyecto “Lanzarote Cordial” para mejorar el servicio que los taxistas ofrecen al crucerista, apoyo del Ayuntamiento en la iniciativa de actividades de ocio en la marina (piraguas, vela, restauración), etc.

- **Fuerteventura:**

Su posicionamiento turístico de sol y playa y tranquilidad no está lo suficientemente desarrollado para este segmento y por tanto, no se trata de elementos claves para componer una escala de cruceros atractiva. A esto hay que añadir las largas distancias para acceder a todos los puntos de interés del Sur de la isla, lo que los invalida como itinerarios para excursiones de media jornada, así como la escasa oferta cultural y gastronómica de Puerto del Rosario.

Para intentar mejorar estos inconvenientes, desde la administración pública (Patronato de Turismo de Fuerteventura y Ayuntamiento de Puerto del Rosario) se está trabajando conjuntamente de manera ejemplar: gestionando los puntos de información turística, elaborando rutas a pie por la ciudad y en coche por las cercanías de la ciudad, editando guías, mapas y folletos, etc.

En general, valoración positiva de la nueva línea de atraque por parte de todos los agentes.



- **Gran Canaria:**

Destaca sobre el resto de puertos canarios su área de cruceros (líneas de atraque, edificio terminal, dotaciones y equipamiento, y cercanía a la ciudad), valorada muy satisfactoriamente por todos los operadores e incluso por el personal de a bordo consultado, tanto para operaciones de puerto de escala como de puerto base.

Mayor peso relativo de la ciudad como atractivo turístico frente al resto de puntos de interés de la isla, en base a su oferta cultural y comercial. Se evidencia bastante proactividad de los operadores y agentes privados de la ciudad por conseguir una oferta atractiva para el crucerista, pero de manera independiente que no construye una visión integrada del producto y que puede llegar a confundir al turista. Se considera prioritario mejorar la señalización de la ciudad y adaptar los horarios comerciales.

Desde el punto de vista comparativo, el volumen de contratación de excursiones en Gran Canaria es reducido frente a otras escalas insulares. Con el fin de aumentar el atractivo de este tipo de actividades se está en proceso de diseño de nuevas rutas e itinerarios, trabajando sobre contenidos de ocio, sobre la base de elementos de identidad insular (cultura, gastronomía, artesanía, etc.) y sobre paquetes exclusivos.

- **Tenerife:**

Carencias muy importantes en la área del puerto de Santa Cruz de Tenerife. Es inevitable la comparación con la evolución del puerto de Las Palmas de Gran Canaria. Se observan deficiencias en infraestructuras y servicios, espacio para las guaguas de excursiones y problemas de señalización y organización.

Mejora de la posición de La Laguna como ciudad de visita gracias a su nombramiento como patrimonio de la humanidad, la peatonalización de sus calles principales y la accesibilidad que le da el tranvía. Todavía faltan mejoras en cuanto a la señalización.

Santa Cruz de Tenerife debe mejorar la señalización de los lugares de interés turístico, para que los cruceristas no estén desorientados y les sea más fácil encontrar puntos de información. Se debe adaptar los horarios de la oferta comercial y mejorar la oferta de ocio.

Existen recursos para fomentar la visita cultural (TEA, museos, calle la Noria), pero no hay coordinación entre los organismos que, salvo en casos puntuales, trabajan de forma individualizada.



- **La Gomera:**

De momento, la llegada de cruceros es baja, así que para la mayoría de los agentes del sector es un complemento interesante pero no una fuente principal de beneficios. El mayor problema es que la llegada de los cruceros se produce los domingos, por lo que muchos comercios están cerrados porque los ingresos que se obtienen si abren no compensan los gastos extras.

Los recursos que posee la isla parecen no estar lo suficientemente explotados. En San Sebastián no se cuidan aspectos como la señalización de los lugares de interés, los horarios de atención al público, la información turística, etc.. Y el resto de atractivos de la Isla como el Parque Nacional no se gestionan con la misma visión económica que en otras islas.

No hay una gran colaboración entre las diferentes instituciones por conseguir una mayor unidad de acción. Cada una realiza sus acciones independientemente. La sensación que genera esto es de menor hacia este tipo de turismo frente al que pernocta.

- **La Palma:**

Es un destino llamativo como La Gomera o Madeira, porque se aleja de la masificación de las islas capitalinas y todavía conserva cierto aire de autenticidad. Las excursiones de esta isla destacan por su gran calidad, a pesar de que existe escasez de guías turísticos autorizados, y el senderismo comienza a ser una actividad interesante para el segmento de cruceristas más activo.

Al igual que en la mayoría de las ciudades escala canarias, se considera deficiente la señalización de los lugares de interés turístico en la capital. Los turistas se encuentran desorientados y les es difícil encontrar puntos de información. La oferta comercial y de ocio también debe mejorarse, sin embargo, los empresarios no están siendo especialmente proactivos de cara al turismo de cruceros.

Predominio del individualismo entre las diferentes instituciones. No se evidencia un organismo que lidere las actuaciones, sino que el sector privado pide más apoyo público y los agentes públicos creen que es el sector empresarial el que debe dinamizar este mercado.

Unanimidad de todos los agentes consultados en la necesidad de actuar sobre las carencias de infraestructuras y espacio en el muelle para la correcta atención al buque y al pasajero.



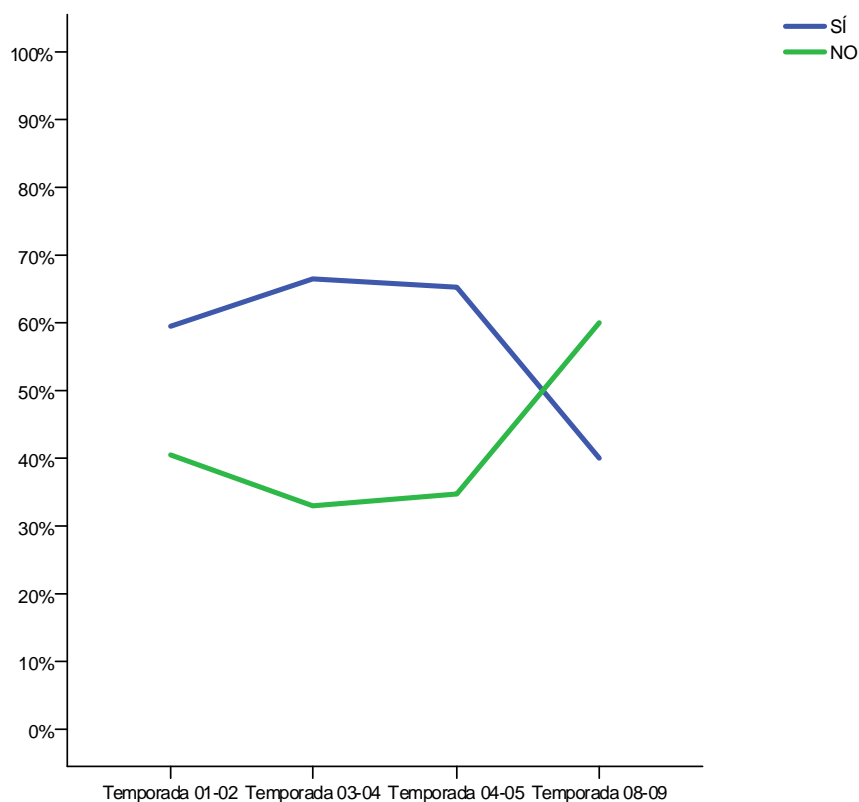
6.2. Hábitos del turista de cruceros y satisfacción con el destino

6.2.1. Caracterización general de la visita

Visita el destino por primera vez

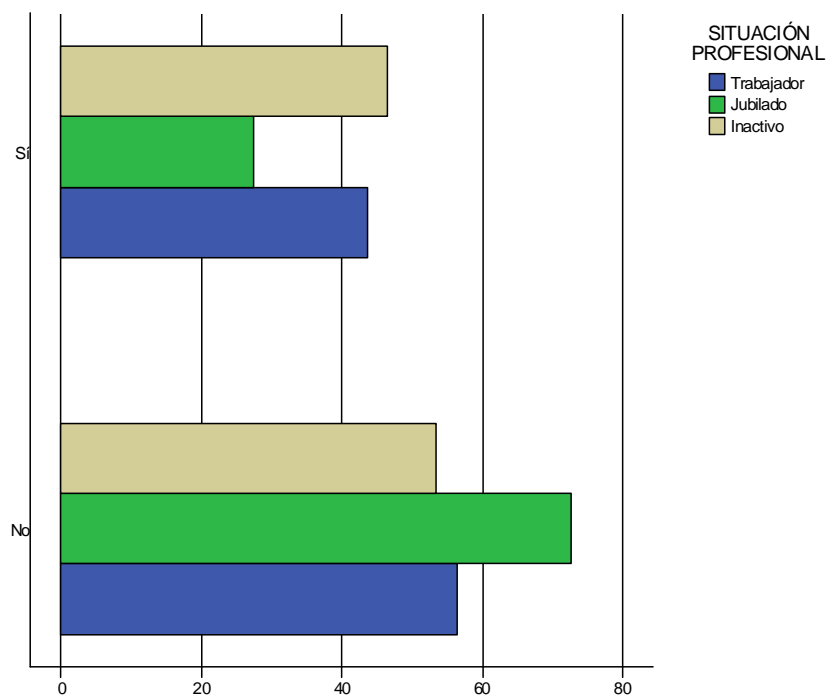
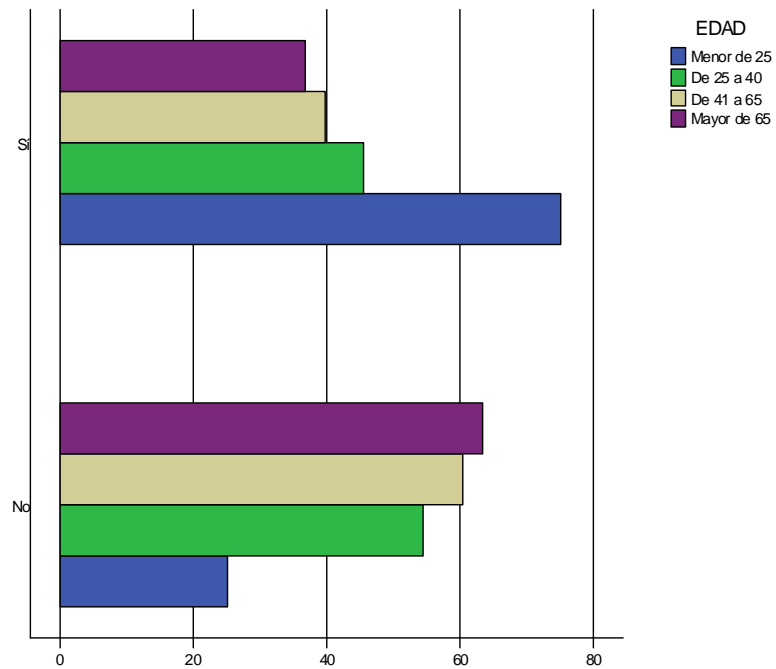
Un 60% de los turistas de crucero entrevistados han afirmado que las “Islas Atlánticas” es un destino ya conocido para ellos, a diferencia de sólo entre un 33- 40% de pasajeros en temporadas anteriores.

Por tanto, se aprecia que el perfil del crucerista que visita las Islas ha variado en estos últimos años, pasando a caracterizarse por ser un turista **más familiarizado con el destino** que ha visitado algunas de las Islas con anterioridad.





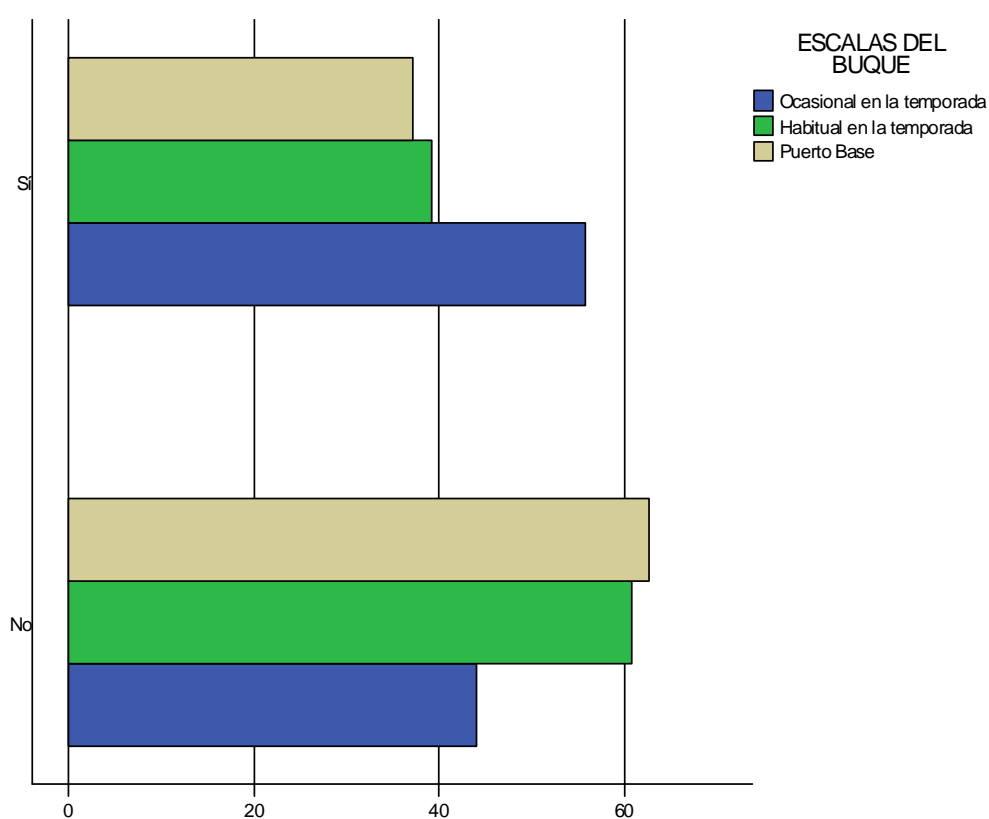
Se observa además, que el porcentaje de turistas que ya ha visitado el destino aumenta con la edad, y en relación a la situación profesional, los jubilados destacan por su mayor peso como repetidores.





Si se analiza el país de procedencia de los turistas, se advierte que los alemanes y británicos son los que señalan con mayor porcentaje haber estado en este destino con anterioridad (61.7% y 68.4% respectivamente). El colectivo de estadounidenses, resalta por presentar un mayor número de pasajeros que visitan las Islas Atlánticas por primera vez.

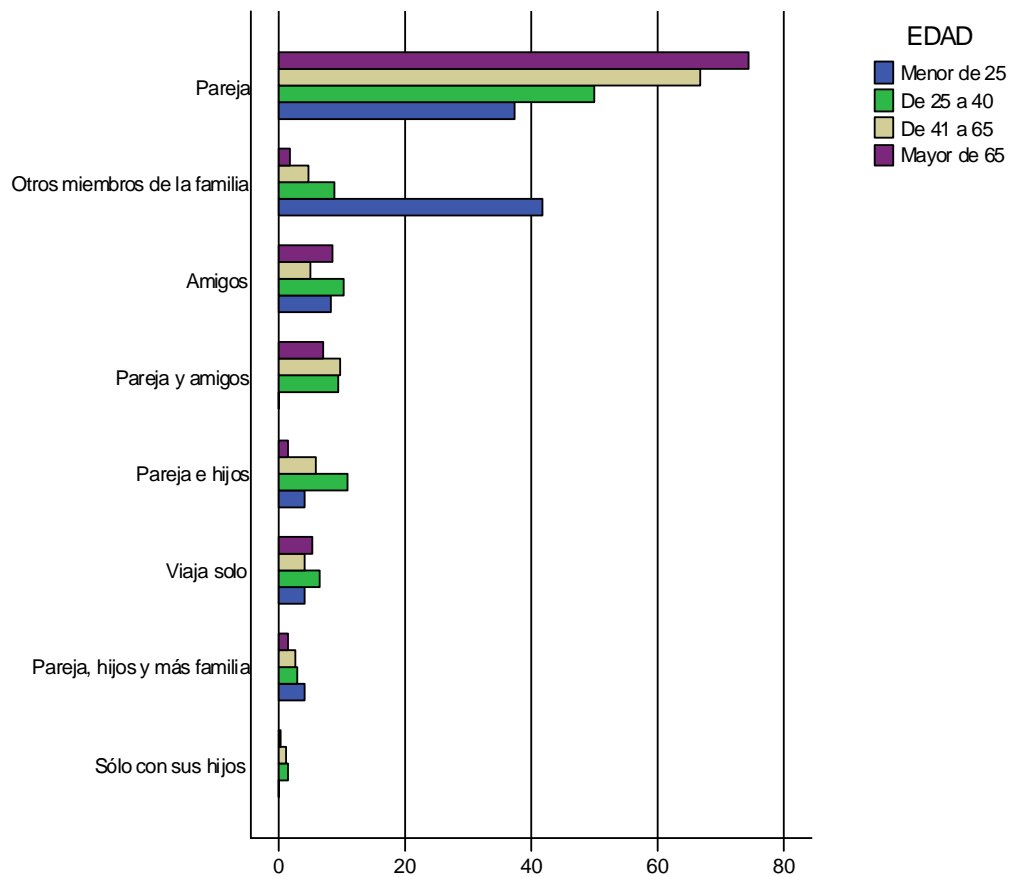
También cabe destacar, que son los buques de ruta habitual por este destino y los que poseen puerto base en alguna de las Islas, los que transportan a mayor cantidad de pasajeros que repiten.





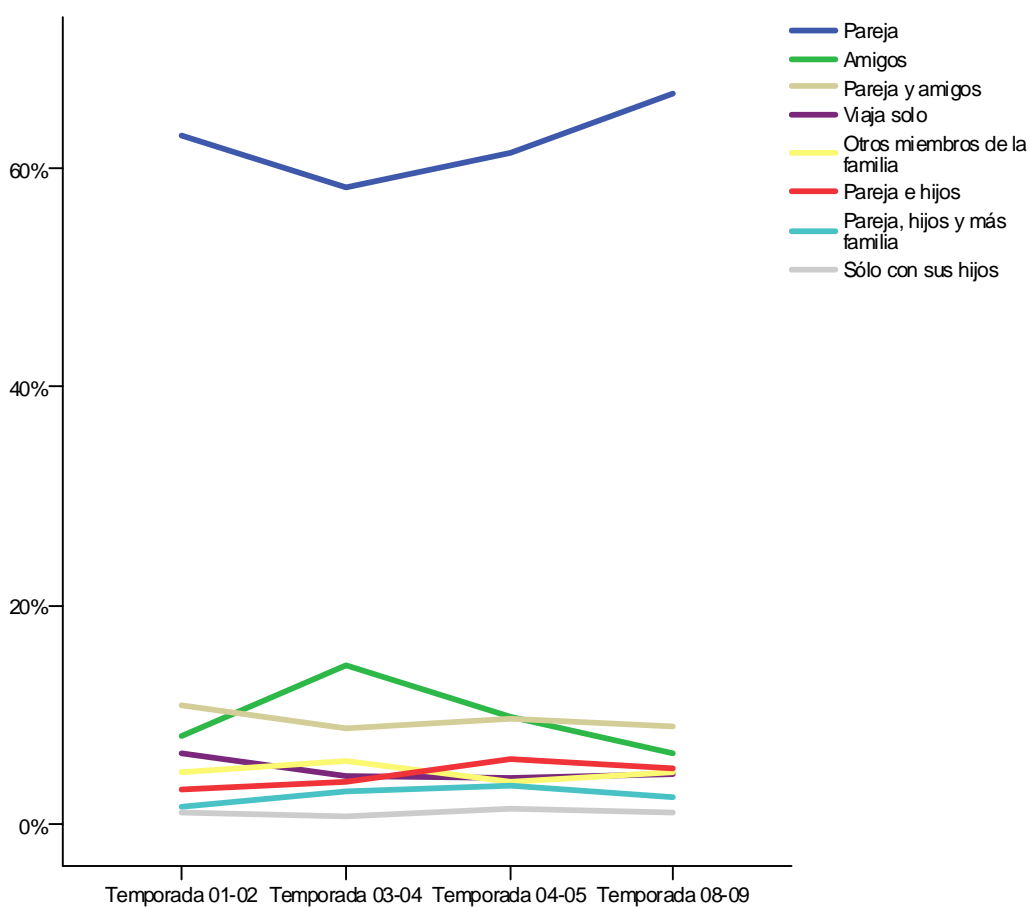
Tamaño del grupo de viaje

La gran mayoría de los turistas entrevistados han decidido realizar el crucero con su pareja. Sin embargo, también se observan otras combinaciones como viajar con amigos, con la familia y parientes, sobre todo entre los turistas menores de 41 años.





De esta manera, queda patente que la tendencia del viajero es la de **compartir la experiencia de un crucero con un grupo mayor de acompañantes**, ya sean familiares o amistades. Así pues, se está produciendo un cambio en el concepto de crucero, ya que desde la temporada 2004 - 05 se comienza a tener en cuenta como opción de vacaciones en familia, independientemente del buque en el que se vaya a realizar la travesía o el estatus que posea el turista.





Pernoctación en establecimiento turístico de la isla

Los pasajeros a bordo de los buques cuyo puerto base se encuentra en algún puerto de las islas, y por consiguiente efectúan en él el embarque al comienzo del crucero y el desembarque del pasaje al final, realizan en ocasiones alguna pernoctación en un establecimiento alojativo de la isla.

Sin embargo, los resultados arrojan un porcentaje muy bajo de turistas que deciden pernoctar antes o después de realizar el crucero (tablas 6.2.1-1 y 6.2.1-2). Sólo un 2% aproximadamente, ha confirmado su alojamiento en las Islas, siendo Gran Canaria la elegida con mayor frecuencia para hacerlo.

Tabla 6.2.1-1 Porcentajes de pernoctación antes del crucero

Tenerife	0,5%
Gran Canaria	1,1%
Lanzarote	0,1%
Fuerteventura	0,1%
No ha pernoctado	98,2%
Total	2.031

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

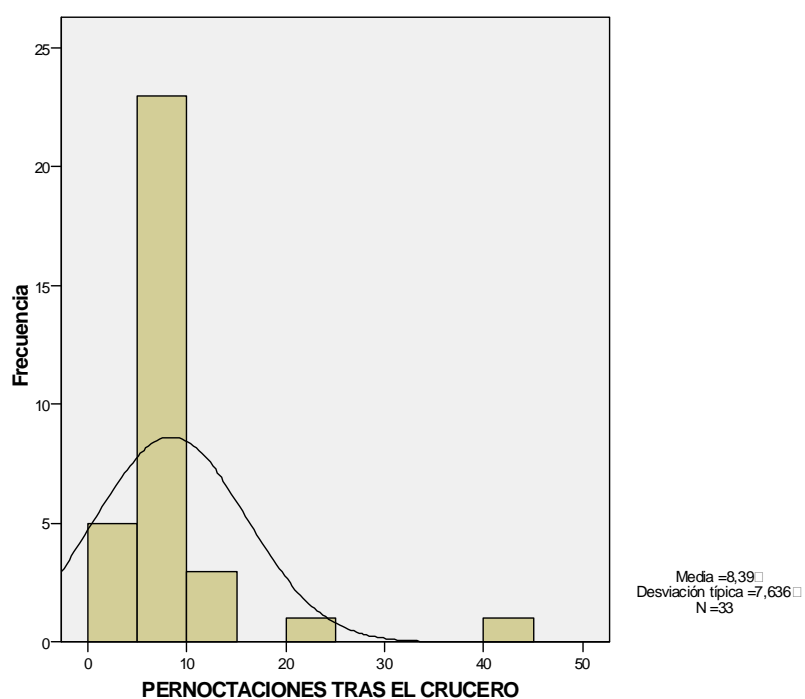
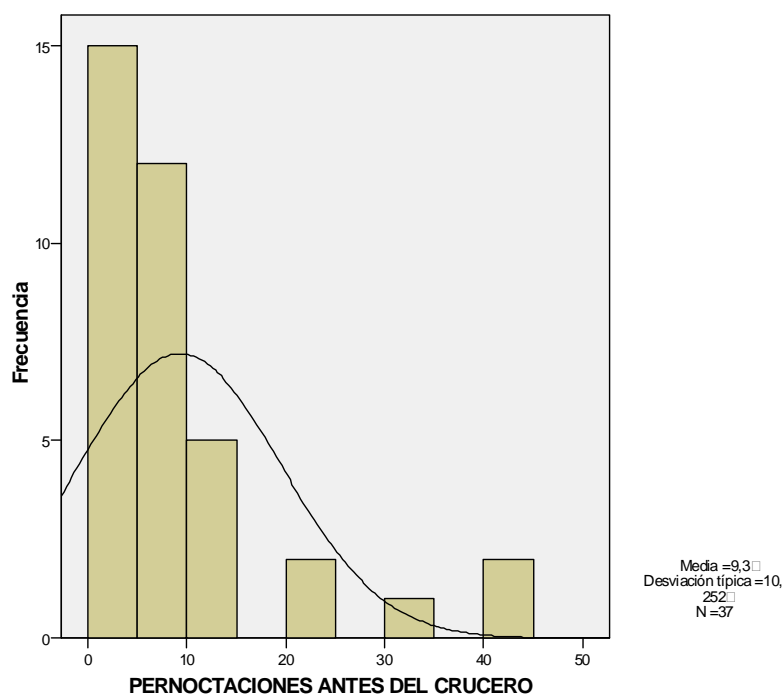
Tabla 6.2.1-2 Porcentajes de pernoctación tras del crucero

Tenerife	0,7%
Gran Canaria	0,7%
Lanzarote	0,1%
No ha pernoctado	98,4%
Total	2.031

* Elaboración Edei Consultores, S.A.



No obstante, el comportamiento de ese pequeño segmento de turistas que pernocta en destino no es el de alojarse únicamente la noche de conexión del crucero con el vuelo, sino permanecer algo más de una semana antes o después en alguna de las Islas.





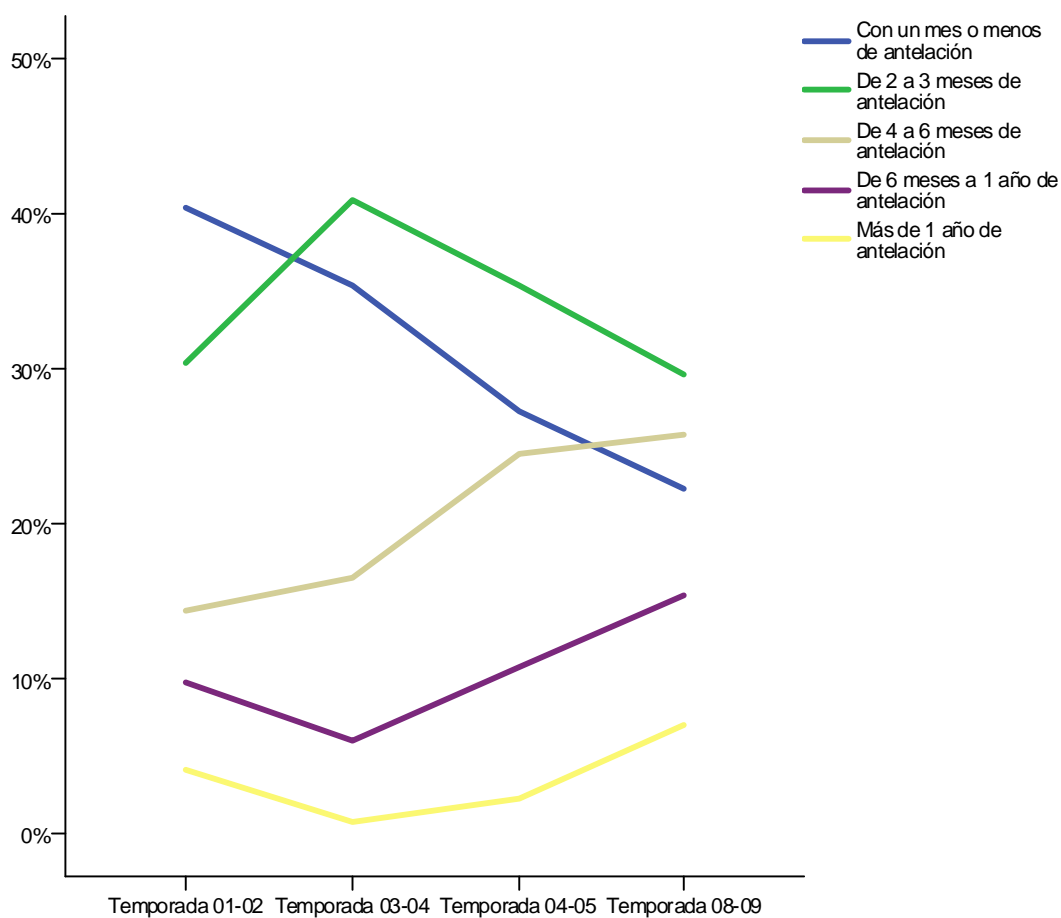
En comparación con la temporada 2004 – 05, (primera cata en la que se indagaba sobre esta cuestión), la cantidad de pasajeros que pernocta en las Islas ha caído considerablemente. Por tanto, a pesar de que las estancias sean largas, el producto turístico conocido como **“Cruise & Stay” ha perdido relevancia entre los turistas de crucero en la actualidad.**

Este hecho podría deberse a que en esta temporada de cruceros 2008-09 no existe, como en catas anteriores, ningún operador en el destino que comercialice paquetes que incluyan no sólo el crucero sino también la estancia en las Islas, por lo que el turista que en la actualidad esté interesado por un producto de cruise & stay, debe organizarlo de forma autónoma.



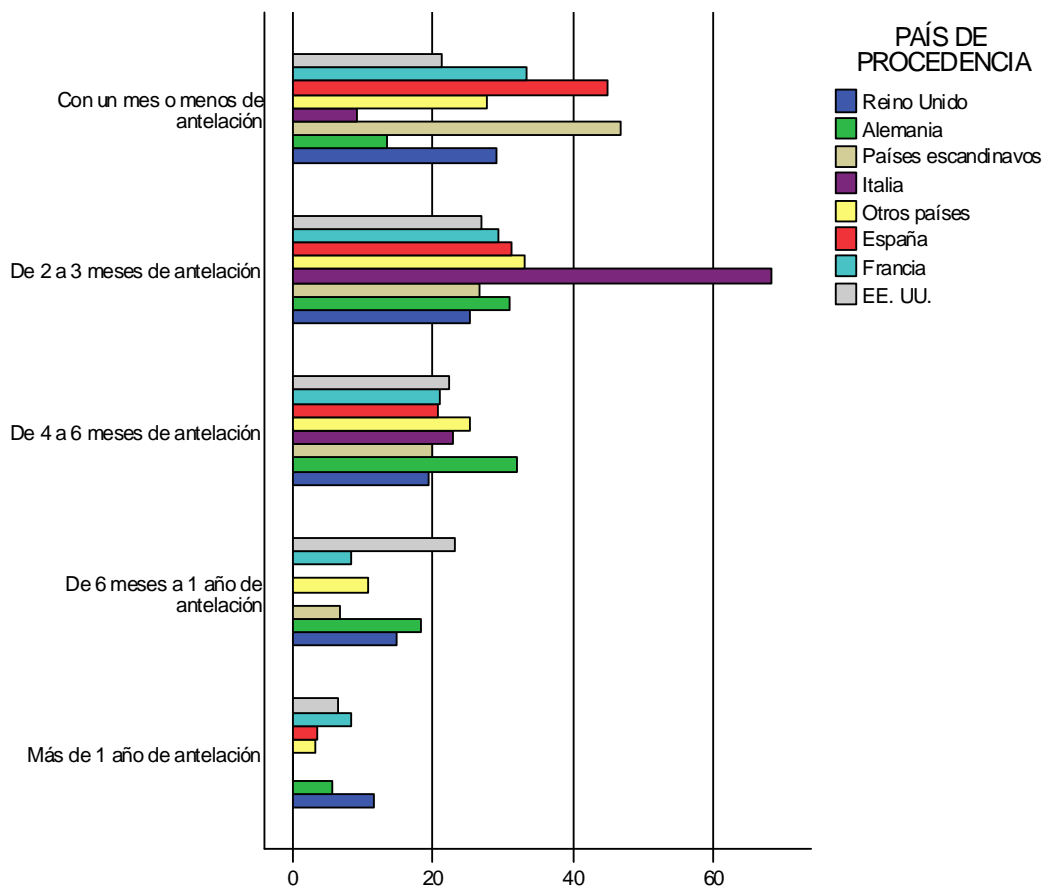
Antelación de la reserva del crucero

Continúa la predilección por hacer la reserva del crucero con elevada antelación. A pesar de que en la temporada 2008 - 09, el intervalo más habitual entre los turistas entrevistados es de entre 2 y 6 meses antes de realizar el crucero, las cifras siguen disminuyendo con respecto a años anteriores, a favor de reservas con mayor anticipación.





