

Estudio del Sector de Cruceros en Canarias Temporada 2014 - 2015

OBJETIVOS



- Conocer la evolución de la actividad.
- Evaluar la percepción de las islas como destino de cruceros.
- Identificar las oportunidades que se generan en este sector y difundirlas para facilitar la iniciativa de los operadores para lograr un aprovechamiento eficiente de la actividad de cruceros.
- Caracterizar al crucerista en términos de perfil sociodemográfico, motivos de elección del destino, comportamiento de compra, actividades realizadas en la escala y valoración de la experiencia en el destino Canarias.

METODOLOGÍA



- Análisis de información facilitada por las Autoridades Portuarias de Santa Cruz de Tenerife y de Las Palmas sobre el tráfico de cruceros en sus puertos generada por sus sistemas de facturación.
- Entrevistas en profundidad con agentes del sector distribuidas por las diferentes islas objeto de estudio.
- Encuesta a pie de buque a 2.000 cruceristas durante la Temporada 2014 – 2015.

LA INDUSTRIA DE LOS CRUCEROS



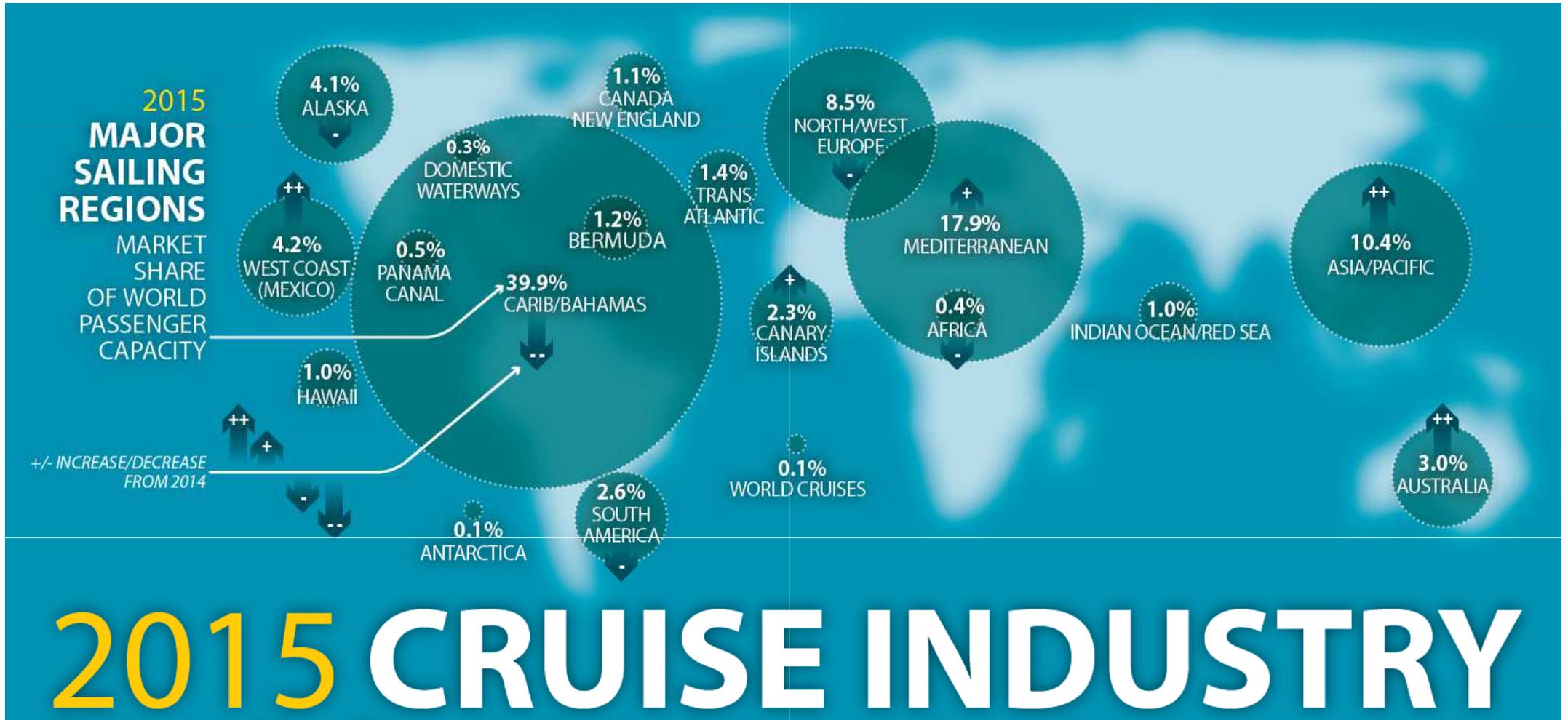
- A pesar de la crisis económica global, el sector de cruceros mantiene un crecimiento sostenido.
- Como mercado emisor América del Norte sigue siendo el mercado principal en esta actividad. Europa debido a su retraso crece a un ritmo superior, pero todavía tiene un recorrido importante para alcanzar el nivel de penetración del mercado americano (3,57% y 1,22% cruceristas/población).
- El crecimiento se basa en la apertura de nuevos destinos y la ampliación de la base de clientes, con un interés especial en los “millenials”.

LA INDUSTRIA DE LOS CRUCEROS



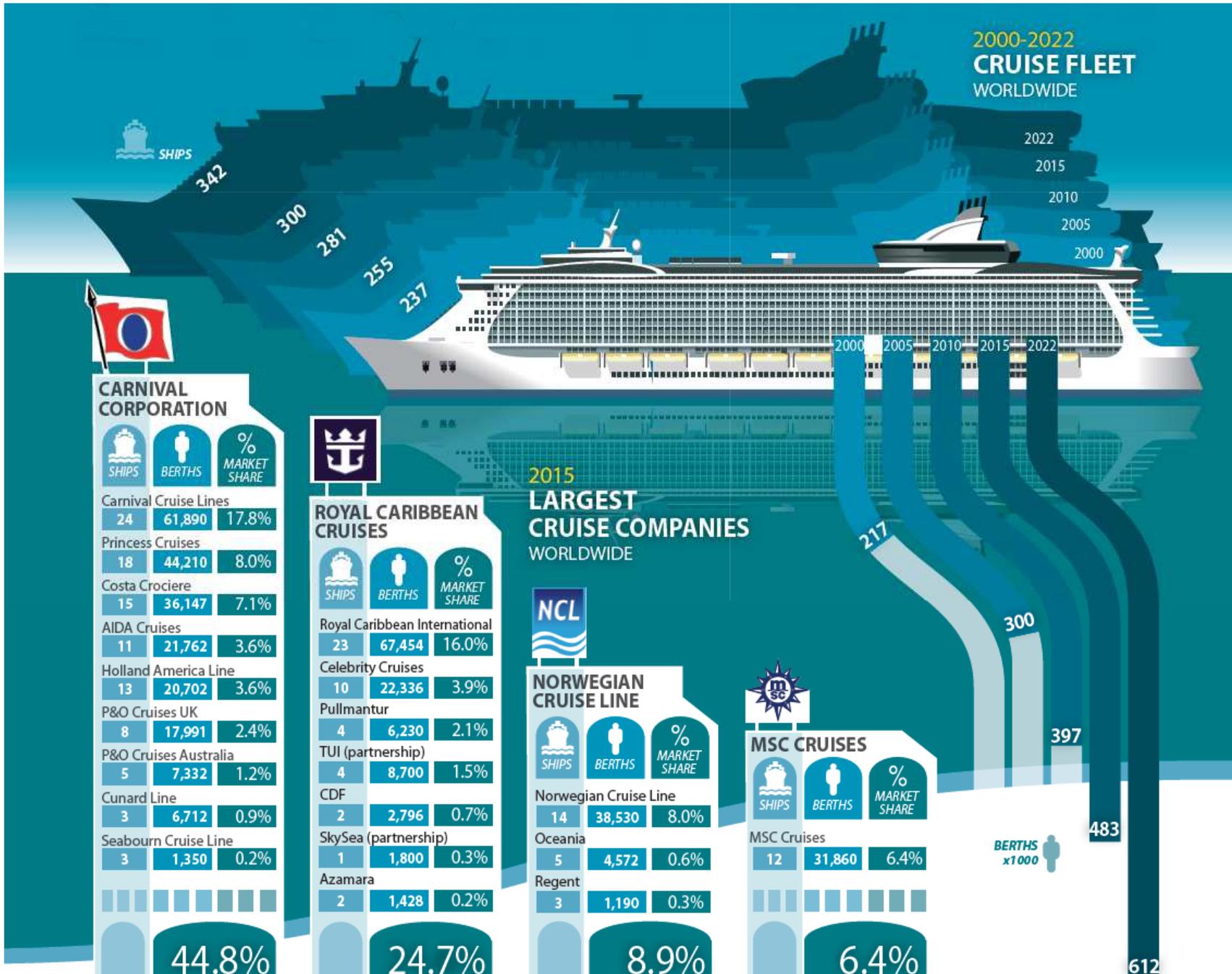
- Se mantiene la intensa competencia entre los grandes grupos que intentan fortalecerse en los principales mercados, y tratan de generar un importante abanico de ofertas innovadoras:
 - Nuevos itinerarios y destinos.
 - Evolución de los buques: “Mejor” frente a “Mas Grande”, Amplios Camarotes, Atracciones, Gastronomía, Aire Libre, Adrenalina, ..
 - Impulso de las tecnologías para los clientes: mas ancho de banda, apps, ..
- Medio Ambiente y Seguridad (Safety y Security) siguen en primer plano.

LA INDUSTRIA DE LOS CRUCEROS



2015 CRUISE INDUSTRY

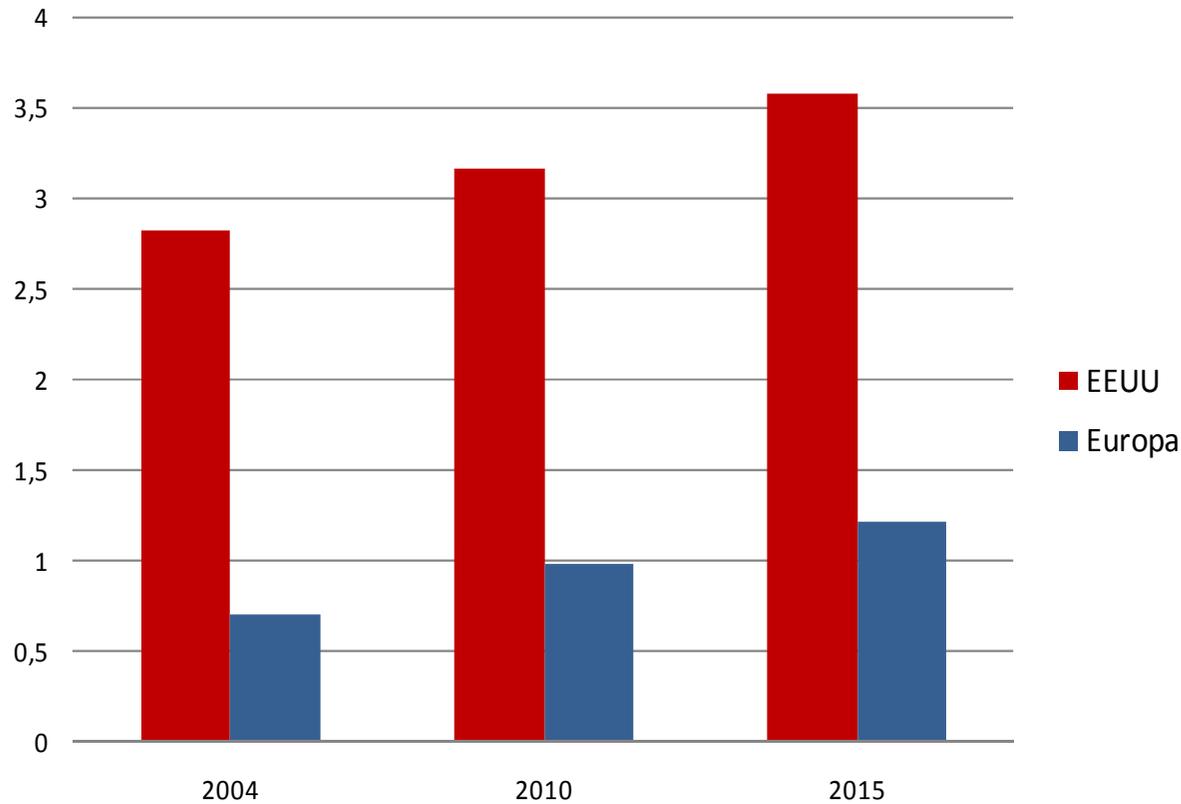
LA INDUSTRIA DE LOS CRUCEROS



LA INDUSTRIA DE LOS CRUCEROS

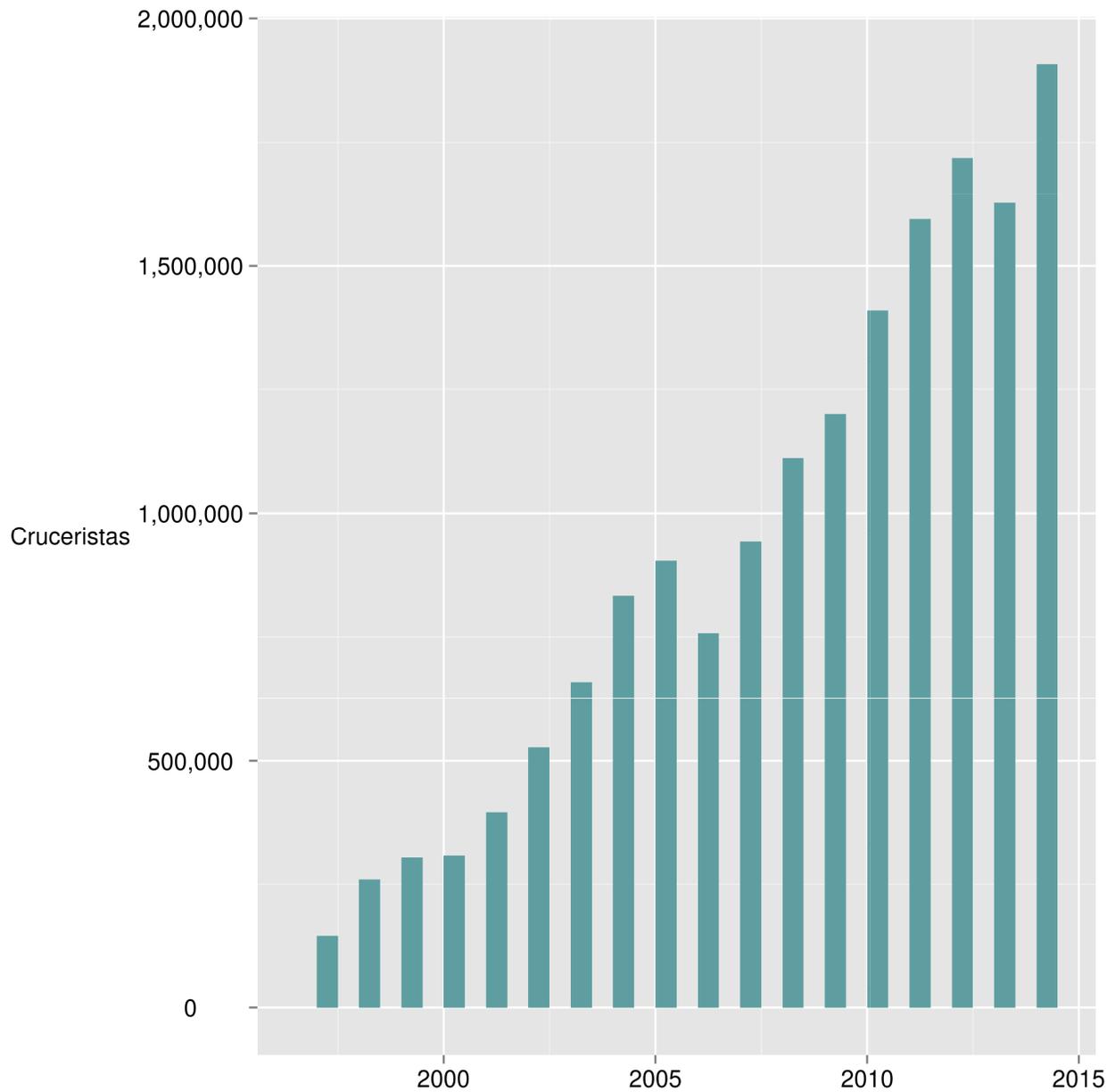


% de la Población que hace Cruceros



La comparativa evidencia el recorrido potencial del mercado europeo frente al americano

Tráfico de Cruceros



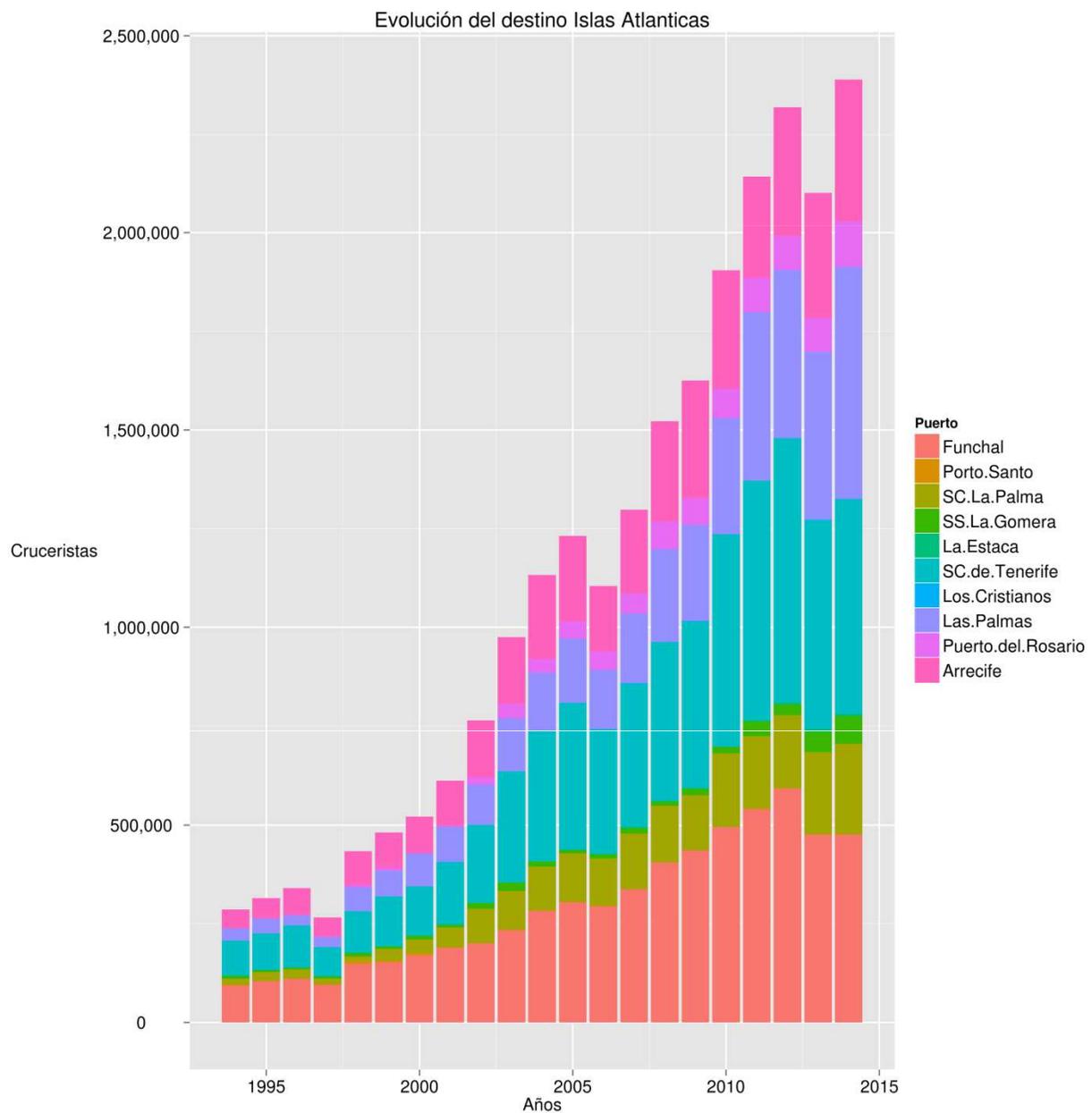
En 2014 se supera la cifra de 1.900.000 cruceistas en el destino Canarias

