



Turismo de Cruceros en Andalucía

Informe anual 2019

Demanda Turística en Andalucía. Segmentos Turísticos.



TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA. AÑO 2019

Publicación Oficial de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

COLECCIÓN

Demanda turística de Andalucía. Segmentos Turísticos.

EDITA

Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local

C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n

41092 Sevilla

Formulario de contacto:

https://juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/servicios/app/csu-peticion.html?cat_servicio_id=22

ELABORA

Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

C/ Compañía nº 40

29008, Málaga

T. 951 299 300 Fax. 951 299 365

Correo e.: saeta@andalucia.org

Publicado en Sevilla (España)

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo, Regeneración, Justicia y Administración Local e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones

<https://www.juntadeandalucia.es/cultura/idea/opacidea/abnetcl.cgi?SUBC=210701>

Los contenidos de esta publicación pueden ser reproducidos siempre que se indique la fuente.

Turismo de Cruceros en Andalucía

1. La Industria de Cruceros

2. La elección del viaje de cruceros

3. Movimiento de pasajeros de cruceros en Andalucía

- Análisis territorial: pasajeros de cruceros
- Análisis teritorial (II): pasajeros de cruceros

4. Movimiento de las navieras en Andalucía

- Segmentación de las navieras en Andalucía

5. Perfil de crucerista en Andalucía

6. Metodología de trabajo

7. Anexo de tablas

La Industria de Cruceros

Antes de la adversa coyuntura turística actual marcada por la pandemia de la Covid-19, el segmento de cruceros ya contaba con determinados ingredientes que lo convertían en un producto turístico muy interesante para un destino. En este sentido, cabe destacar aspectos clave como:

- Su crecimiento sostenido: la industria del crucero no ha dejado de crecer en los últimos años.
- Su gran proyección: la baja penetración de este sector en la industria turística mundial (2%), junto a que aún no ha alcanzado su grado de madurez en mercados emisores incipientes, le suponen unas perspectivas de futuro excelentes.
- Su potencial desestacionalizador: el mayor flujo de turistas fuera de la época estival (junio a septiembre)
- Apuesta por las nuevas generaciones: Viajeros cada vez más jóvenes son atraídos por este sector, ganando cuota la Generación Z en la demanda de cruceros. Para 2020, se esperaba que se mantuviera la tendencia, incluso incrementando cifras, superando a la demanda de los millenials.

Si a estos aspectos se une un análisis pormenorizado de las características de la demanda de cruceros en nuestro destino, se articula una efectiva respuesta a usar por el sector turístico andaluz en cuanto se aprecien los primeros signos de reactivación de esta industria.

Por otro lado, precisar que el estudio de este segmento presenta determinadas particularidades, la primera es la existencia de dos demandas, navieras y turistas de cruceros, característica que debe tener en cuenta un destino para su análisis final. La segunda, no menos importante, es la modalidad en que la naviera posiciona el barco, en base o en tránsito, y por tanto implícitamente el tipo de turista que llega a los puertos andaluces, así como su repercusión en el destino.

Por último, señalar que en este informe se detallan las características de la demanda turística de cruceros en Andalucía para el año 2019, sin recoger los efectos de la pandemia provocado por la COVID-19.

Puntos clave Pre Covid-19

- **Crecimiento sostenido.**
- **Gran proyección.**
- **Potencial desestacionalizador.**
- **Nuevas generaciones**

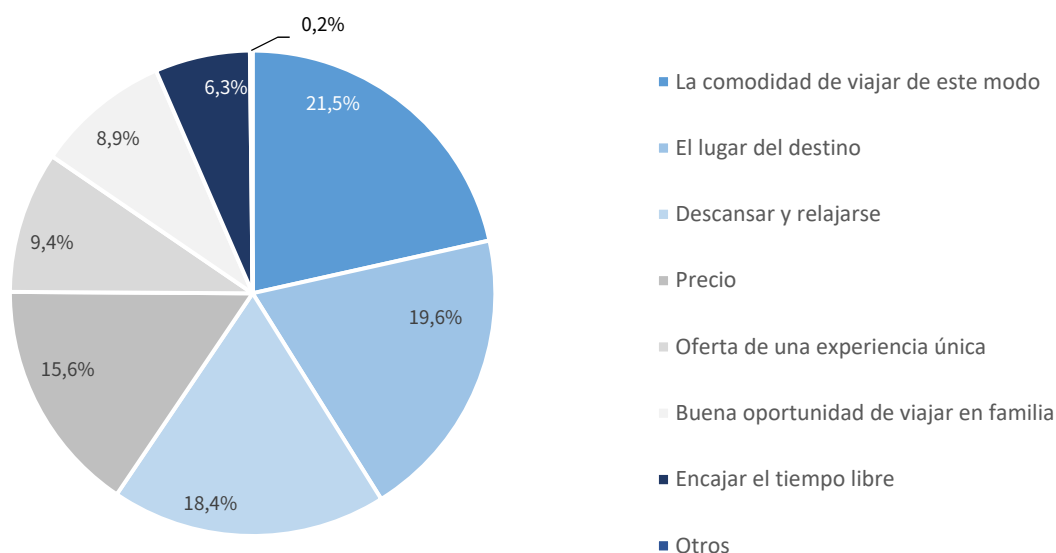
*EL ANÁLISIS DE DATOS COMO BALUARTE
PARA EL SECTOR DE CRUCEROS*

La elección de un viaje de Cruceros

Antes de analizar el movimiento de pasajeros de cruceros en Andalucía y el comportamiento y hábitos de viaje del turista de cruceros, resulta muy interesante analizar cuáles son los principales atractivos de un viaje de cruceros, es decir, que le atrae de este modo de viajar.

La primera conclusión es que no hay un factor determinante, sino varios por los que decide a realizar este tipo de viaje, este comportamiento va en consonancia con la naturaleza multimotivacional del turista de hoy en día. La comodidad de viajar de este modo, el lugar del destino del viaje y la posibilidad de descansar y relajarse determinan la elección de un viaje de cruceros para tres de cada cinco cruceristas. La variable precio, la oferta de experiencia única, viajar en familia o encajar el tiempo libre, aunque con menor peso también entran en la lista de factores determinantes en la elección de un viaje de cruceros.

Distribución (%) de los factores de elección del viaje de cruceros según pasajeros de cruceros. Año 2019.



