



ALICANTE
POR EL TURISMO DE CRUCEROS

ESTUDIO IMPACTO ECONÓMICO Y SOCIAL DEL SECTOR DE DESTINO DE CRUCEROS EN ALICANTE Y LA COSTA BLANCA. 2025.

*Actividad de los cruceros a lo largo de todo el año.
Dinamización económica y social.*



Objetivos técnicos Proyecto

- | | | | | | |
|---|--|----|--|----|-------------------|
| 1 | Sustituir las encuestas de papel por un modelo digital consolidado | 7 | Singularidad del destino. | 13 | Modelo sostenible |
| 2 | Homogeneizar la metodología de la recogida de información | 8 | Crear un sistema estable para la evaluación continua del destino turístico | | |
| 3 | Proyecto vertebrador | 9 | Digitalización/Innovación | | |
| 4 | Obtener datos estructurados y segmentados en tiempo real | 10 | Mantener la serie histórica de datos. | | |
| 5 | Facilitar la toma de decisiones para entidades públicas y privadas | 11 | Medir el impacto real del crecimiento récord del sector | | |
| 6 | Generar Informes Periódicos | 12 | Proveer de indicadores objetivos, contractados y actualizados para la toma de decisiones | | |



Activos turísticos.

- ♥ Patrimonio Cultural, artístico, histórico. Museos.
- ♥ Ocio.
- ♥ Shopping.
- ♥ Gastronomía.
- ♥ Enología.
- ♥ Golf.
- ♥ Turismo Activo.
- ♥ Eventos Musicales.
- ♥ Hoteles.
- ♥ Infraestructuras. Aeropuerto, Puerto, Red Ferroviaria, Red de Carreteras.
- ♥ Costa.
- ♥ Montañas. Turismo Interior.
- ♥ Turismo deportivo.
- ♥ Industria. Sur a Norte. Este a Oeste. Interminable.
- ♥ Artesanía.
- ♥ Costumbres milenarias.
- ♥ Castillos.
- ♥ Ocean Race.
- ♥ Almazaras.
- ♥ Lagunas de Sal. Laguna Rosa.
- ♥ Clima.
- ♥ Playa.
- ♥ Tabarca.
- ♥ Tierra de emprendedores.
....



Objeto del proyecto.

1

Crear **valor**.

2

Posicionar Alicante y la Costa Blanca como referente en innovación y sostenibilidad

3

Reunir al ecosistema del turismo de destino de cruceros

4

Presentar las líneas estratégicas del modelo sostenible del sector. Medido. Planificado

5

Fomentar la colaboración público privada y coordinación institucional.

6

Digitalizar la experiencia del visitante. Nuevos hábitos

7

Análisis Gasto Turístico.

8

Impacto económico.

9

Sensibilización de la Sociedad e Instituciones.

10

Estrategia de Marketing Territorial para atraer cruceristas

11

Generar Flujos de movilidad hacia el interior. General Valor global

12

EQUILIBRIO de convivencia entre residentes y turistas

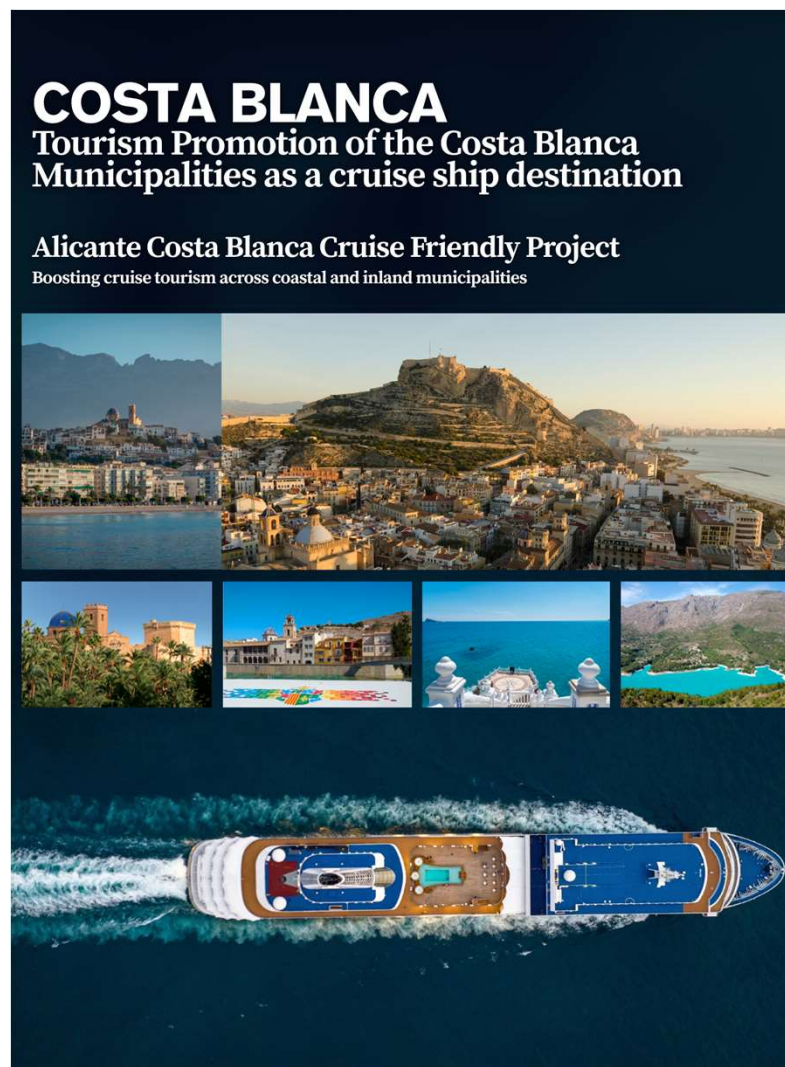


FASE IV.

Promoción Turística Municipios Costa Blanca.

Incorporación constante de nuevos Municipios

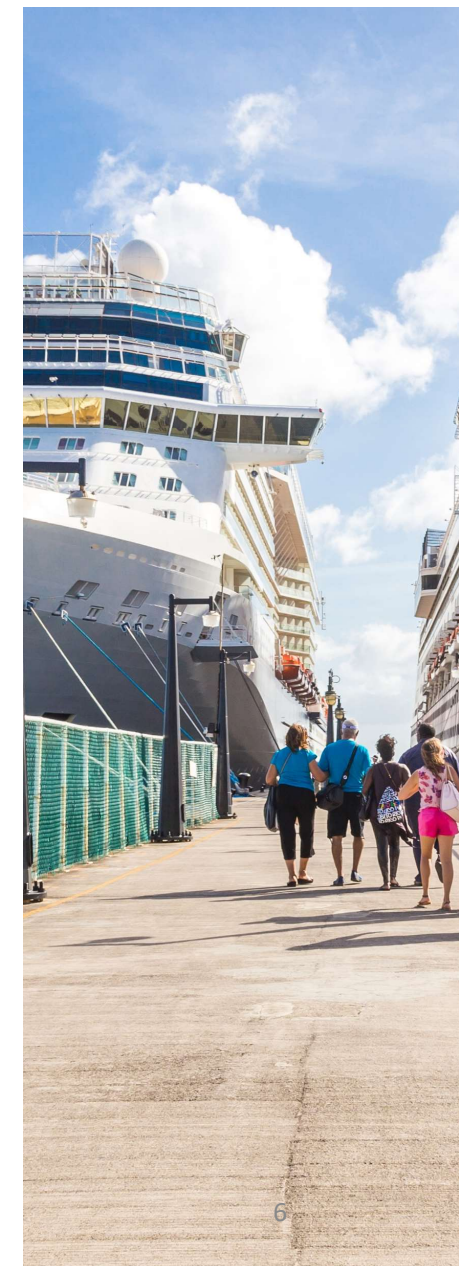
- **Atraer y Potenciar** el turismo de cruceros en los municipios del interior y la costa.
- **Reforzar la imagen internacional** de los municipios del interior y de la costa a través del turismo de cruceros.
- **Cómo potenciar/atraer el turismo** de destino de cruceros hacia sus propios municipios
- **Cómo crear valor a la propia imagen** del municipio
- **Informar/ sensibilizar** sobre el impacto económico y social
- **Dotar de herramientas a los municipios** sobre cómo crear productos turísticos atractivos para el turismo de cruceros.



Antecedentes y planificación.

Primera vez que se realiza un proyecto de estas características en la ciudad. 2021, Prueba/ensayo. 3 FASES. 2022, 2023 Y 2024. EN CURSO IV FASE. Ampliación a todos los municipios de la C.Blanca.

Informe de Resultados de Encuestas de Satisfacción. **Iniciado en 2021.** Octubre a Diciembre. **214 encuestas / 41 temas**



Encuesta valoración cruceristas destino Alicante Costa Blanca

Encuesta Valoración Cruceristas Destino Alicante Costa Blanca
Cruceros Ciudad de Alicante

Idioma
Español

Hola, Gracias por elegir la ciudad de Alicante como tu destino turístico. Nos gustaría recoger tus impresiones para mejorar la experiencia de visita en nuestra ciudad. No te llevará más de 5 minutos. ¡Gracias!

Nacionalidad
Spain (España)

Género
☐ Masculino ☐ Femenino

Edad
1

Ciudad visitada
Texto

¿Cómo has viajado?
En familia

Valora tu experiencia (Del 0 al 5 siendo 0 nada satisfactorio y 5 muy satisfactorio)

Valora tu experiencia (Del 0 al 5 siendo 0 nada satisfactorio y 5 muy satisfactorio)

EN RELACIÓN A LA OFERTA DE LA CIUDAD

¿Considera al destino visitado una ciudad con suficiente oferta cultural y artística para viajar?

0 1 2 3 4 5

¿Considera adecuado el estado y equipamiento de las playas?

0 1 2 3 4 5

¿Considera importante el clima de la ciudad cuando planifica su viaje?

0 1 2 3 4 5

¿Qué le ha parecido la gastronomía?

0 1 2 3 4 5

¿Cómo considera la oferta comercial/shopping?

0 1 2 3 4 5

Powered by
be code

Colaborador

TURISME

Alicante
City & Beach

ALC TC
ALICANTE
CIUDAD DE TURISMO DE CRUCEROS

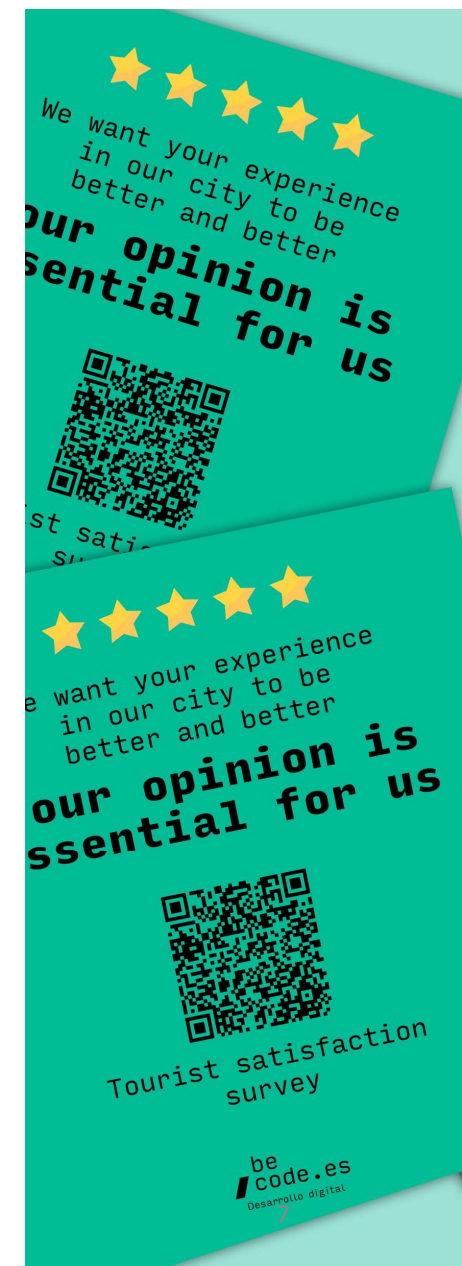
Costa Blanca
ALICANTE · SPAIN

DIPUTACIÓN DE ALICANTE

GENERALITAT VALENCIANA

AYUNTAMIENTO DE ALICANTE

Aviso legal y Política de privacidad



Encuesta valoración cruceristas destino Alicante Costa Blanca

Municipios

Guadalest / Altea

Benidorm

Elche

Orihuela

Campello / Busot / Xixona

Torre Vieja / Laguna Rosa.

Novelda

Alcoy

La Vila Joiosa

QUÉ PREGUNTAS DE LE HAN HECHO

¿Qué ciudad/municipio han visitado?

¿Lo considera con suficiente oferta cultural, histórica y artística?

¿Qué le ha parecido la gastronomía?

¿Y la oferta de shopping?

¿Calidad de la oferta de todos los sectores?

¿Limpieza e higiene adecuadas?

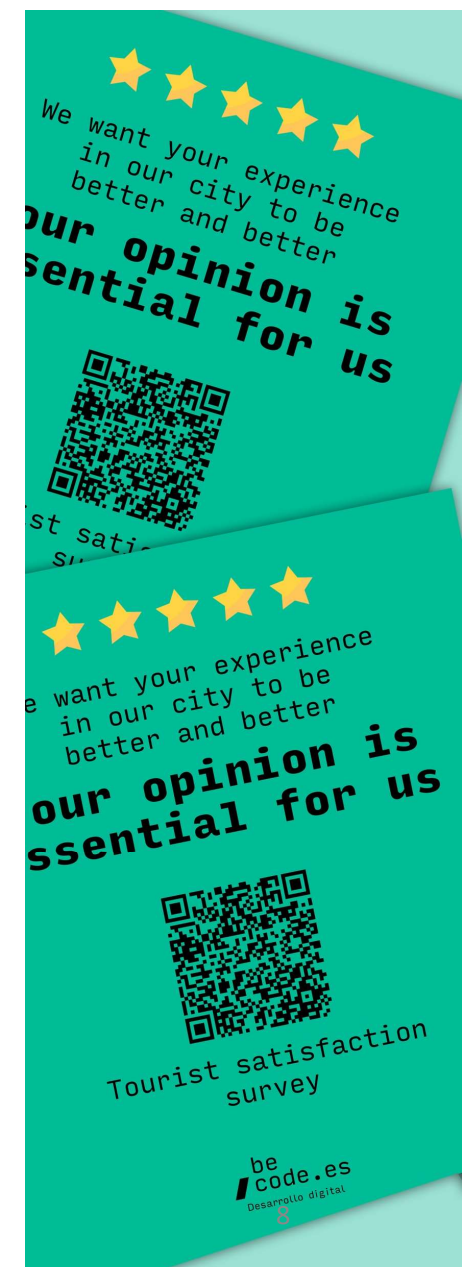
¿Considera a esta ciudad segura para transitar?

¿La información turística proporcionada antes de llegar al Puerto de Alicante a través del Alicante Costa Blanca Cruise Friendly, le parece adecuada?

¿Recomendaría la ciudad?

¿Ha satisfecho sus expectativas?

¿Le gustaría vivir en ella?



Criterios Técnicos.

 <p>80 Escalas 76,19 % Cruceros</p>	 <p>2 Personas especializadas por escala. TOTAL 157 personas</p>	 <p>Recogida de datos digitalizados. + Recogida datos plataforma Alicante Costa Blanca Cruise FRIendly</p>	 <p>Informes de seguimiento: mensual, trimestral, semestral y Anual. Nueva fase en 2026.</p>
 <p>Inglés, Castellano, Valenciano, Italiano, Francés...</p>	 <p>Regreso una vez realizadas las visitas, rutas y excursiones.</p>	 	<p>Punto de Información Turística para los cruceristas gestionado por la Asociación Alicante Costa Blanca Turismo y Cruceros. Gestión Proyecto Cruise Friendly</p>

4.840 Entrevistas
en total.











77% Ciudad
de Alicante

23% Municipios de la
provincia de Alicante



Valoraciones

Nacionalidades más significativas 2025

 Reino Unido 35,44%	 Estados Unidos 9,50%	 España 6,68%
 Alemania 5,43%	 Italia 16,35%	 Portugal 5,43%
 Francia 9,18%	 Canadá 1,54%	 Brasil 2,71%
Resto: 7,74%		
Hasta casi 55 nacionalidades diferentes		



Datos obtenidos.

MOTIVOS DE ELECCIÓN

63% DESTINO
13% PRECIO
24% CRUCERO

GÉNERO

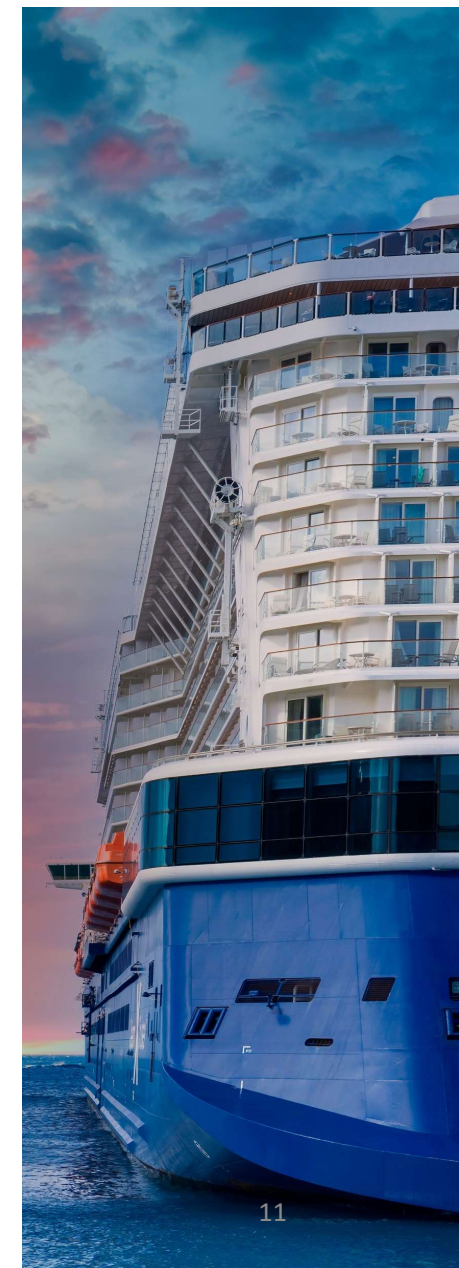
55,27% FEMENINO
44,73% MASCULINO

GRUPOS DE EDAD

7,65% 0-30 26,54% 60-75
20,03% 30-45 4,15% +75
41,63% 45-60

TIPO DE VIAJE

2,09% SOLOS 13,18% CON AMIGOS
33,25% EN FAMILIA 51,48% EN PAREJA



Cruceristas y tripulación

Ocupación Cruceristas



28,36%	Jubilados
14,01%	Management
10,14%	Autónomos / Profesionales
12,32%	Enseñanza
10,95%	Administración pública
15,15 %	Servicios
4,01 %	Artísticas
1,40 %	Desempleados
3,66 %	Otros

Función tripulación



48%	Atención a bordo. Hospitalidad
22%	Cocina y restaurante
4%	Puente y navegación
7%	Mantenimiento. Máquinas
10%	Entretenimiento
1%	Médico
6%	Retail y excursiones
2%	IT y otros



Valoración 0-5

SEGURIDAD



MOVILIDAD. LANZADERA



LIMPIEZA CIUDAD



CLIMA



Valoración 0-5

PLAYAS



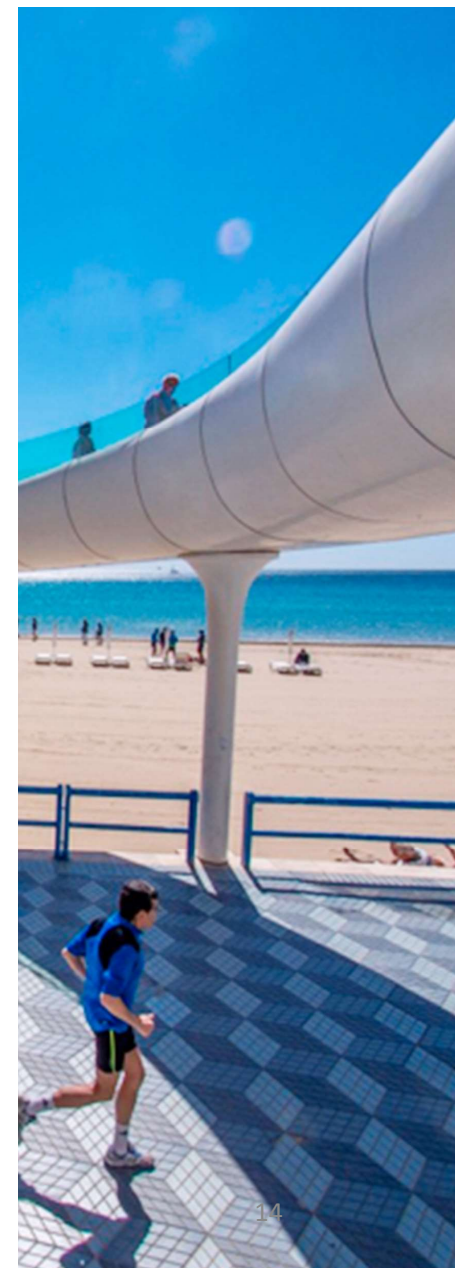
TERMINAL CRUCEROS



OFERTA GASTRONÓMICA



OFERTA CULTURAL Y
ARTÍSTICA



Valoración 0-5

ACCESIBILIDAD



OFERTA COMERCIAL



INFORMACIÓN
TURÍSTICA



POTENCIAL DE
INVERSIÓN FUTURA



Valoración 0-5

DISPONIBILIDAD WIFI



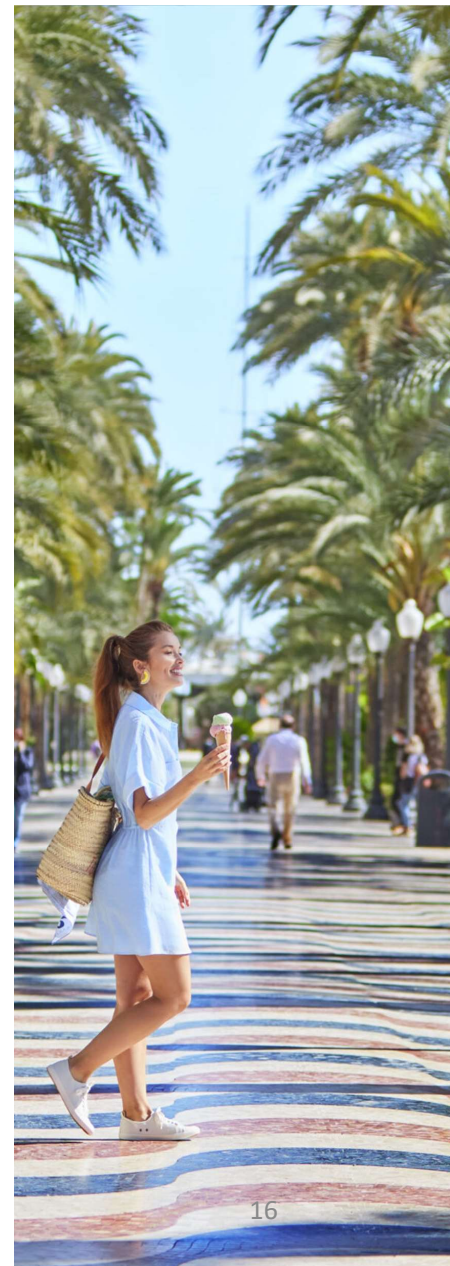
**RECOMENDACIÓN DE
VISITAR LA CIUDAD**



**VALORACIÓN GENERAL
DE LA CIUDAD**



Expectativas de la ciudad y de la provincia ampliamente superadas.



El crucerista como prescriptor.

Tienen intención de repetir la experiencia.



81,10 % con estancias más largas. 18,90% próximos cruceros.

44%

Ya conocían la ciudad y la provincia.

72,3% la ciudad de Alicante, y el 27,7% alguna ciudad de la provincia, especialmente Benidorm, Elche y Orihuela.

91%

De ellos, el 91% opinan que, desde su última visita, **la ciudad ha cambiado muy positivamente.**

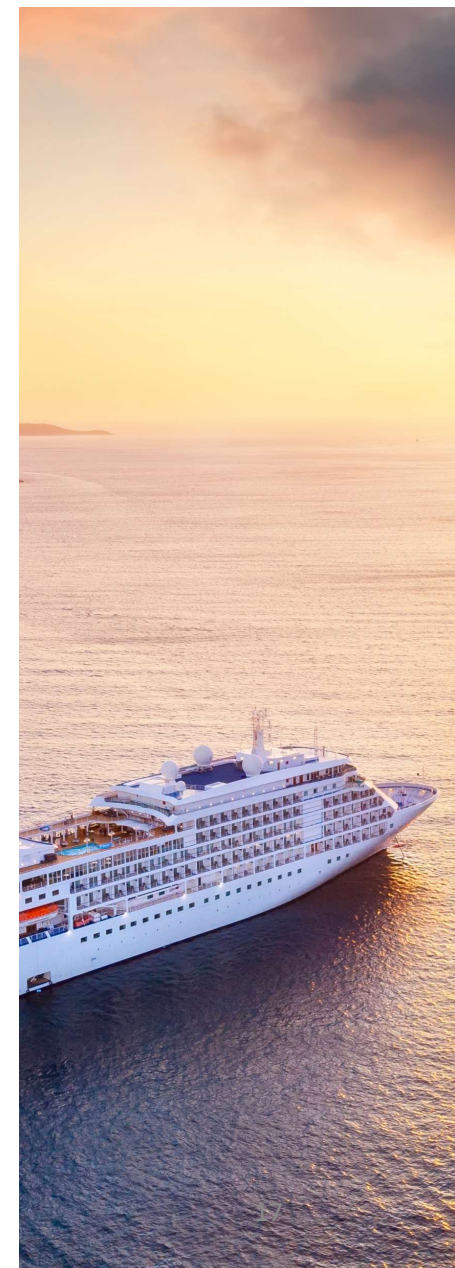
81,2%

Piensan que el tiempo en tierra **no es suficiente para cumplir sus expectativas.**

66%

Pernoctan en Alicante o en algún alojamiento de la Costa Blanca.

DE LOS QUE BAJAN DEL CRUCERO, SOLO EL 2,40% COMUNICA QUE NO CONSUME O ADQUIERE EN LA ESTANCIA



Otras valoraciones.

Servicios realizados por la Asociación Alicante Costa Blanca
Turismo y Cruceros

**Servicio de información turística al
cruceista en el Punto de Información
específico a pie de cruceiro.**

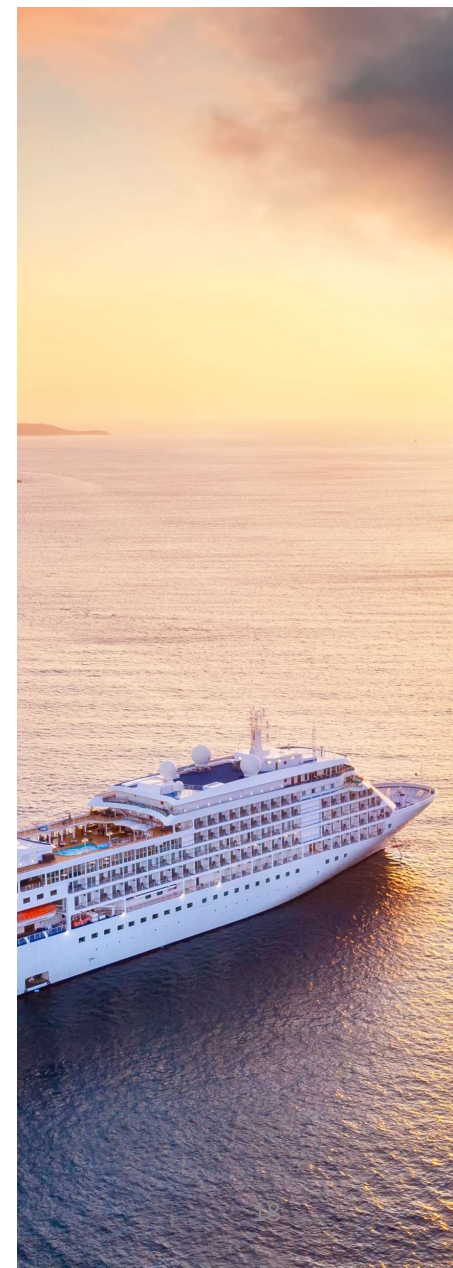
**Mapas o planos turísticos , información comercial,
atención personalizada, otras cuestiones.**

Información municipios de la Costa Blanca

1 personal auxiliar.



Gastronomía de rutas de tapas son altamente valoradas.



Otras valoraciones.

ASOCIACIÓN ALICANTE COSTA BLANCA TURISMO Y CRUCEROS.

Servicio realizado por la asociación

Guías turísticos.



Friendly-Hospitality. Sensibilidad y buena atención.

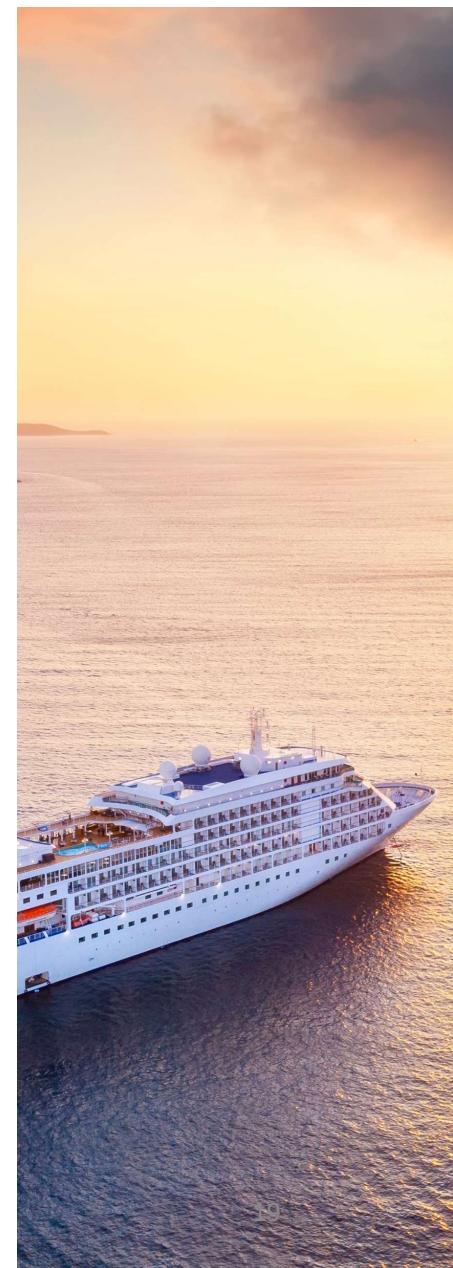


Fiestas tradicionales de la ciudad.

62%

Las reconocen y las valoran altamente.

Sencillez y hospitalidad. Atención. Rutas muy bien planificadas.



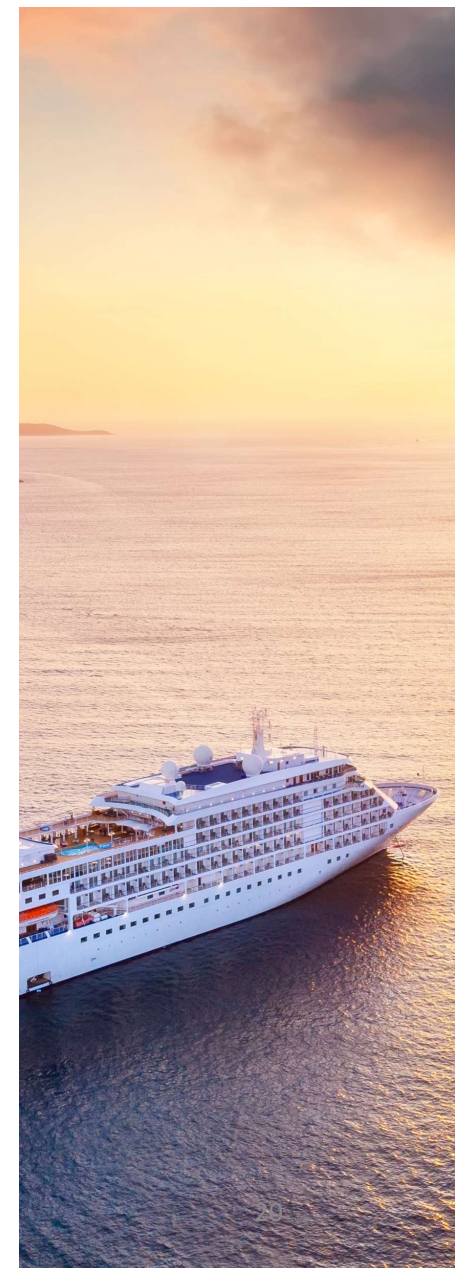
FEEDBACK.

RECOMENDACIONES, SUGERENCIAS Y QUEJAS MÁS SIGNIFICATIVAS
DE LOS CRUCERISTAS.



Valores más positivos

- ♥ Proyecto **Alicante Costa Blanca Cruise Friendly**. Recabar información pre llegada crucero. Planos y atención personalizada
- ♥ **Castillo de Santa Bárbara**. Amplio consenso.
- ♥ Mercado central. En menor medida la red de mercados municipales
- ♥ **Sensibilidad, Amabilidad y empatía** con el turismo de cruceros.
- ♥ Sensación de seguridad en la ciudad
- ♥ Comercios tradicionales, zona centro y adyacentes de gran variedad.
- ♥ **Ciudad adecuadamente limpia.**
- ♥ **Increíble clima**. Meses de otoño e invierno.
- ♥ **Gastronomía de gran calidad**
- ♥ Municipios **accesibles**.
- ♥ Gran destino turístico global.
- ♥ **Gran Hospitalidad**
- ♥ Buena oferta en general de **cultura, patrimonio, fiestas, artística y de costumbre**.
- ♥ Buena oferta de **actividades náuticas**.
- ♥ Poco **tiempo visitar** la provincia. Interés en volver con más tiempo



