

Andalucía

Turismo de Cruceros en Andalucía

Año 2015

**Demanda Turística en Andalucía. Segmentos Turísticos**



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA DE TURISMO Y DEPORTE

TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA. AÑO 2015  
Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deporte

COLECCIÓN:  
Demanda Turística en Andalucía. Segmentos turísticos

EDITA  
Consejería de Turismo y Deporte  
C/ Juan Antonio de Vizarrón s/n  
41092 Sevilla  
correo-e: publicaciones.ctd@juntadeandalucia.es

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

Publicación electrónica anual disponible a texto completo en la página web de la Consejería de Turismo y Deporte e indizada en el catálogo del Centro de Documentación y Publicaciones <http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones>

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

## INDICE DE CONTENIDOS

- 1. INTRODUCCIÓN**
- 2. LA INDUSTRIA DE CRUCEROS**
- 3. DEMANDA DEL TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA**
- 4. PERFIL DEL TURISTA DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA**

## 1. INTRODUCCIÓN

El sector turístico está sometido a una evolución continua. Los gustos y las preferencias de los consumidores cambian constantemente, así como los canales de información y de comercialización. Para poder adaptarse a una situación tan cambiante es necesario contar con un sistema de información adecuado que permita conocer cuáles son y en qué consisten las nuevas tendencias de la demanda turística.

Este sistema estadístico permite actualizar anualmente las cifras más relevantes de los principales segmentos turísticos en Andalucía. De este modo, se pretende dotar al sector público y privado de herramientas que ayuden a la toma de decisiones, de una manera ágil y efectiva.

El estudio de este segmento presenta determinadas particularidades, siendo la principal, la existencia de dos demandas, **navieras y turistas de cruceros**, característica que se debe tener en cuenta por un destino, ya que diferencia a este segmento de cualquier otro, donde solo existe una demanda final que, además, dispone de toda la información que se requiere para su análisis.

FICHA TÉCNICA. ENCUESTA A LA DEMANDA	
Universo:	875.294 pasajeros de cruceros recibidos en Andalucía en 2015.
Punto de encuestación:	Puerto de Málaga y Bahía de Cádiz, ambos aglutinan el 95% de la actividad crucerística de Andalucía.
Período de encuestación:	de junio a noviembre
Recogida de la información:	Mediante cuestionario estructurado en entrevistas personales a los turistas de cruceros.
Tamaño de la muestra:	891 entrevistas válidas.
Error teórico de muestreo:	+/- 3,4%, 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.
VARIABLES DE ESTUDIO:	Cuantitativas (gasto medio diario, tipo de alojamiento, etc.) , y cualitativas (actividades realizadas, calificación del destino, etc ).

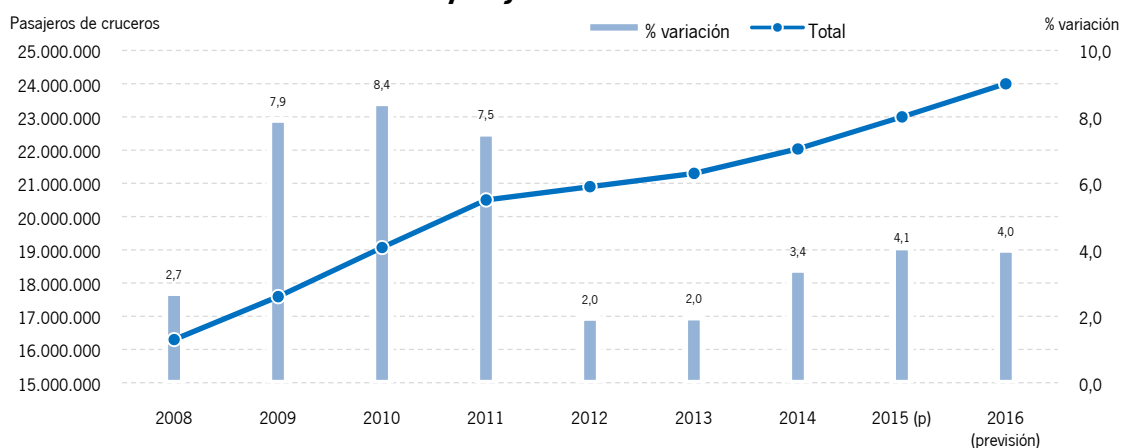
Este estudio se complementa con fuentes secundarias como: Organización Mundial de Turismo en su publicación "Turismo de Cruceros\_Situación Actual y Tendencias" (2008), Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA), y Puertos del Estado (Ministerio de Fomento), que sin duda enriquece el análisis y ayuda a profundizar y ampliar su conocimiento.

## 2. LA INDUSTRIA DE CRUCEROS

Según las estimaciones de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA), en 2015 la **demanda mundial** alcanzó los 23 millones de pasajeros de cruceros, lo que supone un crecimiento en términos relativos del +4,1% respecto a 2014. Para 2016 se prevé que el número de pasajeros de cruceros a nivel mundial aumente hasta los 24 millones.

Tal y como muestra el siguiente gráfico, **la industria del crucero no ha dejado de crecer en los últimos años**, demostrando ser resistente a situaciones que han generado gran incertidumbre en la actividad turística como pueden ser los desastres naturales, situaciones geopolíticas inestables, crisis económica,.....etc.