Fuente: SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía

Puntos clave

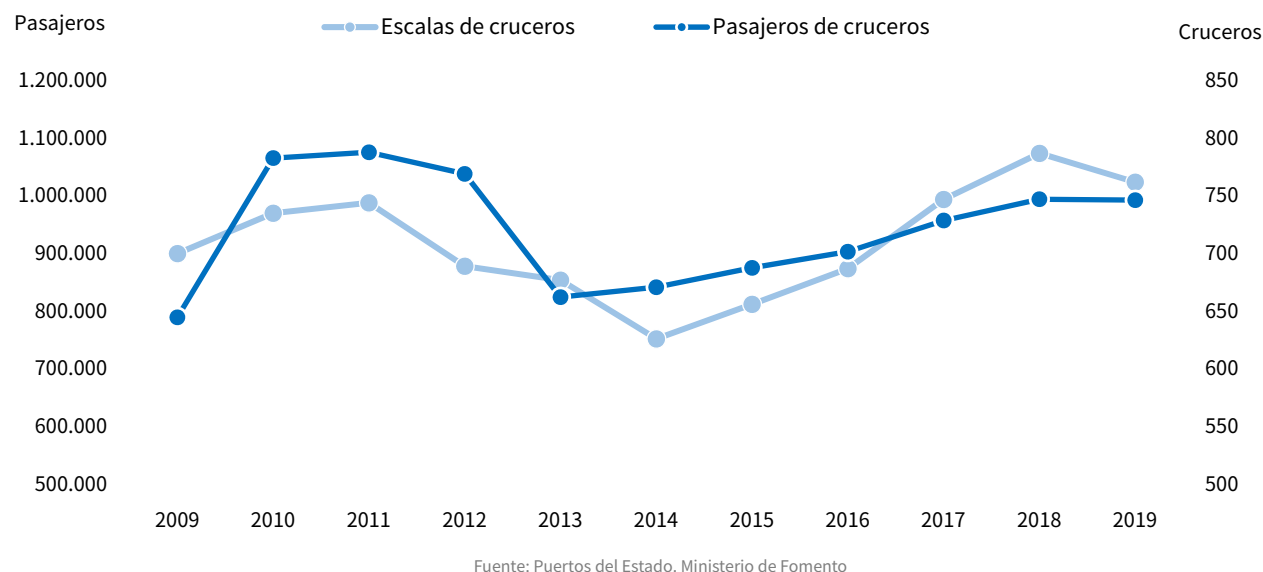
- En la actualidad las líneas de cruceros cuentan con grandes buques que incluyen numerosos atractivos y que convierten al mismo buque en un destino en sí, y es un factor relevante a considerar por un turista a la hora de optar por un crucero.

Movimiento de pasajeros de cruceros en Andalucía

Durante 2019 el tráfico de pasajeros de cruceros en los puertos andaluces se ha aproximado a la cifra del millón, concretamente se han recibido 992.832 pasajeros de cruceros, lo que ha supuesto un ligero descenso (-0,2%) respecto al año anterior y aproximarse un año más a los niveles de los años 2010, 2011 y 2012, los más elevados de la serie. A este resultado le acompaña un descenso en el número de escalas de cruceros, concretamente del -3,7%, alcanzándose un total de 762 escalas de cruceros en el año, la segunda cifra más elevada de la serie.

Andalucía ha captado en 2019 el 9,3% del total del tráfico de pasajeros de cruceros en España, cuota que presenta un ligero descenso respecto a 2018 (-0,5 puntos), manteniéndose como la cuarta Comunidad Autónoma en importancia, tras Cataluña, Baleares y Canarias, según esta variable de análisis. Para el total de España, los pasajeros de cruceros (10,7 millones) han crecido un +4,9% en 2019, e igualmente, las principales CC.AA. turísticas presentan en su mayoría mejores resultados que en el año anterior, destacando Baleares y Canarias con tasas de crecimiento del +9,6% y +8,5%, respectivamente.

Evolución del movimiento de cruceros y pasajeros de cruceros en Andalucía. Años 2009-2019.



Puntos clave

- Los pasajeros de cruceros se concentran, principalmente, en primavera y otoño. Concretamente, en 2019 el 68,6% de los pasajeros recibidos en el año se reparten entre los meses de abril, mayo, septiembre, octubre y noviembre

- Esta distribución difiere por completo del carácter estacional que tiene la demanda turística en Andalucía, donde el verano* (junio a septiembre) es el período preferido para visitar Andalucía. En este sentido, destacar el **potencial desestacionalizador** del producto cruceros.

*Véase distribución variable pernoctaciones hoteleras en <https://www.andalucia.org/es/coyuntura-turistica>



Análisis territorial: pasajeros de cruceros

La distribución territorial de las llegadas de pasajeros de cruceros entre los seis puertos andaluces con actividad de cruceros se caracteriza por una gran concentración de los movimientos en los puertos de Málaga (48,0%) y Bahía de Cádiz (48,1%), situación que se mantiene en los últimos diez años, ya que en el 2008 conjuntamente representaban el 87,7% y en la actualidad acaparan el 96,0% del total de llegadas a Andalucía. De este modo, el balance del tráfico de pasajeros de cruceros en Andalucía está muy influenciado por la evolución de Málaga y Cádiz durante 2019.

Los puertos de Málaga y Bahía de Cádiz se sitúan un año más entre los seis primeros puertos a nivel estatal en número de cruceristas recibidos. Este año el puerto gaditano adelanta a Málaga en el ranking, de ocupar un sexto lugar a nivel estatal en 2018 pasa a quinto lugar en 2019. Los más de 477 mil pasajeros de cruceros registrados, no sólo le suponen un crecimiento del +12,4% respecto a los datos presentados el año anterior, sino alcanzar de nuevo una cifra histórica, la más elevada de la serie para este variable.

Número de escalas y pasajeros de cruceros en puertos andaluces. Variación 19/18.

