

Perfil del crucerista que visita La Palma (2011-2012)

¿Cuántos viajan?

	La Palma	Canarias
Total cruceristas 2013*	206.888	1.624.473
País de residencia		
Alemania	45,2%	36,1%
Reino Unido	44,0%	41,7%
Estados Unidos	5,3%	6,4%
Austria	0,8%	1,0%

*Pasajeros en buques que atracaron en los puertos canarios

¿Qué les motivó a realizar un crucero?*

	La Palma	Canarias
El itinerario del viaje	28,6%	33,1%
Confianza en el turoperador	25,9%	23,3%
Fiabilidad de la naviera	16,6%	10,0%
Buena relación calidad/precio	8,5%	11,0%
Las instalaciones del buque	6,0%	6,3%
Recomendación de amigos o familiares	3,8%	5,2%
Recomendación de la agencia	3,5%	4,0%
Destino europeo	3,5%	2,9%
Viaje de incentivo	0,8%	0,4%
Regalo: luna de miel, navidad,...	0,5%	0,5%
Otros	0,8%	0,9%

¿Qué aspectos les han motivado a elegir este crucero?

	La Palma	Canarias
Variedad de islas	39,7%	38,7%
Clima agradable	26,4%	23,0%
Experiencia del crucero	21,9%	23,5%
Tranquilidad, relax, descanso	8,3%	9,5%
Visitar lugares, monumentos,...	2,5%	4,0%
Realizar compras	0,8%	0,9%
Degustar gastronomía	0,5%	0,4%

Satisfacción respecto a los aspectos antes citados (1-10)

	La Palma	Canarias
Variedad de islas	8,7	8,7
Clima agradable	8,8	8,7
Experiencia del crucero	8,9	8,8
Tranquilidad, relax, descanso	8,6	8,7
Visitar lugares, monumentos,...	8,6	8,0
Realizar compras	8,5	7,8
Degustar gastronomía	7,8	6,4

*Porcentaje correspondiente a los aspectos seleccionados en primer lugar

¿A través de qué fuentes se han informado?

	La Palma	Canarias
El agente de viajes personalmente	25,1%	28,3%
Web de TTOO/agencia	13,6%	16,6%
Catálogo recogido en una agencia	11,1%	12,7%
Recomendaciones amigos o familiares	10,3%	14,8%
Otros sitios web	8,0%	7,1%
Publicidad en prensa o en revistas	7,0%	7,5%
Web del destino, ciudad o escala	4,8%	2,0%
Publicación específica (guía turística,...)	2,5%	2,3%
Experiencias anteriores	1,5%	1,4%
Web de opiniones de turistas	1,0%	2,0%
Por Internet	0,5%	0,4%
Otros	14,3%	4,0%

¿Con cuánta antelación han reservado el crucero?

	La Palma	Canarias
Un mes o menos de antelación	12,3%	18,8%
2 a 3 meses de antelación	25,9%	31,5%
4 a 6 meses de antelación	21,9%	23,9%
6 meses a 1 año de antelación	24,6%	18,2%
Más de 1 año de antelación	15,3%	7,6%

¿A través de qué medios han contratado el crucero?

	La Palma	Canarias
A través de una agencia de viajes física	53,3%	58,5%
Con la compañía a través de internet	36,2%	24,0%
Con la agencia a través de internet	9,8%	14,5%
Directamente con la compañía	0,0%	0,0%
Otros	0,3%	1,9%

¿Cuántas escalas han realizado en Canarias (incluida esta)?

	La Palma	Canarias
Una	55,5%	35,4%
Dos	27,6%	27,6%
Tres	12,1%	23,4%
Cuatro	4,8%	7,8%
Cinco	0,0%	5,1%
Seis	0,0%	0,7%

Grado de interés de las escalas *

Escala más interesante de todas: Las Palmas de Gran Canaria

Escala menos interesante de todas: Puerto del Rosario

* Valoración de cruceristas que han visitado al menos 4 puertos canarios

¿Qué esperaban hacer en esta escala? (multirrespuesta)

	La Palma	Canarias
Paseo por la ciudad	92,5%	71,5%
Compras	22,9%	25,0%
Visita cultural: monumentos, museos	7,8%	14,1%
Visita al interior de la isla	7,5%	15,9%
Ir a la playa	3,5%	12,8%
Degustación gastronómica	1,5%	3,5%
Excursiones organizadas	7,5%	10,1%

¿Cuándo contrataron la excursión organizada?