Tráfico de Cruceros



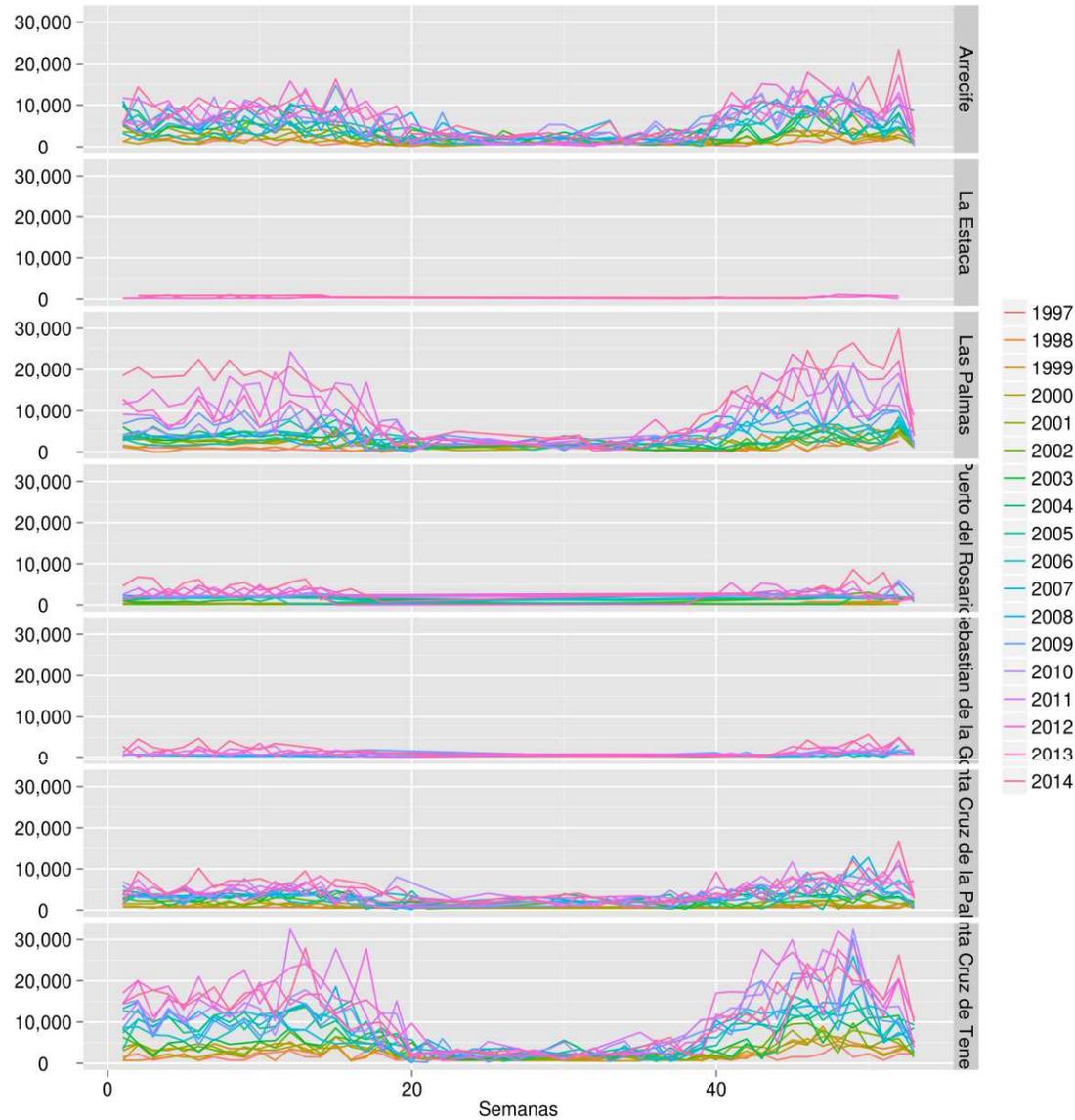
AÑO	CANARIAS		
	Crucrista	En Escala	En Puerto Base
1997	146.117	139.893	6.224
1998	259.610	231.842	27.768
1999	304.389	268.989	35.400
2000	308.319	271.667	36.652
2001	396.488	355.586	40.902
2002	526.996	475.537	51.459
2003	658.991	584.176	74.815
2004	832.627	670.408	162.219
2005	903.436	700.026	203.410
2006	757.202	590.358	166.844
2007	942.105	775.588	166.517
2008	1.110.999	913.776	197.223
2009	1.200.281	1.009.489	190.792
2010	1.410.213	1.177.831	232.382
2011	1.594.664	1.251.157	343.507
2012	1.719.169	1.376.266	342.903
2013	1.627.352	1.217.209	410.143
2014	1.907.913	1.382.969	524.944

Tráfico de Cruceros en las Islas Atlánticas



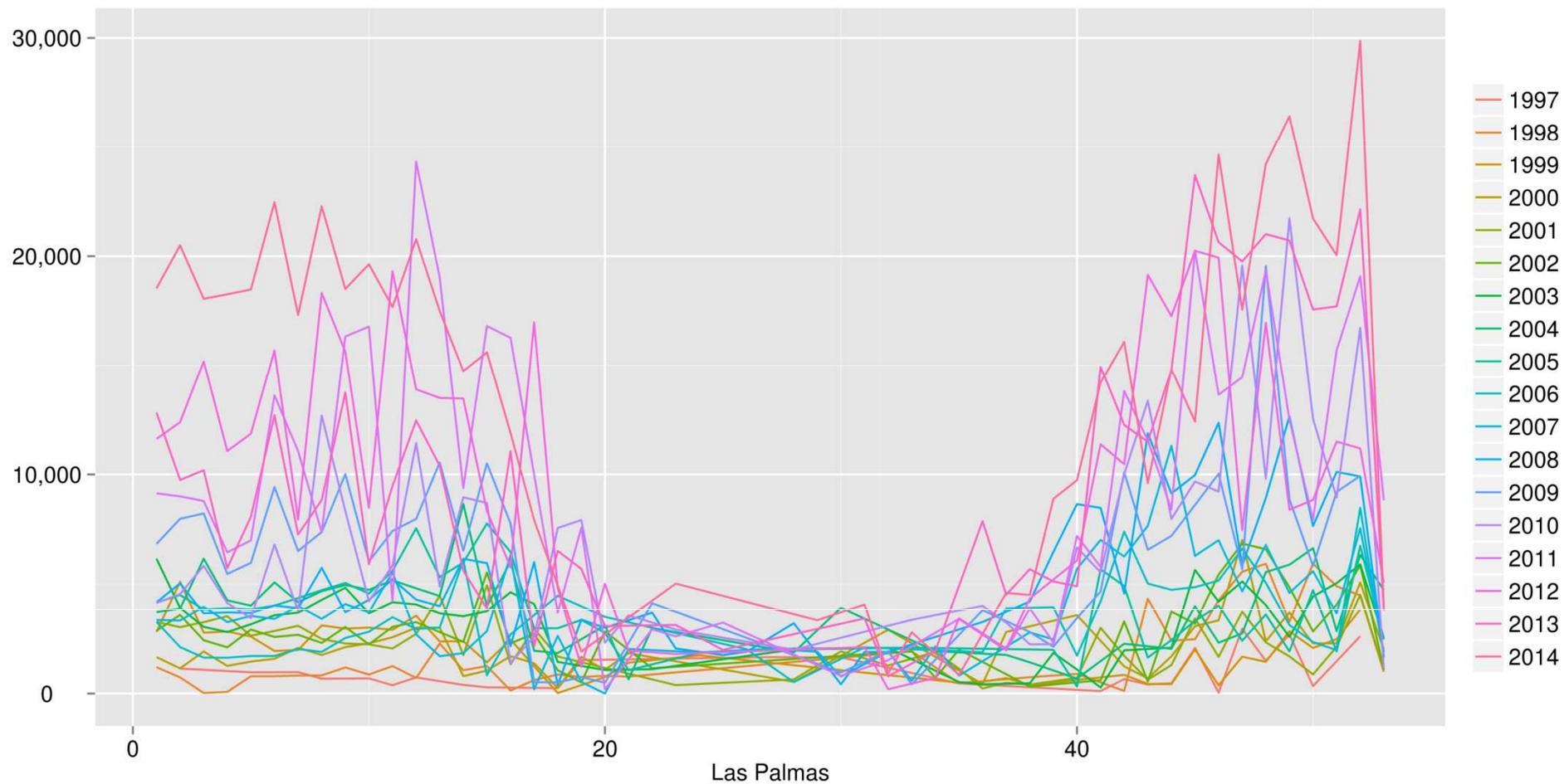
En 2014 el tráfico de cruceros en las Islas Atlánticas se acerca a los 2.400.000 crucevistas.

Tráfico de Cruceros



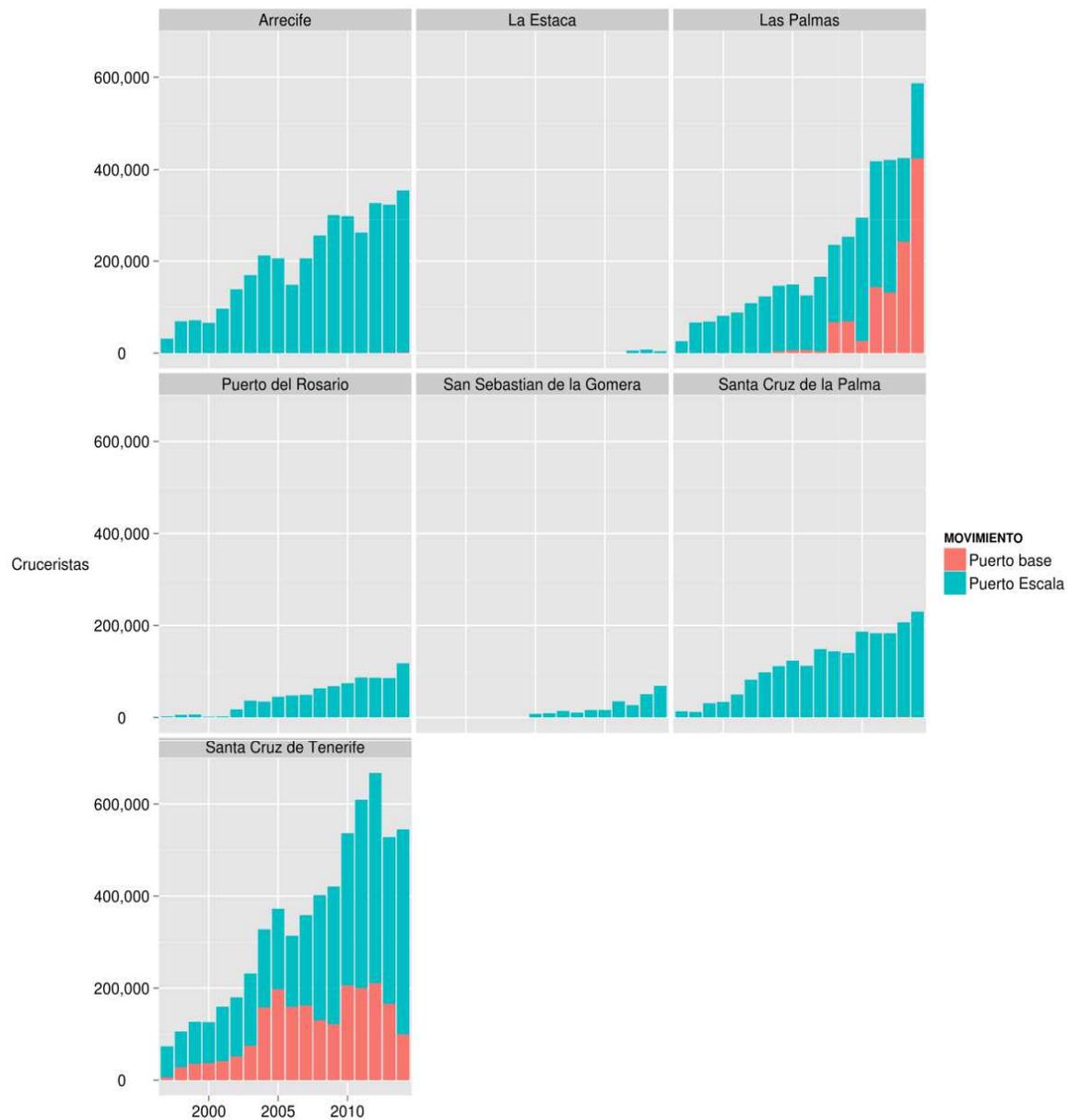
- Actividad Estacional
- Destino de Invierno

Tráfico de Cruceros



- Actividad Estacional
- Destino de Invierno

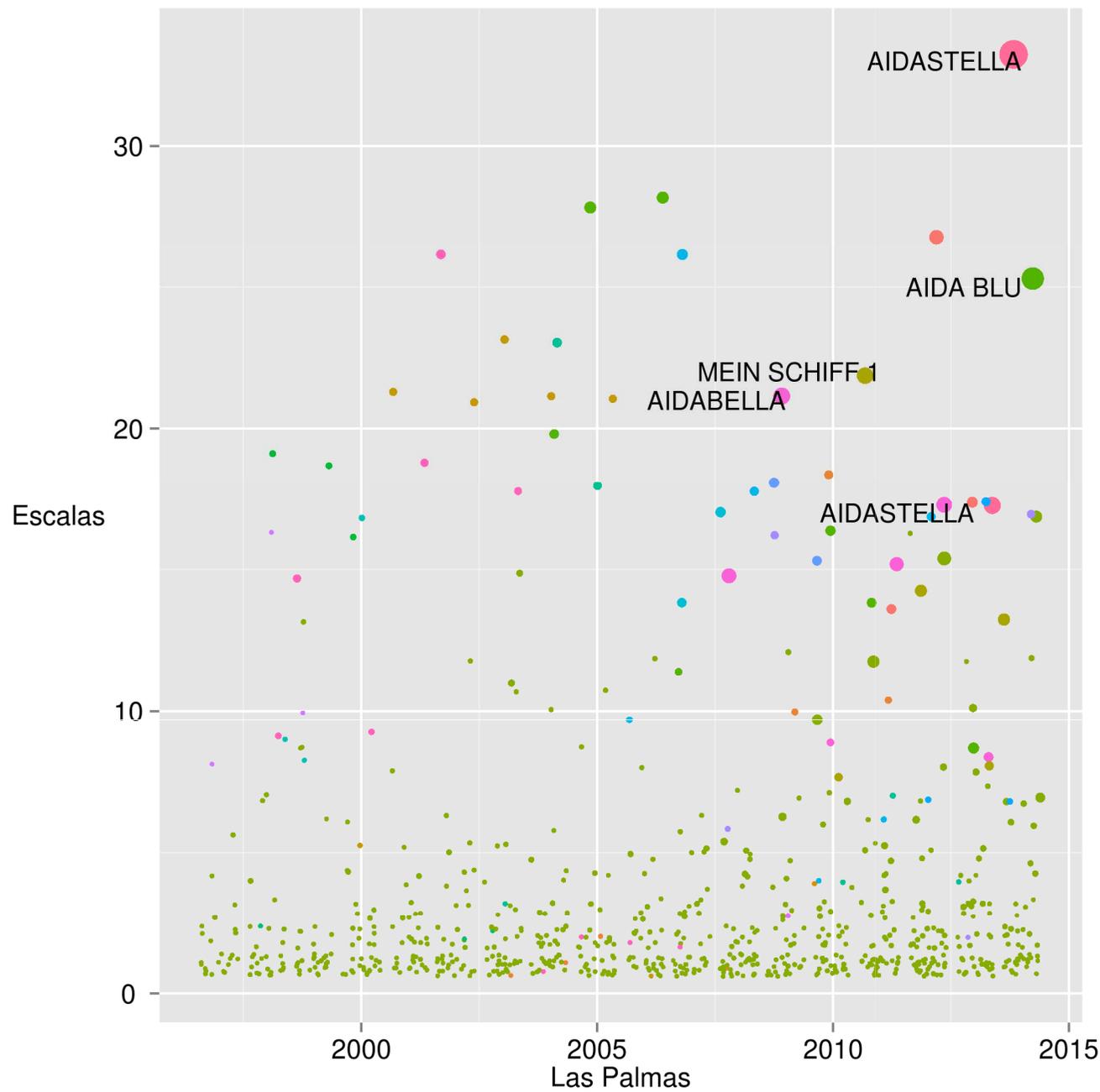
Tráfico de Cruceros



Comienza a verse con claridad el proceso de especialización de los puertos del destino:

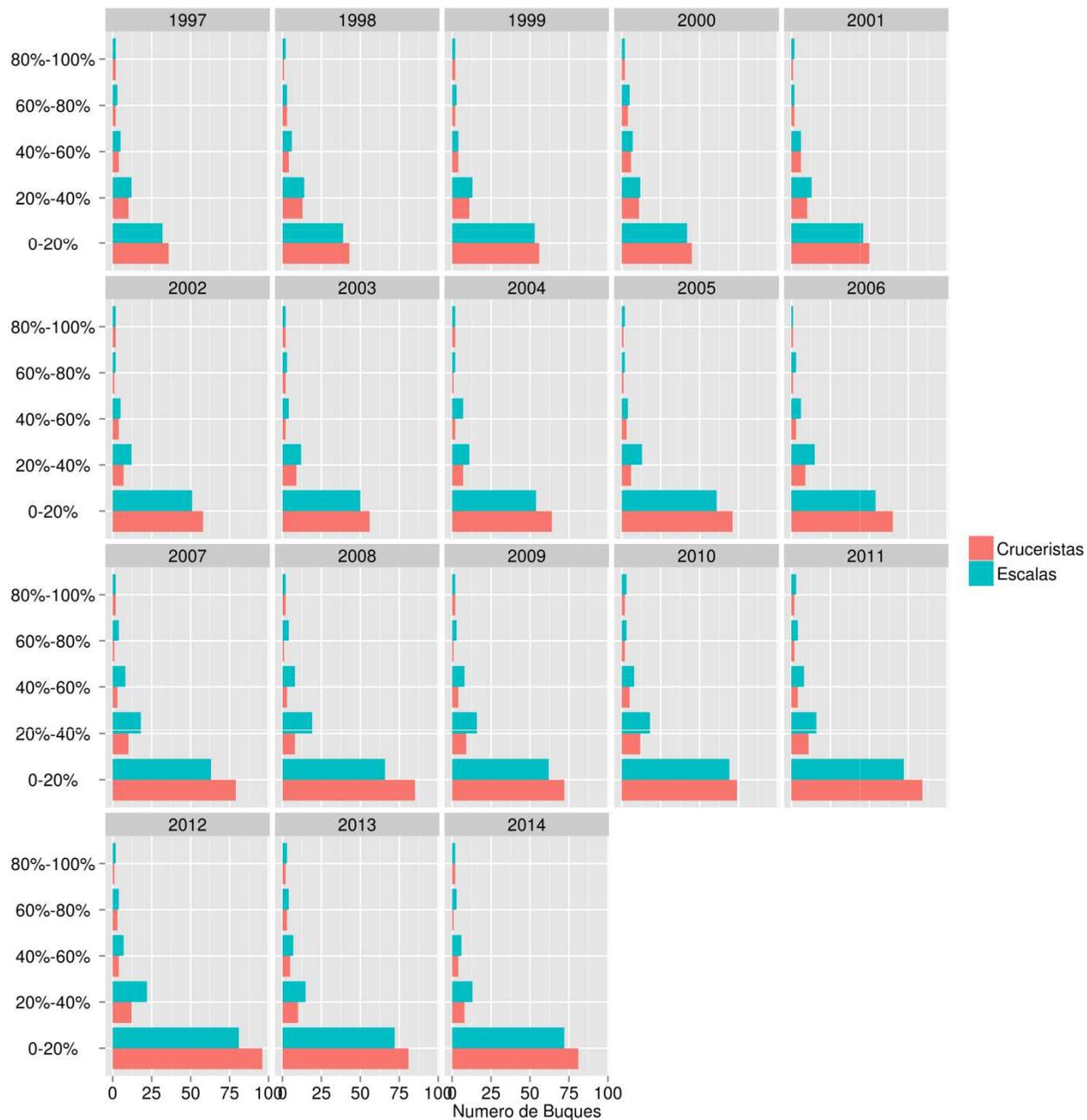
- Puerto Base
- Puerto Escala

Tráfico de Cruceros



Concentración del tráfico en los buques con Puerto Base en el destino

Tráfico de Cruceros



Evolución de la
 concentración del
 tráfico en unos pocos
 buques, tanto en
 términos de escalas
 como de cruceiristas

Como ven los operadores el destino de cruceros



Un destino atractivo

- Clima moderado durante el invierno.
- Cercanía a los países de origen.
- Un destino conocido y reconocido en el mercado.
- Estabilidad sociopolítica derivada de su condición de región europea.
- El buque comienza a ser más importante que el destino.

Como ven los operadores el destino de cruceros



- Importante infraestructura turística que sirve de apoyo.
- Infraestructuras portuarias bien valoradas.
- Los clientes evolucionan al incrementarse el tamaño del mercado, el poder adquisitivo medio disminuye. Hay diferencias significativas entre buques. Los cruceros de mayor dimensión no son los de clientes con mayor poder adquisitivo.

Como ven los operadores el destino de cruceros



Unas oportunidades de mejora

- Señalización y tránsito peatonal en las ciudades.
- Mejorar la información turística. Mas ajustada, idiomas, ..
- Se demanda un contacto directo de los agentes con los interlocutores del buque y/o la naviera para dar a conocer los destinos locales y las ofertas comerciales.