AÑO 2019	ESCALAS	% Var 19/18	PASAJEROS	% Var 19/18
Almería	25	-34,2%	7.177	-75,6%
Bahía de Cádiz	315	-5,7%	477.392	12,4%
Huelva	7	-56,3%	1.357	-88,2%
Málaga	288	-3,7%	476.973	-6,0%
Motril	32	10,3%	9.415	77,2%
Sevilla	95	26,7%	20.518	29,8%
TOTAL ANDALUCIA	762	-3,7%	992.832	-0,2%

Fuente: Puertos del Estado. Ministerio de Fomento

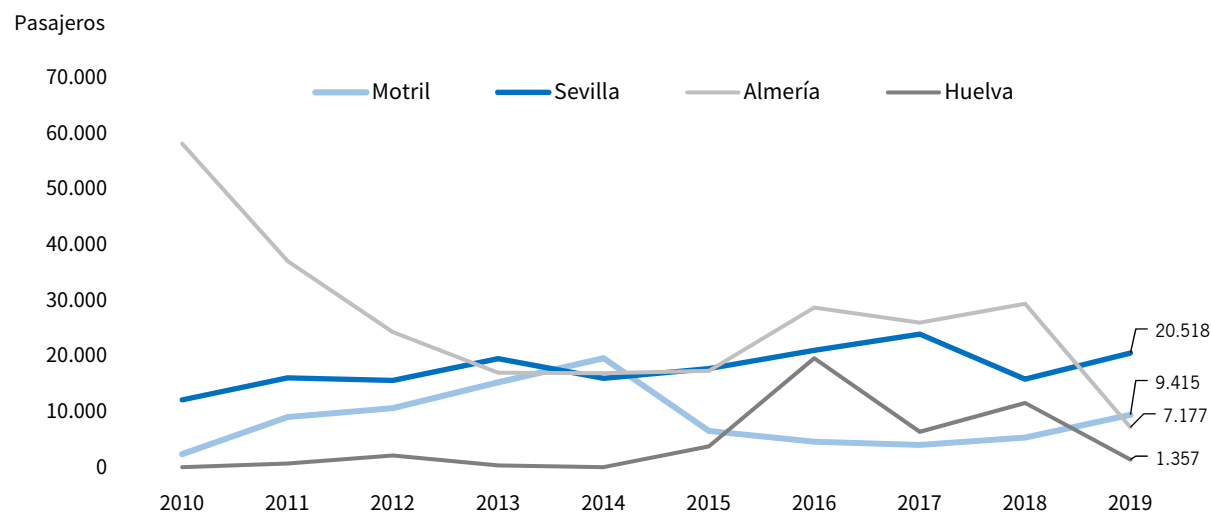
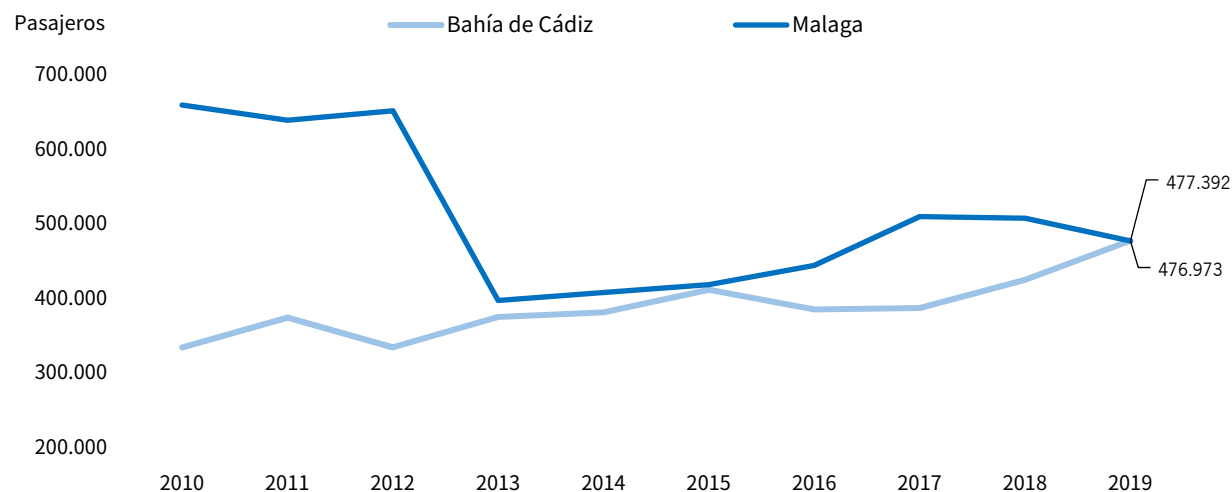
Puntos clave

- El puerto de Málaga ha recibido casi 477 mil pasajeros de cruceros durante 2019, lo que supone un descenso del -6% respecto a la cifra del año anterior.
- El puerto de Sevilla y Motril cierran 2019 con notables crecimientos, tanto en el número de escalas de cruceros (+26,7% y +10,3%, cada uno), como en el número de llegadas de pasajeros de cruceros (+29,8% y +77,52%, respectivamente).
- En el otro extremo, y con el mismo dinamismo los puertos de Almería y Huelva presentan balances de signo contrario para las variables señaladas (-34,2% y -75,6% en Almería y -56,3% y -88,2% en Huelva).

BAHÍA DE CÁDIZ CRECE EN NÚMERO DE PASAJEROS DE CRUCEROS (+12,4%) PESE A RECIBIR EN 2019 MENOS BUQUES DE CRUCEROS (-5,7%) .

Análisis territorial (II): pasajeros de cruceros

Evolución de las llegadas de pasajeros de cruceros a los puertos andaluces. Años 2010-2019.