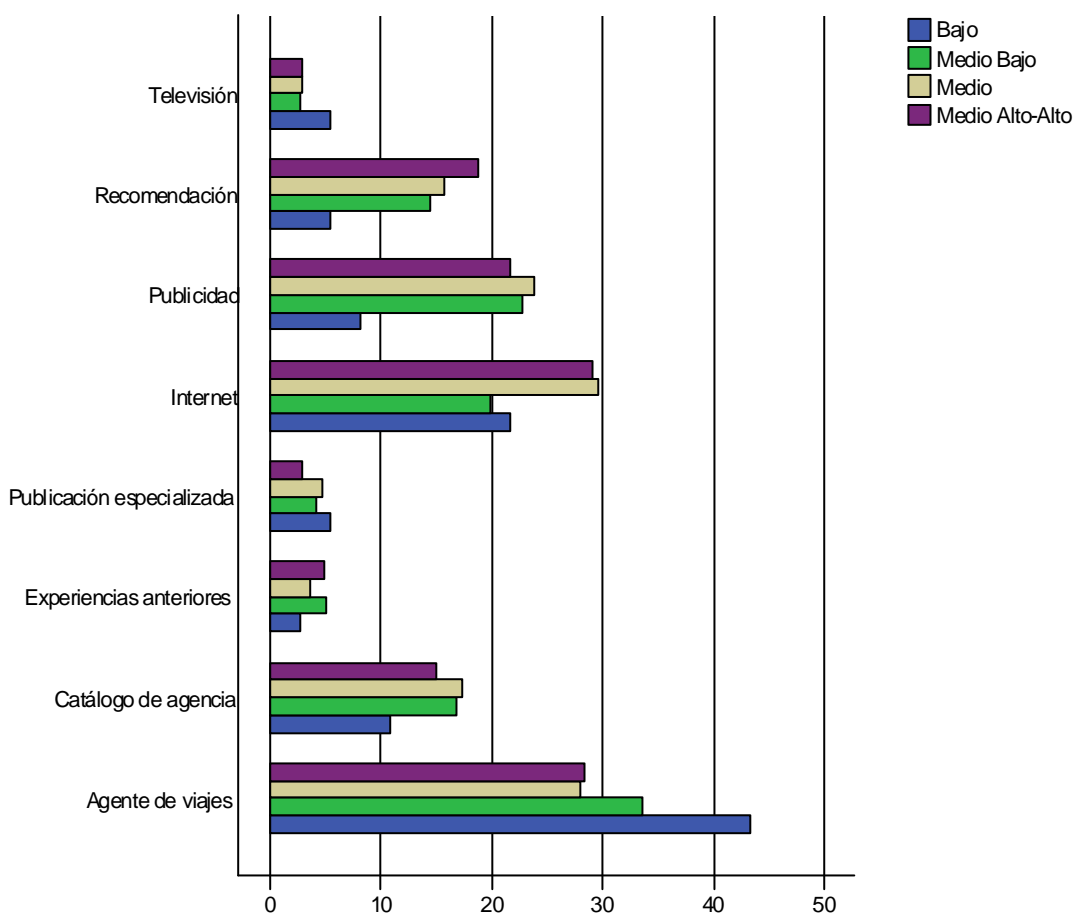
Sin embargo, es importante señalar que la antelación de la reserva se ve influenciada por el país de procedencia del turista, observándose en el siguiente gráfico cómo entre las dos nacionalidades mayoritarias hay diferencias de comportamiento. Mientras que entre los alemanes el mayor peso se encuentra en las reservas de 2 a 6 meses de antelación, entre los británicos la conducta mayoritaria es la de reservar con un mes o menos de anticipación.





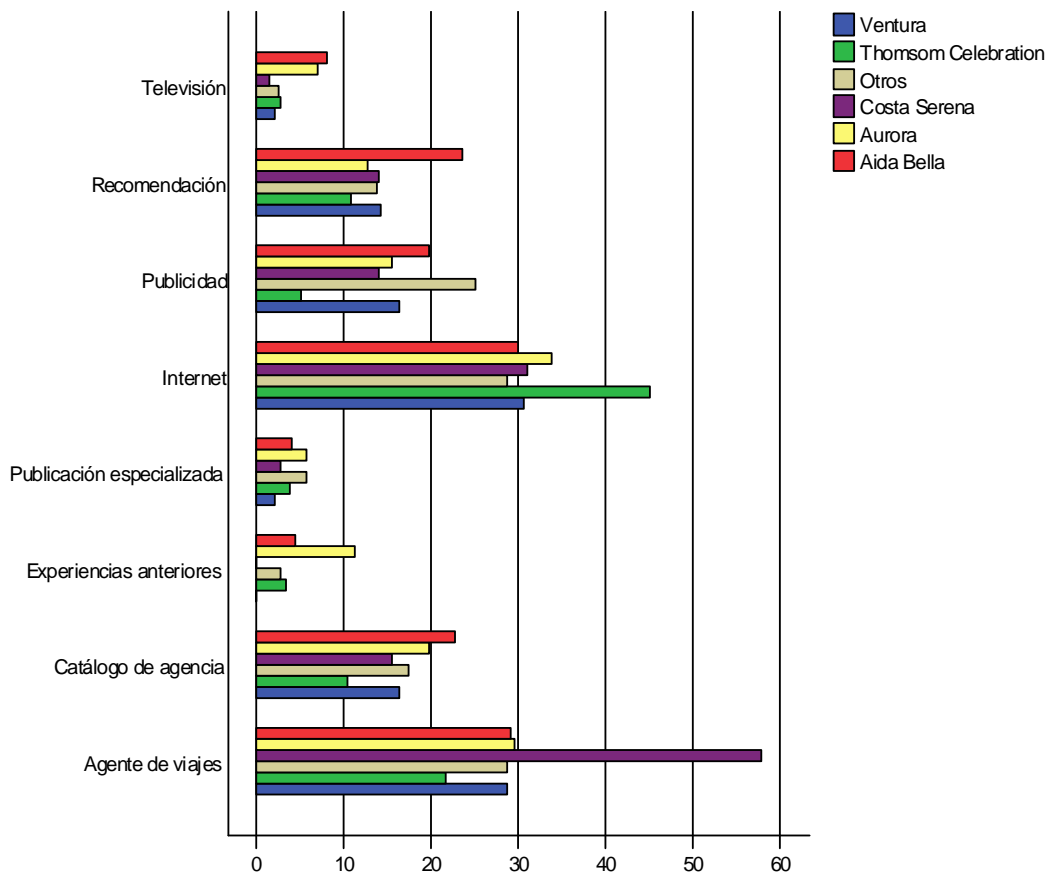
Medios por los que se informó del crucero

Las fuentes utilizadas para obtener información sobre el crucero son muy variadas, siendo Internet, en mayor medida entre el colectivo más joven, y el agente de viajes personalmente, las de mayor uso. No obstante, se advierte que los entrevistados de estatus más bajos muestran menos confianza en la navegación por la red a la hora de conocer los elementos del crucero.



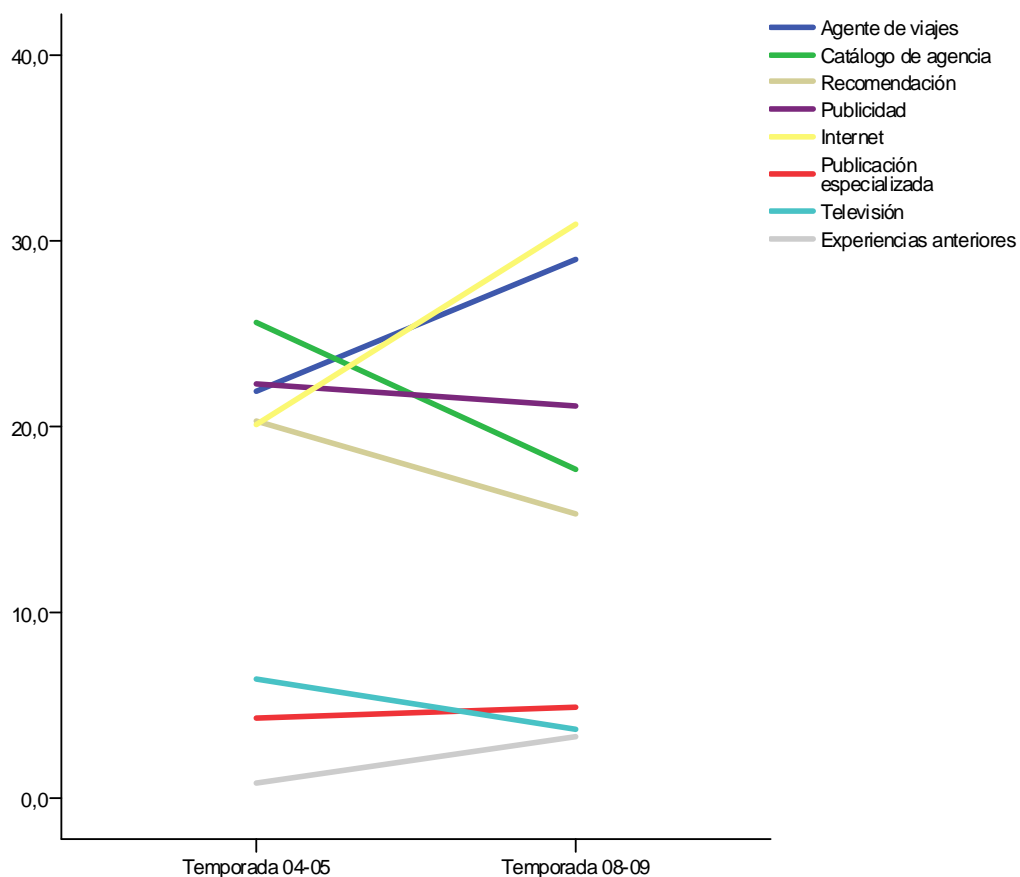


También en este sentido, el buque en el que viaja el turista es una variable que explica en cierta medida los medios por los que se informó antes de realizar el crucero. Destaca el Thomsom Celebration por el peso elevado de pasajeros que se informaron a través de Internet, mientras que en otros barcos muestran mayor interés por otros medios, como el Costa Serena, en el que casi un 60% del pasaje se ha informado a través de los agentes de viaje, o el Aida Bella, en el que posee gran peso las recomendaciones de familiares y amigos o los catálogos recogidos en agencias.





Al comparar con los resultados obtenidos en la temporada 2004 - 05, se observa como Internet cobra protagonismo en los últimos años, en detrimento de otras alternativas de información como los catálogos, la publicidad en televisión o las propias recomendaciones de amigos y familiares.

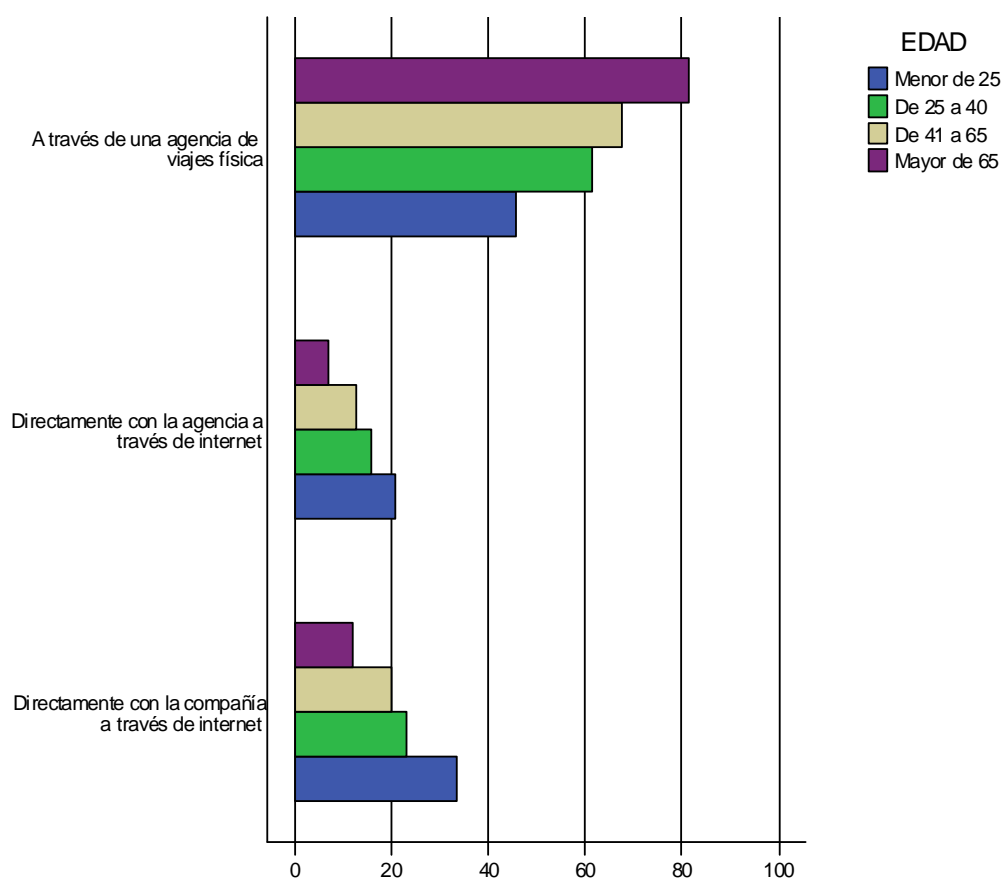




A partir de esta última temporada, se ha incorporado una pregunta relacionada con el medio de contratación del crucero. De esta manera se puede indagar no sólo sobre las fuentes de información, sino también sobre el interés en algunas de ellas para formalizar la compra.

Los resultados obtenidos muestran que a pesar de que Internet es un medio cada vez más utilizado para informarse, la contratación del crucero sigue prefiriéndose a través de una agencia de viajes física.

A pesar de ello, los pasajeros menores de 25 años, que destacaban por un mayor uso de la red, muestran en esta pregunta una mayor predilección que el resto por utilizar este método también para la contratación del crucero.



Un dato a destacar es el comportamiento de los pasajeros procedentes de EE. UU., de los cuales un 30% aproximadamente utiliza las páginas web de las compañías para comprar sus vacaciones.

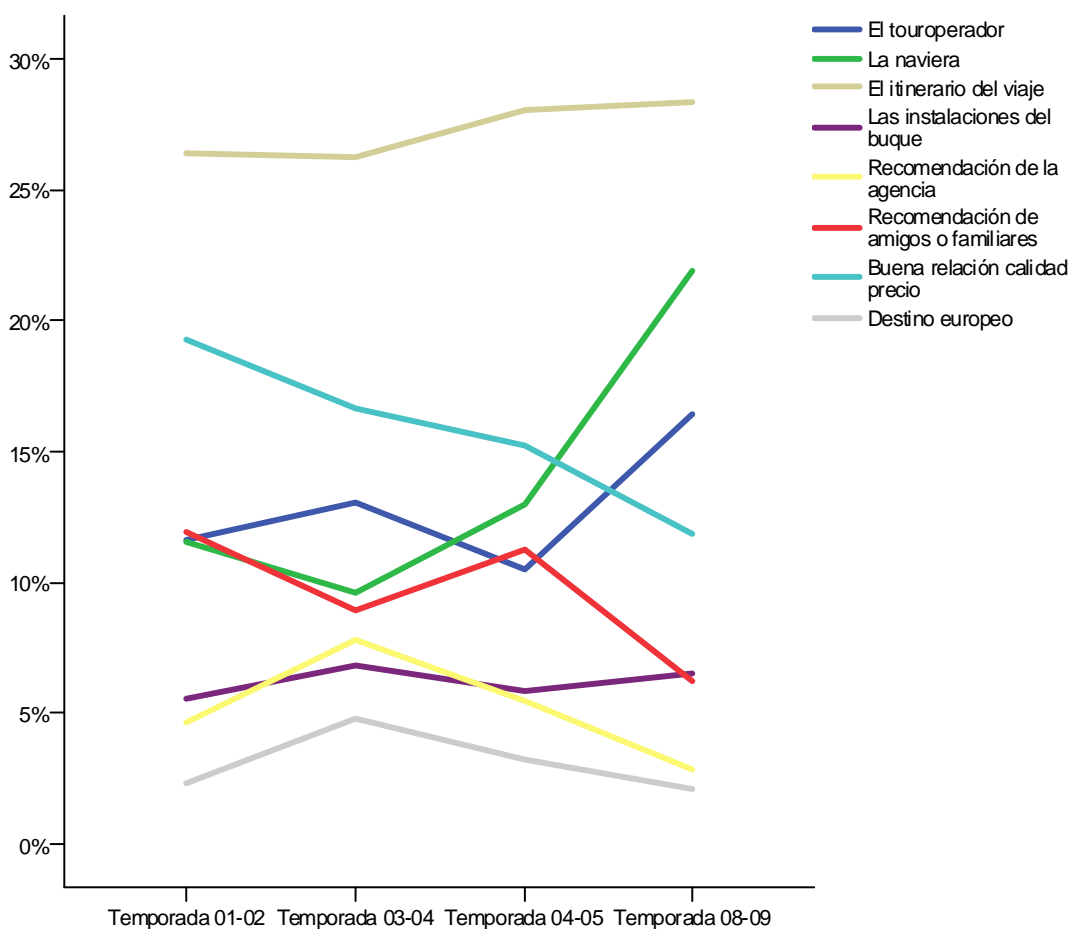


6.2.2. Motivos de elección del viaje-destino

Principal motivo de elección del viaje

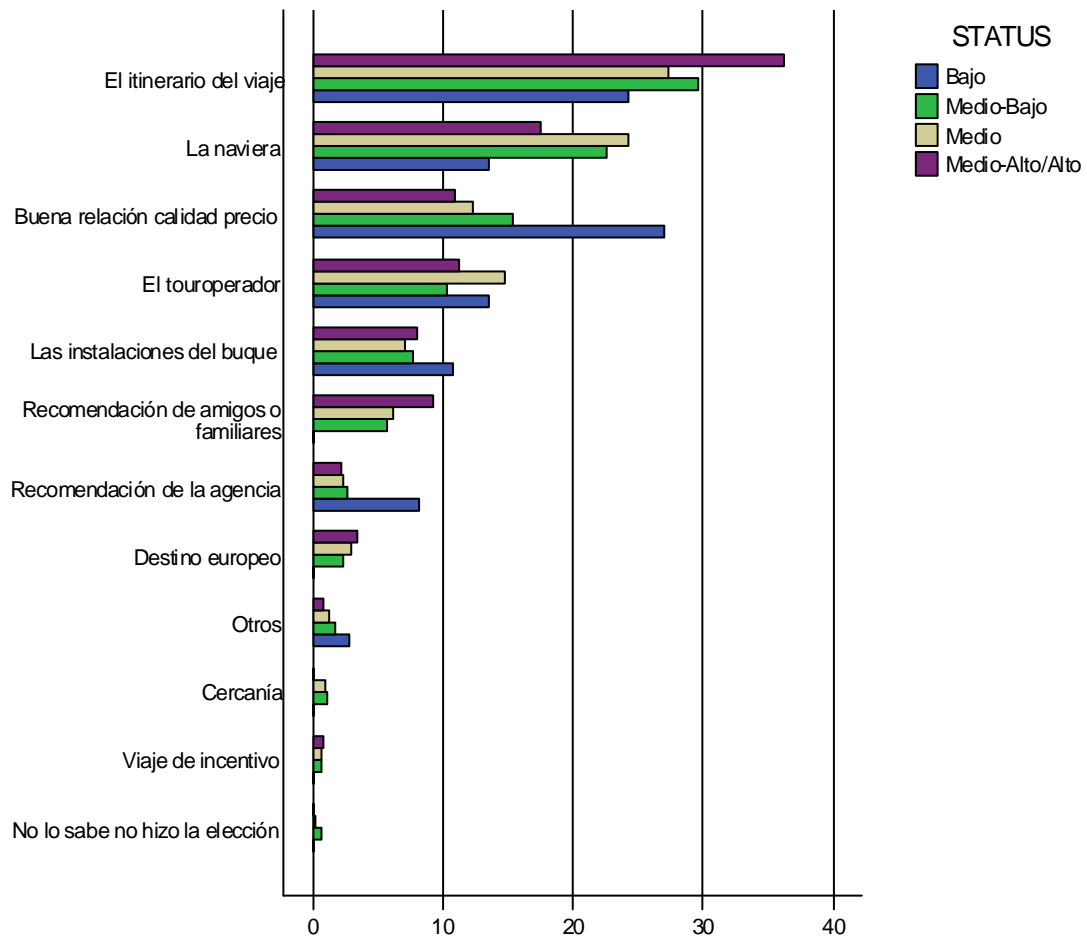
El itinerario del viaje sigue siendo, temporada tras temporada, el principal motivo de elección de crucero por parte de los turistas entrevistados, con casi un 30%. Por tanto, se consolida el hecho de que **el área de destino es un elemento atrayente** por excelencia a la hora de elegir el crucero a realizar, a diferencia del Caribe, donde se advierte que es el buque el objeto de interés del turista.

Sin embargo, con respecto a años anteriores, las recomendaciones tanto de amigos y familiares como de las agencias de viaje pierden importancia a favor de la naviera o el touroperador con el que se contrata, sobre todo entre los turistas de mayor edad. Incluso en algunos buques importantes de los operadores P&O Cruises y Aida Cruises, estos aspectos son más importantes que el destino a visitar.





La característica “buena relación calidad – precio”, sigue bajando posiciones aunque para los pasajeros de estatus bajo es un elemento primordial a la hora de elegir crucero.

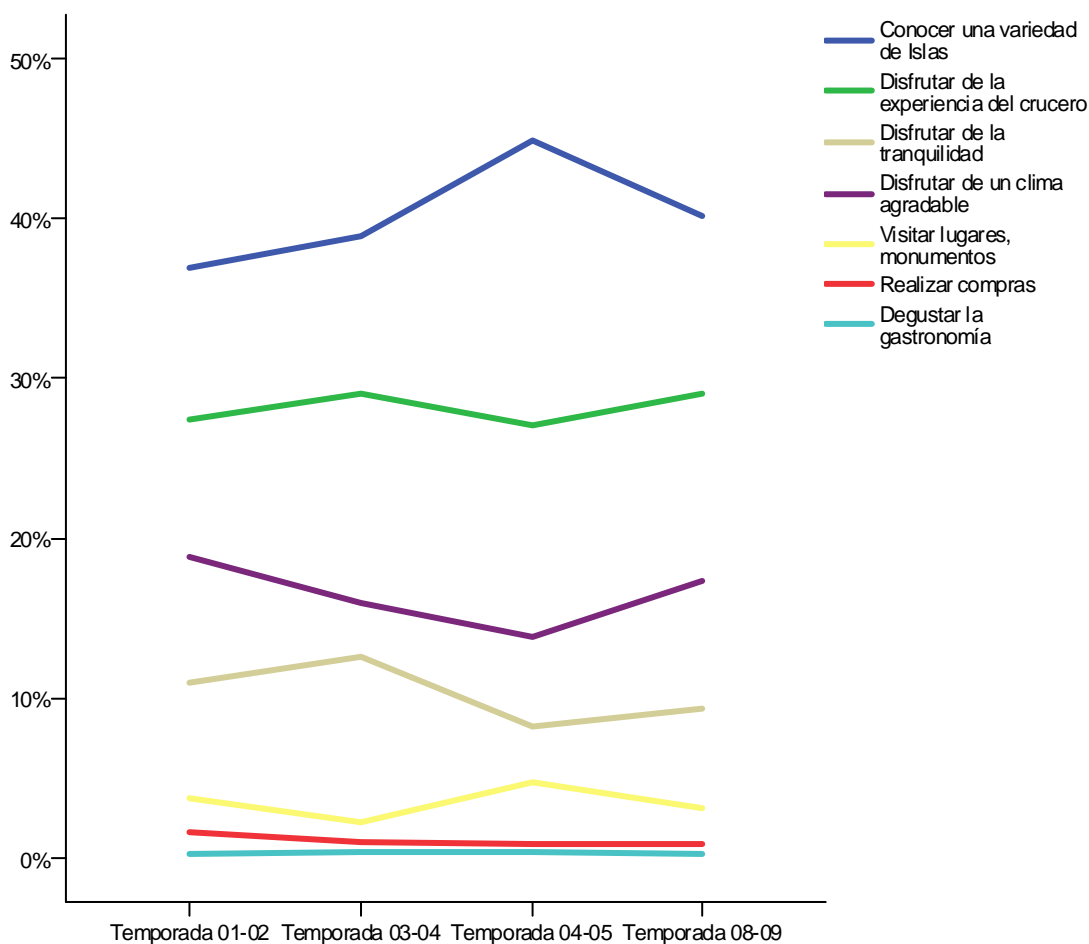




Aspecto más importante del crucero

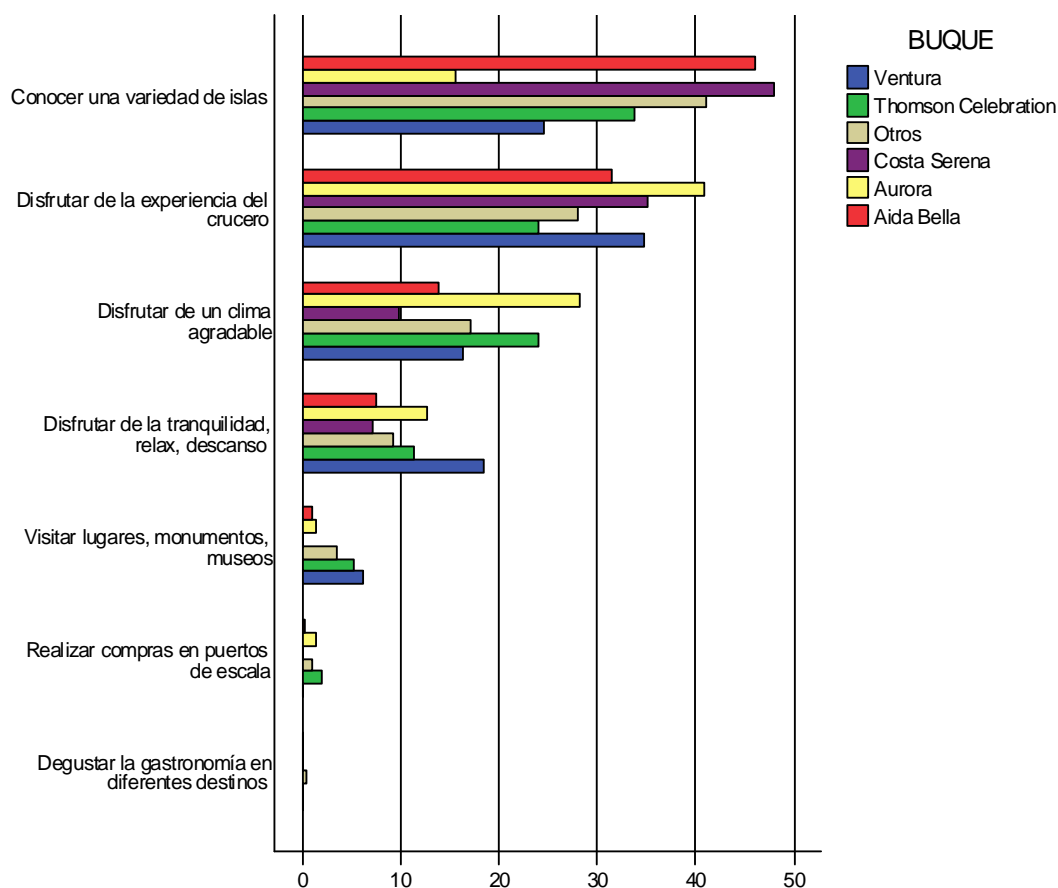
También se indagó sobre el aspecto más importante del crucero una vez ya decidido que lo realizarían por las Islas Atlánticas, obteniendo que el rasgo principal es el “conocer una variedad de islas”. Por tanto, vuelven a reiterar así, que el destino influye de forma importante en los intereses del crucerista.

En el análisis por temporadas, se observa que el interés por conocer la variedad de las islas, aunque ha descendido un poco, sigue siendo un elemento de peso. Además ha cobrado importancia la necesidad de disfrutar de un clima agradable, después de haber descendido en años anteriores.





No obstante, **se aprecia que según el buque en el que se viaje, los intereses varían**, es decir, para los pasajeros de algunos barcos pertenecientes a P&O Cruises, disfrutar de la experiencia del crucero de forma global se encuentra por encima de la importancia del destino que van a conocer.



