

# Estudio de impacto y hoja de ruta de Santander Cruise

## Resumen ejecutivo

Diciembre 2023

V1.2

CA & Asociados  
STRATEGY CONSULTANTS



Cantabria  
Infinita



# Índice

1. Introducción y objetivos	3
2. Diagnóstico sectorial y tendencias clave	6
3. Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual	52
4. El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos	66
5. Estudios y referencias de impacto económico	76
6. Participación sectorial	81
7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción	83

# Índice

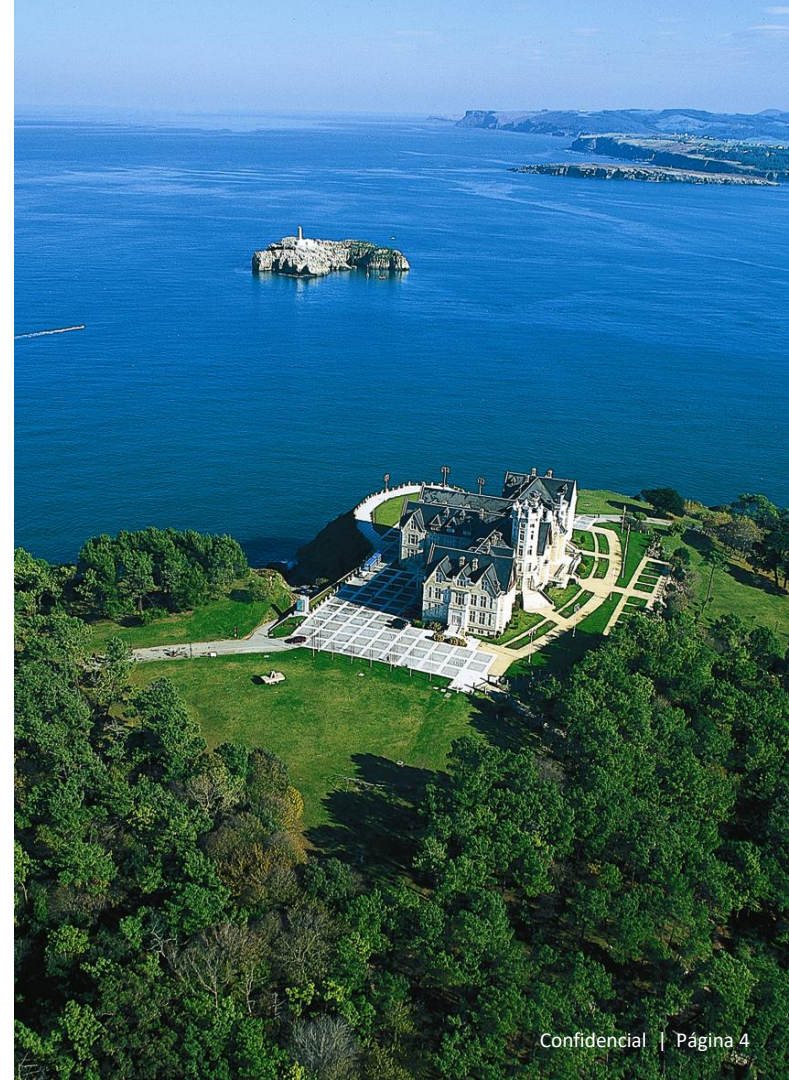
- 
- 1. Introducción y objetivos**
  2. Diagnóstico sectorial y tendencias clave
  3. Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual
  4. El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos
  5. Estudios y referencias de impacto económico
  6. Participación sectorial
  7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción
-

“SANTANDER CRUISE DELUXE – CANTABRIA INFINITA” es una marca turística creada bajo el convenio existente entre la Autoridad Portuaria de Santander, CANTUR y el Ayuntamiento de Santander para desarrollar actuaciones de fomento del turismo de cruceros que recalcan en el puerto de Santander.

El turismo de cruceros, que forma parte de la nueva ‘economía azul’, así como del turismo náutico, es un elemento clave de la colaboración del Puerto de Santander con su entorno, es decir, la ciudad de Santander, la región de Cantabria y los agentes económicos y sociales relacionados con esa actividad.

Este segmento turístico registra importantes crecimientos y se ha consolidado gracias al aumento de la flota de buques especializados, con un volumen de tráfico en el Atlántico y la cornisa cantábrica que gana cuota de mercado progresivamente, debido a la búsqueda de nuevos destinos por parte de las navieras operadoras.

Es por ello que las tres entidades colaboradoras vienen desarrollando un conjunto de iniciativas para fortalecer los tráficos del turismo de cruceros y aumentar su impacto en la economía del entorno. Entre ellas cabe mencionar la adecuación de instalaciones para los pasajeros cruceristas, la mejora de servicios en el ámbito portuario, la provisión de servicios de información turística y de guías, la adaptación de espacios y vialidad en la ciudad de Santander para favorecer el tránsito de pasajeros, la inclusión del turismo de cruceros en las actividades promocionales del Ayuntamiento de Santander y CANTUR, o el desarrollo de una imagen de marca específica.



Una vez puesta en marcha la iniciativa, y con el potencial de crecimiento de la actividad gracias a las nuevas infraestructuras existentes (modernización de Estación Marítima y nuevo muelle de Ferris que libera el muelle de bloques), al favorable entorno de mercado, y al potencial de recursos futuros (Centro Faro del Banco Santander y Colección Lafuente del Reina Sofía, entre otros), las entidades colaboradoras en SANTANDER CRUISE han incluido en su previsión de actuaciones del año 2022 la realización de un Estudio de Impacto y una reflexión con una propuesta de actuaciones que permitan actualizar la 'Hoja de Ruta' de la marca.

Para ello, es necesario establecer una planificación a medio/largo plazo, siendo necesario conocer la posición de partida, analizar alternativas existentes, y definir las principales líneas estratégicas, con un marco presupuestario y de aplicación de fondos.

El proyecto tiene como **objetivos**:

- Realizar un análisis del posicionamiento de SANTANDER CRUISE, estudiando el contexto existente y las principales oportunidades.
- Conocer el impacto económico con los datos actualmente disponibles.
- Realizar un análisis comparado de otros modelos de promoción del segmento turístico de los cruceros.
- Conocer la opinión del sector sobre los retos y oportunidades en el ámbito del segmento turístico de cruceros.
- Definir la actuación estratégica de SANTANDER CRUISE con una visión a medio y largo plazo.
- Promover SANTANDER CRUISE en FITUR 2024 (del 24 al 28 de enero de 2024).

# Índice

- 
1. Introducción y objetivos
  2. **Diagnóstico sectorial y tendencias clave**
  3. Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual
  4. El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos
  5. Estudios y referencias de impacto económico
  6. Participación sectorial
  7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción
-

## El sector de cruceros representa el 2% del volumen de turistas internacionales en el mundo, y crece de forma sostenida incluso en contextos negativos de mercado.

El crucero turístico es capaz de atraer a más de 30 millones de personas al año, representando el 2% de los 1.400 millones de turistas en viajes internacionales en todo el mundo, y el 2,6% de los ingresos (2018).

El crecimiento del sector es tal que ha duplicado su volumen desde 2007 a 2019, mostrando una gran resiliencia ante entornos económicos y geopolíticos complejos.

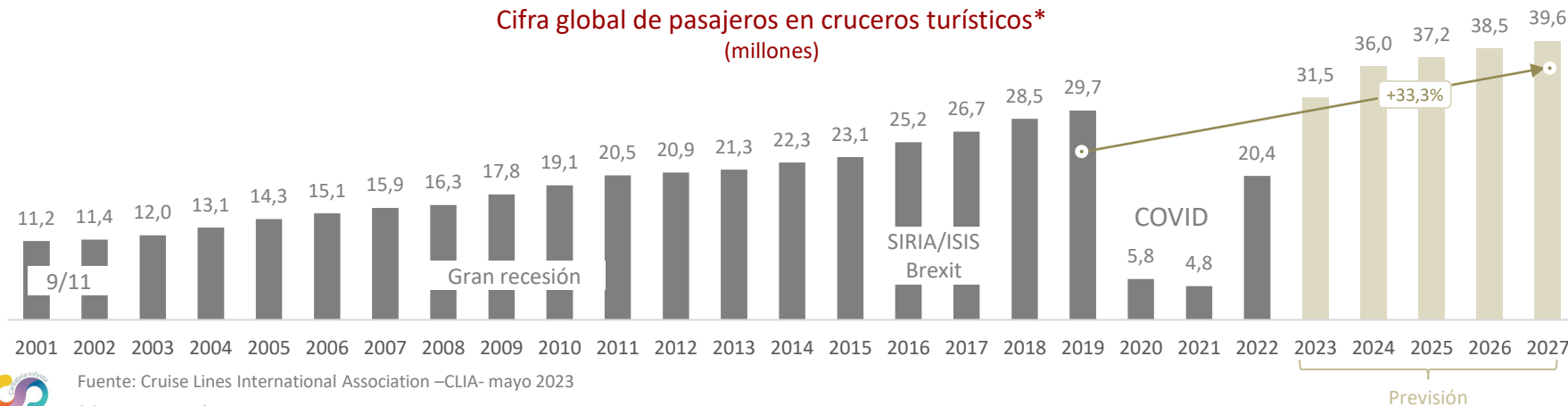
El segmento de cruceros es posiblemente el producto turístico de mayor crecimiento.

### Cruceros turísticos\* vs turismo internacional mundial

Tipo	Turismo internacional	Crucерistas	% Crucерistas
Personas (millones 2018)	1.400	28,5	2,0%
Ingresos (millones USD 2018)	1.700.000	45.600	2,6%
Ingreso por persona (USD)	1.214\$	1.600\$	+32%

Fuente: CLIA, WTO y elaboración CA&Asociados

### Cifra global de pasajeros en cruceros turísticos\* (millones)

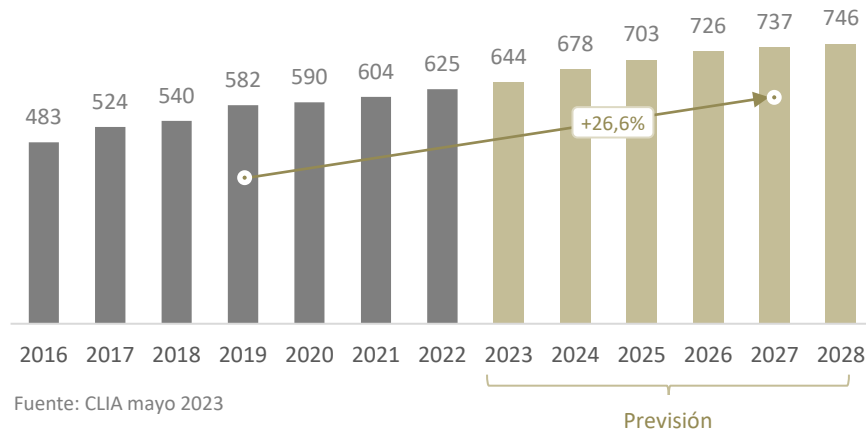


## El crecimiento de este negocio está **garantizado** a medio plazo por el aumento de su **capacidad** y por la **fidelidad** de los clientes.

En los próximos 6 años está previsto un crecimiento de la capacidad del sector del 19%.

Es habitual decir que en el segmento de los cruceros turísticos 'la oferta crea su propia demanda'\*, ya que las fuertes inversiones y el bajo volumen relativo respecto del turismo global permiten desarrollar estrategias de alta ocupación.

### Cifra global de capacidad de cruceros turísticos (miles de camas\*\*)



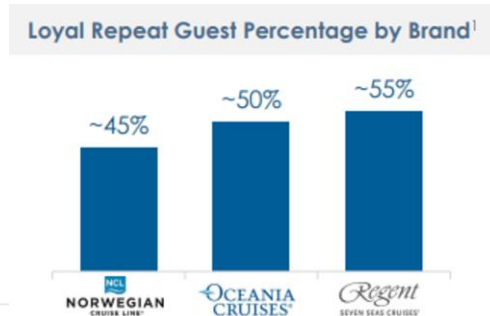
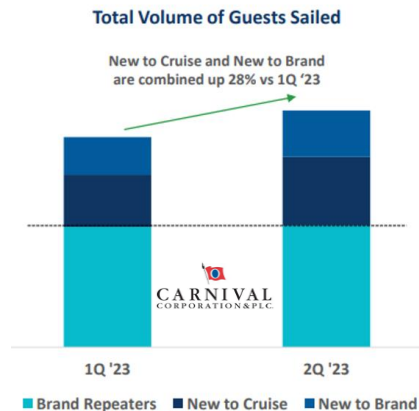
\* Supply led versus demand led

\*\* Cama = Lower Berth (litera en traducción literal)

Por otro lado, la clientela de los cruceros tiene un alto grado de fidelidad, con más del 50% de las reservas realizadas por clientes que ya han utilizado antes un crucero, incluso en la misma compañía.

Esto está también relacionado con el medio-alto poder adquisitivo y la media de edad alta de los pasajeros, que contratan un crucero a veces anualmente.

### Ejemplos de repetición de pasajeros (ilustrativo Carnival y Norwegian)



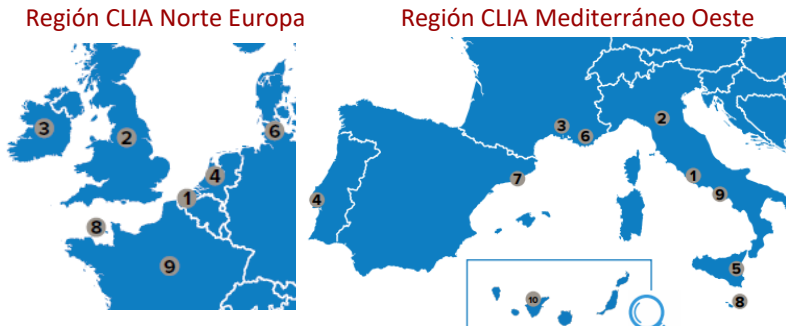
Fuente: Carnival y Norwegian presentaciones a inversores



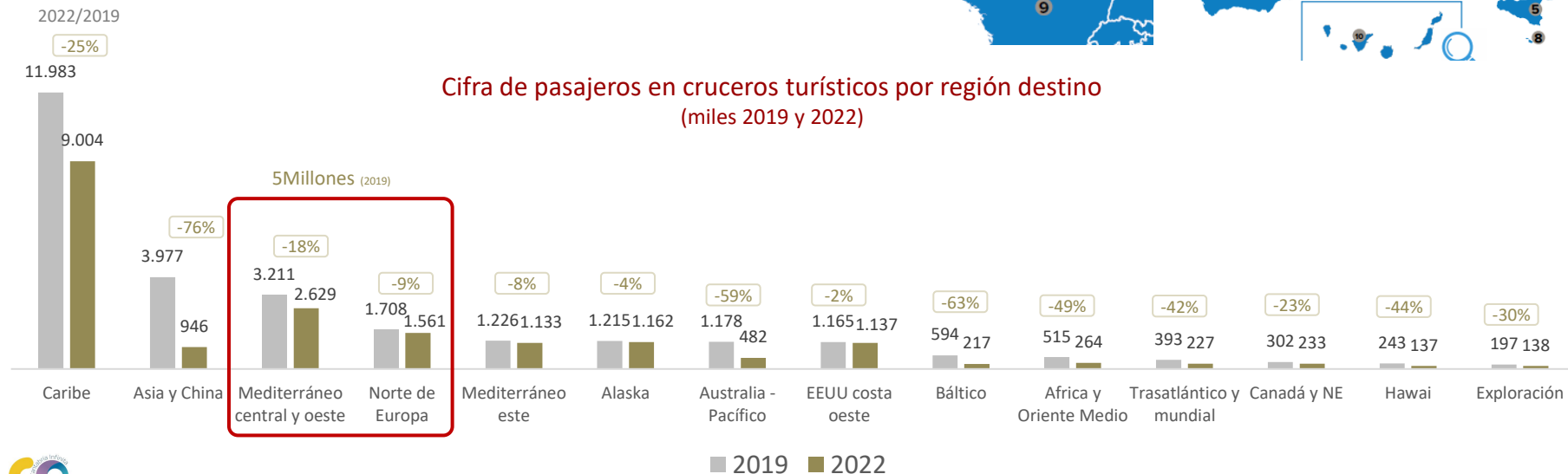
# La costa atlántica europea se encuadra en **dos regiones** (Mediterráneo Oeste y Norte de Europa) que atraen a **5 millones de cruceristas**.

Los puertos del mar Cantábrico\* y la costa atlántica\* forman parte de rutas que pueden estar vinculadas a trayectos en 'Europa del Norte' (Reino Unido, Alemania...) o el 'Mediterráneo Central y Oeste' (España, Sur de Francia, Italia...).

Estas regiones han mostrado un gran dinamismo y sobre todo resiliencia en la crisis del COVID19, con la mejor evolución de tráfico de los grandes destinos.



## Cifra de pasajeros en cruceros turísticos por región destino (miles 2019 y 2022)



# Existen diferentes tipos de rutas y puertos en el negocio de los cruceros.

## Rutas por temporada

- Rutas de verano: Mediterráneo y norte de Europa
- Rutas de invierno: Caribe, Canarias.
- Rutas de reposicionamiento: Galicia, Cádiz, Azores.

## Rutas por Duración

- Muy cortos: hasta 3 días (11%)
- Cortos: 4 a 6 días (27%)
- Estándar: 7 días (40%)
- Extendido: 8 a 13 días (15%)
- Largo: 14 días o más (4%)

## Marítimo o fluvial

- Existen 2.219 puertos de cruceros:
  - 1.632 son puertos marítimos.
  - 587 de ellos son puertos fluviales

## Tipo de puerto en el trayecto

- Puerto base de cruceros (Barcelona).
- Puerto tránsito, y salida/fin ocasional (Alicante).
- Puerto de tránsito con escala (Santander).

## Algunas tendencias interesantes:

- Mayor **variedad de duración de rutas** para atraer a más perfiles de viajeros:
  - Más cortas: (rutas premium cortas –EEUU- o low cost cortas –Báltico y Asia- para público más joven).
  - Más largas: para mayor ticket medio, reducir nº de puertos base y mejorar rentabilidad.
- Diversificación de **zonas geográficas** (ver ejemplo ruta 7 noches crucero Ventura).
- Rutas con **salida o llegada en un puerto ocasionales**, sin llegar a constituir ‘puerto base’.
- Rutas con **duración flexible** a elegir (Explora Journeys con recorrido desde 4 hasta 27 días en el mismo buque).

## Rutas de reposicionamiento:

### Ventajas:

- Más oportunidades para nuevos puertos.
- Más navieras conocen el puerto.

### Desventajas:

- Menos repetición de la escala.
- Rutas más largas = pasajeros de más edad.
- Rutas más económicas.
- Buques con menor ocupación

## Ruta 7 noches Ventura por Santander

The screenshot displays the P&O Cruises website interface for a 7-night cruise on the Ventura ship. The itinerary is as follows:

Day	Date	Location
Day 1	24 Aug 2024	Southampton, UK
Day 2	25 Aug 2024	At sea
Day 3	26 Aug 2024	Vigo, Spain

The price is £849 per person, with a 10% low deposit from £850. A 'Book now' button is visible. The map shows the route from Southampton to Vigo.

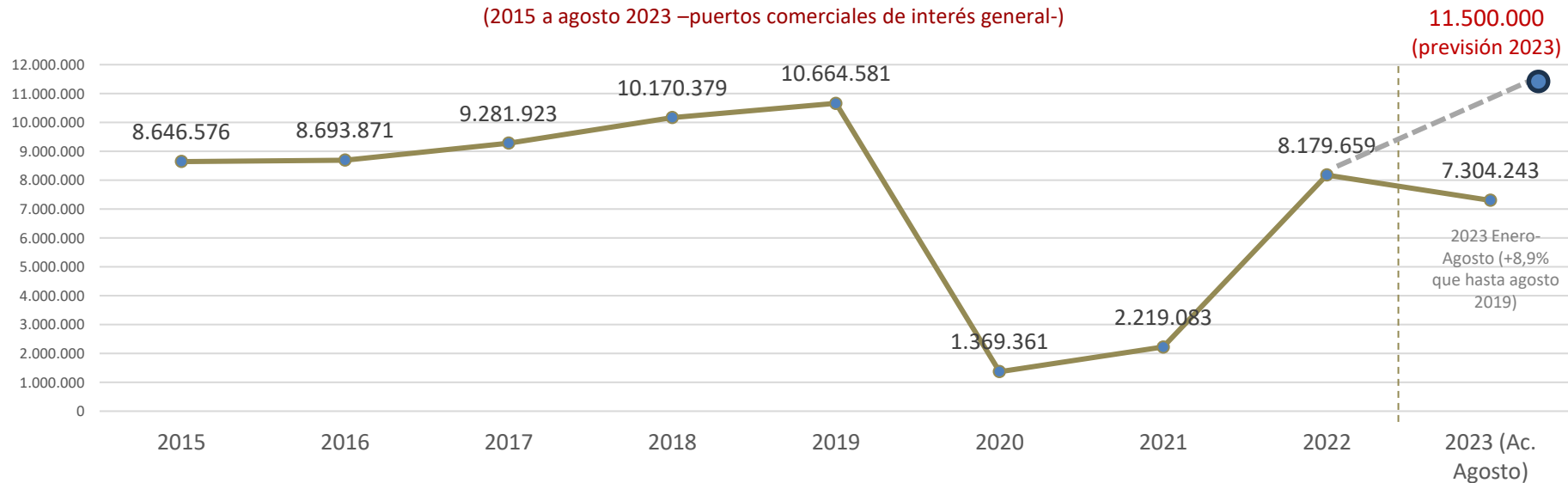
## La cifra de cruceristas en el conjunto de puertos españoles crece de forma sostenida superando los 10 millones de personas/visitas en 2018 y 2019.

El crecimiento del sector cruceros tiene a España como uno de sus principales protagonistas, lo que es lógico dada nuestra atracción como destino turístico y nuestra disponibilidad de un amplio número de puertos comerciales.

El sector ha mostrado cifras de crecimiento sostenido y en 2023 está previsto que el conjunto de puertos españoles reciban más de 11 millones de llegadas.

España también es un importante emisor de cruceristas, con 600.000 pasajeros en 2023.

**Cifra de llegadas de pasajeros en cruceros turísticos total España**  
(2015 a agosto 2023 –puertos comerciales de interés general-)



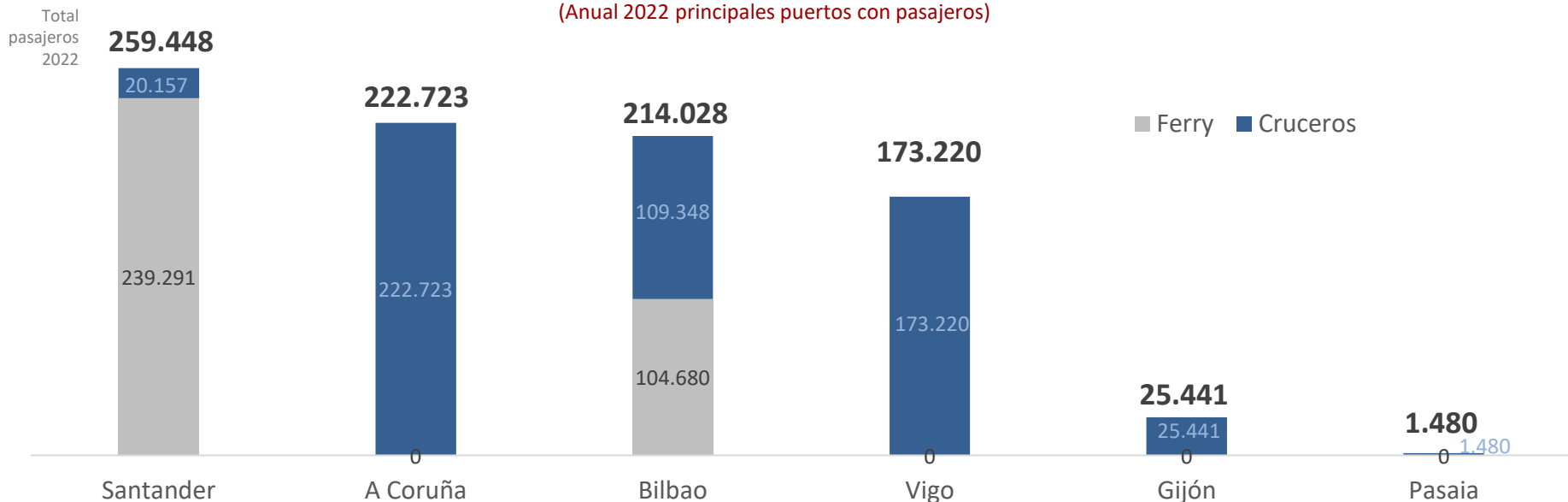
## Estos cruceristas forman parte del tráfico **total de pasajeros**, en el que el Puerto de Santander destaca como líder en el norte de España.

El Puerto de Santander es el principal puerto de pasajeros del norte de España gracias a las líneas regulares de Ferry con Reino Unido e Irlanda.

Las últimas unidades de ferry adoptan el concepto de ferry-cruceros.

En el ámbito de cruceros destacan los puertos gallegos de A Coruña y Vigo, con cifras en torno a 200.000 pasajeros, y superiores en 2023.

### Cifra de pasajeros total (Ferry+Cruceros) en puertos de interés general Cantábrico (Anual 2022 principales puertos con pasajeros)



Debido al auge de los cruceros, varios puertos de la **costa atlántica** han puesto en marcha **ambiciosos proyectos** para atraer a este tipo de pasajeros.

### Terminal trasatlánticos **A Coruña**



### Terminal **Leixões-Oporto**

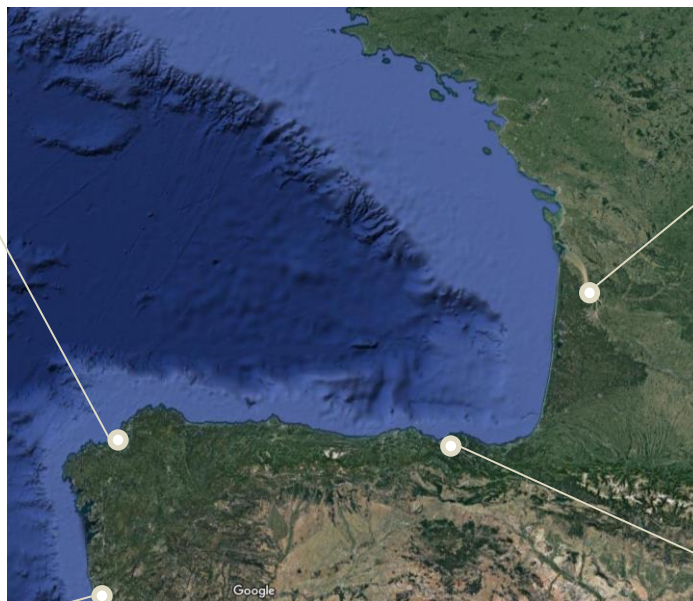
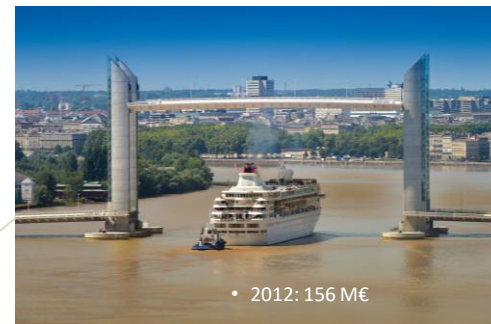


Imagen Google maps

### Puente Chaban-Delmas levadizo para permitir cruceros en el centro de **Burdeos**



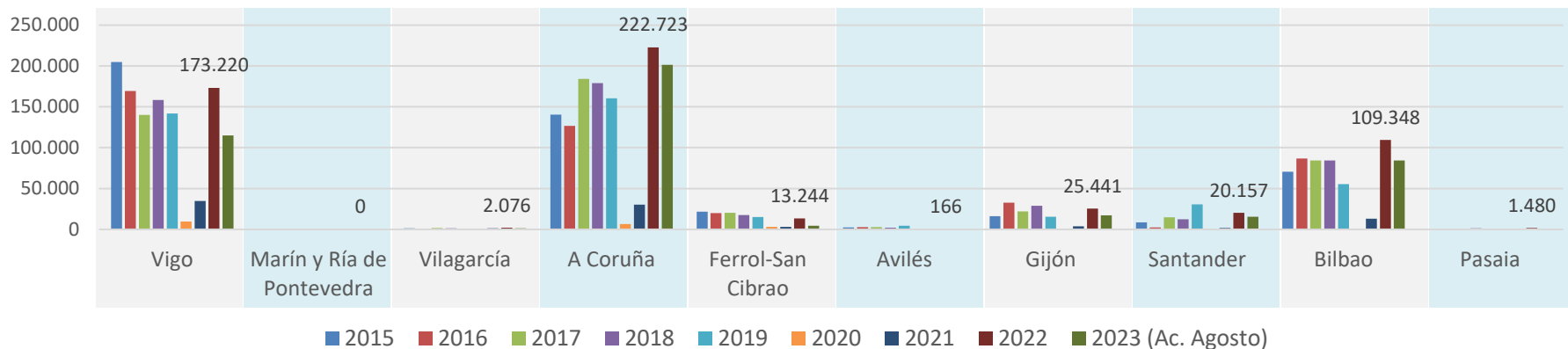
### Terminal de cruceros **Getxo-Bilbao**



## Fruto de esas iniciativas, varios de los puertos españoles del norte presentan **cifras de cruceristas importantes y consistentes, destacando A Coruña, Vigo y Bilbao.**

No existen cifras detalladas del total de cruceristas individuales en la costa cantábrica y el Atlántico cercano al Golfo de Vizcaya, si bien la suma de llegadas a los diferentes puertos en esta región superó los 550.000 en 2022 (se analizan las llegadas en el capítulo 5).

### Cifra de pasajeros solo cruceros turísticos todos los puertos de interés general Cantábrico (anual 2015 a 2023 hasta agosto –cifra detalle 2022-)



Fuente: Puertos del Estado

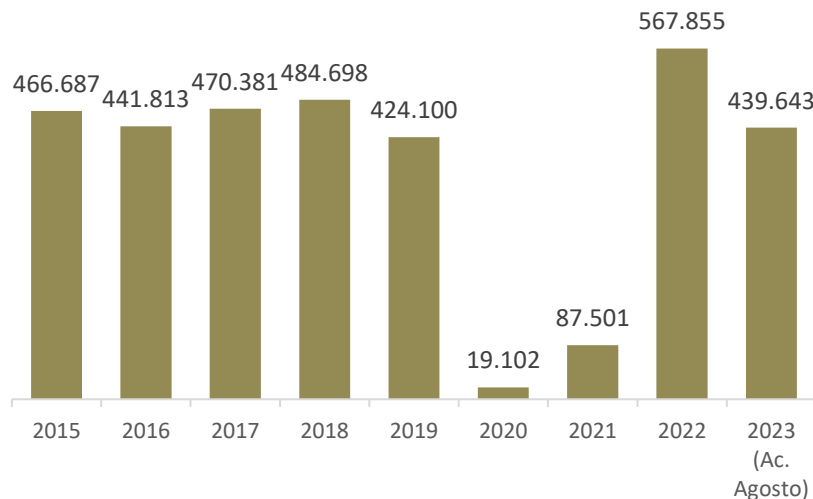


## La suma acumulada de llegadas de pasajeros en puertos del Cantábrico es de aproximadamente 500.000 si bien en 2023 se espera un crecimiento significativo.

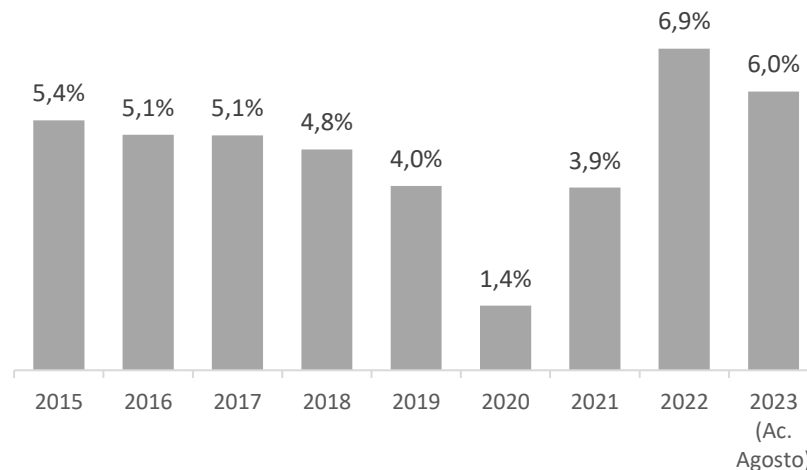
En 2023 está previsto superar la cifra de 600.000 cruceristas llegados en puertos españoles del Cantábrico.