Fuente: Puertos del Estado. Ministerio de Fomento

Puntos clave

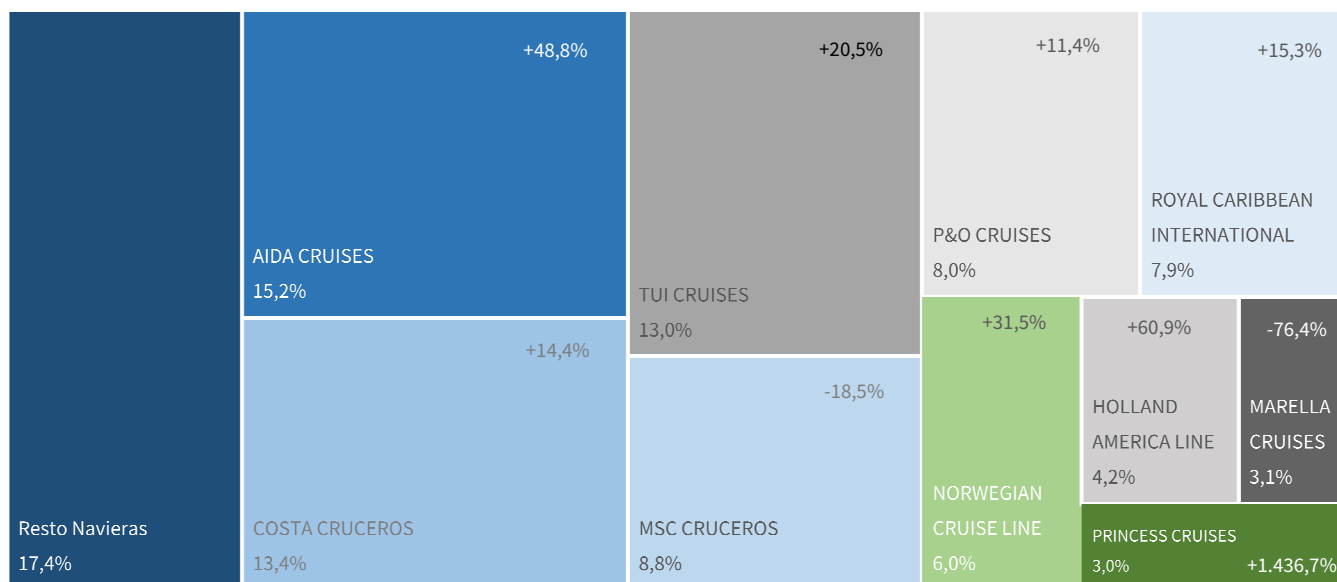
- En 2019, el puerto gaditano consigue alcanzar y superar ligeramente el volumen de cruceiros del puerto de Málaga, logrando así, eliminar la separación existente entre los niveles de cruceiros registrados años atrás.
- Sevilla vuelve a recuperar la trayectoria creciente iniciada años atrás, el volumen alcanzado (20.518 cruceiros) se aproxima a los niveles máximos alcanzados en 2016 y 2017.
- Oscilación en la evolución de la variable llegadas de pasajeros de cruceiros caracteriza a los puertos de Almería y Huelva.
- El crecimiento registrado en el puerto de Motril en 2019, le lleva a alcanzar la cifra más elevada de los últimos cuatro años

Movimiento de las navieras en Andalucía

El papel de la naviera es fundamental, tanto para el puerto como para el destino, ya que la compañía de cruceros es su primer cliente. Un análisis de las compañías navieras resulta muy relevante, ya que son ellas las que definen no sólo el posicionamiento del barco, en base o tránsito, sino implícitamente el tipo de turista que llega a los puertos andaluces.

En 2019 AIDA Cruises con una participación del 15,2% lidera la lista de las navieras que operan en Andalucía. En este contexto, destacar la política de aumento de escalas, y por tanto de pasajeros (+48,8%), llevada a cabo por esta naviera en los puertos andaluces en este ejercicio lo que, le ha permitido pasar de una quinta posición en 2018 a liderar el ranking de navieras según número de pasajeros. Le siguen en orden de importancia Costa Cruceros y TUI Cruises, ocupando una vez más las primeras posiciones y con un gran dinamismo en 2019. Por otro lado, MSC Cruceros y P&O Cruises que ocupan cuarta y quinta posición, con cuotas en torno al 8%, registran evoluciones de signo contrario, negativa la primera (-18,5%) y positiva la segunda (+11,4%).

Distribución de pasajeros en los puertos andaluces según líneas de cruceros. (% Variación 19/18).



Fuente: Elaboración propia SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía.

Puntos clave

- AIDA Cruises, Costa Cruceros, TUI Cruises, MSC Cruceros y P&O Cruises mueven más del 58% de total de pasajeros que llegan a los puertos andaluces.
- Existe una gran variedad de compañías que incluyen a Andalucía en sus itinerarios, entre las que destacan Royal Caribbean Line, Norwegian Cruise Line y Holland American Line, registrando todo un comportamiento muy dinámico en 2019-.
- La política de reducción de escalas llevada a cabo por Marella Cruises este año en Andalucía la ha llevado de una primera posición en 2018 a una novena, siendo esta reducción no sólo en sus buques en modalidad de tránsito sino sobre todo en base, aspecto que ha perjudicado a los destinos de cruceros.

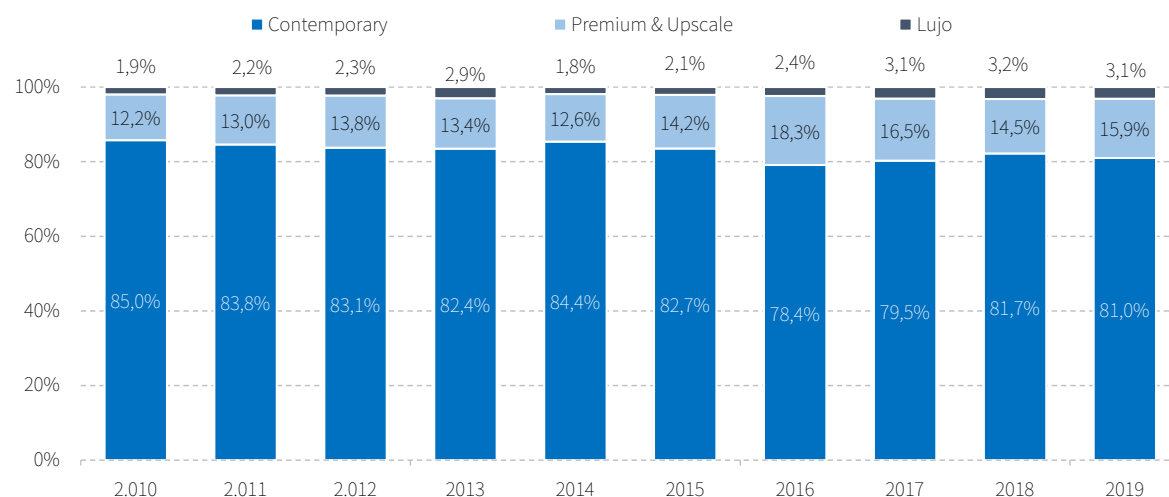
NAVIERA Y CRUCERISTA CONFORMAN LA DEMANDA DEL TURISMO DE CRUCEROS DE UN DESTINO

Segmentación de las navieras en Andalucía

En cuanto a la segmentación de las navieras, una vez más vuelve a ser el segmento Contemporary el gran protagonista, captando el 81,0% de cuota de mercado. Premium (15,9%) y Lujo (3,1%) le siguen a distancia, avance en cuota (+1,4 puntos) y ligero retroceso (-0,1 puntos) son las situaciones observadas respecto al año anterior.