Como ven los operadores el destino de cruceros Gran Canaria



Infraestructuras Portuarias

- Buenas valoraciones de las mejoras en los accesos peatonales a Santa Catalina.
- Las mejoras en la Terminal de Cruceros ha permitido atender el incremento de la demanda del turn-around en términos de funcionalidad y flexibilidad.
- La oficina de Recuperación de Impuestos (Aduanas) mantiene horarios de aperturas desajustadas en fechas y horarios con las necesidades de sus usuarios

Como ven los operadores el destino de cruceros Gran Canaria



Servicios en Tierra

- Se percibe mejoras en las infraestructuras urbanas; señalización, información, oferta de movilidad. Hay más coordinación municipal con empresas y servicios locales y municipales.
- Se mantiene los déficits de Servicios Públicos en Vegueta, Horarios de Museos.
- El proyecto del Acuario es percibido como una oportunidad para cualificar la oferta de ocio urbano a los cruceristas.

Excursiones

- En Gran Canaria cabe destacar las nuevas ofertas de la Finca La Laja en Agaete, o nuevas experiencias como hacer queso y ofertas de Cooking,

Como ven los operadores el destino de cruceros Gran Canaria



Áreas y Centros Comerciales

- Se percibe afluencia fines de semana en las inmediaciones del muelle con unas compras moderadas. La demanda de Food & Beverage está acotada a Comidas Ligeras o FastFood.
- A la oferta comercial le preocupa el impacto de la especialización como Puerto Base. Disminución del número y volumen de las compras. Poca capacidad de gasto de los cruceristas. El impacto Puerto Base ha causado una discordancia en el volumen de cruceristas cuya presencia se comunica y la escasa demanda comercial.
- Oportunidades para mejorar la oferta urbana: Calidad de Servicio. Sonrisa. Idiomas. Limpieza. Rótulos. Abanderamiento del mobiliario con rótulos de marcas comerciales.

Servicios de Movilidad

- Han habido esfuerzos por acordar la ordenación de la presencia y operativa del sector del taxi en relación con los cruceros pactando excursiones tipos con tarifas fijas o regulando la captación de clientes, todavía persiste la mala imagen y cierto desorden. Incapacidad de acordar la figura de un coordinador. Sigue sin aceptarse por los taxistas la localización de la parada del Bus Turístico y su acceso a los clientes.
- La actividad de Puerto Base demanda una oferta de taxis de mayor capacidad para poder atender las necesidades de pequeños grupos con su equipaje en los transfers al aeropuerto.
- Se mantiene la demanda creciente de Rent a Car con oferta en casi todas las islas.
- Para los operadores del Bus Turístico la demanda de cruceros es muy importantes (70%). Su demanda se encuentra a la baja por el efecto Puerto Base. La Operativa Cruceros está siendo muy buena. Los conflictos con los Taxis van mejorando. Expectativa en la demanda que pueda generar el Acuario entre los turistas del Sur de la isla.

Organismos de Promoción Turística

- El Ayuntamiento quiere dar un impulso al Cruise & Stay en Las Palmas de Gran Canaria para lograr pernoctaciones de cruceristas en la ciudad para así minorar el efecto Puerto Base. La evolución de este último año parece mostrar resultados positivos, sobre todo entre los cruceristas independientes.
- Se percibe un impacto positivo de la actividad cruceros en la economía urbana entre emprendedores y agentes de diversos sectores.
- Hay un esfuerzo municipal por adaptar las infraestructuras urbanas para atender mejor las necesidades de turistas y cruceristas.

Como ven los operadores el destino de cruceros Gran Canaria



Agentes de Incoming y Organizadores de Excursiones

- Se mantiene la tendencia hacia las excursiones cortas.
- Necesidad de innovación constante: dificultades para encontrar nuevos productos.

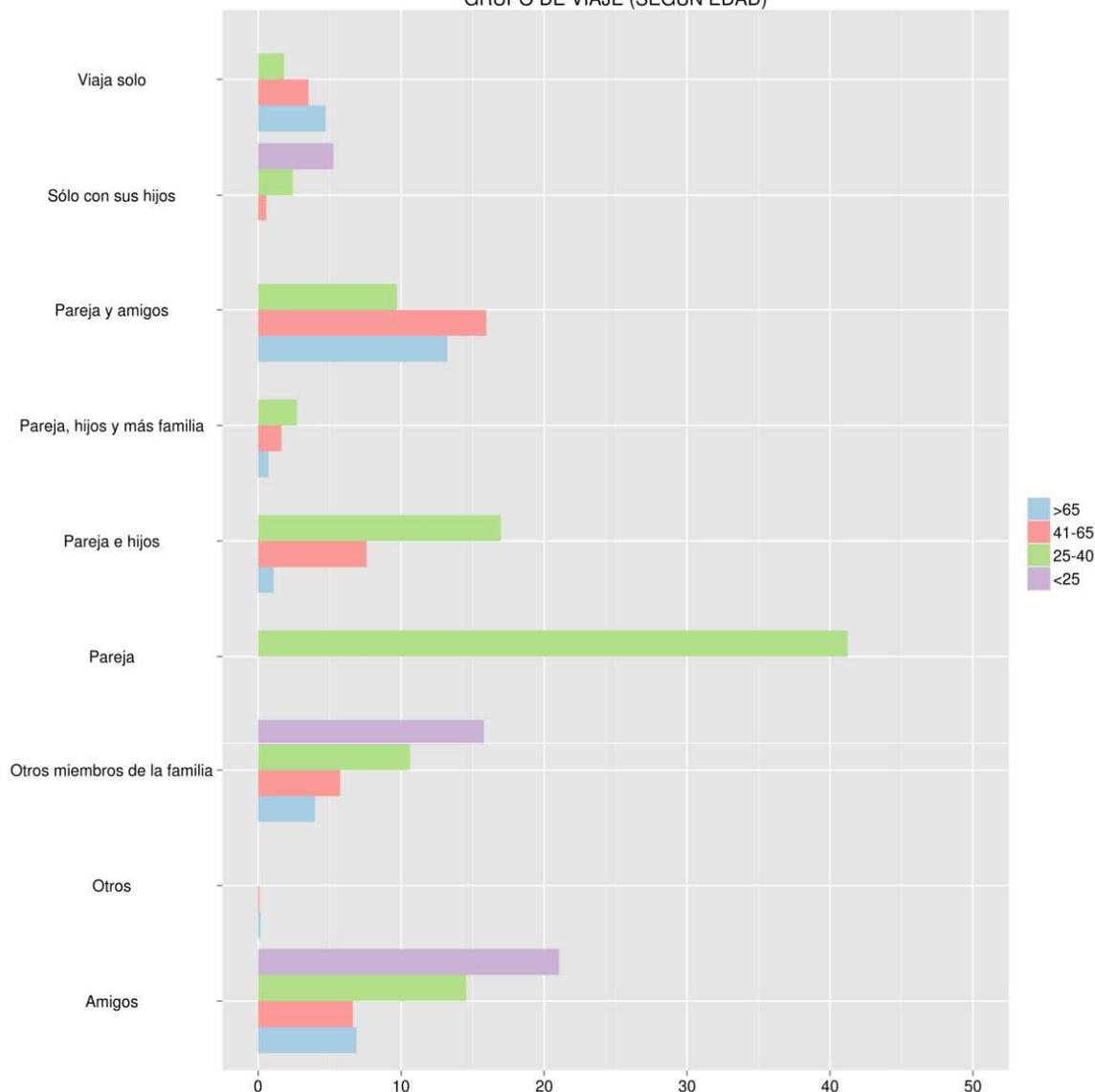
Consignatarios de Buques

- Las Palmas ha sacado partido la infraestructura generada. Buena operatividad. Expectativa de crecimiento en el Muelle Pesquero.
- Las condiciones específicas del puerto de Las Palmas y la proximidad y capacidad del aeropuerto lo hacen muy competitivo como Puerto Base. Cabe esperar continuidad y crecimiento.

Caracterización del Turista de Cruceros.

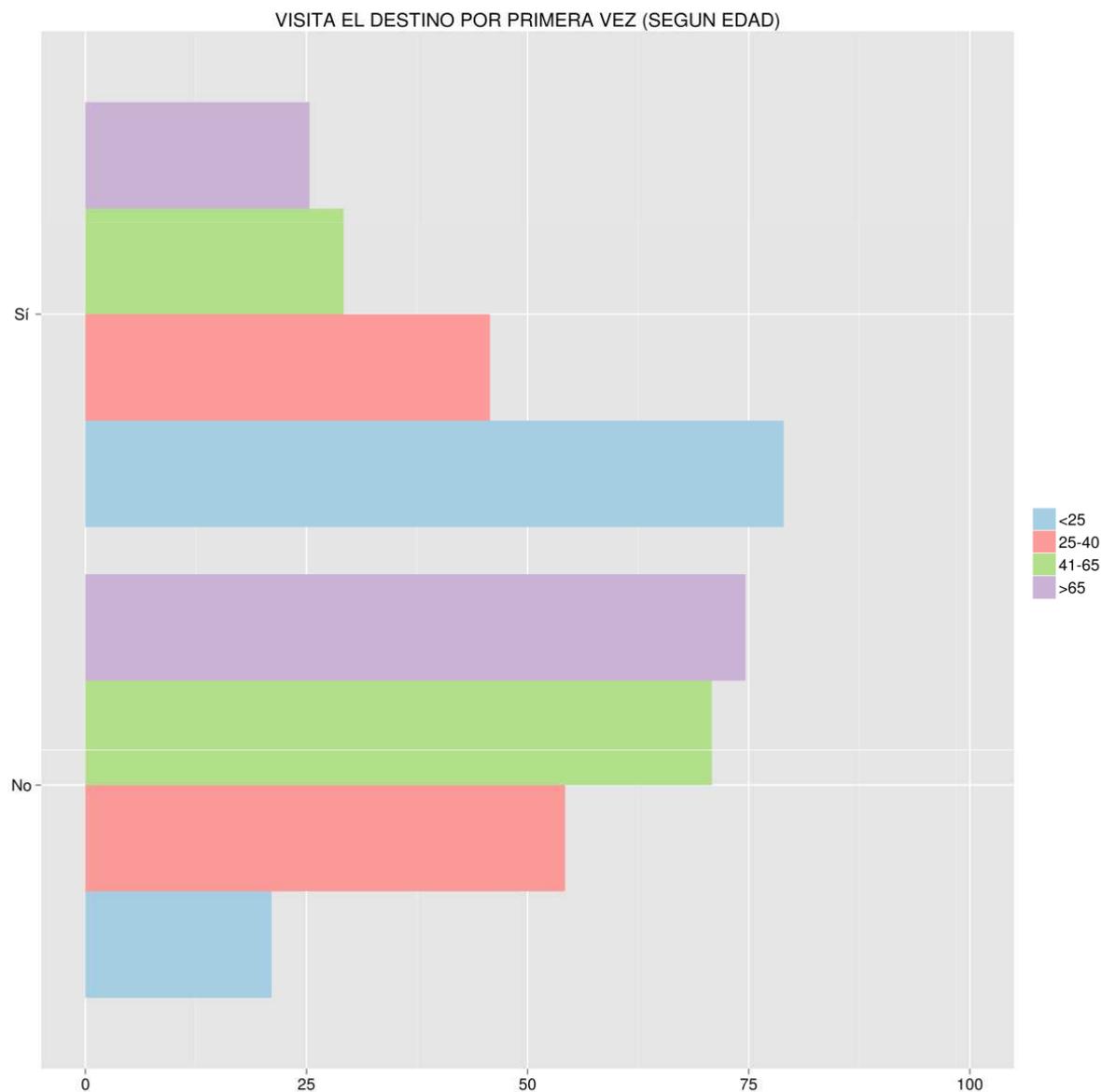


GRUPO DE VIAJE (SEGUN EDAD)



- Parejas
- El 83% de más de 41 años.
- En su mayoría procedentes de Reino Unido y Alemania.
- Repetidor del destino, sobre todo los de mayor edad.

Caracterización del Turista de Cruceros.



Parejas

El 83% de más de 41 años.

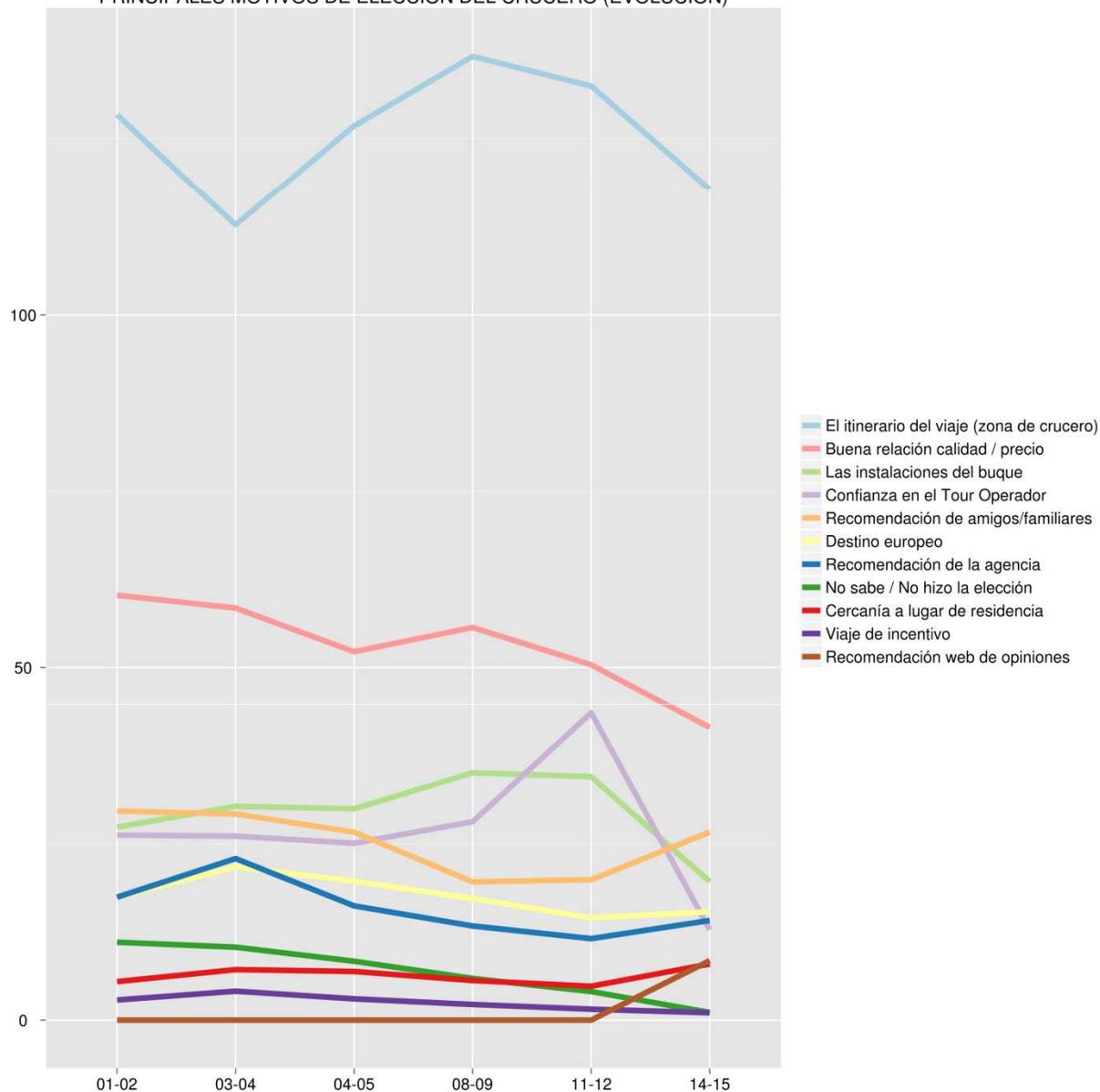
En su mayoría procedentes de Reino Unido y Alemania.

Repetidor del destino, sobre todo los de mayor edad.

Motivo de Eleccion del Crucero



PRINCIPALES MOTIVOS DE ELECCION DEL CRUCERO (EVOLUCION)



Itinerario de Viaje

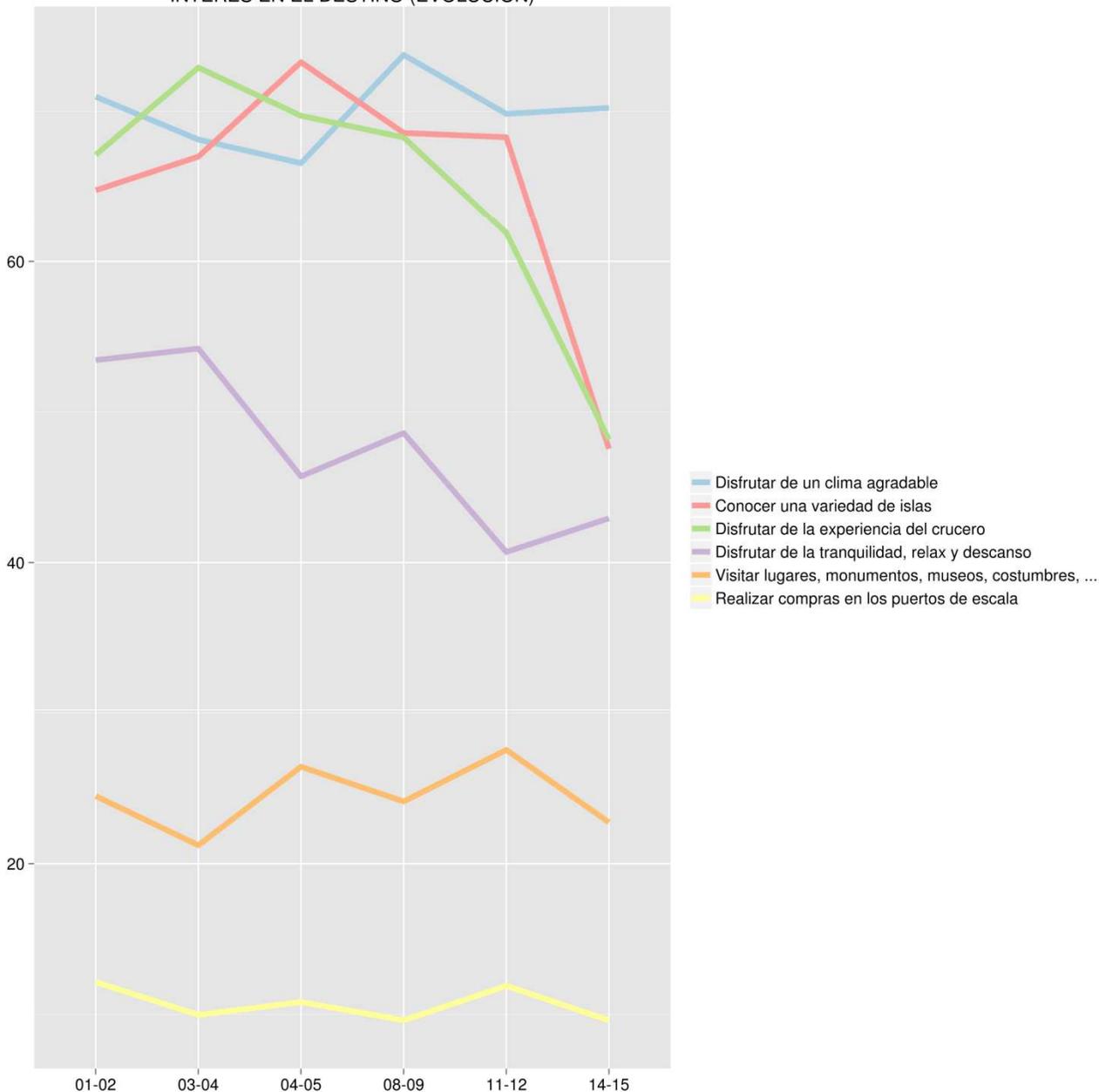
Buena relación calidad – precio.

Confianza en el TT00 y la naviera.

Aspectos más Importantes para Decidir el Destino



INTERES EN EL DESTINO (EVOLUCION)

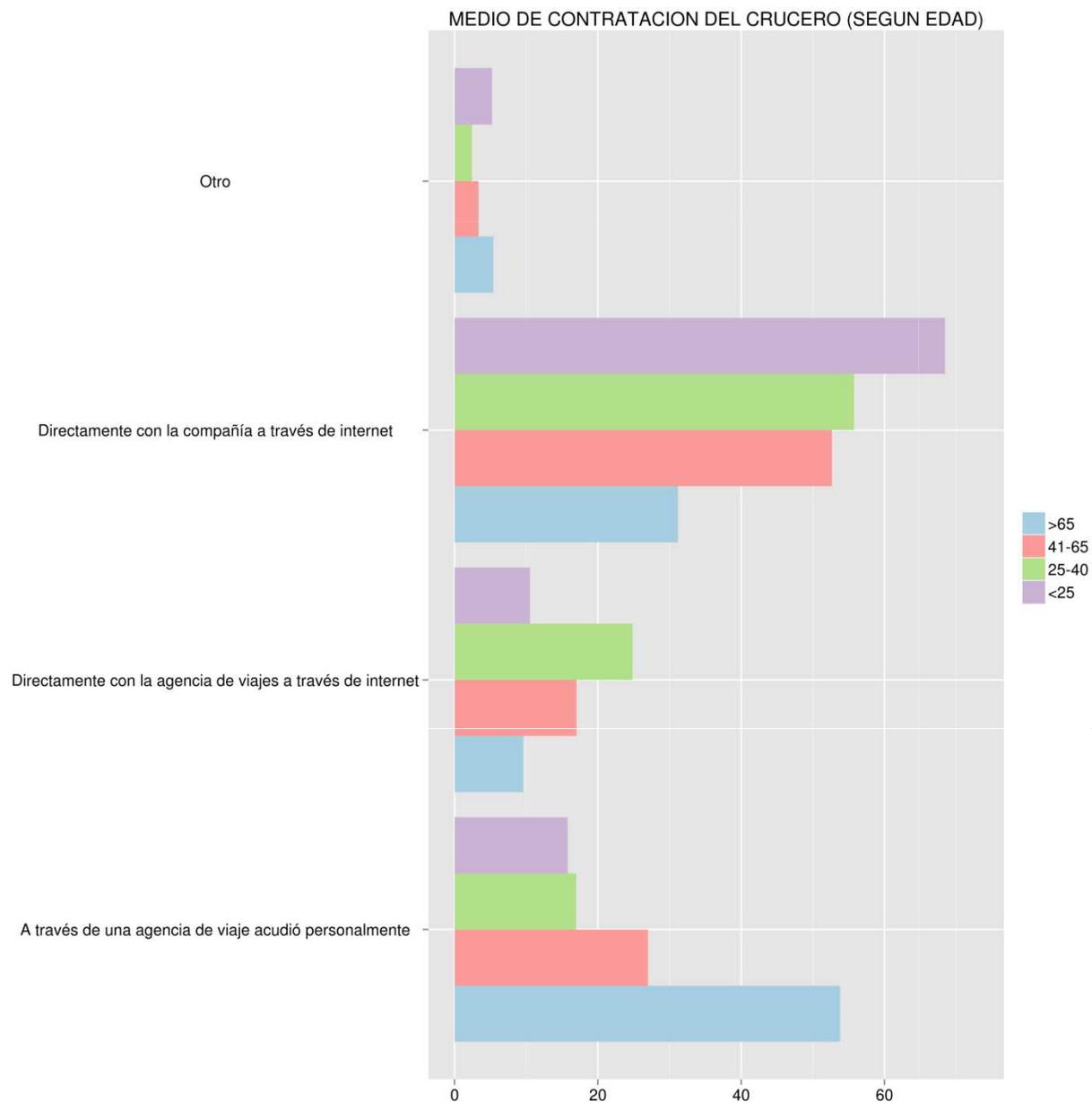


Buen Clima.

Variedad de Islas.

Experiencia del Crucero.

Fuentes de Información y Canal Comercial

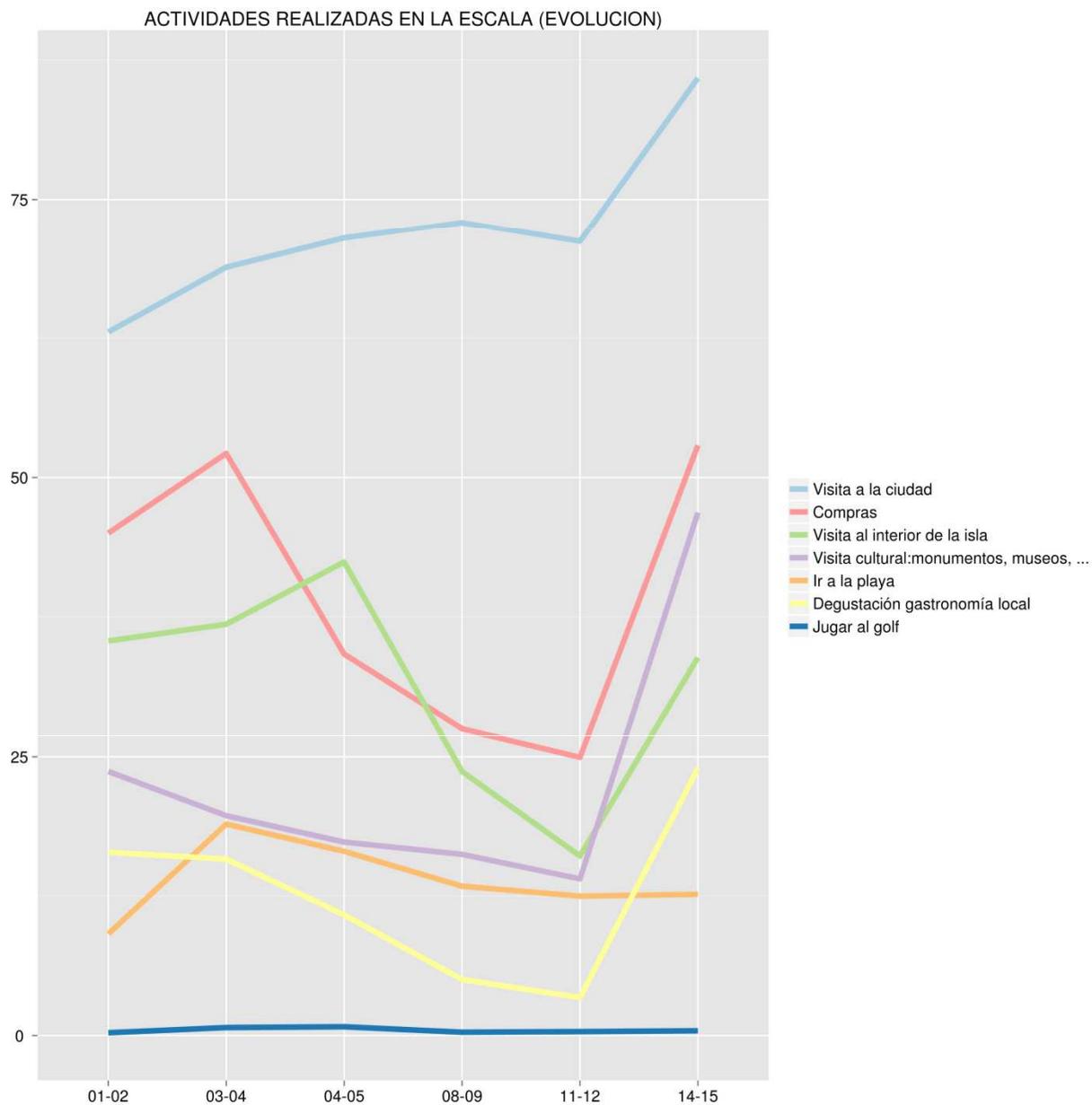


Información por agencias y familiares y amigos.

Contratación por agencias.

- Los jóvenes mas Internet.

Actividades Realizadas en la Escala

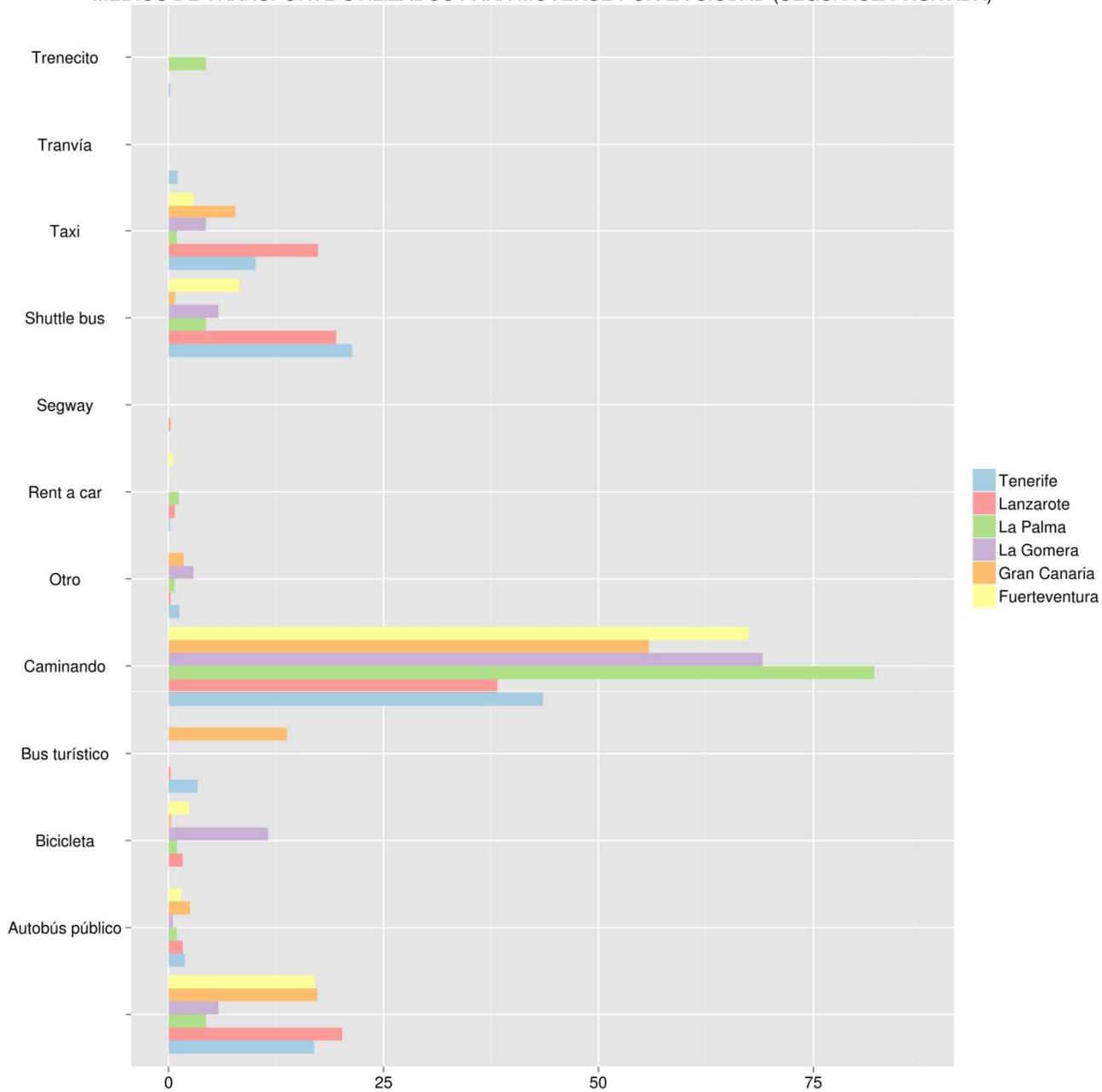


- Ciudad.
- Compras declinando y repunta.
- Visita isla declinando y repunta.

Medios de Transporte Utilizados



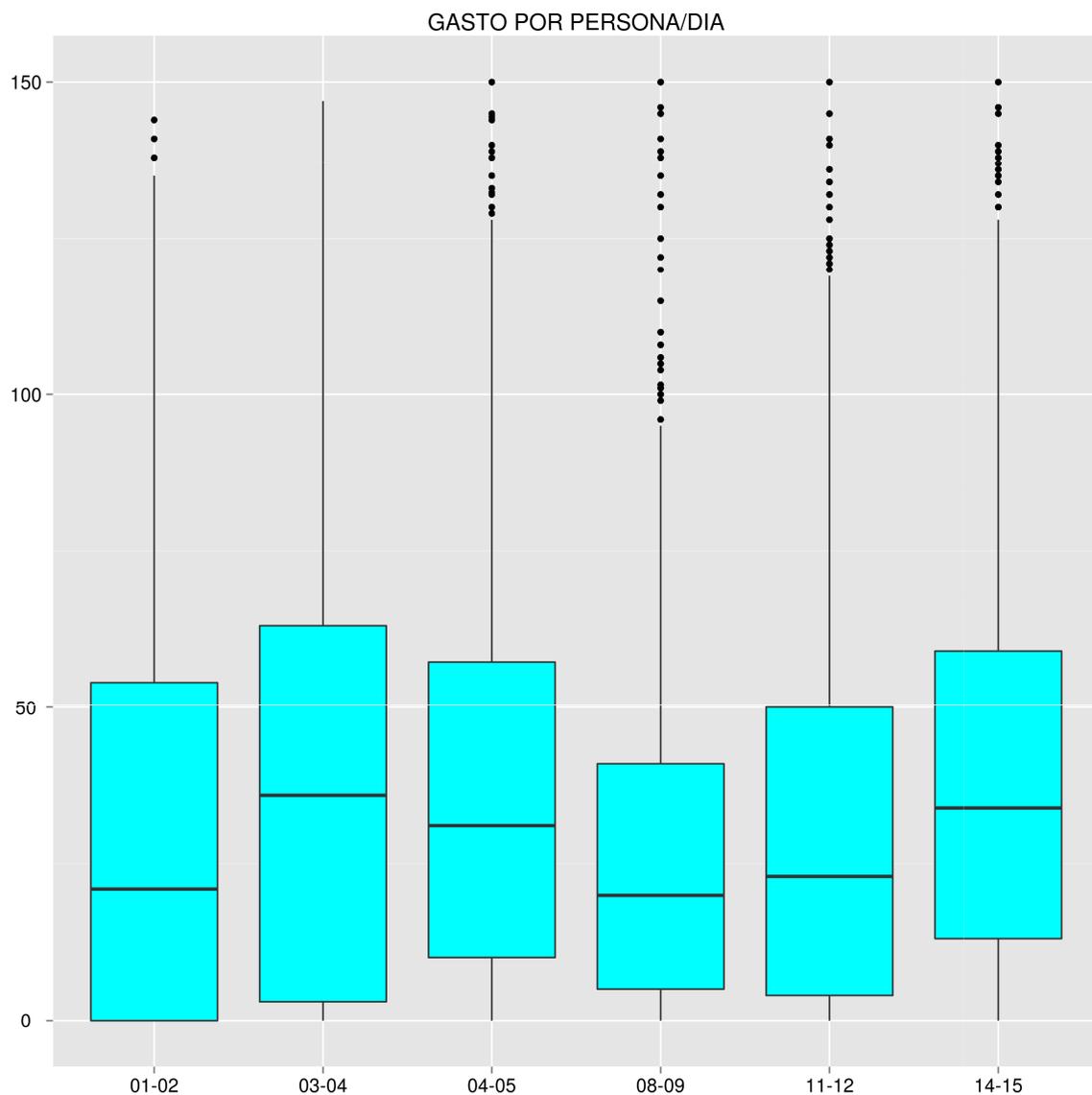
MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS PARA MOVERSE POR LA CIUDAD (SEGUN ISLA VISITADA)



- Caminando

ENCUESTA A CRUCERISTAS

Gasto Medio de los cruceristas (43.8 €)

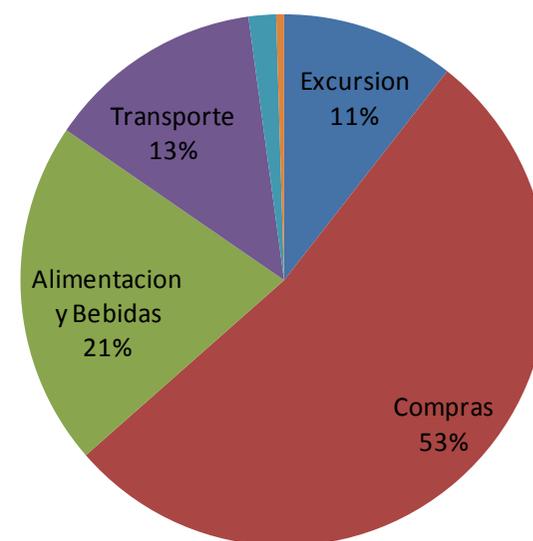


Cata	Gasto
08-09	31,8
11-12	41,6
14-15	43,8

Museos y Monumentos
2%

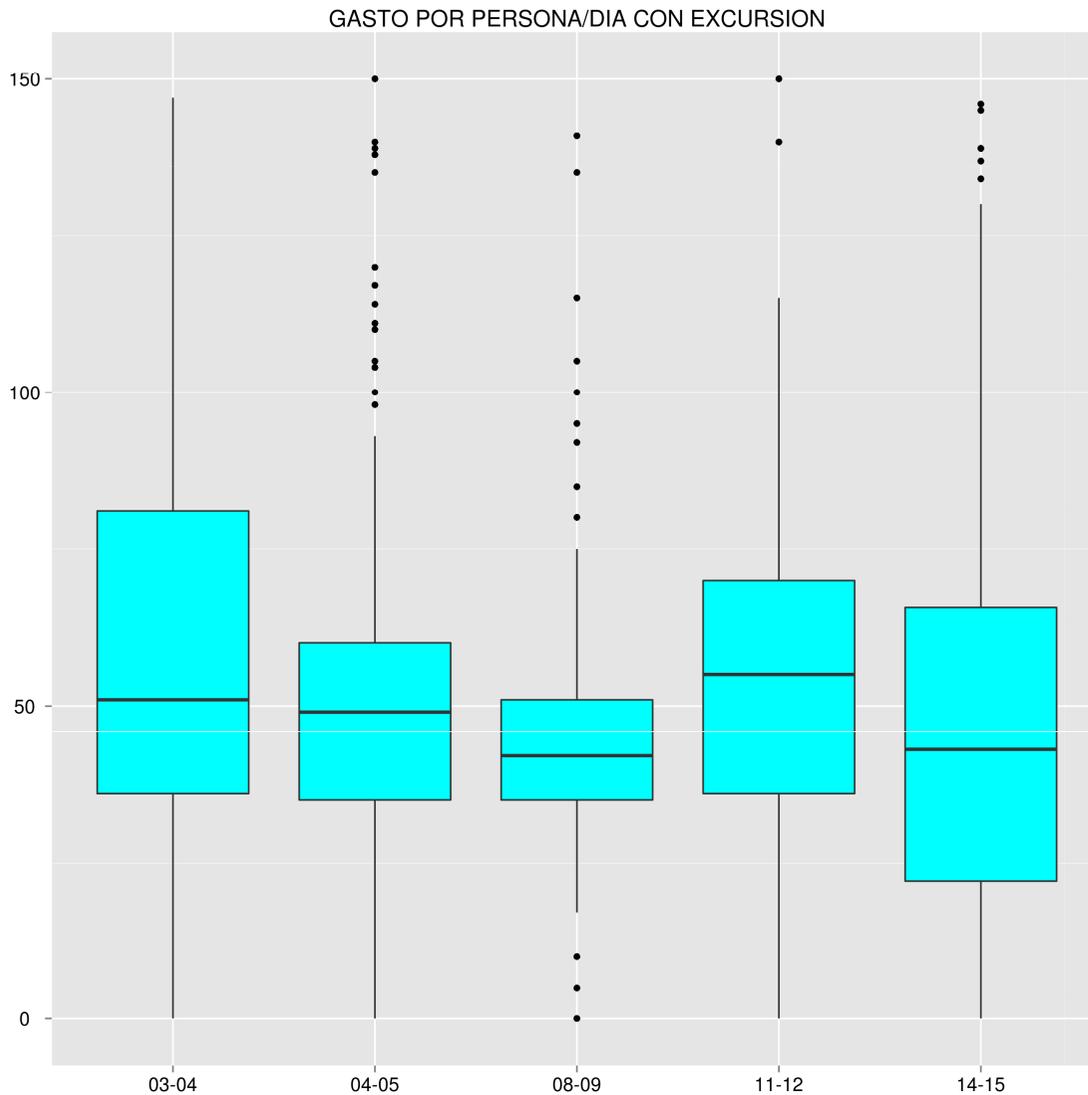
Estructura del Gasto

Otros Servicios
0%

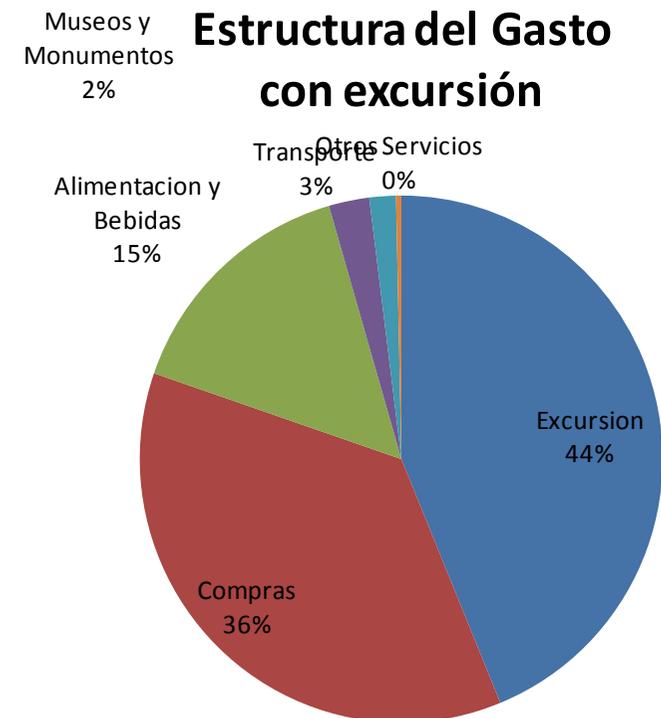


ENCUESTA A CRUCERISTAS

Gasto de los cruceristas que contratan excursión (46,4 €)

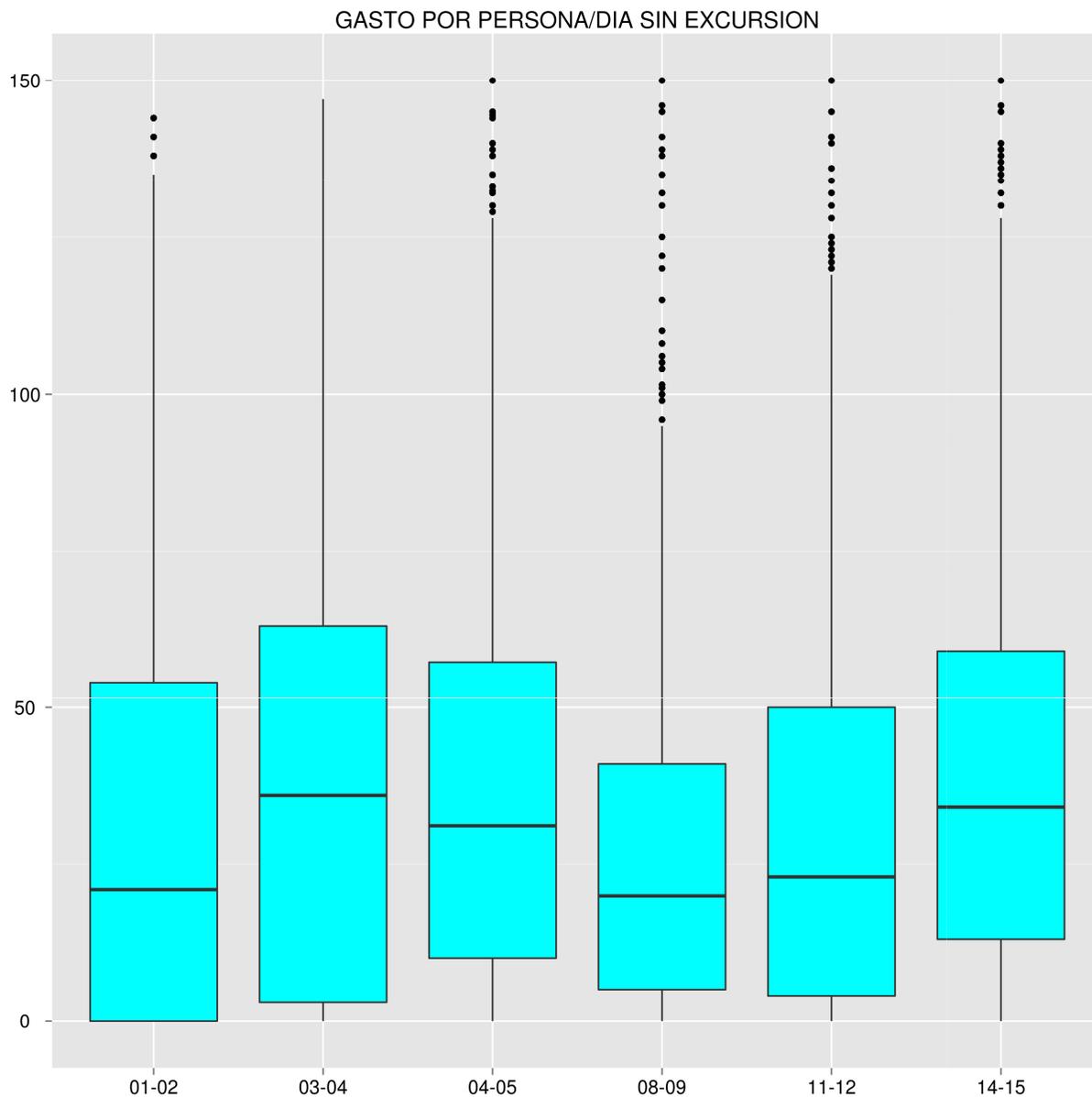


Temporada	Gasto
08-09	45,0
11-12	66,9
14-15	46,4

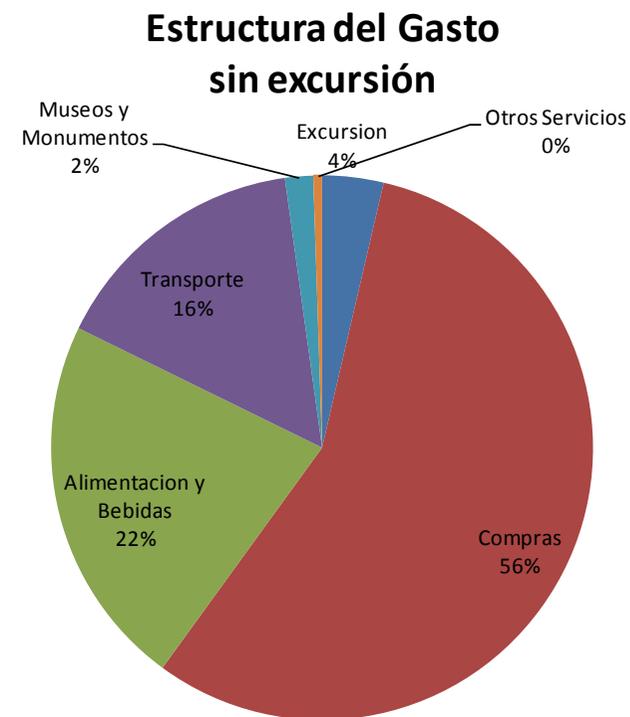


ENCUESTA A CRUCERISTAS

Gasto de los cruceristas que no contratan excursión (43.3 €)

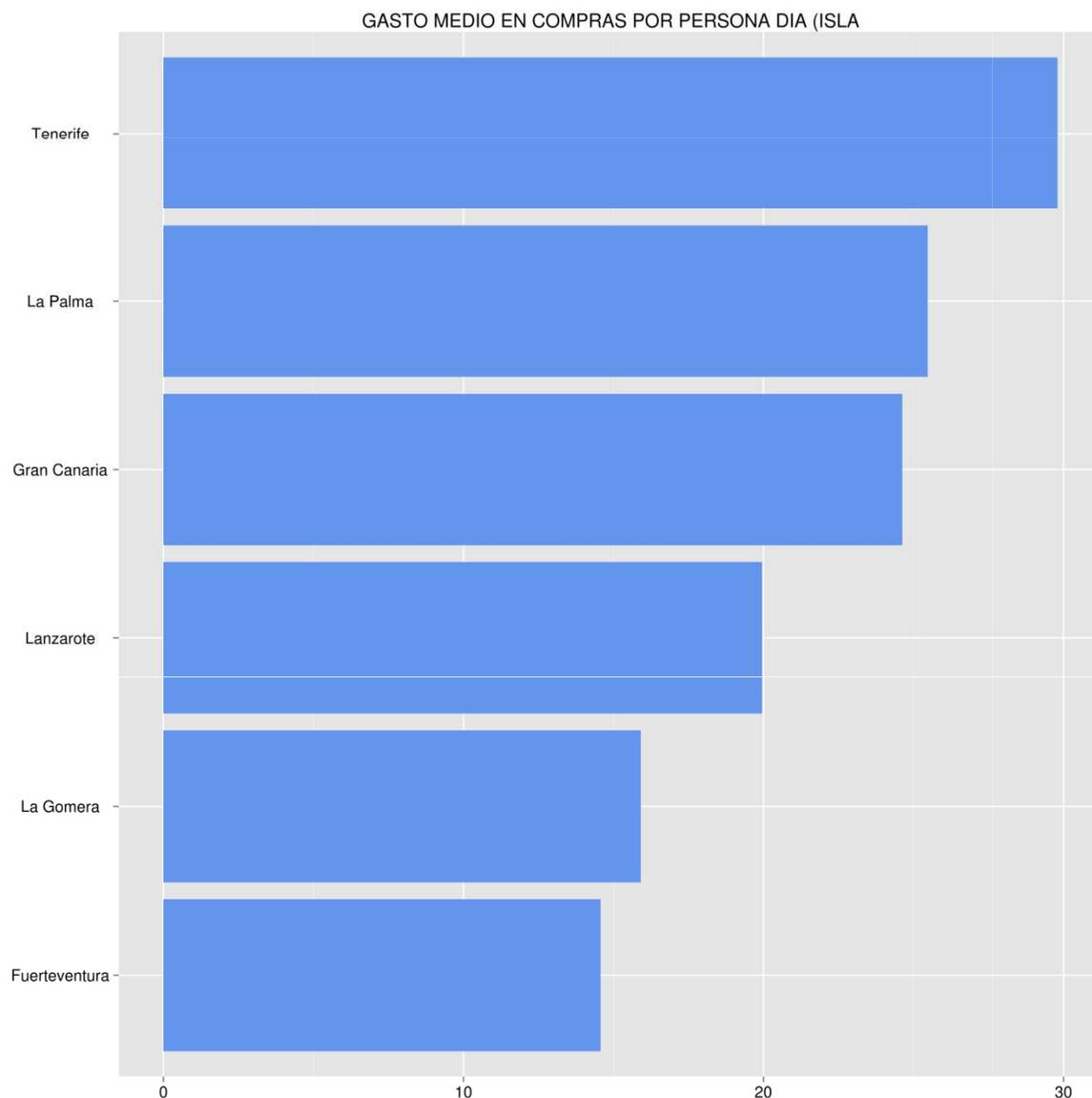


Cata	Gasto
08-09	30,2
11-12	39,5
14-15	43,3



ENCUESTA A CRUCERISTAS

Gasto en Compras



Gasto en Compras

08-09 18,0

11-12 25,3

14-15 23,2

GASTO EN COMPRAS

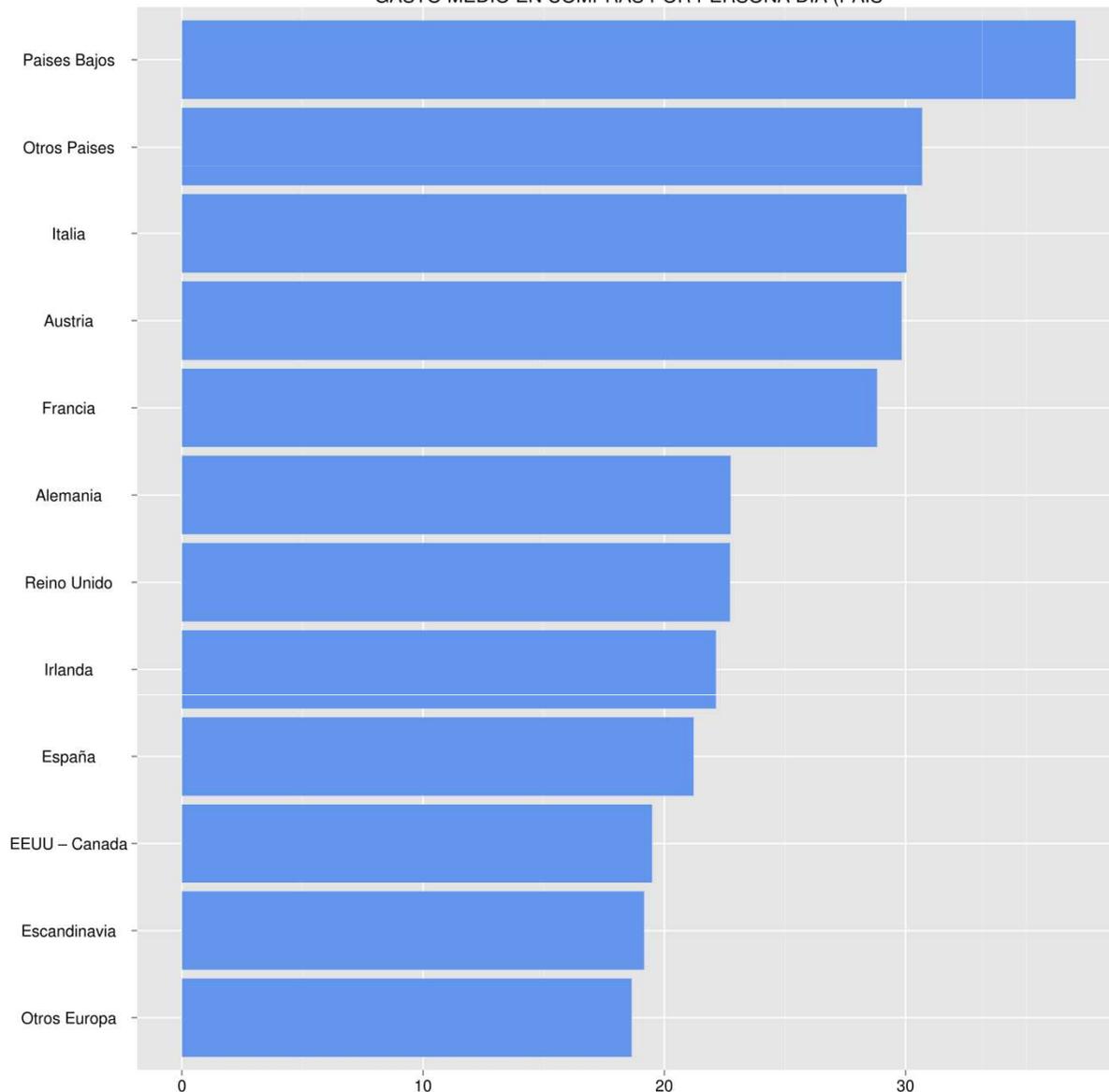
- Diferencia clara del Gasto Medio por Isla
- Los cruceristas más frecuentes, alemanes e ingleses, gastan menos que algunas otras nacionalidades

ENCUESTA A CRUCERISTAS

Gasto en Compras



GASTO MEDIO EN COMPRAS POR PERSONA DIA (PAIS)



Gasto en Compras

08-09 18,0

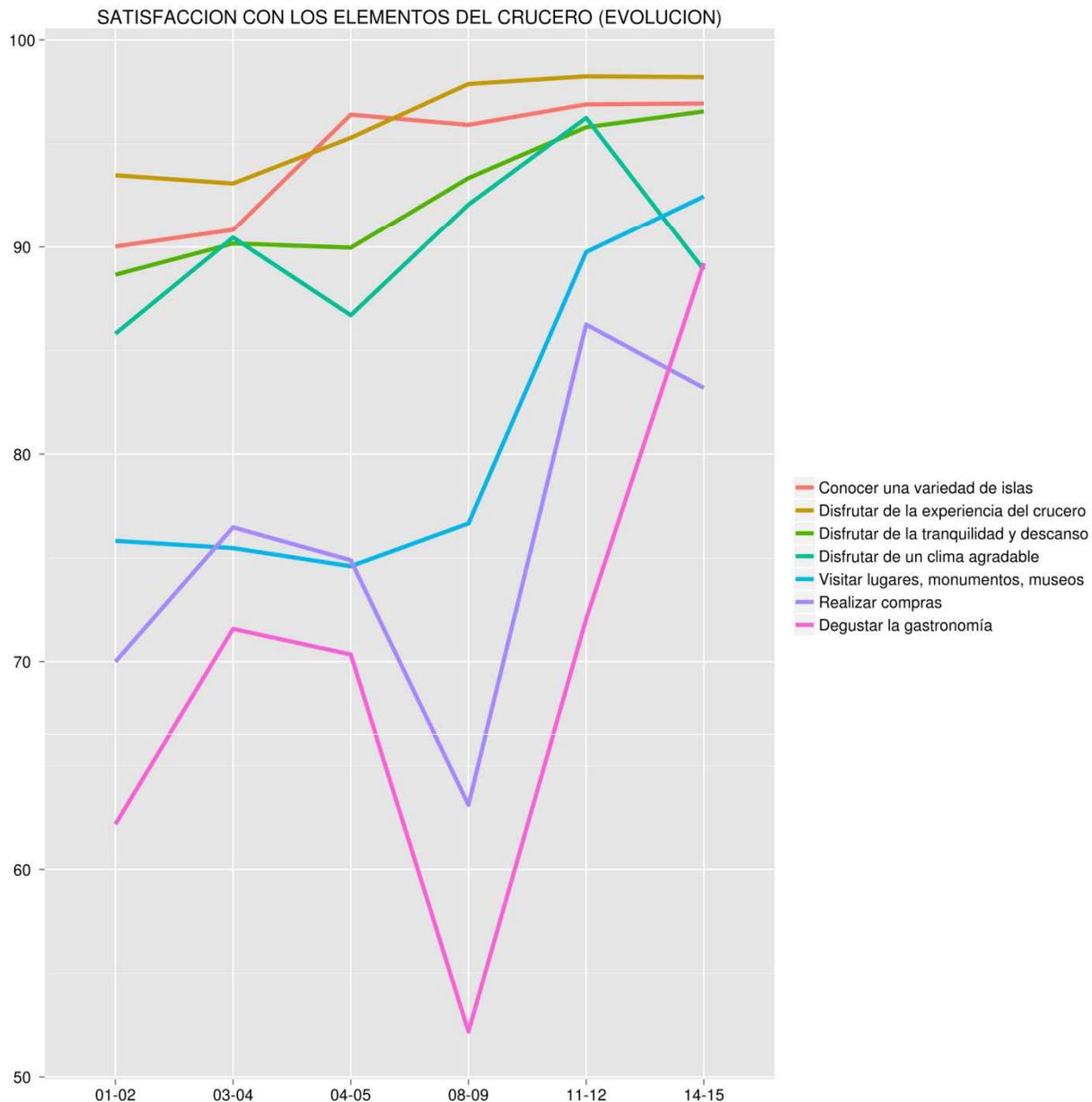
11-12 25,3

14-15 23,2

GASTO EN COMPRAS

- Diferencia clara del Gasto Medio por Isla
- Los cruceristas más frecuentes, alemanes e ingleses, gastan menos que algunas otras nacionalidades

ENCUESTA A CRUCERISTAS

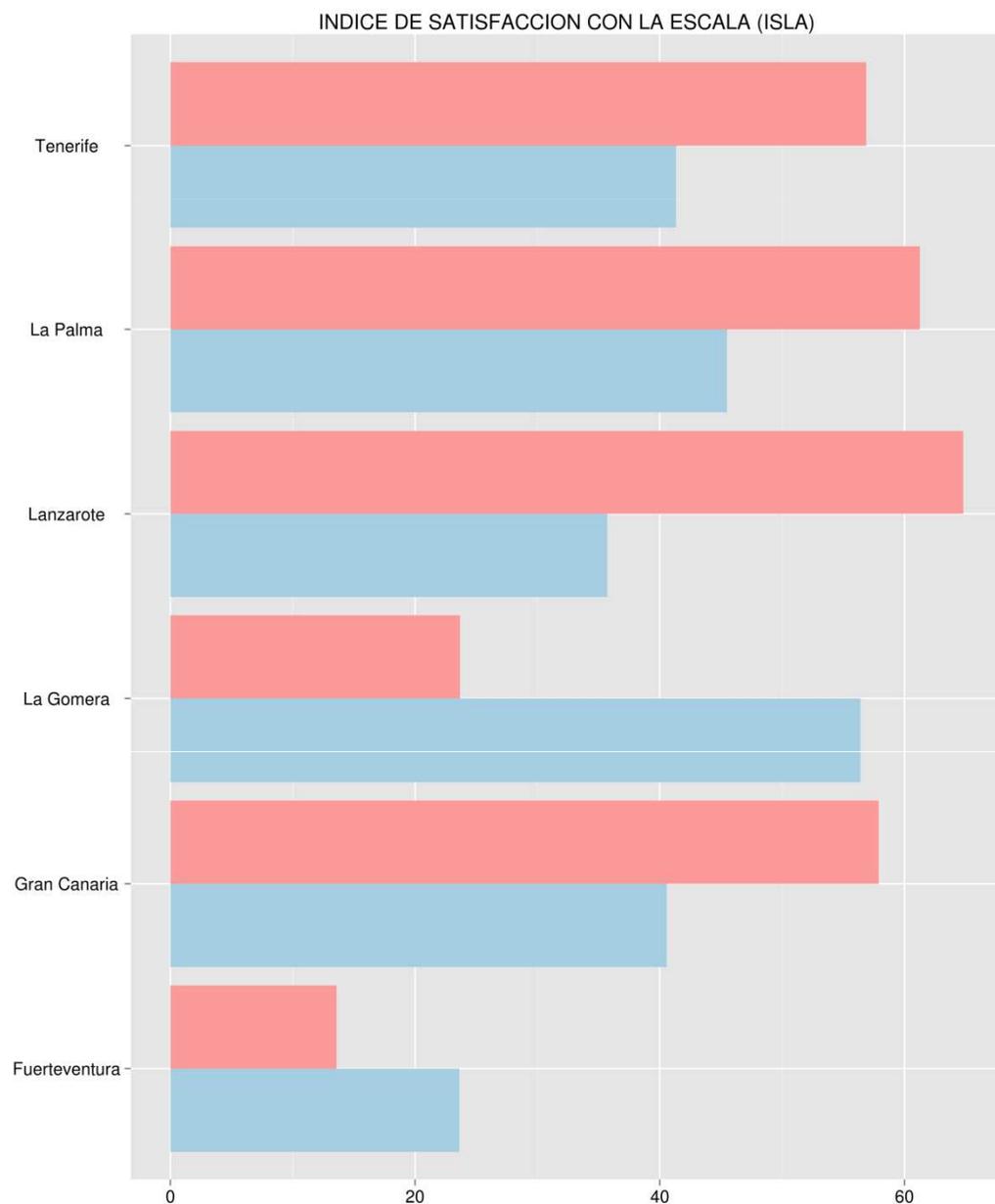


SATISFACCIÓN DE LOS ELEMENTOS DEL CRUCERO

- Se mantienen los niveles de valoración.
- Cae la valoración del clima que ha sido importante en la decisión de hacer este crucero.
- Compras y Gastronomía siguen siendo los elementos menos satisfactorios, aunque han mejorado.