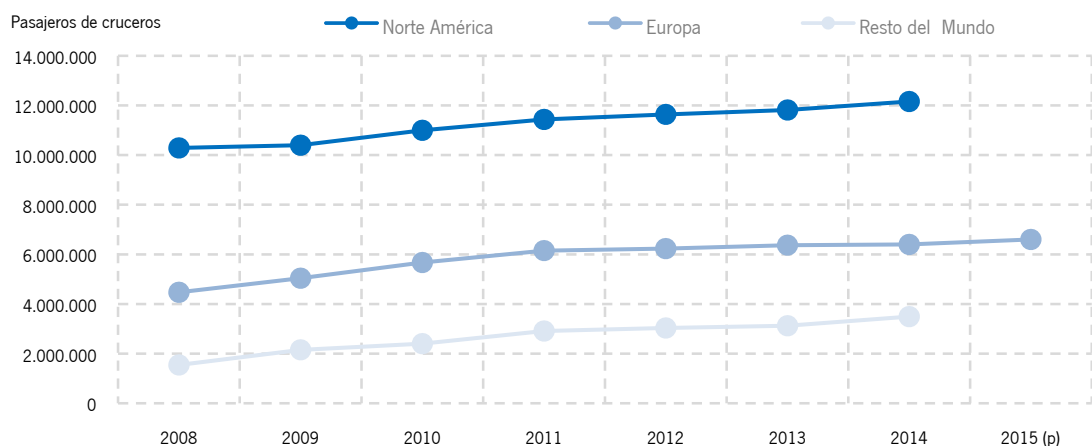
**Demanda mundial de pasajeros de cruceros<sup>1</sup>. Año 2008-2016.**



Fuente: CLIA. Asociación Internacional de Líneas de Cruceros.

**Por regiones**, es el mercado procedente de Norte América el que tiene un mayor peso en la demanda global, seguido del europeo y resto del mundo. En este contexto, cabe destacar la pérdida de cuota del emisor norteamericano (de 63,1% en 2008 a 55,1% en 2014), a favor del europeo (de 27,4% en 2008 a 29,0% en 2014) y de una forma más intensa al del resto del mundo (de 9,4% en 2008 a 15,8% en 2014) durante el periodo analizado.

**Demanda mundial de pasajeros de cruceros según principales regiones. Año 2008-2015.**

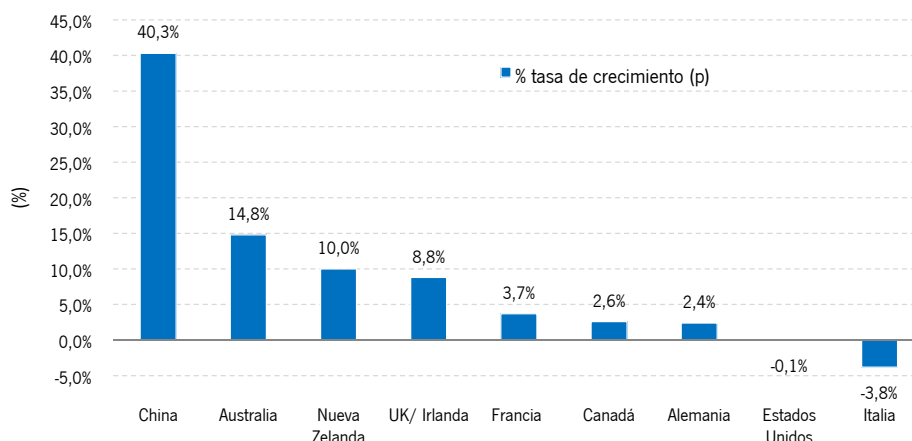


Fuente: CLIA. Asociación Internacional de Líneas de Cruceros.

<sup>1</sup> (p): datos provisionales para 2015 y previsiones para 2016 según CLIA.

Estados Unidos es el principal **emisor de pasajeros de cruceros** del mundo, concretamente durante 2015 han viajado a bordo de un crucero 11,21 millones de estadounidenses, lo que supone un mantenimiento respecto al año anterior. Le siguen a distancia Alemania y Reino Unido/Irlanda, con evoluciones positivas del +2,4% y del +8,8% respectivamente. Mercados más lejanos, con un menor peso, han registrado las tasas más elevadas en esta variable. Concretamente China, principal emisor asiático, ha incrementado en un +40,3% el número de pasajeros de cruceros respecto a 2014, le siguen Australia y Nueva Zelanda con tasas del +14,8% y +10% cada uno.

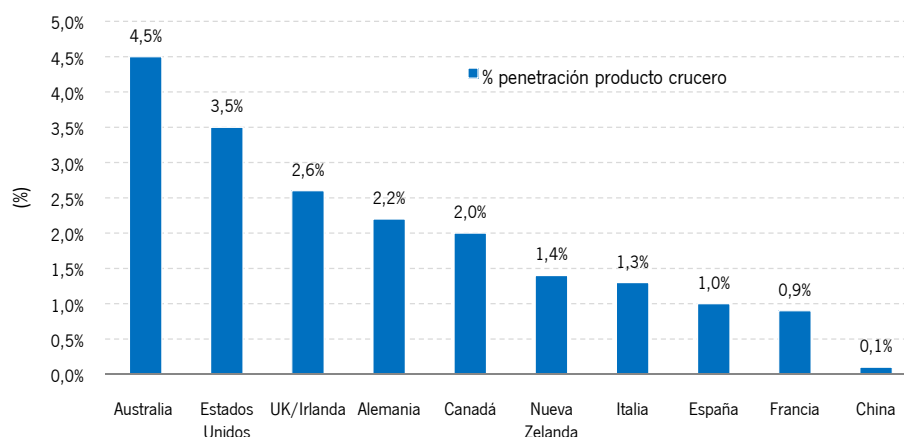
### % Tasa de crecimiento de pasajeros de cruceros según emisor. Año 2015.