Durante 2019 Carnival ha posicionado en los puertos andaluces buques de crucero que abarcan los tres segmentos, con la particularidad de que el producto Premium ha sido el más dinámico. En concreto, la tasa de crecimiento medio acumulativo de los últimos cuatro años de su línea de cruceros Princess Cruises ha sido del +102,0%.

Distribución de pasajeros en los puertos andaluces según segmento de cruceros. Año 2010-2019



Fuente: Elaboración propia SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía

* Al no existir una clasificación oficial de los buques por categoría, se ha optado por la realizada por CLIA en la publicación Asia Cruise Trends_2014:

Contemporary: Grandes barcos que ofrecen principalmente cruceros cortos de 3,4 y 5 noches, así como algunos de 7 y más noches

Premium & Upscale: Más espacioso, alojamiento a bordo más refinado, mejor gastronomía y servicio y precios más altos

Lujo: Segmento superior de lujo, se encuentra por encima en confort, productos incluidos y precios que los precedentes. Barcos de pocos pasajeros y con una alta proporción de tripulación por pasajero a bordo. Suelen ser cruceros largos normalmente de 12 noches.

Expedición: Barcos pequeños (100 a 300) que ofrecen una inmersión en localidades remotas, y por lo general con un alto nivel de servicio y alojamiento

Puntos clave

- Según la Organización Mundial del Turismo, el segmento Contemporary* es el más popular y en donde los grandes grupos (Carnival Corporation, Royal Caribbean Line, Genting Group, Star Cruises, MSC....) obtienen con la aplicación intensiva de las economías de escala los mayores beneficios hasta el momento.

- Véase las particularidades del perfil de turista de cruceros según segmento en Anexo tablas.

LOS GRANDES GRUPOS SE CARACTERIZAN POR SER MULTIMARCA, ES DECIR, ABARCAN VARIOS SEGMENTOS.

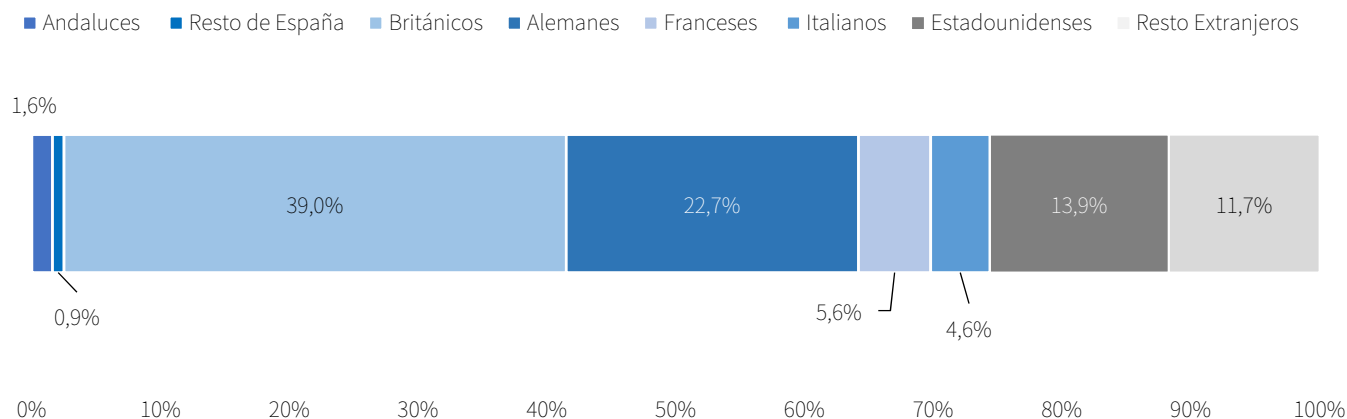
Perfil del crucerista en Andalucía

PROCEDENCIA

Tradicionalmente, el grueso (97,5%) de la demanda de cruceros en la Comunidad lo conforma el mercado extranjero, seguido a distancia del procedente del andaluz y del resto de España y, tal y como muestra el siguiente gráfico.

A las procedencias tradicionalmente más relevantes de entre los extranjeros, británicos (39,0%), alemanes (22,7%), se les une este año los americanos, concretamente estadounidenses que alcanzan una participación del 13,9%. No obstante, en el reparto también entran otras procedencias como la francesa o la italiana cuyas participaciones son más reducidas, del 5,6% y del 4,6%, respectivamente.

Distribución (%) de turistas de cruceros por procedencia en Andalucía. Año 2019.



Fuente: SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía

Puntos clave

- La menor apuesta de las líneas de cruceros en posicionar sus buques en base en los puertos andaluces en este año 2019, rompe con las estrategias de aumento llevadas a cabo en años anteriores.
- Variables como gasto en destino o tipo de alojamiento están muy influenciadas por el tipo de turista, base o tránsito, que llega a Andalucía.
- EL itinerario/región y el buque de crucero son dos variables que juegan un papel decisivo a la hora de la toma de decisiones de los cruceristas. Tradicionalmente, el destino es el factor más relevante para el nacional y el tipo de barco y compañía para el extranjero.

EN 2019 EL TURISTA DE CRUCEROS EXTRANJERO EN LA MODALIDAD DE TRÁNSITO ES EL GRAN PROTAGONISTA

Perfil del crucerista en Andalucía

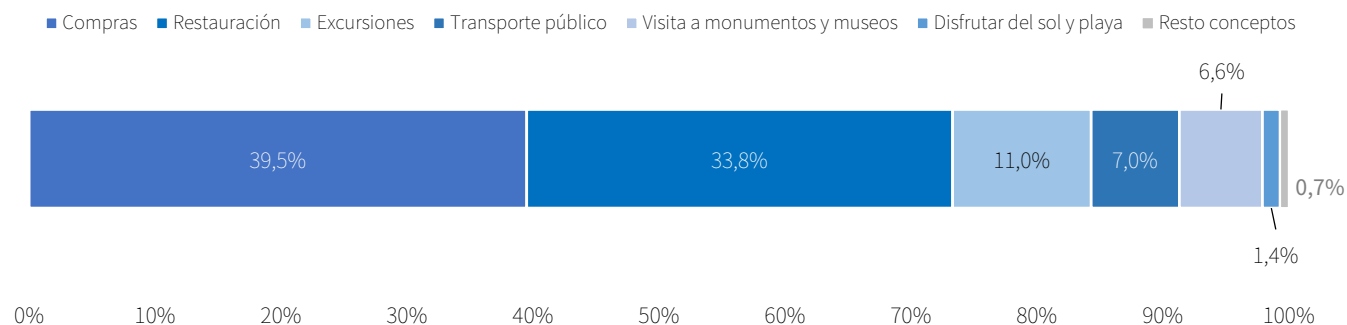
GASTO Y ACTIVIDADES

El turista de cruceros se caracteriza por realizar la mayor parte de su gasto turístico en origen, cifrándose para este año la media de este gasto por crucerista en 1.796 euros, con la particularidad de que prácticamente la totalidad de los encuestados ha adquirido un paquete turístico que paga en su lugar de residencia.