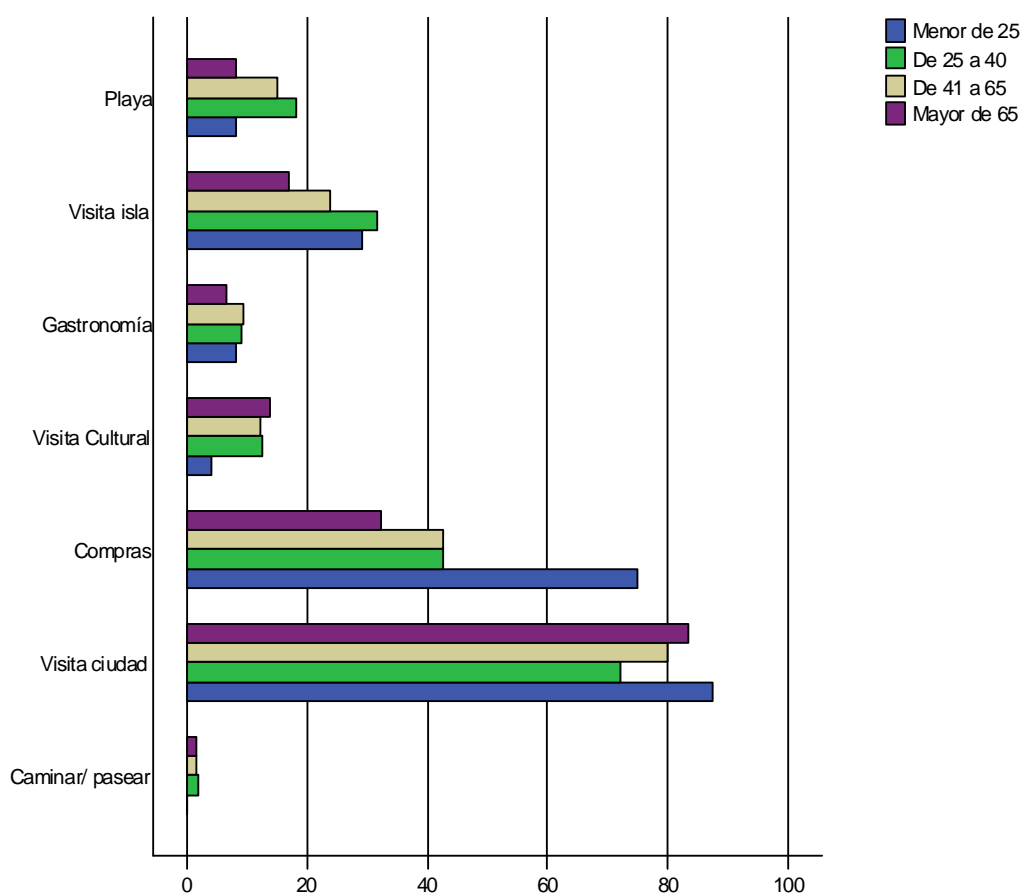


6.2.3. Caracterización y valoración de la escala en el puerto

Actividades realizadas en la escala

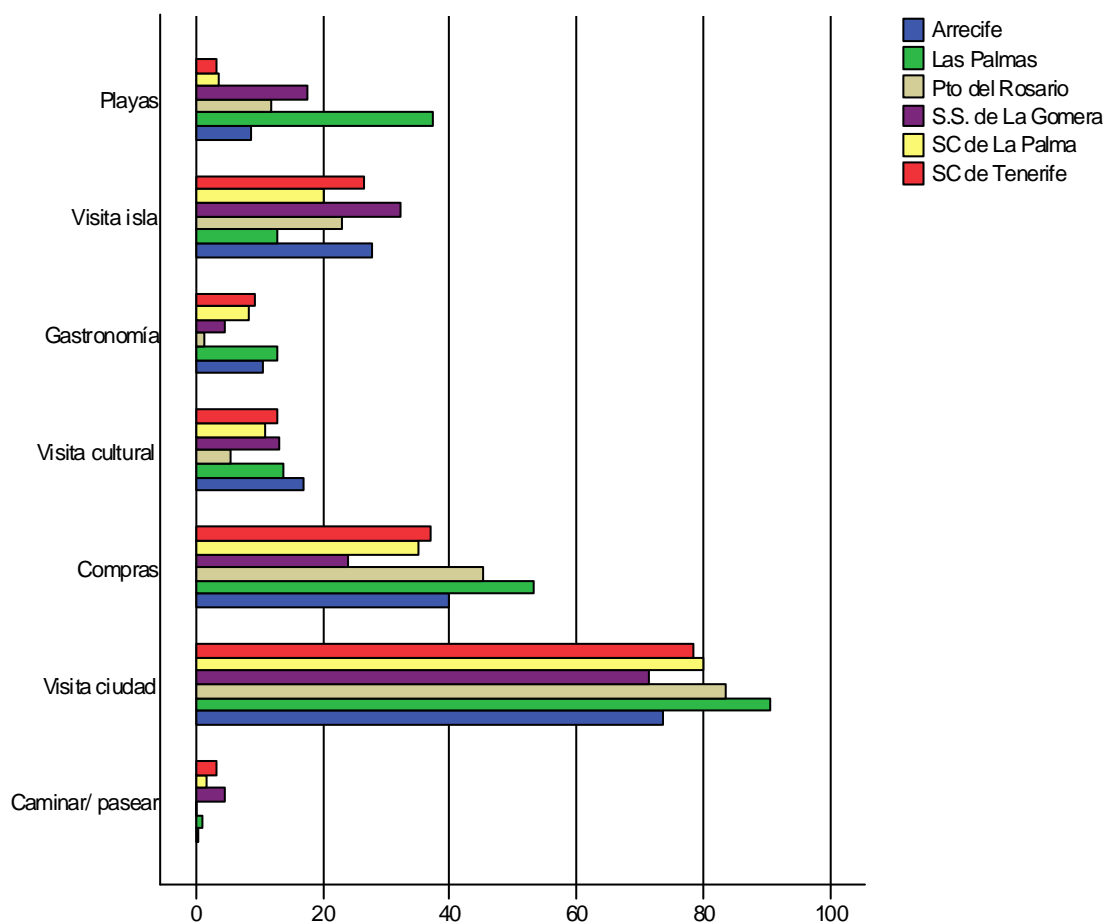
La actividad principal que realizan los turistas de cruceros cuando desembarcan en los puertos de escala del área es **“visitar la ciudad”**, realizado por el 80% de los turistas que desembarcan. En menor medida se encuentran otras actividades como “comprar”, “visitar el interior de la Isla”, “ir a la playa” o realizar “una visita cultural”.

Destaca en el análisis de la edad del turista, que los menores de 25 años muestran un elevado interés por realizar compras durante su visita, disminuyendo su necesidad de otras actividades como ir a la playa o visitar los elementos culturales de la Isla. Por el contrario, los turistas entre 26 y 65 años deciden realizar una mayor variedad de actividades, incluso el único propósito de pasear por las calles. Los mayores de 65 años centran su atención en visitar la ciudad y sus monumentos más significativos.





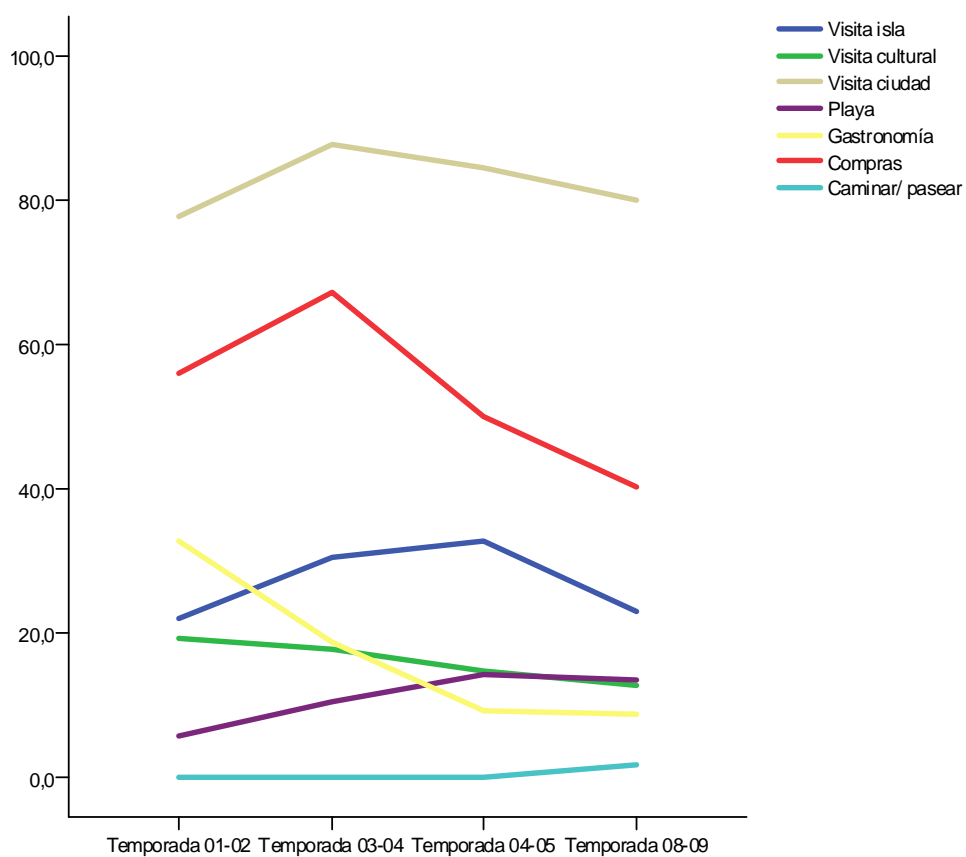
El puerto donde se desembarque también genera diferencias en cuanto a las actividades realizadas. Gran Canaria resalta por ser una escala interesante para visitar la ciudad, hacer compras e ir a la playa. Por otro lado, Tenerife, Lanzarote y La Gomera destacan por el interés que genera la visita al interior de la Isla.



Según la nacionalidad del individuo no hay diferencias significativas, pero sí sorprende como los turistas de EE. UU., seguidos por los españoles, muestran mayor interés por realizar compras durante su visita.



En relación a los resultados obtenidos en temporadas anteriores, sigue siendo la visita a la ciudad la principal actividad realizada por los turistas de crucero, y se ha producido una fuerte caída de diez puntos porcentuales, en el interés por las compras y por la visita al interior de las distintas Islas.



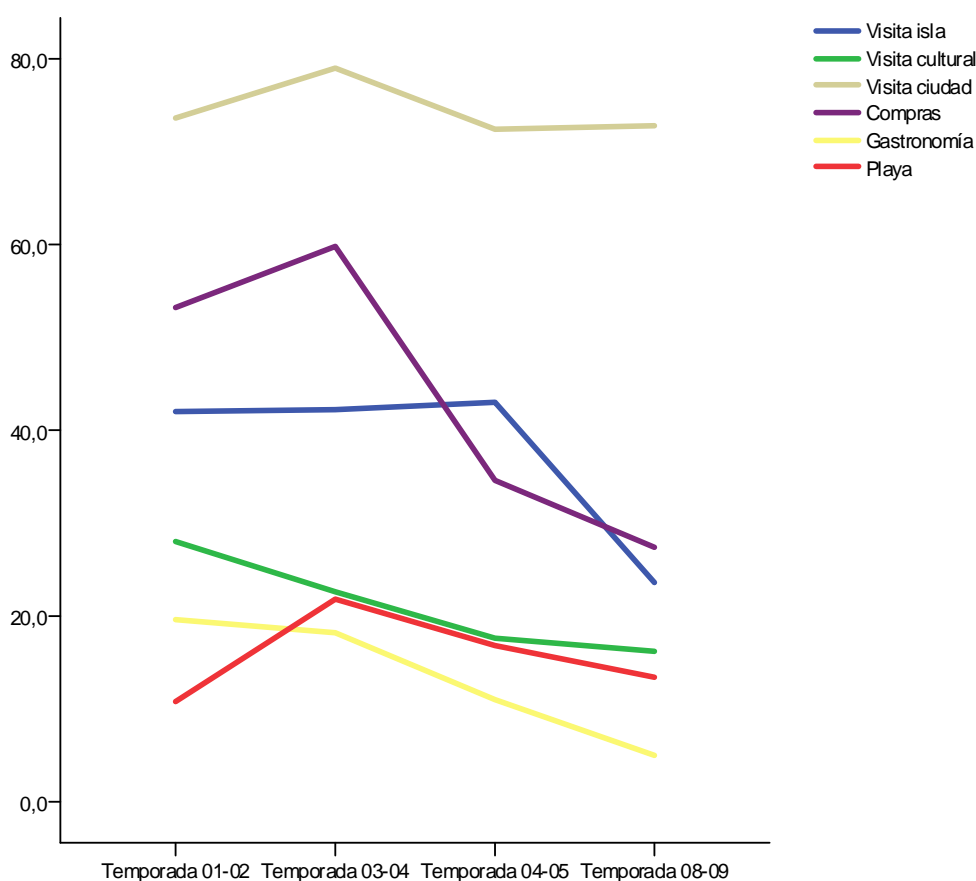


Actividades previstas

De manera global, los turistas entrevistados han satisfecho sus expectativas ya que han podido realizar todas aquellas actividades que esperaban.

En comparación con años anteriores, se sigue observando una caída en el interés por realizar compras durante sus escalas. No obstante, sí destaca la diferencia considerable entre las compras que esperaban realizar y las que efectivamente han hecho.

Por tanto, la tendencia del turista de crucero es ser **más flexible en cuanto a su planificación de compras si los productos o servicios le atraen**, aspecto a tener en cuenta por parte del sector en las diferentes escalas.

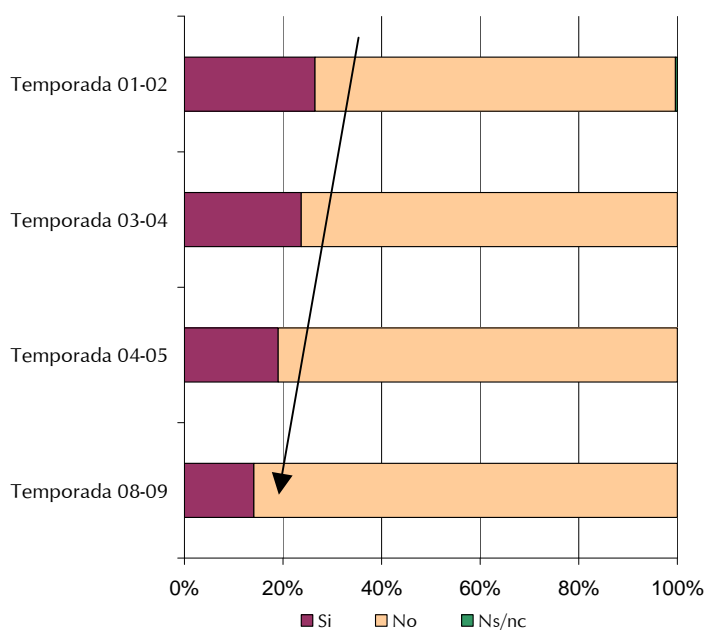


También destaca una gran disminución del número de turistas cuya expectativa es visitar el interior de la Isla. La tendencia que se está reflejando es que los turistas de crucero prefieren pasar el poco tiempo que tienen en la escala, visitando la ciudad y haciendo compras en ella.

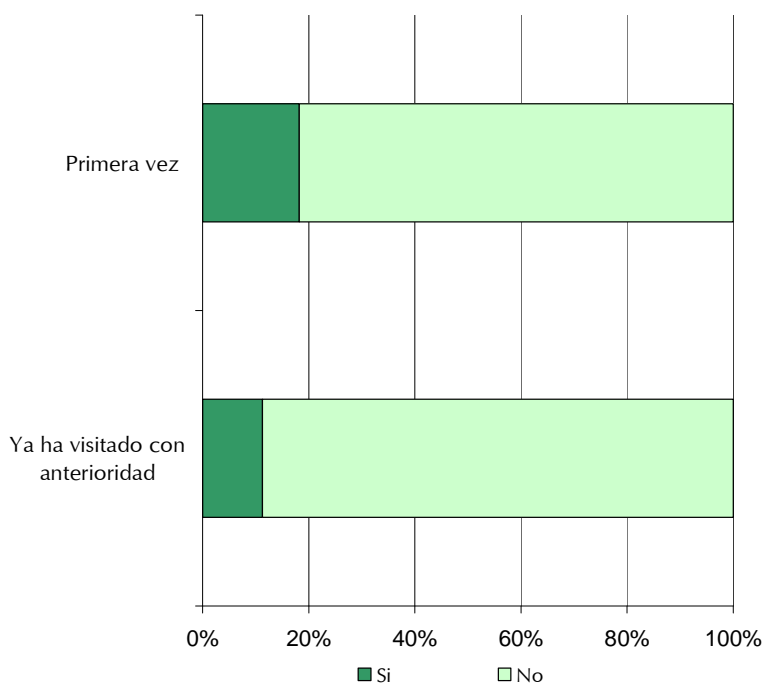


Excursiones realizadas

La importancia que poseen las excursiones en las escalas están disminuyendo temporada tras temporada, situándose en la actualidad en torno al 14%.



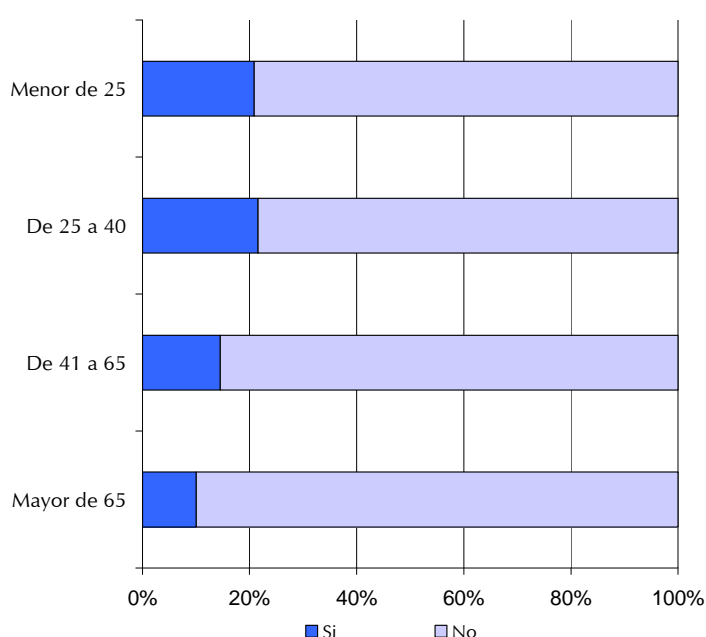
No obstante, dependiendo de si el turista ha visitado el destino con anterioridad o no, su comportamiento respecto a las excursiones varía.





Tal y como se observa en el siguiente gráfico, aquellos cruceristas que ya poseen un mayor conocimiento sobre el destino por su visita anteriormente, prefieren realizar menos excursiones que los que visitan las Islas por primera vez.

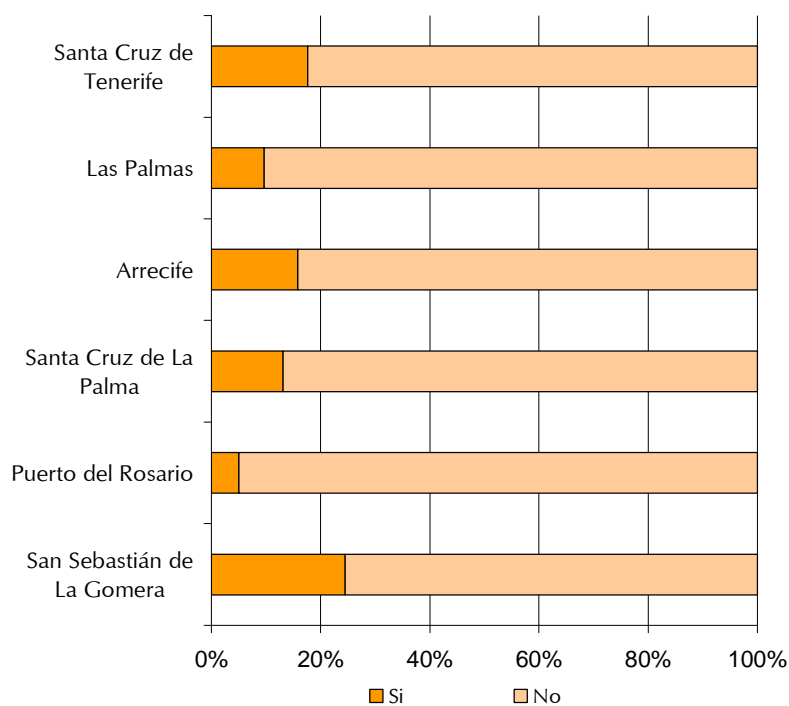
De esta manera, también se advierte que los segmentos de turistas más jóvenes, que son los que muestran mayores porcentajes de visita al destino por primera vez, se encuentran más interesados por contratar excursiones guiadas, debido posiblemente a que quieren satisfacer su curiosidad sobre lo que les ofrece el destino.



Por tanto, se aprecia que a mayor conocimiento del destino, la contratación de excursiones es menos frecuente. Por ello, se debe incidir en la variedad que ofrecen las excursiones para que sean un elemento atractivo tanto para primerizos como para repetidores, estos últimos, grupo cada vez mayor.



También se aprecian diferencias según la escala. Islas como **Tenerife, Lanzarote o La Gomera muestran porcentajes más elevados de contratación de excursiones**, lo que concuerda con el mayor porcentaje de turistas interesados en conocer el interior de la Isla. Por el contrario, en Gran Canaria y Fuerteventura, los cruceristas se centran en visitar la ciudad sin necesidad de contratar una excursión.





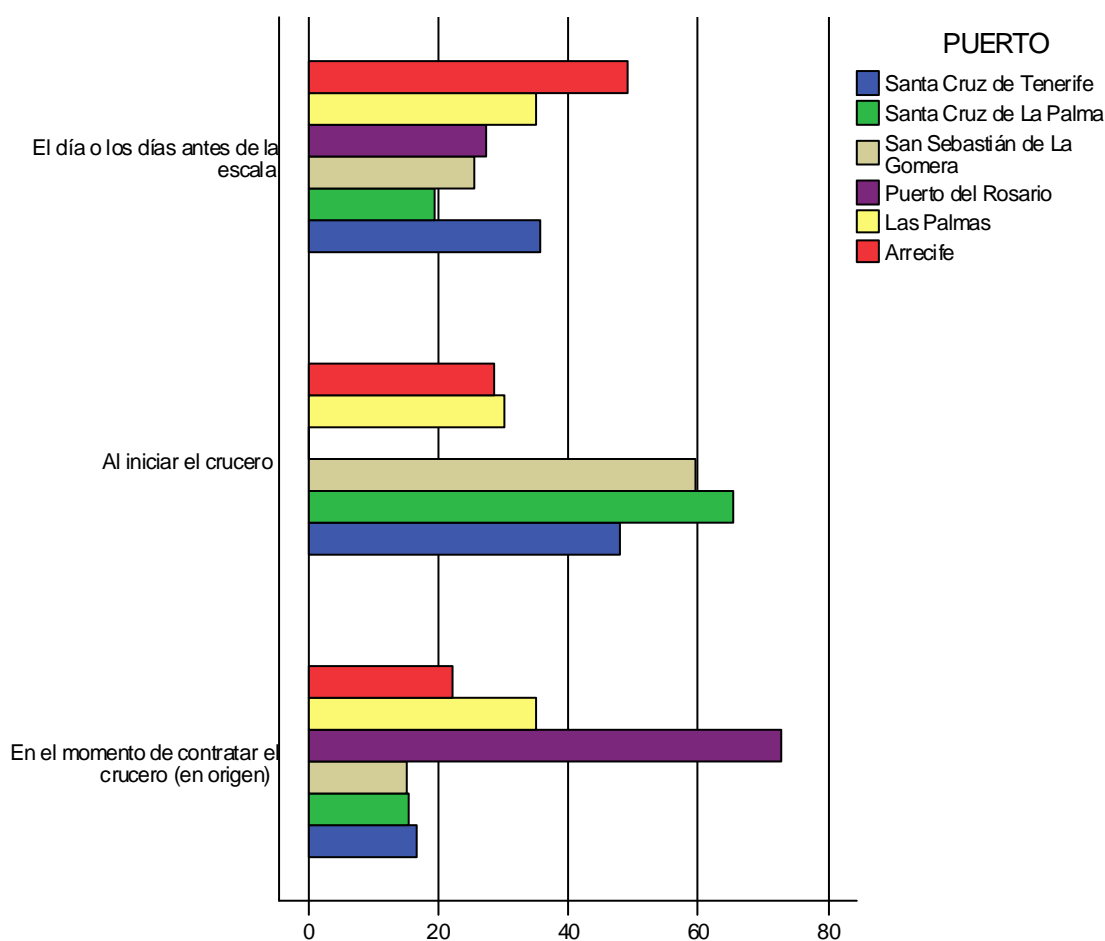
En relación a la antelación con la que se contratan las excursiones, se impone la preferencia por comprar estas actividades al iniciar el crucero. Esta tendencia ha aumentado en comparación con años anteriores, en los que la antelación era menor.



Sin embargo, analizando el país de procedencia del turista, se observa que los alemanes son más propensos a contratar las excursiones que desean en los últimos días antes de llegar a la escala, mientras que los británicos no muestran una predilección por una forma de contrato específica.



También la escala donde se realice la excursión es un elemento distintivo. En las excursiones de Tenerife, La Palma y La Gomera, los turistas suelen comprarlas en mayor medida al iniciar el crucero. Las de Fuerteventura se deciden en el momento de contratar el crucero en el país de origen, mientras que las excursiones de Lanzarote se contratan con uno o varios días antes de llegar a la Isla.



Estas diferencias se pueden explicar por varios factores como el itinerario del viaje que puede llevar a una persona en origen a no querer contratar dos excursiones en puertos consecutivos, o incluso al precio de las excursiones, que puede llegar a ser el doble en unos puertos respecto a los otros.

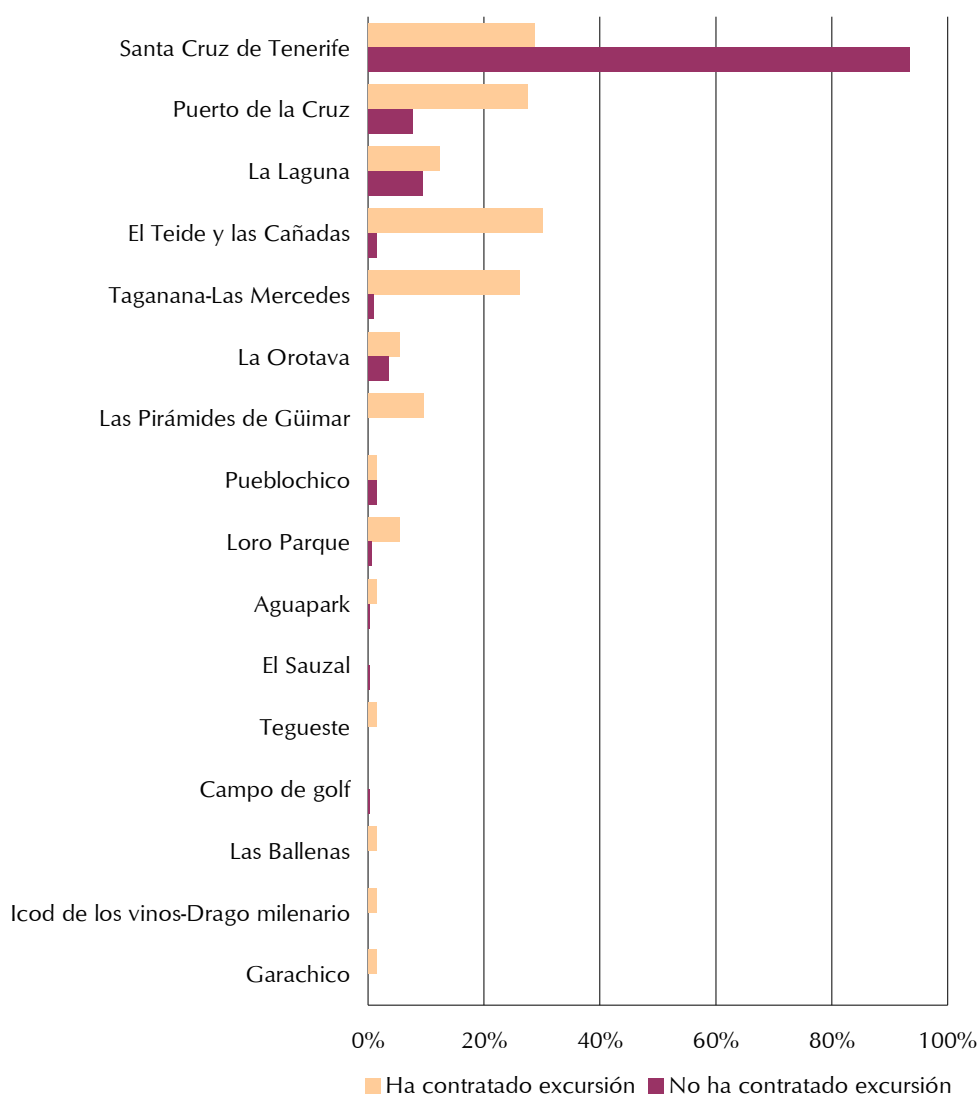


Lugares visitados en los puertos de escala

En la escala en la isla de **Tenerife**, los turistas que no han contratado excursión centran su visita en **pasear por la ciudad** de Santa Cruz de Tenerife de forma general. En menor medida, los lugares de interés son el Puerto de la Cruz y San Cristóbal de La Laguna.

Por tanto, se trata de visitas relacionadas con disfrutar del paseo por sus calles y ver los monumentos y zonas de interés turístico.

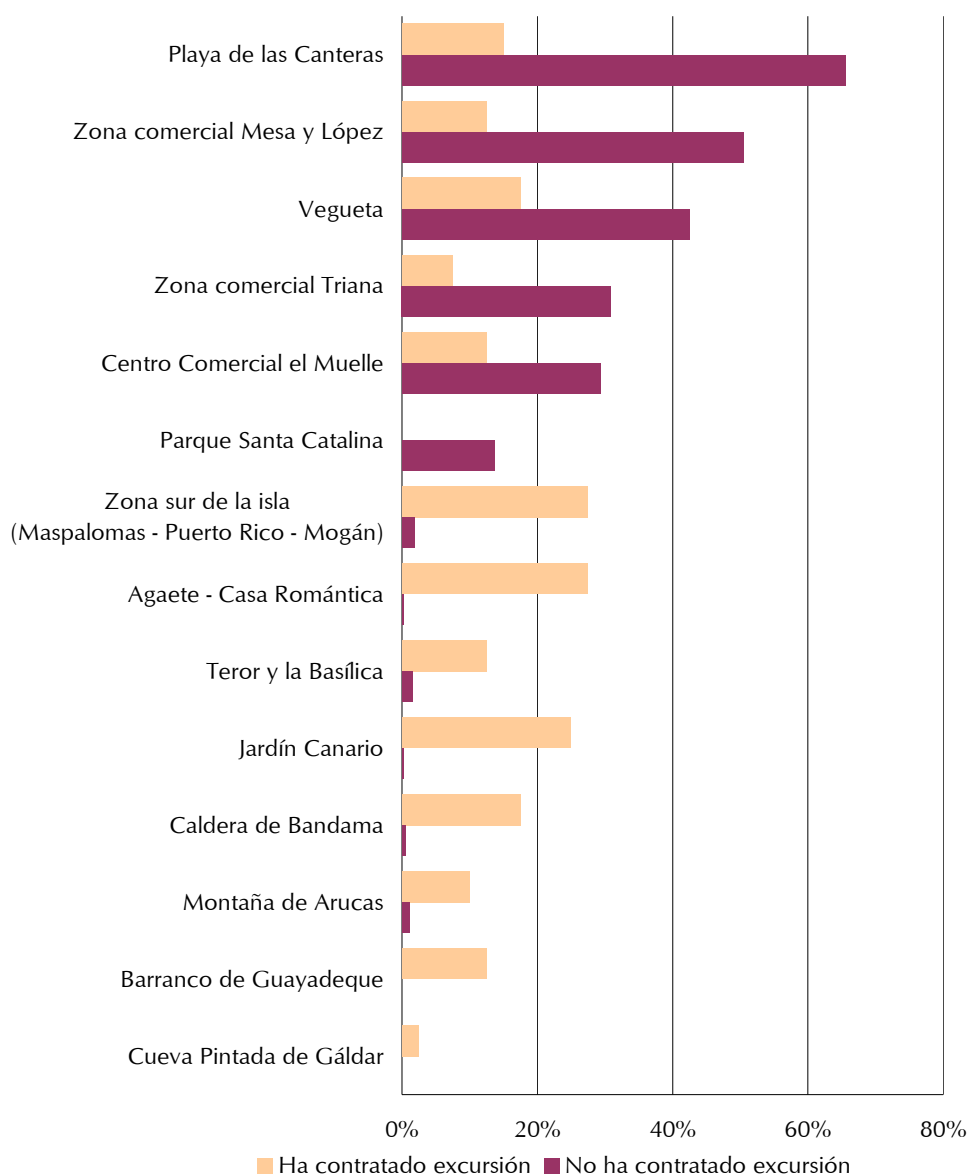
Entre aquellos turistas que sí han contratado excursión, son los **parajes naturales** otro aspecto de interés además de las ciudades turísticas. Lugares como el “Teide y Cañadas” o “Taganana y Las Mercedes”, son visitados por un gran número de turistas en sus excursiones.