Fuente: CLIA. Asociación Internacional de Líneas de Cruceros.

Un buen indicador del grado de penetración del producto cruceros en un emisor es su propensión a viajar de este modo. Según datos de CLIA, Australia, favorecida por su orografía, se posiciona en primer lugar con el porcentaje de penetración del producto cruceros más elevado, concretamente del +4,5% para 2015. Le siguen Estados Unidos (3,5%) y Reino Unido/Irlanda (2,6%) en orden de importancia. En el otro extremo, con un porcentaje inferior se sitúa China (0,1%), emisor con un alto recorrido en el futuro si se compara con el porcentaje alcanzado por un mercado más maduro en el producto cruceros como es el norteamericano.

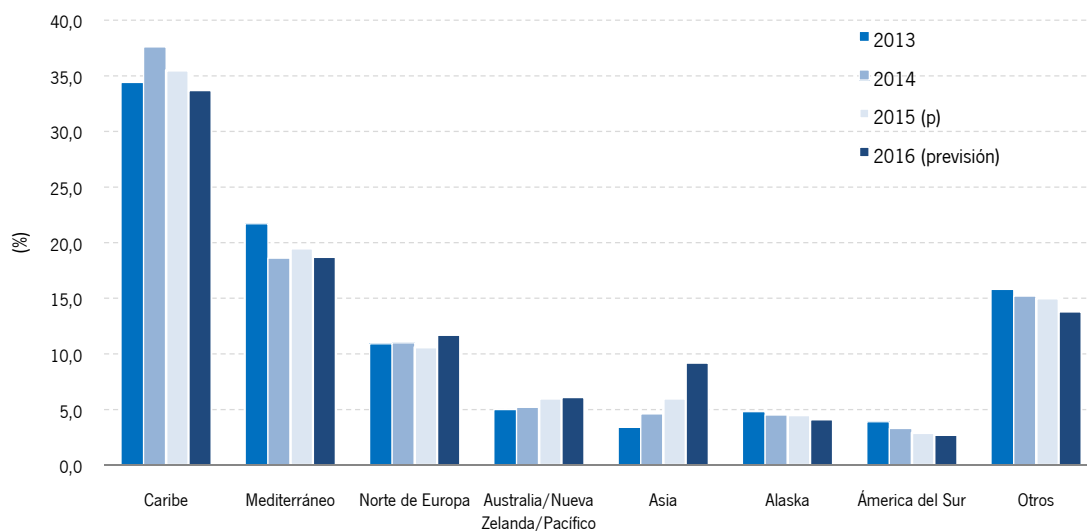
### % Población que viaja a bordo de un crucero según mercado. Año 2015.



Fuente: CLIA. Asociación Internacional de Líneas de Cruceros.

**Oferta y demanda van muy ligados en esta industria.** De este modo, con independencia de la apuesta de las **líneas de cruceros** por los destinos clásicos como el Caribe o Mediterráneo, hay un especial interés en posicionar los buques de cruceros en los destinos emergentes que se están abriendo paso con fuerza. CLIA prevé que durante 2016 en Asia se alcance una capacidad de despliegue<sup>2</sup> del 9,2%, cuota muy superior a la alcanzada en los últimos años.

### **Capacidad de despliegue de las navieras según Área. Años 2013 - 2016.**



Fuente: CLIA. Asociación Internacional de Líneas de Cruceros.

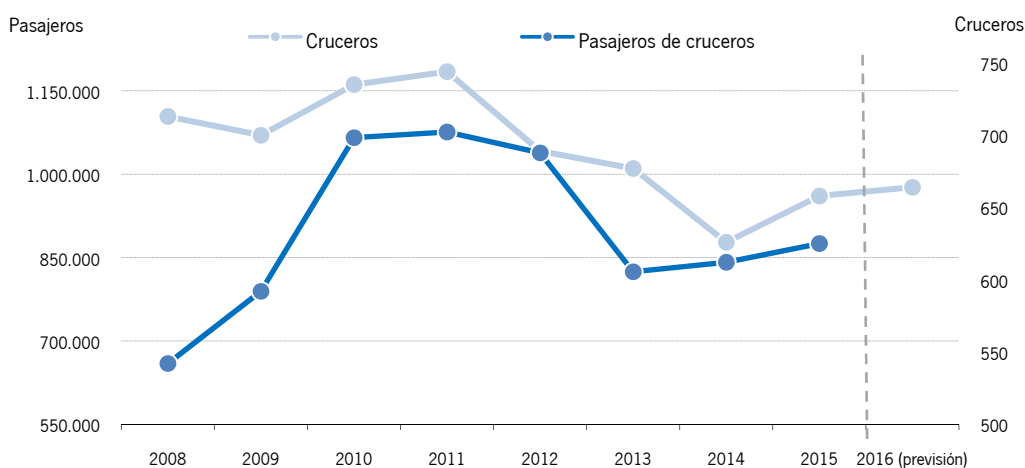
<sup>2</sup> % Disponibilidad de camas bajas diarias. Se asume ocupación doble por cabina en venta por días de operación que producen ingresos.