Asimismo, se estima el gasto medio diario que el turista de cruceros realiza en el destino andaluz es de 29,88 euros. El gasto de bolsillo del crucerista, es muy sensible a las estrategias marcadas por las navieras, el descenso de las cuotas de cruceros en base en los puertos de Andalucía en este año, se traslada a los resultados finales de esta variable, ya que se disminuye el gasto en alojamiento, una de las principales partidas del gasto en destino.

Por otro lado, destacar que las compras y la restauración son las dos grandes partidas del gasto en destino ya que suponen conjuntamente el 73,3% de su presupuesto diario. Les sigue en orden de importancia la contratación de excursiones (11,0%), el uso del transporte público (7,0%) y la visita a monumentos y museos (6,6%), tal y como se observa en el siguiente gráfico.

Distribución (%) del gasto en destino por concepto. Turista de cruceros. Año 2019



Fuente: SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía

Puntos clave

- En 2019 el gasto de bolsillo del crucerista en tránsito se cifra en 28,85 euros y el de modalidad en base en 54,02 euros.

Dada la importancia del gasto en alojamiento como se ha apuntado anteriormente, destacar que tres de cada diez de los turistas en base encuestados afirman haberse alojado en Andalucía antes o después de realizar el crucero, lo que supone que el resto, es decir, la gran mayoría ha embarcado / desembarcado sin pernoctar en nuestra Comunidad.

Perfil del crucerista en Andalucía

PERFIL Y ORGANIZACIÓN DEL VIAJE

En 2019 entre los turistas de cruceros hay apenas diferencias entre la presencia de hombres y de mujeres que han visitado Andalucía, 50,3% mujeres y 49,7% hombres. En este segmento destacan notablemente los de turistas de edad media y avanzada. Así, los mayores de 45 años llegan a suponer el 82,7% del total de la demanda, mientras que este intervalo de edad en el total de turistas para Andalucía no llega al 45%.

En consonancia con la edad la situación laboral más predominante, con un 47,2% de los casos, es retirado/jubilado seguido muy de cerca por tener trabajo, ya sea por cuenta propia o ajena, así lo han manifestado el 46,4% de los mismos. Por otro lado, resaltar la participación de los turistas de cruceros que se dedican a las labores del hogar, ya que, siendo bastante inferior se encuentra por encima de la media del total de turistas (5,3% frente a un 1,5%).

Perfil del turista de cruceros en Andalucía. Año 2019

Sexo:	Hombre	49,7%
	Mujer	50,3%
Edad:	Hasta 29 años	2,3%
	De 30 a 44 años	15,0%
	De 45 a 65 años	39,9%
	Más de 65 años	42,8%
Situación laboral:	Ocupado	46,4%
	Estudiante	1,0%
	Retirado/jubilado	47,2%
	Labores del Hogar	5,3%
	Otros	0,1%

Fuente: SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía

Puntos clave

• ¿Cómo viaja?

A la hora de viajar la mayoría de estos turistas ha realizado su crucero en pareja (69,0%), mientras que el 19,7% le ha acompañado la familia. Viajar sólo es la opción seleccionada por el 3,8% de los mismos.

• ¿Cómo se organiza?

Las Agencias de viajes es el medio por excelencia para organizar este tipo de viaje, así lo declaran el 73,6% de los encuestados, y son en concreto las agencias de viajes tradicionales (Off line) las preferidas para la gran mayoría de ellos. Pese a ser un sector muy intermediado, destaca que dos de cada diez turistas de cruceros organizan su viaje de forma particular.

LA GRAN MAYORÍA DE LOS TURISTAS DE CRUCEROS QUE VISITAN ANDALUCÍA SE ENCUENTRA EN UN INTERVALO DE EDAD MEDIA Y/O AVANZADA.

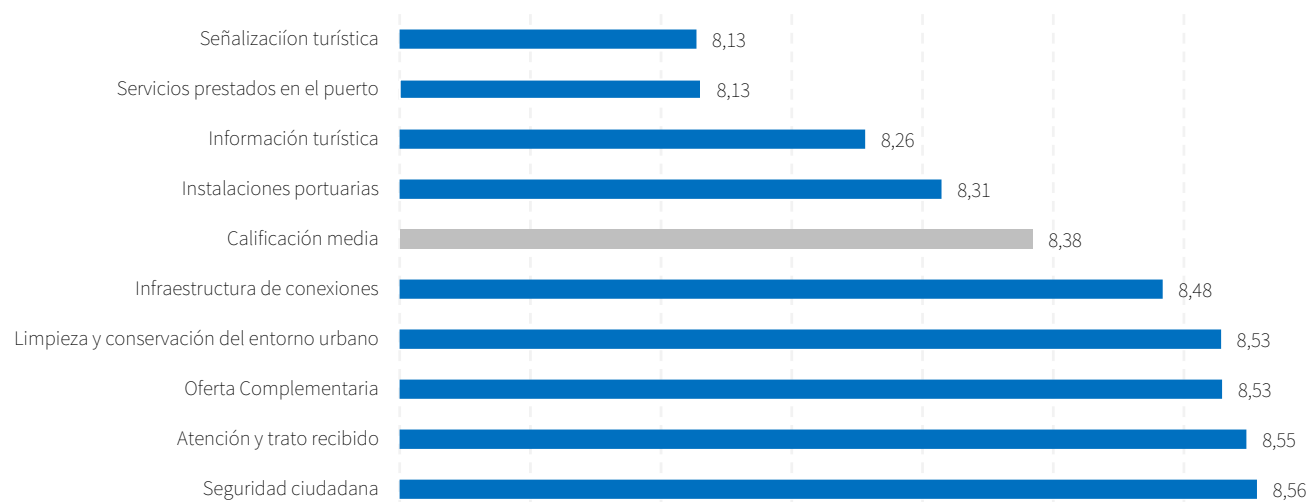
Perfil del crucerista en Andalucía

VALORACIÓN Y FIDELIZACIÓN

La valoración media que realizan los turistas de cruceros de Andalucía como destino de cruceros alcanza una calificación de 8,38 puntos en una escala de 1 a 10 (donde 1 es muy insatisfactorio y 10 muy satisfactorio). Seguridad ciudadana, atención y trato recibido, oferta complementaria, y limpieza y conservación son los aspectos más valorados por este turista, con una calificación por encima de 8,5 puntos, cada uno.