Durante la escala en la isla de **Gran Canaria** la mayoría de los turistas que deciden no realizar excursión optan por visitar varios puntos de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, principalmente la “Playa de las Canteras”, la “zona comercial de Mesa y López” y la zona de “Vegueta”. Se observa pues, que en esta escala el turista **reconoce elementos más específicos de la ciudad e incluso ubica las actividades que puede realizar en cada zona.**

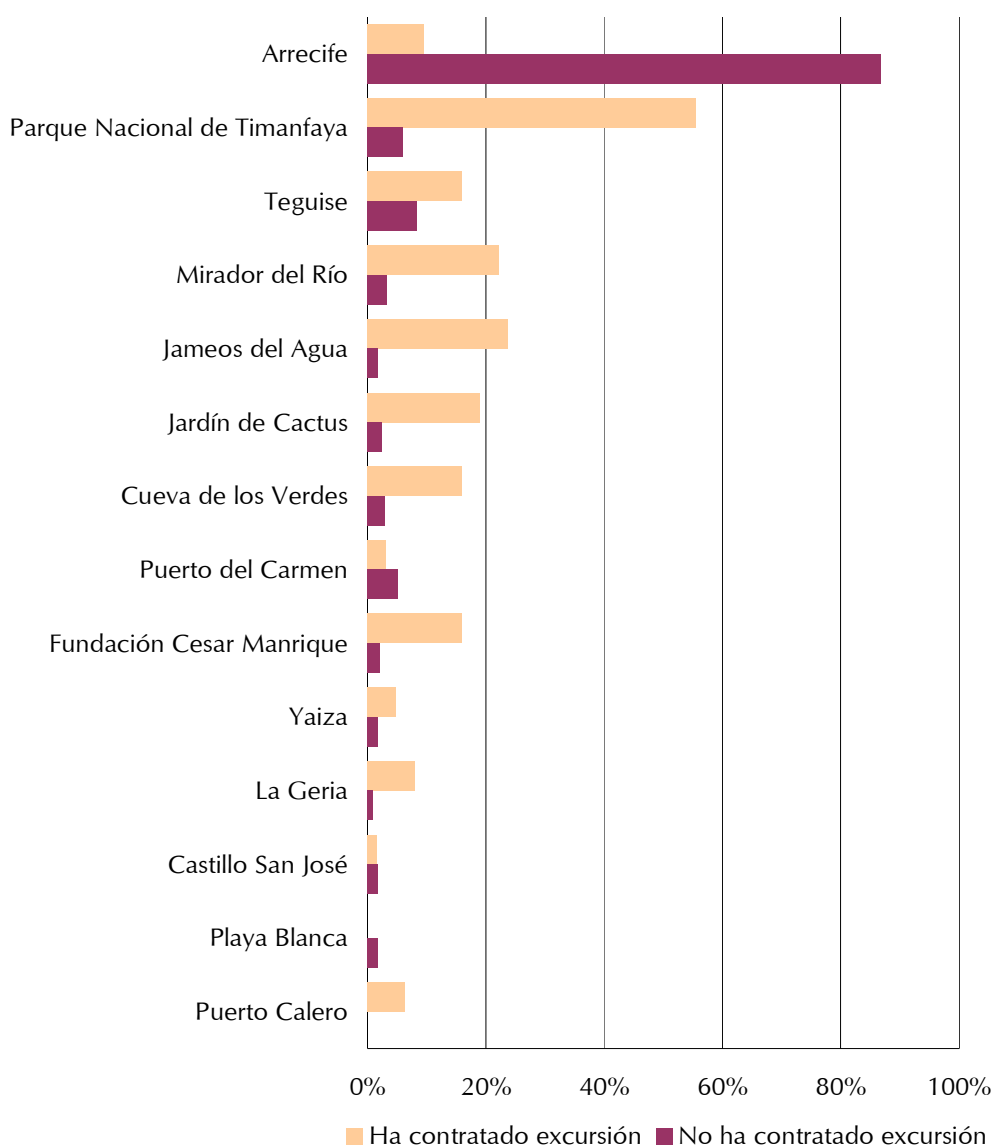
En relación a las visitas al resto de la Isla, los turistas que contratan excursión suelen visitar la “zona sur de la Isla”, “Agaete – casa romántica” o “Jardín Canario” entre otro lugares.





En la isla de **Lanzarote**, algo más del 85% de los turistas que no contratan excursión deciden visitar “Arrecife”. En segundo lugar ya aparecen lugares ubicados en distintos puntos de la Isla como el “Parque Nacional de Timanfaya”, “Teguise” o “Puerto del Carmen”. Por tanto, se observa que la visita de los turistas está muy vinculada a **recorrer las ciudades de forma general**, disfrutando del ambiente y de los los elementos históricos existentes.

En el caso de los turistas que realizan alguna excursión, reconocen los puntos específicos de interés. Además del “Parque Nacional de Timanfaya”, señalan otros lugares como el “Mirador del Río”, “Jameos del Agua”, “Jardín de Cactus”o “Cueva de las Verdes”, todos elementos que se encuentran dentro de la ruta de lugares turísticos del Cabildo de Lanzarote.

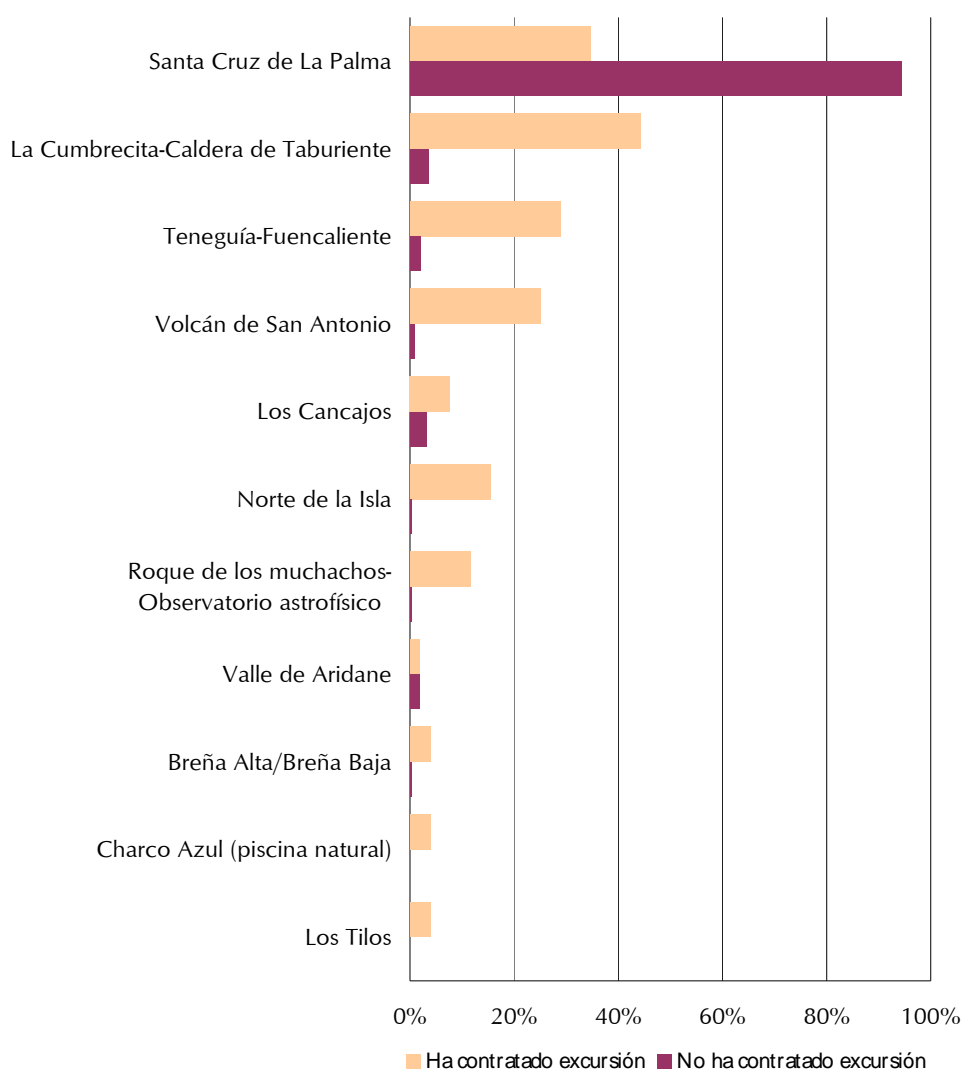




En la Isla de **La Palma**, casi el 95% de los turistas entrevistados que no contrataron excursión eligieron la ciudad de “Santa Cruz de La Palma” como destino de su visita en la escala.

Entre aquellos que deciden visitar el interior de la isla a través de una excursión contratada, lo más visitado es por un lado la zona de “La Cumbrecita y Parque Nacional” y por otro lado “Teneguía – Fuencaliente” para ver la ruta de los volcanes.

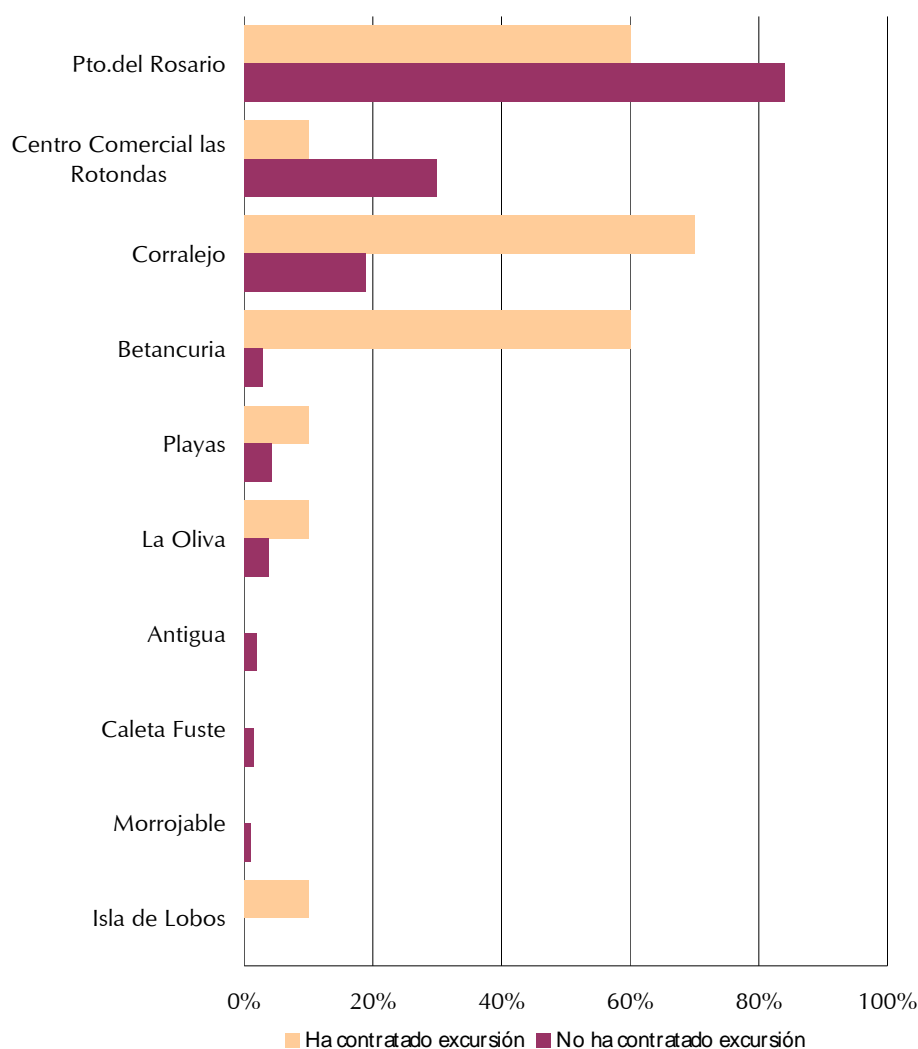
De esta manera, la escala en La Palma permite disfrutar de la **tranquilidad del paseo por la capital** y también ofrece para los turistas interesados, disfrutar de la **belleza paisajística de la Isla**.





En **Fuerteventura**, el principal lugar visitado por los turistas que no contratan excursión es Puerto del Rosario, **ciudad** que se encuentra muy accesible al turista al desembarcar en el muelle. También hay un porcentaje importante de visita a Corralejo y, como novedad con respecto a temporadas anteriores, se encuentra el **Centro Comercial las Rotondas**, el cual ha estimulado la visita de un 30% de dichos turistas.

Las excursiones que han realizado los turistas interesados, se encuentran orientadas por un lado a conocer las playas, sobre todo en “Corralejo”, y por otro lado a descubrir el carácter más cultural en diferentes puntos de Fuerteventura como “Betancuria” o “La Oliva”.

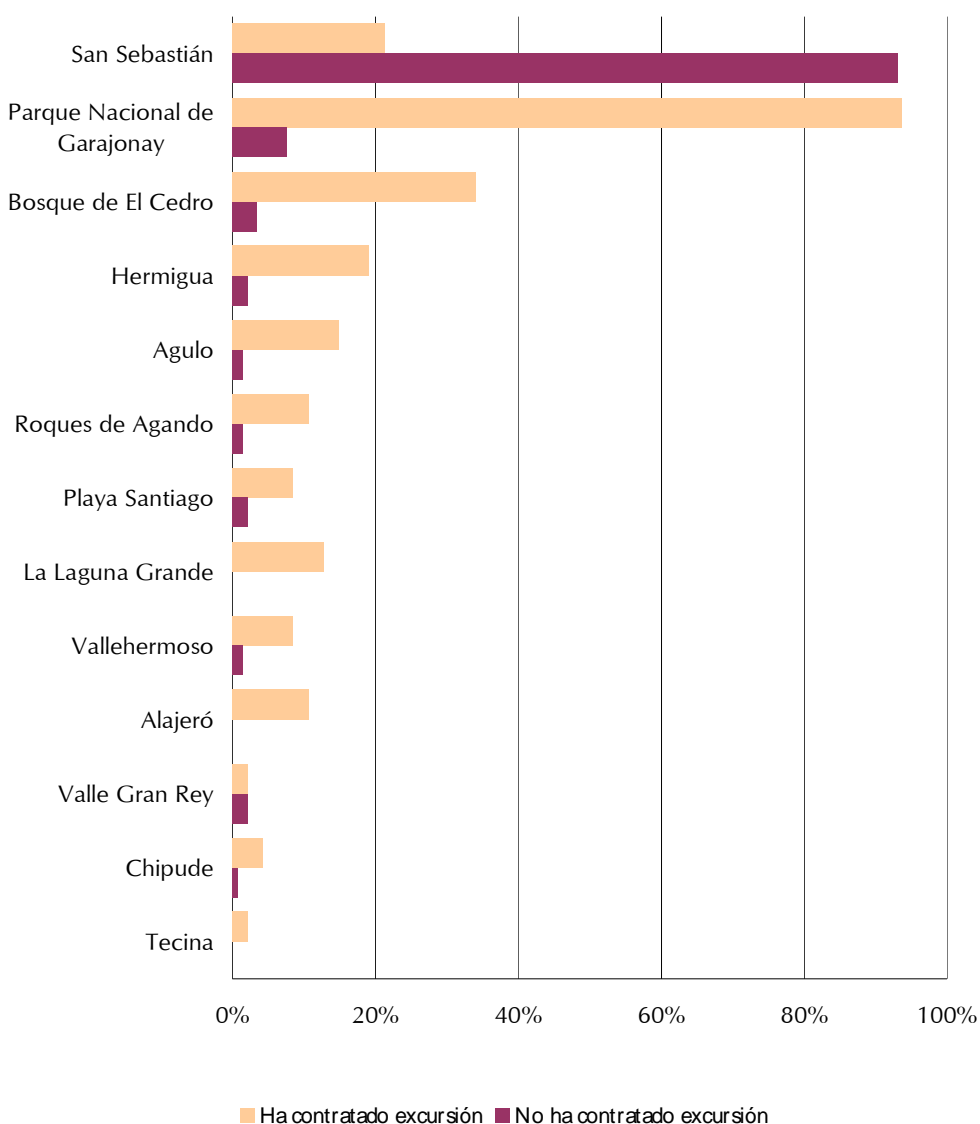




En esta temporada 2008-09 es la primera vez que se analiza el comportamiento de los turistas en la isla de **La Gomera**.

El 93% de los turistas que decidieron no realizar excursión han visitado **la capital**, San Sebastián de La Gomera, gracias a su fácil acceso desde el puerto a las calles principales. En este sentido el turista busca caminar por sus alrededores y disfrutar del ambiente tranquilo.

Aquellos que deciden realizar una excursión al interior de la Isla, se encuentran interesados en conocer fundamentalmente el “Parque Nacional de Garajonay”, y en menor medida el “Bosque de El Cedro”, “Hermigua” entre otros lugares. Se trata pues, de un interés centrado en conocer los **parajes naturales más importantes de la Isla**.



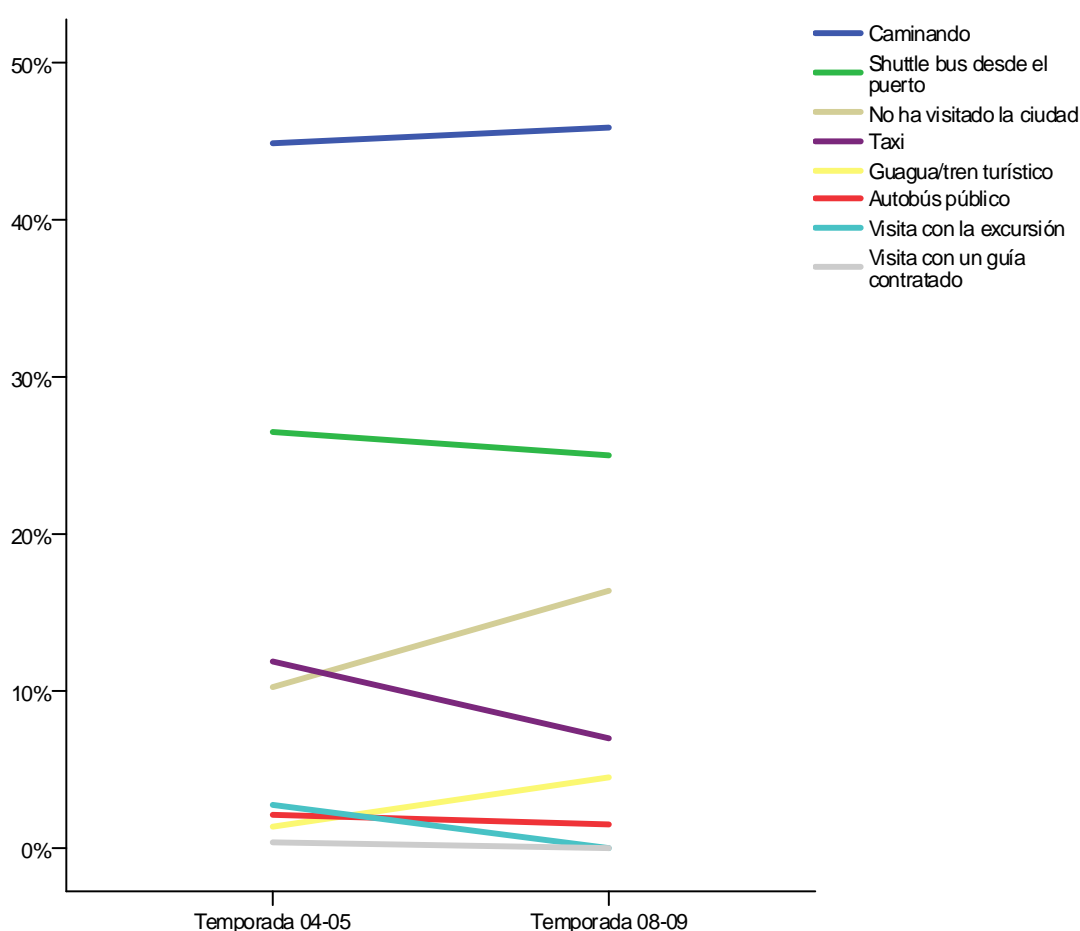


Transporte del puerto a la ciudad

Al indagar sobre el medio de transporte que utilizan los turistas a la hora de acercarse desde el puerto a la ciudad, se observa que los cruceristas prefieren desplazarse caminando. Esto se debe a la cercanía de la mayoría de los puertos a las ciudades, de manera que es posible llegar a pie hasta la ciudad sin que sea un desplazamiento complejo.

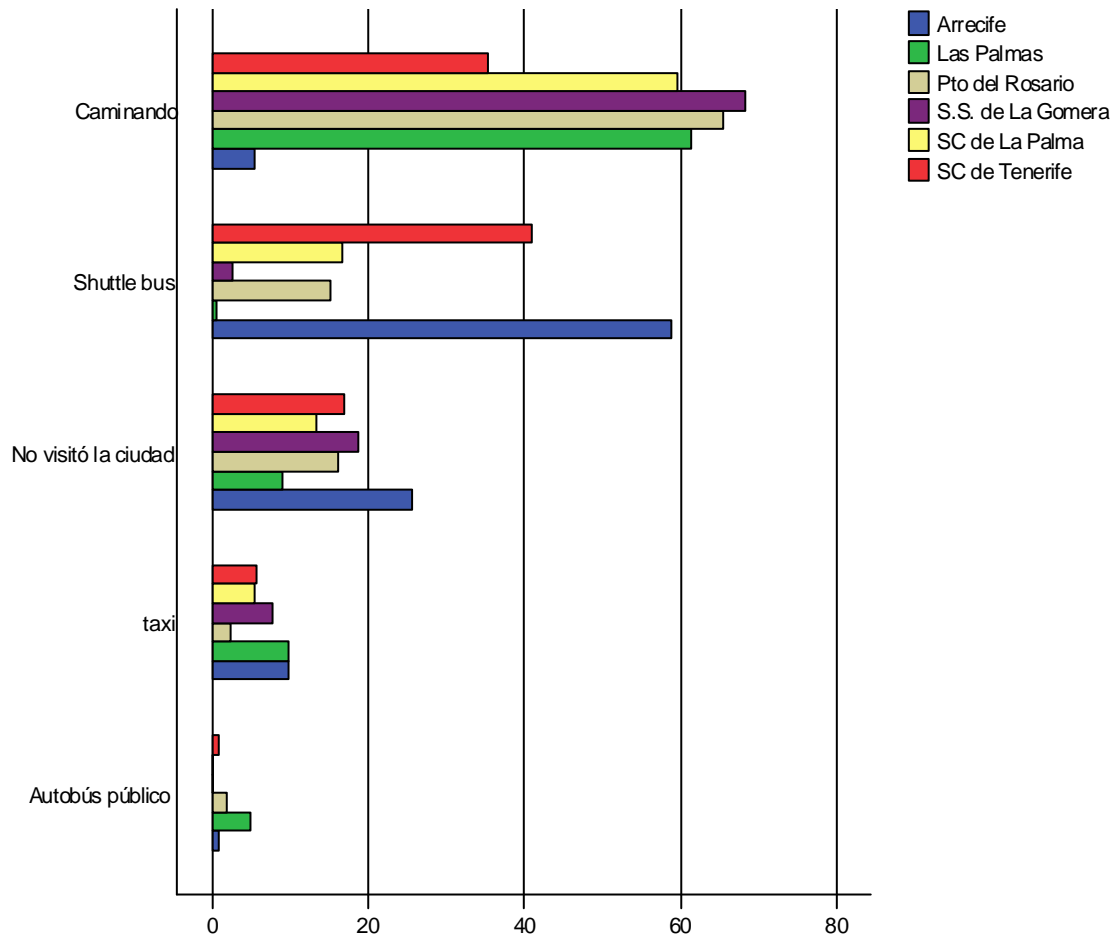
Además, comparando con los resultados de temporadas anteriores, se advierte que cada vez el peso de no utilizar ningún medio de transporte es mayor, en detrimento del autobús público o el taxi.

El shuttle bus desde el puerto mantiene su peso con respecto a años anteriores, mostrando la efectividad de este servicio ofrecido por las Autoridades Portuarias.





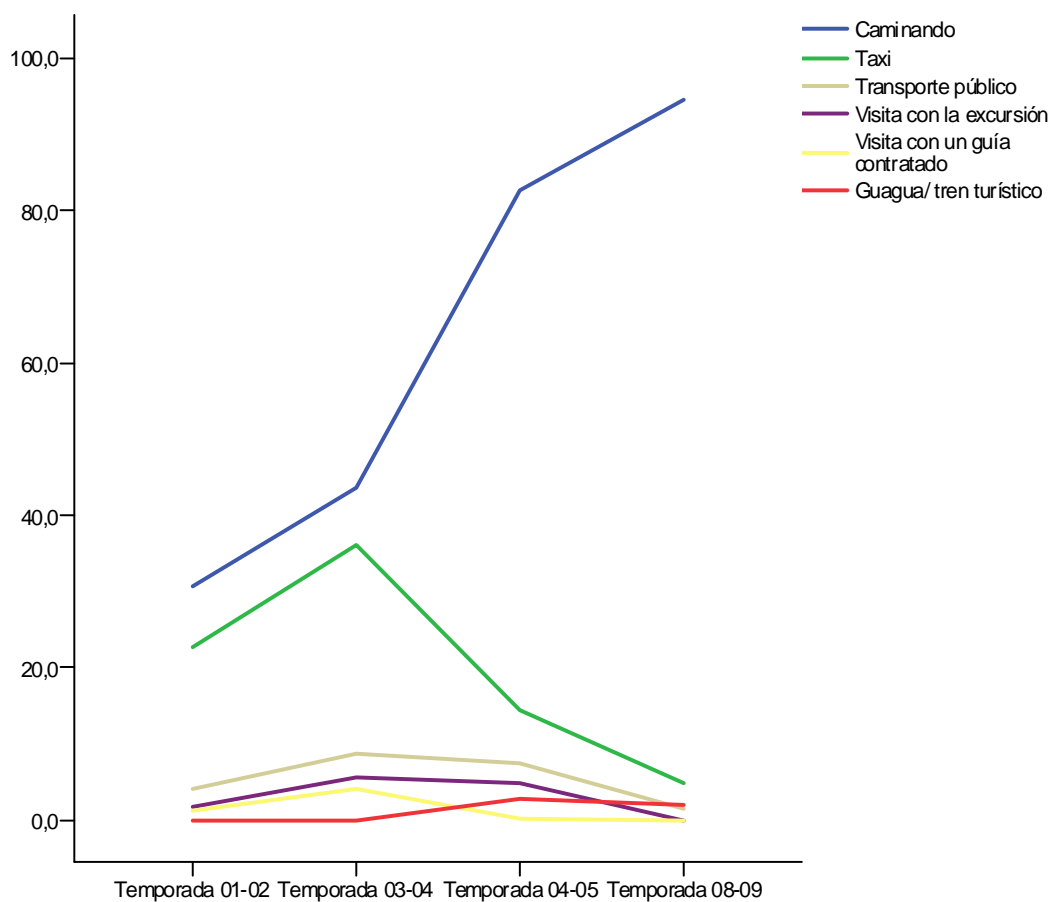
No obstante, según el puerto en el que desembarque, la utilización de unos medios de transporte u otros varía. En los puertos de Santa Cruz de Tenerife y de Arrecife, el uso del shuttle bus está tan extendido que supera en gran medida la elección de ir a pie. Estos resultados se deben a que es únicamente en estos dos puertos donde el servicio de shuttle bus es permanente.





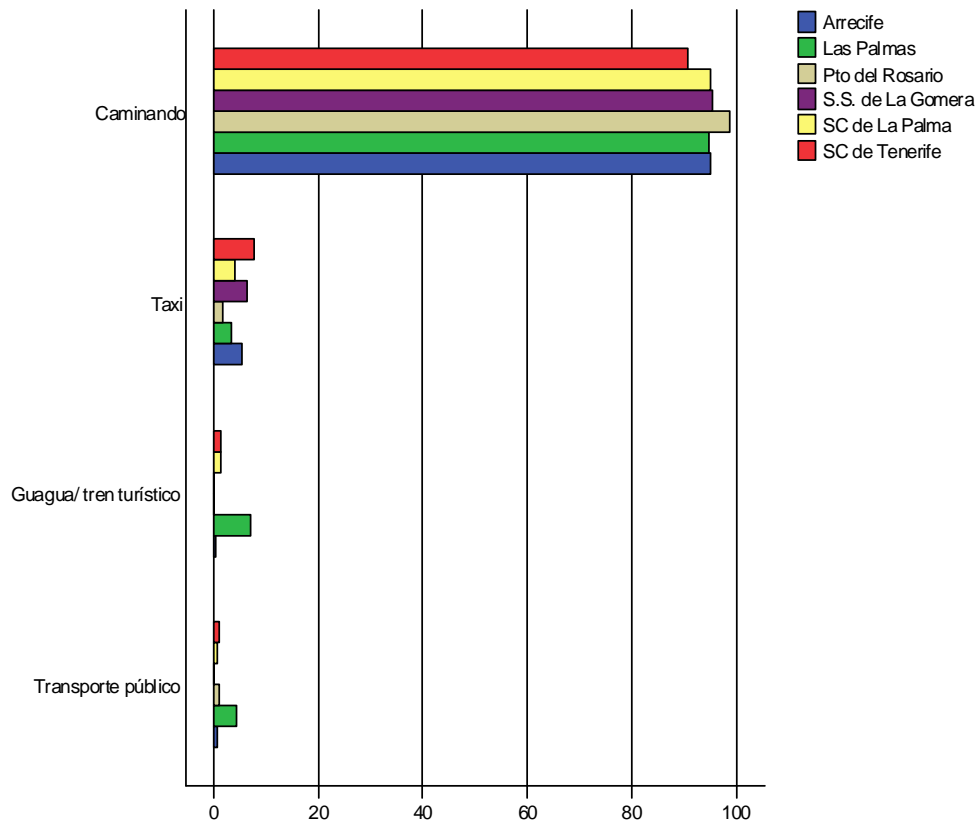
Uso de transporte en la ciudad

Prácticamente la totalidad de los turistas que se deciden por visitar la ciudad, lo hacen a pie. Esta tendencia ha ido creciendo desde las últimas temporadas llegando a **ser 9 de cada 10 turistas aproximadamente, los que al llegar a la ciudad deciden descubrirla caminando por sus calles.**





Como resultados a destacar, en la visita de Santa Cruz de Tenerife, el uso del taxi es algo más elevado que en el resto de ciudades, favorecido por tratarse de un servicio regulado y controlado además de tener a pie de parada un controller. En las visitas en Las Palmas de Gran Canaria se utiliza con mayor frecuencia la guagua turística o el autobús público.

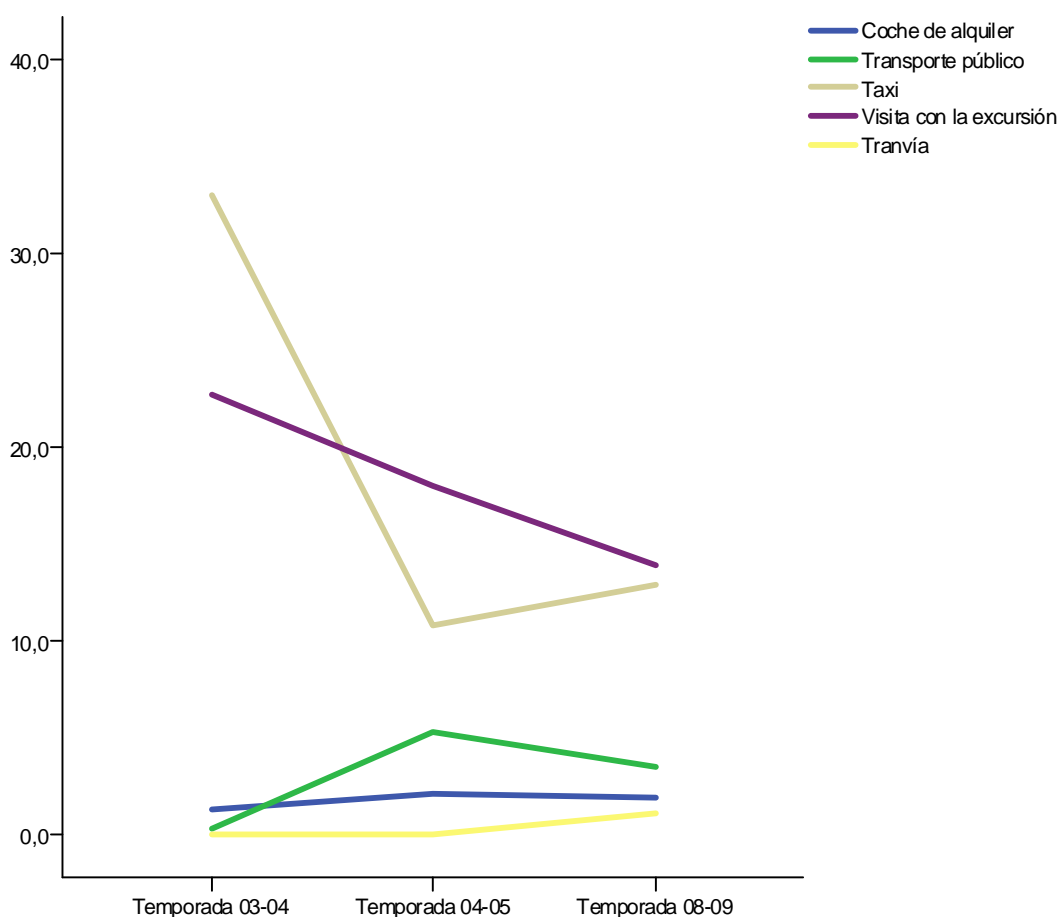




Uso del transporte en la isla

Aquellos turistas que deciden visitar otros lugares de interés de la isla en vez o además de la ciudad, prefieren hacerlo en mayor medida a través de las visitas con la excursión. No obstante, los turistas también manifiestan de manera importante haber utilizado el transporte público o un coche de alquiler para estos recorridos.

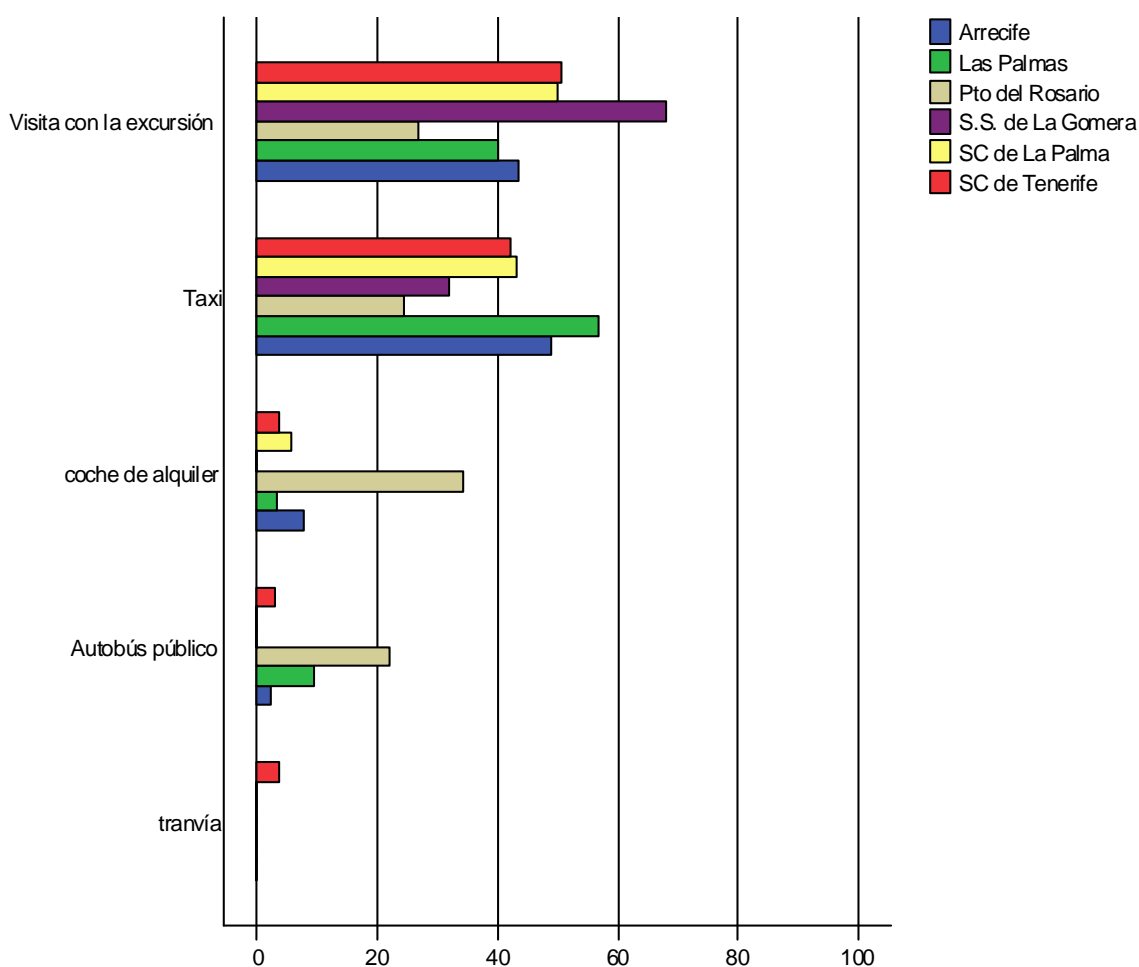
Comparando con catas anteriores, se observa la caída de la contratación de excursiones, tal y como se mencionaba en apartados anteriores, a favor de otros medios de transporte, sobre todo el taxi. Por lo tanto, el carácter del turista se presenta como independiente, eligiendo en todo momento por donde quiere pasear o qué es lo que quiere visitar.





A pesar de ello, según la escala varían los usos. En Tenerife los turistas que no han contratado excursión, apuestan por el taxi y por el tranvía, el cual empezó a funcionar en junio de 2007, y ha sido utilizado por un 5.3% de los turistas en esta temporada.

Por otro lado, La Gomera se caracteriza por el mayor peso de las excursiones organizadas a la hora de visitar el interior de la Isla. Gran Canaria y Lanzarote destacan por el uso del taxi. Y Fuerteventura, resalta por mayores usos de la red de guaguas pública y de los coches de alquiler.



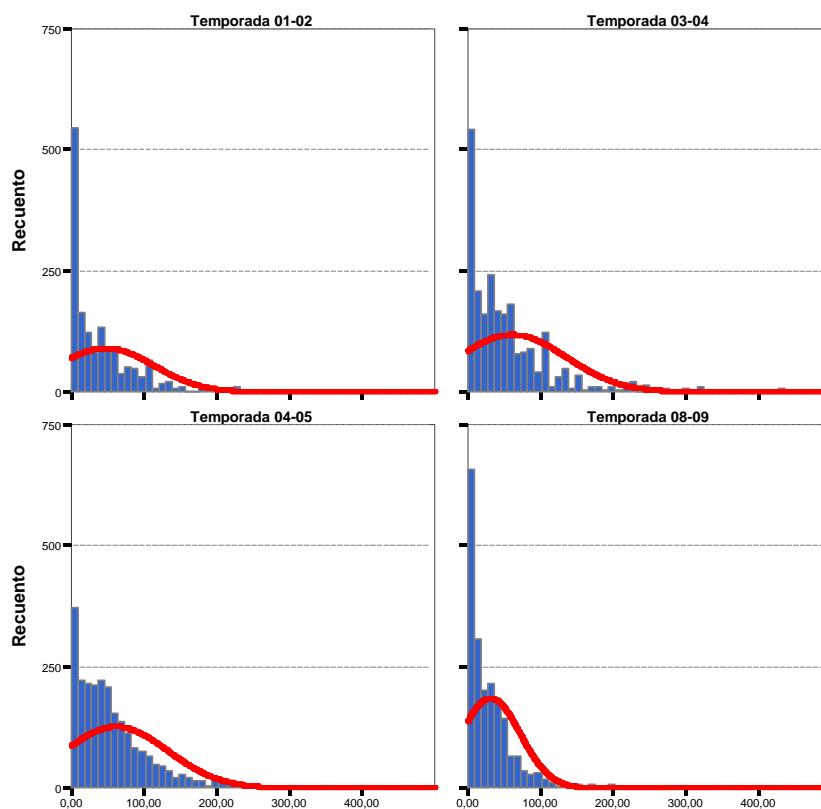


Nivel de gasto

Se ha desarrollado un análisis del gasto medio diario del crucerista a lo largo de las temporadas, con el objetivo de conocer si el turista de crucero muestra en la actualidad un cambio en la conducta de consumo.

No obstante, se debe tener en cuenta que el estudio de esta última temporada de cruceros 2008-09 ha coincidido con una coyuntura excepcional de crisis económica mundial. Además, el mercado británico, uno de los principales mercados de origen de cruceristas de las Islas, ha experimentado un gran declive de su moneda. Por tanto, los resultados que se han obtenido deben entenderse bajo este escenario, sobre todo en comparación con los datos de temporadas anteriores.

A través de cuatro histogramas, se ha representado la cantidad de dinero que cada visitante desembolsa en las escalas de forma diaria en las temporadas de estudio. En el eje horizontal se representa el gasto en euros y en vertical el total de cruceritas para cada nivel de gasto efectuado durante la escala en el puerto. En rojo se presenta una curva de distribución normal en la que se puede observar además el punto en el que se mediría la media de gasto por crucerista y día.





Comparando los gráficos se percibe que **el nivel de gasto medio del turista ha descendido considerablemente en esta última temporada de cruceros**. Por un lado, un número mayor de cruceristas que en años anteriores ha decidido no realizar ningún gasto en destino. Por otro lado, los niveles de gasto de aquellos que sí han decidido gastar son más bajos.

Por ello, la curva normal se representa de una forma más delgada porque la distribución del gasto se encuentra repartida entre menos turistas que tienen un comportamiento de gasto homogéneo.

El análisis de la desviación típica confirma que el comportamiento del turista de realizar un gasto mucho más bajo es una tendencia de este colectivo, ya que la desviación típica ha disminuido de 71 a 40, es decir la máxima diferencia entre el gasto medio diario de un turista y otro es de 40 euros.

Tabla 6.2.3-1 Nivel de gasto medio total en escala

	Media	Mediana	Desviación típica
Temporada 01-02	47,47	24,00	65,52
Temporada 03-04	61,40	39,00	74,54
Temporada 04-05	61,77	45,00	70,99
Temporada 08-09	31,78	20,00	40,57

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

No obstante el estudio por estatus muestra como los cruceristas de mayor nivel socioeconómico son los que realizan un mayor gasto medio diario.

Tabla 6.2.3-2 Nivel de gasto medio total en escala según estatus del crucerista

	Media	Mediana	Desviación típica
STATUS Bajo	22,97	15,00	24,75
Medio-Bajo	24,84	15,00	30,20
Medio	30,71	15,00	43,19
Medio-Alto/Alto	37,17	24,50	49,24

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

También se ha indagado sobre el gasto según la nacionalidad del turista, observando que **los cruceristas alemanes y británicos son los que hacen un gasto más reducido**. Estas nacionalidades son las que mayor peso poseen en el turismo de cruceros en Canarias, por lo que su bajo gasto provoca que el decrecimiento del nivel medio de gasto diario sea tan pronunciado.



Tabla 6.2.3-3 Nivel de gasto medio total en escala según país de procedencia del turista

		Media	Mediana	Desviación típica
PAÍS DE	Reino Unido	26,98	17,75	32,27
PROCEDENCIA	Alemania	28,70	15,00	38,33
	Países escandinavos	40,48	25,00	50,45
	Italia	30,02	11,25	47,22
	Otros países	39,49	30,00	47,98
	España	50,88	30,00	72,06
	Francia	38,68	32,00	41,77
	EE. UU.	51,84	40,00	50,65

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

La tendencia en la temporada 2004-05 se orientaba a que los turistas de los barcos de recorrido más habitual por las islas eran los que realizaban un mayor gasto. Sin embargo, en esta temporada 2008-09, el comportamiento ha cambiado, y son **los buques habituales e incluso los que tienen puerto base en la isla los que representan un gasto medio diario menor.**

Tabla 6.2.3-4 Nivel de gasto medio total en escala según el número de escalas del buque

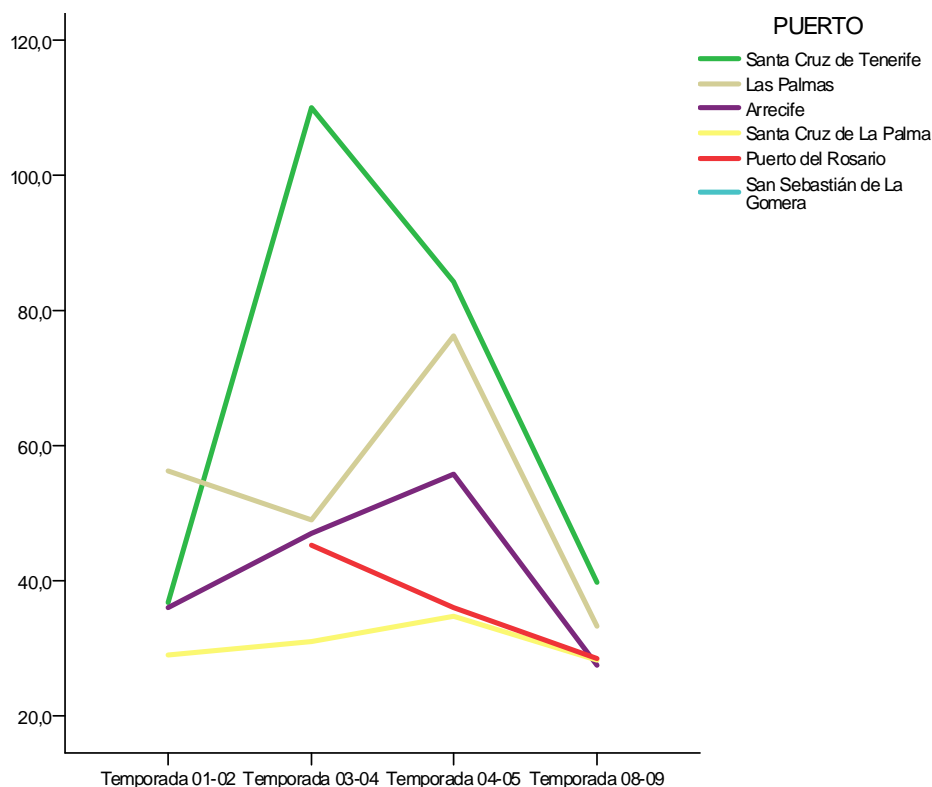
		Media	Mediana	Desviación típica
ESCALAS DEL	Ocasional en la temporada	43,82	30,00	54,18
BUQUE	Habitual en la temporada	31,90	20,00	39,72
	Puerto Base	28,19	18,00	37,31

* Elaboración Edei Consultores, S.A.



También es importante conocer si la Isla en la que hace escala el turista hace fluctuar su gasto medio diario.

Los resultados muestran que en las Islas capitalinas el gasto medio es algo superior¹ que en las Islas no capitalinas, pero sigue siendo en todas más bajo que en temporadas anteriores.



Por tanto, se sigue manteniendo un gasto mayor en Gran Canaria y en Tenerife, pero en general, **la oferta de productos y servicios que se le ofrece al crucerista ya no resulta tan atractiva en ninguna de las Islas.**

Además, esta fuerte caída registrada, coloca el nivel de gasto medio diario del turista de cruceros por debajo del gasto diario directo que realiza un turista tradicional en Canarias², considerando los mismos conceptos de gasto.

¹ El resultado excesivamente elevado que se registra en Santa Cruz de Tenerife en la temporada 2003-04 se debe a la influencia del gasto extraordinario de los cruceristas de un buque ocasional que hizo escala en este puerto. Se aconseja no tener en cuenta este dato para la comparación evolutiva del gasto en esta escala.

² Encuesta gasto turístico 2008, ISTAC, según concepto incluido en origen (vuelo, alojamiento y pensión completa).



Tabla 6.2.3-5 Gasto medio diario por persona

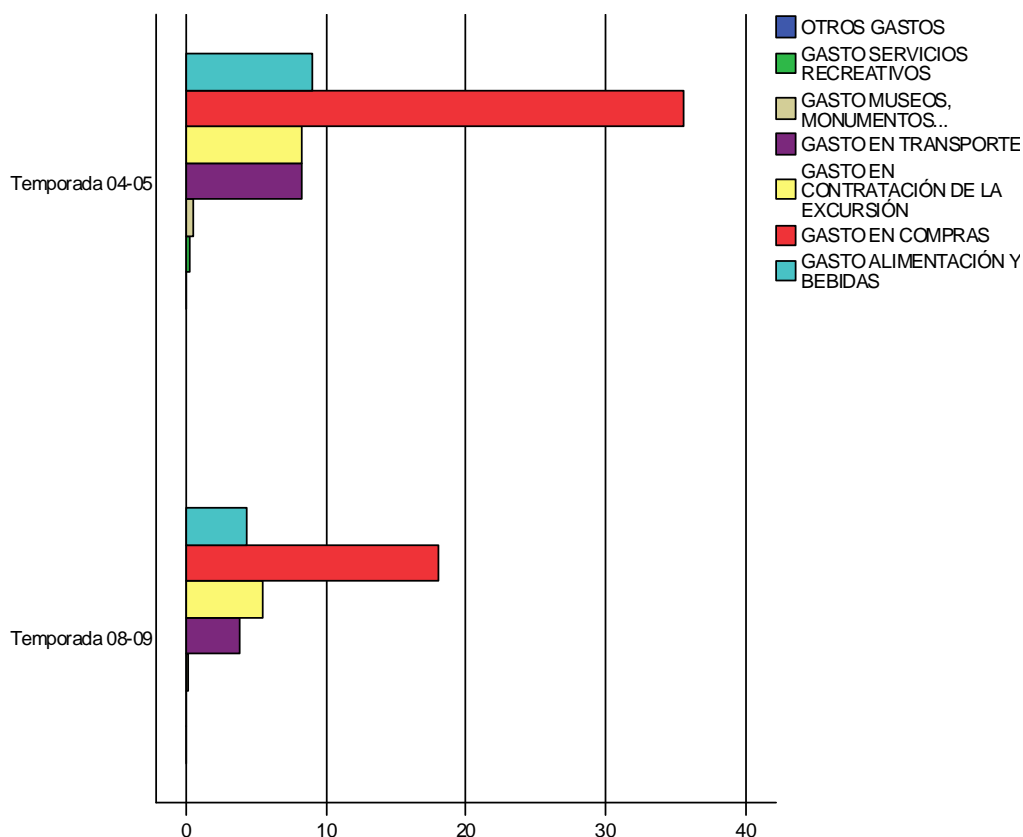
Turista de cruceros	31,78 €
Turista tradicional ²	34,32 €

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

De esta manera, queda patente que la tendencia de años atrás de que el turista de cruceros es un visitante poco experimentado en el destino, y que realiza un alto gasto en cada escala, se orienta en la actualidad a un tipo de turista habituado a viajes en crucero, cuyo gasto es mucho más reducido.

Conceptos de gasto

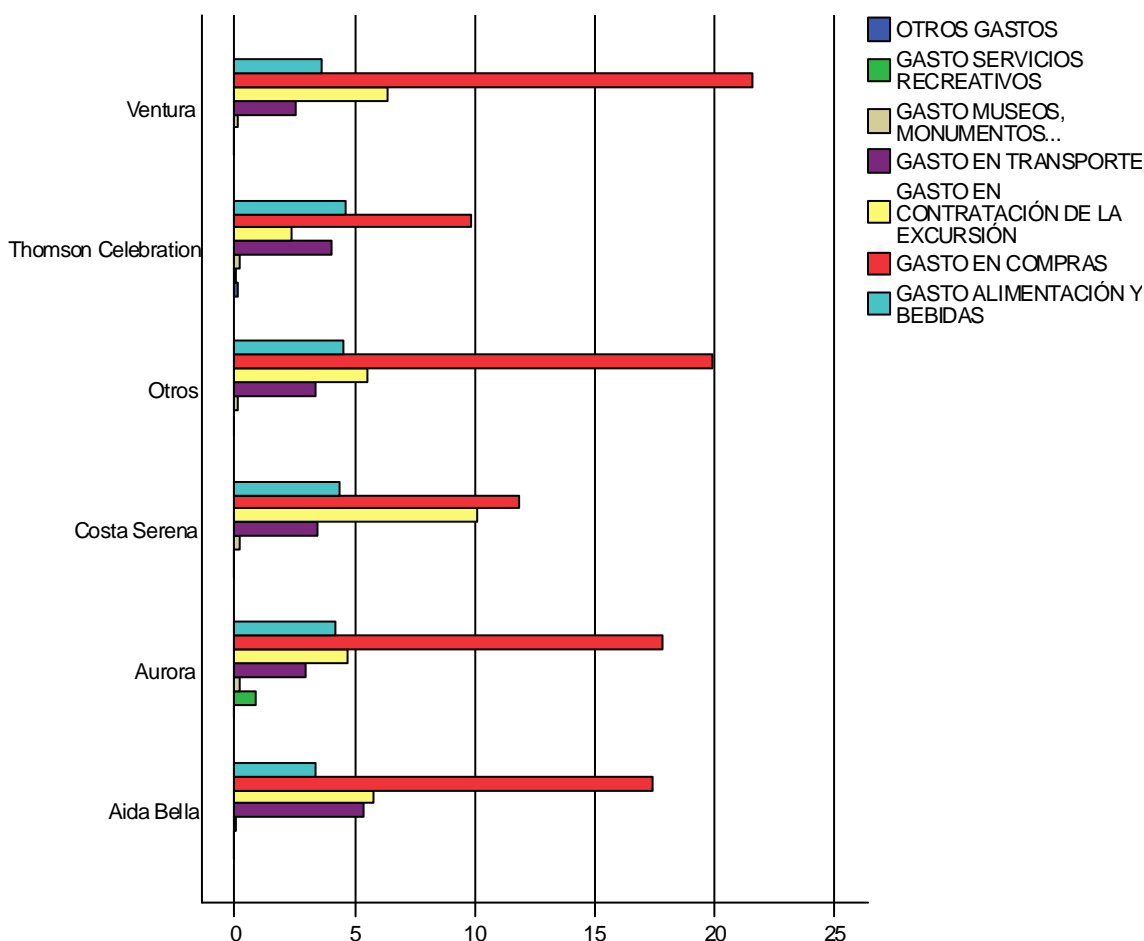
A continuación, se ha estudiado cómo el gasto se distribuye en los diferentes productos y servicios que el destino ofrece. Así se advierte que la estructura de gastos no ha variado, los desembolsos siguen siendo principalmente compras y en menor medida, gastos en la contratación de la excursión, alimentación y bebidas y transporte.





Sin embargo, se observa que **los niveles de gasto medio han disminuido en todos los conceptos, sobre todo en compras**, donde el gasto medio a pasado de 35 a 18 euros.

Según el buque con el que realiza el crucero, el comportamiento del turista varía. Los resultados que más destacan son los bajos niveles de compras de los pasajeros de los buques “Costa Serena” y “Thomsom Celebration”. En el primero de ellos se advierte que el gasto en la contratación de la excursión es mucho más elevado que en el resto de barcos, lo que puede explicar que el turista prefiera gastar el dinero en la excursión y no tanto en comprar cualquier producto. Sin embargo, el “Thomsom Celebration” refleja un gasto bajo también en este concepto, significando así que la conducta de sus viajeros es gastar poco en escala.





Compras

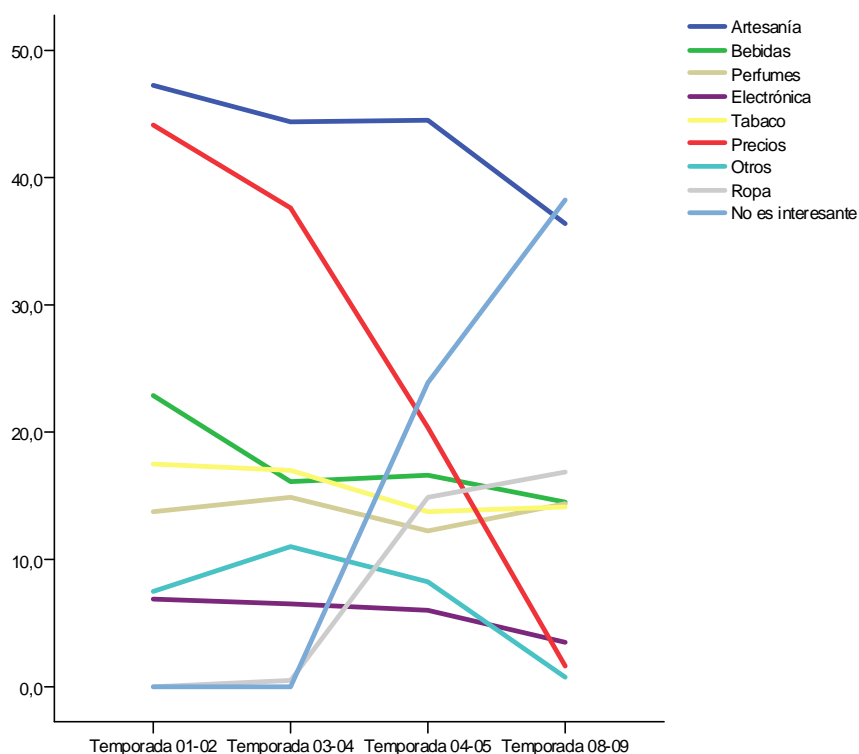
Una vez que identificado que los mayores gastos del turista provienen de las compras, es de interés comprobar qué productos son más llamativos para ellos.

Desde la temporada 2004-05 se realizan dos preguntas al crucerista sobre este tema. En la primera de ellas se indaga sobre qué productos cree el turista que son interesantes para comprar en Canarias, y la segunda, cuáles de ellos ha comprado durante su visita a las Islas.

Un 38% de los cruceristas ha señalado que Canarias no es un destino interesante para comprar, resultado que ha crecido en comparación con catas anteriores.

Entre aquellos turistas que sí observan artículos de interés, la artesanía y productos locales es lo que más llama la atención. Sin embargo, al comparar con catas anteriores, el peso de este tipo de productos ha disminuido en más de diez puntos porcentuales. En menor medida aparecen ropa y calzado, artículos de perfumería, bebidas alcohólicas y tabaco.

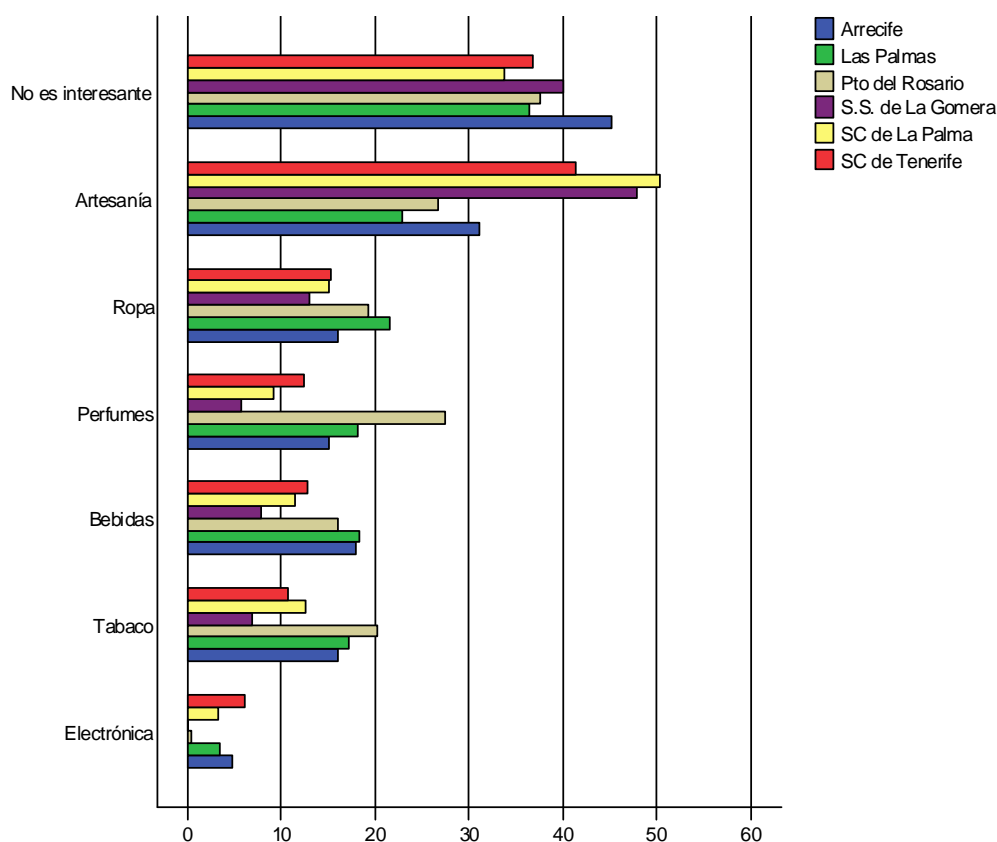
Destaca cómo la categoría “precios competitivos” en general cae hasta un porcentaje insignificante, dando muestras de que los turistas ya no poseen la visión de Canarias como un destino realmente barato. Esto puede deberse a la subida de precios constante que se está produciendo en los últimos años.





Segmentando la muestra en base a las diferentes escalas, se observa que cada Isla posee unas características bien definidas.