### 3. DEMANDA DEL TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA

Durante el año 2015 se han recibido en los puertos andaluces más de **875 mil pasajeros de cruceros**, lo que ha supuesto un **crecimiento del +4,0%** en términos relativos respecto al año anterior, siendo el segundo año consecutivo de crecimiento en esta variable. A este buen resultado le acompaña un aumento en el número de escalas de cruceros, concretamente se han registrado en los puertos andaluces **658 cruceros, un +5,1% más** que en 2014. En este contexto, destacar que esta situación (incremento de ambas variables) no se presentaba en el movimiento crucerístico andaluz desde el año 2011.

Por otro lado, se prevé que el número de cruceros en los puertos de Andalucía ascienda a 664 en 2016, lo que supondría una apuesta continua de este segmento en Andalucía.

**Evolución del movimiento de cruceros y pasajeros de cruceros en Andalucía. Años 2008 – 2016.**



Fuente: SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Puertos del Estado.

Un año más Andalucía se sitúa en cuarta posición captando el 10,4% del total del tráfico de pasajeros de cruceros en España, tras Cataluña y los destinos insulares. Para el total de España, los pasajeros de cruceros han crecido un +9,4% en 2015, fruto de la buena evolución de esta variable en las principales puertos con actividad de cruceros. No obstante, destacan los puertos de Canarias, Baleares y Comunidad Valenciana con crecimientos a dos dígitos.

**Ranking de Pasajeros en Puertos Españoles. Principales CCAA. Año 2015.**

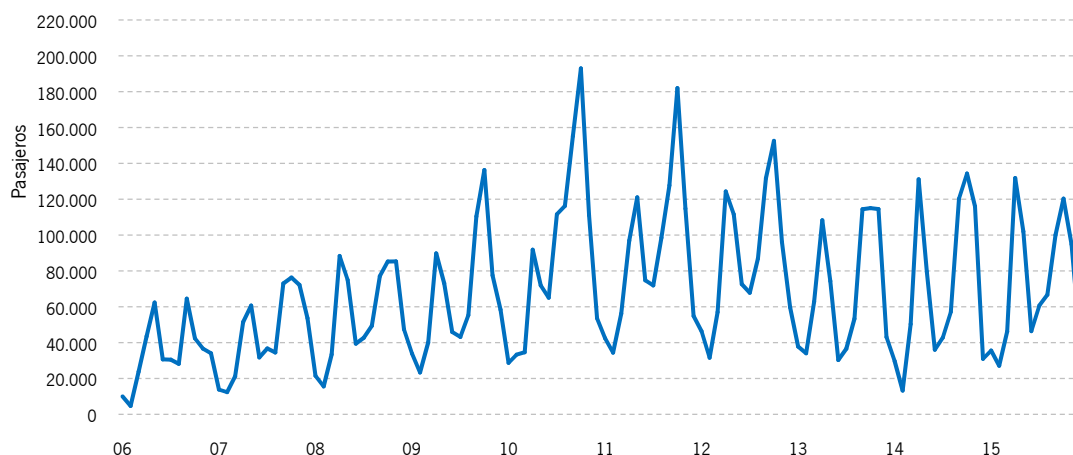
RK 2015	CC.AA.	Pasajeros	% Var 15/14	Cuota (%)
1	Cataluña	2.552.568	7,9%	30,3%
2	Canarias	2.183.544	14,1%	25,9%
3	Baleares	1.747.868	10,2%	20,7%
4	Andalucía	875.294	4,0%	10,4%
5	C. Valenciana	454.056	11,4%	5,4%
6	Galicia	368.172	6,5%	4,4%
	ESPAÑA	8.435.966	9,4%	100,0%

Fuente: Puertos del Estado. Ministerio de Fomento



En cuanto a su **distribución en el tiempo**, los pasajeros de cruceros se concentran, principalmente, en primavera y otoño. Concretamente, más de la mitad de los pasajeros recibidos en el año se reparten entre los meses de abril, mayo, septiembre, octubre y noviembre. En el siguiente gráfico se observa que este comportamiento se mantiene a lo largo del tiempo, e incluso se agudiza en los meses de septiembre y octubre para los años 2009 a 2012, no obstante a partir de 2013 vuelve a niveles más parecidos a los inicios de la serie.

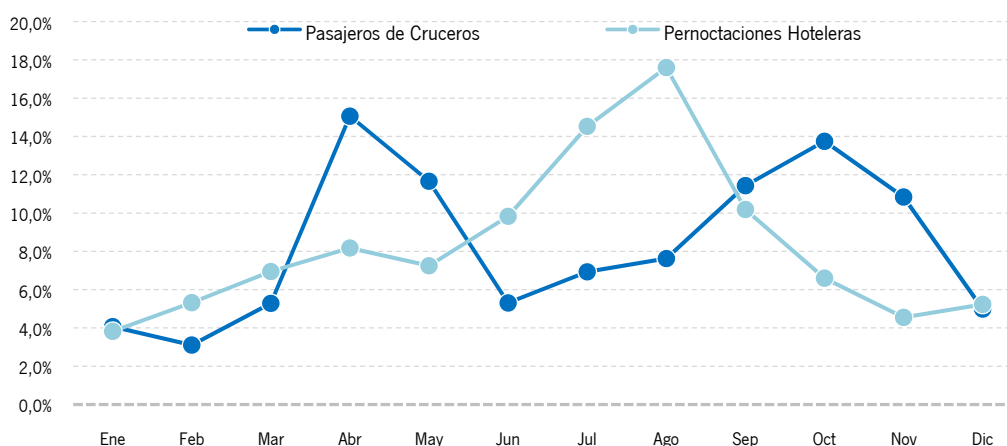
### **Número de pasajeros de cruceros en puertos andaluces. Distribución mensual. Años 2006 – 2015.**



Fuente: Puertos del Estado. Ministerio de Fomento

Esta distribución difiere por completo del carácter estacional que tiene la demanda turística andaluza, representada en el gráfico a través de la variable pernoctaciones hoteleras<sup>3</sup>, donde el verano (junio a septiembre) es el período preferido para visitar Andalucía. En este sentido, destacar el **potencial desestacionalizador** del producto cruceros.