Por otro lado, destacar que la mayoría (57,5%) de los turistas encuestados piensa volver a Andalucía en calidad de turista. En este contexto, destacar que disfrutar de las playas andaluzas y de nuestra cultura son las motivaciones más seleccionadas, así lo afirma en el 42,0% y 33,3% de los casos, respectivamente.

Valoración de Andalucía como destino de cruceros. Año 2019



Fuente: SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía

Puntos clave

- Andalucía no sólo recibe una calificación alta como destino de cruceros, sino también como parte del itinerario programado en el viaje. En 2019 el grado de interés de las escalas andaluzas en el itinerario del viaje ha sido muy alto, concretamente le han otorgado 8,53 puntos (escala de 1 a 10).

- Otro aspecto a tener en cuenta es la fidelización del crucerista. En este sentido, destacar que el 67,4% de los turistas de cruceros encuestados declaran haber realizado más de un viaje de cruceros en los últimos cuatro años, de los que la gran mayoría, concretamente el 74,8%, ha incluido el destino Andalucía al menos una vez, mientras que el resto (25,2%) lo ha visitado dos o más veces al estar incluido en el circuito de los cruceros realizados.

- El tiempo medio estimado que pasa el crucerista en una escala andaluza supera las tres horas (3h y 19 min), las cuáles, son suficientes para cumplir las expectativas del 79,8% de los mismos, mientras que el 20,2% restante opina lo contrario.

ANDALUCÍA

COMO DESTINO: 8,38 PUNTOS

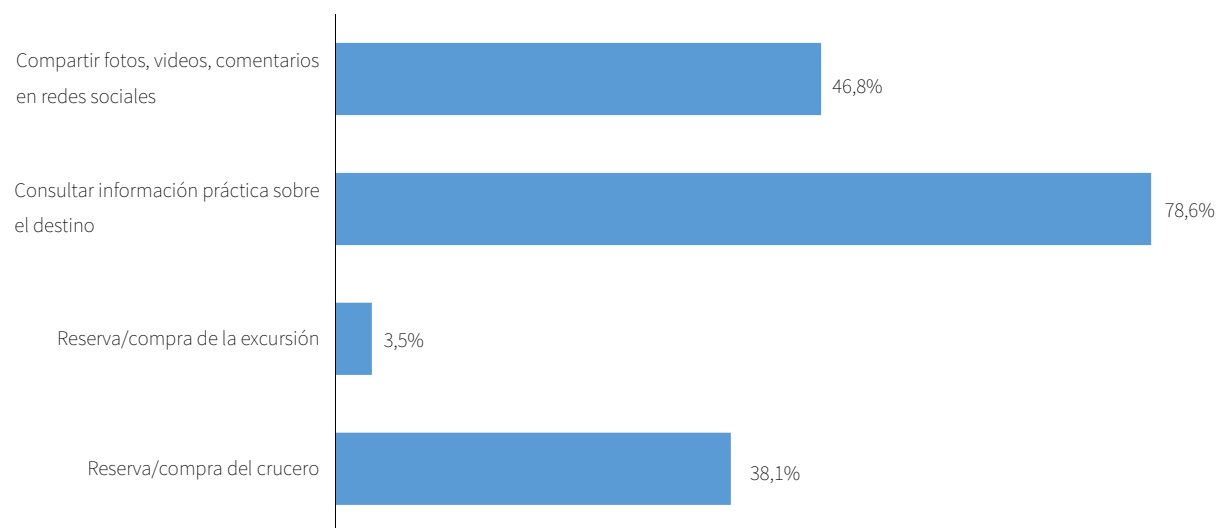
COMO ESCALA: 8,53 PUNTOS

Perfil del crucerista en Andalucía

USO DE INTERNET

La mayoría (65,3%) de los turistas de cruceros que llegan a los puertos andaluces en 2019 utilizó Internet en algún momento relacionado con su viaje. La consulta de información práctica sobre el destino (78,6%) y compartir fotos, videos y/o comentarios en redes sociales (46,8%) son los usos más comunes que hacen de la red. Le sigue la reserva o compra del crucero, así lo han manifestado en el 38,1% de los casos.

Uso de internet* en relación a su crucero a Andalucía. Año 2019



Fuente: SAETA. Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

*Pregunta multirrespuesta (%)

Puntos clave

- Si se analiza el perfil sociodemográfico del crucerista que usa la red, se aprecia una mayor proporción de hombres (51,6%), siendo el intervalo de edad predominante el comprendido entre 45 y 65 años (43,4%), y la situación laboral más común estar trabajando (55,7%).

De este modo, si se compara con el perfil de edad presentado por la media del turista de cruceros en Andalucía, se observa una menor proporción de los cruceristas de 65 y más (32,7% uso Red frente a 44,0% media andaluza), al tiempo que ha aumentado los menores de 44 años (23,9% frente a 15,3%, respectivamente).

Metodología de trabajo

FICHA METODOLÓGICA	
Universo	992.832 pasajeros de cruceros recibidos en Andalucía en 2019
Punto de encuestación	Puerto de Málaga y Bahía de Cádiz, ambos aglutinan el 96,1% de la actividad crucerística de Andalucía.
Recogida de la información	Mediante cuestionario estructurado en entrevistas personales a los turistas de cruceros, de junio a diciembre de 2019.
Tamaño de la muestra	1.930 entrevista válidas.
Error teórico de muestreo	+/- 2,3%, utilizando un nivel de significación de 2 sigmas (95% de probabilidad) y $p=q=50$, por lo que debe considerarse como error máximo teórico para el conjunto de la muestra; en el Segmento Gran Lujo es del +/- 6,5%
Variables de Estudio:	Cuantitativas (gasto medio diario, tipo de alojamiento, etc.) , y cualitativas (actividades realizadas, calificación del destino, etc).
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía	