ENCUESTA A CRUCERISTAS

Satisfacción con esta escala



Isla	Indice
Lanzarote	64,8%
La Palma	61,3%
Gran Canaria	57,9%
Tenerife	56,9%
La Gomera	23,7%
Fuerteventura	13,6%
Total	52,1%

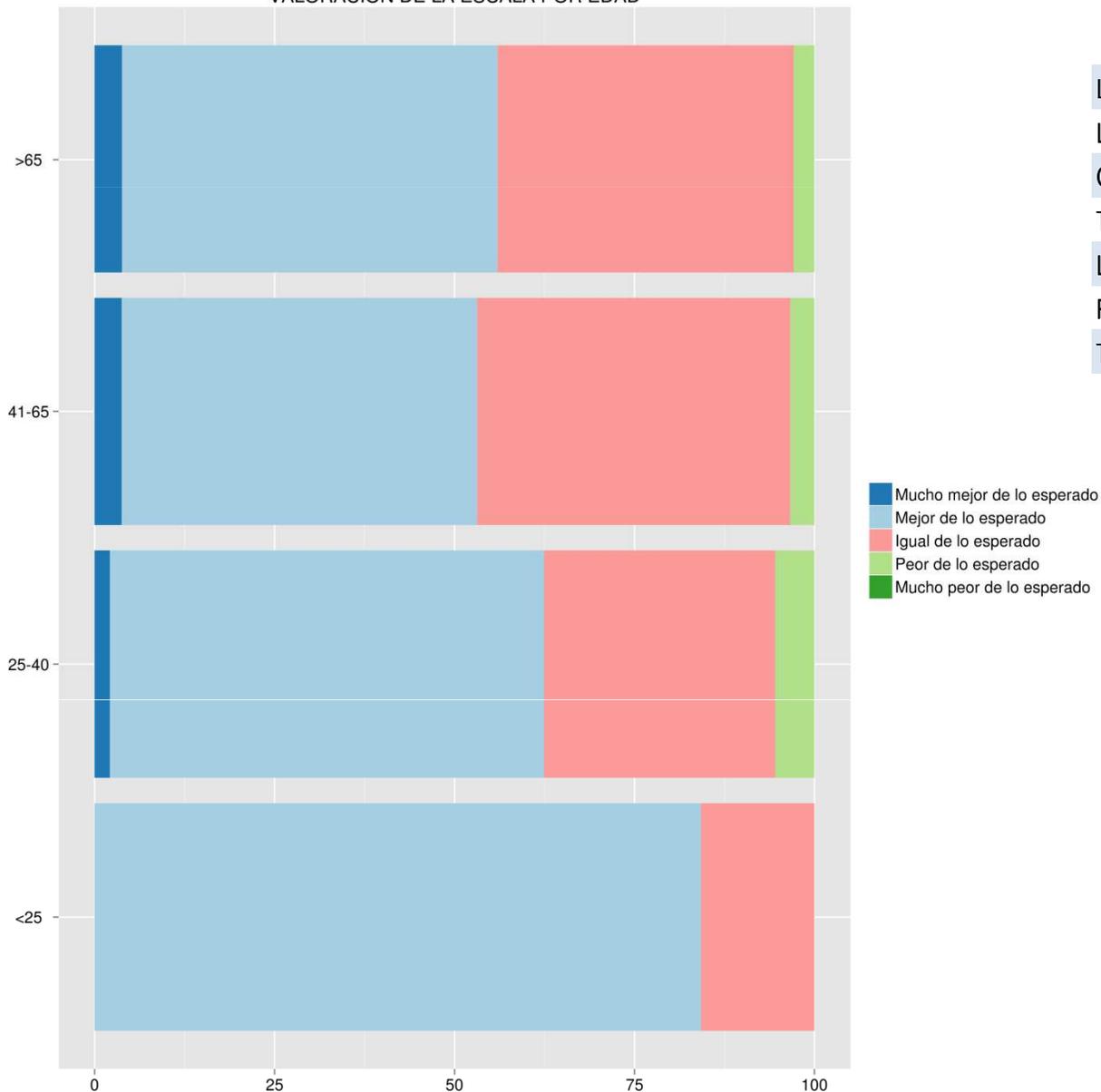
- Evolución favorable del índice en casi todas las islas
- Mejor valoración entre los más jóvenes

ENCUESTA A CRUCERISTAS

Satisfacción con esta escala



VALORACION DE LA ESCALA POR EDAD



Isla	Indice
Lanzarote	64,8%
La Palma	61,3%
Gran Canaria	57,9%
Tenerife	56,9%
La Gomera	23,7%
Fuerteventura	13,6%
Total	52,1%

- Evolución favorable del índice en casi todas las islas
- Mejor valoración entre los más jóvenes

ENCUESTA A CRUCERISTAS

Satisfacción con esta escala



Lo Mejor



Lo Peor

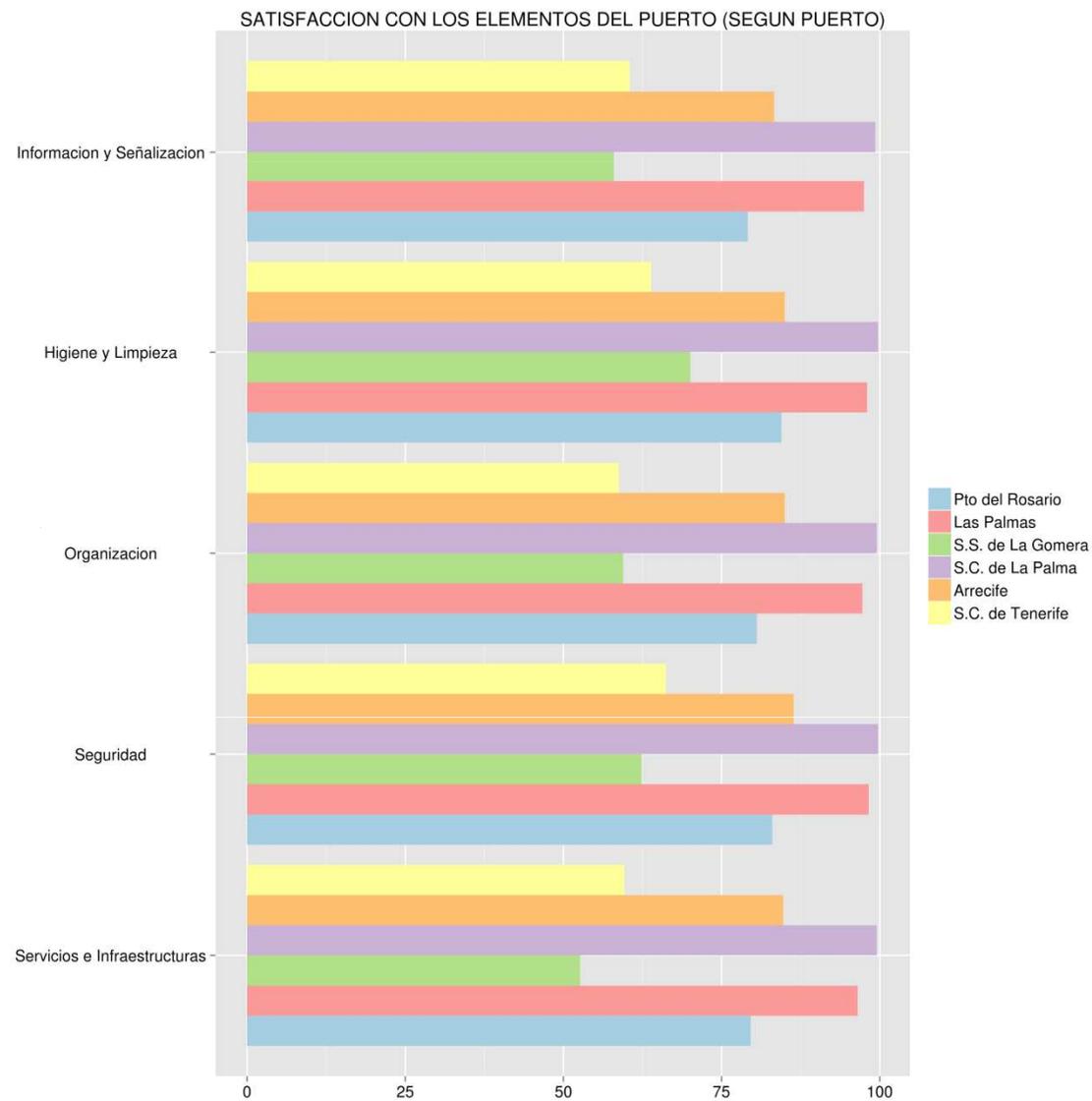
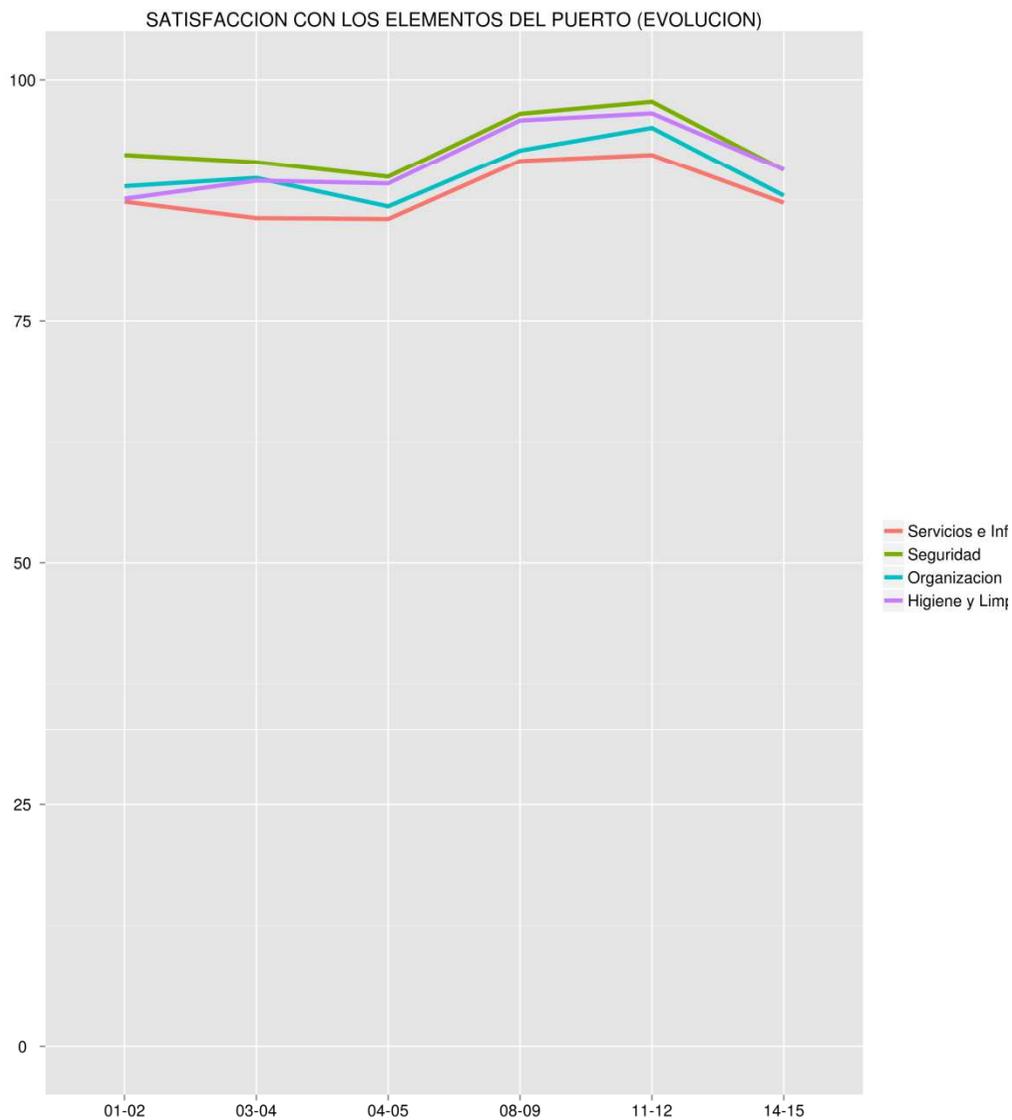


Lo que Falta



ENCUESTA A CRUCERISTAS

Nivel de satisfacción con la zona portuaria

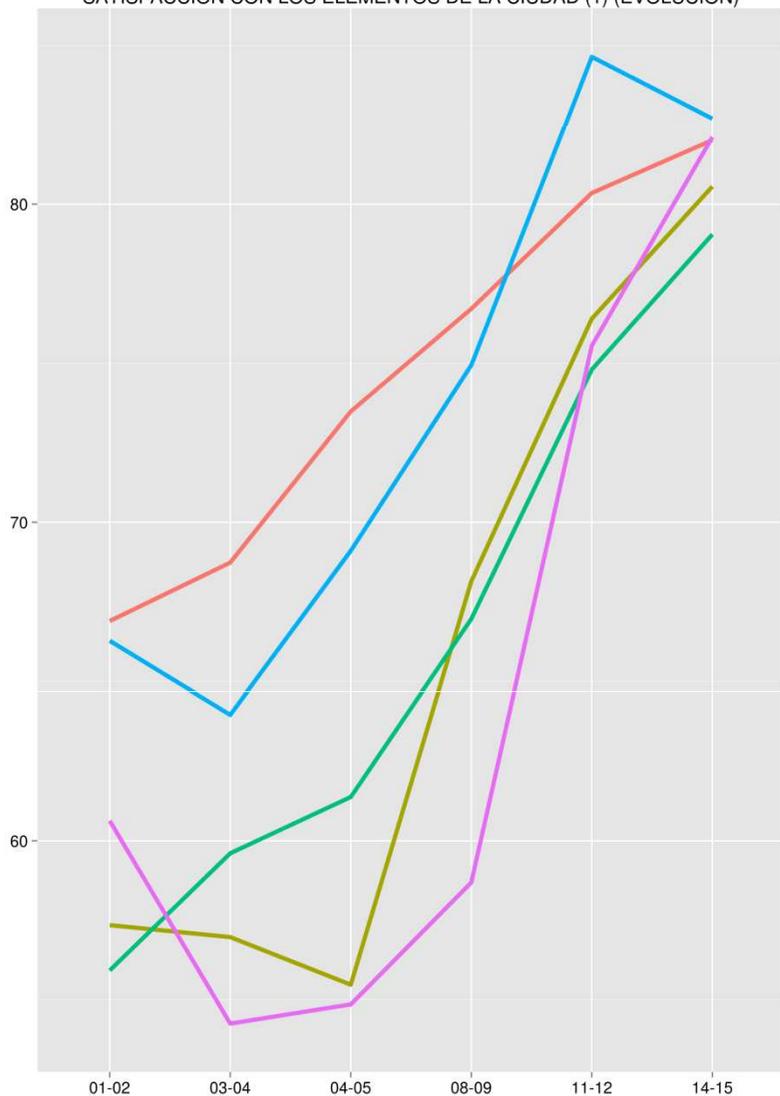


ENCUESTA A CRUCERISTAS

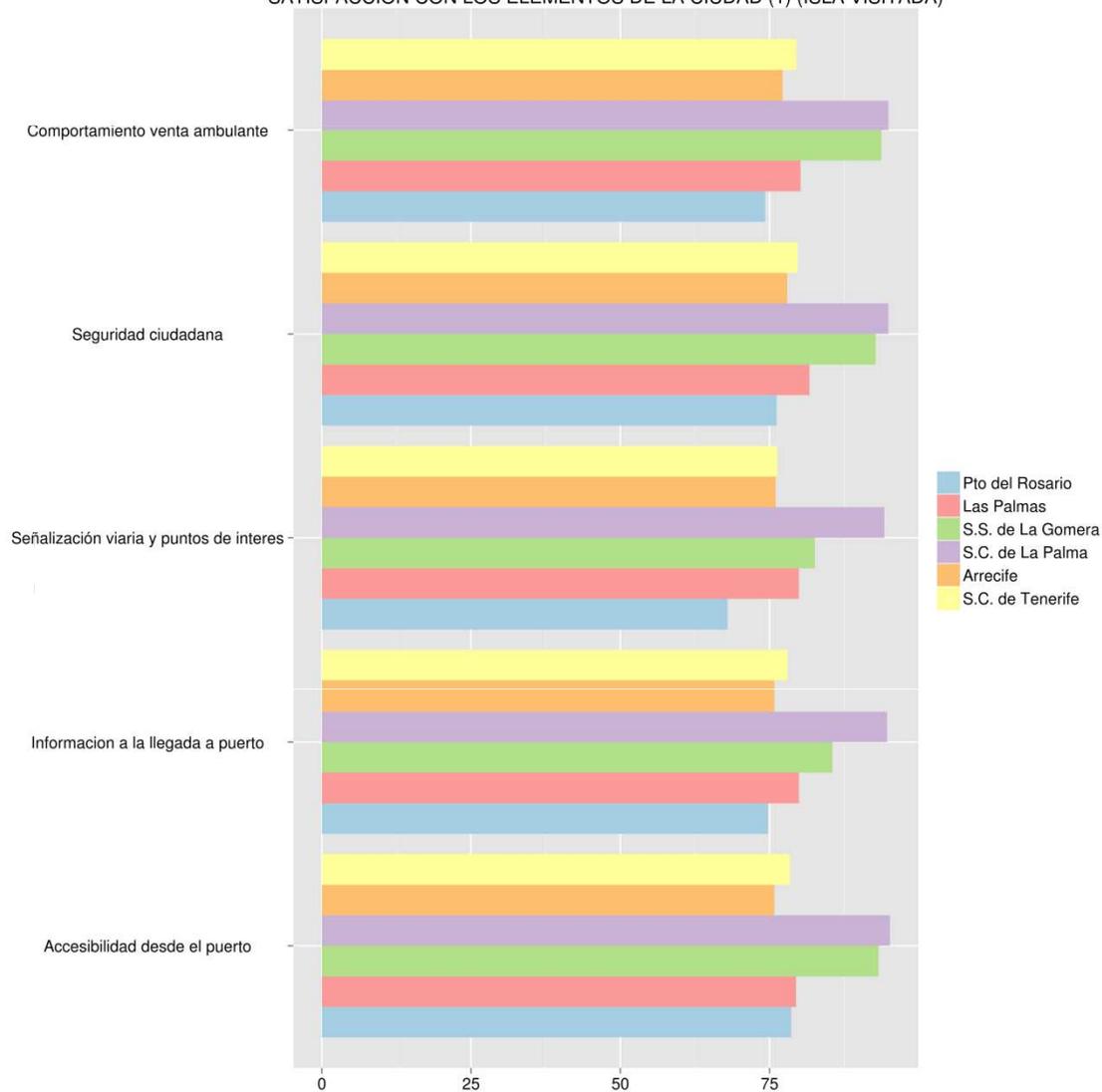
Nivel de satisfacción con los elementos de las ciudades (1 de 3)



SATISFACCION CON LOS ELEMENTOS DE LA CIUDAD (1) (EVOLUCION)



SATISFACCION CON LOS ELEMENTOS DE LA CIUDAD (1) (ISLA VISITADA)