- Lanzarote: destaca por tener el mayor porcentaje de turistas no interesados en comprar. Sus productos locales y souvenirs pierden peso en comparación con otras islas, mientras que el resto de productos se mantienen en torno a la media.
- La Palma y La Gomera: consiguen ofrecer productos locales y artesanía que interesa al turista en mayor medida que los de otras islas. El atractivo del resto de productos es muy bajo.
- Tenerife: mantiene el interés por sus productos locales, artesanía y souvenirs, pero en el resto de productos los porcentajes se encuentran por debajo de la media, exceptuando los artículos electrónicos, en los que es más atractiva que el resto de islas.
- Gran Canaria y Fuerteventura: No generan interés por los artículos locales y artesanía. Los turistas aprecian que son atractivas para comprar ropa, calzado, complementos, productos de perfumería, etc.





El comportamiento real sobre las compras realizadas por el crucerista en su visita que se ha recogido, concuerda con la tendencia cada vez mayor de no estar interesado en los productos y servicios que Canarias durante su visita, incluso su actitud se confirma al obtener que **1 de cada 2 turistas ha decidido no comprar nada en el destino**, cantidad muy superior a anteriores temporadas.

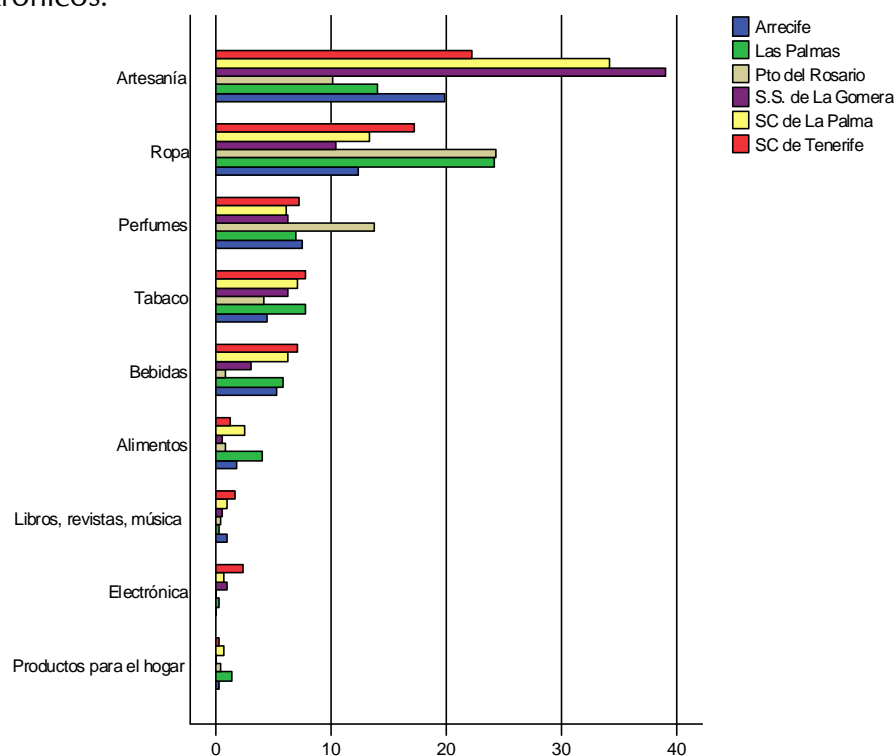
Por escalas, destaca incluso un carácter más negativo cuando el turista desembarca en el puerto de Arrecife.

Tabla 6.2.3-6 Realización de compras en la escala por parte del crucerista

		PUERTO						
		Total	Santa Cruz de Tenerife	Las Palmas	Arrecife	Santa Cruz de La Palma	Puerto del Rosario	San Sebastián de La Gomera
HA	Si	49,8%	50,4%	53,4%	42,7%	53,0%	46,3%	53,1%
COMPRADO	No	50,2%	49,6%	46,6%	57,3%	47,0%	53,7%	46,9%
EN LA ESCALA	Total	2.031	413	414	398	396	218	192

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

Tal y como se analizaba en los productos de interés para el crucerista, a la hora de sus elecciones reales han seguido las mismas conductas. En La Palma y La Gomera sobresale el gasto en productos locales, artesanía y souvenirs. En Gran Canaria y Fuerteventura, la mayor parte de las compras están relacionadas con ropa, complementos, perfumería...En Tenerife y Lanzarote, las compras consiguen mantenerse en torno a la media en todos los productos, destacando en la primera de ellas la adquisición de artículos electrónicos.





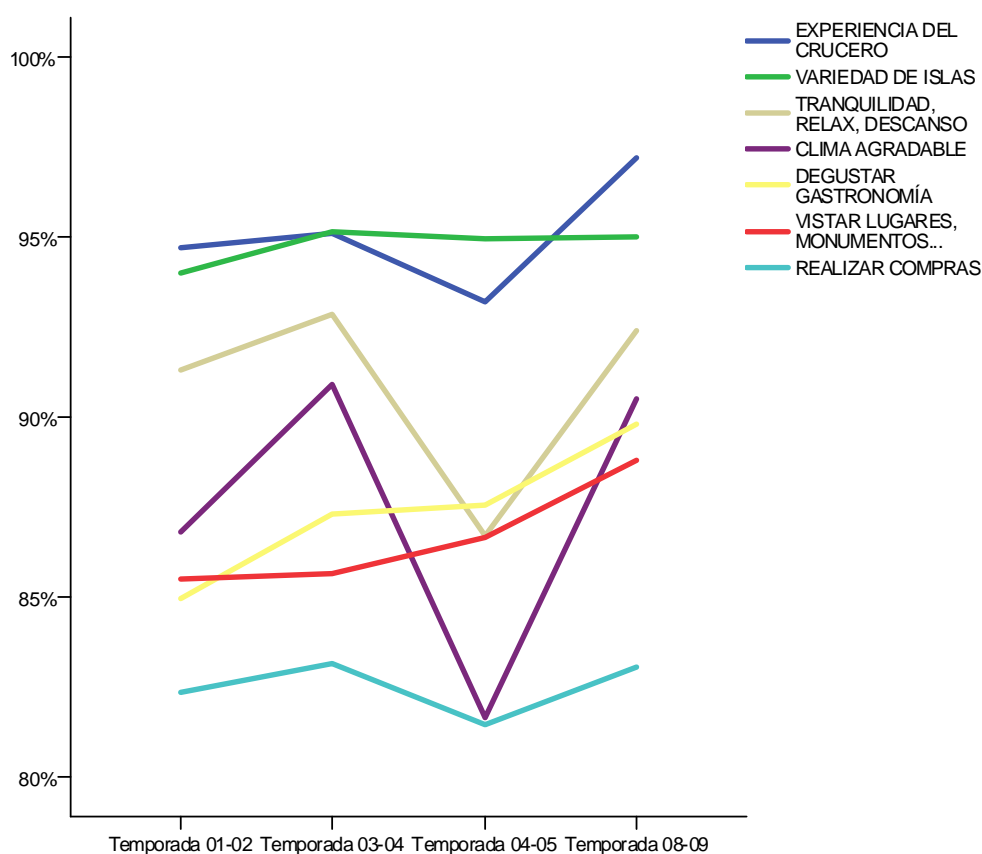
6.2.4. Valoración de la experiencia del crucero

Satisfacción con los aspectos del crucero

En relación a los aspectos que satisfacen al turista en su experiencia de vacaciones en crucero, destacan mayores porcentajes en el disfrute de la variedad de islas que han visitado y por la experiencia del crucero en general.

Por tanto, su visión a la hora de contratar este tipo de viajes, es que **van a disfrutar de los servicios que ofrece el buque, pero también influye el destino que vayan a visitar durante la travesía.**

El resto de factores mantienen su grado de satisfacción con respecto a anteriores temporadas o lo incrementan ligeramente.

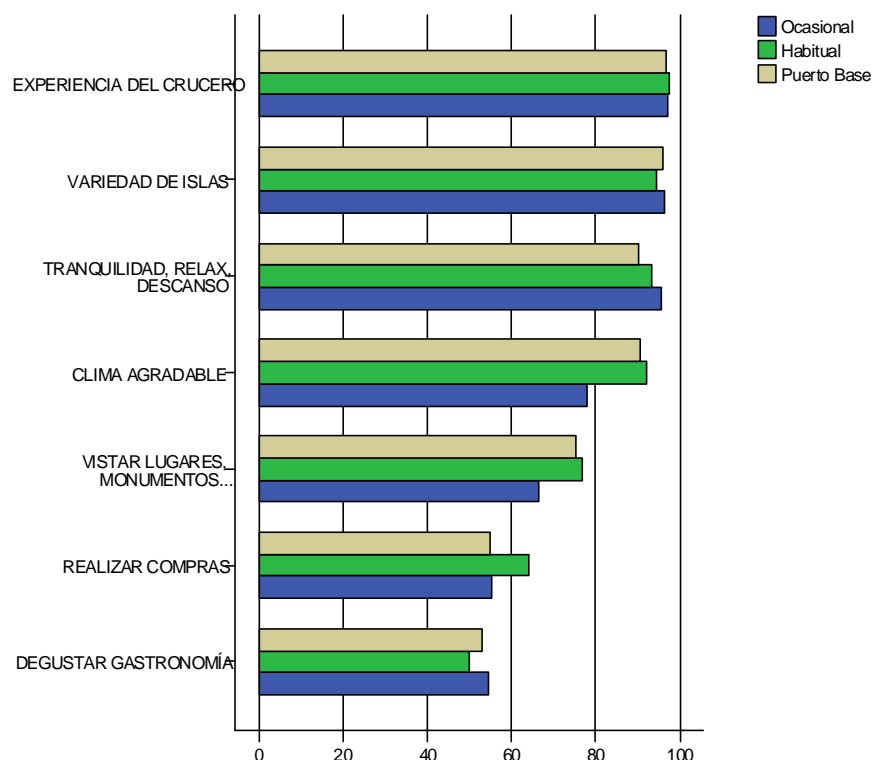




En la valoración de la satisfacción del crucero es trascendental el estudio de los resultados en función del buque en el que el turista viaja. En este sentido, destaca la elevada satisfacción de los buques Ventura, Costa Serena y Aida Bella con respecto a la experiencia del crucero. Este hecho puede deberse a que se trata de buques modernos de gran pasaje y en los que pueden disfrutar de una mayor gama de actividades y servicios a bordo.

En general, los turistas de buques que poseen un recorrido habitual por las Islas o tienen en alguna de ellas su puerto base, se encuentran más satisfechos con el clima y con la visita a lugares, monumentos, etc., resultados motivados posiblemente por su mayor acceso a las diferentes islas que los cruceristas de barcos de visita ocasional.

Por el contrario, en la tranquilidad, relax y la degustación de la gastronomía, son los turistas de buques ocasionales en Canarias los que manifiestan mayor satisfacción. La explicación puede encontrarse en la valoración global de estos cruceristas que comprende no sólo los puertos canarios sino otras escalas.

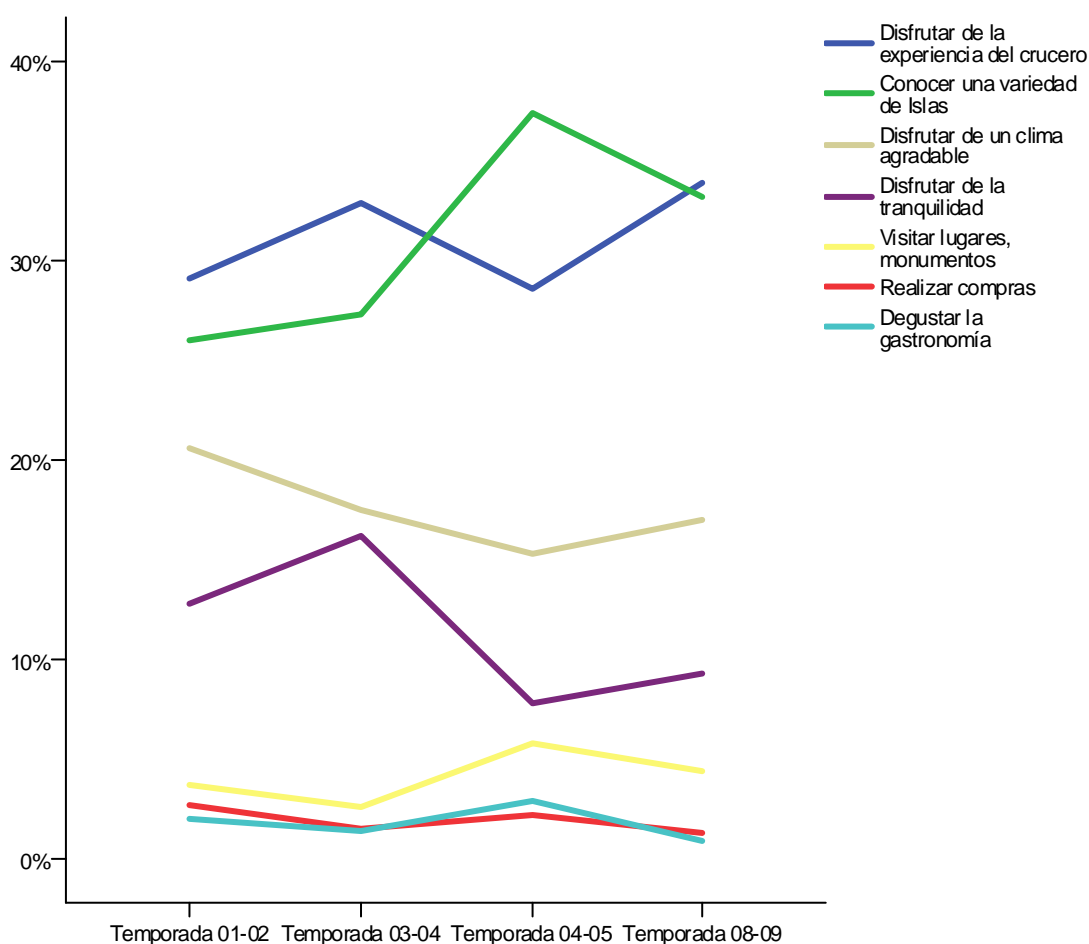




Lo mejor del crucero

A la hora de seleccionar el mejor aspecto del crucero que han experimentado, **hay igualdad de respuestas hacia la variedad de islas que hacia la experiencia del crucero**, a diferencia de la última cata estudiada 2004-05, donde sobresalía la variedad encontrada en el destino.

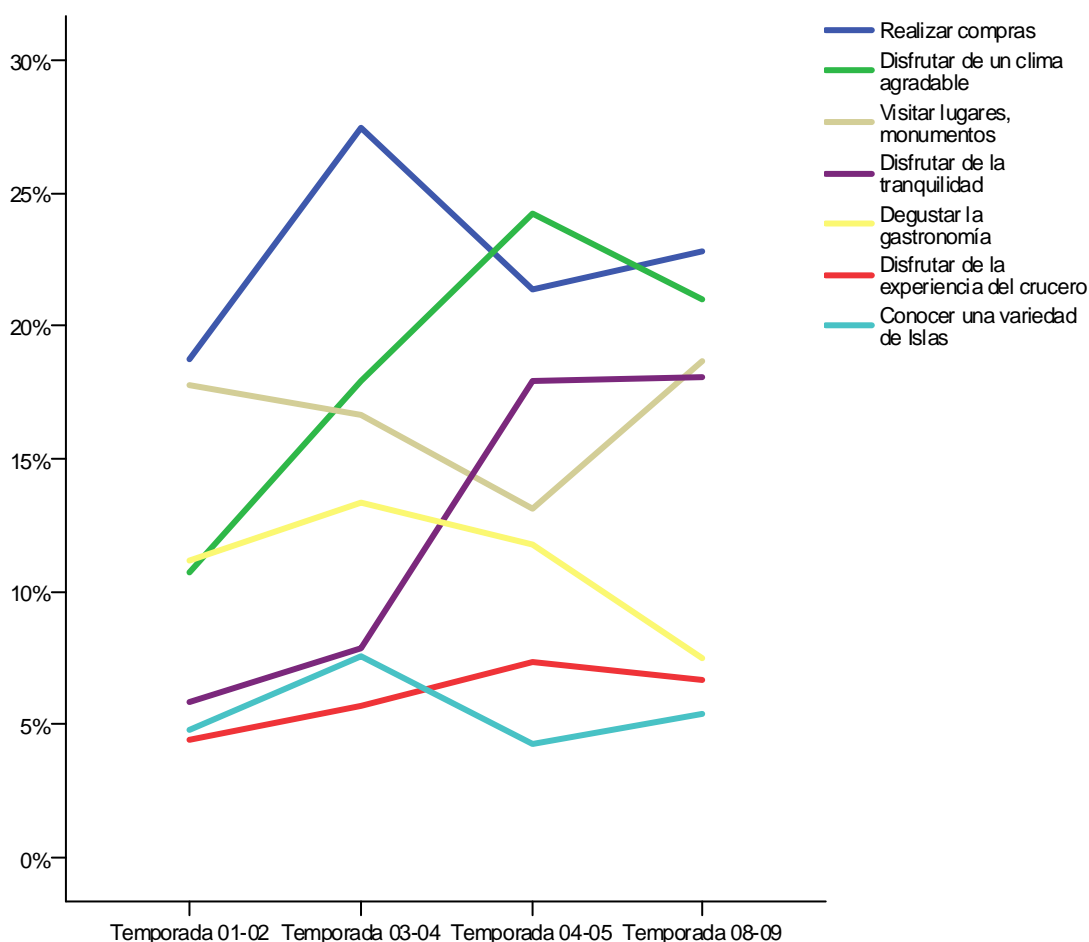
Estos resultados dan muestras por un lado, de que las propias instalaciones y servicios del buque son en sí mismas un aspecto que ha mejorado notablemente en los últimos años y es apreciado y valorado por el turista cada vez más, llegando a ser tan importante como las características del destino a visitar. Por otro lado, ambos aspectos son los más nombrados como lo mejor del viaje, por lo que se debe destacar el posicionamiento de Canarias dentro del sector de cruceros.





Lo peor del crucero

Los aspectos más negativos para el crucerista durante su viaje han sido en mayor medida la **realización de compras** y el disfrute de un clima agradable, este último afectado en la temporada 2008-09 por unas condiciones meteorológicas poco favorables. En relación a temporadas anteriores, el clima deja de ser la primera causa de insatisfacción, y aumenta su peso la mala experiencia con respecto a la visita a lugares, monumentos, etc.



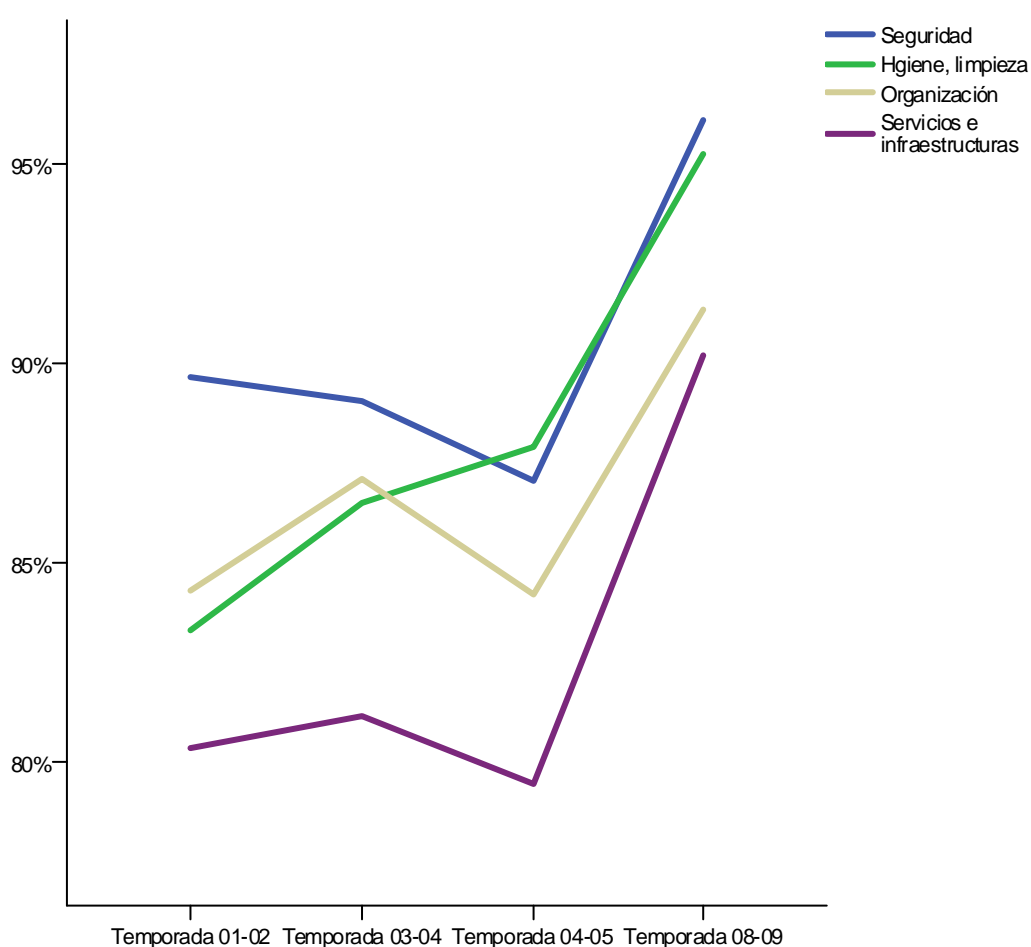
Como resultados a destacar, los buques de visita ocasional a Canarias en la temporada han valorado más negativamente el clima que buques más ocasionales. Esto puede deberse a que estos turistas poseen una imagen distinta sobre Canarias y el clima veraniego que aquellos que decidieron un crucero específico en este destino, por lo que sus expectativas no se vieron cumplidas.



Nivel de satisfacción con la zona portuaria

Por orden, los turistas han manifestado mayor satisfacción con respecto a la higiene, limpieza y seguridad que han encontrado en las distintas zonas portuarias. En menor medida han valorado la organización, servicios e infraestructuras e información y señalización, registrándose en este último aspecto los valores más bajos de satisfacción.

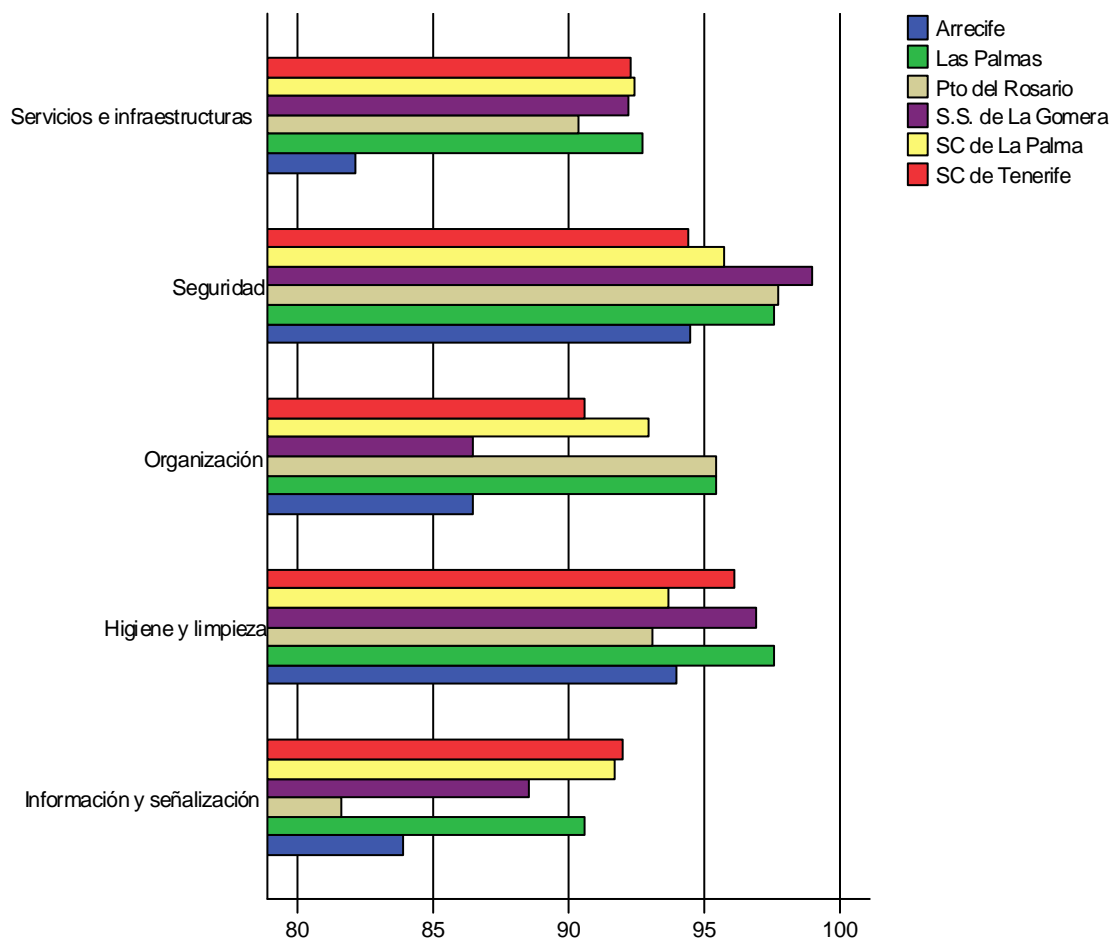
Con respecto a temporadas anteriores, las valoraciones de esta última cata han sido más positivas en todos los elementos.



Es interesante estudiar la valoración que hacen los turistas de los diferentes puertos. Todos los puertos reciben puntuaciones elevadas y similares en todos los aspectos, indicando que el turista se encuentra satisfecho con las características de las distintas zonas portuarias de Canarias que ha visitado.



Tal y como muestra el gráfico, el puerto de Arrecife ostenta entre los turistas la valoración menos positiva en cuanto a la gestión de servicios e infraestructuras y la organización. En lo referente a la información y señalización en el puerto, los turistas valoran menos positivamente los puertos de Arrecife y Puerto del Rosario.



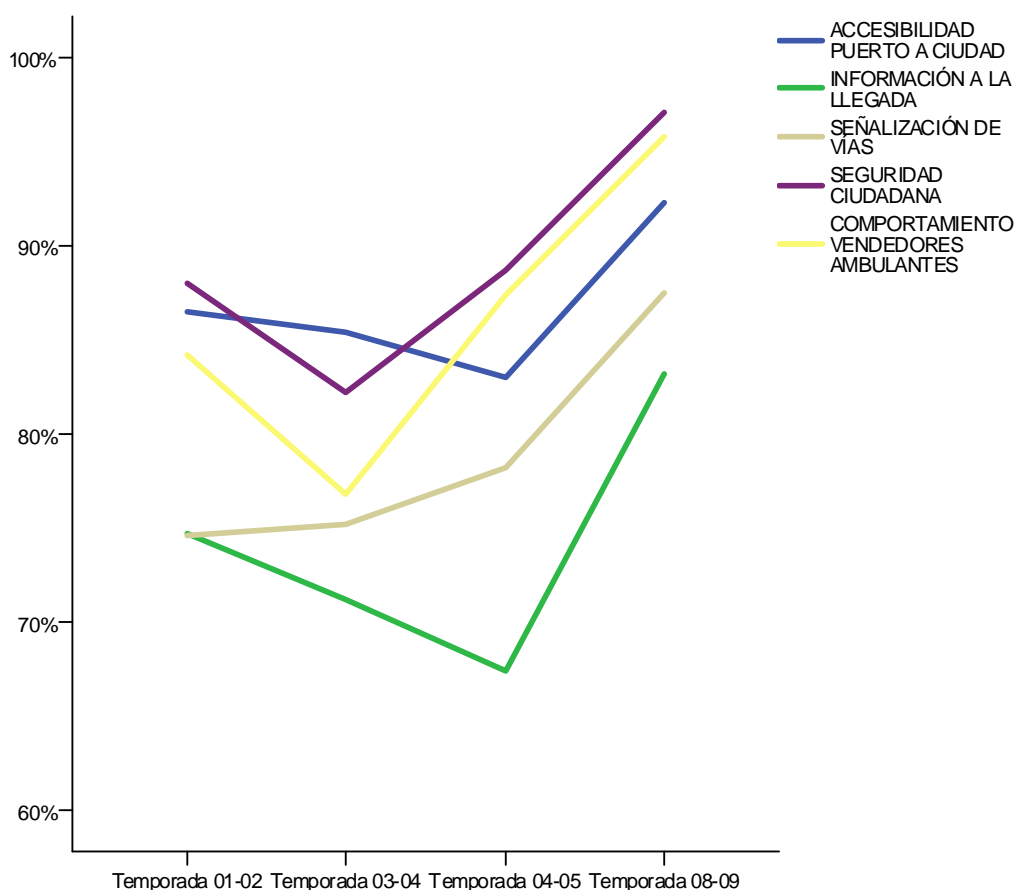


Nivel de satisfacción con los elementos de las ciudades

Se han segmentado en tres categorías los elementos a analizar. En primer lugar, se ha estudiado la valoración del turista respecto a la organización y seguridad de la ciudad, en segundo lugar, sus infraestructuras y servicios, y en tercer lugar, la amabilidad y trato de los residentes hacia ellos.

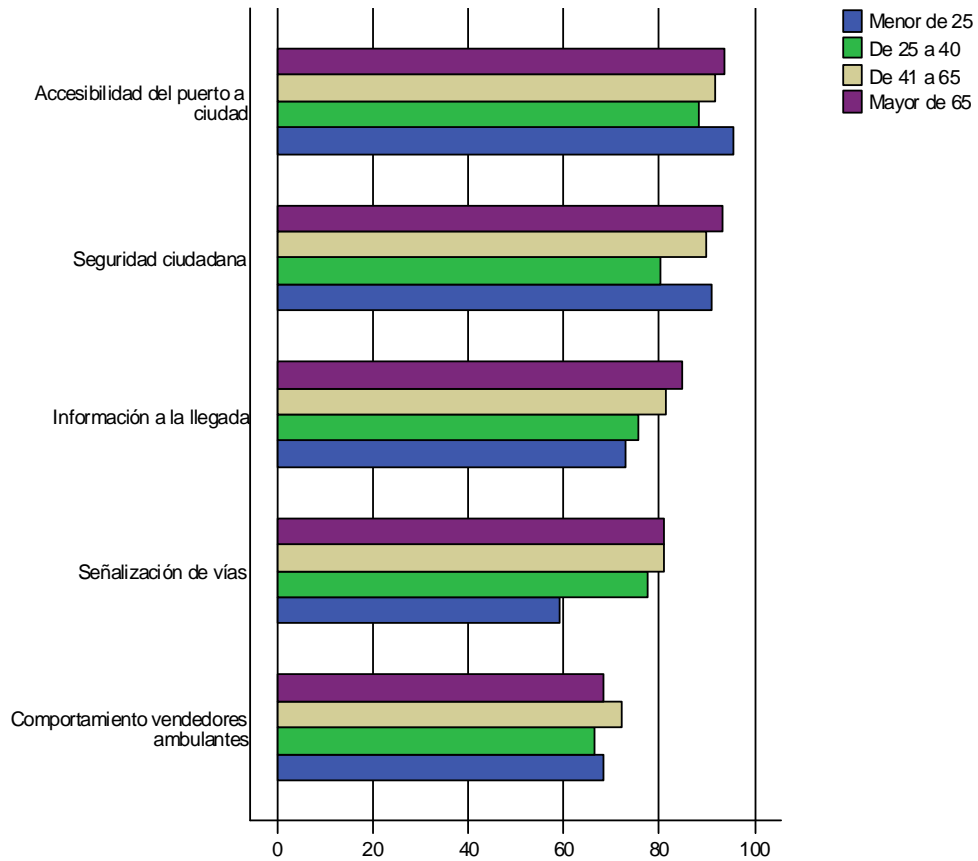
1) Organización y seguridad de la ciudad

Los atributos peor valorados son los relacionados con la existencia de información a la llegada a puerto y la señalización en la ciudad de vías, lugares de interés, etc. No obstante, con respecto a las puntuaciones recibidas temporadas anteriores, la satisfacción ha mejorado.





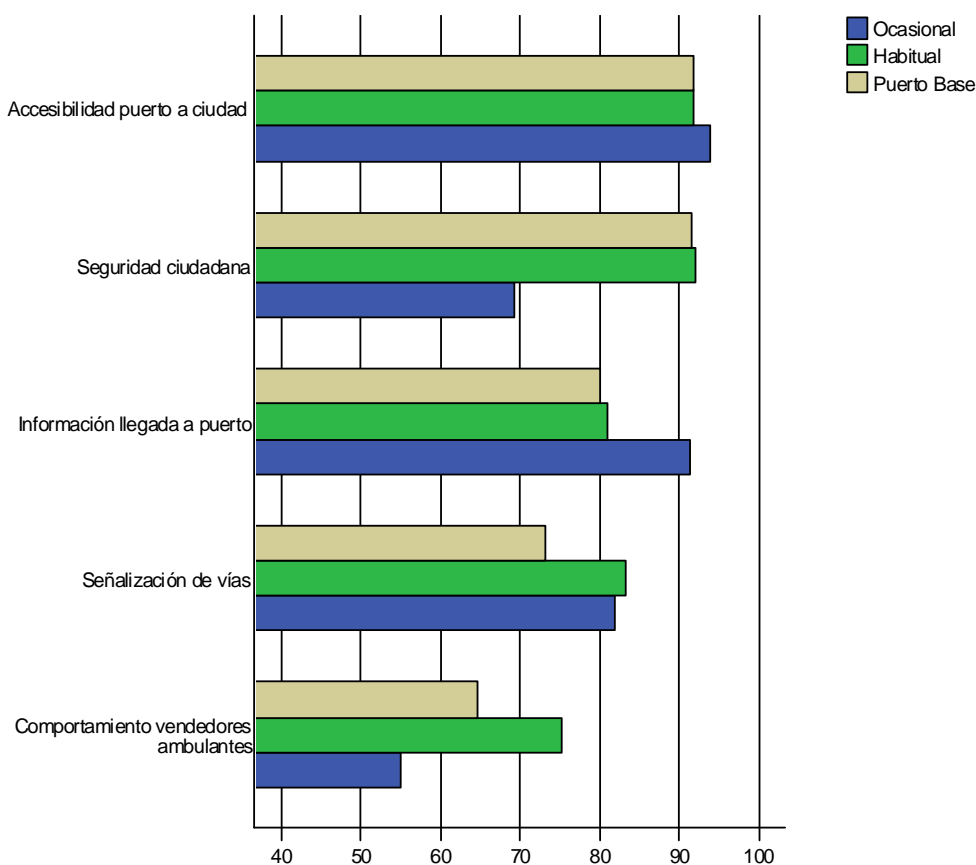
Según los segmentos de edad, los turistas más jóvenes manifiestan mayor insatisfacción con la información que reciben a la llegada a puerto y con la señalización general de la ciudad.





Comparando las escalas de los buques, se observa que hay diferencias de opinión entre los cruceristas de buques ocasionales y los de buques habituales en torno a la información que se le ofrece.

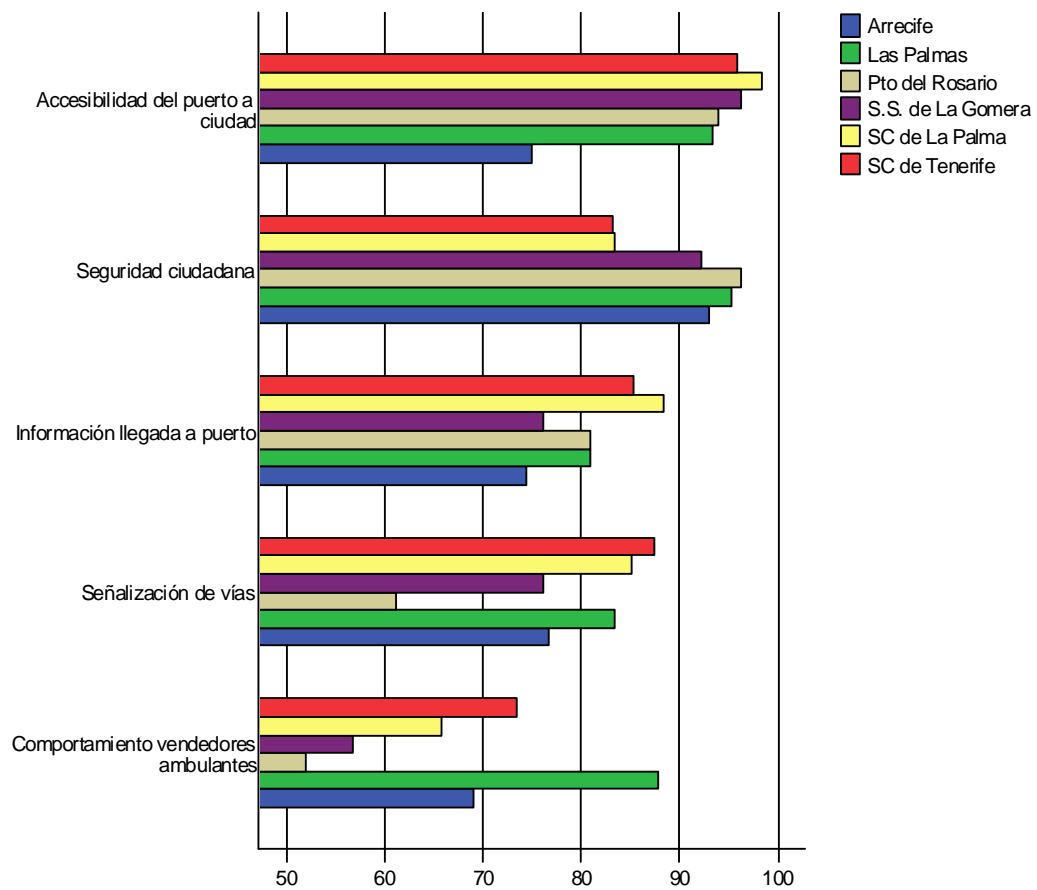
Los turistas que viajan en barcos de visita habitual a Canarias en la temporada (incluido los que tienen en el Archipiélago su puerto base), se quejan en mayor medida de la falta de información cuando desembarcan y desean visitar la ciudad. Esta diferencia puede deberse a que son estos turistas los que hacen más escalas en las Islas y observan que, de manera frecuente, **la información que se les ofrece no es la adecuada o es insuficiente.**



Los turistas de buques de escala ocasional, manifiestan menor satisfacción con la seguridad ciudadana y con la actitud de los vendedores ambulantes. No hay que olvidar que la valoración de estos cruceristas engloba también otros destinos durante el viaje.



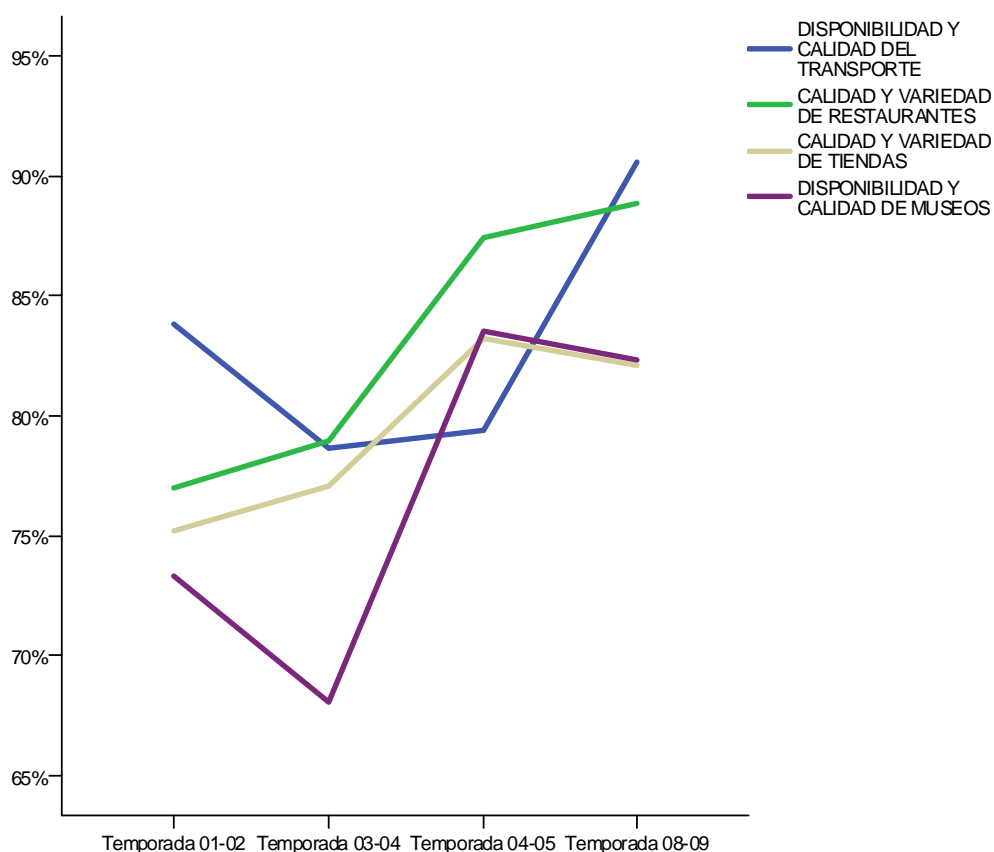
Por último, cabe destacar que la escala en el puerto de **Arrecife es la peor valorada en cuanto a la accesibilidad del puerto a la ciudad**. Por el contrario, Las Palmas de Gran Canaria es la mejor valorada en cuanto al comportamiento de los vendedores ambulantes.





2) Infraestructuras y servicios de la ciudad

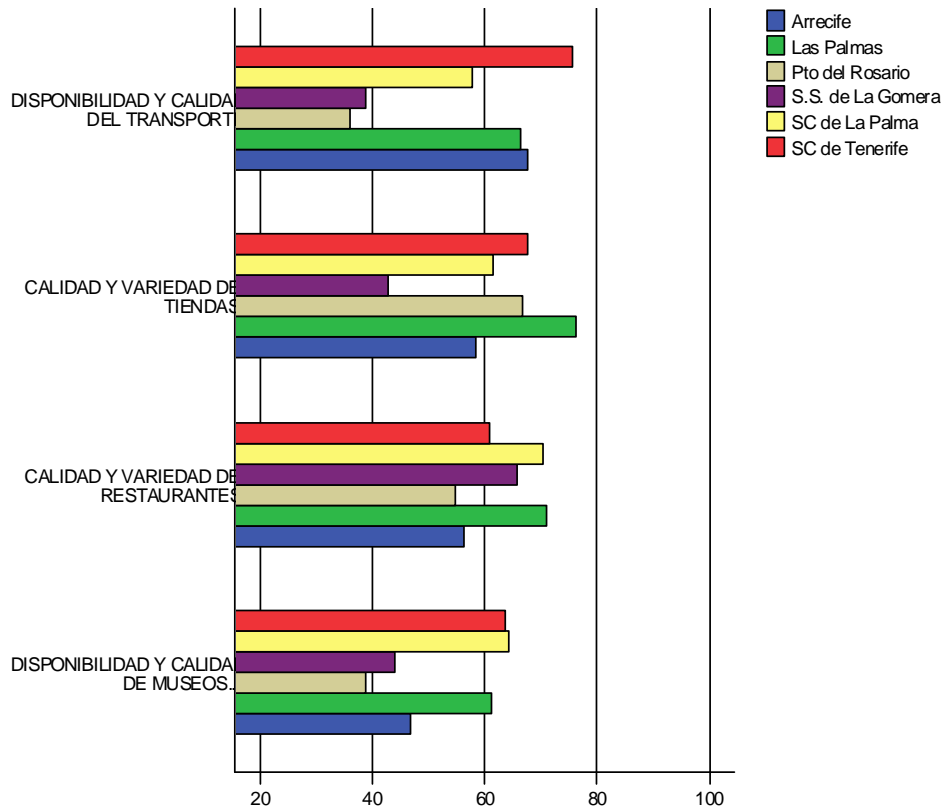
En comparación con temporadas anteriores, las valoraciones sobre la calidad y disponibilidad del transporte y de la variedad de restaurantes son más positivas esta última temporada, manifestándose menor satisfacción con respecto a la calidad y variedad de tiendas y la disponibilidad de museos, monumentos y lugares de interés histórico, (este último aspecto más acusado entre los cruceristas de nivel socioeconómico más elevado).



En relación a la ciudad en concreto, Arrecife es la que genera menor satisfacción con respecto a la calidad del transporte y de los monumentos y lugares de interés histórico - cultural. Por otro lado, San Sebastián de La Gomera se encuentra peor valorada en relación a la calidad y variedad de tiendas para comprar.



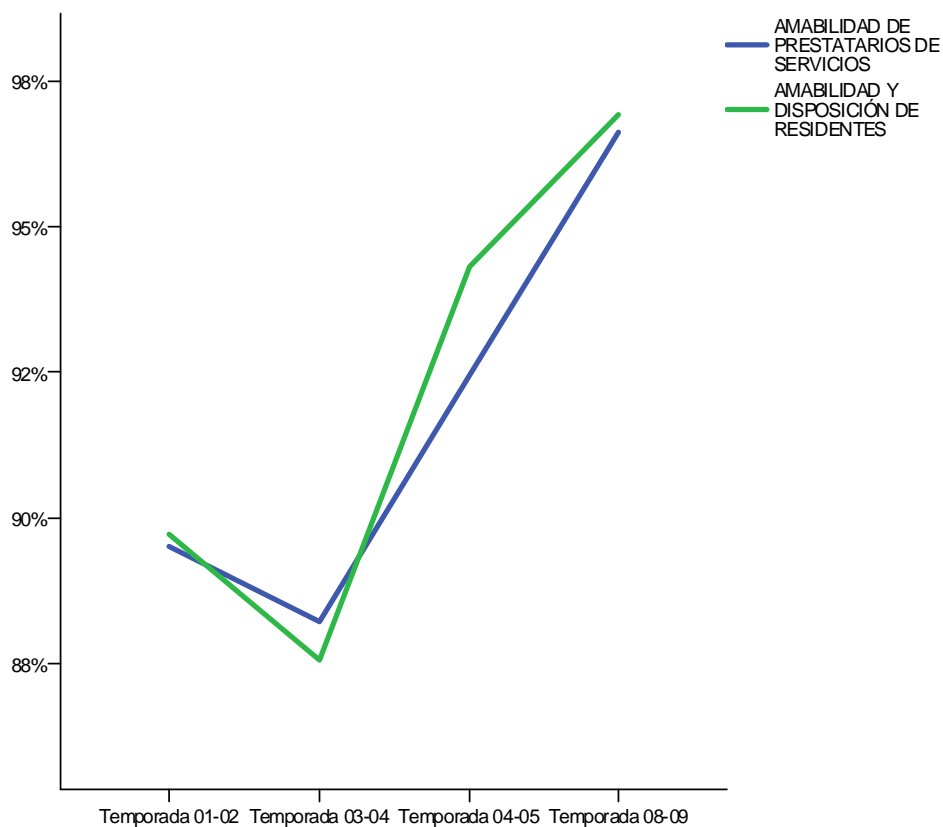
Por el contrario, Las Palmas de Gran Canaria es valorada muy satisfactoriamente en cuanto a la calidad y variedad de sus restaurantes y bares.





3) Amabilidad y disposición

Los aspectos relacionados con el trato al turista por parte de los prestatarios de los servicios y de los propios residentes de las Islas son elementos muy bien valorados a lo largo de todas las temporadas de crucero.

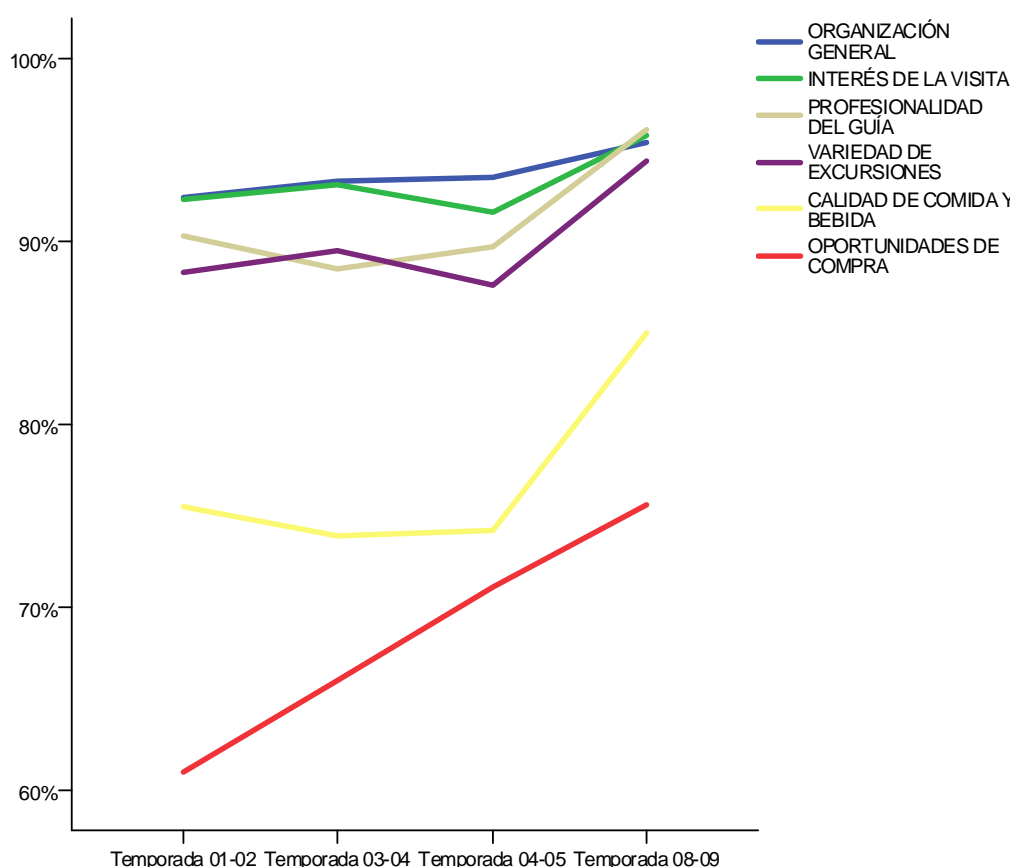




Nivel de satisfacción con los elementos de las excursiones

La satisfacción de los cruceristas con los diferentes elementos de las excursiones es, en general, superior en esta temporada a las anteriores.

Los aspectos menos valorados se relacionan con las oportunidades de compra durante la excursión y la calidad de la comida/ bebida ofrecida.



Con respecto al nivel de expectativa cumplida, destaca cómo un 14% aproximadamente de turistas británicos muestran insatisfacción entre lo que esperaban y la excursión que han realizado, a diferencia de los alemanes y turistas de otras nacionalidades. Por tanto, el público británico se percibe como un cliente más exigente.

Además, en relación a la información que el turista recibe a bordo, los cruceristas de estatus medio y medio alto/ alto, muestran menor complacencia que otros segmentos más bajos, aspecto a tener muy en cuenta a la hora de promocionar y vender las excursiones en el crucero.



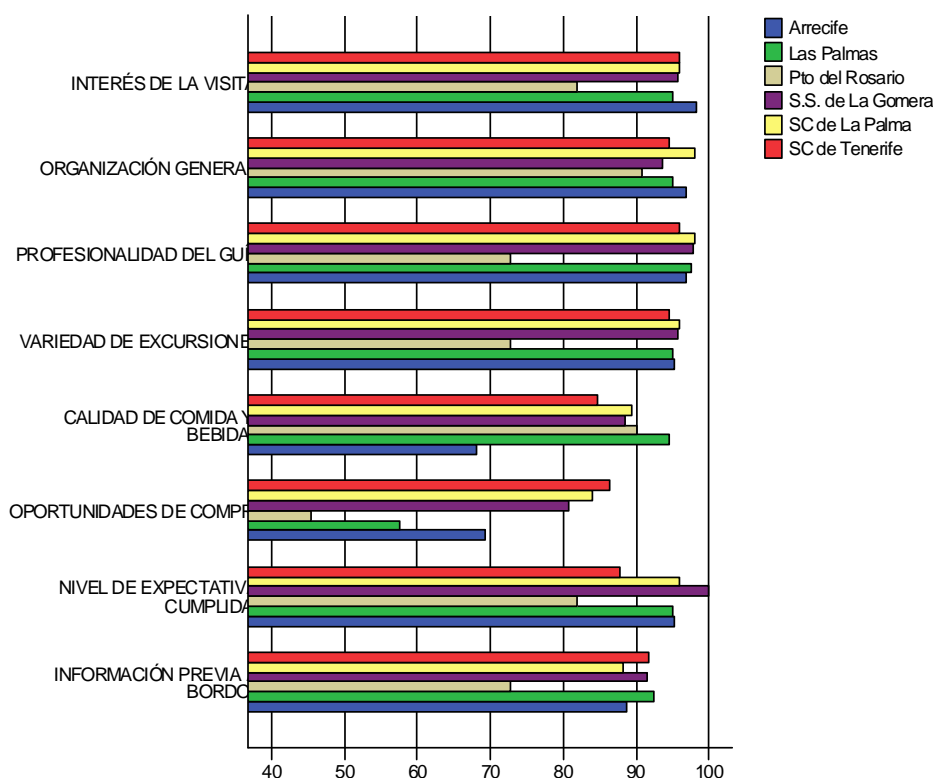
Tabla 6.2.4-1 Satisfacción con la información previa a bordo según estatus del crucerista

		STATUS				
		Total	Bajo	Medio-Bajo	Medio	Medio-Alto/Alto
INFORMACIÓN PREVIA A BORDO	Insatisfactorio/a	1,4%	0,0%	3,6%	3,7%	0,0%
	Regular	8,8%	0,0%	0,0%	14,8%	13,5%
BORDO	Satisfactorio/a	46,5%	25,0%	25,0%	48,1%	54,1%
	Muy satisfactorio/a	43,3%	75,0%	71,4%	33,3%	32,4%
	Total	284	4	28	54	37

* Elaboración Edei Consultores, S.A.

Centrando el análisis por Isla, como aspectos positivos, resaltan el interés por las visitas en Santa Cruz de La Palma y Lanzarote, las buenas valoraciones en las excursiones de Tenerife con respecto a las posibilidades de compra durante la excursión, y en las excursiones de La Gomera, el alto nivel de cumplimiento de las expectativas creadas sobre la excursión.

Se percibe una **menor satisfacción de los turistas en las excursiones realizadas en Fuerteventura**, tal y como ocurría en la temporada 2004-05, tanto en relación a la información que reciben a bordo del buque y la variedad de excursiones existente, como con las oportunidades de compra.



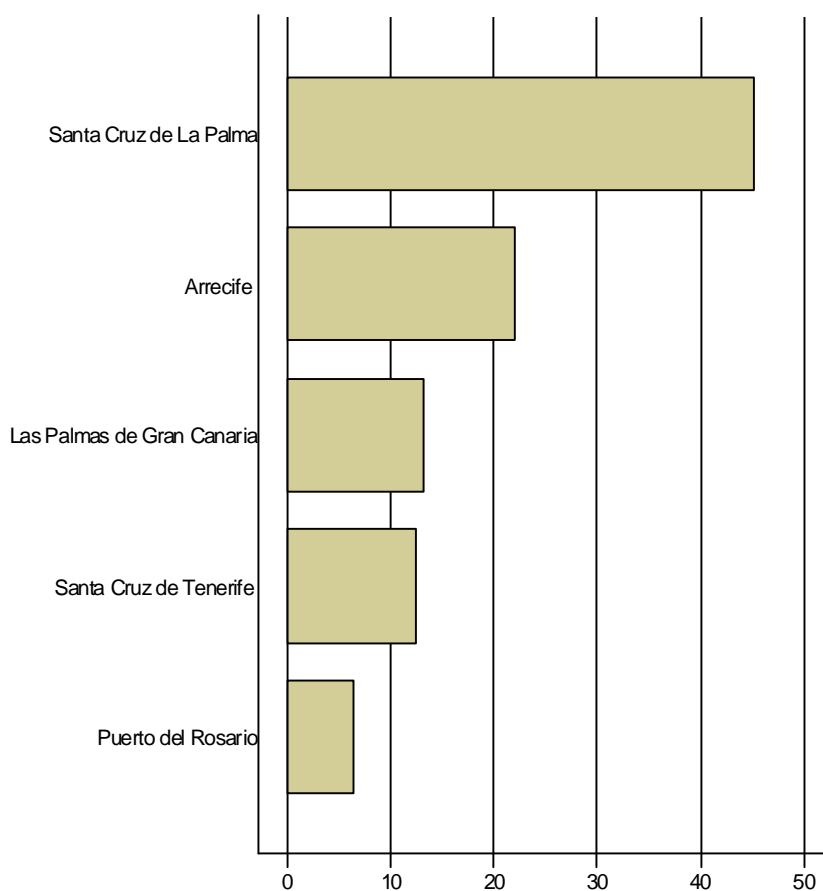


Escalas mejor y peor valoradas

Las dos preguntas del cuestionario referentes a las escalas más y menos interesantes, no pueden analizarse evolutivamente puesto que los puertos a comparar no son los mismos. Es decir, en anteriores temporadas, Funchal era una escala importante entre los buques entrevistados, mientras que en la temporada 2008-09 este puerto no ha sido objeto de estudio y además se ha incorporado uno nuevo, el de San Sebastián de La Gomera. Por tanto, el estudio queda limitado a la temporada actual.

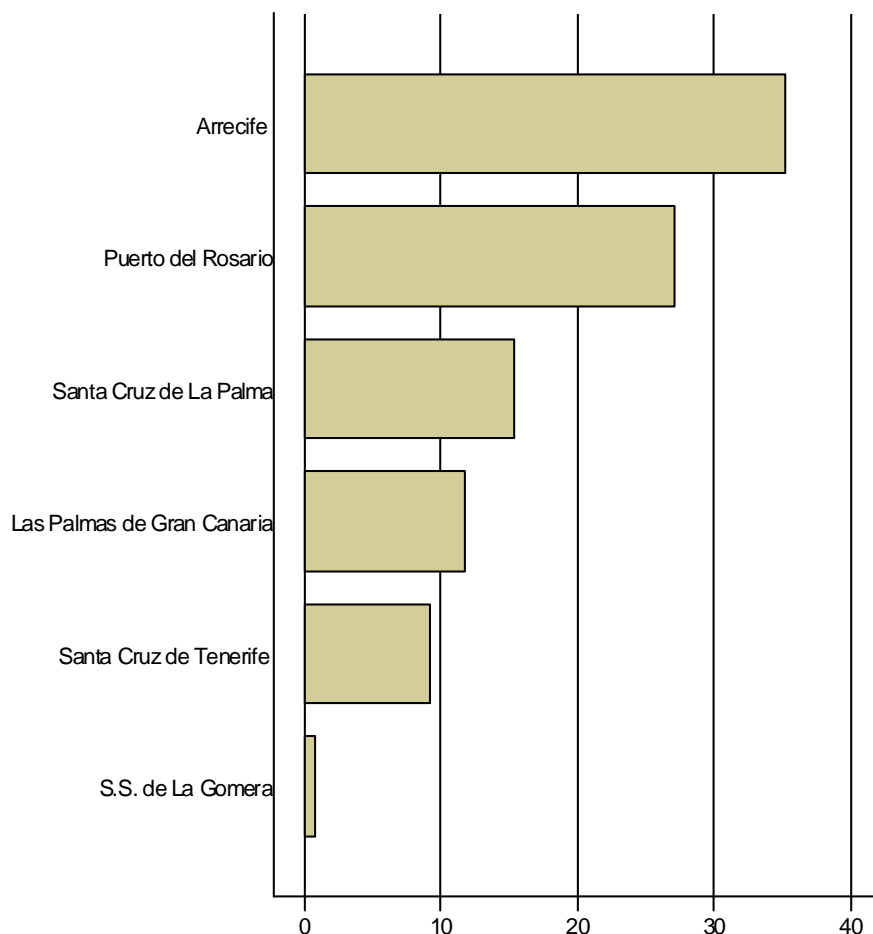
A la hora de analizar la comparación que ha realizado el turista sobre las diferentes escalas, se han analizado únicamente las opiniones de aquellos cruceristas que en el momento de la entrevista habían visitado al menos cuatro puertos. Esto reduce notablemente el tamaño de la muestra sobre la que se efectúan los cálculos.

Los resultados obtenidos cuando se le preguntaba al entrevistado por la escala más interesante, muestran un mayor interés por el puerto de Santa Cruz de La Palma, y en menor medida por los puertos de Arrecife, Las Palmas de Gran Canaria y Santa Cruz de Tenerife.





Cuando se indagaba sobre la escala menos interesante, los cruceristas han manifestado una menor predilección por los puertos de Arrecife y Puerto del Rosario.



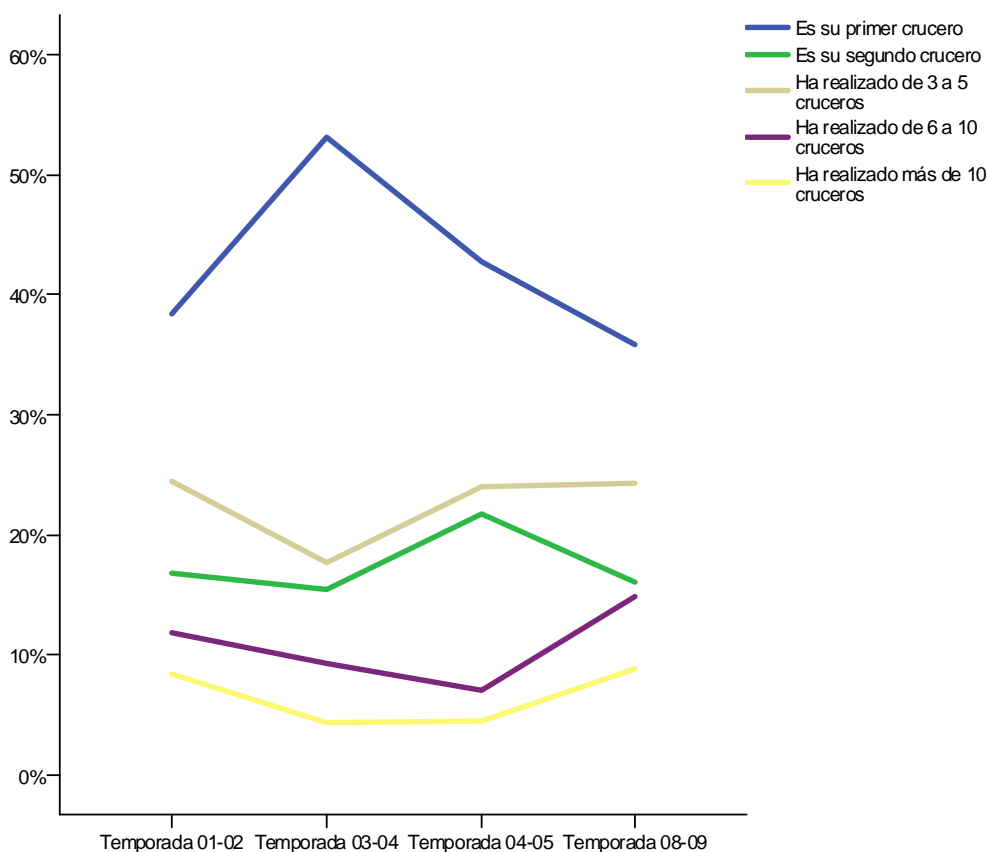
Por tanto, se puede apreciar en primer lugar, que la escala en **Arrecife genera opiniones extremas**, es decir, para algunos es una escala muy positiva pero sin embargo para otros turistas no ha sido de interés.

En segundo lugar, **Puerto del Rosario es una escala menos atractiva para el turista en comparación con el resto de puertos que visita.**



Comparación con otras áreas de cruceros

Al analizar el grado de experiencia que poseen los turistas sobre las vacaciones en crucero, se obtiene que un 64% de cruceristas ya tienen la experiencia de haber realizado algún crucero con anterioridad, cifra superior a la obtenida en temporadas anteriores.



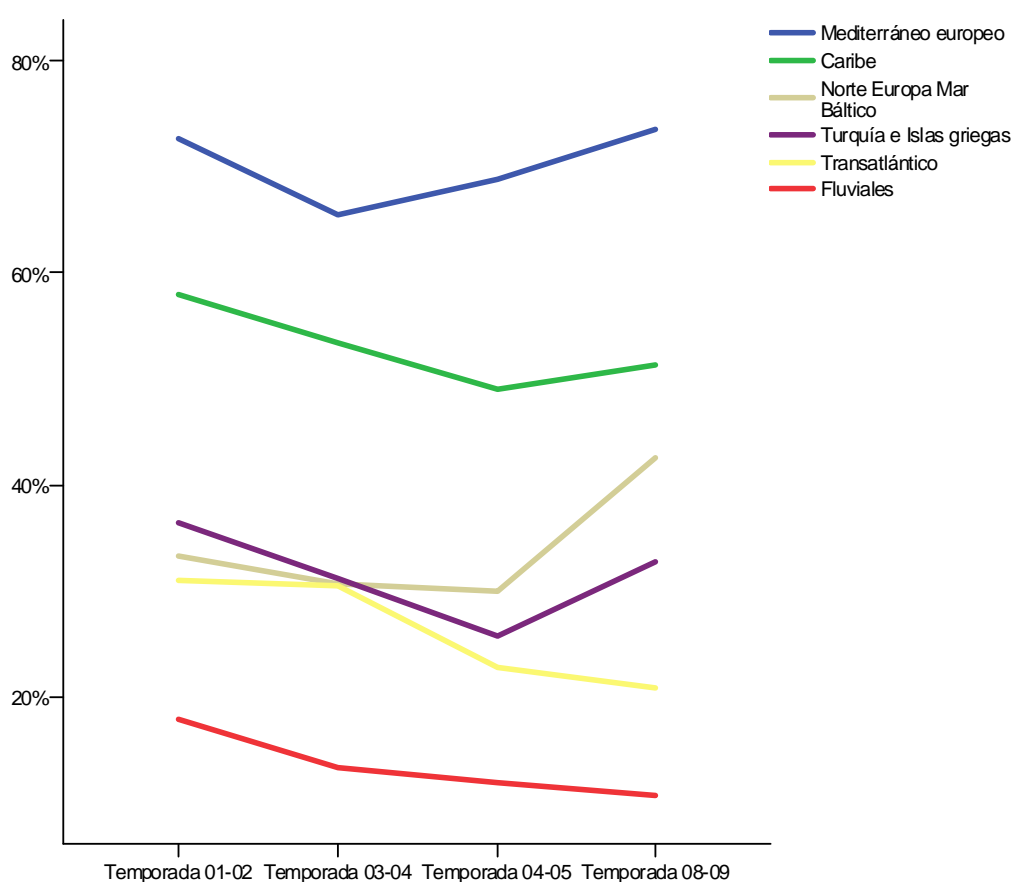
De esta manera se aprecia que en la actualidad, el turista de cruceros es un viajero con experiencia en este tipo de vacaciones y que por tanto, es más exigente con lo que espera encontrar.

No obstante, la edad influye en este comportamiento. Se advierte que entre los segmentos más jóvenes existe un mayor peso de principiantes en viajes en crucero que en turistas de mayor edad.



Además se indagó sobre los destinos de esos cruceros anteriores, con el fin de conocer los gustos de los turistas que visitan las Islas y si estos han ido variando con el paso del tiempo.

Los resultados manifiestan que aproximadamente 3 de cada 4 viajeros que han realizado algún crucero con anterioridad, lo han hecho por el Mediterráneo europeo, cifra superior a la obtenida en anteriores temporadas. En menor medida aparecen otras zonas como el Caribe, el Norte de Europa y Mar Báltico, y Turquía y las Islas griegas.



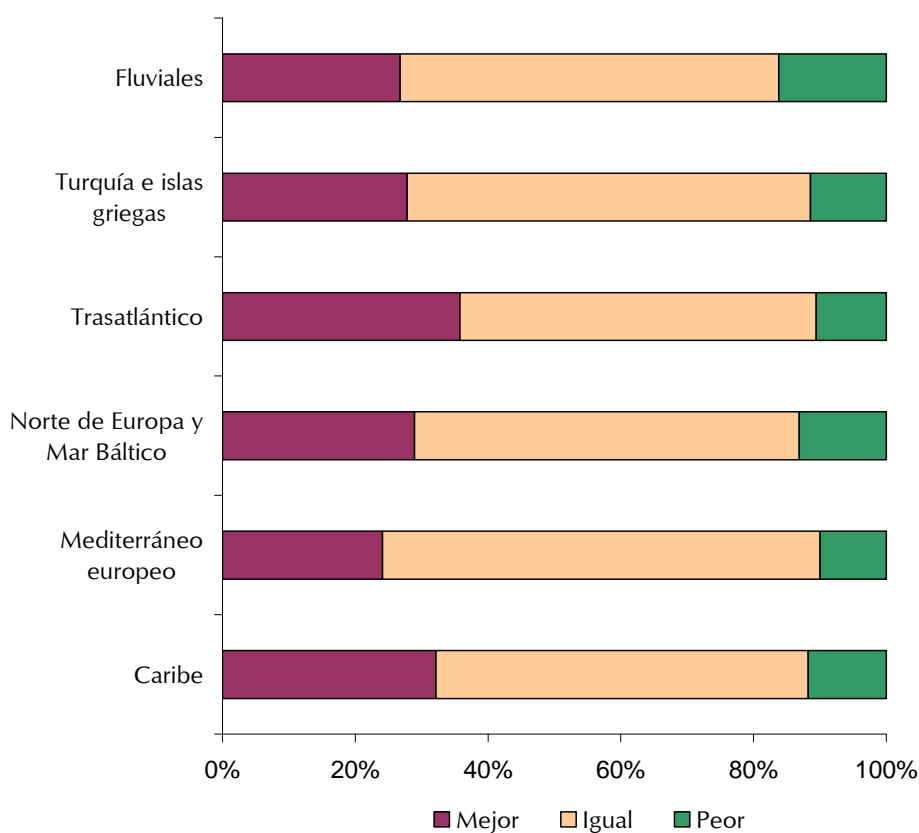
Esto supone que existe un gran atractivo por visitar zonas preferentemente de clima cálido y agradable, pero la tendencia mayoritaria es la de emprender el viaje en zonas más seguras y cercanas a los países de origen del turista.

Por lo tanto, Canarias sigue manteniendo su **protagonismo como destino interesante para realizar un crucero** ya que cumple con las características expuestas.



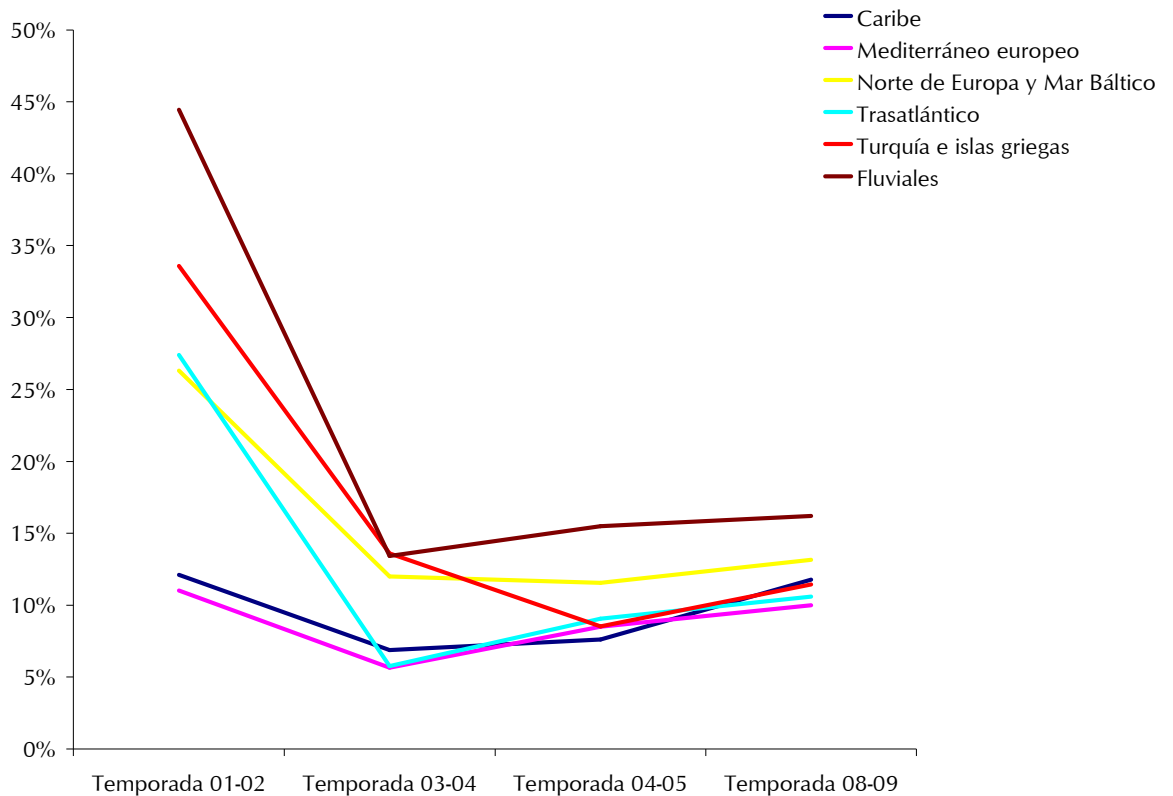
Por último, se pidió al turista que hiciera una comparativa entre cada una de las zonas visitadas anteriormente y Canarias, es decir, para cada uno de los destinos en los que hubiera estado, debía manifestar si era “Mejor, Igual o Peor que las Islas Canarias”.

En el siguiente gráfico se observa que la opinión que más reflejan los turistas es que Canarias como destino de cruceros se equipara (“igual que las Islas Canarias”) a otras zonas con mayor experiencia en este sector.





Además, al representar la evolución del peso que posee la categoría “Peor que Canarias”, se advierte que el número de turistas que afirman que Canarias es mejor a otros destinos es cada vez mayor, afianzando de esta manera el posicionamiento relativo de las Islas como puertos importantes de cruceros.





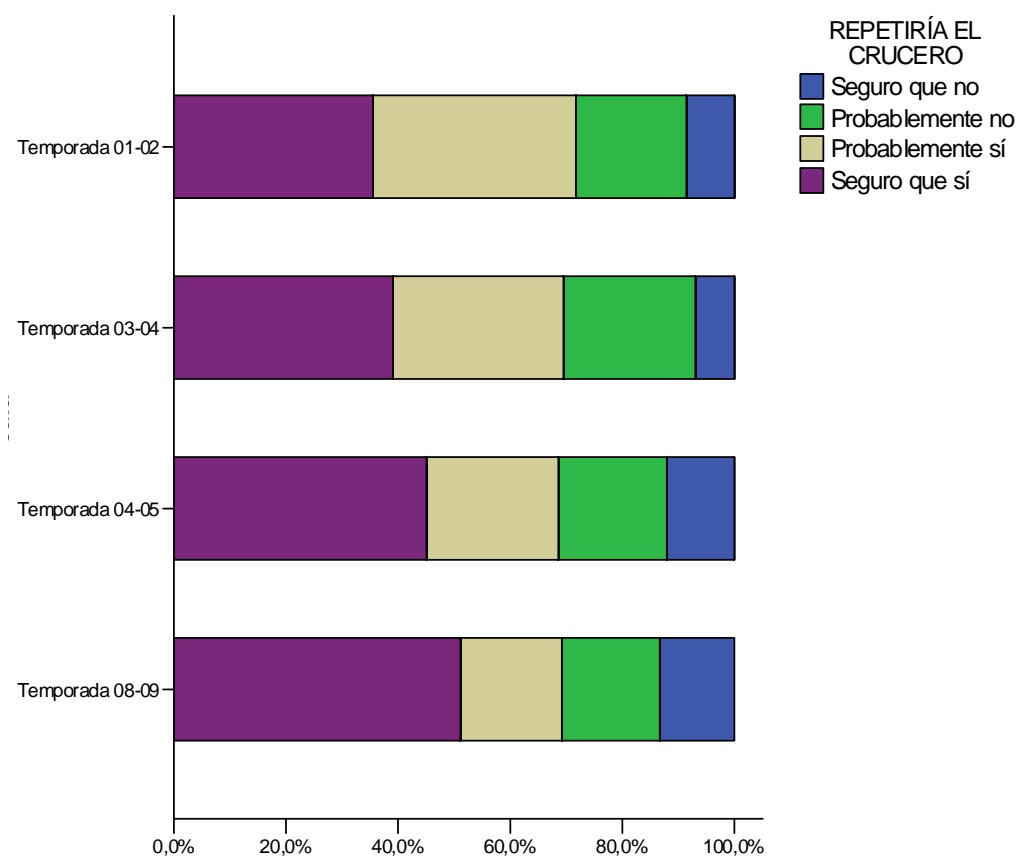
6.2.5. Intención de repetir o recomendar

Este último apartado estudia las expectativas futuras de los turistas entrevistados en relación a volver a realizar el crucero y si está dispuesto a recomendarlo a amigos y familiares.

Intención de repetir crucero

La respuesta más nombrada, por 1 de cada 2 turistas, es la rotundidad de que van a realizar este mismo crucero de nuevo. Por tanto, la satisfacción es elevada e incluso los turistas **perciben la necesidad de disfrutar de nuevo tanto de la experiencia del crucero como de la visita de las diferentes escalas.**

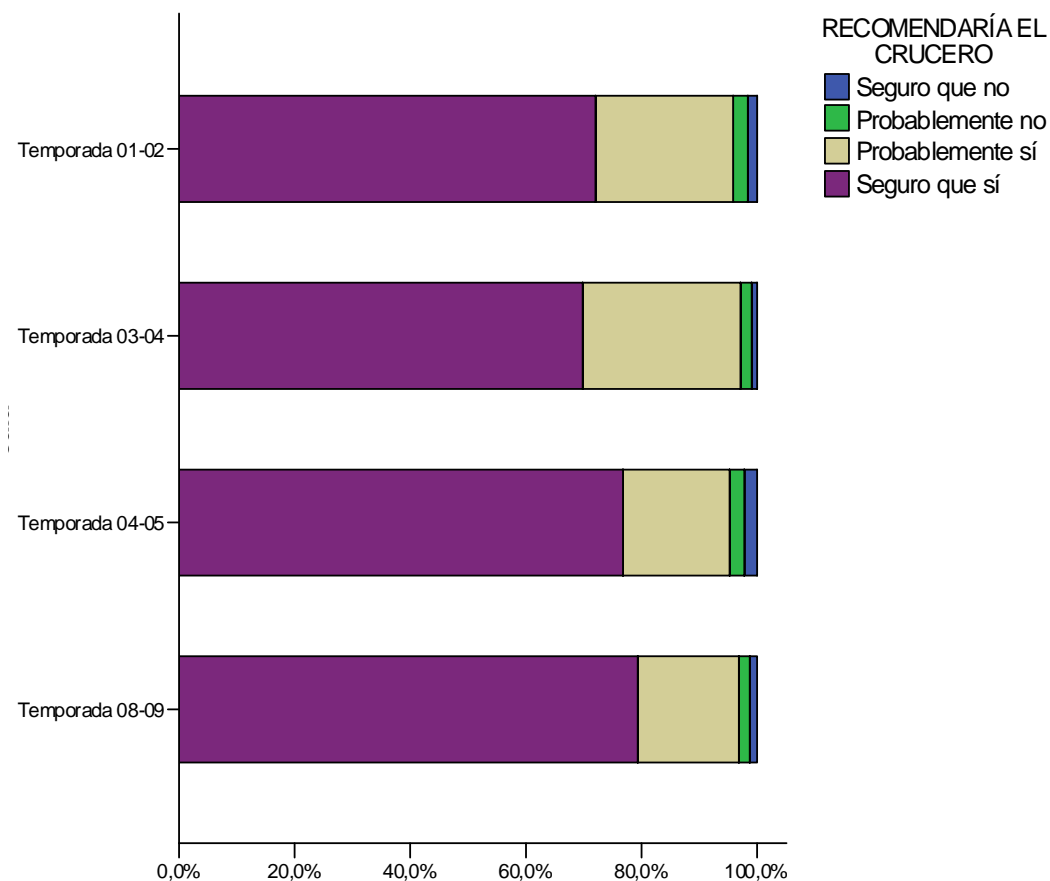
Tal y como se observa, el porcentaje de cruceristas cuya preferencia es repetir el crucero es superior temporada tras temporada, y sin que aumente significativamente el número de turistas que rechazan con rotundidad la idea de volver a realizarlo.





Intención de recomendar crucero

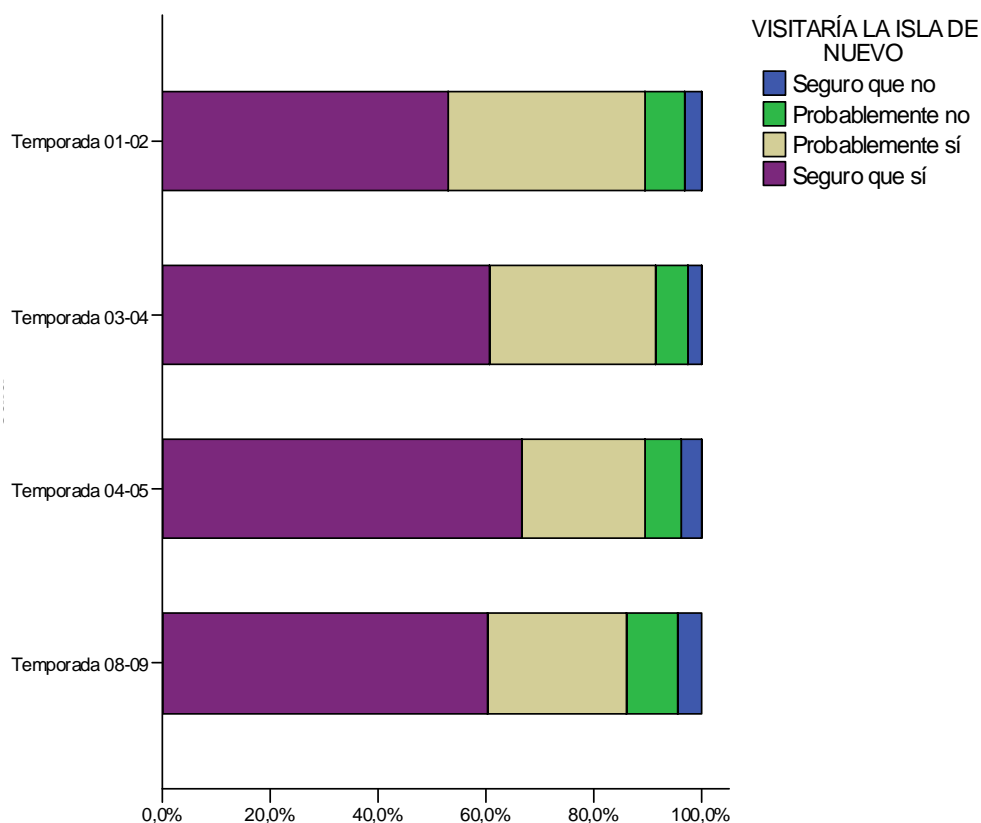
La intención mayoritaria es la de recomendar el crucero a amigos y familiares cuando el turista regrese a su país de origen. Esta valoración se mantiene con respecto a temporadas anteriores.





Intención de repetir la visita a la Isla

Los turistas han mostrado en general interés por volver a visitar la isla en la cual se le entrevistó, si bien lo hacen con una menor rotundidad que en temporadas anteriores. En el siguiente gráfico se observa cómo el peso de la categoría “Seguro que sí” ha disminuido a favor de la probabilidad de regresar o no.



En el análisis por Isla, se observa que la que presenta menor propensión a reiterar la visita es la isla de Fuerteventura.

Tabla 6.2.5-1 Porcentaje de turistas que visitaría de nuevo la isla

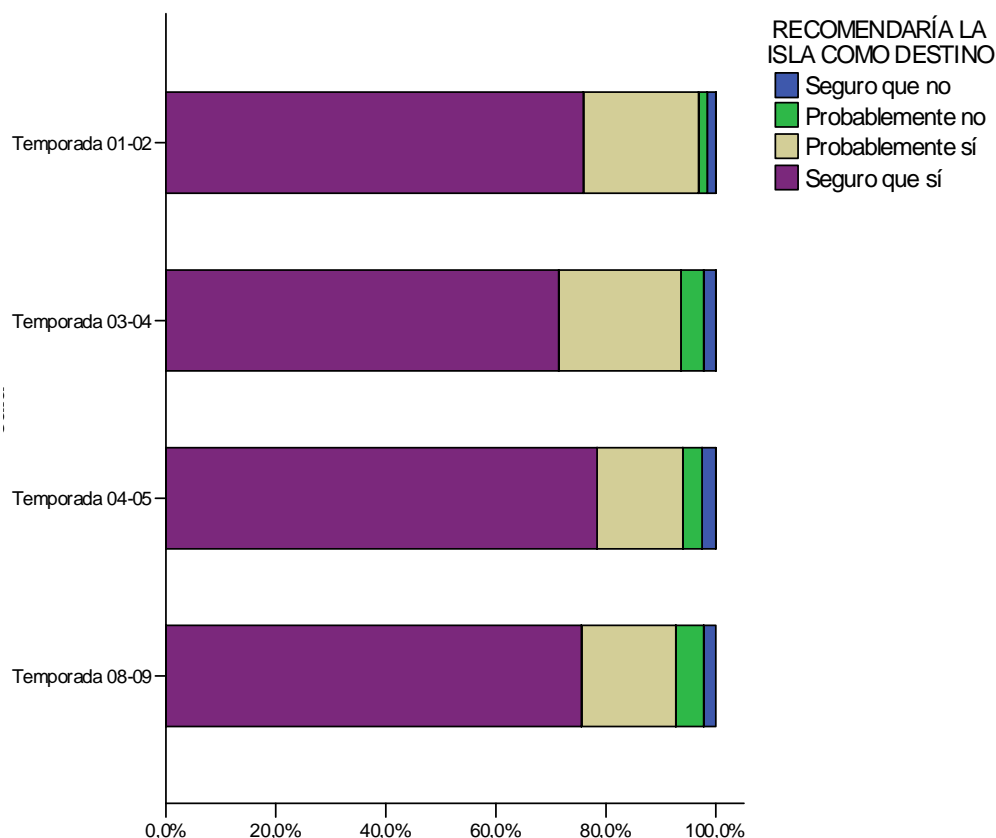
	PUERTO						
	Total	Santa Cruz de Tenerife	Las Palmas	Arrecife	Santa Cruz de La Palma	Puerto del Rosario	San Sebastián de La Gomera
VISITARÍA LA ISLA DE NUEVO							
Seguro que sí	60,3%	67,6%	68,4%	53,0%	59,1%	39,4%	68,8%
Probablemente sí	25,7%	24,5%	23,2%	26,6%	27,0%	31,7%	22,4%
Probablemente no	9,8%	5,3%	5,6%	14,3%	9,1%	22,5%	6,3%
Seguro que no	4,2%	2,7%	2,9%	6,0%	4,8%	6,4%	2,6%
Total	2.031	413	414	398	396	218	192

* Elaboración Edei Consultores, S.A.



Intención de recomendar destino

Las tres cuartas partes de los turistas entrevistados afirman con seguridad que van a recomendar las Islas Canarias a sus familiares y amigos como destino turístico, resultado que se mantiene en relación a anteriores temporadas.



Estudiando la nacionalidad del turista, se aprecia que los británicos han manifestado mayor seguridad (80.9%) a la hora de decidir recomendar el destino que los alemanes (66.1%).

También se advierte que Fuerteventura y Lanzarote son las Islas que menor puntuación obtiene para ser recomendadas en el futuro.

Tabla 6.2.5-2 Porcentaje de turistas que recomendaría la isla como destino turístico

		PUERTO						
		Total	Santa Cruz de Tenerife	Las Palmas	Arrecife	Santa Cruz de La Palma	Puerto del Rosario	San Sebastián de La Gomera
RECOMENDARÍA	Seguro que sí	75,6%	87,2%	85,5%	65,1%	75,8%	49,5%	80,7%
LA ISLA COMO	Probablemente sí	17,1%	9,7%	10,6%	23,6%	16,9%	33,9%	15,1%
DESTINO	Probablemente no	5,1%	2,4%	2,4%	7,8%	5,1%	12,8%	2,6%
	Seguro que no	2,1%	0,7%	1,4%	3,5%	2,3%	3,7%	1,6%
	Total	2.031	413	414	398	396	218	192

* Elaboración Edei Consultores, S.A.



7. Conclusiones

- El destino Islas Atlánticas se consolida en un escenario de crisis económica, en el que el sector de cruceros parece resistir mejor que otras actividades turísticas. Las perspectivas de nuevos y mayores buques en el destino para los próximos años, y el tímido comienzo de operaciones en la temporada de verano son también buenas noticias.
- Entre los motivos principales a la hora de elegir crucero, **las singularidades de las diferentes Islas y el clima agradable del Archipiélago son valores muy atractivos del destino**. Sin embargo, “la experiencia del crucero” es un “destino” en sí mismo para un número cada vez más significativo de cruceristas, hecho alarmante sobre el que se debe trabajar para recuperar el interés del turista por los atractivos del destino.
- Desde las temporadas anteriores se percibe un cambio en el concepto de crucero, más orientado a las “vacaciones en familia”. Los turistas consideran que los viajes en crucero ya ofrecen los servicios necesarios para poder disfrutar del viaje con amigos y familiares. El destino debe adaptarse a este cambio, generando una oferta acorde a estas nuevas necesidades.
- La continua línea de mejoras **en el Puerto de Las Palmas de Gran Canaria** ha sido muy bien acogida por todos los agentes, lo relevante no ha sido disponer de una nueva terminal con una imagen innovadora o una arquitectura de firma, **lo relevante ha sido la funcionalidad, el disponer de espacio suficiente, flexible y bien manejado**. En el mismo puerto se notan las quejas y las dificultades que se generan cuando un buque ha tenido que ser atendido fuera de Santa Catalina. Hay consenso en esta visión y el destino puede y debe aprender de esta experiencia en otros puertos.



- Hay otros puertos del destino que, a pesar de las mejoras, todavía presentan deficiencias significativas. Entre ellas la más destacable es el acceso a la ciudad desde el muelle de los Mármoles en Lanzarote. Hay un porcentaje de cruceristas que no hacen excursiones y quieren visitar la ciudad. Incluso cada vez más los cruceristas hacen excursiones de medio día y quieren pasear por entorno urbano cercano al muelle durante la tarde. La calidad del acceso muelle-ciudad y la señalización de las ciudades es una necesidad si las ciudades quieren tener un beneficio como resultado de la presencia de estos visitantes.
- La evolución de La Laguna es otro buen ejemplo de esta temporada: las mejoras de la accesibilidad generadas por la oferta del tranvía, y la nueva organización del espacio público han creado un destino atractivo y bien valorado.
- La dinamización del sector debe partir de una integración entre los distintos agentes públicos y entre éstos y los gestores privados. Sigue siendo necesario el **partenariado público-privado** para lograr no sólo mejoras en información y señalización de las ciudades, sino también la flexibilidad de horarios sobre todo al mediodía, de manera que el turista en su visita a la ciudad no se encuentre con una oferta comercial y de restauración cerrada, y mejoras en el servicio de taxis, evitando la mala praxis en los puertos de escala (altercados, mala imagen y deficiente trato al turista).
- La tendencia observada en el perfil del turista de cruceros es la de un viajero más autónomo e independiente, interesado sobre todo en la visita a las ciudades. Es un turista que desea experimentar por él mismo las cualidades más interesantes de las distintas ciudades que componen este destino, y normalmente prefiere recorrerse las calles “a pie” . Por ello, los cruceristas necesitan entender la ciudad ante la que se encuentran y las oportunidades que se les ofrecen, de modo que puedan tomar las decisiones sobre como organizar su tiempo en la escala. Todo lo que se haga por facilitar información correcta y relevante que facilite su toma de decisiones se convertirá en mayor satisfacción y probablemente mayor gasto en la escala.



- Enmarcado en la actual situación de crisis económica global, **el gasto medio diario del crucerista ha descendido notablemente** hasta situarse a niveles de turista tradicional. Por un lado, un mayor número de turistas decide no gastar nada durante sus visitas en las diferentes escalas. Por otro lado, aquellos cruceristas que sí desembolsan dinero, han recortado de manera elevada sus compras y demás gastos en las Islas.. No obstante, a pesar de que los turistas han reflejado gastar más en compras de lo que esperaban, **“realizar compras en los puertos de escala” se ha convertido en el aspecto peor valorado del crucero**, lo que indica que los productos que se ofrecen en las Islas no son capaces de atraer la atención e interés en gran parte de los turistas de cruceros. Se denota la **falta de un producto de identidad** dentro de la oferta, un producto “estrella”, que se muestre ante el crucerista como un elemento exclusivo y atractivo que permita concretar la intención de compra.
- Se ha percibido que el peso de las excursiones organizadas ha bajado en esta última temporada. Las excursiones son una oferta necesaria, satisfacen a los cruceristas y también a los gestores del crucero que esperan tener esa fuente de ingresos adicionales. Cada puerto debe ofrecer un grupo de excursiones interesantes y diferenciales, lo cual no ocurre en todos los puertos de escala. Los operadores en tierra dan muestras de la profesionalidad esperada, con el único handicap del déficit de guías cualificados con capacidad para manejarse en los idiomas más demandados. Esto último resulta inexplicable en un destino de la relevancia de las Islas Canarias.
- Los turistas de cruceros por Canarias son en su mayoría **expertos en la realización de este tipo de viajes y además, son en gran medida repetidores del destino.** Por tanto, se trata de un turista experimentado, conocedor de lo que se va a encontrar en destino y más exigente con lo que le interesa disfrutar y visitar. A pesar de las deficiencias que se han advertido, **la intención de repetir crucero y visitas a las diferentes Islas es en general elevada**, ya que Canarias es un destino que sigue satisfaciendo dentro de la ruta de cruceros por zonas cálidas, tranquilas, y con mayor seguridad y cercanía al país de origen.