ANEXO TABLAS

Tabla 1. Tabla resumen. Perfil del turista de cruceros en Andalucía. Año 2019.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Procedencia (Porcentaje)		Grupo de viaje: En pareja	69,0%
- Británicos:	39,0%	Organización del viaje: Agencias de Viajes	73,6%
- Alemanes:	22,7%	Principales actividades realizadas:	
- Estadounidenses:	13,9%	- Compras:	39,5%
Gasto medio diario (euros)	29,88	- Restaurantes, Bares y Cafeterías:	33,8%
		Uso de internet:	65,3%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		VALORACIÓN DE ANDALUCÍA	
Sexo:	Mujer	Valoración como destino de cruceros: Escala de 1 a 10	8,38
Edad:	De 45 a 64 años	Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
	Más de 65 años	- Seguridad ciudadana	8,56
Situación laboral:	Ocupado	- Atención y trato recibido	8,55
	Retirado/Jubilado	Grado de interés dentro del itinerario del viaje: Escala de 1 a 10	8,53
ELECCIÓN DEL VIAJE DE CRUCEROS		OTROS ASPECTOS	
Principales factores (Porcentaje)		Nº medio de viajes de cruceros realizados en los últimos 4 años:	2,51
- La comodidad de viajar de este modo:	21,5%	Nº horas en tierra: 0h,00min	3,19
- El lugar del destino:	19,6%	¿Han sido suficientes horas para cumplir sus expectativas? Si/No	(Si) 79,8%
- Descansar y relajarse:	18,4%		
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía			

Tabla 2. Tabla resumen. Perfil del turista de cruceros ESTANDAR en Andalucía. Año 2019.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Procedencia (Porcentaje)		Grupo de viaje:	En pareja 68,4%
- Británicos:	48,4%	Organización del viaje:	Agencias de Viajes 73,6%
- Alemanes:	22,6%	Principales actividades realizadas:	
- Franceses:	5,4%	- Compras:	37,7%
Gasto medio diario (euros)	28,84	- Restaurantes, Bares y Cafeterías:	34,6%
		Uso de internet:	66,5%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		VALORACIÓN DE ANDALUCÍA	
Sexo:	Mujer 51,7%	Valoración como destino de cruceros: Escala de 1 a 10	8,35
Edad:	De 45 a 64 años 39,7%	Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
	Más de 65 años 42,1%	- Seguridad ciudadana	8,52
Situación laboral:	Ocupado 47,1%	- Atención y trato recibido y Oferta complementaria	8,50
:	Retirado/Jubilado 45,3%	Grado de interés dentro del itinerario del viaje: Escala de 1 a 10	8,52
ELECCIÓN DEL VIAJE DE CRUCEROS		OTROS ASPECTOS	
Principales factores (Porcentaje)		Nº medio de viajes de cruceros realizados en los últimos 4 años:	2,39
- La comodidad de viajar de este modo:	21,1%	Nº horas en tierra: 0h,00min	3,27
- El lugar del destino:	19,0%	¿Han sido suficientes horas para cumplir sus expectativas? Si/No	(Si) 80,2%
- Descansar y relajarse:	17,8%		

Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía

Tabla 2. Tabla resumen. Perfil del turista de cruceros GRAN LUJO en Andalucía. Año 2019.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA		HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA	
Procedencia (Porcentaje)		Grupo de viaje:	En pareja 78,8%
- Estadounidenses:	40,6%	Organización del viaje:	Agencias de Viajes 84,9%
- Británicos:	16,7%	Principales actividades realizadas:	
- Alemanes:	16,0%	- Compras:	37,1%
Gasto medio diario (euros)	63,17	- Restaurantes, Bares y Cafeterías:	32,1%
		Uso de internet:	66,8%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA		VALORACIÓN DE ANDALUCÍA	
Sexo:	Varón 54,6%	Valoración como destino de cruceros: Escala de 1 a 10	8,40
Edad:	De 45 a 64 años 40,0%	Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10	
	Más de 65 años 55,0%	- Oferta complementaria	8,58
Situación laboral:	Ocupado 35,7%	- Atención y trato recibido	8,56
:	Retirado/Jubilado 57,5%	Grado de interés dentro del itinerario del viaje: Escala de 1 a 10	8,63
ELECCIÓN DEL VIAJE DE CRUCEROS		OTROS ASPECTOS	
Principales factores (Porcentaje)		Nº medio de viajes de cruceros realizados en los últimos 4 años:	2,99
- La comodidad de viajar de este modo:	21,6%	Nº horas en tierra: 0h,00min:	3,42
- Descansar y relajarse:	20,7%	¿Han sido suficientes horas para cumplir sus expectativas? Si/No	(Si) 78,6%
- El lugar del destino:	17,0%		
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía			

Tabla 2. Tabla resumen. Perfil del turista de cruceros PREMIUM en Andalucía. Año 2019.

INDICADORES BÁSICOS EN ANDALUCÍA			HÁBITOS DE CONSUMO EN ANDALUCÍA		
Procedencia (Porcentaje)			Grupo de viaje:	En pareja	72,4%
- Estadounidenses:	43,0%		Organización del viaje:	Agencias de Viajes	78,7%
- Británicos:	25,6%		Principales actividades realizadas:		
- Canadienses:	10,7%		- Compras:		38,4%
Gasto medio diario (euros)	42,32		- Restaurantes, Bares y Cafeterías:		34,6%
			Uso de internet:		73,8%
PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA			VALORACIÓN DE ANDALUCÍA		
Sexo:	Mujer	50,4%	Valoración como destino de cruceros: Escala de 1 a 10		8,36
Edad:	De 45 a 64 años	45,4%	Aspectos mejor valorados: Escala de 1 a 10		
	Más de 65 años	43,2%	- Atención y trato recibido		8,53
Situación laboral:	Ocupado	44,5%	- Oferta complementaria		8,52
:	Retirado/Jubilado	48,1%	Grado de interés dentro del itinerario del viaje: Escala de 1 a 10		8,57
ELECCIÓN DEL VIAJE DE CRUCEROS			OTROS ASPECTOS		
Principales factores (Porcentaje)			Nº medio de viajes de cruceros realizados en los últimos 4 años:		2,56
- La comodidad de viajar de este modo:	21,6%		Nº horas en tierra: 0h,00min:		3,40
- Descansar y relajarse:	19,3%		¿Han sido suficientes horas para cumplir sus expectativas? Si/No	(Si)	79,2%
- El lugar del destino:	19,1%				
Fuente: SAETA, Empresa Pública Turismo y Deporte de Andalucía					