	La Palma	Canarias
Al contratar el crucero (en origen)	26,7%	44,4%
Al iniciar el crucero	36,7%	21,7%
El día o los días previos a la escala	36,7%	33,8%

Valoración de los aspectos de la excursión (1-10)

	La Palma	Canarias
Profesionalidad del guía	8,7	8,4
Interés de la visita	8,5	8,5
Nivel de expectativa cumplida	8,5	8,3
Organización general	8,4	8,4
Variedad de excursiones	8,3	8,1
Información previa a bordo	8,3	8,3
Oportunidades de compra	7,3	6,6
Calidad de comida y bebida	6,2	5,7

Perfil del crucerista que visita La Palma (2011-2012)

¿Qué han hecho en esta escala? (multirrespuesta)

	La Palma	Canarias
Paseo por la ciudad	93,7%	74,7%
Compras	35,7%	36,8%
Visita cultural: monumentos, museos	6,8%	11,9%
Visita al interior de la isla	5,0%	13,6%
Degustación gastronómica	3,3%	3,9%
Ir a la playa	2,0%	10,8%
Nada	1,0%	1,1%
Valoración de la escala		
Mejor de lo esperado	47,2%	43,5%
Igual a lo esperado	51,0%	53,2%
Peor de lo esperado	1,8%	3,4%

¿Qué lugares han visitado?

Santa Cruz de La Palma	96,0%
La Cumbrecita-Caldera de Taburiente	5,3%
Iglesia de las Nieves	2,0%
El Paso	1,8%
Valle de Aridane	1,3%
Los Tilos	1,3%

*Multirrespuesta

¿Cómo se han desplazado en las islas?

	La Palma	Canarias
Escala		
A pie	17,8%	74,0%
Autobús de la excursión	1,5%	8,5%
Taxi	0,5%	11,3%
Transporte público	0,4%	4,7%
Coche de alquiler	0,1%	1,5%

Valoraciones ciudades (1-10) (multirrespuesta)

	La Palma	Canarias
Limpieza	8,7	8,6
Seguridad ciudadana	8,4	8,4
Accesibilidad puerto a ciudad	8,4	8,2
Amabilidad de los prestatarios de servicios	8,2	8,2
Amabilidad y disposición de residentes	8,0	7,8
Calidad y variedad de tiendas	7,8	7,5
Señalización de vías,...	7,8	7,6
Información a la llegada	7,8	7,9
Calidad y variedad de restaurantes	7,6	7,1
Comportamiento vendedores	7,4	7,4
Disponibilidad y calidad del transporte	7,3	6,9
Disponibilidad y calidad de museos,...	7,3	6,1

¿Cómo valoran los puertos? (1-10)

	La Palma	Canarias
Higiene, limpieza	8,7	8,7
Seguridad	8,5	8,6
Organización	8,4	8,4
Servicios e infraestructuras	8,3	8,2
Información y señalización	8,2	8,2

¿Cuánto gastan?

	La Palma	Canarias
Gasto medio (€)	48,2	56,7
Facturación (millones de €)	10,0	92,1
Desglose del gasto medio		
Compras	48,2%	44,9%
Servicios recreativos, esparcimiento	16,4%	14,0%
Entrada museos, monumentos	16,2%	13,7%
Alimentación y bebidas	9,5%	8,4%
Contratación de la excursión	7,1%	8,6%
Transporte	2,5%	10,4%

¿Han comprado durante su escala?