El Cantábrico tiene una cuota de mercado del 5% del total de España, llegando a más del 6% en 2022 y 2023.

**Llegadas de pasajeros cruceros Cantábrico**  
(2015 a 2023 –hasta agosto- nº pax todo los puertos del Cantábrico)



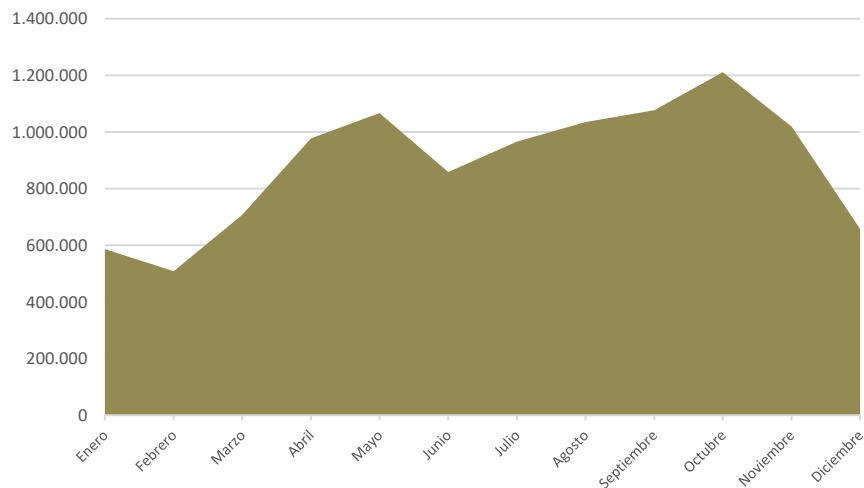
**Cuota de pasajeros del Cantábrico**  
(2015 a 2023 –hasta agosto- porcentaje todo los puertos del Cantábrico vs España total)



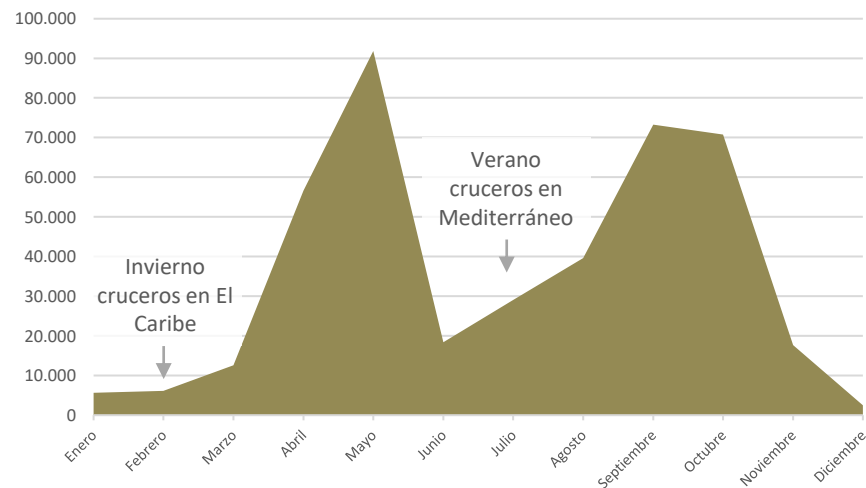
## Las **rutas** en las que participan los puertos del **Cantábrico** son en muchos casos de **reposicionamiento**, por lo que hay un importante tráfico en los cambios de temporada.

Los puertos del Cantábrico presentan una estacionalidad mayor de la del conjunto del sistema, debido al volumen de llegadas en rutas de reposicionamiento en primavera y otoño y por el escaso volumen en la temporada invernal por el peor contexto climatológico.

Estacionalidad pasajeros cruceros España  
(2019 nº pax todo los puertos de interés general)



Estacionalidad pasajeros cruceros Cantábrico  
(2019 nº pax puertos de IG Cantábrico)





## Santander se encuentra cerca de Southampton, uno de los principales hubs cruceísticos en el mundo.

El actuar como puerto base tiene una ventaja adicional: el mismo pasajero embarca y desembarca una vez, por lo que se contabiliza dos veces (de forma similar con rutas de inicio o final donde hay rotación de pasajeros en el barco).

En este contexto, destacar el puerto inglés de Southampton, base europea del Grupo Carnival y fuente principal de cruceístas a Santander.

### Pasajeros Top 10 principales puertos de cruceiros en el mundo

Puerto	Pasajeros embarque y desembarque	Pasajeros tránsito	Total (puerto base pasajero x2)
Miami	2.526.900	42.350	5.096.150
Puerto Cañaveral	2.013.340	282.700	4.309.380
Cozumel	31.820	3.893.590	3.957.230
Port Everglades	1.757.340	10.100	3.524.780
Nassau	500	3.311.700	3.312.700
Shanghái	1.622.700	13.500	3.258.900
Barcelona	661.630	1.215.000	2.538.260
Civitavecchia	595.650	1.218.000	2.412.100
<b>Southampton</b>	<b>929.700</b>	<b>228.000</b>	<b>2.087.400</b>
San Juan	399.870	1.219.600	2.019.340



Puerto base hacia Santander.

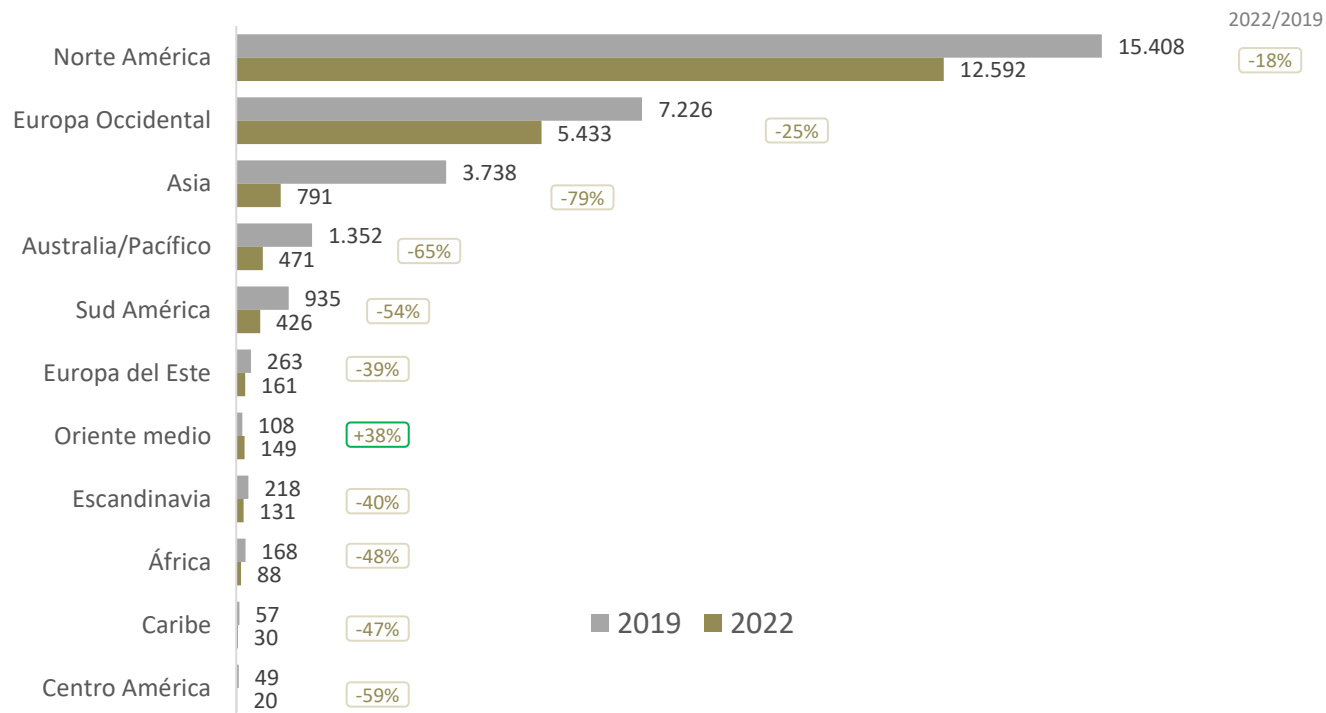
## La principal fuente de clientes de esta industria se encuentra en Estados Unidos, seguida de Europa Occidental.

La mitad de los pasajeros mundiales de cruceros son norteamericanos, que realizan rutas principalmente en el Caribe.

El mercado asiático, que era el de mayor crecimiento, es el que más sufrió en la pandemia del COVID19 en el año 2020, mientras que los mercados tradicionales de Norte América y Europa Occidental mantuvieron mejor las cifras.

Por este motivo, aunque Asia ha regresado al foco de crecimiento de las navieras, las **rutas en mercados tradicionales y alejadas de conflictos geopolíticos se consideran muy valiosas**, lo que favorece la posición de Santander.

Origen de los viajeros en cruceros (miles de pasajeros 2019 y 2022)



## La **penetración** del turismo de cruceros es muy variable y existe un gran potencial de crecimiento.

El mercado más importante, Estados Unidos, se logra gracias a la gran penetración, es decir, personas que realizan un crucero (4%), y a su gran población.

Reino Unido y Alemania son otros dos grandes mercados relevantes para el Cantábrico, con más de 2 millones de cruceristas al año (en Alemania parcialmente en ríos).

España tienen una penetración relativamente baja y cercana a la de otros países con mucho turismo interior, como Italia o Francia.

El mercado chino es el más prometedor para las compañías de cruceros, debido a su gran tamaño y baja penetración.

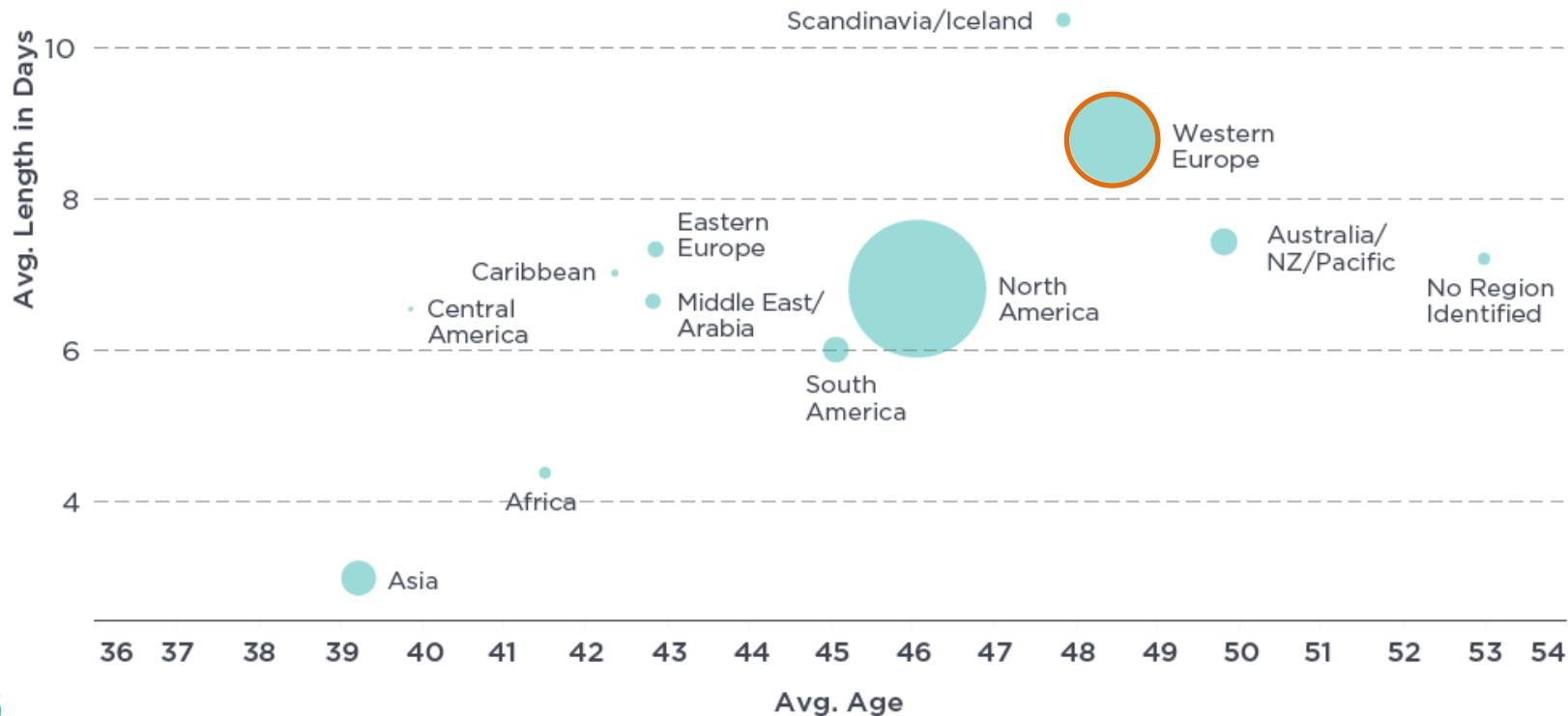
Penetración del viaje en crucero por país (2018)

País	Pasajeros en cruceros 2018	Población	% población en cruceros al año
Singapore	373.000	5.800.000	6.4%
Australia	1.345.000	25.000.000	5.4%
United States	13.091.000	331.000.000	4.0%
Hong Kong	250.000	7.500.000	3.3%
UK & Ireland	2.009.000	72.000.000	2.8%
Germany	2.233.000	83.800.000	2.7%
Canada	971.000	37.700.000	2.6%
New Zealand	112.000	4.800.000	2.3%
Norway	101.000	5.400.000	1.9%
Switzerland	154.000	8.654.622	1.8%
Taiwan	391.000	23.800.000	1.6%
Austria	136.000	9.000.000	1.5%
Italy	831.000	60.400.000	1.4%
Spain	530.000	46.700.000	1.1%
France	521.000	65.200.000	0.8%
Netherlands	113.000	17.100.000	0.7%
Malaysia	150.000	32.300.000	0.5%
Argentina	187.000	45.200.000	0.4%
South Africa	143.000	59.300.000	0.2%
Brazil	510.000	212.500.000	0.2%
Japan	266.000	126.400.000	0.2%
China	2.357.000	1.395.000.000	0.2%
Mexico	174.000	123.932.000	0.1%
India	221.000	1.380.000.000	0.0%

## La **media de edad** de los viajeros es **alta**, de entre 45 y 50 años en los **orígenes** principales.

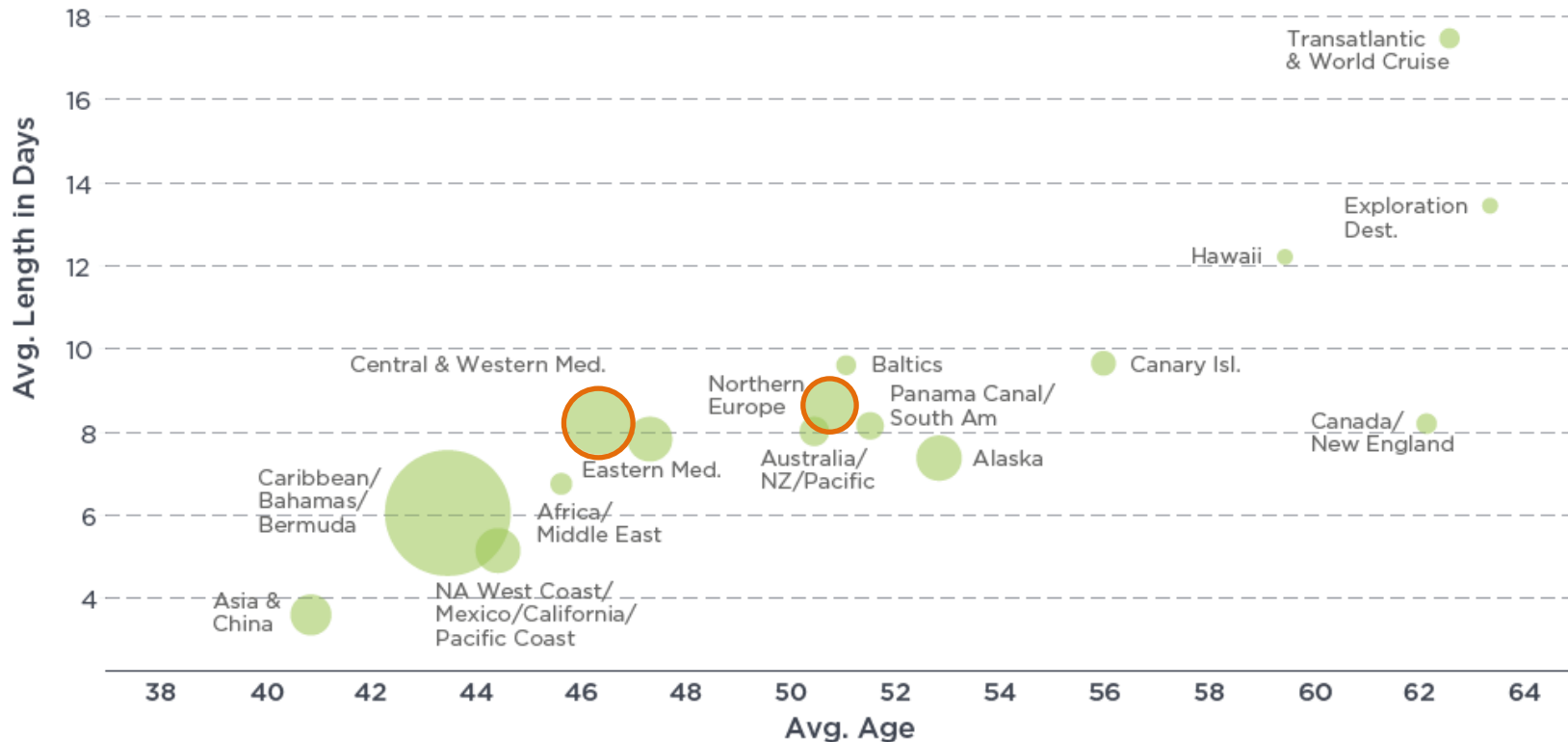
Los cruceristas de Europa Occidental se encuentran entre los grupos de mayor edad.

Media de edad de los pasajeros y duración de los cruceros según procedencia viajeros (2022)



El **destino** de los cruceros también está **relacionado con la media de edad** de los pasajeros, estando las rutas del Cantábrico en un área intermedia de edad y duración.

Media de edad de los pasajeros y duración de los cruceros según destinos (2022)



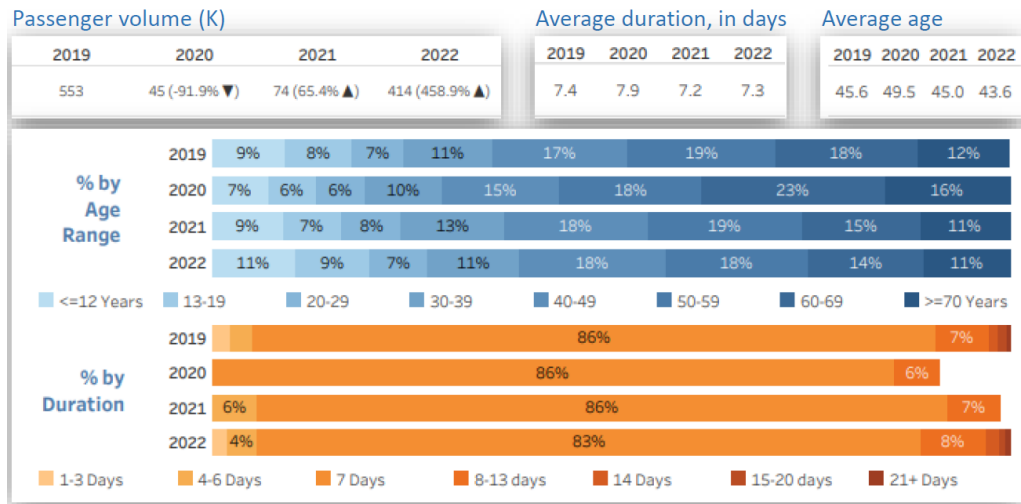
# España es un importante destino de cruceros, y ahora cada vez más un mercado de captación al **crecer como mercado emisor** con 600.000 personas previstas en 2023.

España se ha convertido en el 7º emisor de cruceristas del mundo y el 4ª de Europa, con 553.000 personas en 2019 y 600.000 previstos en 2023.

El 35% de los cruceristas españoles es joven, con menos de 40 años, una cifra mayor que el 27% del mercado europeo, por lo que tiene un carácter más familiar, y las rutas son casi totalmente de 7 días.

La existencia de un mercado emisor local fortalece las posibilidades de puertos base, sobre todo si están bien conectados a un hinterland emisor, como Valencia, Alicante y Cartagena con el mercado de Madrid.

## Demografía del mercado español (2022)



## Puertos españoles con rutas base gracias a su hinterland emisor.



Las principales compañías de cruceros del mundo representan el 80% de su capacidad, pero gracias a sus diferentes marcas y a compañías independientes existe una gran oferta.

CLIA agrupa a 55 marcas de cruceros. Otras bases de datos independientes recogen hasta 75 compañías, a veces con un único buque.

### Principales grupos de cruceros mundiales

#### Compañías globales en CLIA



#### Compañías regionales en CLIA\*



Fuente: CLIA 2022

MSC = Mediterranean Shipping Company

\* Excluido Asia

# Esta oferta tiene diferentes **clasificaciones**, siendo la principal por categoría **económica**.

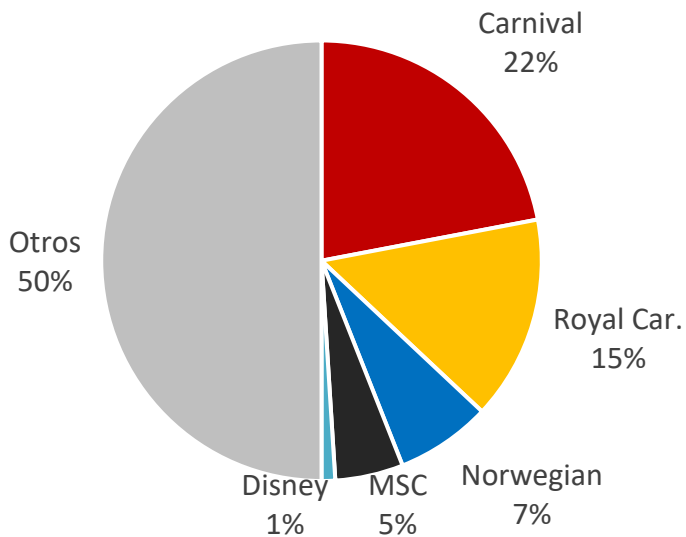
El siguiente gráfico ha sido realizado por Norwegian por lo que debe considerarse solo como orientativo.



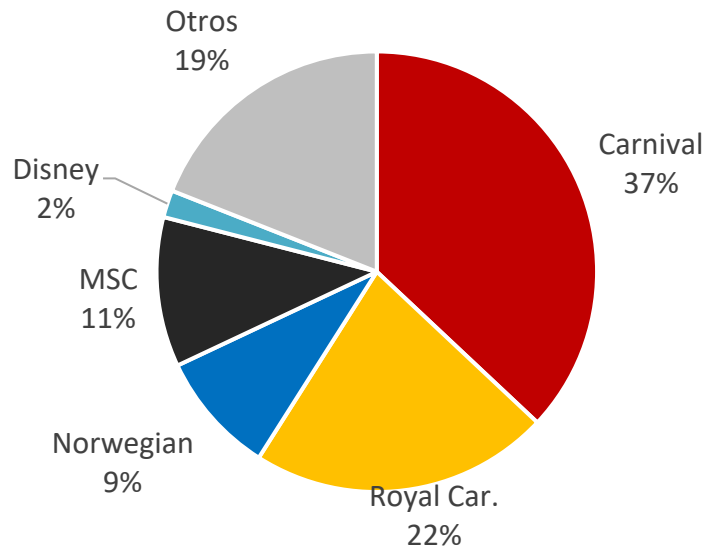


En 2023, las cinco principales navieras del mundo comprenden el 50% de los buques y el 81% de la camas del sector.

Cuota de mercado de las principales navieras (% de barcos –total 445\*-)

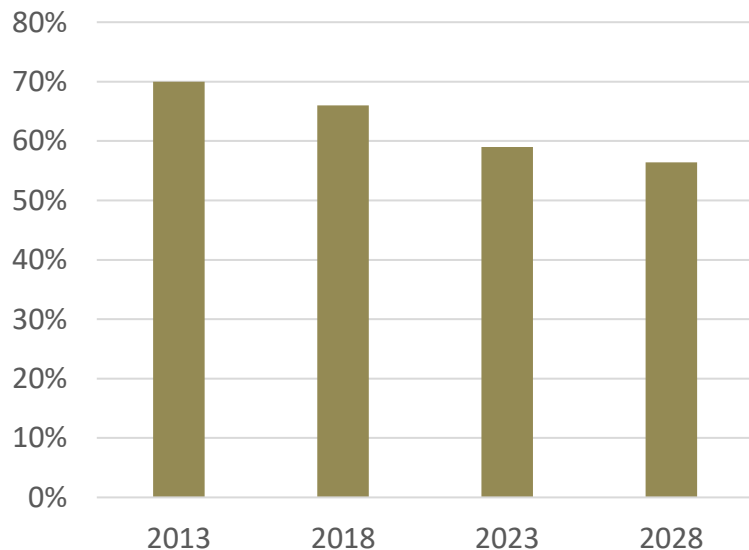


Cuota de mercado de las principales navieras (% camas –total 720.000-)



Sin embargo está previsto que la cuota de las mayores compañías se reduzca, al igual que ha pasado en los últimos años.

Evolución histórica de cuota de mercado de las dos mayores compañías (Carnival + Royal Caribbean)



Cuota de mercado de las principales navieras (% camas –total 720.000-)

Compañía	2028		Cambio
	2023	previsión	
Carnival	37,0%	32,9%	-11,1%
Royal Caribbean	22,0%	23,5%	6,8%
Norwegian	9,0%	12,0%	33,3%
MSC	11,0%	10,8%	-1,8%
Disney	2,0%	2,6%	30,0%
Viking Ocean	nd	1,9%	-
Adora	nd	1,8%	-
Virgin	nd	1,3%	-
Otros	19,0%	13,2%	-
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	

## El número de buques en empresas que forman parte de CLIA es de 314 en 2020 (323 en 2022).

Debido a la concentración del sector y al relativamente gran tamaño de los buques, el mercado se distribuye en una cantidad moderada de estos, que en el caso de empresas afiliadas a CLIA incluye 314 unidades (el número es mayor en estudios que analizan todo el mercado de cruceros).

Este número se distribuye en varias marcas que en muchos casos disponen de menos 10 cruceros, por lo que la planificación de rutas y destinos requiere de mucha antelación y está relativamente limitada por el mix producto-base-destinos-singladuras.

El cambio de zona geográfica de operación en función de la temporada del año es lo que da lugar a los **tráficos de reposicionamiento** que tanto volumen dan a Galicia.

Tabla de localización buques Norwegian 2023

	2023				FY	Variance vs. FY2019
	Q1	Q2	Q3	Q4		
Alaska	0%	17%	24%	5%	11%	3%
Asia/Africa/Pacific	8%	2%	1%	9%	5%	0%
Bermuda	2%	11%	7%	5%	6%	(0%)
Caribbean	54%	19%	6%	29%	27%	(7%)
Europe	5%	32%	52%	27%	29%	6%
Baltic	0%	9%	19%	1%	7%	(0%)
Canary	3%	0%	0%	0%	1%	(0%)
Mediterranean	2%	23%	33%	25%	21%	6%
Hawaii	4%	4%	3%	3%	4%	(1%)
Other	27%	14%	8%	23%	18%	(1%)
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>

(Suben Alaska y Europa por mayor precio)

— Principales flujos reposicionamiento flota por temporada

Fuente: Norwegian Cruise Line 2023

### Número de buques y capacidad por grupo y marca (en CLIA)

Parent	Brand	Ship count	Passenger capacity
Carnival	Carnival	26	71,300
	Princess	17	42,000
	AIDA	12	29,300
	Costa Cruises	12	29,200
	Holland America	15	25,900
	P&O Cruises	8	18,600
	P&O Cruises Australia	5	8200
	Cunard	3	6700
	Seabourn	4	2000
	<b>Total</b>		<b>103</b>
Royal Caribbean	Royal Caribbean	26	84,700
	Celebrity	13	25,500
	Azamara	3	2100
	<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>112,300</b>
Norwegian	Norwegian	16	46,600
	Oceania Cruises	6	5200
	Regent (Radisson)	4	2600
<b>Total</b>	<b>26</b>	<b>54,400</b>	
All other <sup>1</sup>	<b>Total</b>	<b>143</b>	<b>137,100</b>
<b>Grand total</b>		<b>314</b>	<b>537,000</b>

Fuente: Fuente: T. Syriopoulos et al. - The global cruise industry: Financial performance evaluation 2022 basado en CLIA 2020

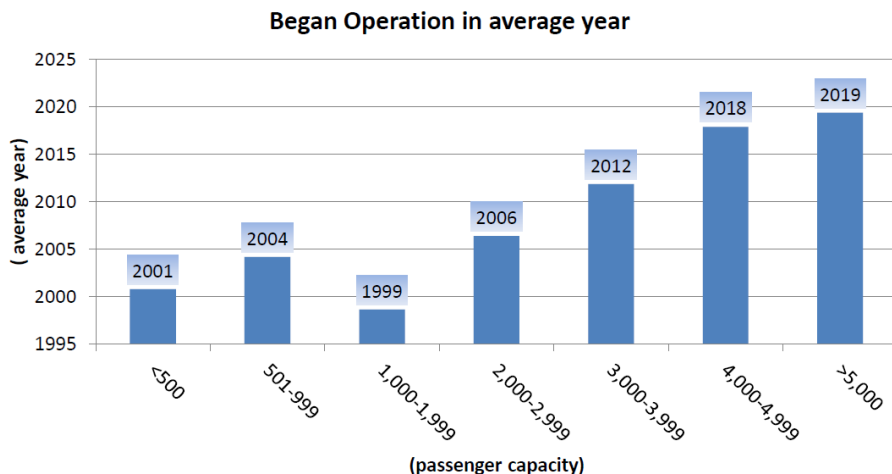
1. MSC Cruises, TUI Cruises, Disney, Star Cruises, Pullmantur, Dream Cruises, Hurtigruten, Viking Cruises, Celestyal Cruises, Cruises & Maritime Voyages, Fred Olsen, Marella Cruises, Phoenix Reisen, Silversea, Crystal, Hapag Lloyd, Ponant, Saga Cruises, Windstar, Quark Expeditions, American Cruise Lines, Blount Small Ship Adventures, Orion Expedition Cruises, SeaDream Yacht Club, Travel Dynamics, Grand Circle Cruise Line, Hebridean Island Cruises.

## El tamaño máximo (por pasajeros) de los mayores buques de crucero aumenta año a año, pero sin embargo el aforo medio total se está reduciendo por la renovación de buques antiguos y construcción simultanea de barcos con menor aforo.

Si se analiza la fecha de inicio de operación de los cruceros más grandes, se comprueba que estos buques son muy modernos, con todos los buques de más de 5.000 camas botados en 2019 de media.

Pero esto no significa que el aforo medio de los nuevos cruceros sea mayor.... En realidad está disminuyendo en los dos últimos quinquenios, si bien hay buques con bajo aforo y dimensiones considerables.

### Relación entre el tamaño de los buques y media del año de inicio de su actividad



### Capacidad total, número de barcos y aforo medio por periodo de tiempo de incorporación

Years	Total passenger capacity (double beds)	Total ships	Ratio (pax/ship)
<1990	14,491	55	263
1990-1994	23,483	37	635
1995-1999	69,871	53	1,318
2000-2004	125,714	73	1,722
2005-2009	98,078	40	2,452
2010-2014	98,722	42	2,351
2015-2019	147,679	69	2,140
2020-2023	141,941	76	1,868
Total	719,979	445	1,618

The record year was 2008 with a ratio of 2,830 pax/ship

De hecho el detalle de construcción de buques por periodo demuestra la **intensa actividad de lanzamiento de barcos de menor aforo**, en un mercado polarizado.

Relación entre el aforo de los buques y el año de inicio de su actividad

Years	Passenger capacity (double beds)							Total Ships
	<500	501-999	1,000-1,999	2,000-2,999	3,000-3,999	4,000-4,999	>5,000	
<1990	45	6	4	0	0	0	0	55
1990-1994	21	7	7	2	0	0	0	37
1995-1999	13	10	16	13	1	0	0	53
2000-2004	12	10	17	29	5	0	0	73
2005-2009	6	1	2	17	13	0	1	40
2010-2014	9	2	2	13	12	3	1	42
2015-2019	21	13	0	8	10	12	5	69
2020-2023	34	11	1	7	6	6	11	76
Total	161	60	49	89	47	21	18	445

Además, el número de barcos desguazados es menor que el de los nuevos construidos, lo que aumenta la capacidad y los nichos de oferta.

Cruceros desguazados por año

	Number
2019	2
2020	13
2021	9
2022	18

79 nuevos cruceros de menos de 1.000 camas

34 nuevos cruceros de más de 4.000 camas

# La cartera de pedidos (order book) de buques con puesta en marcha en 2023, ejemplifica el escenario futuro de cruceros.

## Cartera de pedidos buques a iniciar navegación en 2023 (septiembre 2023)

Cruise Line	Ship	Cost M	Tonnage	Pasajeros	Yard	Sailing	Delivery	Eslora	GT/Pax	Categoría
Royal Caribbean	Icon	\$1100	250.800	5.610	Meyer Turku	Carib	Q4	365	44,7	General
Carnival	Jubilee	\$950	183.900	5.400	Meyer	Carib	Q4	344	34,1	General
MSC Cruises	Euribia	\$1000	177.000	4.888	Chantiers	Europe	Q2	331	36,2	General
Celebrity	Ascent	\$900	140.600	3.260	Chantiers	Carib	Q4	327	43,1	General
Adora	Adora Magic City	\$750	135.000	5.000	CSSC	China	Q4	324	27,0	General
Norwegian	Viva	\$850	140.000	3.215	Fincantieri	Eur/Carib	Summer	294	43,5	General
Virgin	Resilient Lady	\$710	110.000	2.770	Fincantieri	Europe	Q1	278	39,7	General
Virgin	Brilliant Lady	\$795	110.000	2.770	Fincantieri	Eur/Carib	Q4	278	39,7	General
Explora Journeys	Explora I	\$600	64.000	922	Fincantieri	World	Q2	248	69,4	Lujo
Silversea	Silver Nova	\$600	54.700	728	Meyer Werft	World	Summer	244	75,1	Lujo
Oceania	Vista	\$660	67.000	1.200	Fincantieri	World	Q2	241	55,8	Premium
Viking Ocean	Viking Saturn	\$400	47.000	930	Fincantieri	World	Q2	228	50,5	Lujo
Regent	Grandeur	\$545	54.000	750	Fincantieri	World	Q4	224	72,0	Lujo
Seabourn	Pursuit	\$225	23.000	264	T. Mariotti	World	Q2	170	87,1	Exploración
Scenic	Eclipse II	\$185	16.500	228	Rijeka	World	Q1	168	72,4	Exploración
Swan Hellenic	Diana	\$170	12.500	192	Helsinki	World	Q1	125	65,1	Exploración
Emerald	Sakara	\$100	10.000	100	Halong	World	Q3	110	100,0	Ultralujo
Oceanwide	Janssonius	\$85	6.300	174	Brodosplit	World	TBA	108	36,2	Exploración
SunStone (Albatros expeditions)	Ocean Albatros	\$65	8.000	186	CMIH	World	Q1	104	43,0	Exploración

Eslora superior a terminal cruceros SDR urbana

Buques ideales por pax y GT en Santander

Buques premium grandes

Buques de lujo bajo aforo

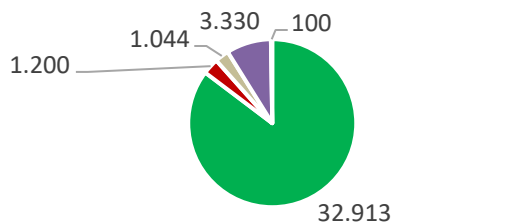
Total 38.578 pasajeros capacidad nueva 2023

¿Hacia donde va el mercado en volumen?

El mercado generalista y de grandes esloras representa el 85% de las nuevas adiciones de cruceros en 2023 en términos de pasajeros, y el 70,9% en esloras mayores de 290 mts.

Cartera de pedidos buques a iniciar navegación en 2023 (septiembre 2023, número de camas)

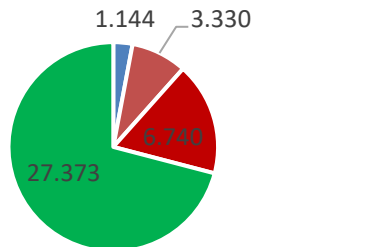
Capacidad nueva 2023 por tipo crucero



- General
- Premium
- Exploración
- Lujo
- Ultralujo

Tipo crucero	Capacidad nueva 2023 por tipo crucero	%	Nº barcos
General	32.913	85,3%	8
Premium	1.200	3,1%	1
Exploración	1.044	2,7%	5
Lujo	3.330	8,6%	4
Ultralujo	100	0,3%	1
<b>Total general</b>	<b>38.587</b>	<b>100,0%</b>	<b>19</b>

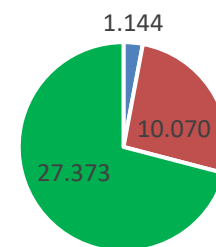
Capacidad nueva 2023 por pasajeros



- <500
- >500<1000
- >1000<3000
- >3000

Pasajeros	Capacidad nueva 2023 por pasajeros	%
<500	1.144	3,0%
>500<1000	3.330	8,6%
>1000<3000	6.740	17,5%
>3000	27.373	70,9%
<b>Total general</b>	<b>38.587</b>	<b>100,0%</b>

Capacidad nueva 2023 por eslora



- <200
- >200<290
- >290

Eslora	Capacidad nueva 2023 por eslora	%
<200	1.144	3,0%
>200<290	10.070	26,1%
>290	27.373	70,9%
<b>Total general</b>	<b>38.587</b>	<b>100,0%</b>

El tamaño de los buques es un exponente de las **filosofías o estrategias** seguidas por las diferentes compañías.

### Estrategias de mercado y dimensión de buques

A

Mayor dimensión:  
mercado  
generalista



Ejemplo: MSC World Class  
330mts/6.850 pax

- Inversión superior a 1.000M US\$ por buque.
- Capacidad 3.000 a 5.000 pax y mayor. Tendencia >300 mts eslora.
- Mayores economías de escala (coste/m2/tripulación).
- Mayor flexibilidad en revenue management (descuentos, promociones, fidelización) para lograr alta ocupación (superior al 100%).
- Más importancia de la venta a bordo.
- Menos importancia de actividades on-shore.
- Viajes a destinos propiedad de las compañías (puertos e islas artificiales en el Caribe).
- Importancia de las terminales propias en puerto base.

B

Mercado  
premium:  
dimensión media



Ejemplo: Silversea Nova (líder luxury y premium) 240mts/700pax.

- Inversión 500M a 1.000M US\$ por buque.
- Capacidad de 500 a 1.000 pasajeros.
- Precio alto.
- Más importancia de actividades on-shore.

C

Mercado luxury y  
exploración



Ejemplo: Scenic Cruises- 168mts/228 pax

- Inversión menor a 500M\$ por buque.
- Capacidad menor a 250 pasajeros con alto ratio pasajero/tripulante (1:1).
- Precio muy alto.
- Precio completo con todos los servicios en muchos casos.
- Más importancia de actividades on-shore, incluso con paradas de varios días en un destino.
- Posibilidad de escala en puertos o bahías de pequeño tamaño.



B

# El mercado europeo es el que más crece en itinerarios premium, con un aumento del +6% de 2019 al 2023.

Según información publicada por Norwegian (NCLH), el mercado europeo es el que ha ofrecido más oportunidades en el segmento premium después de la pandemia.

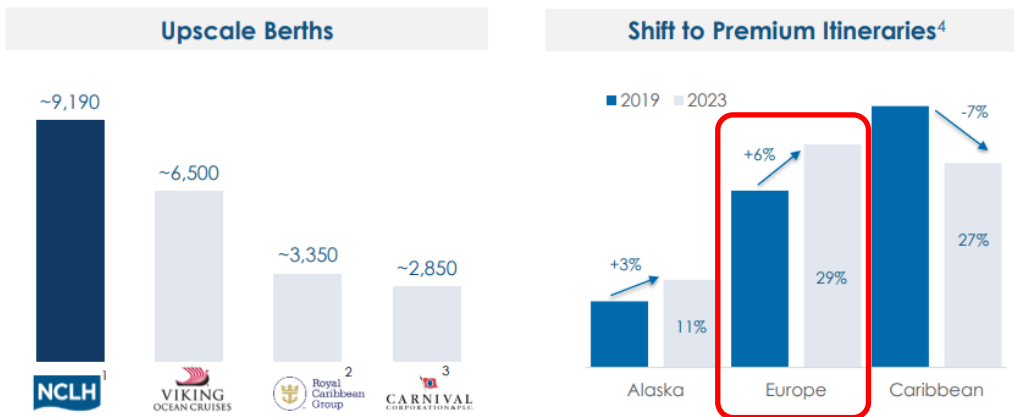
Norwegian declara ser el operador con más capacidad en camas premium, con aproximadamente 9.190 plazas, seguida de Viking que es una de las marcas con mayor crecimiento.

Carnival o Royal Caribbean, por el contrario, han apostado más por los buques generalistas.

## Principales compañías en oferta premium y evolución por mercado

1. AWARD-WINNING BRANDS

### DOMINANT CRUISE OPERATOR IN UPSCALE EXPERIENCES



### Upscale brands drive outsized yields and ship contribution

Source: Company and peer company SEC filings, company websites as of Q2 2023.  
<sup>1</sup> Includes berths on Regent Seven Seas Cruises, Oceania Cruises and The Haven on Norwegian Cruise Line.  
<sup>2</sup> Includes non-expedition berths on Silversea. <sup>3</sup> Includes berths on Seabourn.  
<sup>4</sup> 2023 deployment as a % of total versus 2019 deployment as a % of total



## Aunque la categoría de lujo es muy dinámica, su capacidad global es comparativamente baja, con 33.253 camas en 2023 y capacidad para 1 millón de pasajeros.

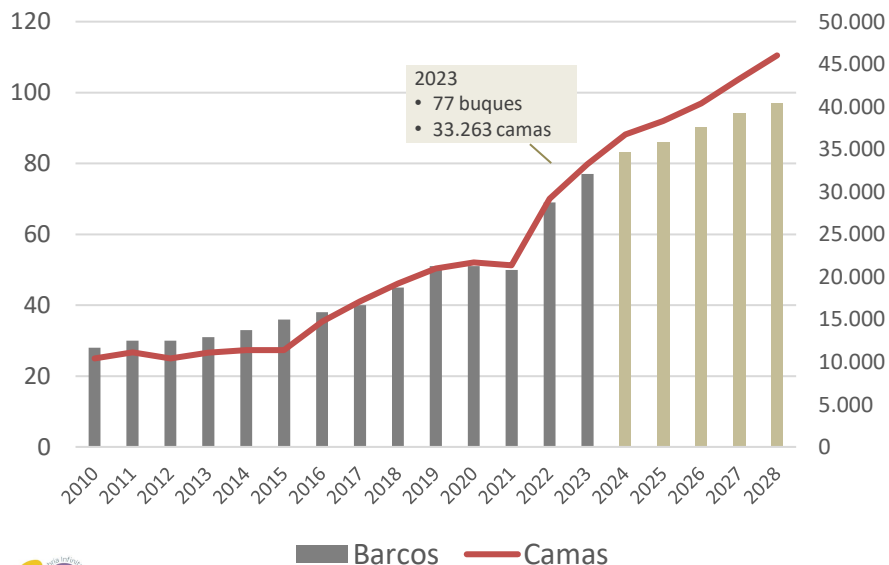
En 2023 hay 77 cruceros de categoría lujo, con 33.263 camas. Incluso la capacidad de los barcos de lujo crece más que el número de estos, según la evolución prevista.

La cuota de capacidad en camas de lujo es en 2023 del 5,2% del total y en 2028 será del 6,2%.

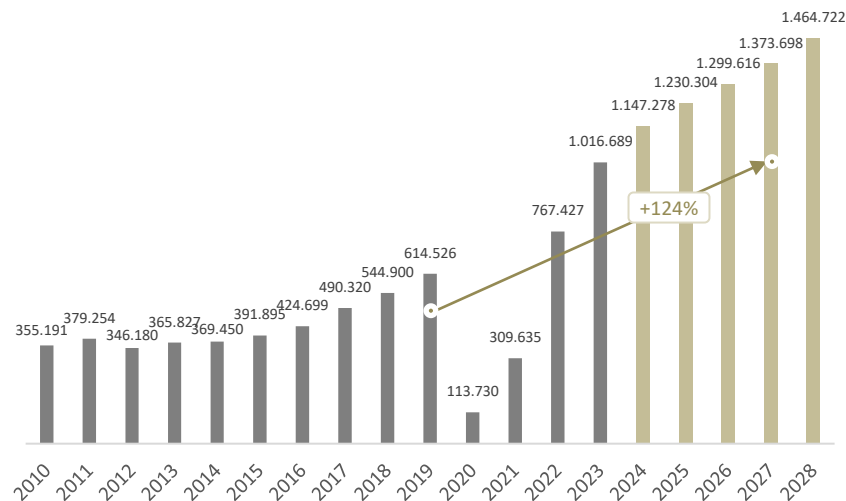
Según cálculos de Cruise Industry News, los cruceros de lujo pueden transportar a más de 1 millón de pasajeros en 2023.

El crecimiento de la capacidad de mercado de lujo de 2019 a 2027 será del +124%, mucho mayor que el +33% del conjunto de la industria.

### Buques y capacidad camas de cruceros de lujo



### Capacidad de mercado de cruceros de lujo



## El precio medio de un crucero oscila entre los 150\$ y 245\$ por día y pasajero, con un ingreso medio por persona de 1.600\$ en todo el sector.

El costo promedio de la tarifa de un crucero oscila entre \$150 y \$245 por persona, por día (dependiendo de la compañía de cruceros).

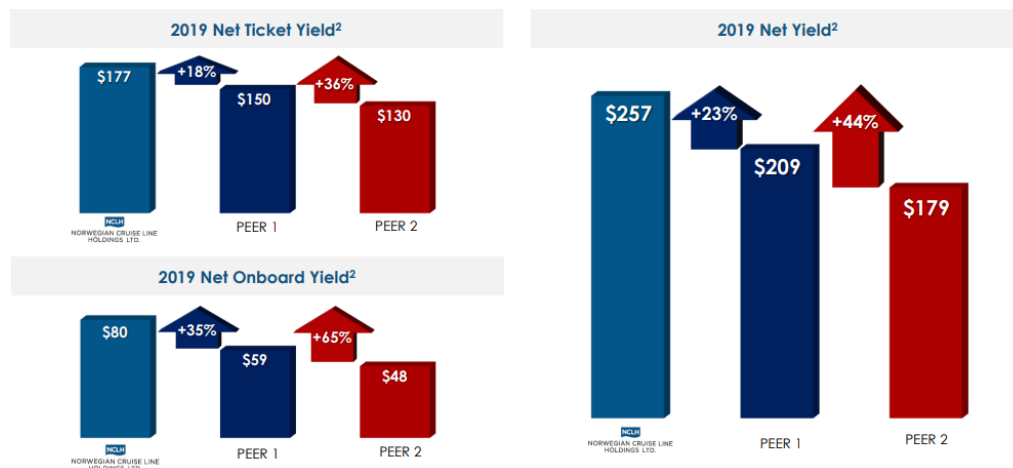
### Precio medio por persona y día en los tres principales grupos:

- Carnival Corporation: 149 dólares por persona, por día.
- Royal Caribbean Group: 175 dólares por persona, por día
- Norwegian Cruise Line Holdings Ltd.: 245 dólares por persona, por día.

En 2019, Norwegian logró 257\$ de **margen por cada pasajero**, con el 68,8% del mismo procedente de la venta del ticket.

La venta a bordo (que en esta naviera incluye excursiones en tierra) aportó el 31% de margen por pasajero.

### Margen por ticket y por servicios on-board\* (caso Norwegian)



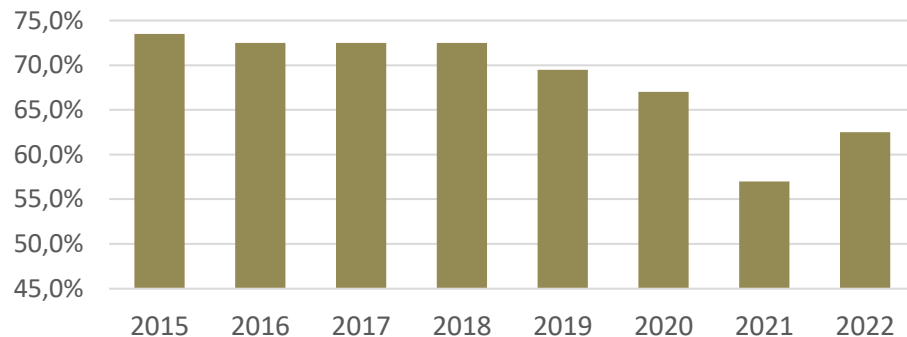
## La principal fuente de ingresos para las compañías navieras es el ticket o billete, con una **importancia creciente de las ventas extra**, tanto en el buque como fuera de él.

Si en el año 2015 el 73,5% de los ingresos de las 4 grandes navieras se lograban con el ticket, en 2019 esa cifra ha bajado al 69% e incluso hasta el 62% según otras fuentes.

El mayor porcentaje de ingresos por actividades dentro del crucero permite políticas más agresivas de promoción en el precio de los tickets, para lograr la máxima ocupación.



### Porcentaje de ingresos por ticket en los 4 principales grupos (% ingreso por ticket sobre el total)



Fuente: Luca Antonellini informe sectorial 2023 (Datos de 2020 y 2021 no se pueden considerar representativos).

Compañía	Ventas Ticket	Gasto extra (on board)	% extra
Carnival Corp.	\$13.9B	\$4.7B	33.8%
Royal Caribbean	\$6.8B	\$2.7B	39.7%
Norwegian	\$4.3B	\$1.8B	41.9%

Fuente: Cruzerly (miles de millones de US\$)

## El número de cruceristas que llegan a un destino como Santander y contratan una excursión está entre el 8% y el 20%.

No hay estadísticas confiables del número de cruceristas que contratan una excursión, y depende en gran medida del destino (urbano con menos excursiones vs puerto poco relevante de aproximación al recurso turístico principal como puerto Katakolon a Olimpia en Grecia).

- En Santander en 2022, un 8% de los pasajeros contrataron una excursión fuera de la ciudad de Santander. Todas las excursiones se contrataron de forma previa a la escala.
- En Barcelona, según noticia foro cruceros 2022, contratan una excursión entre el 10 y el 18% de los pasajeros.
- En Gijón estudio SITA 2013, el 16% de los turistas que desembarcan han realizado una excursión.
- En A Coruña, artículo de agente (Rubine) en 2023, menciona que contratan excursiones entre el 12% y 13% de los pasajeros.
- Los cruceristas en Andalucía en 2019 dedicaron el 11% de su gasto en tierra a excursiones.
- Los cruceristas en Baleares en 2015 dedicaron el 6% de su gasto en tierra a excursiones (se ha reducido un 30% considerando que es la comisión de la naviera).
  - En este estudio conocemos también el porcentaje de compra de la excursión en el propio crucero: un 33% según las encuestas realizadas a los cruceristas en el puerto de Palma, un 58% según los de Maó y un 80% según los de Ibiza.
  - Esto se debe a que en destinos con mucho volumen existe también una oferta local de excursiones, independiente de las navieras.



## La mejora de la oferta de excursiones es una de las tendencias o retos identificados por la asociación sectorial.

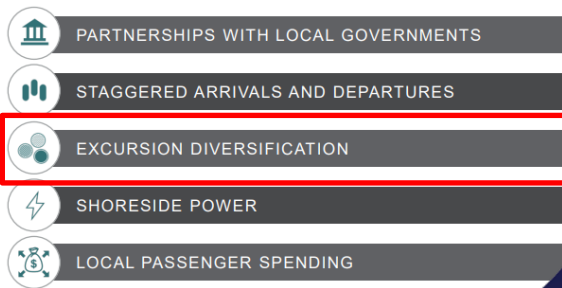
El formato de viaje en crucero se basa en visitar diferentes destinos mientras se pernocta en el mismo 'hotel'. Por lo tanto la visita en tierra se da por incluida y está fuertemente vinculada con la localidad de atraque o con puntos relevantes cerca del puerto (ej: Katakolón = Olimpia, Civitavecchia = Roma, etc.)

TREND #2



### DESTINATION STEWARDSHIP

With increased demand and growth in the cruise industry comes responsibility to foster respect and cooperation with the places we visit. In collaboration with local communities, the cruise industry is exploring new and creative ways to manage the flow of visitors and implement the highest standards of responsible tourism.



Diversificación de excursiones como tendencia CLIA en gestión del destino

En muchos casos la información sobre excursiones era muy pobre o estandarizada, pero **a medida que aumenta la competencia y crece el número de turistas y los problemas de masificación, se impulsa el desarrollo de nuevas actividades.**

Las excursiones se combinan también con la oferta de 'experiencias', en las que los visitantes participan de forma activa con una mayor interacción o aprendizaje.

Al igual que en el ámbito de los buques y rutas, las compañías navieras utilizan diferentes estrategias:

- Buques generalistas con una oferta muy estandarizada y económica que no persigue beneficio sino simplificar las operaciones, incluso con bajo aforo en las excursiones.
- Buques premium con una oferta incluida en el precio.
- Buques premium con oferta de experiencias de precio medio-alto.

# En términos generales, las excursiones son más importantes para las compañías más premium.

En **marcas premium, las excursiones premium tienen un papel más destacado.**

De nuevo hay diferentes estrategias según la compañía: en ocasiones las excursiones están incluidas en el precio y en otros casos requieren un pago extra.

## Generación de ingresos extra en marcas de Norwegian

**Onboard Revenue Generation Streams**

<ul style="list-style-type: none"> <li>Shore excursions</li> <li>Casino</li> <li>Bar</li> <li>Spa</li> <li>Retail shops</li> <li>Specialty restaurants</li> <li>Wi-Fi / comms</li> <li>Photos</li> <li>Art Auction</li> <li>Entertainment</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Shore excursions</li> <li>Casino</li> <li>Bar</li> <li>Spa</li> <li>Retail shops</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Premium shore excursions</li> <li>Casino</li> <li>Spa</li> <li>Retail shops</li> </ul>
--	--	---

**+ Premium**

Fuente: Norwegian presentación a inversores

Existe una característica común en los cruceros de mayor precio: tratan de ofrecer un alto grado de diversidad de excursiones en tierra, destacando por ejemplo **Explora Journeys**, la nueva compañía Premium de MSC que hace hincapié en experiencias, con 16 opciones en una escala a Cádiz.

## Ejemplo amplia propuesta de experiencias (Explora Journeys ejemplo Cádiz)



**La Sevilla clásica y el Alcázar**

Propone para realizar un recorrido por los restos de Sevilla. Descubriremos con la guía de Andalus, los emblemáticos edificios de la plaza de España y Plaza Góti, el antiguo barrio judío de la ciudad. Descubriremos la plaza en un recreativo de estilo neoclásico, después nos adentraremos en el ambiente monumental de la catedral y el Alcázar. Partiremos de la Manzana de la Herrería, de una bella orangería.

**Punto:** Cádiz  
**Experiencia:** Destinos Esenciales  
**Disponibilidad:** English

**Nivel de Actividad:** 0 - Alta Energía  
**Duración:** 105 min  
**Características:** Incluidos: La Hermandad de Pescado y Patrimonio, Comida, Pasaje Refresco-Bevenda

[MAS INFORMACION](#)

**El arte del flamenco en Sevilla**

El primer rasgo de género y el primer golpe de teatro lo confiere desde el inicio. El flamenco es pasión en sus raíces. El momento es preciso para mostrar en sus rasgos su esencia donde se ofrece una apasionante actuación profesional seguida de una deliciosa comida.

**Punto:** Cádiz  
**Experiencia:** Destinos Esenciales  
**Disponibilidad:** English

**Nivel de Actividad:** 0 - Medio Bajas  
**Duración:** 105 min  
**Características:** La Hermandad de Pescado, Comida, Pasaje

[MAS INFORMACION](#)

<p>MEDITERRANEO Y EUROPA OCCIDENTAL</p> <p><b>Planes independientes: furgoneta privada con guía (media jornada)</b></p> <p>Para que su grupo disfrute al máximo en este destino, si quiere, los reservamos una furgoneta privada y un guía para explorar los lugares más conocidos de la zona.</p> <p><a href="#">MAS INFORMACION</a></p>	<p>MEDITERRANEO Y EUROPA OCCIDENTAL</p> <p><b>Clase de elaboración de tapas en la Casa del Marqués</b></p> <p>En la casa de la Famosa se sentirá a las mil maravillas, especialmente en la sorprendente Bodega Casa del Marqués, un palacio del siglo XIX recientemente reformado. Allí, se cree en el arte de la elaboración de las tapas, conoceremos detalles históricos y catenemos el viaje de la tierra.</p> <p><a href="#">MAS INFORMACION</a></p>
<p>MEDITERRANEO Y EUROPA OCCIDENTAL</p> <p><b>Planes independientes: furgoneta privada con guía (jornada completa)</b></p> <p>Para que su grupo disfrute al máximo en este destino, si quiere, los reservamos una furgoneta privada y un guía para explorar los lugares más conocidos de la zona.</p> <p><a href="#">MAS INFORMACION</a></p>	<p>MEDITERRANEO Y EUROPA OCCIDENTAL</p> <p><b>Rumbo al Nuevo Mundo</b></p> <p>La sorprendente historia narra de Sevilla cambió fundamentalmente el mundo, con bazares como el "Vino de Cádiz" o la expedición de Magallanes al Asia. Hoy en día, aún resonamos los ecos de lo que comenzó en la Universidad de Alfonso de Torres. Visitaremos la Torre del Oro, donde los barcos dejaban sus botines; la catedral de Sevilla y el Alcázar, donde Magallanes escribió su testamento.</p> <p><a href="#">MAS INFORMACION</a></p>
<p>MEDITERRANEO Y EUROPA OCCIDENTAL</p> <p><b>Planes independientes: furgoneta grande privada con guía (media jornada)</b></p> <p>Para que su grupo disfrute al máximo en este destino, si quiere, los reservamos una furgoneta privada y un guía para explorar los lugares más conocidos de la zona.</p> <p><a href="#">MAS INFORMACION</a></p>	<p>MEDITERRANEO Y EUROPA OCCIDENTAL</p> <p><b>Tesoros y palacios de Sevilla</b></p> <p>El increíble mundo de azulejos de la plaza de España y el estroso pregón de María Luisa; Sevilla nos embalará. En el, la joya de la corona es el palacio de Las Dueñas, con sus grandiosos jardines. Conoceremos los alares dorados de la iglesia del Salvador y catenemos en una casa solariega del siglo XIX para sentirnos parte de la historia.</p> <p><a href="#">MAS INFORMACION</a></p>
<p>MEDITERRANEO Y EUROPA OCCIDENTAL</p> <p><b>Planes independientes: furgoneta grande privada con guía (jornada completa)</b></p> <p>Para que su grupo disfrute al máximo en este destino, si quiere, los reservamos una furgoneta privada y un guía para explorar los lugares más conocidos de la zona.</p> <p><a href="#">MAS INFORMACION</a></p>	<p>MEDITERRANEO Y EUROPA OCCIDENTAL</p> <p><b>Clase privada de flamenco en Cádiz</b></p> <p>Disfrutará de una clase magistral de flamenco de la mano de un bailar profesional. Déjese llevar por el ritmo hipnótico del saconco, el ritmo sagrado de la guitarra y los deslumbrantes recor de los castañets. Tras una ronda de bebidas y tapas, el espectáculo dará comienzo con una clase privada de baile.</p> <p><a href="#">MAS INFORMACION</a></p>

Fuente: Explora Journeys (Grupo MSC)

# Desde el punto de vista de **impacto en el destino**, la llegada de cruceristas se percibe de forma positiva en destinos similares a Santander.

El impacto de los cruceros se percibe de forma positiva en destinos que tienen como objetivo mejorar sus cifras de visitantes, que es lo común en la cornisa cantábrica.

Es el caso de la ciudad de A Coruña, donde los cruceristas alimentan la hostelería local en primavera y verano.

Las noticias sobre quejas del ‘turismo de masas’ y contaminación provocada por los cruceros se produce en destinos que reciben millones de pasajeros, y parte de estos cruceros en temporada alta.

Esto ha ocurrido en lugares como Barcelona, Baleares, Venecia o Marsella, que suman millones de turistas no solo gracias a los cruceros sino por todo tipo de medios.

## Noticias sobre cruceros en A Coruña

The collage features several elements:

- Top Left:** A screenshot from 'La Voz de Galicia' with a promotional banner for a subscription offer: '¡Oferta por tiempo limitado! Suscríbete por 2€/mes durante 12 meses. Quiero la oferta'.
- Top Right:** A screenshot from 'El Ideal Gallego' with the headline: 'Cerca de 10.000 cruceristas revolucionan la hostelería de A Coruña: “Estamos abarrotados”'.
- Middle Left:** A news article from 'La Voz de Galicia' titled 'Abarrote de turistas en la semana fantástica de los cruceros en A Coruña'. It includes a photo of a large cruise ship docked at a pier and a caption: 'César Quiñan'.
- Middle Right:** A news article from 'La Voz de Galicia' titled 'Qué compran, hacen y gastan los cruceristas en A Coruña: «Cuando viene un crucero de ingleses, pongo refuerzo»'. It includes a photo of tourists and a caption: 'YAGO GANTES'.
- Bottom Left:** A text block with a URL: 'https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/coruna/vivir-coruna/2023/10/05/abarrote-turistas-semana-fantastica-cruceros-coruna/00031696508934450906708.htm'.
- Bottom Right:** A text block with a URL: 'https://www.lavozdeg Galicia.es/noticia/coruna/vivir-coruna/2023/04/23/compran-gastan-crucristas-coruna-viene-crucero-ingleses-pongo-refuerzo/00031682248582941579742.htm'.
- Far Right:** A vertical blue banner with the text 'Infórmate en gripe.sergas.gal' and a logo for 'XUNTA DE GALICIA'.



## El sector de cruceros gestiona **personas** y recala **cerca de núcleos urbanos**, por lo que presenta un alto nivel de sensibilidad medioambiental.

Según la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA), los cruceros generaron 15,5 millones de toneladas de dióxido de carbono en 2020. Esto representa aproximadamente el 1,1% de las emisiones totales de gases de efecto invernadero del sector del transporte marítimo.

Las **cuatro principales áreas de trabajo medioambiental** en los últimos años son las siguientes:

Existen otras áreas de trabajo entre las que se encuentran:

- Propulsión con baterías, reciclaje avanzado, reducción de plásticos, iluminación eficiente, uso de energía solar, transporte en tierra.

### Áreas de trabajo medioambiental

### Avance 2022

Gas Natural Licuado y nuevos combustibles	GNL/LNG: Prácticamente cero emisiones de azufre, una reducción del 95% al 100% en partículas emisiones, y una reducción del 85% en las emisiones de óxidos de nitrógeno y hasta un 20% reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. Nuevos combustibles con Hidrógeno.	44% de nueva capacidad de buques con GNL
Sistemas de limpieza de gases de escape (ECGS*)	Reducción del 98 % en los niveles de óxido de azufre, reducción del 50 % del material particulado total y 12% de reducción de óxidos de nitrógeno.	68% de capacidad actual ya utiliza ECGS
Sistemas avanzados de tratamiento de aguas residuales	Sistemas avanzados de tratamiento de residuos que superan los requisitos internacionales y a menudo son superiores a las plantas de tratamiento en tierra.	100% de nueva capacidad con sistemas implantados
Energía en tierra (OPS**)	Los cruceros están cada vez más equipados con la posibilidad de apagar los motores en puerto y recibir electricidad con conexiones OPS de alta potencia, recibiendo energía generada de forma renovable.	88% de nueva capacidad con instalación o pre-instalación de OPS.

## Actualmente Santander ya cuenta con infraestructura para suministrar **Gas Natural Licuado**, en el muelle de Ferris de Maliaño.

La generación de energía con GNL, más respetuosa con el medio ambiente, no produce partículas de hollín u óxidos de azufre, mientras que las emisiones de óxido nítrico se reducen hasta en un 80% y las emisiones de CO2 en un 20% comparado con el diesel marino y un 40/50% comparado con el fuel.

El Puerto de Santander ha concesionado una planta de suministro de GNL a REPSOL en el muelle de Ferris de Maliaño, con una capacidad de 1.000 m3, en funcionamiento desde 2023.

El Puerto también tiene experiencia en el suministro de GNL desde camiones al buque, con un primer suministro en el año 2017 en los muelles de Raos (37 toneladas en 2 cisternas –equivalencia en GNL 431 kg = 1m3-).

### Suministro GNL en muelle Ferry



### Suministro GNL en Raos



### Crucero Aida Nova (Carnival 100% GNL)



Depósitos de combustible para GNL: más de 3.000 metros cúbicos de gas natural se almacenan en los depósitos a -162°C. Todo el sistema debe configurarse para adaptarse a esta baja temperatura. Se garantiza un aislamiento térmico fiable con los soportes del depósito de madera densificada laminada Lignostoner® criogénico. Fuente de la imagen: Neptun Werft (astillero de Neptune)

Fuente: Roehling

## Un mecanismo relevante para el Puerto de Santander es la creciente exigencia de **sistemas de alta potencia eléctrica en tierra (OPS)**.

Los buques de crucero tienen grandes plantas de potencia (ej: P&O Ventura = 62MW), y en tierra necesitan mantener un volumen de potencia auxiliar que puede alcanzar los 16MW en grandes cruceros y 2,5MW en buques menores de lujo y exploración.

La huella de carbono en el puerto se calcula de media en 304 kgCO<sub>2</sub>e/pasajero (para barcos de gran tamaño la huella es mayor por escala pero menor por pasajero).

Para evitar las emisiones de estos buques en los puertos cercanos a un entorno urbano, los convenios MARPOL prevén la disponibilidad de conexiones eléctricas de alta potencia en los muelles, lo que implica una importante inversión en infraestructuras.

El puerto de **Southampton**, en el que se originan varias rutas hacia Santander, cuenta con **OPS en varias terminales**. En el Cantábrico, existen proyectos en los puertos de Bilbao y A Coruña.

### OPS Puerto de Hamburgo



### Puertos con al menos un muelle de cruceros con OPS (abril 2023, activo o proyectados)



#### Status

- Active (29)
- Funded (8)
- Planned (19)

# Además de la responsabilidad medioambiental y social, el modelo del marco estratégico del sistema portuario plantea iniciativas en el ámbito de la **innovación y la digitalización**.

La digitalización y sobre todo la innovación son prioridades del marco estratégico y tienen un fuerte componente de relación con la comunidad portuaria y el entorno local y regional.

La gestión de la innovación en el ámbito cruceístico está adquiriendo protagonismo en los puertos más involucrados en esta actividad.

## Marco Estratégico de Puertos del Estado

MARCO ESTRATÉGICO 		
MODELO DE DESARROLLO ESTRATÉGICO (DIMENSIONES)	CRITERIOS DE ACTUACIÓN	LÍNEAS ESTRATÉGICAS
Económica (actividades)	Eficiencia	Autoridades Portuarias económicamente sostenibles
		Ordenación y gestión ágil y avanzada del dominio público
	Conectividad	Infraestructuras orientadas a demanda, fiables, conectadas y sostenibles
		Servicios competitivos y operaciones eficientes
Ambiental (entorno)	Digitalización	Seguimiento y facilitación de la actividad portuaria
		Inspecciones y tramitaciones administrativas ágiles y eficaces
	Innovación	Administración portuaria digital. Puertos inteligentes y sincromodales
		Puertos innovadores
	Sostenibilidad	Puertos con proyección internacional
		Puertos ambientalmente sostenibles
Social (institucional)	Seguridad	Puertos eco-proactivos
		Puertos comprometidos con su ciudad
	Transparencia	Puertos seguros y protegidos
		Ayudas a la navegación (AtoN) avanzadas y de calidad
		Cultura ética corporativa
		Ampliación y mejora continua del capital humano

## Cruceros en programa innovación AP Barcelona




### Port Challenge Barcelona


**Port Challenge Barcelona** is a support programme for the creation of new technology-based businesses to help enhance the efficiency, competitiveness and service excellence of the port and logistics community in a broad sense.

The programme aims to showcase the attractiveness of the sector and bring about the necessary conditions to develop an ecosystem to foster the creation of innovative companies and highly qualified jobs in the Port of Barcelona's industrial cluster. **Port Challenge Barcelona** will support entrepreneurs who aspire to transform their business idea or start-up into a viable company!

The first edition, in partnership with the Founder Institute, included mentoring sessions, support to prepare a demo day for port companies, access to clients (the port itself and the companies that operate in it) and cash prizes for the most pertinent projects.

The second edition of **Port Challenge Barcelona** was held under the umbrella of the SmartCatalonia Challenge and addressed six separate challenges: monitoring wharf occupancy in real time, mobility on cruise ships and ferries, use and applications of the 3D map of the port, an underwater drone for bathymetric surveys and to inspect the condition of wharves, automatic measurement of volumes and weights of waste and a network of marine pollution sensors.

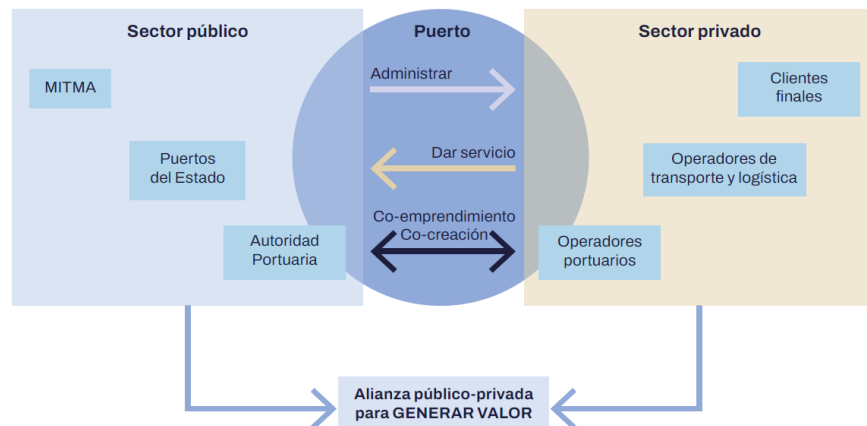
1<sup>st</sup> ed. 2017  FOUNDER INSTITUTE

2<sup>nd</sup> ed. 2019  SmartCatalonia Challenge

## Las estrategias de innovación van más allá de la estricta actividad de los cruceros, y requieren una **estrategia integral del destino**.

La gestión del ecosistema portuario ha recibido atención desde hace varias décadas, con la creación incluso de organismos participativos, o con el desarrollo de proyectos como SANTANDER CRUISE, que involucra a varias Administraciones.

### Ecosistema portuario



En el ámbito de la innovación, la ciudad de Santander es uno de los primeros Destinos Turísticos Inteligentes de la red de Seggitur, y cuenta con experiencia en la implantación de soluciones tecnológicas de seguimiento y mejora del servicio a los turistas.

### Santander en la Red de Destinos Turísticos Inteligentes



Desde el punto de vista de las instalaciones portuarias, ha quedado lejos la visión del crucero como un tráfico accesorio en los puertos, lo que obliga a una especialización de las instalaciones.



El creciente volumen de la actividad crucerístico ha generado unas expectativas de los pasajeros y de las navieras que requieren recursos ad-hoc.

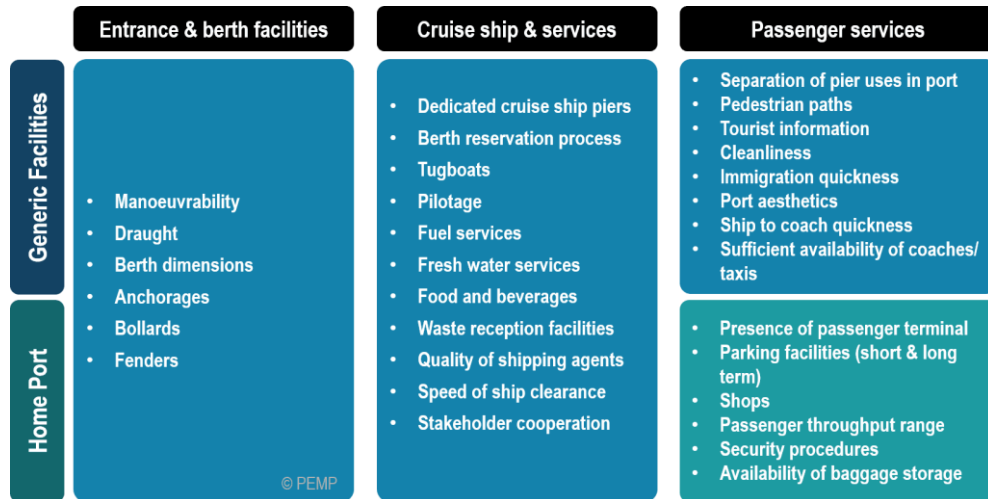
### Recursos necesarios en los destinos:

- Muelles especializados.
- Terminal especializada.
- OPS a medio plazo.
- Transporte accesible y rutas peatonales.
- Organización específica o al menos equipo responsable en la Autoridad Portuaria.
- Web con información del destino enfocado a los cruceristas.

### Requisitos para puerto base:

- Terminal amplia para acceso y gestión de equipajes y servicios al pasajero (cafetería, tienda, baños).
- Conexiones aéreas o ferroviarias internacionales.
- Planta hotelera de calidad cercana al puerto.
- Destino atractivo.
- Hinterland con mercado cercano importante.
- Puerto de navegación confiable y con capacidad.
- Servicios accesorios a la terminal: parking de estancia media, taxis, espacio autobuses.
- Servicios accesorios al buque de suministro combustible y mantenimiento.

### Requerimientos de cruceros



Fuente: Port Economics Management

La colaboración con otras instituciones públicas y con el sector portuario y turístico es habitual con diferentes roles de las Administraciones.

### Modalidades de colaboración con agentes sectoriales

#### Grupos de trabajo:

- Grupo de trabajo específico para área de negocio o función (ej: calidad).
- Ejemplo: Grupo de trabajo cruceros Puerto de Gijón: APG, Turismo de Asturias, Ayuntamiento de Gijón, Guardia Civil, agentes turísticos.

#### Comunidad Portuaria:

- Asociación, grupo o comisión formal constituida institucionalmente a través de carta de intenciones o convenio de colaboración. Con o sin personalidad jurídica.
- Ejemplo: Comunidad Portuaria de Cartagena.

#### Fundaciones portuarias:

- Entidad con personalidad jurídica y financiación de las instituciones implicadas.
- Ejemplo: Malagaport en Málaga.

### Rol de las Administraciones implicadas

Proveedor de infraestructuras y servicios

- Puerto con oferta de terminales.
- Servicio directo a los cruceristas en el puerto.
- Destinos con recursos turísticos.

Promotor del destino y negocio

- Acciones de promoción unificadas.
- Estudios coordinados para impulsar el negocio.

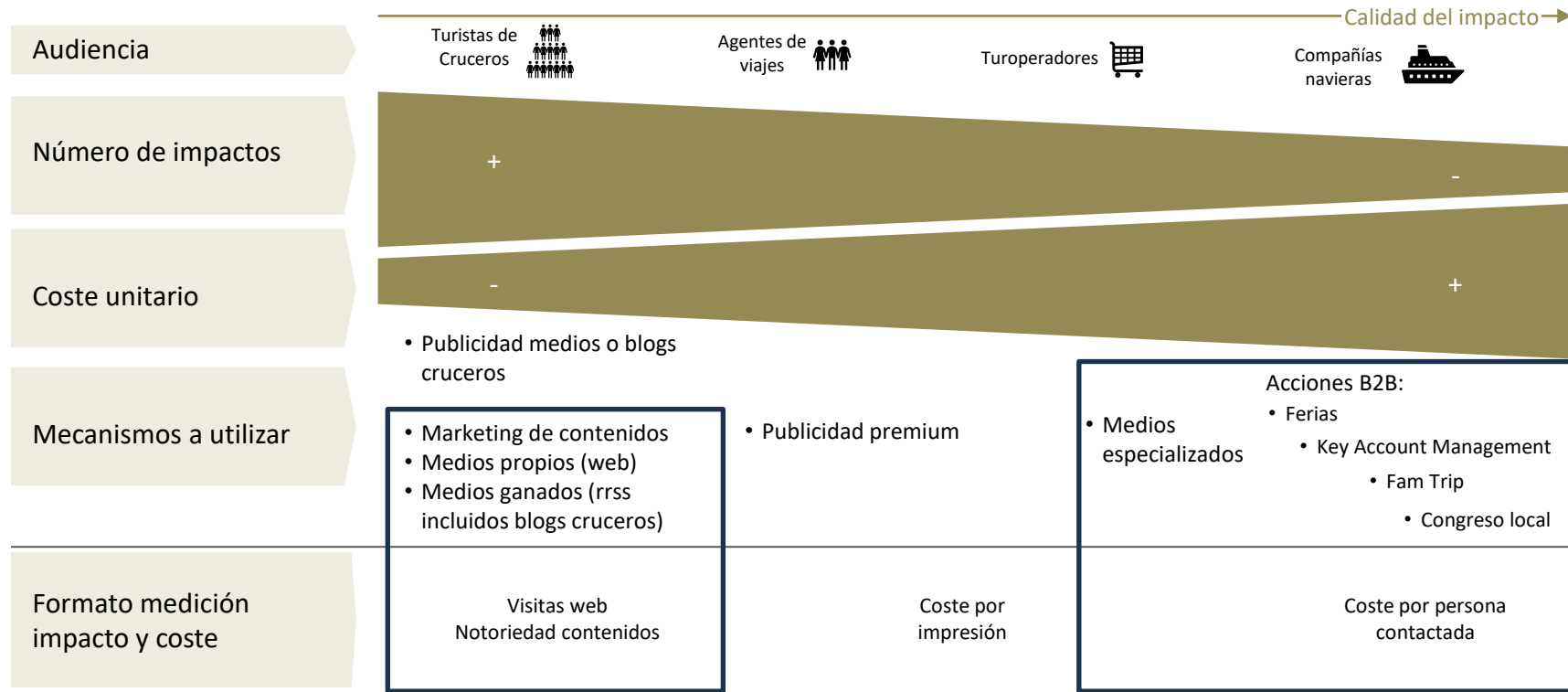
Facilitador sectorial

- Apoyo al encuentro de clientes y proveedores del sector crucerístico: ejemplo info de proveedores excursiones a agentes y navieras.



En el proyecto se ha realizado un análisis de fórmulas de comunicación y promoción, siguiendo esta metodología de enfoque a las diferentes audiencias.

conceptual



# Se ha detectado oportunidad de mejora para Santander en contenidos, por ejemplo, en uno de los principales foros de cruceros, **Cruise Critic**.

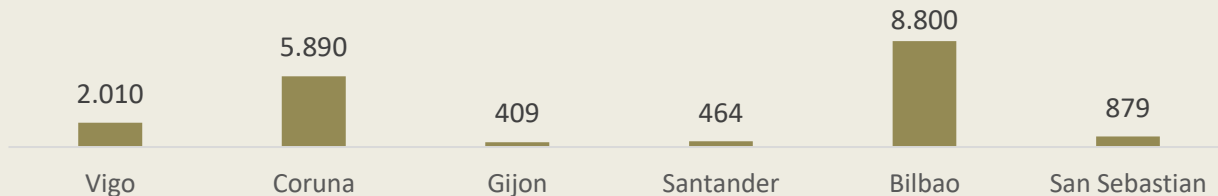
Bilbao es el puerto mejor posicionado junto a La Coruña. Las menciones de las regiones son muy poco relevantes.

## Foco público



www.cruisecritic.co.uk

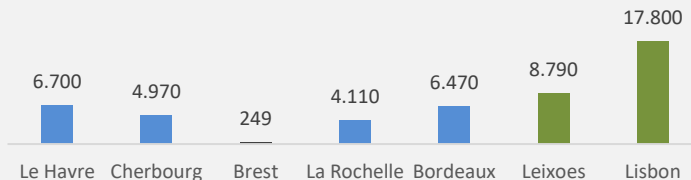
### Resultado de búsqueda menciones en Cruise Critic.com destinos Cantábrico



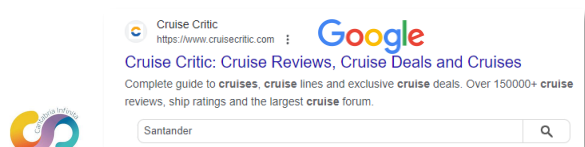
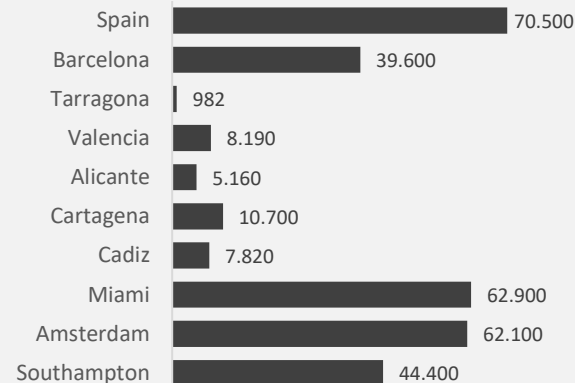
### Resultado de búsqueda menciones en Cruise Critic.com regiones Cantábrico



### Resultado de búsqueda menciones en Cruise Critic.com otros Atlántico



### Otros destinos de referencia en Cruise Critic.com



# Los **congresos** son el principal mecanismo de encuentro de los destinos y navieras.

Los principales congresos de cruceros turísticos en Estados Unidos y Europa son los siguientes:

## Estados Unidos:

- **Seatrade Cruise Global**, que se celebra anualmente en Miami, Florida. Es la feria de cruceros más importante del mundo, con más de 10.000 asistentes de más de 100 países.
- **Cruise Caribbean**, que se celebra anualmente en San Juan, Puerto Rico. Es una feria especializada en el mercado de cruceros del Caribe.

## Europa:

### • **Seatrade Europe:**

- Cada dos años en **Hamburgo**, Alemania. Es la feria de cruceros más importante de Europa, con más de 7.000 asistentes de más de 70 países.
- **Seatrade Cruise Med**, cada dos años de forma alternativa a la feria de Hamburgo, en una ciudad del sur de Europa y con un mayor foco el mercado de cruceros del Mediterráneo.

• **CLIA Cruise Week Europa**, es el evento de la principal asociación de navieras en Europa.

• **International Cruise Summit** es una conferencia anual organizada por Cruise Industry News de Madrid. Se celebra en un destino diferente cada año, y reúne a los principales ejecutivos de la industria de los cruceros, así como a representantes de los puertos, destinos y proveedores del sector.

• **Cruise Baltic**, que se celebra bienalmente en Tallin, Estonia. Es una feria especializada en el mercado de cruceros del Báltico.

Los congresos representan la principal oportunidad para mantener encuentros entre los destinos y las compañías navieras.

UPCOMING EVENTS

**Seatrade  
Cruise  
Global**

Seatrade Cruise Global  
Apr 08, 2024 to Apr 11, 2024

**Seatrade  
europe**

**Seatrade  
Cruise  
Med**

Seatrade Cruise Med  
Sep 11, 2024 to Sep 12, 2024

**CLIA CRUISE WEEK Europe**  
GENOA, ITALY | 11-14 MARCH 2024

**CLIA Cruise Week - Europe 2024**

**INTERNATIONAL  
CRUISE  
summit**  
2023

# Índice

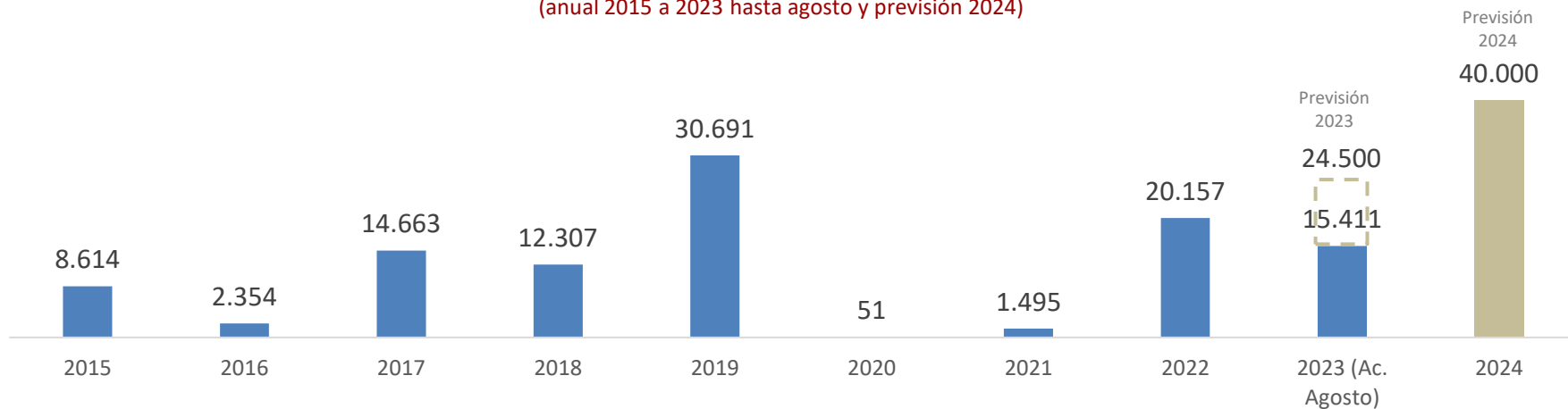
- 
1. Introducción y objetivos
  2. Diagnóstico sectorial y tendencias clave
  3. **Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual**
  4. El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos
  5. Estudios y referencias de impacto económico
  6. Participación sectorial
  7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción
-

## Santander cuenta desde hace años con una presencia permanente de cruceros que han llegado a las 30.700 camas en 2019 y en 2024 alcanzarán las 40.000.

La cifra es variable dependiendo del número de escalas y de la dimensión de los buques, que pueden producir grandes cambios en la cifra de recepción de pasajeros.

En 2024 están previstas 25 escalas con aproximadamente 40.000 pasajeros de capacidad.

### Cifra de pasajeros solo cruceros turísticos en Puerto de Santander (anual 2015 a 2023 hasta agosto y previsión 2024)



Fuente: Puertos del Estado

La pandemia supuso un gran golpe en un momento de crecimiento de la actividad

# Las rutas que llegan a Santander están vinculadas principalmente al puerto de Southampton y son de **duración media y larga**, en todas las gamas de precio.

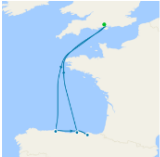
Esta relativamente larga duración de las rutas a Santander limitan su volumen: sería interesante construir un espacio de viajes en el Cantábrico-Golfo de Vizcaya con rutas semanales.

## Ejemplo ilustrativo rutas con llegada en Santander

★★★★★

### Discover Northern Spain from Southampton

**Departure:** [Bolette \(Fred Olsen\)](#)  
**Departure:** 13 November 2023 (6 Nights)



NO FLY CRUISE

**Ports of call:** Cruise departs from Southampton, At Sea, Gijón, Getxo (for Bilbao), Santander, At Sea, Southampton.

Get closer to your destination with Fred Olsen's small ships! PLUS All Inclusive Drinks Upgrade available From just £24.99 Per Person Per Night!

✓ Online Booking

Outside	£872 pp
Single	£969 pp
Balcony	£1,163 pp
Suite	£1,163 pp

Save up to €36 per person

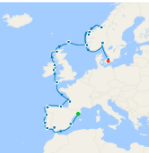
[View details](#)

[BOOK NOW](#)

Cruise No: PC 305768

### Grand Iberians to Norsemen from Barcelona

**Departure:** [Sirena \(Oceania Cruises\)](#)  
**Departure:** 20 May 2025 (25 Nights)



CRUISE + FLIGHT

**Ports of call:** Fly from the UK, Cruise departs from Barcelona, Alicante, At Sea, Seville - Overnight onboard, Portimao, Lisbon, Oporto, La Coruna, Santander, Bordeaux - Overnight onboard, ...

[View full itinerary](#)

FREE Luxury Fortnum & Mason Autumnal Gift Box!  
Oceania's Summer 2025 Launch PLUS Oceania's "Simply More" - Flights, Transfers, Free Wifi, Champagne, Wine & More Included Plus Up To \$1600 Shore Excursion Credit!

✓ Free Wifi ✓ Free Excursions ✓ The Luxury Autumn Sale ✓ Online Booking  
✓ Transfers Included

Inside	£6,017 pp
Outside	£6,609 pp
Veranda Stateroom	£8,826 pp
Single	£11,310 pp
Penthouse Suite	£12,069 pp
Family of 4	£18,024

Save up to £1784 per person

[View details](#)


[BOOK NOW](#)

Cruise No: PC 343590

★★★★★

### Spain & France from Southampton

**Departure:** [Ventura \(P&O Cruises\)](#)  
**Departure:** 3 August 2024 (7 Nights)



NO FLY CRUISE

**Ports of call:** Cruise departs from Southampton, At Sea, La Coruna, Gijón, Santander, La Rochelle, At Sea, Southampton.

No Tipping required  
Book Select Price and Choose from Free Onboard Spend, Port Parking or UK Coach Transfers + EXTRA ONBOARD Spend NOW available on selected sailings.

✓ Family Friendly ✓ No Tips Required ✓ Free Onboard Spend ✓ Free Parking  
✓ Online Booking

Inside	£891 pp
Outside	£990 pp
Single	£1,237 pp
Balcony	£1,372 pp

Save up to £27 per person

Save up to an extra £41 when booking this cruise online

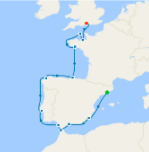
[View details](#)

[BOOK NOW](#)

Cruise No: PC 300878

### Royals, Castles & Crowns from Barcelona to Southampton

**Departure:** [Regent Seven Seas Voyager \(Regent Seven Seas\)](#)  
**Departure:** 25 June 2025 (12 Nights)



CRUISE + FLIGHT

**Ports of call:** Fly from the UK, Cruise departs from Barcelona, Cartagena, Spain, Malaga, Tangier, Cadiz, Lisbon, At Sea, La Coruna, Santander, Lorient, ...

[View full itinerary](#)

FREE Luxury Fortnum & Mason Autumnal Gift Box!  
2025/26 Voyage Collection - Luxury All-Inclusive Cruise with Included Flights, Transfers, Unlimited WiFi, Unlimited Shore Excursions, Pre-paid Gratuities, Speciality Restaurants and Unlimited Drinks, Including Fine Wines and Spirits\*

✓ All Inclusive ✓ Excursions Included ✓ Wi-Fi Included ✓ Beverages Included  
✓ Pre-Paid Gratuities Included ✓ Reduced Deposit ✓ The Luxury Autumn Sale  
✓ Online Booking ✓ Transfers Included

Deluxe Veranda Suite	£7,470 pp
----------------------	-----------

Save up to £1201 per person

[View details](#)

[BOOK NOW](#)

Cruise No: PC 332083

# Santander tiene una distancia de viaje ideal con 6 puertos.

La distancia máxima habitual de navegación nocturna de los cruceros es de hasta 250 millas náuticas, navegando a 18 nudos (media) durante 14 horas. En este rango se encuentran La Rochelle, Burdeos, Pasaia, Gijón, Avilés y A Coruña.

Incluso es factible alcanzar las 280 millas a 20 nudos. En este rango se encuentra Nantes St. Nazaire

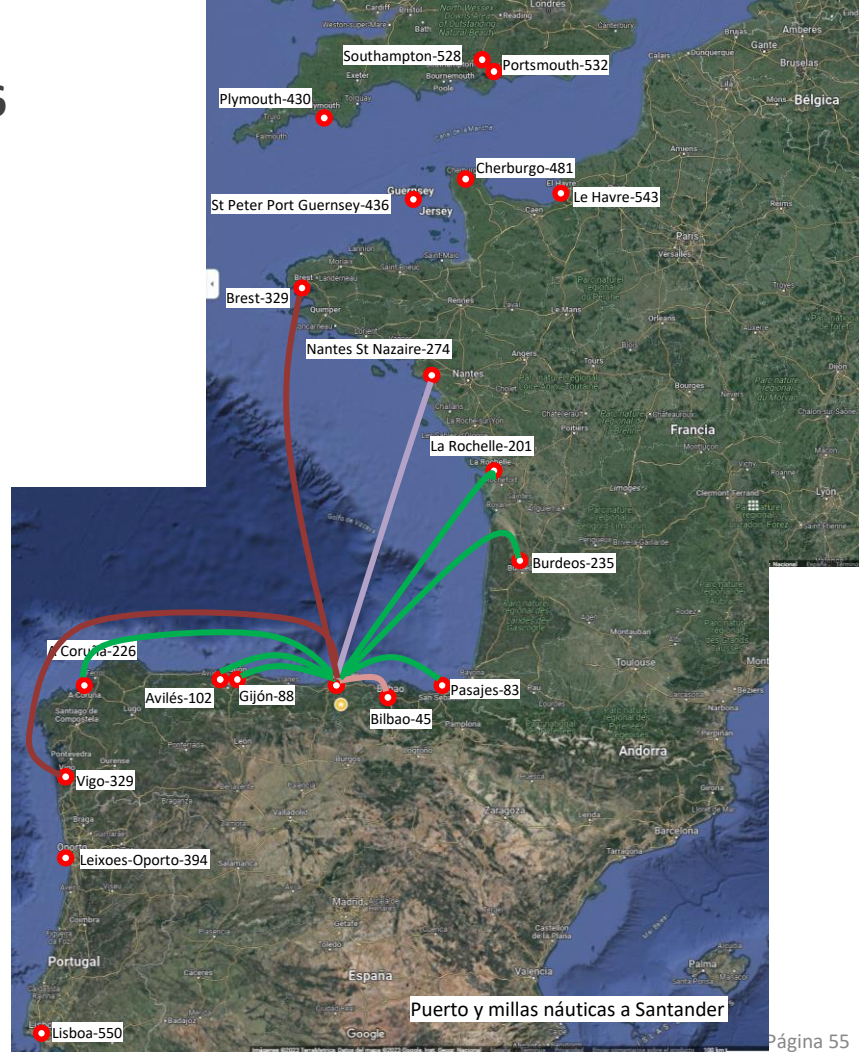
Los buques también pueden realizar rutas cortas a muy baja velocidad, como es el caso de Bilbao-SDR, y rutas más largas de lo habitual con un horario de salida anticipada o llegada extendido, por ejemplo a Brest o Vigo.

Para el resto de puertos de la zona es recomendable un día de navegación completa.

Las compañías utilizan software de Cruise Itineraries Optimal Scheduling (CIOS) para definir sus rutas con estos parámetros y otros muchos de rentabilidad, límites operativos, mercado para esas rutas, etc.

Distancias desde Santander	Millas náuticas (1.852 mts)	Pasajeros 2022 (Cruise Europe)
Portsmouth	532	43.000
Southampton	528	2.000.000
St Peter Port Guernsey	436	nd
Plymouth	430	10/15.000
Le Havre	543	272.000
Cherburgo	481	95.000
Brest	329	22.000
Nantes St Nazaire	274	3.000
La Rochelle	201	66.000
Burdeos	235	31.000
Pasajes	83	1.500
Bilbao	45	109.000
Gijón	88	25.000
Avilés	102	106
A Coruña	226	222.000
Vigo	329	173.000
Leixoes-Oporto	394	108.000
Lisboa	550	492.000

Fuente millas: Armada Española y Sea-Distances.org  
Fuente pasajeros: <https://www.cruiseurope.com/statistics/>, Puertos del Estado y otras fuentes (Santander = 20.000)



El puerto de **Southampton** es el principal origen de los cruceristas del puerto de Santander, especialmente por las 6 escalas del buque Ventura, de P&O –Grupo Carnival-.

Los cruceristas en el puerto de Santander son mayoritariamente británicos, prácticamente el 90%, con el resto de cruceristas de origen alemán y estadounidense.

### Origen y destino cruceros en Puerto de Santander 2023

P. Procedencia	Pax	%	P. Destino	Pax	%
A Coruña	1.996	8,2%	A Coruña	1.834	7,5%
Bilbao	800	3,3%	Bilbao	1.868	7,6%
Burdeos	999	4,1%	Burdeos	826	3,4%
Ferrol	450	1,8%	Gijón	118	0,5%
Gijón	826	3,4%	La Pallice	192	0,8%
La Rochelle	835	3,4%	Le Verdon	200	0,8%
Lisbon	160	0,7%	Southampton	800	3,3%
Southampton	18.000	73,6%	Vigo	18.000	73,6%
St Peter Port	118	0,5%	(en blanco)	610	2,5%
Vigo	264	1,1%	<b>Total general</b>	<b>24.448</b>	<b>100,0%</b>
<b>Total general</b>	<b>24.448</b>	<b>100,0%</b>			

### Navieras en Puerto de Santander 2023

Armador	Pax 2023
Carnival P&O	18.000
Phoenix Reisen	2.095
Saga	999
Oceania Cruises	826
Fred Olsen	800
Ponant	768
Seabourn	450
Mystic Cruises/Atlas Oc	200
Swann Hellenic	192
Salen Ship	118
<b>Total general</b>	<b>24.448</b>



## En 2022, los pasajeros llegados en crucero realizaron 3.786 actividades de pago en la región, representando casi el 19% del pasaje.

En 2022, 2.353 pasajeros realizaron actividades en Santander y 1.434 en el resto de la Comunidad, con tan solo 155 pasajeros en actividades fuera de la región. El porcentaje de **pasajeros con actividad of-shore en Cantabria es del 18,8%**.

Las **excursiones** fuera de Santander las contrataron un **7,8% del total de viajeros**.

Las entidades implicadas en Santander Cruise han desarrollado labores de apoyo en casi todas las escalas.

Nº	Mes	Buque	Pax	Estancia nota	Nacionalidad principal	En la Estación Marítima	Servicios a pasajeros extra				Excursiones Santander			Excursiones Cantabria			No Cantabria				
							Carpa	Apoyo seguridad	Shuttle	Guías	Santander	Bici eléctrica	Tapas/mercado	Santillana/Comillas/Altm	Cabárceno	Santoña/Laredo/Castro	No Cantabria Bilbao				
1	Abril	Spirit of Adventure	668		UK		1	1			382			174							
2	Abril	Le Champlain	121	1 hora																	
3	Abril	Ventura	1.375		UK		1	1	6	4	100	2	20		47	35					
4	Mayo	Hanseatic Nature	89		AL		1	1	1				12	40							
5	Mayo	Le Durmont d'Urville	92	1 hora	USA																
6	Mayo	World Voyager	103		AL	1			2		46										
7	Mayo	Le Bellot	89	1 hora	USA																
8	Mayo	Ventura	2.262		UK		1	2	6	5	195	11	24	32	48	32					
9	Junio	The World	132	2 días	USA		1	2	1	1			6	20							
10	Junio	World Navigator	87	1 hora																	
11	Junio	Ventura	2.179		UK		1	2	6	5	185	3	21	15	36	49					
12	Julio	Seabourn Quest	318		USA	1			2	1				48			42				
13	Agosto	Ventura	2.712		UK	1			2		186	16	23	10	84	45	56				
14	Agosto	Spirit of Discovery	858		UK	1			2		203			177							
15	Septiembre	Ventura	2.742		UK		1	2	6	5	218	14	23	31	43	92	57				
16	Septiembre	Europa	315		AL	1			2	1	51		32	56							
17	Septiembre	World Voyager	145		UK		1	1	1		46										
18	Octubre	Amadea	474		AL				1		127			164							
19	Octubre	Marina	1.075	Mal tiempo	USA	1			1		140		20								
20	Octubre	Ventura	2.465		UK		1	2	6	5	218	6	22	47	48	61					
21	Octubre	Queen Victoria	1.856		UK																
							20.157				9	26	33	31	2.097	52	203	814	306	314	155

# El cambio más relevante para el impulso de esta actividad es el **nuevo muelle de ferris**, que permite **orientar la Terminal Marítima a los pasajeros de cruceros**.

- Estación GNL Gas Natural Licuado 2023:
- 10 millones de euros inversión.
- Nueva terminal de Ferries muelles de Maliaño 1-4 2023:
- 390,2 metros, anchura de 16m y 8m de calado.
- 19 millones de euros inversión.
- Muelle de Bloques y la Estación Marítima:
  - Muelle de Bloques: 107 mts, 9,5 calado.
  - Maliaño 10 y 11: 228 mts, 10,5 calado.
- Buques de hasta 290 metros de eslora.
- 1 millones de euros inversión en actualización Terminal de Pasajeros.



Además de las obras realizadas en el Puerto se suman las de la propia ciudad en el entorno del Puerto.

- Renovación calle Antonio López



- Renovación calle Antonio López



- Renovación entorno de Estación Marítima



El nuevo 'muelle de cruceros' es una puerta abierta y privilegiada a la ciudad de Santander y a su centro cultural, gastronómico y de ocio, con tres recursos culturales icónicos cercanos.



MUSEO NACIONAL  
CENTRO DE ARTE  
REINA SOFIA

 **Santander**  
Fundación

CENTRO  
BOTÍN  
CENTDE



**Santander**  
Cruise Deluxe

El muelle de Bloques + Maliaño 10 y 11, especializado en cruceros, se complementa con el uso del muelle de Ferris cuando está disponible.

Ejemplo de estancia de 3 cruceros con dos unidades en el muelle de ferris.

28 abril 2023

Crucero	Eslora
SH Diana	125
Le Bellot	131
MS Sirena	181

Actualmente la compañía Brittany Ferries cuenta con hasta 4 rutas, 2 al Reino Unido y 2 a Irlanda.

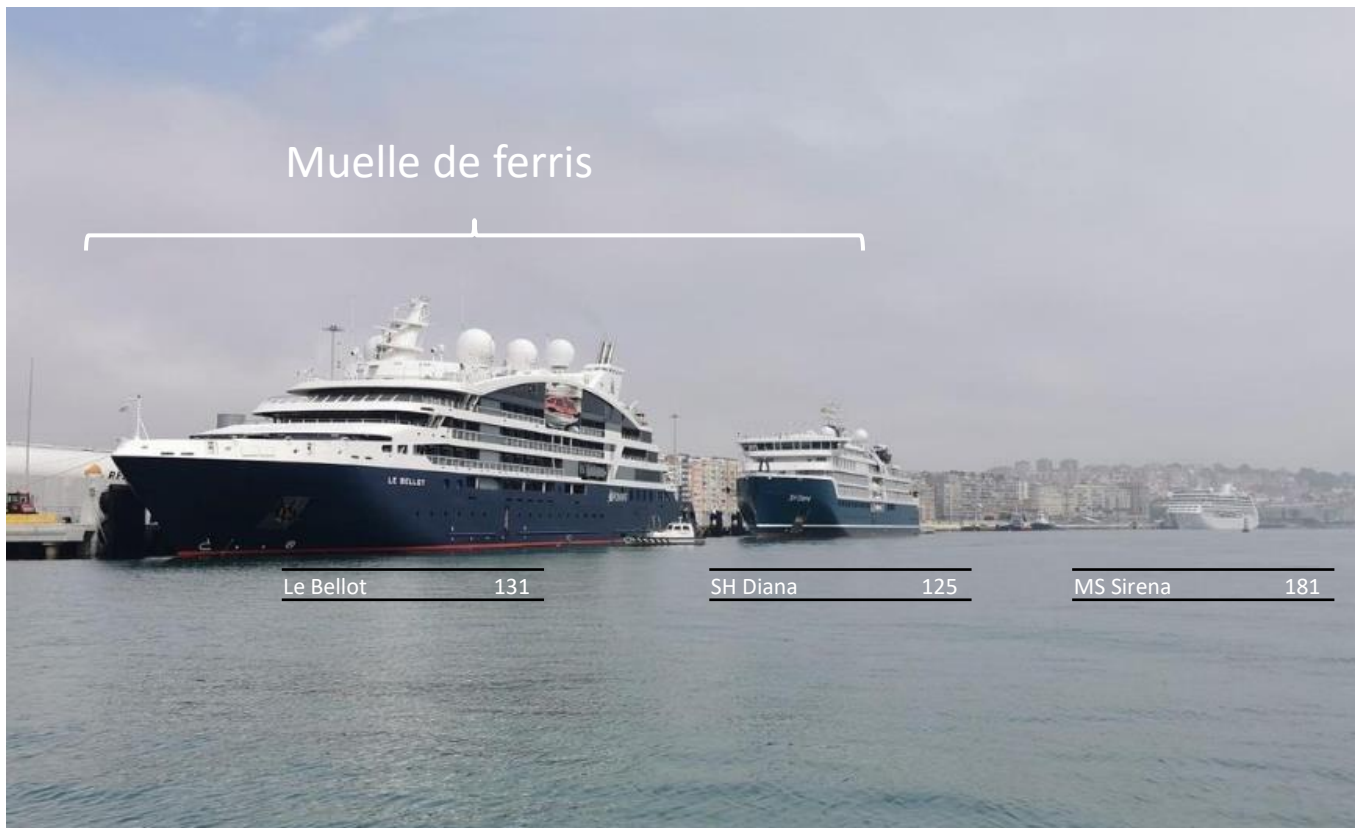


Imagen: Autoridad Portuaria de Santander

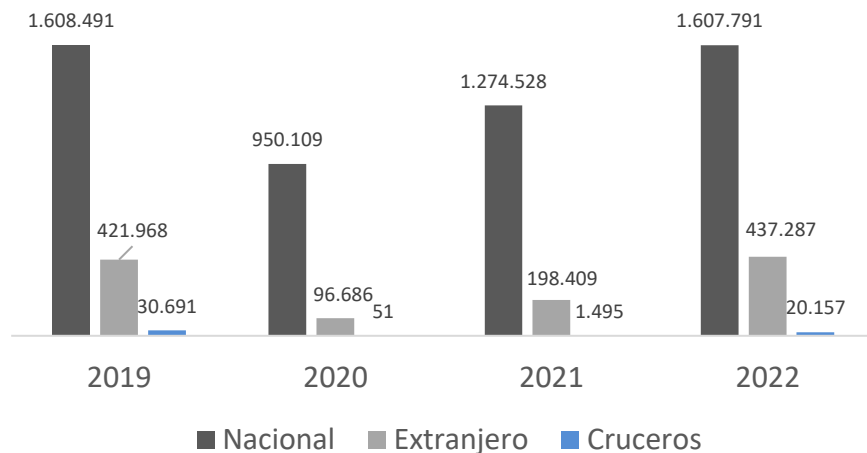
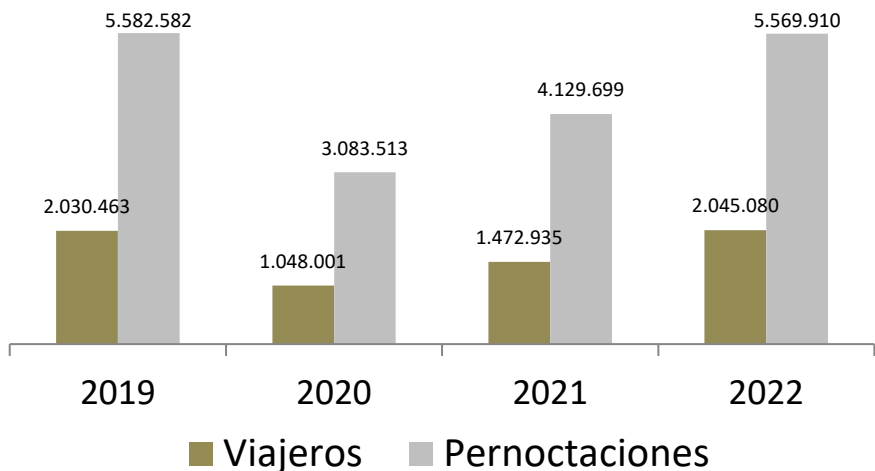
## Los visitantes de cruceros, principalmente extranjeros, suponen una cierta contribución a la **cifra global de turistas en Cantabria**, que superan los 2 millones en alojamientos reglados.

Cantabria recibe más de 2 millones de turistas que se alojan en establecimientos reglados.

De los dos millones, más de 400.000 son extranjeros, una cifra que se quiere incrementar.

### Cantabria viajeros y pernoctaciones en alojamientos reglados (anual 2019 a 2022 todos los alojamientos reglados\*)

### Procedencia de los **viajeros** Cantabria (anual 2019 a 2022 todos los alojamientos reglados\* y cruceros)



## Santander también tiene capacidad para acoger a los cruceristas, ya que en 2022 recibió a 500.000 viajeros solo en hoteles, con un perfil alto.

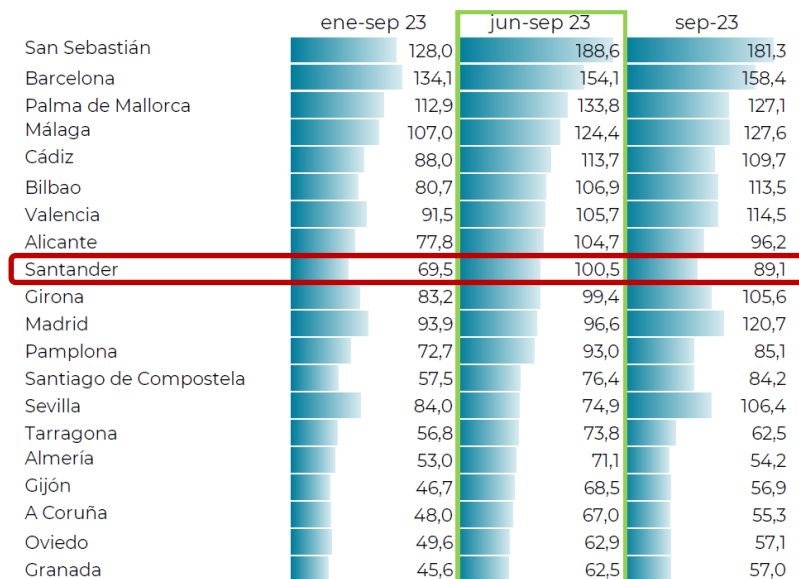
La ciudad de Santander es el principal foco turístico de Cantabria, con casi medio millón de turistas alojados únicamente en hoteles.

### Número de viajeros en Comarcas de Cantabria (viajeros solo hoteles 2022)

Zona Cantabria	2022	% Total
<b>Santander</b>	<b>488.449</b>	<b>38,2%</b>
Trasmiera	243.427	19,1%
Costa Central	216.823	17,0%
Asón-Agüera	83.637	6,5%
V. Pasiegos/ Pas-Pisueña-Miera	60.401	4,7%
Liébana	53.884	4,2%
Saja-Nansa	52.407	4,1%
Besaya	49.561	3,9%
Campoo	21.888	1,7%
<b>Cantabria</b>	<b>1.277.105</b>	<b>100,0%</b>

El turismo de cruceros tiene un nivel medio, medio alto, o muy alto, que en cualquier caso encaja con el buen posicionamiento de Santander como destino.

### Ranking según RevPar (en €) del total de hoteles en los destinos urbanos (2023 top 20)

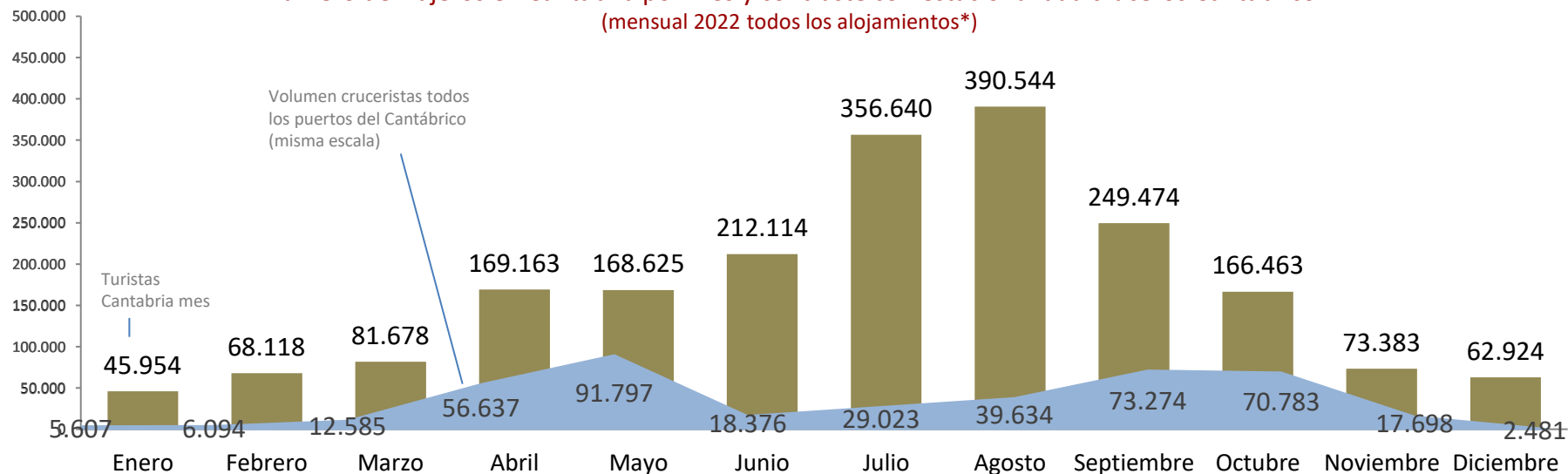


## El turismo en Cantabria es estacional, por lo que las visitas de cruceros, en primavera y otoño, tendrían un impacto muy positivo.

Junto a la internacionalización de los turistas, la desestacionalización es otro objetivo clave para el turismo en Cantabria.

En ese sentido, el tipo de rutas existentes en el Cantábrico, de reposicionamiento, encajan muy bien.

**Número de viajeros en Cantabria por mes y contraste con estacionalidad cruceros Cantábrico**  
(mensual 2022 todos los alojamientos\*)





Las tres administraciones implicadas desarrollan múltiples tareas de apoyo al segmento de cruceros, existiendo una persona responsable de Santander Cruise en la APS y coordinadoras en Cantur y Ayuntamiento de Santander.

Acciones de fomento del turismo de cruceros (parcial)

Apertura oficina de turismo en terminal

Convenio Frente Marítimo 2011

Santander Cruise Forum 2018



Santander Cruise Forum 2019



Patrocinio ICS 2020 y 2021



Diseño marca Santander Cruise Deluxe.



Gestión de medios



Remodelación terminal



Coordinación continuada de servicios al buque (carpa, shuttle, guías, servicio de seguridad)



Ferias de cruceros



Plan de marketing y comunicación



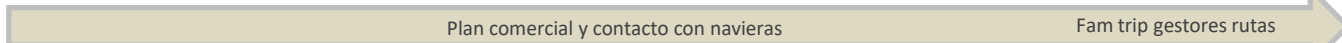
Plan COVID



Lanzamiento web Cruise Santander



Fam Trip navieras



# Índice

- 
1. Introducción y objetivos
  2. Diagnóstico sectorial y tendencias clave
  3. Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual
  4. **El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos**
  5. Estudios y referencias de impacto económico
  6. Participación sectorial
  7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción
-

# Hemos realizado un análisis de mercado con 330 llegadas\* de buques a los principales puertos del Cantábrico, con una capacidad total de camas principales de 712.999.

## Características de la base de datos y tipologías

Se ha obtenido la información de llegadas en 2023 de las páginas web públicas de las Autoridades Portuarias excepto A.P. Bilbao que no publica ni histórico ni previsiones, por lo que la fuente es de rutas comercializadas a ese destino en 2024, que son parciales –en Cruise Critic–.

Datos recogidos:

- Año y Mes de Llegada.
- Puerto.
- Nombre del buque.
- Eslora (Menos de 200 mts | 200 a 290 mts | Mas de 290 mts).
- Capacidad pasajeros camas principales (menos de 600 | 600 a 1.300 | 1.300 a 3.000 | Mas de 3.000).
- Armador/Naviera.
- Categoría gama de crucero (General, Premium, Lujo y Exploración). Estimación CA&Asociados.
- Consignatario si disponible.

A Coruña es el puerto con más llegadas con 136 (41,2% cuota de llegadas) y 333.319 camas principales de capacidad (46,7% cuota capacidad pasajeros). Los buques que recalán en A Coruña son los más grandes con un tamaño medio de pasajeros principales de 2.451 personas.

## Resumen de la base de datos Cantábrico

Puerto 2023	Número		Capacidad pax		Capacidad/ llegada
	llegadas	Distribución	buques**	Distribución	
A CORUÑA	136	41,2%	333.319	46,7%	2.451
BILBAO (2024***)	55	16,7%	99.792	14,0%	1.814
GIJÓN	25	7,6%	26.862	3,8%	1.074
VIGO	98	29,7%	230.177	32,3%	2.349
SANTANDER	16	4,8%	22.849	3,2%	1.428
<b>Total general</b>	<b>330</b>	<b>100,0%</b>	<b>712.999</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.161</b>

\*\* Lower Berths. Homogéneo obtenido de Cruise Mapper

\*\*\* Datos de Bilbao son parciales y obtenidos de rutas publicadas para 2024. En 2023, 80 cruceros y aprox. 150.000 pasajeros en Bilbao.

## Muestra de la base de datos (ilustrativo)

Año	Mes	PUERTO	NOMBRE BUQUE	ESLORA	Low Berths	CIA. ARMADORA	Categoría	CONSIGNATARIO	Eslora tipo	Pax Tipo
2023	Abril	A CORUÑA	AIDAdiva	252	2050	Aida	General	PÉREZ Y CÍA	2 200 a 290 mts	3 1.300 a 3.000
2023	Abril	A CORUÑA	AIDAnova	337	5400	Aida	General	PÉREZ Y CÍA	3 Mas de 290 mts	4 Mas de 3.000
2023	Abril	VIGO	AIDAPERLA	300	3286	Aida	General	PÉREZ Y CIA S.L	3 Mas de 290 mts	4 Mas de 3.000
2023	Abril	A CORUÑA	Aida Sol	253	2686	Aida	General	PÉREZ Y CÍA	2 200 a 290 mts	3 1.300 a 3.000
2023	Abril	VIGO	Aida Sol	252	2686	Aida	General	PÉREZ Y CIA S.L	2 200 a 290 mts	3 1.300 a 3.000
2023	Abril	VIGO	ARCADIA	285	2094	P&O Cruises	General	PÉREZ Y CIA S.L	2 200 a 290 mts	3 1.300 a 3.000

## En el atlántico español recalán un total de 113 cruceros, siendo el P&O Ventura el que más escalas hace en nuestra zona.

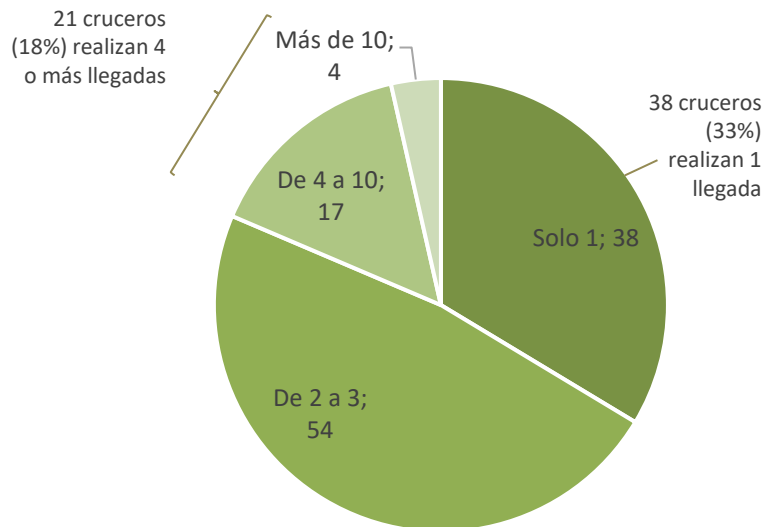
21 de los 113 cruceros que llegan a puertos del Cantábrico realizan 4 o más escalas, destacando el Ventura.

### Top cruceros con 4 o más llegadas en el Cantábrico

Buque	A CORUÑA	BILBAO*	GIJÓN	SANTANDER	VIGO	Total general
Ventura	4			6	15	25
ARVIA	15					15
Anthem of the Seas	5	3			6	14
MSC VIRTUOSA	7	1			3	11
NORWEGIAN GETAWAY	4				4	8
Aida Sol	4		2		1	7
Bolette	5		1	1		7
CELEBRITY SILHOUETTE	3				4	7
Sky Princess	2	3			2	7
AMBITION	3		1		2	6
IONA	2				4	6
MS MARINA	2	4				6
Queen Victoria	3		2		1	6
Spirit of Adventure	4		1		1	6
Sea Cloud Spirit	1		2		2	5
STAD AMSTERDAM	5					5
AURORA					4	4
AZAMARA JOURNEY	2		1		1	4
SH Diana	1		1	1	1	4
Sirena		3		1		4
Spirit of discovery	3			1		4

La característica de la zona como de reposicionamiento se demuestra con el gran número de buques que solo realizan 1 llegada (38), y 2 o 3 (54)

### Distribución de buques por número de llegadas Cantábrico



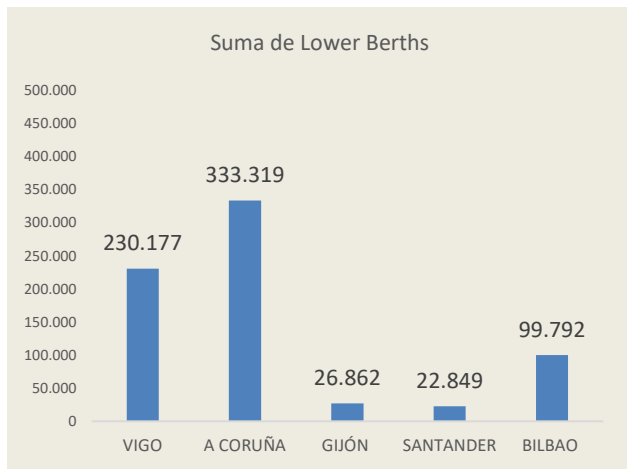
## Distribución de capacidad pasajeros por criterios básicos de llegadas al Cantábrico (I).

Como sabemos, el puerto de A Coruña es el que recibe mayor número de cruceristas y eso se refleja en la capacidad total de los barcos con llegadas a ese puerto.

Los barcos con una **eslora mayor de 290 metros**, es decir, que no pueden atracar en el muelle de cruceros de Santander, representan **el 65% de la capacidad** en las llegadas al Cantábrico.

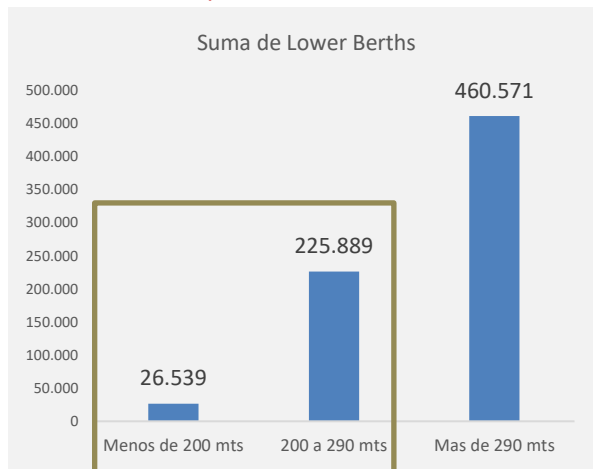
Los buques con más de 3.000 pasajeros representan el 53,5% de la capacidad total de las llegadas de cruceros en el Cantábrico.

Por Puertos del Cantábrico\*



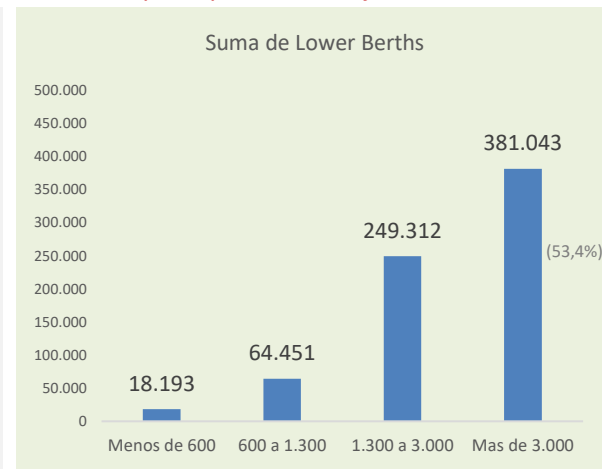
\* Datos de Bilbao son parciales y obtenidos de rutas publicadas para 2024. En 2023, 80 cruceros y aprox. 150.000 pasajeros en Bilbao.

Por tipo Eslora Cantábrico



252.428 llegadas en el Cantábrico (35%) con posible acceso en muelle de cruceros de Santander

Por tipo Capacidad Pasajeros Cantábrico



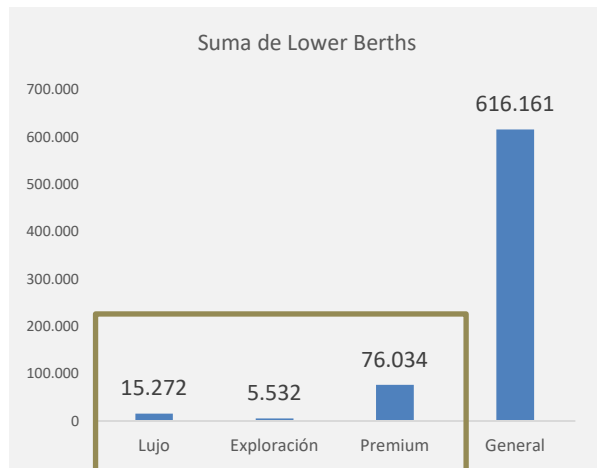
(Nota: posible acceso no es sinónimo de mercado alcanzable para Santander, ya que las llegadas casi siempre se van a dividir entre varios puertos de la zona).

## Distribución de capacidad pasajeros por criterios básicos de llegadas al Cantábrico (II).

El **mercado generalista** es el más importante por capacidad de pasajeros, sumando un **86%** del mercado.

**Pérez y Cia, agente Santanderino, es líder en el mercado de consignación**, con el 41,2% del mismo, seguido de los coruñeses Rubine e Hijos y los vigueses de Marítima Consiflet. Se recuerda la carencia de este dato en Bilbao.

### Por tipo Categoría del Crucero Cantábrico



96.838 llegadas en el Cantábrico (14%) son de categorías premium o lujo

### Por Consignatario conocido Cantábrico

Consignatario	Suma de Lower Berths	% del total	Acumulado
PÉREZ Y CÍA	252.330	41,2%	41,2%
RUBINE	194.375	31,7%	72,9%
CONSIFLET	75.320	12,3%	85,2%
BERGÉ	37.881	6,2%	91,4%
INCARGO	36.918	6,0%	97,4%
ANTARES	7.320	1,2%	98,6%
Marprin	5.620	0,9%	99,5%
Marmedsa	1.723	0,3%	99,8%
Alvargonzález	1.064	0,2%	100,0%
PÉREZ TORRES	126	0,0%	100,0%
<b>Total conocido</b>	<b>612.677</b>	<b>100,0%</b>	

Desconocido (Bilbao y otros): 100.322

- Pérez y Cia = PÉREZ Y CIA S.L.
- Rubine = Rubine e Hijos, S.L.
- Consiflet = MARÍTIMA CONSIFLET S.A.
- Bergé = BERGÉ MARÍTIMA S.L.
- Incargo = INCARGO GALICIA, S.L.
- Antares = ANTARES FORWARDING

## Distribución de capacidad pasajeros por criterios básicos de llegadas al Cantábrico (III).

**P&O Cruises UK** del grupo Carnival destaca como la principal naviera de esta región, con un 28,6% de la capacidad de llegadas, lo que es lógico dada la conexión con el puerto de Southampton.

En el grupo de las marcas Top 10 en la región, todas excepto Fred Olsen pertenecen a uno de los cuatro grandes grupos de cruceros mundiales, sumando el 83,2% de la capacidad.

### Por Naviera ranking capacidad Cantábrico (top 10)

Naviera	Suma Lower Berths	% del total	Acumulado
P&O Cruises	203.845	28,6%	28,6%
MSC Cruises	81.446	11,4%	40,0%
Aida	60.226	8,4%	48,5%
Royal Caribbean International	58.352	8,2%	56,6%
Norwegian Cruise Line	57.915	8,1%	64,8%
Princess Cruises	43.790	6,1%	70,9%
Costa Cruises	25.470	3,6%	74,5%
Celebrity Cruises	22.484	3,2%	77,6%
Oceania Cruises	21.916	3,1%	80,7%
Fred Olsen	17.496	2,5%	83,2%
Resto	120.059	16,8%	100,0%
<b>Total</b>	<b>712.999</b>	<b>100,0%</b>	

Desde el punto de vista de **llegadas**, las marcas Aida (generalista) y Oceania (premium) superan el número de MSC, y aparecen otras enseñas de alto precio como Azamara, Silversea y Saga.

### Por Naviera ranking Llegadas Cantábrico (más de 10 llegadas)

Naviera	Suma de Llegadas	% Llegadas	Acumulado
P&O Cruises	55	16,7%	16,7%
Aida	23	7,0%	23,6%
Oceania Cruises	22	6,7%	30,3%
MSC Cruises	19	5,8%	36,1%
Norwegian Cruise Line	18	5,5%	41,5%
Royal Caribbean International	14	4,2%	45,8%
Fred Olsen	13	3,9%	49,7%
Princess Cruises	13	3,9%	53,6%
Azamara	10	3,0%	56,7%
Saga Cruises	10	3,0%	59,7%
Silversea Cruises	10	3,0%	62,7%
Resto	123	37,3%	100,0%
<b>Total</b>	<b>330</b>	<b>100,0%</b>	

## Distribución de capacidad pasajeros por criterios básicos de llegadas al Cantábrico (IV).

Vigo y Coruña destacan en todas las categorías, como es lógico, con una cierta notoriedad de Bilbao en cruceros de lujo, que en todo caso representan menos del 10% de su capacidad recibida.

**Tabla Puerto-tipo de buque por Esloras Cantábrico\***

Puerto	Menos de 200 mts	200 a 290 mts	Mas de 290 mts	Total general
A CORUÑA	5.912	86.472	240.935	333.319
BILBAO	9.315	20.338	70.139	99.792
GIJÓN	2.963	14.057	9.842	26.862
VIGO	6.691	83.831	139.655	230.177
SANTANDER	1.658	21.191		22.849
<b>Total general</b>	<b>26.539</b>	<b>225.889</b>	<b>460.571</b>	<b>712.999</b>

**Tabla Puerto-tipo de buque por Pasajeros Cantábrico**

Puerto	menos de 600	600 a 1.300	1.300 a 3.000	Mas de 3.000	Total general
A CORUÑA	3.608	26.338	92.224	211.149	333.319
BILBAO	4.063	19.758	24.624	51.347	99.792
GIJÓN	3.135	8.199	12.228	3.300	26.862
VIGO	6.309	7.723	100.898	115.247	230.177
SANTANDER	1.078	2.433	19.338		22.849
<b>Total general</b>	<b>18.193</b>	<b>64.451</b>	<b>249.312</b>	<b>381.043</b>	<b>712.999</b>

**Tabla Puerto-tipo de buque por Categorías Cantábrico**

Puerto	Exploración	General	Lujo	Premium	Total general
A CORUÑA	2.147	302.136	1.870	27.166	333.319
BILBAO	196	68.139	7.660	23.797	99.792
GIJÓN	1.009	15.160	2.364	8.329	26.862
VIGO	1.220	210.534	3.378	15.045	230.177
SANTANDER	960	20.192		1.697	22.849
<b>Total general</b>	<b>5.532</b>	<b>616.161</b>	<b>15.272</b>	<b>76.034</b>	<b>712.999</b>



## Se ha establecido una **prioridad al enfoque comercial de Santander** hacia buques de menos de 290 mts de eslora y primando las categorías más altas.

Para priorizar el enfoque de la actividad comercial de Santander Cruise hemos seleccionado los grupos con cabida en el muelle de cruceros y ordenado por categoría de buques.

Dentro de cada grupo, los buques de mayor capacidad de pasajeros tienen prioridad.

### Relación categoría crucero-tamaño de buque (suma capacidad pax –lower berths- en Cantábrico)

Categoría	Tipo eslora			Total general
	Menos de 200 mts	200 a 290 mts	Mas de 290 mts	
General	7 505	6 183.087	432.569	616.161
Exploración	5 5.532			5.532
Lujo	3 4.446	1 10.826		15.272
Premium	4 16.056	2 31.976	28.002	76.034
<b>Total general</b>	<b>26.539</b>	<b>225.889</b>	<b>460.571</b>	<b>712.999</b>

**68.836** llegadas en el Cantábrico (10%) son de categorías premium o lujo y de esloras factibles para muelle de cruceros Santander

**183.592** llegadas en el Cantábrico (25,7%) son de categorías general y de esloras factibles para muelle de cruceros Santander

- El muelle de cruceros puede acoger técnicamente al 35% de las llegadas que se producen en el Cantábrico.
- Esta cifra no es igual que el mercado alcanzable, que es mucho menor, ya que un buque realiza varias escalas en varios puertos del Cantábrico.

### Lista de prioridades - grupos

1. Lujo – 200 a 290 mts
2. Premium – 200 a 290 mts
3. Lujo – menos de 200 mts
4. Premium – menos de 200 mts
5. Exploración – menos de 200 mts
6. General – 200 a 290 mts
7. General – menos de 200 mts

# Las tarifas de puertos del Cantábrico presentan diferencias por los coeficientes correctores, siendo prácticamente idénticas las bonificaciones.

El puerto más caro del Cantábrico es A Coruña, con un coeficiente del +30%, sin embargo esto no impide que sea el puerto con más movimientos.

## Datos básicos de tarifas de puertos Cantábrico 2023

### Coeficientes correctores art. 89

Autoridad Portuaria	Tasa Buque	Tasa Pasaje	Tasa Mercancía
A CORUÑA.	1,30	1,00	1,30
ALICANTE.	1,20	1,10	1,25
ALMERÍA.	1,26	1,26	1,24
AVILÉS.	1,18	1,00	1,05
BAHÍA DE ALGECIRAS.	1,00	1,00	1,00
BAHÍA DE CÁDIZ.	1,18	1,10	1,00
BALEARES.	0,90	0,70	0,90
BARCELONA.	1,00	1,00	1,00
BILBAO.	1,05	1,05	1,05
CARTAGENA.	0,94	0,70	0,95
CASTELLÓN.	1,00	0,90	1,00
CEUTA.	1,30	1,30	1,30
FERROL-SAN CIBRAO.	1,18	0,88	1,13
GIJÓN.	1,25	1,10	1,20
HUELVA.	1,00	0,70	0,90
LAS PALMAS.	1,00	1,00	1,00
MÁLAGA.	1,10	1,00	1,13
MARÍN Y RÍA DE PONTEVEDRA.	1,09	1,00	1,12
MELILLA.	1,30	1,30	1,30
MOTRIL.	1,30	1,15	1,30
PASAIA.	1,25	0,95	1,15
SANTA CRUZ DE TENERIFE.	1,00	1,30	1,00
SANTANDER.	1,05	1,05	1,05
SEVILLA.	1,18	1,10	1,10
TARRAGONA.	1,00	0,70	1,00
VALENCIA.	0,90	1,00	1,20
VIGO.	1,10	1,00	1,20

### Coeficientes correctores art. 90

Autoridad Portuaria	Coefficiente Corrector MARPOL
A CORUÑA.	1,00
ALICANTE.	1,00
ALMERÍA.	1,30
AVILÉS.	1,22
BAHÍA DE ALGECIRAS.	1,00
BAHÍA DE CÁDIZ.	1,00
BALEARES.	1,30
BARCELONA.	1,10
BILBAO.	1,05
CARTAGENA.	1,00
CASTELLÓN.	1,00
CEUTA.	1,30
FERROL-SAN CIBRAO.	1,02
GIJÓN.	1,00
HUELVA.	1,00
LAS PALMAS.	1,30
MÁLAGA.	1,00
MARÍN Y RÍA DE PONTEVEDRA.	1,00
MELILLA.	1,30
MOTRIL.	1,30
PASAIA.	1,30
S.C. DE TENERIFE.	1,00
SANTANDER.	1,00
SEVILLA.	1,20
TARRAGONA.	1,10
VALENCIA.	1,00
VIGO.	1,00
VILAGARCÍA.	1,00

### Bonificaciones art. 88

Puerto Cruceros Turísticos	Tasa Buque		Tasa del pasaje	
	Tramo	Valor	Tramo	Valor
Vigo	Desde 1ª escala	40%	Desde 1er pax	40%
A Coruña	Desde 1ª escala	40%	Desde 1er pax	40%
Ferrol	Desde 1ª escala	40%	Desde 1er pax	40%
Vilagarcía	Desde 1ª escala	40%	Desde 1er pax	40%
Avilés	Desde 1ª escala	40%	Más de 100 pax	40%
Gijón	-	40%	-	40%
Santander	Desde 1ª escala	40%	Desde 1er pax	40%
Bilbao	(ilegible)	40%	(ilegible)	40%
Pasaia	Todas	40%	Todas	40%

Gracias al nuevo muelle de cruceros, Santander logra una buena situación competitiva en comparación con los principales puertos del Cantábrico.

Puerto	Muelle cruceros especializado (m)	Terminal cruceros	Otros muelles Pasajeros	Otros muelles polivalentes	Cercanía centro urbano	Tarifas	Notoriedad destino cruceros	Notoriedad marca global	Tráfico hasta septiembre 2023
A Coruña	1.340 (484 + 860)	Sí	No	-	Sí				258.241
Vigo	1.050 (750+300)	Sí (2)	No	-	Sí				153.958
Bilbao	680	Sí	878 (Ferry)	-	No				120.760
Gijón	No	No	No	1.044	No				24.988
Santander	335	Sí	390 (Ferry)	1.207	Sí				18.600
Pasajes	No	No	No	582	No				934
Avilés	260	No	No	-	No				0

# Índice

- 
1. Introducción y objetivos
  2. Diagnóstico sectorial y tendencias clave
  3. Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual
  4. El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos
  5. **Estudios y referencias de impacto económico**
  6. Participación sectorial
  7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción
-

## El análisis se basa en estudios que cuantifican el **impacto económico** de los cruceristas en el destino, con una gran horquilla de cifras de gasto directo por pasajero.

Existen múltiples estudios de impacto de los turistas de cruceros. Hemos recogido una tabla con los principales, estando el gasto directo de los pasajeros en el destino entre los 40,6 euros por persona de Andalucía 2022 y los 72 euros que calcula Baleares en 2015.

Las compras son el principal foco de gasto de los cruceristas en tránsito, con aproximadamente el 46% del gasto según tres encuestas aplicables a Santander. Le sigue el gasto en hostelería y restauración con el 34% y el 11% en actividades culturales y excursiones. El transporte público también es utilizado por los cruceristas con una media del 5% de su gasto directo.

Destino gasto cruceristas (Andalucía, Alicante y Rostock)	Media
Compras	46%
Hostelería	34%
Cultura y excursiones	11%
Transporte público	4%
Otros	5%
Total	100%

Para el estudio de impacto económico en Santander se ha seleccionado el rango bajo de 40€ (Andalucía) y el rango alto de 64€ (CLIA Europa), siempre pensando en cruceristas en tránsito.

### Estudios de gasto directo de cruceristas

Fuente estudio y tipo gasto (total o directo pax)	Pax puerto Tránsito €	Pax puerto base €	Tripulación
Puerto A Coruña (total 2022)	89,8		nd
Andalucía (gasto pax 2019*)	28,85	54,02	nd
Andalucía (gasto pax 2022)	40,6	200	21,6
Alicante (gasto pax 2021**)	43,2	nd	nd
Barcelona (gasto pax 2016)	57	230	nd
Baleares (gasto pax 2015)	72	155	76
Valencia (gasto pax 2016)	45	nd	nd
CLIA Europa (gasto pax 2018)	64,37	81,86	24,5
Rostock AL (gasto pax 2018 ***)	43,27	58,22	55,28

\* Fuente: SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía - TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA. Año 2019

\*\* Fuente: Asociación Alicante por el Turismo de Cruceros (ALTC).

\*\*\* Fuente: Schmücker y Koch (2018) Rostock-cruise-tourism-local-economic-impact-and-customer-satisfaction

## Al impacto directo de gasto de los cruceros hay que sumar el impacto indirecto y el inducido

Según un estudio económico realizado para CLIA, cada euro de gasto directo genera una facturación adicional de 1,21 euros (0,74 indirecto y 0,47 inducido).

Capítulos no estrictamente turísticos supusieron el 70% del impacto económico.

En 2022, el impacto total del negocio de cruceros en España fue de 5.670 millones de euros, una cifra que en 2019 llegó a ser de 5.910 millones de euros.

### Impacto del turismo de cruceros en España en 2022

Impacto 2022	Euro (miles)
Directo	2.570.000
Indirecto	1.900.000
Inducido	1.200.000
<b>Impacto Total</b>	<b>5.670.000</b>

### Impacto directo

Concepto 2022	Euro (miles)
Gasto del turista	780.000
Compras de las navieras	1.360.000
Gasto de tripulantes	70.000
Construcción y Reparación Naval	380.000
<b>Total Gasto Directo</b>	<b>2.590.000</b>



# Es conveniente señalar que la **industria de construcción naval** también se beneficia de este sector y eso incluye puntualmente a Cantabria.

Aunque Estados Unidos es el principal emisor y sede de las mayores compañías, **Europa es la región más beneficiada del gasto total en el sector**, debido a la existencia de grandes astilleros en Finlandia, Alemania, Francia, España, Italia y Croacia, entre otros.

En Cantabria, ASTANDER ha realizado trabajos en el Evrima de Ritz-Carlton, así como para otras compañías.

## Impacto directo por gastos del sector de cruceros (2021 por región y tipo gasto)



Source: CLIA 2021 Economic Impact Study, Oxford Economics (2022 Economic Impact results to be released in September 2023)



Fuente: CLIA

## Ejemplo crucero en Cantabria

ACONTECER MARÍTIMO - DESTACADO

# Astander concluye el dilatado proceso del buque "Evrima"

190 mts - 300 pax - 25k GT



Juan Carlos Diaz Lorenzo · 19 septiembre, 2022

♥ 10 ◊ 7.2k ↵ 4

**ASTANDER**



"Evrima" es un buque notable en su categoría, y también caro

Finalizadas las pruebas de mar oficiales en aguas del Cantábrico, el buque "Evrima" (IMO 9823687), abanderado en Malta, ha sido entregado a su compañía armadora y ha zarpado de Santander en viaje a Gibraltar para bunkering y posterior posicionamiento en Barcelona, donde iniciará su crucero inaugural.

Foto: Puentedemando.com

## Como referencia del gasto turístico, los turistas que visitaron Cantabria en 2022 gastaron 1.139 millones de euros, con los extranjeros sumando 355 millones.

El turismo nacional es el más importante en Cantabria y por lo tanto el más voluminoso desde el punto de vista de gasto.

En concreto, los turistas residentes en España que pernoctaron en alojamientos 'de mercado', gastaron 533 millones de euros en la Comunidad Autónoma en 2022.

Los turistas extranjeros gastaron 355 millones de euros, pero su gasto medio por persona en el viaje (1.099 euros) y su gasto diario por persona (126€) es mucho mayor que el de los residentes en España (356,17€ y 88,52€ respectivamente).

El gasto por día de un crucerista en puerto de tránsito (entre 40€ y 64€) es inferior al de un turista alojado en establecimiento reglado y mayor al de turista de segunda residencia o familia (28,87€).

### Gasto de los turistas internacionales y residentes en España en Cantabria 2022

Origen turistas	Tipo alojamiento	Gasto total (Millones€)	Gasto medio por persona €	Gasto medio diario por persona€	
Extranjeros (EGATUR)	Alojamiento de mercado	355,75	1.099,00	126,00	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;">           Hotelero            Vivienda en alquiler            Camping            Casa rural         </div>
Españoles (ETR)	Alojamiento de mercado (alojamientos reglados)*	533,18	356,17	88,52	
	Alojamiento no de mercado (2ª residencia y familia)**	250,81	118,71	28,87	<div style="border: 1px solid gray; padding: 5px;">           Vivienda en propiedad            Vivienda de familiares o amigos            Resto de no mercado         </div>
Total gasto turistas en alojamientos de mercado		888,93			
Total gasto turistas de todo tipo		1.139,73			

Fuente: INE

\* Incluye: Hotelero, Vivienda en Alquiler, Camping y Turismo Rural. Excluido en el dato/query Albergues y resto de mercado.

\*\* Incluye: Vivienda en propiedad, vivienda de familiares y amigos, y resto de no mercado



# Índice

- 
1. Introducción y objetivos
  2. Diagnóstico sectorial y tendencias clave
  3. Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual
  4. El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos
  5. Estudios y referencias de impacto económico
  - 6. Participación sectorial**
  7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción
-

## Para la realización del proyecto de estudio de impacto y hoja de ruta se ha contado con la participación del sector.

Una parte fundamental del proyecto han sido las reuniones convocadas en noviembre y diciembre de 2023 con diferentes agentes vinculados al sector de cruceros turísticos.

En estos encuentros se han podido poner en común diversas perspectivas acerca de la situación del sector en Santander y Cantabria, se ha contrastado información y se han abordado las necesidades y oportunidades actuales de los diferentes agentes.

En las reuniones se ha utilizado un formato abierto con un guion estructurado que sigue los siguientes puntos:

- Entorno sectorial y selección de destinos por los operadores.
- El proceso de compra de los pasajeros y el destino.
- El Puerto de Santander, infraestructuras, servicio y precio.
- La oferta turística del destino.
- La coordinación de los agentes sectoriales en Santander-Cantabria

El formato utilizado han sido entrevistas individuales en las que los agentes participantes han debatido y valorado los puntos de discusión planteados por el equipo de proyecto, enriqueciéndolo con sus aportaciones y propuestas.

### Tipología de agentes sectoriales participantes en las reuniones

- Agencias consignatarias de buques representantes de navieras.
- Guías turísticos y Asociación de Guías.
- Oficina Institucional de Turismo.
- Turoperadores receptivos.
- Operadores de servicios turísticos en Santander.
- Mayoristas de viajes especializados en cruceros.
- Adicionalmente, se han realizado consultas de impacto a empresas relacionadas con el sector del turismo y la hostelería de Cantabria.

# Índice

- 
1. Introducción y objetivos
  2. Diagnóstico sectorial y tendencias clave
  3. Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual
  4. El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos
  5. Estudios y referencias de impacto económico
  6. Participación sectorial
  - 7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción**
    - 1. Retos y posicionamiento estratégico**
    2. Escenarios e impacto
    3. Ejes estratégicos y líneas de acción
-

## La definición de la hoja de ruta de Santander Cruise da respuesta a unos **retos clave**, fijando una serie de **principios estratégicos**.

### Retos

¿Cómo damos respuesta a la extraordinaria oportunidad que ofrece el muelle de cruceros y la terminal especializada?

¿Cómo afrontamos con éxito la tendencia divergente de mercado hacia los grandes buques generalistas y los buques premium y de lujo?

¿Cómo ofrecemos un servicio excelente y confiable a las navieras y sus turoperadores?

¿Cómo logramos que Santander y Cantabria sean un destino ideal para los turistas de cruceros maximizando el impacto local?

### Principios estratégicos

- Asegurar una buena comunicación con los decisores de las navieras acerca de la oportunidad de contar con una terminal de pasajeros en una ubicación única en las ciudades del Cantábrico.
  - Asegurar que disponemos de las herramientas como información técnica, contenidos sobre el destino y medios de comunicación con llegada a los decisores de las navieras.
  - Aumentar el número de cruceros y cruceristas recibidos en Santander.
- Enfocar nuestra acción comercial y de captación prioritaria hacia aquellos buques que tienen cabida en la terminal de cruceros, comenzando por los de gama más alta.
  - Disponer de una oferta específica y diferencial de recursos y servicios para los buques premium y de lujo.
  - Definir criterios operativos claros para los grandes buques, que de una respuesta segura para los planificadores de rutas y los turoperadores.
- Reforzar los mecanismos de coordinación sectorial.
  - Establecer mecanismos para que los turoperadores conozcan e interaccionen con los recursos turísticos y culturales locales.
  - Convertir a Santander en un destino prioritario para las compañías premium y de lujo.
- Asegurar que el sector turístico de Santander y Cantabria conoce la oportunidad del turismo de cruceros y responde con una oferta adecuada a este mercado.
  - Asegurar que los cruceristas identifican Santander y Cantabria como un destino 'Cruise Friendly', enriqueciendo la plataforma Santander Cruise Deluxe con los recursos de Santander y Cantabria.
  - Rentabilizar el potencial de herramientas de Santander Smart City y DTI, así como recursos digitales de CANTUR.
  - Demostrar el potencial de Santander como puerto base de cruceros para el mercado nacional a largo plazo.

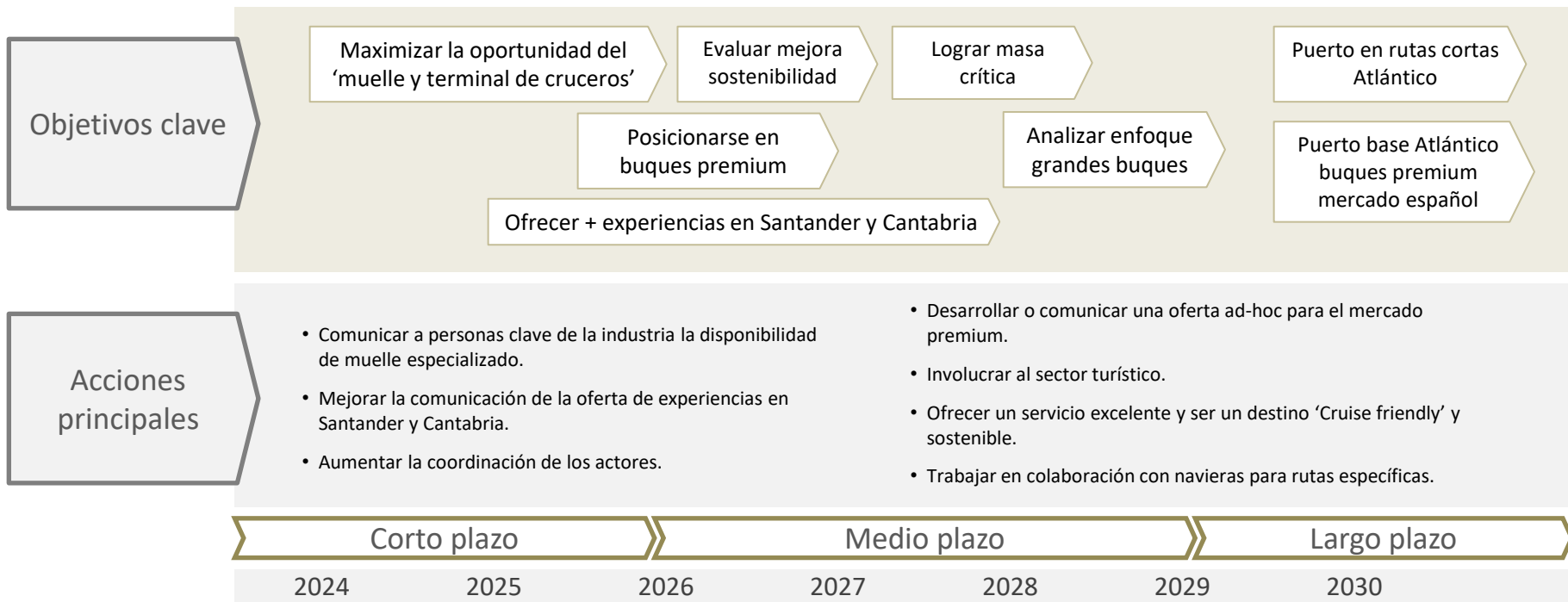
El **posicionamiento estratégico** refleja una visión de Santander Cruise para nosotros y nuestros interlocutores.

Queremos que **Santander** sea el **puerto de referencia** en cruceros **premium** en el **norte de España**, un destino abierto y **amistoso** para los cruceristas más cosmopolitas, con una extraordinaria **oferta cultural y urbana** a pie de muelle, y una oferta de **experiencias** sorprendentes en toda **Cantabria**, gracias a una profunda **coordinación** sectorial que genera **impacto** económico

Posicionamiento estratégico



## La propuesta estratégica se organiza en varias etapas.



# Índice

- 
1. Introducción y objetivos
  2. Diagnóstico sectorial y tendencias clave
  3. Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual
  4. El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos
  5. Estudios y referencias de impacto económico
  6. Participación sectorial
  - 7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción**
    1. Retos y posicionamiento estratégico
    - 2. Escenarios e impacto**
    3. Ejes estratégicos y líneas de acción
-

# La aplicación de la estrategia genera unos escenarios de crecimiento de cruceros con diferentes objetivos de impacto.

Para analizar la oportunidad se han diseñado tres escenarios. El primero es continuista, con un aumento de la actividad dirigida por el crecimiento del mercado.

El segundo escenario, que consideramos el objetivo o base, se ha llamado ‘maximizar la oportunidad’, porque consiste en comercializar de forma activa el

recurso actual del muelle de cruceros aprovechando también la capacidad disponible para cruceros en el muelle de ferris, especialmente para los mayores buques.

El tercer escenario cuenta con una solución para grandes buques, de más de 290 metros de eslora, si bien se realiza como un ejercicio teórico ya que requiere cambios en infraestructuras.

Escenarios de crecimiento	Nombre del escenario	Descripción	Cuantificación
	A. Escenario actual	Escenario incremental en base a previsiones 2024 sin cambios significativos y crecimiento de mercado premium y general.	Buques <290m*: tasa crecimiento mercado premium Buques >290m: escalas 4.000 pax. ocasionales (2 año)
	B. Escenario base maximizar oportunidad	Escenario que maximiza oportunidad de muelle de cruceros para buques <290 y muelle ferris en disponibilidad para buques >290	Buques <290m*: tasa crecimiento mercado premium x2 Buques >290m: escalas 4.000 pax. x3 (6 año)
	C. Escenario maximizar + solución buques grandes	Escenario que maximiza oportunidad de muelle de cruceros para buques <290 y solución a largo plazo permanente para buques >290	Buques <290m*: tasa crecimiento mercado premium x2 Buques >290m: escalas 4.000 pax. (2-6-15-25 escalas año)

### Tasas de crecimiento mercado premium y general

Año	Premium capacidad mercado	General mercado
2025	7,2%	3,3%
2026	5,6%	3,5%
2027	5,7%	2,8%
2028	6,6%	2,8%

Fuente: Cruise Industry News y CLIA



## El escenario de maximizar la oportunidad es el objetivo central de la hoja de ruta, llegando a 47 escalas y 90.000 cruceristas en 2030.

En el escenario 'maximizar la oportunidad', alcanzamos casi 90.000 cruceristas en 2030.

Esto se logra con un pequeño número de buques de más de 290 metros de eslora, tan solo 6, porque el muelle de ferris tiene un alto grado de ocupación.

Hay que recordar que los buques de menos de 290 metros de eslora pueden alcanzar cifras importantes de cruceristas, como ocurre con el Ventura con 3.000 pasajeros.



### Escenario actual

Tipo buque	Partida 2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Escalas buques <290	21	23	24	25	27	29	30
Pasajeros <290	32.000	34.316	36.249	38.315	40.854	43.561	46.448
Escalas buques >290	2	2	2	2	2	2	2
General >290 4.000 pax	8.000	8.267	8.556	8.796	9.042	9.296	9.557
Total Cruceristas Santander	40.000	42.582	44.805	47.111	49.896	52.857	56.004
Total Escalas	23	25	26	27	29	31	32

### Escenario maximizar oportunidad

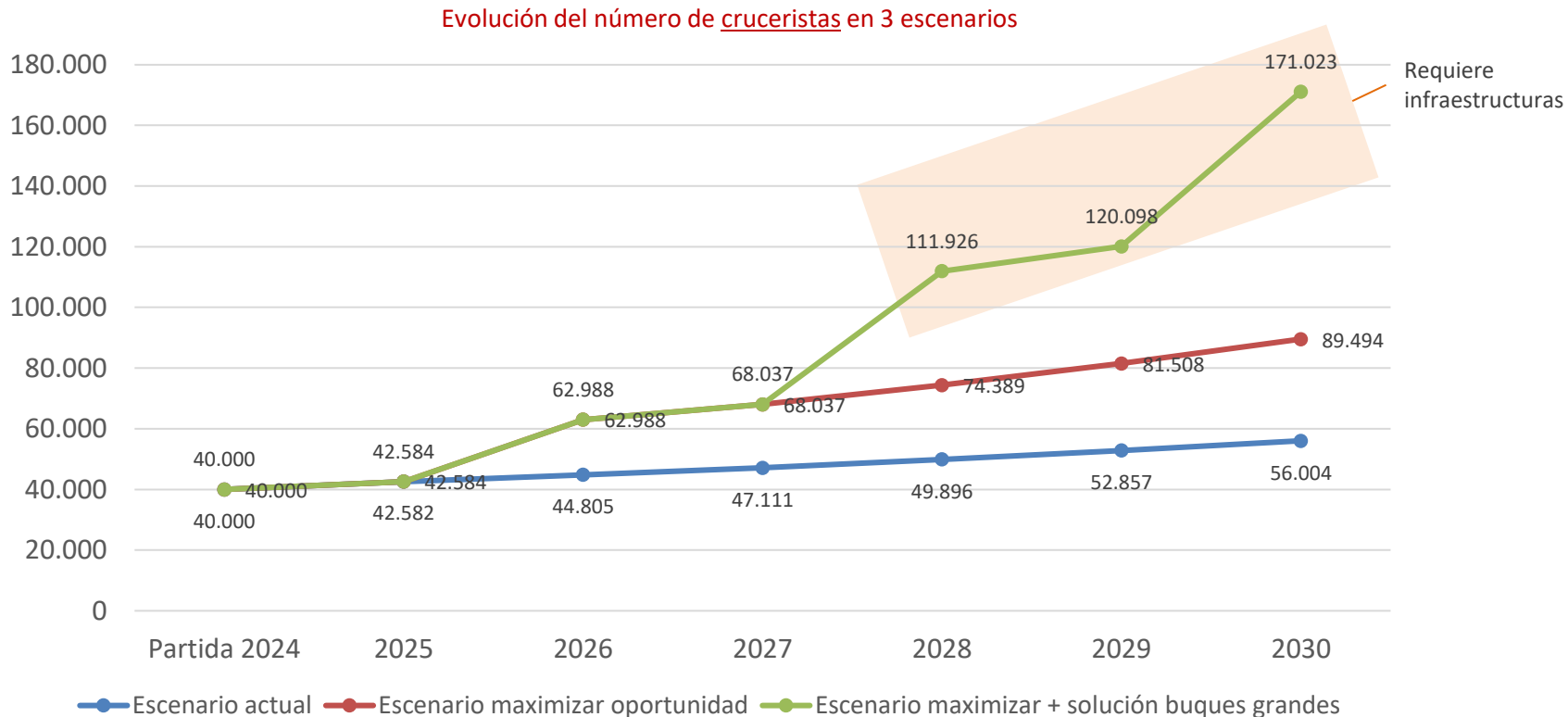
Tipo buque	Partida 2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Escalas buques <290	21	23	25	28	32	36	41
Pasajeros <290	32.000	34.316	38.182	42.535	48.172	54.556	61.786
Escalas buques >290	2	2	6	6	6	6	6
General >290 4.000 pax	8.000	8.267	24.800	25.496	26.211	26.946	27.702
Total Cruceristas Santander	40.000	42.584	62.988	68.037	74.389	81.508	89.494
Total Escalas	23	25	31	34	38	42	47

### Escenario maximizar + solución buques grandes

Tipo buque	Partida 2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Escalas buques <290	21	23	25	28	32	36	41
Pasajeros <290	32.000	34.316	38.182	42.535	48.172	54.556	61.786
Escalas buques >290	2	2	6	6	15	15	25
General >290 4.000 pax	8.000	8.267	24.800	25.496	63.739	65.527	109.212
Total Cruceristas Santander	40.000	42.584	62.988	68.037	111.926	120.098	171.023
Total Escalas	23	25	31	34	47	51	66

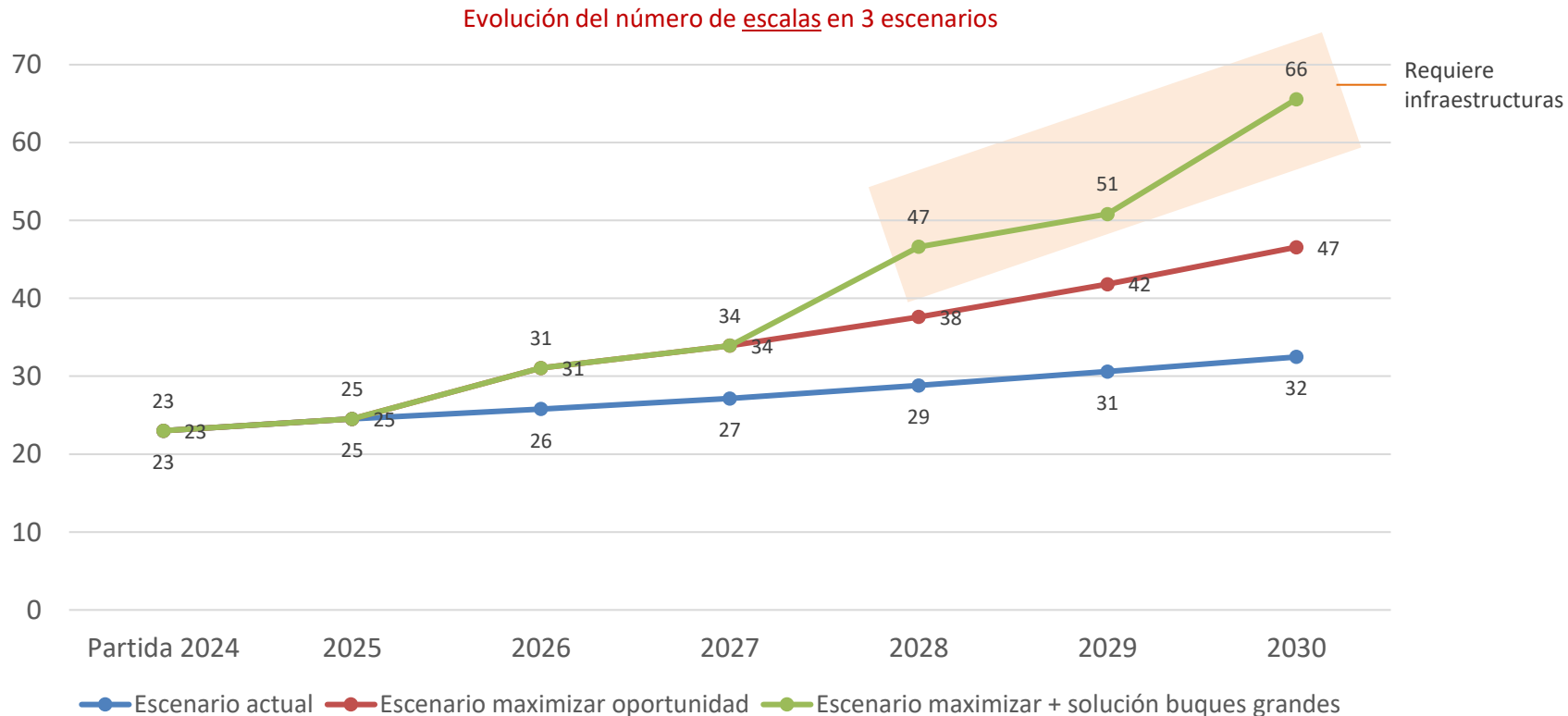
## Evolución de número de cruceristas según escenario.

La descripción gráfica de los escenarios demuestra el impacto multiplicador de los grandes buques en el número de pasajeros, que se encuentran muy limitados en los escenarios 'actual' y de 'maximizar oportunidad'.



## Evolución de **escalas** según escenario.

La cifra de escalas crece en el escenario con una solución para grandes buques, pero esto requiere una inversión en infraestructura, incluso es posible que requiera un plazo mayor.



La cifra media de pasajeros por buque se calcula con las previsiones de 2024 (con varias visitas de Ventura) y se incrementa en base a crecimiento de mercado.

Se ha aplicado la tasa de crecimiento del mercado general solo para los grandes buques, reflejando el aumento de capacidad de los mismos, lo que se traduce en un mayor número de pasajeros por buque.

En los escenarios 'maximizar oportunidad' y 'maximizar + solución grandes buques' esto se ha hecho solo en ciertos periodos para disponer de cifras más ajustadas.



### Evolución del número de pasajeros por buque

#### Escenario actual

Tamaño medio buques pax	Partida 2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<290	1.524	1.524	1.524	1.524	1.524	1.524	1.524
>290	4.000	4.133	4.278	4.398	4.521	4.648	4.778

En grandes buques se aplica crecimiento de mercado como crecimiento de pasajeros por buque

#### Escenario maximizar oportunidad

Tamaño medio buques pax	Partida 2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<290	1.524	1.524	1.524	1.524	1.524	1.524	1.524
>290	4.000	4.133	4.133	4.249	4.368	4.491	4.617

En grandes buques se aplica crecimiento de mercado como crecimiento de pasajeros por buque solo en ciertos periodos

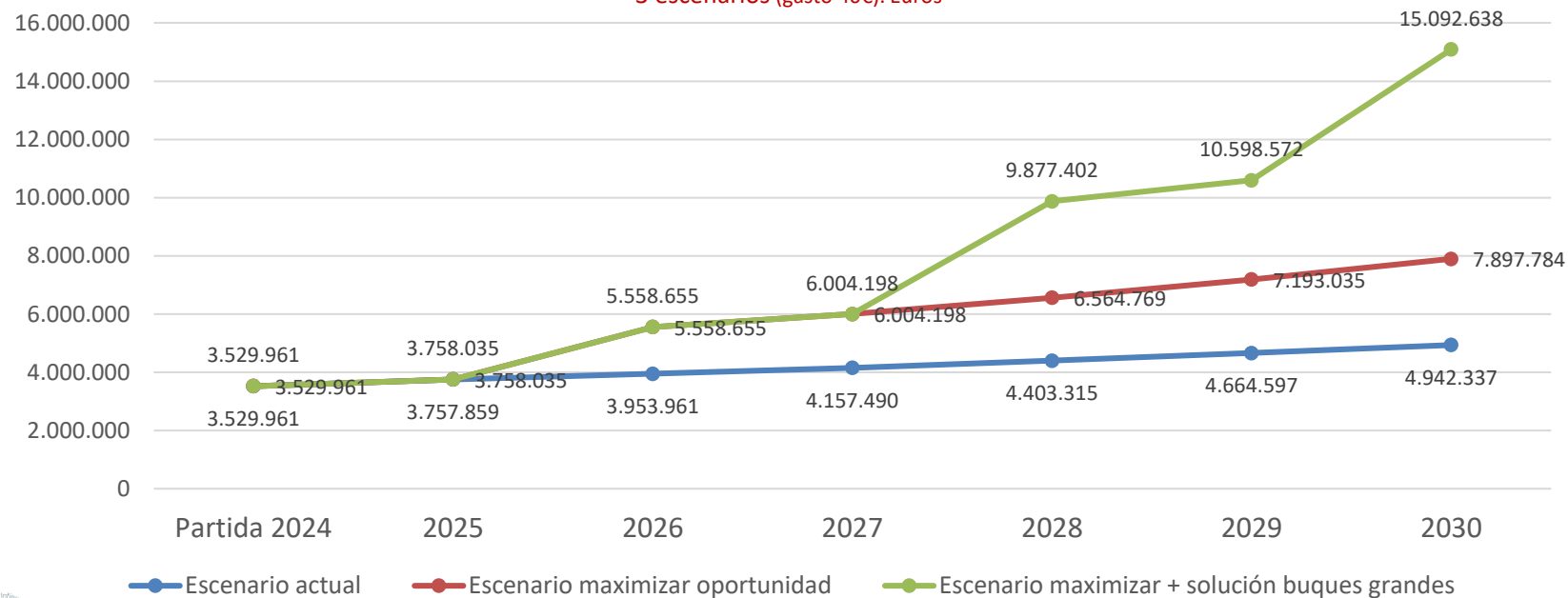
#### Escenario maximizar + solución buques grandes

Tamaño medio buques pax	Partida 2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<290	1.524	1.524	1.524	1.524	1.524	1.524	1.524
>290	4.000	4.133	4.133	4.249	4.249	4.368	4.368

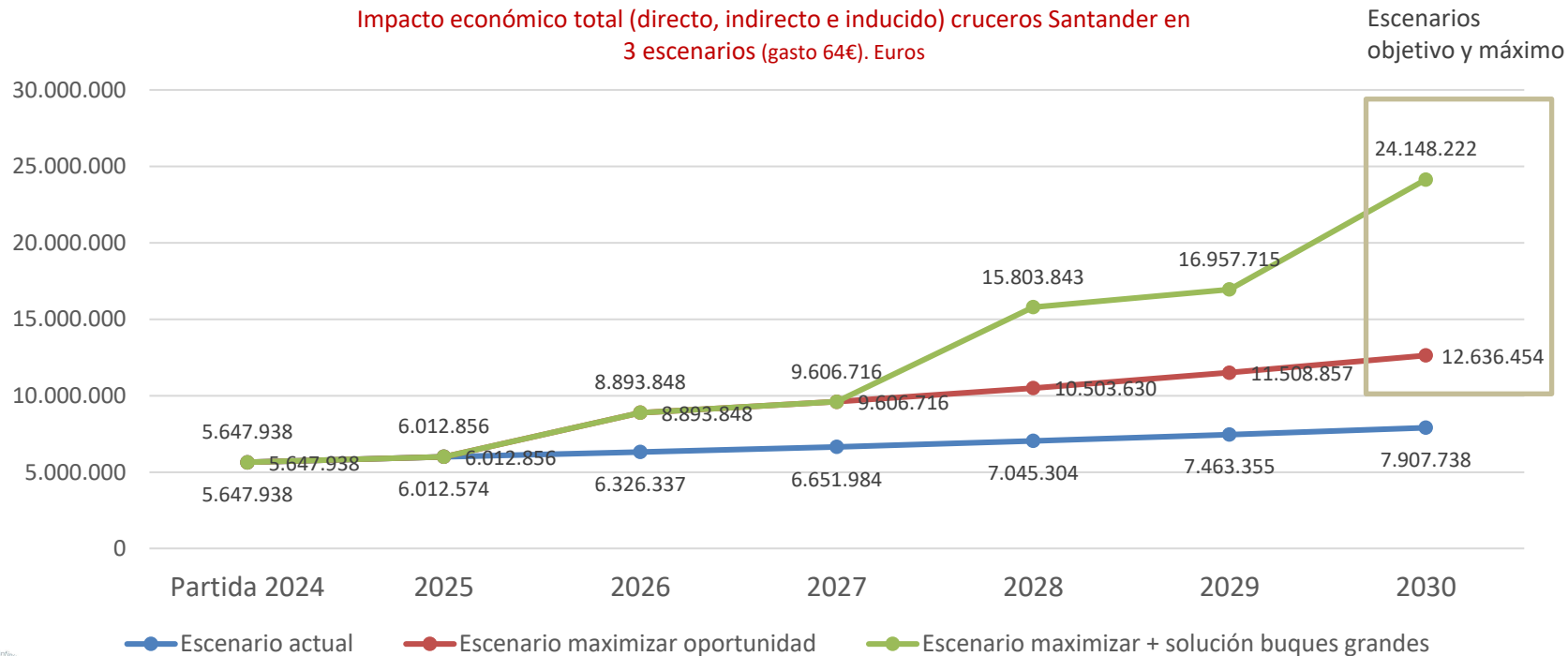
En grandes buques se aplica crecimiento de mercado como crecimiento de pasajeros por buque solo en ciertos periodos

El impacto económico total de la actividad de cruceros en Santander varía significativamente en función del escenario, con potencial de entre 4,9 y 15 millones en 2030 utilizando el rango bajo de gastos de los cruceristas en escala (40€ Andalucía 2022).

Impacto económico total (directo, indirecto e inducido) cruceros Santander en  
3 escenarios (gasto 40€). Euros

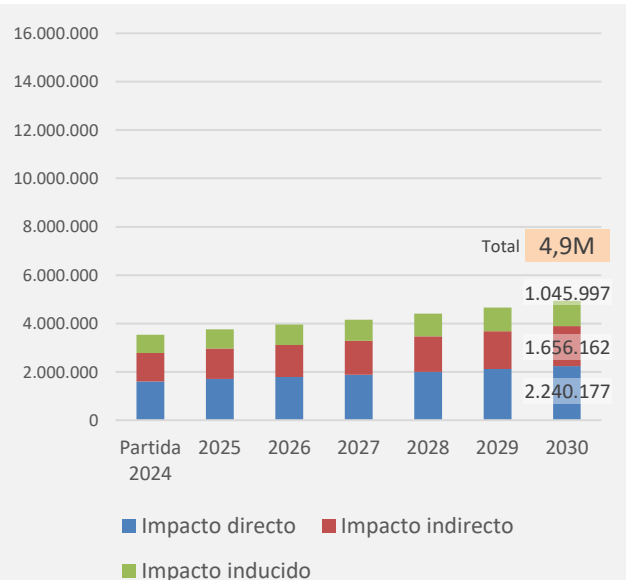


Si utilizamos el dato de CLIA de gastos de los cruceristas en escala (64€ 2018), el impacto potencial oscila entre 7,9 millones, y 24 millones de euros en 2030 en el mejor escenario.

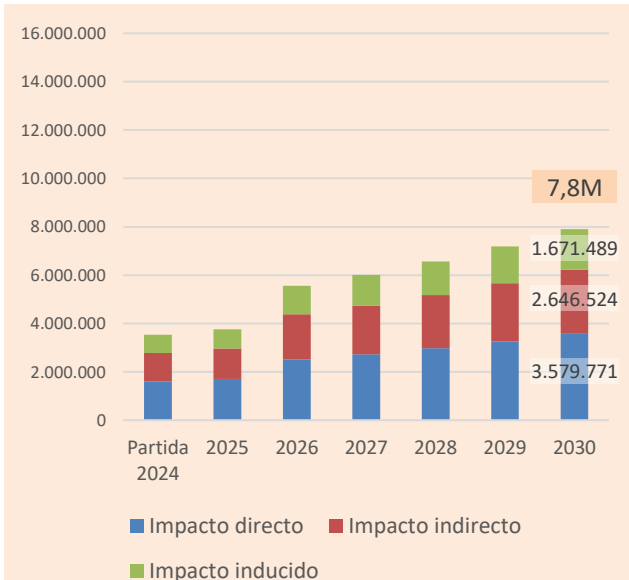


El impacto de la actividad de cruceros se divide en directo, indirecto e inducido (con ratios CLIA), y oscilan entre 4,9M y 15Millones de euros en el rango de gasto bajo.

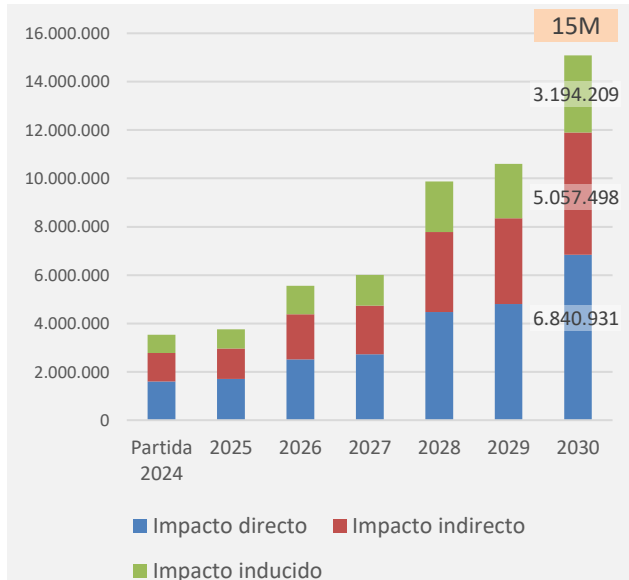
Impacto económico cruceros Santander en escenario actual (gasto 40€). Euros



Impacto económico cruceros Santander en escenario maximizar oportunidad (gasto 40€). Euros

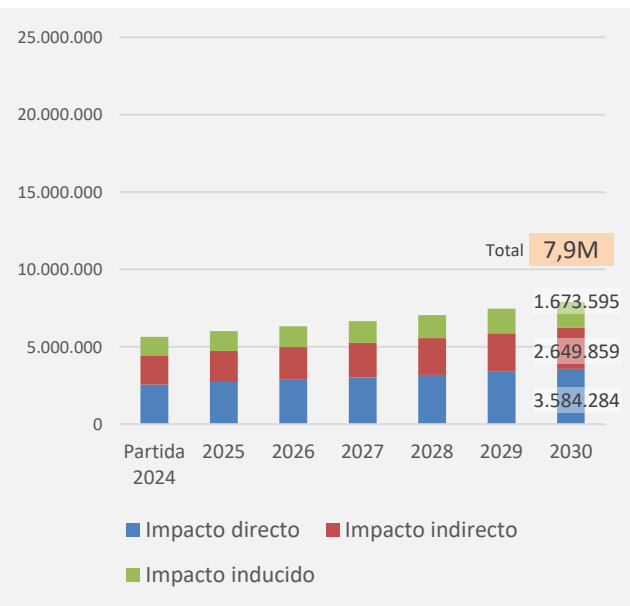


Impacto económico cruceros Santander en escenario maximizar + solución buques grandes (gasto 40€). Euros

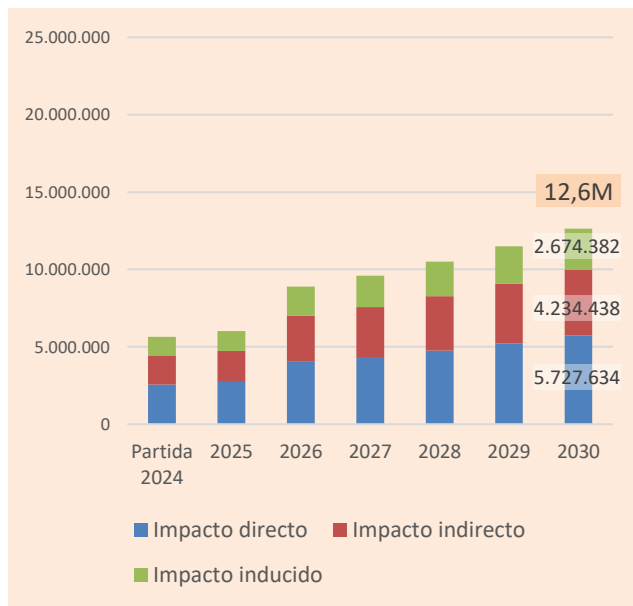


En el rango de gasto por escala señalado por CLIA, de 64 euros por persona, se alcanzan los 24 millones de euros en el mejor escenario de 2030.

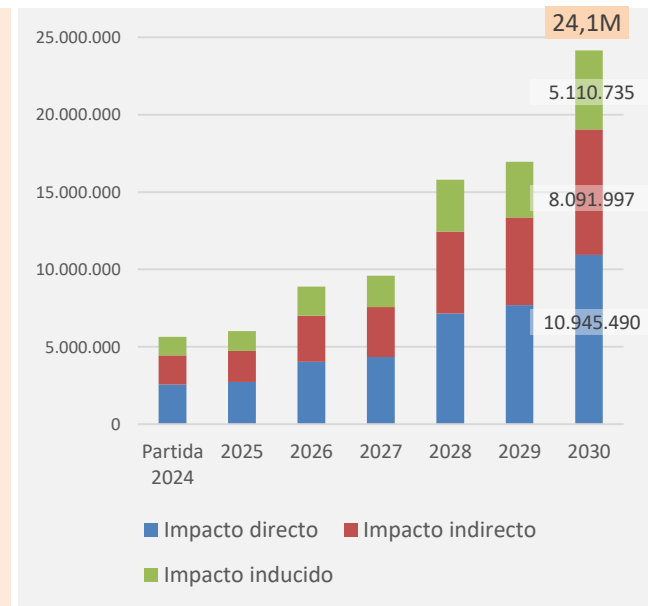
Impacto económico cruceros Santander en escenario actual (gasto 64€). Euros



Impacto económico cruceros Santander en escenario maximizar oportunidad (gasto 64€). Euros



Impacto económico cruceros Santander en escenario maximizar + solución buques grandes (gasto 64€). Euros





## El destino del gasto directo de los cruceristas se obtiene con estudios sectoriales aplicados al escenario de 'maximizar la oportunidad', en los dos rangos de gasto.

Las compras son el principal destino de gasto de los cruceristas, y en el escenario central de 'maximizar la oportunidad' la cifra de gasto en compras oscilará entre 1,6 y 2,6 millones de euros en 2030.

El gasto en hostelería y restauración llegará en 2023 a 1,2 y 1,9 millones de euros según el rango de gastos.

El gasto cultural y en excursiones oscila en este escenario entre los 408.971 euros y los 654.000 euros en el año 2023.

### Gasto directo de los cruceristas en Santander y Cantabria en escenario 'maximizar la oportunidad' (rango de gasto bajo -40€- y alto -64€-). Euros

#### Destino del gasto directo de cruceristas en el escenario 'maximizar oportunidad' en el rango de gasto bajo (40€ persona)

Destino gasto cruceristas	Partida 2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Compras	739.048	786.799	1.163.785	1.257.066	1.374.429	1.505.966	1.653.515
Hostelería	542.658	577.719	854.527	923.020	1.009.196	1.105.779	1.214.119
Cultura y excursiones	182.792	194.603	287.844	310.916	339.944	372.477	408.971
Transporte público	61.368	65.334	96.637	104.383	114.129	125.051	137.303
Otros	74.133	78.923	116.738	126.095	137.868	151.062	165.863
<b>Total</b>	<b>1.600.000</b>	<b>1.703.377</b>	<b>2.519.531</b>	<b>2.721.479</b>	<b>2.975.565</b>	<b>3.260.335</b>	<b>3.579.771</b>

#### Destino del gasto directo de cruceristas en el escenario 'maximizar oportunidad' en el rango de gasto alto (64€ persona)

Destino gasto cruceristas	Partida 2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Compras	1.182.477	1.258.878	1.862.056	2.011.305	2.199.087	2.409.546	2.645.624
Hostelería	868.252	924.351	1.367.243	1.476.831	1.614.713	1.769.246	1.942.590
Cultura y excursiones	292.468	311.364	460.551	497.465	543.910	595.964	654.354
Transporte público	98.190	104.534	154.620	167.013	182.606	200.082	219.685
Otros	118.613	126.277	186.781	201.752	220.589	241.700	265.380
<b>Total</b>	<b>2.560.000</b>	<b>2.725.404</b>	<b>4.031.250</b>	<b>4.354.367</b>	<b>4.760.905</b>	<b>5.216.536</b>	<b>5.727.634</b>

## Los ingresos directos en 2030 para la A. P. de Santander oscilan entre 344.000 euros en un escenario continuista y más de 900.000 euros con una solución a grandes buques.

Los ingresos directos de la Autoridad Portuaria de Santander se han calculado con una hipótesis de ingreso medio por escala y buque menor a 290 mts de eslora de 10.000 euros, que corresponde con el ingreso medio real actual, y un ingreso estimado en buques de más de 290 mts de eslora de 20.000 euros. Esta cifra se ha aplicado a las escalas previstas.

Al igual que ocurre en la actualidad, los buques de mayor eslora y GT tienen un impacto significativo en la cifra de ingresos de la Autoridad Portuaria.

### Hipótesis de ingreso medio por buque y escala

Tipo de buque	Ingreso medio
Buque <290 metros	10.000 €
Buque >290 metros	20.000 €

### Ingreso directo de la Autoridad Portuaria de Santander por escalas de cruceros en tres escenarios. Euros

#### Escenario actual

Tamaño medio buques	Partida						
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<290	210.000	225.197	237.884	251.444	268.106	285.871	304.813
>290	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
<b>Total ingresos APS euros</b>	<b>250.000</b>	<b>265.197</b>	<b>277.884</b>	<b>291.444</b>	<b>308.106</b>	<b>325.871</b>	<b>344.813</b>

#### Escenario maximizar oportunidad

Tamaño medio buques	Partida						
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<290	210.000	225.197	250.571	279.138	316.130	358.025	405.472
>290	40.000	40.000	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
<b>Total ingresos APS euros</b>	<b>250.000</b>	<b>265.197</b>	<b>370.571</b>	<b>399.138</b>	<b>436.130</b>	<b>478.025</b>	<b>525.472</b>

#### Escenario maximizar + solución buques grandes

Tamaño medio buques	Partida						
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
<290	210.000	225.197	250.571	279.138	316.130	358.025	405.472
>290	40.000	40.000	120.000	120.000	300.000	300.000	500.000
<b>Total ingresos APS euros</b>	<b>250.000</b>	<b>265.197</b>	<b>370.571</b>	<b>399.138</b>	<b>616.130</b>	<b>658.025</b>	<b>905.472</b>

# Índice

- 
1. Introducción y objetivos
  2. Diagnóstico sectorial y tendencias clave
  3. Diagnóstico interno: oferta y posicionamiento actual
  4. El Cantábrico: detalle de mercado, operadores y puertos
  5. Estudios y referencias de impacto económico
  6. Participación sectorial
  - 7. Hoja de Ruta: posicionamiento estratégico, escenarios e impacto y líneas de acción**
    1. Retos y posicionamiento estratégico
    2. Escenarios e impacto
    - 3. Ejes estratégicos y líneas de acción**
-

## La hoja de ruta de Santander Cruise se ordena en 5 ejes estratégicos:

Los tres primeros ejes estratégicos de la hoja de ruta se ordenan como una secuencia: primero atraer más cruceros y cruceristas priorizando por objetivos, segundo ofrecer un servicio excelente, y en tercer lugar aumentar el impacto económico local.

Los tres ejes de Santander Cruise se apoyan en dos ejes transversales: acciones vinculadas con la sostenibilidad y la innovación del destino y acciones relacionadas con la coordinación y gobernanza de Santander Cruise.

### Ejes estratégicos de Santander Cruise Deluxe

#### Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Objetivo: aumentar el número de buques objetivo y cruceristas en Santander.



#### Gestión del servicio a buques y pasajeros

Objetivo: ofrecer un servicio excelente y coordinado, 'Cruise friendly' que genere fidelidad de las navieras.



#### Refuerzo del impacto local

Objetivo: maximizar el beneficio de la visita de los cruceristas, integrándolos en la oferta local.



#### Sostenibilidad e innovación del destino

Objetivo: asegurar la sostenibilidad de la actividad de cruceros y una gestión innovadora



#### Coordinación y gobernanza

Objetivo: garantizar una respuesta conjunta y coordinada de todos los agentes vinculados a los cruceros



# Los 5 ejes estratégicos se desarrollan en 19 líneas de actuación

## Ejes estratégicos

## Líneas de actuación

### Captación y crecimiento del turismo de cruceros

1. Desarrollo de un programa de venta consultiva del destino a cuentas a clave (itinerary planners de navieras).
2. Lanzamiento de una campaña en medios especializados de pago que otorgue notoriedad y de cobertura al programa de venta.
3. Marketing de Contenidos: mantener el esfuerzo en medios propios y aumentar los contenidos de Santander en medios ganados como foros de cruceros.
4. Desarrollo de mercado de largo plazo: rutas cortas en el Golfo de Vizcaya y Santander Puerto Base.

### Gestión del servicio a buques y pasajeros

1. Programa de atención a cruceros fuera de la Estación Marítima.
2. Plan de amenización al regreso de cruceristas para lograr mejora de satisfacción y notoriedad de Santander.
3. Programa a medio plazo de recursos y servicios exclusivos para los cruceros premium y lujo.

### Refuerzo del impacto local

1. Desarrollar un catálogo de excursiones, servicios y experiencias que sean válidas y confiables para los cruceristas y comunicar a navieras y turoperadores.
2. Poner a disposición de los cruceros premium la oferta premium existente en Santander y Cantabria.
3. Asegurar que existe una oferta en destino con propuesta activa válida para el público más familiar y de jóvenes adultos.

### Sostenibilidad e innovación del destino

1. Identificar actividades de Turismo Regenerativo para ofrecer a las navieras y turoperadores.
2. Mejorar la percepción del entorno ciudadano acerca del turismo de cruceros.
3. Realizar la evaluación de las necesidades y mecanismos de solución para OPS de cruceros en el Puerto de Santander.
4. Visualizar y medir actividad vinculada a cruceros dentro de Santander DTI Destino Turístico Inteligente, mejorando el conocimiento del perfil del crucerista.
5. Evaluar uso de herramientas de previsión de demanda de cruceros para orientar la actividad de ventas y de gestión local.

### Coordinación y gobernanza

1. Crear un grupo de trabajo de agentes sectoriales para Santander Cruise.
2. Dar entrada a las empresas y entidades locales en el portal de Santander Cruise con un formato de 'club de amigos'.
3. Aumentar la cobertura de comunicación de previsiones de llegadas a agentes locales y profundizar con un sistema de avisos de llegadas de corto plazo.
4. Desarrollo de materiales para dar cobertura a las acciones de marketing y servicio.

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

## 1.1 Desarrollo de un programa de venta consultiva del destino a cuentas clave (itinerary planners de navieras)

Descripción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esta línea está orientada a fortalecer la actividad de venta Santander Cruise Deluxe ante los/las itinerary planners y otros decisores claves de las compañías navieras. Se debe hacer de acuerdo con la priorización de compañías y buques target realizada en el diagnóstico de la hoja de ruta.</li> <li>El objetivo es dar a conocer la oferta de Santander y Cantabria de forma proactiva, no dependiendo de gestiones realizadas por OETs, sino buscando la colaboración de estas y otros agentes para llegar a los destinatarios identificados, que están fundamentalmente localizados en Miami y en Southampton, así como en otros puntos, como Madrid para Explora Journeys, Marsella para Ponant, Ipswich para Fred Olsen, etc.</li> <li>La fórmula de relación con las cuentas clave se basa en la venta consultiva, con un análisis previo, caso a caso, de su oferta actual y buscando el encaje con la propuesta de Santander. El proceso de venta es personal y requiere de al menos una persona con una dedicación importante.</li> <li>Las tareas son las habituales para un equipo de venta, con contacto directo on-line y personal con los interlocutores, y se complementan y apoyan en herramientas sectoriales como participación en ferias, misiones directas en grupo con otros agentes de Santander Cruise, viajes de familiarización, e idealmente debieran estar soportadas en un CRM aunque sea básico.</li> </ul>
Principales acciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realización de base de datos de objetivos prioritarios con identificación de personas objetivo concretas.</li> <li>Diseño de un plan de venta con un calendario de contactos, objetivos, presupuesto, etc.</li> <li>Diseño de materiales para la venta de Santander Cruise.</li> <li>Lanzamiento de contactos personalizados con interacción en ferias, visitas a centros de decisión, invitación a visitar Santander.</li> <li>Coordinar cooperación con agentes portuarios en este ámbito, en particular agentes consignatarios.</li> <li>Evaluar posible apoyo de especialistas promotores del área de Industria (Sodercan), como en el modelo Andalucía Cruise y Extenda Andalucía, o promotores/as especializados como en el caso de Gijón o Bilbao.</li> </ul>

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Alta	Alta	APS	Medio-Alto

# Descripción de líneas de actuación

Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

1.2 Lanzamiento de una campaña en medios especializados de pago que otorgue notoriedad y de cobertura al programa de venta	
Descripción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Santander Cruise Deluxe cuenta con una fortaleza importante desde marzo de 2023: la disponibilidad de un muelle y terminal especializados en cruceros en pleno centro urbano. Sin embargo no es evidente que las principales compañías navieras conozcan este cambio.</li> <li>Es recomendable utilizar medios de comunicación consolidados y con audiencia entre los decisores clave para comunicar esta oportunidad de forma rápida.</li> <li>El periodo de inserciones publicitarias sería el más próximo posible, ya que cualquier acción no tendrá impacto hasta pasado 1,5/2 años.</li> <li>En particular el medio de comunicación líder es Cruise Industry News, que cuenta con el mayor reach del sector.                         <ul style="list-style-type: none"> <li>Este medio tiene una periodicidad trimestral.</li> <li>En abril publica un número especial para Itinerary Planners en donde se anuncian algunos de los principales puertos de cruceros del mundo.</li> <li>En julio publica número enfocado a líneas en Europa.</li> <li>Es el mecanismo más sencillo, efectivo y rápido para dar a conocer la oferta de Santander.</li> </ul> </li> <li>Otros medios con audiencia internacional a valorar son Cruise&amp;Ferry, que también cuenta con un número anual para Itinerary Planners, y más recientemente Cruise Times.</li> <li>A medio plazo puede reforzarse con jornadas en Santander como Santander Cruise Forum.</li> </ul>
Principales acciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de los media kits recopilados (actualmente disponibles de Cruise Industry News y Cruise&amp;Ferry).</li> <li>Diseño de creativities. Utilizar para el diseño referencias de los medios disponibles (ejemplo: anuncio Seattle Perfectly Positioned -<a href="https://www.portseattle.org/page/enhance-your-west-coast-itinerary-">https://www.portseattle.org/page/enhance-your-west-coast-itinerary-</a>).</li> <li>Valorar opciones de inversión en colaboración con equipo comercial de los medios: utilización de medias páginas con inserciones durante 2024-2025 y apoyo on-line.</li> </ul>

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Alta	Baja	APS	Medio-Alto

# Descripción de líneas de actuación

Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

## 1.3 Marketing de Contenidos: mantener el esfuerzo en medios propios y aumentar los contenidos de Santander en medios ganados como foros de cruceros

Descripción	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Santander Cruise Deluxe ha desarrollado su página web específica así como redes sociales. Esta actividad se debe mantener profundizando en contenidos que faciliten la decisión específica para cruceros:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para itinerary planners y fleet destination managers: actualización del folleto de Santander Cruise Deluxe.</li> <li>• Para clientes finales y agencias: profundizar en recursos (ejemplo datos básicos de transporte público) y en particular simplificar la página de shopping con un formato tipo artículo corto o blog que remita a las principales zonas de comercio de Santander y a un número reducido de marcas que ayuden a los cruceristas a entrar en la ciudad (actualmente la revista de shopping de Turismo Santander tiene 100 páginas -<a href="https://turismo.santander.es/en/what-to-do/plans-in-santander/shopping-">https://turismo.santander.es/en/what-to-do/plans-in-santander/shopping-</a> y la web de Comercio Santander está solo en castellano -comerciosantander.com-).</li> </ul> </li> <li>• Por otro lado, los cruceristas acuden a foros especializados como CruiseCritic.com, en donde la presencia de Santander es mejorable. En este foro, así como en otros, es recomendable realizar una inversión de mejora de posicionamiento.</li> <li>• Estos trabajos no son urgentes ya que actualmente Santander Cruise Deluxe cuenta con una página bien ejecutada que da respuesta a las principales demandas.</li> </ul>
Principales acciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar un análisis de árbol de contenidos y temas para identificar crecimiento de contenidos en el portal propio y las redes sociales.</li> <li>• Realizar un proyecto de apoyo al posicionamiento en redes sociales de terceros.</li> </ul>

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media	Baja	Ayto. Santander-CANTUR	Medio-Bajo



# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 1.4 Desarrollo de mercado de largo plazo: rutas cortas en el Golfo de Vizcaya y Santander Puerto Base.

#### Descripción

- El diagnóstico realizado ha detectado dos oportunidades de mercado a largo plazo:
  - Rutas cortas europeas.
    - Al igual que existe en el Báltico desde hace años, está creciendo la oferta de rutas cortas en el Atlántico, con foco en jóvenes profesionales y adultos de países europeos.
    - Un ejemplo son las nuevas propuestas de Virgin para cruceristas solo adultos.
    - Esta iniciativa consiste en trabajar con puertos cercanos para crear un producto, o al menos dar notoriedad, al concepto de rutas cortas en el Golfo de Vizcaya, para mercado UK, FR y ES. Apoyarse en Cruise Europe.
  - Poner las bases para lograr inicio de rutas en Santander con foco en mercado de cruceristas de Madrid.
    - Santander como puerto base es una idea solo factible cuando logre convertirse en un puerto de escala consolidado y fiable para las navieras, y para el mercado español que es muy dinámico y el que tiene mejor acceso.
    - Esta idea se debe valorar en colaboración con agentes, navieras y mayoristas españoles, poniendo en valor el atractivo y conocimiento de Santander para el mercado turístico de Madrid, Castilla y León y Euskadi.
    - El objetivo inicial es mercado premium en buques de dimensión moderada o para iniciar rutas de reposicionamiento desde Santander.

#### Principales acciones

- Realizar seguimiento del mercado de rutas cortas en el Atlántico e identificar a los principales actores.
- Establecer una serie de productos razonables ('rationale') y contrastar con navieras en la actividad de venta consultiva (acción 1.1), como una oportunidad a largo plazo.
- A medio plazo, si se considera factible, lanzar una ruta piloto en colaboración con otros puertos regionales del Golfo de Vizcaya (ej: Burdeos, La Rochelle, Bilbao, Gijón) apoyando el esfuerzo comercial de la naviera.
- Para el objetivo de Santander Puerto Base, realizar seguimiento del desarrollo de producto del Puerto de Bilbao como Puerto Base así como de otras iniciativas en puertos españoles como Alicante o Cartagena, para conocer puntos fuertes diferenciales de Santander a proponer a las navieras.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Baja	Alta	Santander Cruise	Medio-Bajo

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 2.1 Programa de atención a cruceros fuera de la Estación Marítima.

<b>Descripción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Santander Cruise Deluxe ha mejorado la atención a los cruceros que atracan fuera de la Estación Marítima con un conjunto de servicios para los pasajeros en el muelle. En concreto se instalan carpas provisionales y un servicio de autobús/es shuttle desde el muelle de atraque hasta la Estación Marítima.</li> <li>En el pasado se han realizado también actuaciones de oficina turística itinerante en estos muelles alejados de la estación marítima, si bien el objetivo ahora es maximizar esta atención en la oficina permanente de turismo de la Estación Marítima.</li> <li>Esta línea plantea la continuación de las acciones mencionadas.</li> </ul>
<b>Principales acciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Documentar el protocolo de atención a cruceros fuera de la Estación Marítima y realizar una comunicación del mismo a agentes y navieras.</li> <li>Mantener la coordinación en la realización y financiación de las actuaciones de atención a cruceros fuera de la Estación Marítima.</li> </ul>

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Alta	Baja	Santander Cruise	Medio

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 2.2 Plan de amenización al regreso de cruceristas para lograr mejora de satisfacción y notoriedad de Santander.

**Descripción**

- Existen varios casos de amenización para crucerista en terminales o muelles, que persiguen mejorar el entretenimiento y satisfacción de los mismos y una mejor opinión en foros.
- Por ejemplo la amenización al desembarco con grupos musicales en Gijón o Melilla, o presentación de oferta gastronómica local en Cádiz.
- Creemos que lo interesante es mejorar la percepción en el momento del regreso, no de la llegada. La solución gastronómica es interesante pero de muy alto coste.
- La acción propone dedicar un presupuesto limitado para disponer de objetos de merchandising de bajo coste que se regalen a los cruceristas al regreso, en un número limitado (ejemplo: 100 unidades), en el momento en que realicen una fotografía junto a un marco tipo 'Instagram' con la palabra SANTANDER (ejemplo Cape Town: <https://www.lekkeslaap.co.za/attractions/table-mounttain-frame-signal-Hill>). De esta forma se lograría una mayor presencia en redes sociales de la marca Santander Cruise Deluxe.
- Adicionalmente, CANTUR cuenta con una gran experiencia promocional a través de redes sociales, incluyendo concursos por mención al hashtag o cuenta deseada. Para el mercado internacional la gestión del premio es más compleja pero se puede analizar una colaboración con las navieras u OETs de España en este ámbito.

**Principales acciones**

- Identificar objetos de merchandising de bajo coste que puedan llamar la atención de los cruceristas (pañuelo fiestas Santander).
- Diseñar un marco adecuado para dos a cuatro personas y establecer una ubicación.
- Diseñar un protocolo de actuación y ponerlo en marcha por parte del equipo de la Oficina de Turismo de la Estación Marítima.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Baja	Baja-Media	Ayto. Santander-CANTUR	Medio

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 2.3 Programa a medio plazo de recursos y servicios exclusivos para los cruceros premium y lujo.

**Descripción**

- Santander quiere ser reconocido como un destino adecuado para cruceros premium y de lujo. La propia mención de ese objetivo y el apellido de la marca como ‘Deluxe’ son una herramienta de marketing para captar la atención de este segmento. Sin embargo lo coherente es que exista una cierta especialización y diferenciación del destino en la gestión de este tipo de buques.
- En muy grandes terminales marítimas como las existentes en Miami se reproduce el modelo de las terminales aeroportuarias, con espacios VIP e incluso lugares de check-in o tránsito especializados en cruceros de lujo.
- En las 4 terminales del Puerto de Southampton, principal puerto base conectado a Santander, también existen salas VIP con bebidas y snacks gratuitos, espacio para vehículos premium con conductor, etc....
- Estos espacios responden a una demanda de puertos base (con largos tiempos de espera) y de un mercado habituado a prestaciones especiales basadas en el tipo de ticket o en tarjetas de fidelización con una escala alta de puntos (gold, platinum, etc). Las propias navieras reproducen la idea con el concepto ‘ship within a ship’ segmentando el servicio dentro del barco.
- La terminal Marítima de Santander no tiene tráfico o volumen suficiente para establecer zonas diferenciadas por categorías de pasajeros, pero puede darse el caso, en el futuro, de que convivan escalas de buques generalistas y buques premium o de lujo.
- Para diferenciar la atención se deben analizar las opciones existentes, a medio/largo plazo, así como el modelo de tarificación, ya que existiría una prima o recargo de precio en el uso de zonas y servicios especiales.
- Este modelo de servicio diferenciado y tarificación adicional es ventajoso para las marcas de crucero premium, que cuentan así con un argumento adicional para su mayor precio.

**Principales acciones**

- Identificar elementos de servicio adicionales que pueden prestarse a buques premium.
- Identificar conceptos de tarificación del servicio que sean habituales en el sector.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Baja	Alta	APS-Ayto. Santander	A definir

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 3.1 Desarrollar un catálogo de excursiones, servicios y experiencias que sean válidas y confiables para los cruceristas y comunicar a navieras y turoperadores.

- Descripción**
- Las compañías navieras confían en turoperadores para gestionar la experiencia de los clientes en tierra. Estos turoperadores (internacionales, nacionales o locales) trabajan de forma coordinada con los agentes consignatarios e incluso en algunos casos forman parte del mismo grupo empresarial. Se coordinan asimismo con los Shorex Operations Managers de las compañías navieras que son los responsables de la gestión del destino desde el punto de vista de las compañías.
  - La identificación de experiencias locales es un reto continuo para los turoperadores y una forma creciente de diferenciar a las navieras.
  - Es fundamental que los turoperadores conozcan la oferta de servicios existentes en Santander y Cantabria, para favorecer su contratación, disponiendo de una clasificación e incluso selección previa basada en las necesidades de los cruceristas y las navieras, que básicamente son:
    - Una posible prestación en el horario de desembarco de los cruceristas (ej: de 11:00 a 16:00).
    - Una distancia al puerto de Santander razonable (generalmente menos de 1 hora).
    - Un sistema de contacto, reservas y ticketing para grupos confiable.
    - Una capacidad suficiente para gestionar grupos, y a lo largo de todo el año.
    - Un servicio reglado y con las garantías legales procedentes (seguros, higiene, etc.).
    - Una accesibilidad claramente identificada por grupos (todos vs no accesible en diferentes grados).
  - Las instituciones turísticas que participan en Santander Cruise Deluxe tienen la capacidad de realizar esa preselección y ponerla a disposición de navieras y turoperadores para su comunicación con las herramientas de contacto profesional.

- Principales acciones**
- Realizar un plan de catalogación y de contenidos de experiencias adaptadas a cruceros en Santander y Cantabria.
  - Realizar una primera selección de experiencias destacadas y conocidas por el Ayuntamiento de Santander y CANTUR.
  - Realizar una convocatoria pública para abrir la oportunidad a nuevos agentes.
  - Preparar un book/catálogo de experiencias para distribuir en navieras y turoperadores.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media	Media-Alta	Ayto. Santander-CANTUR	Bajo

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 3.2 Poner a disposición de los cruceros premium la oferta premium existente en Santander y Cantabria.

#### Descripción

- El segmento premium y de lujo se ha definido como objetivo para Santander Cruise Deluxe.
- Al igual que en el ámbito de las operaciones y servicio, esto se debe trasladar a una propuesta o disponibilidad de servicios y experiencias que encajen con la oferta de estos cruceros, para facilitar su elección de Santander como puerto destino.
- Esta propuesta tiene una utilidad tanto de impacto, para mejorar su contratación, como de posicionamiento o de prestigio, visibilizando que Santander y Cantabria están bien situados para atender a esta clientela.
- Los tipos de recursos a visibilizar son:
  - Experiencias premium (ej: Visita Salvaje, visitas patrimonio y cuevas grupos reducidos).
  - Business centers existentes en Santander (ejemplo espacios Coworking Banco Santander, Coworking Regus en Santander, etc).
  - Recursos para cruceros charter de empresa o MICE: espacios propuestos por Santander Convention Bureau como el Palacio de la Magdalena.
  - Recursos hoteleros (hoteles 5 estrellas) y hosteleros (restaurantes Michelin) de rango premium.
  - Gastronomía premium (bodegas).
  - Servicios premium existentes en Santander y Cantabria: vehículos premium con conductor

#### Principales acciones

- Realizar un plan de catalogación y de contenidos de servicios y experiencias específicas para segmento premium y lujo.
- Realizar una primera selección de experiencias destacadas y conocidas por el Ayuntamiento de Santander y CANTUR.
- Realizar una convocatoria pública para abrir la oportunidad a nuevos agentes.
- Preparar un book/catálogo de experiencias y servicios premium para distribuir en navieras y turoperadores.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media	Media-Baja	Ayto. Santander-CANTUR	Bajo

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 3.3 Asegurar que existe una oferta en destino con propuesta activa válida para el público más familiar y de jóvenes adultos.

- Descripción**
- Uno de los retos mencionado con más frecuencia por las compañías navieras es el de reducir la edad media de los pasajeros atrayendo al público familiar y al de jóvenes adultos. Esto amplía de forma notable el mercado accesible.
  - Esta ampliación de mercado explica en parte el crecimiento en tamaño de los buques, que cuentan con más elementos de entretenimiento activo a bordo.
  - Algunas compañías navieras como Virgin, están enfocándose en el mercado de adultos con una propuesta muy activa de ocio y actividades.
  - Existe por tanto la oportunidad de hacer destacar el destino Santander y Cantabria con una oferta amplia de productos adaptados a este segmento. Esta es ya una fortaleza de Cantabria, que se percibe como la Comunidad más turística del norte de España.
  - Entre las propuestas a visibilizar se encuentran a modo de ejemplo:
    - Turismo de naturaleza: como Cabárceno, (ya comercializado), Santander Norte Litoral.
    - Turismo activo: bicicletas eléctricas (ya comercializado), surf o kayak en la bahía de Santander.
    - Turismo cultural inmersivo o participativo: (visitas guiadas Centro Botín).
    - Turismo de eventos locales: visitas cortas a localidades con eventos abiertos a mediodía (Guerras Cántabras, Feria Cervezas, etc.)

- Principales acciones**
- Realizar un plan de catalogación y de contenidos de servicios y experiencias específicas para turismo familiar y jóvenes adultos.
  - Realizar una primera selección de experiencias destacadas y conocidas por el Ayuntamiento de Santander y CANTUR.
  - Realizar una convocatoria pública para abrir la oportunidad a nuevos agentes.
  - Preparar un book/catálogo de experiencias para turismo familiar y jóvenes adultos para distribuir en navieras y turoperadores.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media	Media-Baja	Ayto. Santander-CANTUR	Bajo

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 4.1 Identificar actividades de Turismo Regenerativo para ofrecer a las navieras y turoperadores.

#### Descripción

- La preocupación por la sostenibilidad está en primera línea de las compañías de cruceros y del sector turístico en general.
- Además de tomar todo tipo de medidas para reducir el impacto en el medio ambiente, se están desarrollando iniciativas para que el turismo contribuya positivamente, es decir, que los espacios naturales o urbanos que han sido dañados por la actividad humana mejoren gracias a la aportación de los turistas.
- Esto se logra por dos vías:
  - Haciendo participar a los turistas de actividades de preservación del medio ambiente durante su visita turística (ej: limpiar zonas costeras).
  - Realizando actividades que generan una aportación económica que se destina a actividades de regeneración medioambiental o social (ej: contribuir a reforestación en la compra de un ticket, comprar souvenirs que ayudan a colectivos vulnerables).
- El objetivo de esta acción es por tanto identificar estas actividades para incluirlas en la comunicación a navieras y turoperadores, facilitando que Santander sea un destino preferente gracias a este argumento.

#### Principales acciones

- Realizar un plan de catalogación y de contenidos de servicios y experiencias de Turismo Regenerativo.
- Realizar una primera selección de experiencias destacadas y conocidas por el Ayuntamiento de Santander y CANTUR.
- Realizar una convocatoria pública para abrir la oportunidad a nuevos agentes.
- Preparar un book/catálogo de experiencias de Turismo Regenerativo para distribuir en navieras y turoperadores.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media	Media-Baja	Ayto. Santander-CANTUR	Bajo



# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 4.2 Mejorar la percepción del entorno ciudadano acerca del turismo de cruceros.

**Descripción**

- El turismo de cruceros se ha identificado como una oportunidad real para Santander y Cantabria, gracias a su capacidad para desestacionalizar y al impacto económico positivo. Sin embargo existe cierto reparo social hacia el turismo de cruceros causado por las limitaciones establecidas en destinos que posiblemente ya han llegado a su límite de capacidad de carga, como Barcelona o Baleares. Estas limitaciones plantean reducir el crecimiento de esta actividad, no suprimirla.
- Es recomendable por tanto comunicar a la ciudadanía las características y ventajas del turismo de cruceros y aclarar que los destinos que establecen limitaciones cuentan con infraestructuras y reciben de forma satisfactoria a millones de cruceristas.
- Se trata por tanto de mantener el plan de comunicación de Santander Cruise Deluxe, ampliando la información del estudio de impacto y la hoja de ruta, utilizando mecanismos como:
  - La página web y redes sociales de Santander Cruise Deluxe.
  - Infraestructuras expositivas de las instituciones que participan en Santander Cruise Deluxe.

**Principales acciones**

- Publicación del extracto presentado en FITUR 2024 del proyecto de impacto y hoja de ruta de Santander Cruise Deluxe.
- Solicitar a CLIA materiales y colaboración para realizar exposición sobre sector de cruceros en el Palacete del Embarcadero, en el Centro de Interpretación del Litoral de San Pedro del Mar en La Maruca o en el Museo Marítimo.
- Convocar colegios para visitas educativas a la exposición mencionada en el punto anterior.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media-baja	Media	APS	Bajo

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 4.3 Realizar la evaluación de las necesidades y mecanismos de solución para OPS de cruceros en el Puerto de Santander.

**Descripción**

- Los sistemas de suministro eléctrico de alta potencia a buques OPS –Onshore Power Supply- se han descrito en el diagnóstico como una necesidad creciente en el tráfico de cruceros y están plenamente presentes en la estrategia de las compañías navieras.
- El principal puerto base de cruceros que llegan a Santander, Southampton, cuenta con instalaciones y proyectos OPS, así como otros puertos del Cantábrico como Bilbao o A Coruña.
- Esta infraestructura también puede ser necesaria para que el Puerto de Santander forme parte de ‘Green Corridors’, si bien el actual suministro de GNL permite cumplir con un buen posicionamiento medioambiental, y no es descartable que el despliegue de combustibles como el Metanol reduzca la importancia de los OPS.
- En todo caso, es necesario que el Puerto de Santander conozca con precisión las necesidades y fórmulas para afrontar esta tendencia, por lo que de hecho tiene previsto realizar un estudio en el año 2024/2025.

**Principales acciones**

- Estudio de evaluación de necesidades y alternativas de OPS en el Puerto de Santander.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media-Alta	Alta	APS	Alto

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

## 4.4 Visualizar y medir actividad vinculada a cruceros dentro de Santander DTI Destino Turístico Inteligente, mejorando el conocimiento del perfil del crucerista.

- Descripción**
- La ciudad de Santander cuenta con una experiencia destacada en el uso de soluciones inteligentes de gestión del destino (Smart Destinations), que se concretan en el proyecto Santander DTI Destinos Turístico Inteligente, así como en otras iniciativas de Smart City existentes en la ciudad.
  - Algunas de las herramientas utilizadas por Santander, como la medición del flujo de personas, o al menos la medición del paso de personas en aforos o puntos concretos, serían útiles para conocer el comportamiento del crucerista. En primer lugar para conocer el número de cruceristas que efectivamente desembarcan de cada buque. En segundo lugar para mejorar la movilidad en la ciudad en caso de que se logren altas cifras de cruceristas.
  - Otras herramientas clásicas como cuestionarios a los cruceristas, al regreso al buque, son prácticamente imprescindibles para realizar un análisis de impacto con detalle, y para implantar soluciones de calidad total que permitan valorar la evolución de diferentes indicadores de actividad y satisfacción.
  - Tanto el Ayuntamiento de Santander como CANTUR y la propia Autoridad Portuaria de Santander trabajan con proveedores y entidades de estudio (como la Universidad de Cantabria) que pueden contribuir a mejorar el conocimiento del perfil de los cruceristas.
  - En términos generales, consideramos que las herramientas tecnológicas a aplicar son principalmente de medición o 'pasivas', no de gestión del servicio a cruceristas, ya que las compañías de cruceros cuentan con sus propias apps y tampoco resulta recomendable competir con herramientas como Google Maps o Tripadvisor. La información para los cruceristas del destino Santander se encuentra en Cruisesantander.es y será accesible vía QR en el mapa turístico u otro medio proporcionado en la Oficina de Turismo.

- Principales acciones**
- Realizar un plan de implantación de soluciones tecnológicas para mejorar el conocimiento del Crucerista en Santander.
  - Comenzar con un proyecto de medición de tráfico de personas en la Estación Marítima de Santander.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media	Media-Alta	APS-Ayuntamiento de Santander	Medio

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 4.5 Evaluar uso de herramientas de previsión de demanda de cruceros para orientar la actividad de ventas y de gestión local.

**Descripción**

- Actualmente CANTUR cuenta con herramientas de previsión de demanda turística, en particular relacionadas con reservas de vuelos y con reservas de alojamiento. Estas herramientas permiten una vigilancia del desempeño sectorial con tiempo para tomar medidas correctivas como promociones, acciones de marketing en determinados mercados, etc.
- En el ámbito de los cruceros existen herramientas similares, como la plataforma de Amadeus, que pueden facilitar la orientación de la actividad de ventas de Santander Cruise Deluxe.
- Esta acción se refiere a la evaluación de dichas herramientas, para analizar su posible uso, incluso temporal. Se utilizará fundamentalmente por el equipo de ventas de Santander Cruise y un extracto de la misma podrá ponerse a disposición de los agentes participantes en el sector crucerístico local.

**Principales acciones**

- Identificar las plataformas que realizan servicios de publicación de oferta de rutas de cruceros y tramitación de reservas (varias en el documento diagnóstico).
- Consultar a las plataformas la existencia, características y precio de los servicios de previsión de demanda.
- Establecer una recomendación en base a los datos recopilados y en caso de su puesta en marcha, incluir el contenido en el plan de comunicación de Santander Cruise.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media	Baja	CANTUR	Medio-Bajo

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 5.1 Crear un grupo de trabajo de agentes sectoriales para Santander Cruise.

#### Descripción

- La gestión del servicio a cruceros es una actividad compartida por varios agentes, como es la propia Autoridad Portuaria, el Ayuntamiento de Santander y CANTUR en sus ámbitos competenciales o de apoyo, así como otros agentes como Consignatarios, Turoperadores, Agencias y Guías Locales, Cuerpos de Seguridad, etc.
- Actualmente Santander Cruise cuenta con un grupo de trabajo institucional constituido, y existen ejemplos de grupos ampliados, como en el caso de Gijón, donde se realiza una coordinación al menos una vez por temporada.
- Esta acción plantea la creación de dicho grupo, con agentes públicos y privados relacionados efectivamente con la actividad de cruceros en Santander.
- El grupo realizaría al menos una reunión anual para conocer:
  - Planificación de la nueva temporada.
  - Colaborar en las líneas de actuación de la Hoja de Ruta de Santander Cruise Deluxe.
  - Plantear áreas de mejora.
- Este grupo es de coordinación y no cuenta con personalidad jurídica ni recursos propios.

#### Principales acciones

- Identificación de agentes sectoriales relacionados con la actividad de cruceros en Santander.
- Preparación de contenidos para el trabajo del Grupo.
- Convocatoria y realización de reuniones del Grupo de Trabajo.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Alta	Baja	APS	Bajo

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 5.2 Dar entrada a las empresas y entidades locales en el portal de Santander Cruise con un formato de 'club de amigos'.

**Descripción**

- Esta acción plantea incorporar el logo e hipervínculo de miembros de la comunidad portuaria o agentes turísticos e institucionales que tienen una relación directa y efectiva con la actividad de cruceros en Santander.
- El formato sería similar al del 'Club de Amigos' de Suncruise Andalucía (<https://suncruiseandalucia.eu/club-de-amigos-de-suncruise/>).
- Si bien forma parte de los mecanismos o materiales de comunicación de Santander Cruise, creemos que es una iniciativa con entidad suficiente y un efecto muy positivo para la imagen de Santander y Cantabria como destino de cruceros, ya que demuestra la existencia de un ecosistema de acogida.
- Esta acción requiere de la preparación de documentación de soporte básico para la cesión del uso de la imagen de los logos de las entidades amigas, así como de los criterios de entrada y salida del portal.

**Principales acciones**

- Preparar una página en Santander Cruise para incorporar el logo de empresas e instituciones participantes.
- Identificar las empresas y entidades.
- Realizar una invitación a participar solicitando la firma del documento de participación así como logos.
- Poner en marcha la página de amigos de Santander Cruise.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media-Alta	Baja	Santander Cruise	Bajo

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 5.3 Aumentar la cobertura de comunicación de previsiones de llegadas a agentes locales y profundizar con un sistema de avisos de llegadas de corto plazo.

**Descripción**

- Actualmente Santander Cruise Deluxe cuenta con una página web de información de la previsión de cruceros <https://cruisesantander.es/cruises-forecast/>
- La previsión de cruceros también se distribuye con más antelación entre los agentes sectoriales que participan efectivamente en la actividad de cruceros.
  - Existe la oportunidad de aumentar la antelación de la publicación general, siguiendo el modelo de puertos como Vigo, A Coruña o Gijón (Bilbao por el contrario no publica su previsión de cruceros).
  - Por otro lado existe la oportunidad de mejorar la difusión de esa información en un colectivo mayor utilizando los canales del Ayuntamiento de Santander y de Cantur.
- Adicionalmente es posible informar con un aviso de llegada de cruceros a empresas locales, de hostelería y comercio, y otras instituciones como Museos, a través de un sistema de mensajería o correo apoyado en soluciones de Santander Smart City. De esta forma se asegura una mejor recepción de los cruceristas.

**Principales acciones**

- Anticipar la publicación de la previsión de cruceros en el portal de Santander Cruise.
- Aumentar la difusión de la previsión de cruceros utilizando las plataformas del Ayuntamiento de Santander y de CANTUR.
- Diseñar un sistema de avisos de llegada de cruceros para empresarios e instituciones locales de Santander.

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Media	Baja-Alta (avisos)	Santander Cruise	Bajo

# Descripción de líneas de actuación

## Ejes estratégicos

Captación y crecimiento del turismo de cruceros

Gestión del servicio a buques y pasajeros

Refuerzo del impacto local

Sostenibilidad e innovación del destino

Coordinación y gobernanza

### 5.4 Desarrollo de materiales para dar cobertura a las acciones de marketing y servicio.

**Descripción**

- Santander Cruise Deluxe cuenta con las herramientas fundamentales de comunicación y tiene experiencia en iniciativas específicas como un adhesivo de 'Cruise Friendly' para comercios y hostelería de Santander.
- Esta línea consiste en la actualización de los materiales necesarios para la comunicación de Santander Cruise con tres focos principales
  - Disponer de herramientas para la actividad de venta y captación (1.1).
  - Facilitar la actividad de los Itinerary Planners, de los Fleet Destination Managers (naviera) y de los Ground Operations Managers (turoperador) con información detallada del destino (distancias, datos técnicos del puerto, bases de datos de experiencias y servicios) y materiales como imágenes de libre utilización para su propia promoción.

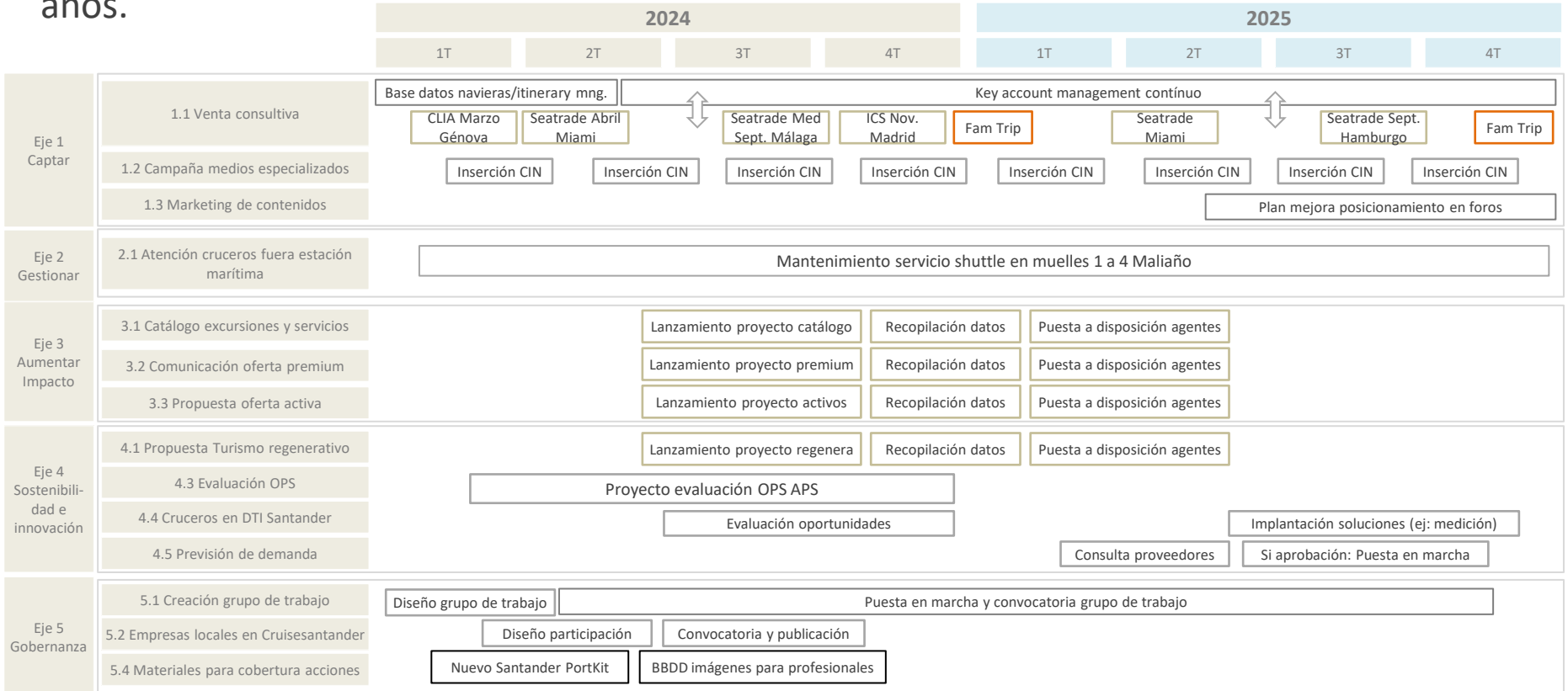
**Principales acciones**

- Preparar o actualizar los siguientes documentos:
  - Cruise Port Toolkit para profesionales: Actualizar el documento con datos detallados de Santander, sus infraestructuras y recursos especialmente para Itinerary Planners.
  - Bases de datos de experiencias y proveedores de servicios.
  - Base de datos de recursos específicos para el segmento premium y lujo.
- Crear una base de datos de imágenes sobre cruceros en Santander y ponerlo a disposición de las compañías, agencias locales, cualquier agente comercializador del destino Santander y medios de comunicación, en cruisesantander.
- Adquirir el dominio cruisesantander.com y redireccionar a cruisesantander.es

Prioridad	Dificultad	Responsable principal	Presupuesto
Alta	Media-Baja	Santander Cruise	Bajo



# Las acciones con **prioridad alta o medio-alta** se han calendarizado para un periodo de 2 años.



# Por último, se ha analizado el impacto positivo de las 5 líneas estratégicas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

## Ejes estratégicos

## Principal impacto en los ODS gracias a:

<p>Captación y crecimiento del turismo de cruceros</p>	<p><b>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</b>                        Proyecto orientado al desarrollo económico</p>	<p><b>9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</b>                        Refuerzo de actividad productiva basada en infraestructuras</p>		
<p>Gestión del servicio a buques y pasajeros</p>	<p><b>3 SALUD Y BIENESTAR</b>                        Turismo como actividad que mejora el bienestar de las personas</p>	<p><b>6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</b>                        Gestión sostenible gracias al cumplimiento de normas MARPOL</p>		
<p>Refuerzo del impacto local</p>	<p><b>10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</b>                        Distribución de ingresos entre agentes del Puerto y Turístico</p>	<p><b>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</b>                        Acercamiento de turistas extranjeros al consumo local</p>	<p><b>11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</b>                        Escalas de cruceros con efecto desestacionalizador del turismo</p>	
<p>Sostenibilidad e innovación del destino</p>	<p><b>7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</b>                        GNL y evaluación de inversión en ODS que se nutre de electricidad verde</p>	<p><b>15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</b>   <b>14 VIDA SUBMARINA</b>                        Experiencias turismo regenerativo</p>	<p><b>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</b>                        Incorporación de sostenibilidad</p>	<p><b>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</b>                        Acciones de educación para mejorar percepción de la actividad</p>
<p>Coordinación y gobernanza</p>	<p><b>16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</b>                        Hoja de ruta transparente y compartida</p>	<p><b>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</b>                        Colaboración de agentes en Santander Cruise</p>	<p><b>5 IGUALDAD DE GÉNERO</b>                        Todas las entidades implicadas con políticas de igualdad</p>	



Cantabria  
Infinita



© SOCIEDAD REGIONAL CÁNTABRA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, S.A., AYUNTAMIENTO DE SANTANDER, AUTORIDAD PORTUARIA DE SANTANDER

Prohibida su revelación o reproducción sin autorización expresa del autor

**CA & Asociados**  
STRATEGY CONSULTANTS

Asistencia Técnica LEAN RIVER CONSULTING S.L.U. [www.caasociados.es](http://www.caasociados.es)

Documento realizado en formato 'presentación' optimizado para visualizar en pantalla, ahorrando papel y tinta.

2023\_12\_Santander Cruise\_RE\_v1.2