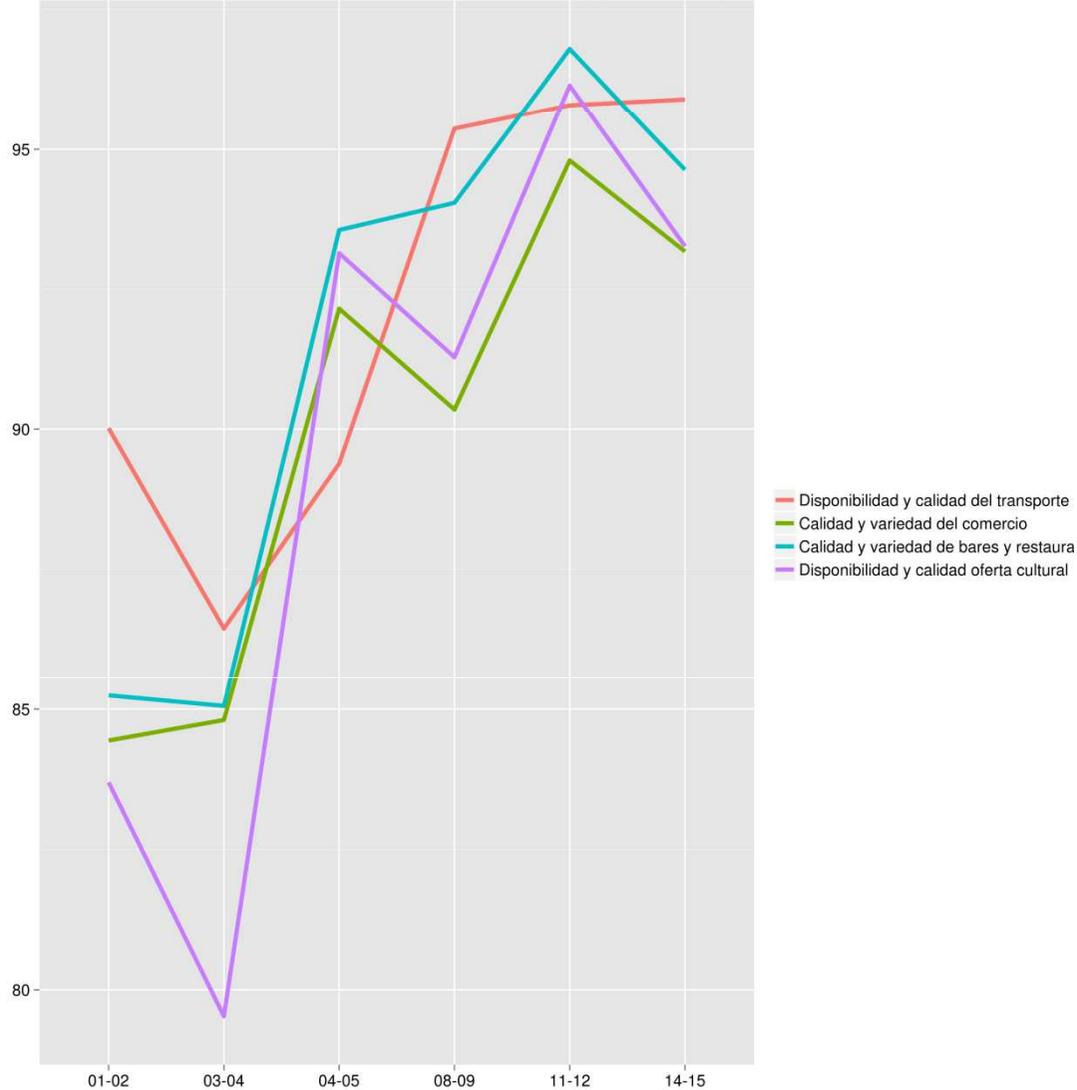


ENCUESTA A CRUCERISTAS

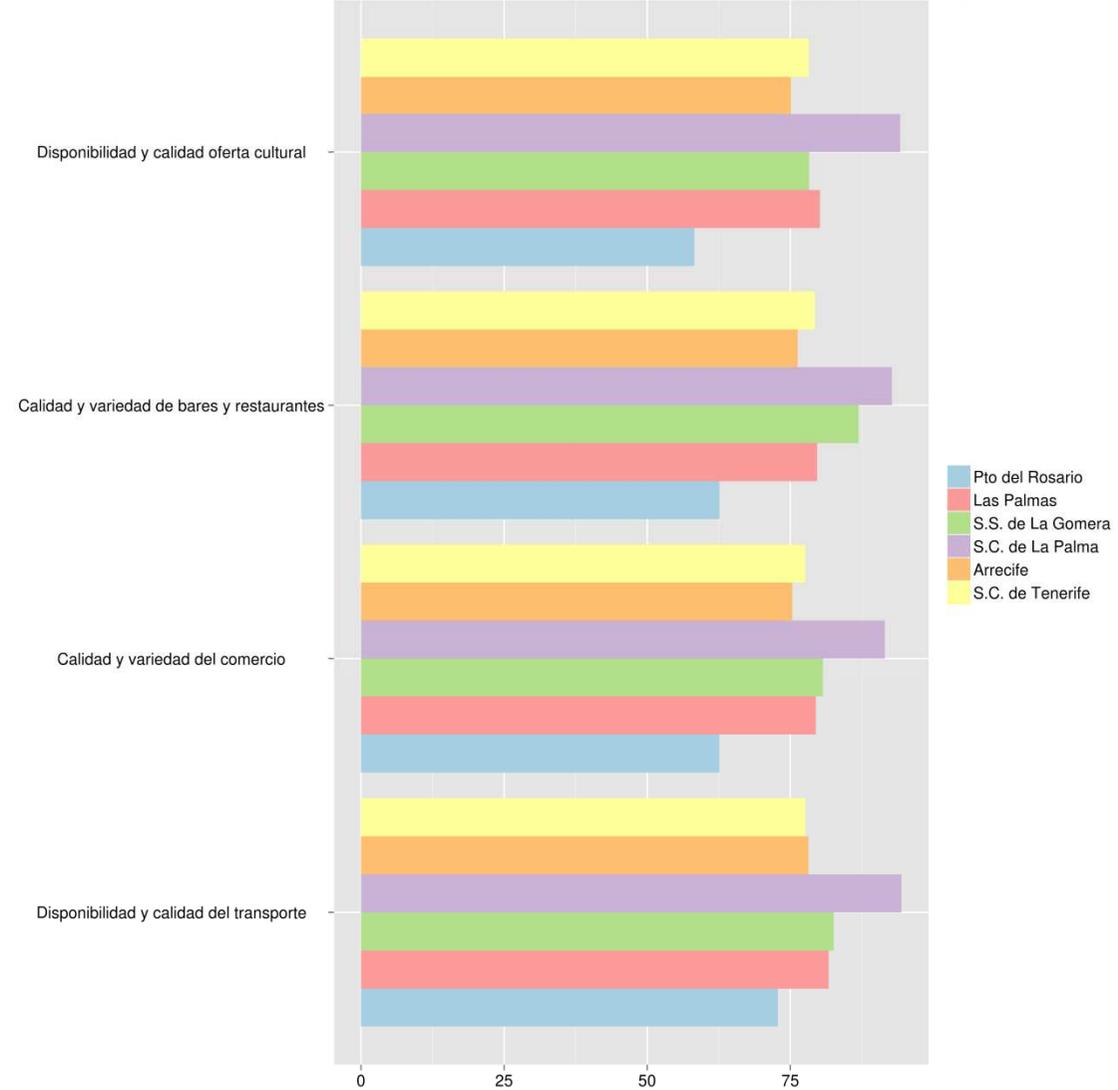
Nivel de satisfacción con los elementos de las ciudades (2 de 3)



SATISFACCION CON LOS ELEMENTOS DE LA CIUDAD (2) (EVOLUCION)



SATISFACCION CON LOS ELEMENTOS DE LA CIUDAD (2) (ISLA VISITADA)

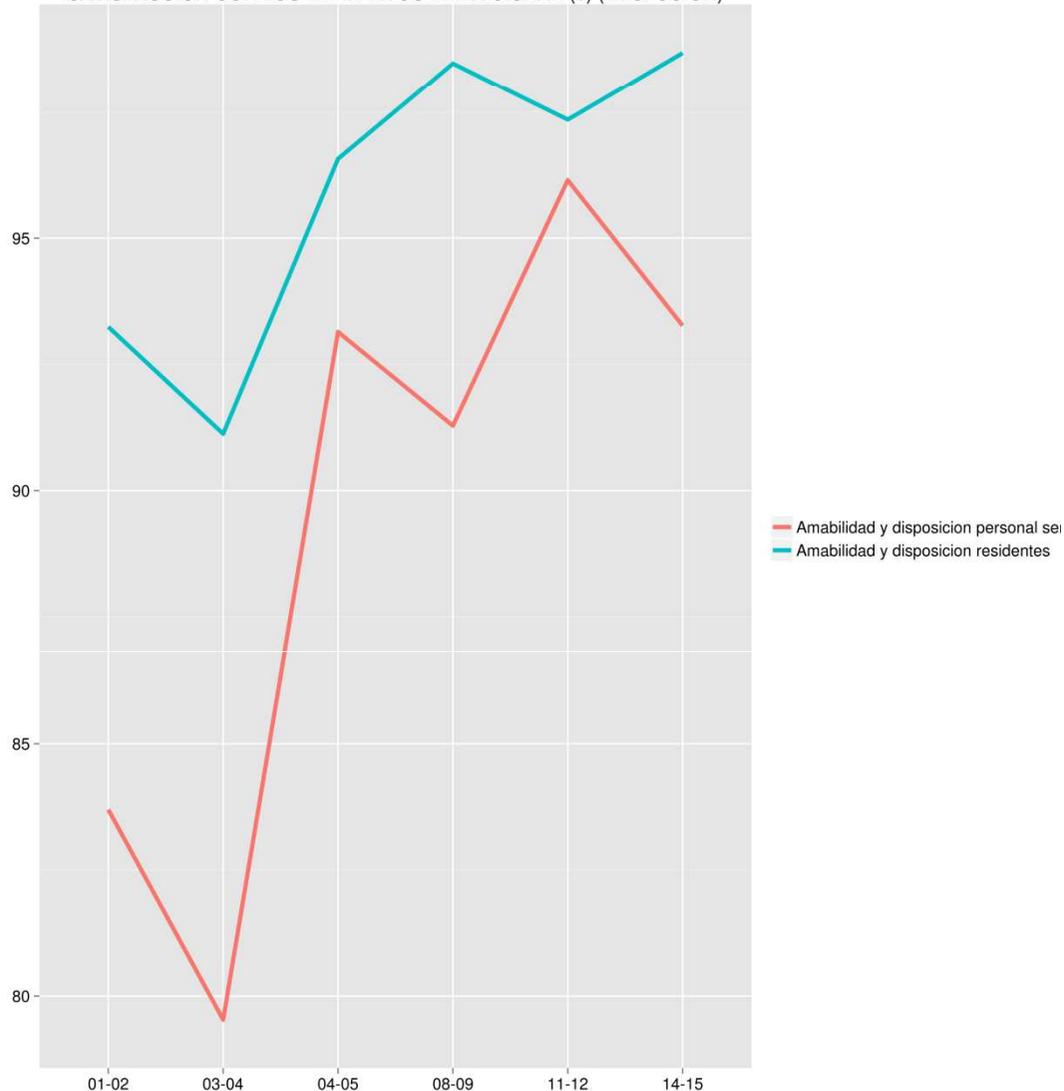


ENCUESTA A CRUCERISTAS

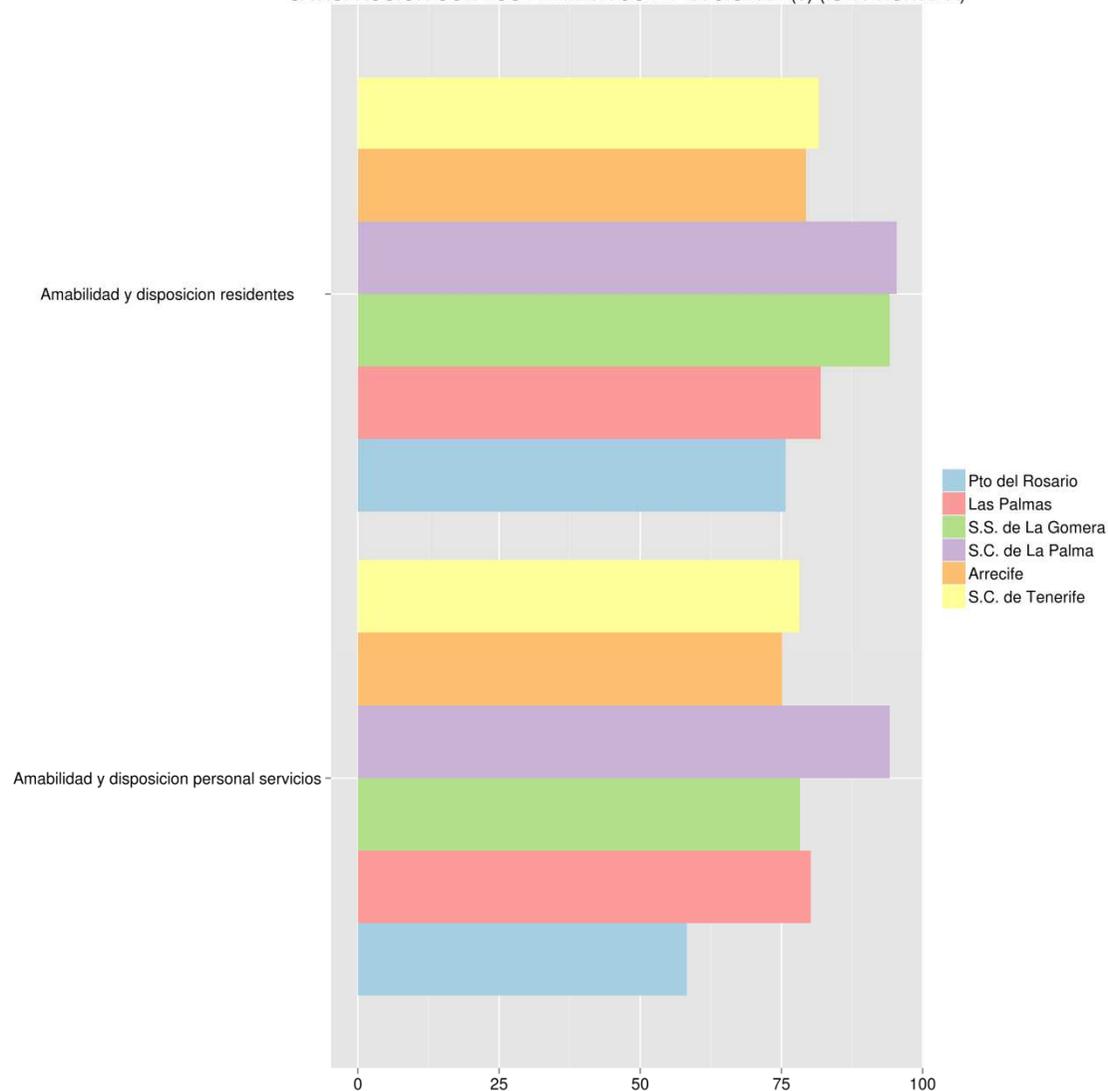
Nivel de satisfacción con los elementos de las ciudades (3 de 3)



SATISFACCION CON LOS ELEMENTOS DE LA CIUDAD (3) (EVOLUCION)

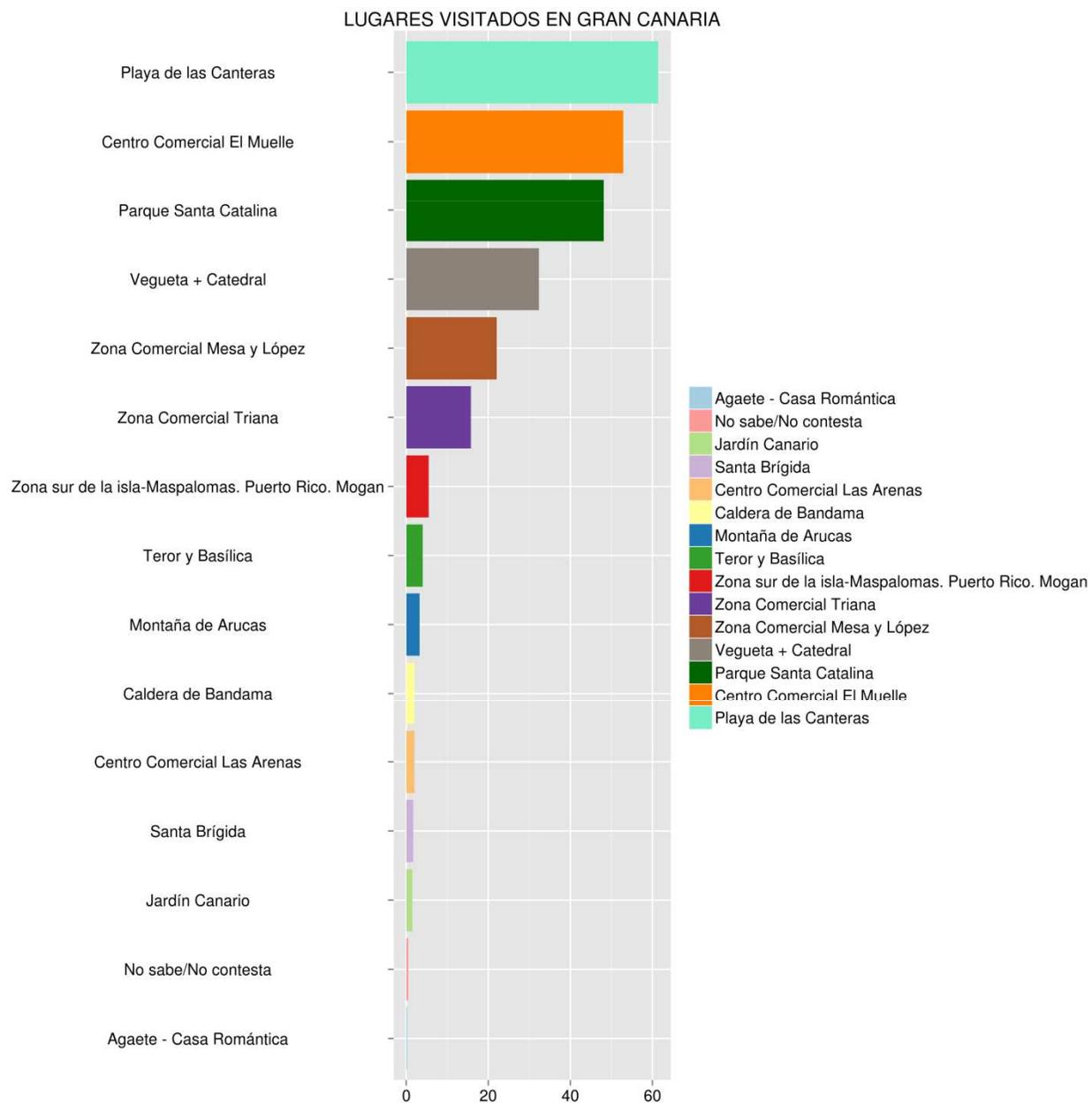


SATISFACCION CON LOS ELEMENTOS DE LA CIUDAD (3) (ISLA VISITADA)