	La Palma	Canarias
Sí han comprado	60,6%	57,9%
¿Qué han comprado en esta escala? (Multirrespuesta)		
Productos locales, artesanía, souvenirs	51,5%	52,2%
Ropa, calzado y accesorios	35,3%	35,8%
Perfumería, cosmética, medicamentos	11,6%	13,6%
Tabaco	9,1%	10,3%
Bebidas alcohólicas, licores	8,3%	9,2%
Alimentos	5,0%	3,1%
Libros, revistas, música	1,7%	1,4%

¿Han accedido a internet durante el crucero?

	La Palma	Canarias
Sí han accedido a internet	24,4%	19,6%
¿A través de qué medios?		
Ordenador del barco	56,7%	49,6%
Mi Smartphone	23,7%	24,7%
Mi portátil	20,6%	26,5%
Mi tableta	10,3%	5,7%
¿Comentaron su experiencia durante el crucero?		
Sí la comentaron	42,3%	44,4%
¿A través de qué medios? (multirrespuesta)		
Facebook	63,4%	60,2%
Email a amigos/familiares	51,2%	53,8%

¿Cómo son?

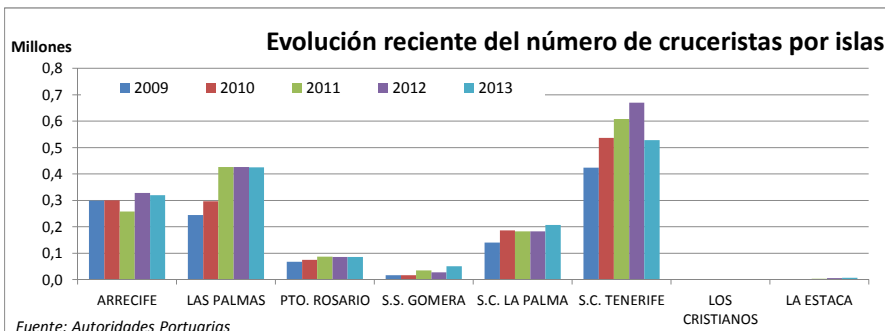
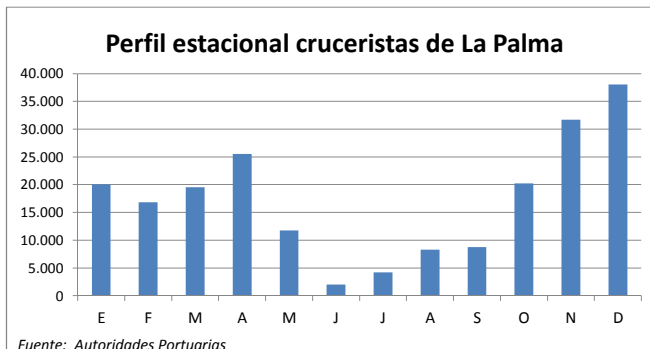
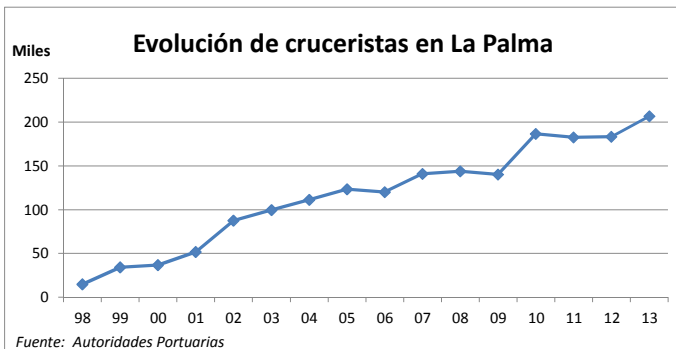
	La Palma	Canarias
Distribución por sexo		
Porcentaje hombres	48,0%	51,0%
Porcentaje mujeres	52,0%	49,0%
Intervalos de edad		
Entre 16 y 24 años	1,8%	1,7%
Entre 25 y 30 años	1,5%	2,5%
Entre 31 y 45 años	10,1%	12,6%
Entre 46 y 60 años	36,4%	36,1%
Mayores de 60 años	50,3%	47,0%
Ocupación actual		
Trabajador por cuenta propia	3,3%	4,3%
Trabajador por cuenta ajena (empleado)	25,1%	28,2%
Sin trabajo remunerado (jubilados,...)	61,1%	56,0%