### **Distribución mensual (%) de pasajeros de cruceros en los puertos andaluces y pernoctaciones en establecimientos hoteleros andaluces. Año 2015.**



Fuente: Puertos del Estado (Ministerio de Fomento) y Encuesta de Ocupación Hotelera (INE)

<sup>3</sup> Al no disponer de una distribución mensual de los turistas recibidos en Andalucía se ha optado por la variable pernoctaciones. Si se tiene en cuenta que el 65,2% de estos turistas seleccionaron los establecimientos hoteleros como tipo de alojamiento en su visita a la Comunidad, resulta un buen indicador del movimiento turístico andaluz. Según la Encuesta de Ocupación Hotelera del INE, Andalucía cierra 2015 con 16,7 millones de viajeros que realizaron un total de 48 millones de pernoctaciones hoteleras.

Los **puertos andaluces** de Málaga y Bahía de Cádiz, que concentran casi la totalidad de la actividad cruceística de Andalucía (95%), se han situado en 2015 en quinto y sexto lugar a nivel estatal en número de cruceístas recibidos, registrando ambas tasas positivas en el número de pasajeros respecto al año anterior, del +2,6% y +7,9%, respectivamente. No obstante, es el puerto sevillano el que presenta un comportamiento más dinámico al alcanzar una tasa de crecimiento de dos dígitos respecto al año anterior (+11,0%).

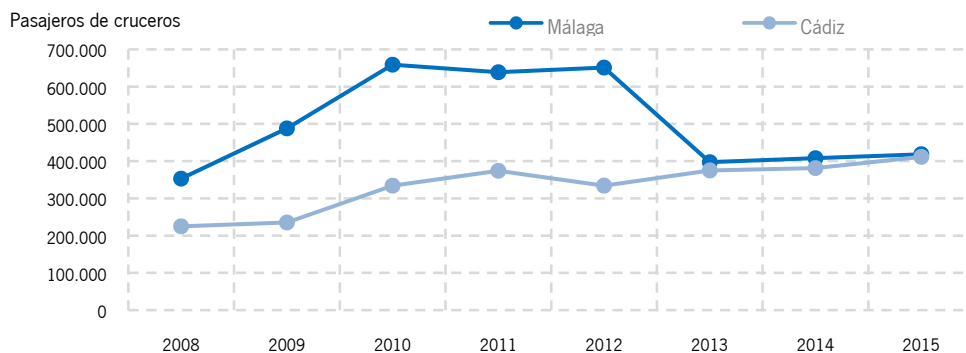
### Número de cruceros y pasajeros de cruceros en puertos andaluces. % Variación 15/14.

AÑO 2015	CRUCEROS	% Var 15/14	PASAJEROS	% Var 15/14
Almería	27	17,4%	17.304	2,6%
Bahía de Cádiz	296	3,9%	411.453	7,9%
Huelva	6	0,0%	3.730	0,0%
Málaga	238	4,9%	418.503	2,6%
Motril	27	-10,0%	6.481	-66,9%
Sevilla	64	4,9%	17.729	11,0%
<b>TOTAL ANDALUCIA</b>	<b>658</b>	<b>5,1%</b>	<b>875.294</b>	<b>4,0%</b>

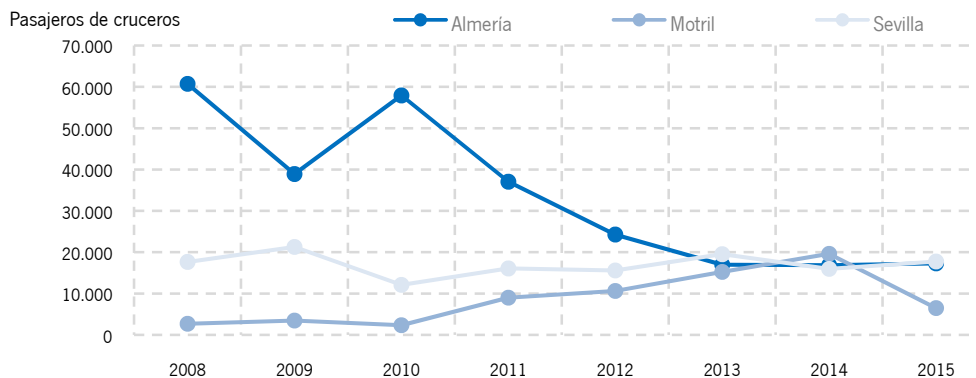
Fuente: Puertos del Estado. Ministerio de Fomento

Tal y como muestran los siguientes gráficos, en 2015 se aproximan aún más los niveles de cruceístas registrados en los puertos de Málaga y Cádiz, siendo sus participaciones sobre el total del tráfico de pasajeros de cruceros en Andalucía prácticamente iguales, del 47,8% y 47,0% cada una. Esta misma circunstancia se observa en los puertos de Almería y Sevilla, destacando este último al superar en 2015 el volumen de pasajeros de cruceros alcanzado por Almería, siendo los porcentajes de participación en este grupo del 2% para cada puerto.

### Llegadas de pasajeros de cruceros a los puertos de Málaga y Bahía de Cádiz. Años 2008-2015.



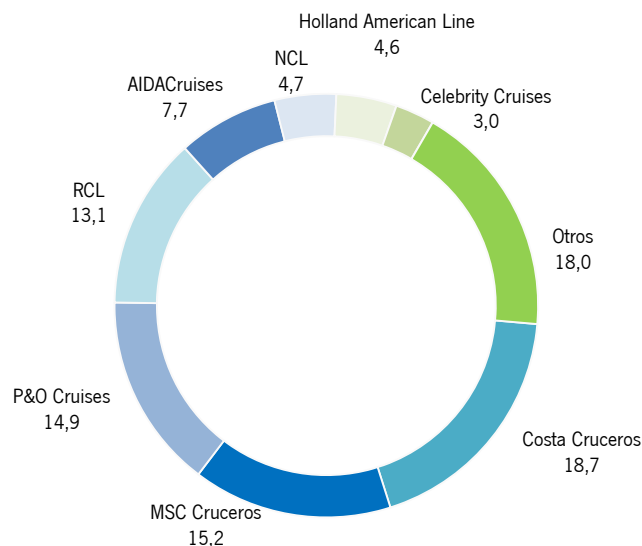
### Llegadas de pasajeros de cruceros a los puertos de Almería, Motril y Sevilla. Años 2008-2015.



Fuente: Puertos del Estado. Ministerio de Fomento.

Al igual que el año anterior, las **navieras** Costa Cruceros, MSC Cruceros, P&O Cruises, y Royal Caribbean Line (RCL) acaparan más de la mitad del movimiento de pasajeros de cruceros en Andalucía. A excepción de Costa Cruceros, todas ha aumentado su cuota respecto a 2014.

### **Distribución % de las líneas de cruceros en los puertos andaluces. Año 2015.**



Fuente: SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Puertos del Estado.

La oferta no sólo se compone de los grandes buques de estas navieras, sino que hay una gran lista de compañías que incluyen a Andalucía en su itinerario, entre los que destacan AIDACruises, Norwegian Cruise Line, Holland American Line, Celebrity Cruises o Pullmantur etc. Destacan por su especialización en cruceros de lujo, entre otras, Windstar Cruises y Regent Seven Seas Cruises, con un comportamiento muy dinámico en este año 2015. También cruceros fluviales como los que realiza Croise Europe.

En este contexto, resaltar la apuesta de la naviera Windstar Cruises por Andalucía, ya que con determinados itinerarios temáticos ha posicionado sus barcos en diferentes puertos andaluces, siendo la línea de cruceros que registra el crecimiento más elevado en la variable escala de cruceros en la Comunidad, ha pasado de una cuota del 2,4% en 2014 al 4,2% en 2015. Para 2016 vuelve a incluir a los puertos de Andalucía en sus itinerarios temáticos por el Mediterráneo.

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, de ahí la **segmentación de las navieras**<sup>4</sup>.

De este modo, el segmento Contemporary es el protagonista en los puertos andaluces (82,7%) un año más. Le siguen a gran distancia los segmentos Premium (14,2%), que ha incrementado su cuota en +1,6 puntos respecto al año 2014, y en último lugar Lujo (2,1%).

<sup>4</sup> 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:

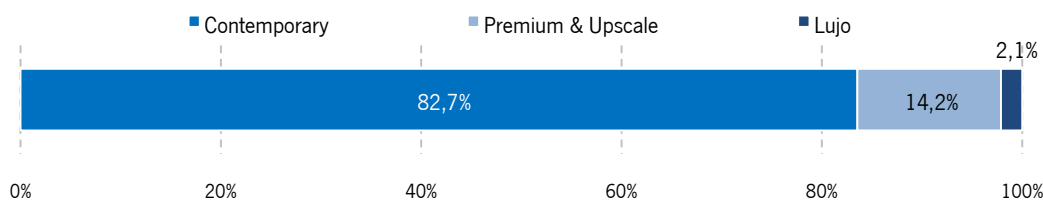
*Contemporary:* Grandes barcos que ofrecen principalmente cruceros cortos de 3,4 y 5 noches, así como algunos de 7 y más noches

*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

### Distribución % de las líneas de cruceros según segmento en puertos andaluces. Año 2015.



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

En la tabla adjunta se han identificado ciertos parámetros que permitan diferenciar un segmento de otro, algunos de los parámetros son: tamaño (tonelaje o GT), relación de espacio o GT/pasajero, relación de servicio o Pasajero/tripulante e importancia de los destinos y excursiones ofrecidas (mayor o menor singularidad).

### Variables significativas y rango según segmento en puertos andaluces. Año 2015.

ANDALUCIA	Relación de espacio (GT/pasajero)	Rango GT	Relación de servicio (Pasajero/tripulante)	Excursiones/destinos
<b>Contemporary</b>	32,3	Hasta 140.000	3,0	Habitual
<b>Premium &amp; Upscale</b>	38,6	20.000 - 90.000	2,3	Habitual
<b>Lujo</b>	63,4	10.000 - 70.000	1,4	No comunes

Fuente: Elaboración propia SAETA. Consejería de Turismo y Deporte y OMT

En la **relación espacio por pasajero** se observa que en los cruceros de lujo disponen de una gran cantidad de espacios abiertos y la proporción del ratio GT/pasajero es superior a 50, concretamente 63,4, mientras que los grandes barcos de resort suelen estar en el intervalo comprendido entre 30-50 de forma general, en el caso de Andalucía se ha estimado en 32,3.