ENCUESTA A CRUCERISTAS

Lugares visitados en las excursiones

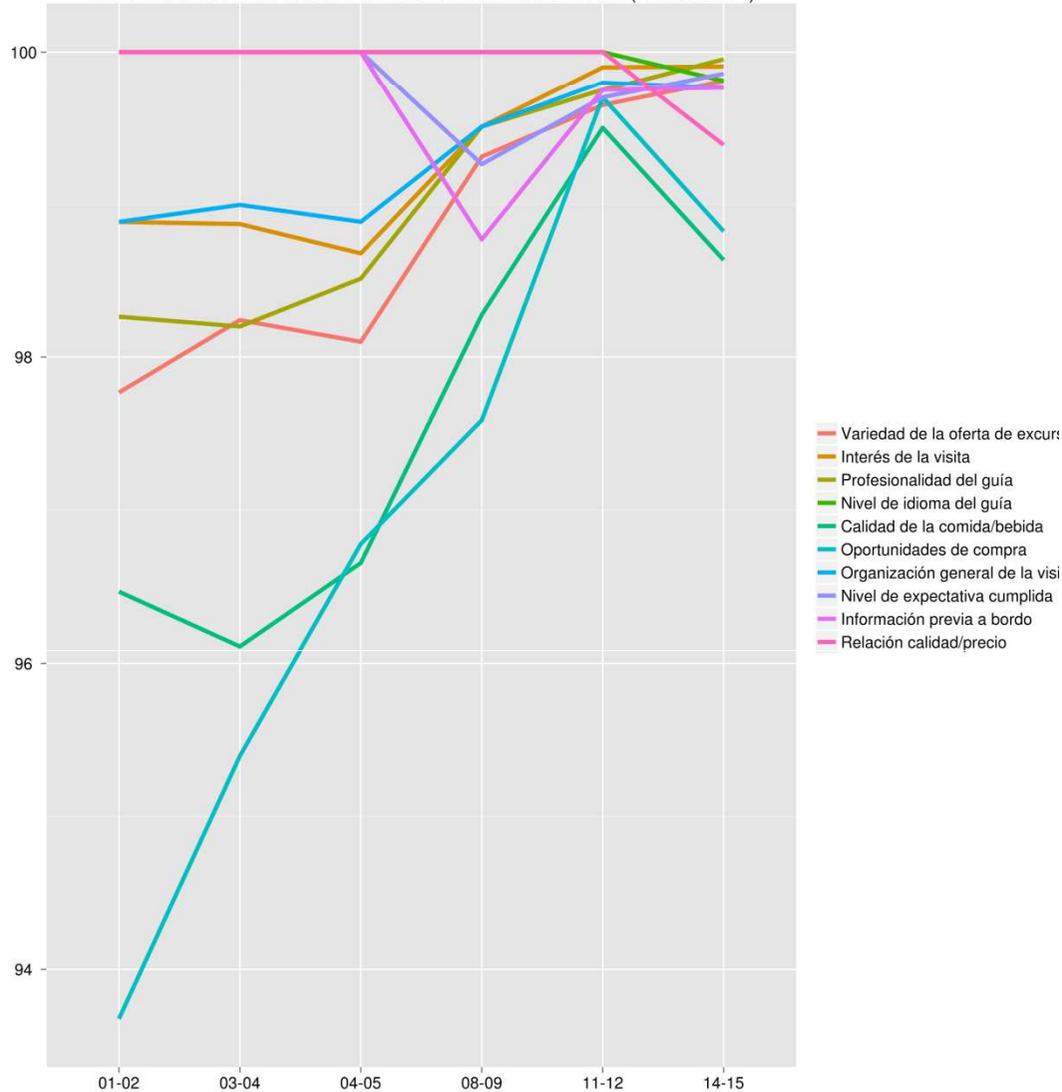


ENCUESTA A CRUCERISTAS

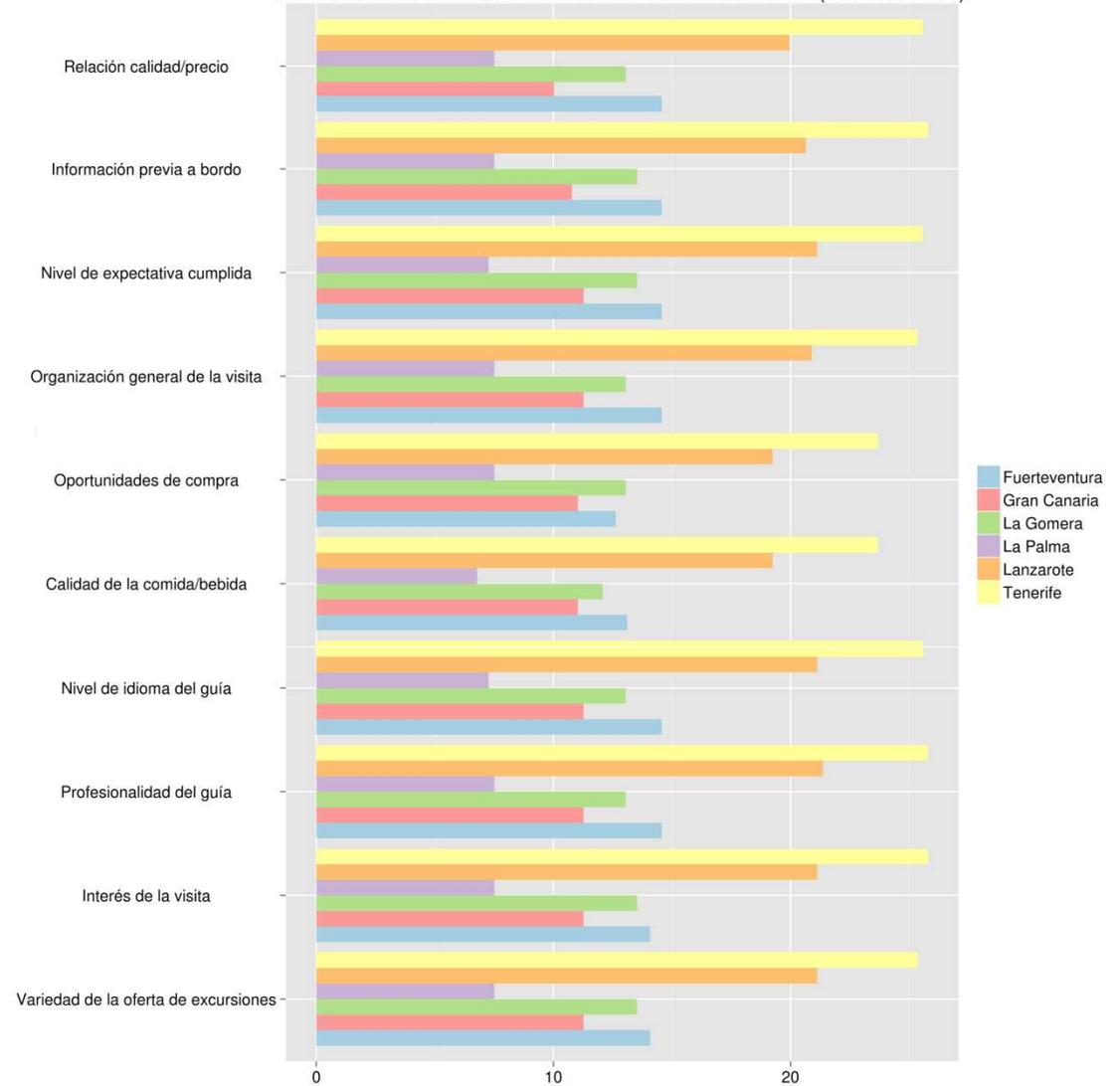
Nivel de satisfacción con los elementos de las excursiones



SATISFACCION CON LOS ELEMENTOS DE LA EXCURSION (EVOLUCION)

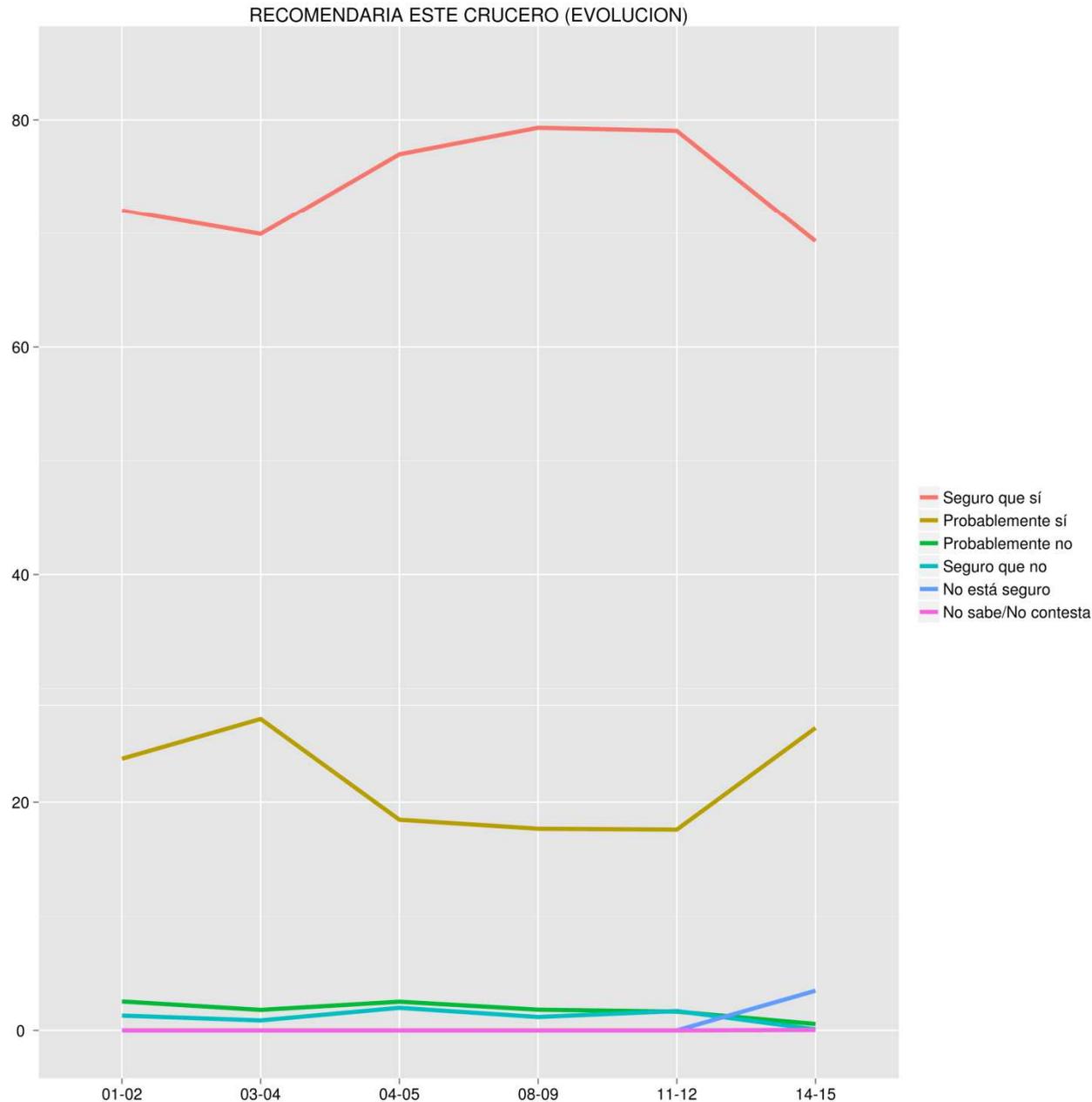


SATISFACCION CON LOS ELEMENTOS DE LA EXCURSION (ISLA VISITADA)



ENCUESTA A CRUCERISTAS

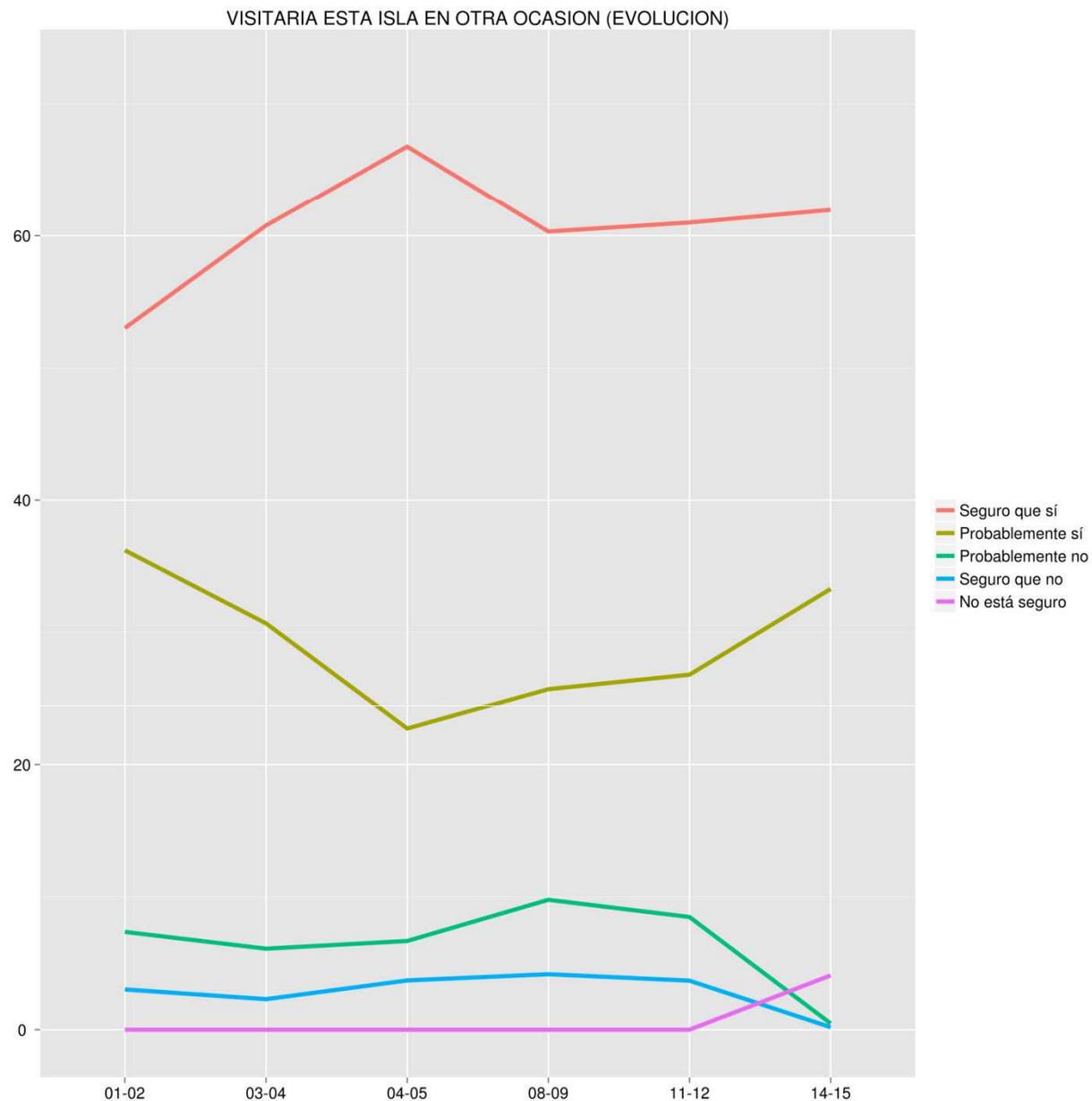
Intención de recomendar este crucero



Se mantiene elevada la intención de recomendar este crucero a familiares y amigos

ENCUESTA A CRUCERISTAS

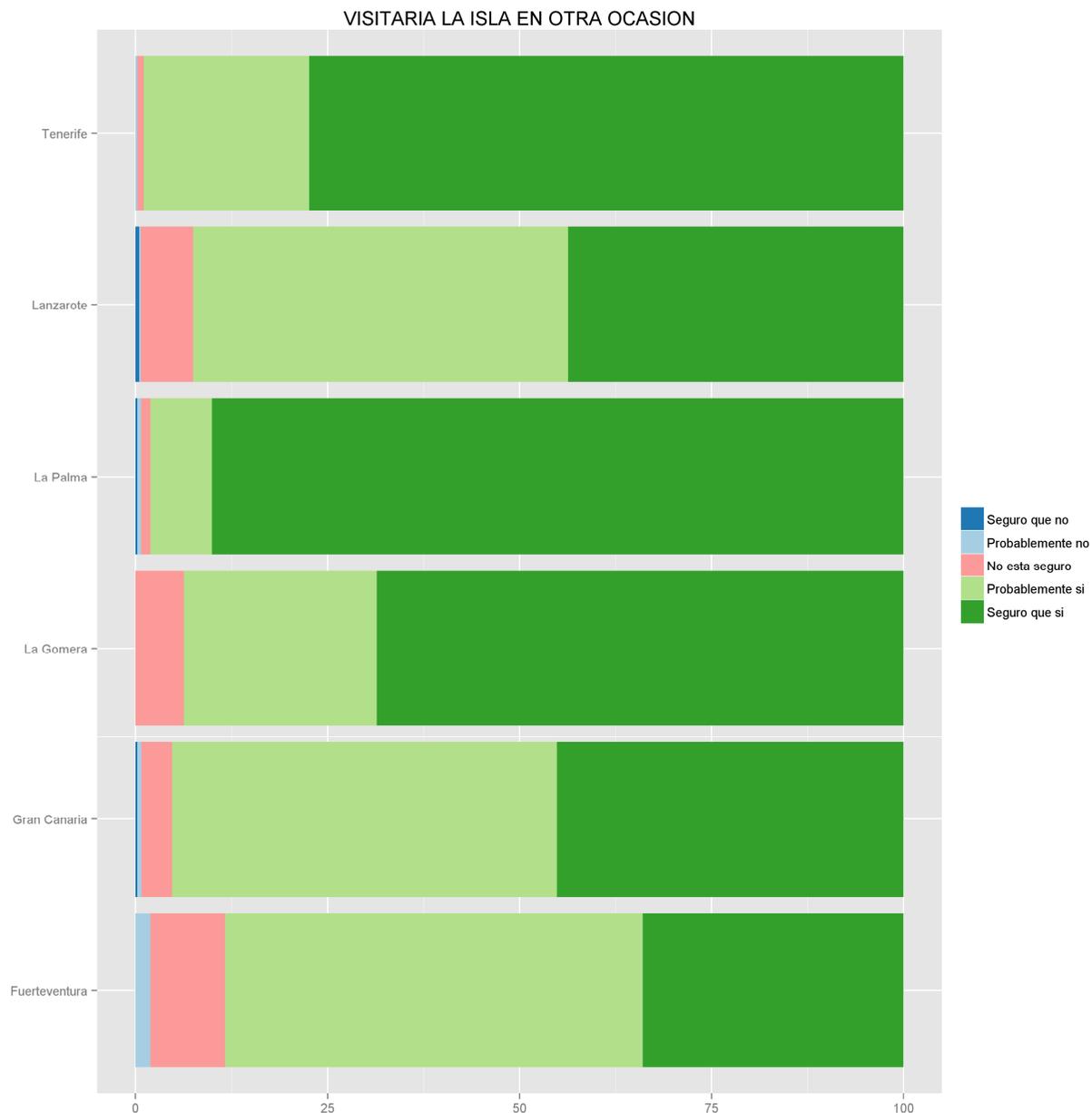
Intención de volver a visitar la isla de escala como turista



Se mantiene la intención de visitar la isla de escala como turista

ENCUESTA A CRUCERISTAS

Intención de volver a visitar la isla de escala como turista



Los cruceristas muestran mayor interés por visitar La Palma, Tenerife y La Gomera como turistas en un futuro.

CONCLUSIONES



- El sector de cruceros a nivel global continúa su ritmo de crecimiento recuperado el bache de la crisis económica. Las navieras apuestan por enriquecer sus ofertas y atraer nuevos segmentos de clientes para asegurar ese crecimiento. La apuesta parece ser: “No solo más grande, también mejor y más variado”.
- Uno de los “drivers” de este enriquecimiento es el rejuvenecimiento de la clientela, intentando orientar las nuevas ofertas a este número creciente de clientes entre los “millenials”.
- Las ofertas se diversifican y se mantiene una fuerte competencia en el sector. La popularización de la actividad, con ofertas muy económicas mantiene una elevada presión sobre precios y márgenes que sufren los operadores de los destinos.
- El mercado europeo tiene todavía un gran recorrido hasta alcanzar la penetración que los cruceros tienen entre la población de Estados Unidos.

CONCLUSIONES



- El destino Islas Atlánticas mantiene un crecimiento sostenido con buenas perspectivas para los próximos años: cierra 2014 con más de 1.900.000 cruceristas.
- Especialización de facto en los puertos que hacen de Escala y/o Base. El puerto de Las Palmas se consolida como principal Puerto Base del destino.
- Esta especialización de los puertos tienen implicaciones claras en términos de ingresos y costes, cada modelo tiene renglones económicos y agentes económicos que ganan o pierden en cada modelo.
- La evolución de los puertos es constante, adaptándose al proceso de crecimiento y especialización. Las infraestructuras y servicios portuarios mantienen una elevada valoración por parte de los usuarios.
- Las interfaces puerto ciudad van mejorando paulatinamente, adaptándose a las demandas del visitante.
- Los agentes económicos de las ciudades han captado la oportunidad que para ellos supone la visita de los cruceristas, tratan de entender sus demandas específicas y generan nuevas ofertas y ajustan horarios para dar un mejor servicio y no perder oportunidades

CONCLUSIONES



- Se sigue generando una demanda por parte de los agentes económicos y gestores del destino en cada isla y ciudad portuaria para poder mantener un dialogo personalizado con las navieras para ajustar la información y cualidades de su oferta a los informadores de los buques y personal directivo de las navieras.
- Hay un número creciente de repetidores entre los cruceristas que visitan el destino, personas que ya han estado en las islas como turistas. Conocen las islas, son capaces de moverse de modo autónomo y esperan encontrar un destino mejorado, con ofertas nuevas, distintas de las que vieron en sus anteriores visitas.
- Las tecnologías de la información van cobrando peso, especialmente entre los más jóvenes, y lo hacen en todo el ciclo, desde la información previa, al proceso de compra o la información previa a la escala. El grupo de los cruceristas de mayor edad muestra comportamientos muy diferenciados en este ámbito. Los buques de crucero han entendido este mensaje y van adaptándose a gran velocidad.

CONCLUSIONES



- Siguen siendo sorprendentes en unas islas turísticas las demandas de servicios básicos en las ciudades y excursiones. Y máxime cuando el colectivo de visitantes está formado sobre todo por personas de cierta edad.
- Se mantienen unos niveles altos de valoración de las ciudades portuarias y los lugares visitados en las islas. Las demandas son cada vez más variadas, y lo serán más con el crecimiento de la base de visitantes. Esto supone generar un vector de ofertas innovadoras y especializadas en las islas y ciudades portuarias.
- El destino sigue manteniendo un nivel de gasto en destino inferior al de otras áreas de crucero. Se ha incrementado el gasto medio ligeramente en relación con la temporada 2011–2012. Lanzarote y Tenerife son las islas con gasto medio más elevado.
- Las valoraciones de los cruceristas en relación a su interés en recomendar este itinerario de crucero entre sus familiares y amigos, y de visitar las islas de escala como turistas siguen siendo muy elevadas.



Estudio del Sector de Cruceros en Canarias Temporada 2014-2015

EDEI

CONSULTORES
DE **DIRECCIÓN**

**Confianza y Colaboración
para la *Transformación***

EDEI.ES

Antonio María Manrique, 4 Planta Baja
35011 Las Palmas de Gran Canaria
t. 928 494 100
f. 928 262 500

Méndez Núñez, 108
38001 Santa Cruz de Tenerife
t. 922 281 921
f. 922 281 910