Perfil del crucerista que visita La Palma (2011-2012)



NÚMERO DE PASAJEROS EN LOS CRUCEROS QUE ATRACAN EN LA PALMA

	2011	2012	2013	Dif (%) 11-12	Dif (%) 12-13	CUOTA 2013 (%)
La Palma	182.580	183.316	206.888	0,4%	12,9%	12,7%
CANARIAS	1.599.492	1.725.889	1.624.473	7,9%	-5,9%	100%

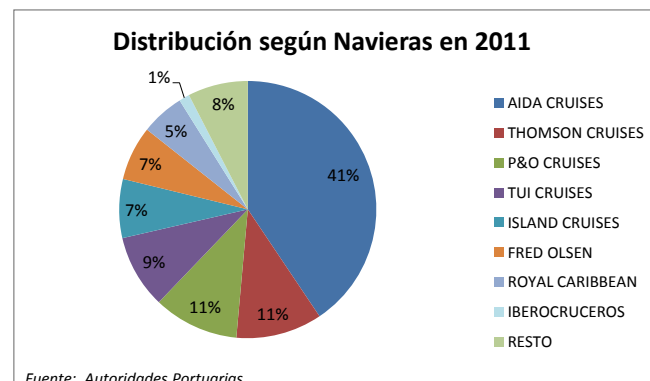
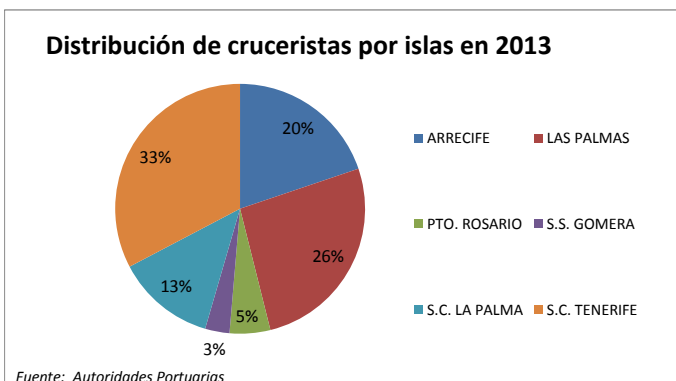


Temporada alta de cruceros en Canarias: octubre - abril

Los meses de mayor afluencia se dan cuando al tráfico normal de cruceros de Canarias se suma el de buques en tránsito desde El Caribe y América del Sur al Mediterráneo (marzo y abril) o viceversa (noviembre y diciembre).

CRUCERISTAS QUE LLEGAN A LA PALMA SEGÚN NAVIERAS

	2009	2010	2011	Dif (%) 09-10	Dif (%) 10-11	CUOTA 2011 (%)
AIDA CRUISES	80.961	91.522	74.192	13,0%	-18,9%	40,6%
THOMSON CRUISES	18.751	9.334	19.875	-50,2%	112,9%	10,9%
P&O CRUISES	3.928	18.212	19.605	363,6%	7,6%	10,7%
TUI CRUISES	.	7.268	16.921	.	132,8%	9,3%
ISLAND CRUISES	10.616	19.635	13.516	85,0%	-31,2%	7,4%
FRED OLSEN	5.884	12.892	12.530	119,1%	-2,8%	6,9%
ROYAL CARIBBEAN	2.901	6.068	9.944	109,2%	63,9%	5,4%
IBEROCRUCEROS	.	.	2.484	.	.	1,4%
RESTO	17.134	21.627	13.805	26,2%	-36,2%	7,5%
TOTAL	140.175	186.558	182.872	33,1%	-2,0%	100,0%



Nota: los datos referentes al perfil del turista de cruceros corresponden a la temporada 2011-2012

Fuente: Estudio del Mercado de Turismo de Cruceros en Canarias y Autoridades Portuarias (Santa Cruz de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria)