

## ¿Cuántos viajan?

	Gran Canaria	Canarias
Total cruceristas 2011*	418.184	1.593.028
<b>País de residencia</b>		
Reino Unido	69,6%	40,9%
Alemania	11,1%	36,1%
EEUU	4,6%	6,4%
Escocia	2,9%	2,5%
Irlanda	2,2%	0,9%

\*Pasajeros en buques que atracaron en los puertos canarios

## ¿Qué les motivó a realizar un crucero?\*

	Gran Canaria	Canarias
El itinerario del viaje	35,0%	33,1%
Confianza en el TourOperador	23,9%	23,3%
Buena relación calidad precio	11,4%	11,0%
Las instalaciones del buque	7,7%	6,3%
Fiabilidad de la naviera	7,0%	10,0%
Recomendación de amigos o familiares	4,6%	5,2%
Destino europeo	4,3%	2,9%
Recomendación de la agencia	2,2%	4,0%
No lo sabe no hizo la elección	1,9%	1,1%
Cercanía a residencia	0,5%	0,9%
Otros	1,0%	0,9%

## ¿Qué aspectos les han motivado a elegir este crucero?

Variedad de islas	35,0%	38,7%
Clima agradable	26,3%	23,0%
Disfrutar de la experiencia del crucero	24,4%	23,5%
Tranquilidad, el relax, el descanso	8,9%	9,5%
Visitar lugares, monumentos, museos...	3,9%	4,0%
Realizar compras	1,4%	0,9%
Gastronomía en los diferentes destinos	0,0%	0,4%

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

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

\*Porcentaje correspondiente a los aspectos seleccionados en primer lugar

## ¿A través de qué fuentes se han informado?

	Gran Canaria	Canarias
El agente de viajes personalmente	27,3%	28,3%
Web de ttoo/agencia	22,7%	16,6%
Recomendaciones amigos o familiares	18,4%	14,8%
Catálogo recogido en una agencia	9,4%	12,7%
Publicidad en prensa o en revistas	6,0%	7,5%
Otros sitios web	4,8%	7,1%
Web de opiniones de turistas	3,6%	2,0%
Publicación específica (guía turística,...)	2,7%	2,3%
Experiencias anteriores	1,9%	1,4%
Por Internet	1,0%	0,4%
A través de un programa de TV	0,7%	0,8%
Otros	0,7%	4,0%

## ¿Con cuánta antelación han reservado el crucero?

	Gran Canaria	Canarias
Un mes o menos de antelación	16,2%	18,8%
2 a 3 meses de antelación	31,4%	31,5%
4 a 6 meses de antelación	26,8%	23,9%
6 meses a 1 año de antelación	20,5%	18,2%
Más de 1 año de antelación	5,1%	7,6%

## ¿A través de qué medios han contratado el crucero?

	Gran Canaria	Canarias
A través de una agencia de viajes física	53,9%	58,5%
Con la compañía a través de internet	21,7%	24,0%
Con la agencia a través de internet	21,0%	14,5%
Directamente con la compañía	0,0%	0,0%
Otros	2,7%	1,9%

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

	Gran Canaria	Canarias
Una	48,1%	35,4%
Dos	23,2%	27,6%
Tres	28,7%	23,4%
Cuatro	0,0%	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)

	Gran Canaria	Canarias
Paseo por la ciudad	62,1%	71,5%
Compras	32,9%	25,0%
Ir a la playa	26,3%	12,8%
Visita cultural: monumentos museos	25,1%	14,1%
Visita al interior de la isla	18,4%	15,9%
Degustación gastronómica	5,8%	3,5%
<b>Excursiones organizadas</b>	<b>10,1%</b>	<b>10,1%</b>

## ¿Cuándo contrataron la excursión organizada?

Al contratar el crucero (en origen)	59,5%	44,4%
Al iniciar el crucero	7,1%	21,7%
El día o los días antes de la escala	33,3%	33,8%

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

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

## ¿Qué han hecho en esta escala? (multirrespuesta)

	Gran Canaria	Canarias
Paseo por la ciudad	61,4%	74,7%
Compras	40,6%	36,8%
Ir a la playa	24,9%	10,8%
Visita cultural: monumentos museos	21,7%	11,9%
Visita al interior de la isla	13,8%	13,6%
Degustación gastronómica	5,1%	3,9%
Caminar/ pasear	4,1%	1,9%
<b>Valoración de la escala</b>		
Mejor de lo esperado	43,5%	43,5%
Igual a lo esperado	53,6%	53,2%
Peor de lo esperado	2,9%	3,4%

## ¿Qué lugares han visitado?

Centro Comercial el Muelle	55,4%
Parque Santa Catalina	48,2%
Playa de las Canteras	42,6%
Vegueta	33,4%
Zona comercial Mesa y López	26,4%
Zona comercial Triana	9,0%

\*Multirrespuesta

## ¿Cómo se han desplazado en las islas?

	Gran Canaria	Canarias
<b>Escala</b>		
A pie	14,9%	74,0%
Taxi	2,2%	11,3%
Autobús de la excursión	1,7%	8,5%
Transporte público	1,6%	4,7%
Coche de alquiler	0,3%	1,5%

## Valoraciones ciudades (1-10) multirrespuesta

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

## ¿Cómo valoran los puertos? (1-10)

	Gran Canaria	Canarias
Higiene, limpieza	9,0	8,7
Seguridad	8,9	8,6
Organización	8,7	8,4
Servicios e infraestructuras	8,7	8,2
Información y señalización	8,5	8,2

## ¿Cuánto gastan?

	Gran Canaria	Canarias
Gasto medio (€)	57,0	56,7
Facturación (millones)	23,8	90,3
<b>Desglose del gasto medio</b>		
Contratación de la excursión	7,6%	8,6%
Compras	43,5%	44,9%
Alimentación y bebidas	7,8%	8,4%
Transporte	13,4%	10,4%
Entrada museos, monumentos	13,6%	13,7%
Servicios recreativos, esparcimiento	13,9%	14,0%

## ¿Han comprado durante su escala?

	Gran Canaria	Canarias
Sí han comprado	59,2%	57,9%
<b>¿Qué han comprado en esta escala? Multirrespuesta</b>		
Productos locales, artesanía, souvenir	52,7%	52,2%
Ropa, calzado y accesorios	42,9%	35,8%
Perfumería, cosmética, medicamentos	11,0%	13,6%
Bebidas alcohólicas, licores	9,8%	9,2%
Tabaco	9,4%	10,3%
Alimentos	3,7%	3,1%
Productos	1,2%	1,7%

## ¿Han accedido a internet durante el crucero?

	Gran Canaria	Canarias
Sí han accedido a internet	13,8%	19,6%
<b>¿A través de qué medios?</b>		
Ordenador del barco	50,9%	49,6%
Mi portátil	28,1%	26,5%
Mi Smartphone	24,6%	24,7%
Mi tableta	12,3%	5,7%
<b>¿Comentaron su experiencia durante el crucero?</b>		
Sí la comentaron	56,1%	44,4%
<b>¿A través de qué medios? (multirrespuesta)</b>		
Email a amigos/familiares	62,5%	60,2%
Facebook	50,0%	53,8%

## ¿Cómo son?

	Gran Canaria	Canarias
<b>Distribución por sexo</b>		
Porcentaje hombres	48,3%	51,0%
Porcentaje mujeres	51,7%	49,0%
<b>Intervalos de edad</b>		
Entre 16 y 24 años	1,7%	1,7%
Entre 25 y 30 años	1,7%	2,5%
Entre 31 y 45 años	11,4%	12,6%
Entre 46 y 60 años	33,8%	36,1%
Mayores de 60 años	51,4%	47,0%
<b>Ocupación actual:</b>		
Trabajador por cuenta propia	3,1%	4,3%
Trabajador por cuenta ajena (empleado)	26,3%	28,2%
Sin trabajo remunerado (jubilados,...)	57,7%	56,0%



## NÚMERO DE PASAJEROS EN LOS CRUCEROS QUE ATRACAN EN GRAN CANARIA

	2009	2010	2011	Dif (%) 09-10	Dif (%) 10-11	CUOTA 2011 (%)
Gran Canaria	252.751	296.082	418.184	17,1%	41,2%	26,3%
CANARIAS	1.200.281	1.410.213	1.593.028	17,5%	13,0%	100,0%

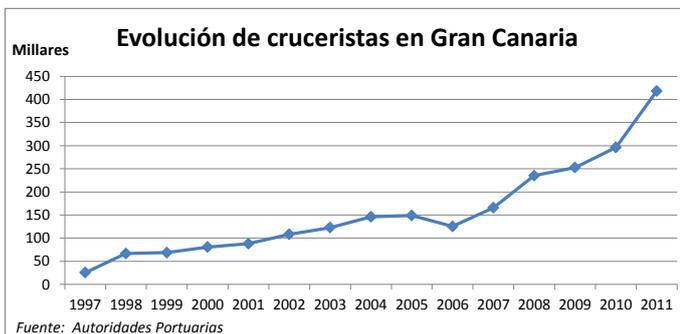
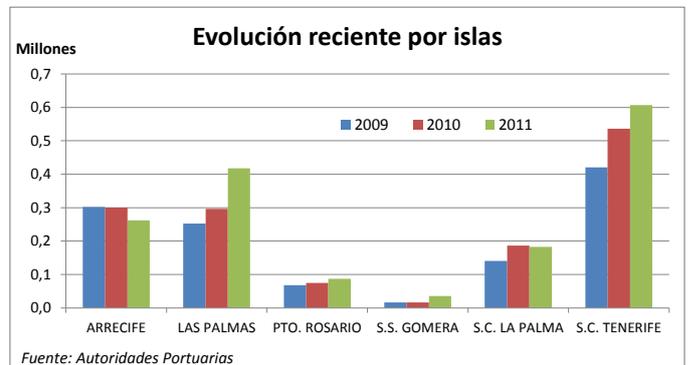
## EVOLUCIÓN RECIENTE \*

	2011	2012
Julio	806	3.326
Enero - julio	229.031	242.685
Diferencia mes	2.520	312,7%
Diferencia acum.	13.654	6,0%

\* Se han incluido los datos de cruceristas del Puerto de Arinaga

### 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



## NAVIERAS

	2009	2010	2011	Dif (%) 09-10	Dif (%) 10-11	CUOTA 2011 (%)
AIDA CRUISES	120.355	96.858	130.657	-19,5%	34,9%	31,2%
ROYAL CARIBBEAN	23.537	44.373	67.022	88,5%	51,0%	16,0%
ISLAND CRUISES	14.794	27.802	16.592	87,9%	-40,3%	4,0%
TUI CRUISES	.	24.405	75.311	.	208,6%	18,0%
P&O CRUISES	9.561	23.273	33.519	143,4%	44,0%	8,0%
NORWEGIAN CRUISES	8.334	17.010	12.201	104,1%	-28,3%	2,9%
THOMSON CRUISES	22.986	10.364	22.700	-54,9%	119,0%	5,4%
FRED OLSEN	12.576	10.359	12.174	-17,6%	17,5%	2,9%
RESTO	40.608	41.638	48.008	2,5%	15,3%	11,5%
<b>TOTAL</b>	<b>252.751</b>	<b>296.082</b>	<b>418.184</b>	<b>17,1%</b>	<b>41,2%</b>	<b>100,0%</b>

