

## ¿Cuántos viajan?

	Fuerteventura	Canarias
Total cruceristas 2011*	87.274	1.593.028
<b>País de residencia</b>		
Alemania	87,4%	36,1%
EEUU	7,5%	6,4%
Reino Unido	2,0%	40,9%
Canada	2,0%	1,4%
España	0,5%	2,2%

\*Pasajeros en buques que atracaron en los puertos canarios

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

	Fuerteventura	Canarias
El itinerario del viaje	38,7%	33,1%
Confianza en el TourOperador	14,1%	23,3%
Recomendación de amigos o familiares	10,6%	5,2%
Buena relación calidad precio	10,6%	11,0%
Fiabilidad de la naviera	9,0%	10,0%
Recomendación de la agencia	6,5%	4,0%
Las instalaciones del buque	4,5%	6,3%
Destino europeo	2,5%	2,9%
Regalo:luna de miel,navidad,...	1,0%	0,5%
Cercanía a residencia	0,5%	0,9%
Otros	1,5%	0,9%

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

Variedad de islas	51,3%	38,7%
Experiencia del crucero	18,1%	23,5%
Clima agradable	17,6%	23,0%
Tranquilidad, relax, descanso	8,5%	9,5%
Visitar lugares, monumentos,...	4,0%	4,0%
Realizar compras	0,5%	0,9%
Degustar gastronomía	0,0%	0,4%

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

Variedad de islas	9,1	8,7
Experiencia del crucero	9,0	8,8
Clima agradable	8,9	8,7
Tranquilidad, relax, descanso	8,9	8,7
Visitar lugares, monumentos,...	7,8	8,0
Realizar compras	7,6	7,8
Degustar gastronomía	6,2	6,4

\*Porcentaje correspondiente a los aspectos seleccionados en primer lugar

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

	Fuerteventura	Canarias
El agente de viajes personalmente	27,1%	28,3%
Recomendaciones amigos o familiares	17,6%	14,8%
Web de ttoo/agencia	15,6%	16,6%
Catálogo recogido en una agencia	15,1%	12,7%
Otros sitios web	8,5%	7,1%
Publicidad en prensa o en revistas	6,5%	7,5%
Web de opiniones de turistas	3,0%	2,0%
A través de un programa de TV	1,5%	0,8%
Publicación específica (guía turística,..)	1,0%	2,3%
Web del destino,ciudad o escala	1,0%	2,0%
Por Internet	0,5%	0,4%
Otros	2,0%	4,0%

## ¿Con cuánta antelación han reservado el crucero?

	Fuerteventura	Canarias
Un mes o menos de antelación	17,6%	18,8%
2 a 3 meses de antelación	34,7%	31,5%
4 a 6 meses de antelación	26,6%	23,9%
6 meses a 1 año de antelación	13,6%	18,2%
Más de 1 año de antelación	7,5%	7,6%

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

	Fuerteventura	Canarias
A través de una agencia de viajes física	59,3%	58,5%
Con la compañía a través de internet	25,1%	24,0%
Con la agencia a través de internet	11,1%	14,5%
Directamente con la compañía	0,0%	0,0%
Otros	3,5%	1,9%

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

	Fuerteventura	Canarias
Una	12,1%	35,4%
Dos	10,6%	27,6%
Tres	16,1%	23,4%
Cuatro	32,7%	7,8%
Cinco	25,1%	5,1%
Seis	3,5%	0,7%

## Grado de interés de las escalas \*

Escala más interesante de todas: Santa Cruz de La Palma

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? (multirresponsta)

	Fuerteventura	Canarias
Paseo por la ciudad	53,8%	71,5%
Ir a la playa	27,6%	12,8%
Compras	19,6%	25,0%
Visita al interior de la isla	14,6%	15,9%
Visita cultural: monumentos museos	9,0%	14,1%
Nada	7,0%	2,7%
<b>Excursiones organizadas</b>	<b>9,0%</b>	<b>10,1%</b>

## ¿Cuándo contrataron la excursión organizada?

Al contratar el crucero (en origen)	38,9%	44,4%
Al iniciar el crucero	27,8%	21,7%
El día o los días antes de la escala	33,3%	33,8%

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

Profesionalidad del guía	8,9	8,4
Información previa a bordo	8,8	8,3
Nivel de expectativa cumplida	8,7	8,3
Interés de la visita	8,6	8,5
Organización general	8,6	8,4
Variedad de excursiones	8,2	8,1
Calidad de comida y bebida	6,0	5,7
Oportunidades de compra	5,9	6,6

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

	Fuerteventura	Canarias
Paseo por la ciudad	60,3%	74,7%
Compras	28,6%	36,8%
Ir a la playa	28,6%	10,8%
Visita al interior de la isla	13,1%	13,6%
Visita cultural: monumentos museos	6,5%	11,9%
Caminar/ pasear	4,5%	1,9%
Degustación gastronómica	1,5%	3,9%
<b>Valoración de la escala</b>		
Mejor de lo esperado	31,7%	43,5%
Igual a lo esperado	60,3%	53,2%
Peor de lo esperado	8,0%	3,4%

## ¿Qué lugares han visitado?

Pto.del Rosario	76,6%
Centro Comercial las Rotondas	15,7%
Playas	15,2%
Corralejo	13,2%
Betancuria	8,1%
Antigua	5,6%

\*Multirrespuesta

## ¿Cómo se han desplazado en las islas?

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

## Valoraciones ciudades (1-10) multirrespuesta

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

## ¿Cómo valoran los puertos? (1-10)

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

## ¿Cuánto gastan?

	Fuerteventura	Canarias
Gasto medio (€)	51,8	56,7
Facturación (millones €)	4,5	90,3
<b>Desglose del gasto medio</b>		
Compras	41,7%	44,9%
Servicios recreativos, esparcimiento	15,3%	14,0%
Entrada museos, monumentos	15,2%	13,7%
Alimentación y bebidas	9,7%	8,4%
Transporte	9,3%	10,4%
Contratación de la excursión	8,8%	8,6%

## ¿Han comprado durante su escala?

	Fuerteventura	Canarias
Sí han comprado	45,7%	57,9%
<b>¿Qué han comprado en esta escala? Multirrespuesta</b>		
Productos locales, artesanía, souvenir	49,5%	52,2%
Ropa, calzado y accesorios	35,2%	35,8%
Perfumería, cosmética, medicamentos	19,8%	13,6%
Tabaco	9,9%	10,3%
Bebidas alcohólicas, licores	6,6%	9,2%
Plantas	2,2%	0,4%
Libros, revistas, música	2,2%	1,4%

## ¿Han accedido a internet durante el crucero?

	Fuerteventura	Canarias
Sí han accedido a internet	18,1%	19,6%
<b>¿A través de qué medios?</b>		
Ordenador del barco	47,2%	49,6%
Mi portátil	30,6%	26,5%
Mi Smartphone	22,2%	24,7%
Mi tableta	2,8%	5,7%
<b>¿Comentaron su experiencia durante el crucero?</b>		
Sí la comentaron	50,0%	44,4%
<b>¿A través de qué medios? (multirrespuesta)</b>		
Email a amigos/familiares	66,7%	60,2%
Facebook	38,9%	53,8%

## ¿Cómo son?

	Fuerteventura	Canarias
<b>Distribución por sexo</b>		
Porcentaje hombres	58,8%	51,0%
Porcentaje mujeres	41,2%	49,0%
<b>Intervalos de edad</b>		
Entre 16 y 24 años	1,5%	1,7%
Entre 25 y 30 años	6,5%	2,5%
Entre 31 y 45 años	19,6%	12,6%
Entre 46 y 60 años	44,2%	36,1%
Mayores de 60 años	28,1%	47,0%
<b>Ocupación actual:</b>		
Trabajador por cuenta propia	5,5%	4,3%
Trabajador por cuenta ajena (empleado)	45,7%	28,2%
Sin trabajo remunerado (jubilados,...)	36,7%	56,0%



## NÚMERO DE PASAJEROS EN LOS CRUCEROS QUE ATRACAN EN Fuerteventura

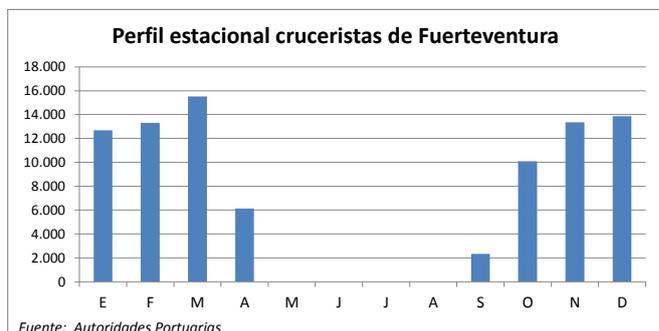
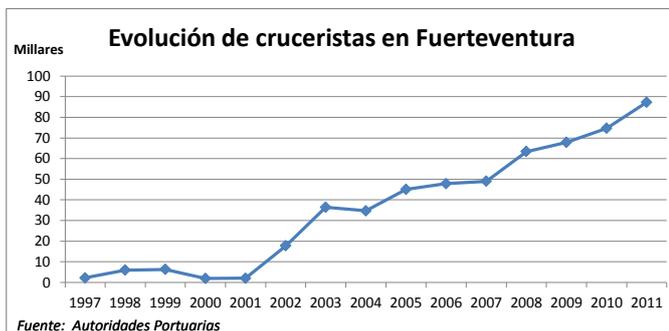
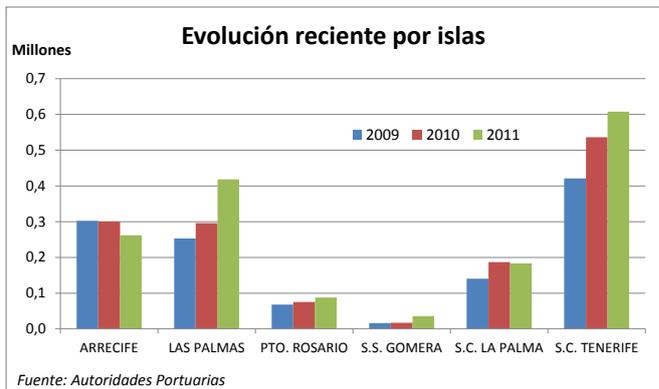
	2009	2010	2011	Dif (%) 09-10	Dif (%) 10-11	CUOTA 2011 (%)
Fuerteventura	67.881	74.663	87.274	10,0%	16,9%	5,5%
CANARIAS	1.200.281	1.410.213	1.593.028	17,5%	13,0%	100,0%

## EVOLUCIÓN RECIENTE

	2011	2012
Enero - julio	47.628	42.986
Diferencia	-4.642	
Diferencia %	-9,7%	

### 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).



## NAVIERAS

	2009	2010	2011	Dif (%) 09-10	Dif (%) 10-11	CUOTA 2011 (%)
AIDA CRUISES	64.883	64.852	62.649	-0,05%	-3,4%	71,8%
TUI CRUISES	.	7.262	20.623	.	184,0%	23,6%
THOMSON CRUISES	.	.	1.380	.	.	1,6%
FRED OLSEN	1.272	2.026	1.293	.	-36,2%	1,5%
HOLLAND AMERICA LINE	.	.	768	.	.	0,9%
KRISTINA CRUISES	.	.	286	.	.	0,3%
PLANTOURS & PARTNER	.	.	217	.	.	0,2%
SEA CLOUD CRUISES	70	.	58	.	.	0,1%
RESTO	1.656	523	.	-68,4%	.	.
<b>TOTAL</b>	<b>67.881</b>	<b>74.663</b>	<b>87.274</b>	<b>10,0%</b>	<b>16,9%</b>	<b>100,0%</b>