En cuanto al **ratio servicio** se ha estimado que la proporción es de 1 tripulante para cada 3 pasajeros de cruceros del segmento contemporary que visitan los puertos de Andalucía. De 1 tripulante para 2 pasajeros prácticamente en el premium y con mejor proporción, un tripulante para algo más un pasajero, se encuentra el segmento Lujo. Esta mejor proporción se concreta en una mayor especialización en el cliente, ofreciendo un valor añadido que se traduce en que: les recuerdan por su nombre, los camareros les acompañan a la mesa en las comidas, hay un lugar donde se pueden dejar notas a los camareros, los sommeliers son muy expertos, el chef de cocina invita al pasaje a acompañarle en las escalas al mercado local. Además, las comidas pueden ser servidas plato a plato en los camarotes o en las terrazas con mesas portátiles especiales, o bien tener una cena especial privada organizada en el muelle con un servicio muy esmerado.

### 3. PERFIL DEL CRUCERISTA EN ANDALUCÍA

En 2015 la oferta de cruceros por parte de las navieras en Andalucía viene marcada por un **gran protagonismo de los cruceros en tránsito en detrimento de los cruceros en base**. La mayor apuesta de las líneas de cruceros en posicionar sus buques en tránsito en los puertos andaluces determina tanto el perfil como las características principales del turista de cruceros en el destino andaluz. Variables como gasto en destino o tipo de alojamiento están muy influenciadas por el tipo de turista, base o tránsito, que llega a Andalucía.

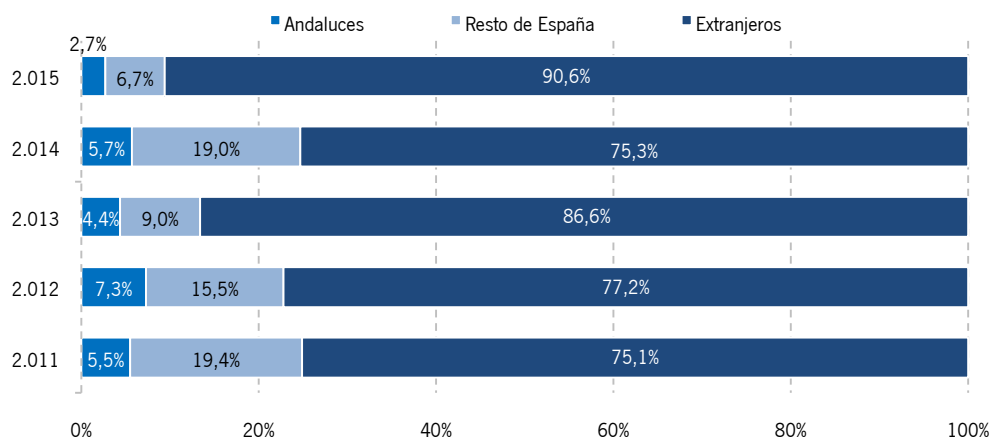
#### - Procedencia y hábitos de viaje

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 y dependiendo del mercado, toma mayor protagonismo una u otra variable, el destino sería para el nacional y el tipo de barco y compañía para el extranjero.

En este contexto, destacar la apuesta actual de las navieras por barcos cada vez más sofisticados, en los que no importa tanto el tamaño sino el diseño o instalaciones exclusivas, convirtiendo al propio barco en un destino en sí mismo.

Nueve de cada diez turistas de cruceros que han visitado Andalucía en 2015 son de **origen extranjero**. Le sigue a gran distancia el procedente del resto de España y el andaluz. No obstante, en este año se observa una pérdida de cuota del mercado nacional, siendo el principal artífice el mercado procedente del Resto de España, que disminuye su participación en más de -10 puntos porcentuales respecto al año anterior. De este modo, la demanda se aproxima más a la distribución por procedencia observada en el año 2013, tal y como muestra el siguiente gráfico.

**Distribución (%) por procedencias. Andaluces, Resto de España y Extranjeros. Año 2011 - 2015.**



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

De entre los **extranjeros**, siguen siendo los británicos (41,6%), alemanes (19,6%) y franceses (8,0%) las procedencias más relevantes. Destacar el mayor dinamismo del mercado británico y francés que han incrementado su cuota respecto a la registrada el año anterior, concretamente en torno a +5 puntos porcentuales respectivamente.

Por otro lado, prácticamente siete de cada diez de los turistas de cruceros que han visitado Andalucía en este año **han realizado el viaje** acompañados de su pareja, le sigue en orden de importancia los que lo realizan con familiares (18,5%), quedando en tercer lugar la preferencia por viajar con amigos (11,6%).

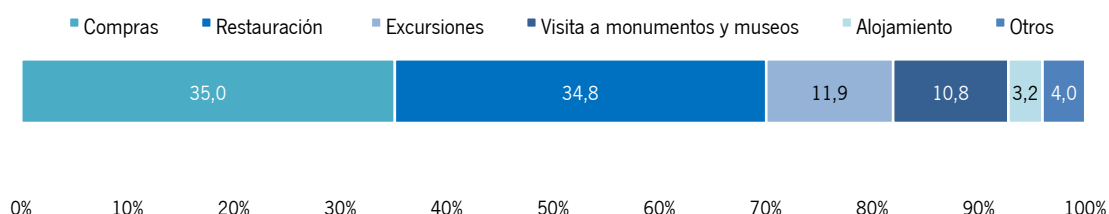
En el turismo de cruceros el **tipo de alojamiento** utilizado es el propio barco, aunque no el único, ya que en el inicio o fin del viaje puede hacer uso de otras tipologías de alojamiento, esto sucede cuando el puerto de salida es puerto base. En este caso, el 55,6% de los turistas en base encuestados prefirieron alojarse en hoteles y apartahoteles andaluces, mientras que el 30,6% seleccionó el apartamento, casa o chalet de amigos y/o familiares.

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 2.100 euros, un +6,9% más que el registrado el año anterior, con la particularidad de que la totalidad de los encuestados ha adquirido un paquete turístico que paga en su lugar de residencia.

Asimismo, se estima que el **gasto medio diario** que el turista de cruceros realiza en el destino andaluz es de 34,23 euros, -7,6 euros menos que el presentado el año anterior. El gasto de bolsillo del crucerista es muy sensible a las estrategias marcadas por las navieras, la pérdida de cuota de cruceros en base en los puertos de Andalucía en este año, se traslada a los resultados finales de esta variable, ya que se reduce el gasto en alojamiento, uno de las principales partidas del gasto en destino.

La restauración y las compras se lleva el 70% de este gasto en destino, partidas que han descendido respecto al peso registrado el año anterior, -3,5 puntos y -2,4 puntos respectivamente. Le siguen en orden de importancia la contratación de excursiones y la visita a monumentos y museos al que dedican el 11,9% y 10,8% de su presupuesto diario, mientras el alojamiento presenta este año un consumo menor del presupuesto, un 3,2%.

### ***Distribución (%) del gasto en destino por conceptos del turista de cruceros en Andalucía. Año 2015.***



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

#### **- Sexo del turista**

Los turistas de cruceros que han visitado Andalucía en 2015 se caracterizan por una mayor presencia de hombres (56,2% frente al 43,8% de mujeres).

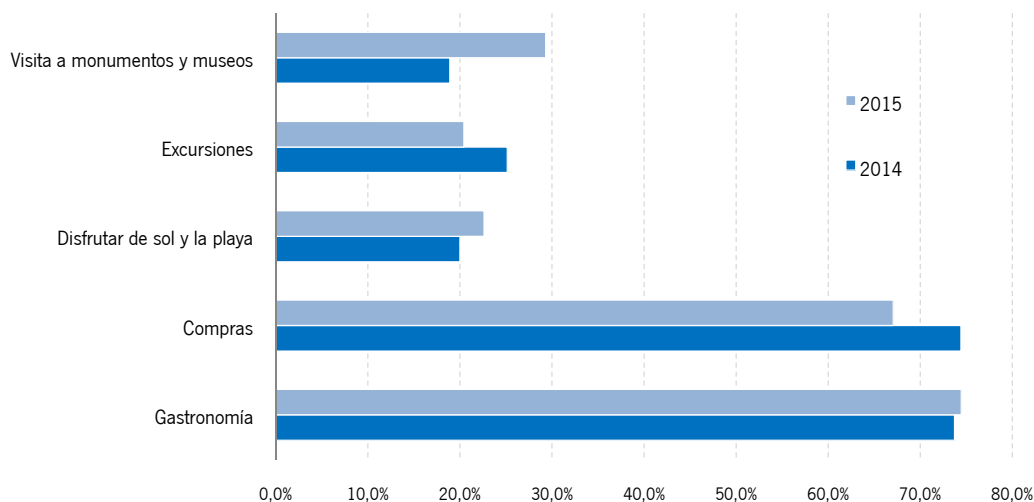
#### **- Actividades<sup>5</sup> realizadas en destino**

Degustar la gastronomía andaluza (74,5%) y realizar compras (67,1%) son las actividades más habituales de los turistas de cruceros en nuestra Comunidad, si se compara con las realizadas el año anterior se observa un menor protagonismo de las compras en este año 2015. Disfrutar del sol y la playa y realizar

<sup>5</sup> Pregunta multirrespuesta

excursiones en nuestra Comunidad son también opciones seleccionadas, así lo han manifestado el 22,6% y 20,4% de los turistas de cruceros encuestados. Sin embargo, la actividad que sin duda ha adquirido más protagonismo es la Visita a monumentos y museos, que ha pasado de un 19% en 2014 a alcanzar un 29% en 2015.

#### **Actividades realizadas por los turistas de Cruceros en Andalucía. Año 2014 y 2015.**



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

#### **Fidelidad y valoración**

El 64% de los turistas encuestados declara haber realizado al menos un viaje de cruceros **en los últimos cuatro años**, de los que más de la mitad ya había estado en Andalucía una o dos veces al estar incluido en el circuito del crucero, mientras que, para el 31,3% es su primera vez.

Un año más, la valoración media que ofrecen los turistas de cruceros de su estancia en Andalucía es de sobresaliente, concretamente 9,0 puntos en una escala del 1 al 10. En el segmento de cruceros se encuentra una de las **calificaciones más altas** con las que se le otorga al destino turístico andaluz.

#### **Evolución de la valoración de Andalucía como destino de cruceros. Año 2011-2015.**



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