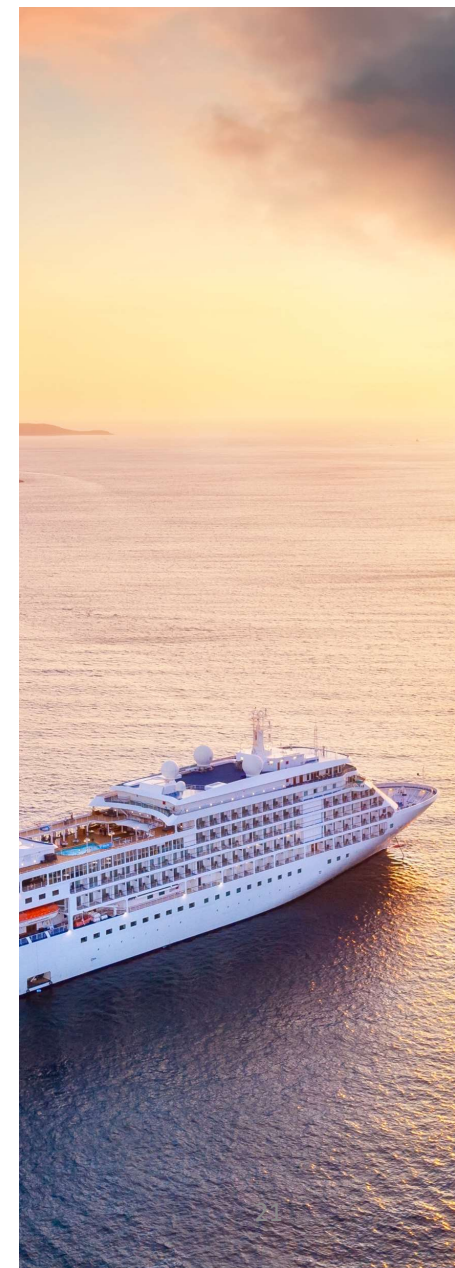
FEEDBACK.

RECOMENDACIONES, SUGERENCIAS Y QUEJAS MÁS SIGNIFICATIVAS
DE LOS CRUCERISTAS.



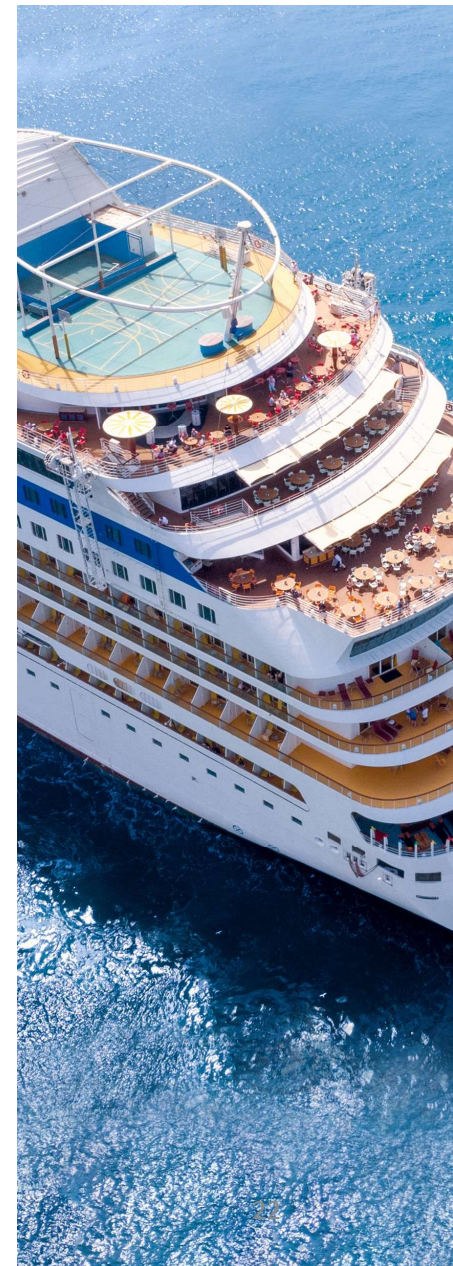
Propuestas de mejora

- Problemas de movilidad para personas con dificultad
- Mayores **zonas de sombra en el recorrido** desde la Terminal hasta el centro de la ciudad.
- **Desconocimiento del inglés, a nivel general.** Ciudad y municipios.
- Falta de Información turística en ingles
- Falta de baños públicos
- Ausencia de **tiendas comerciales y cafetería en la Terminal.**
- Excesiva distancia del centro hasta la Terminal. Mayor frecuencia en las **lanzaderas.**
- **Ausencia de conexión wifi en la ciudad y en la Terminal de cruceros**
- **Malos olores en determinadas zonas de la ciudad y la zona portuaria**



Sostenibilidad.

3% Emisiones CO2 Del sector marítimo	 INNOVACIÓN Aceleración en la transición energética. Gestión del agua, pinturas en los cascos.	 PROGRAMAS Dedicados a la protección de la vida marina y oceánica.	62 BUQUES En 5 años
75% FLOTA Capaz de albergar combustibles a escala si están disponibles en destino.	40% CRUCEROS Preparado para apagar motores y conectarse a la red eléctrica si hay posibilidad.	GNL Combustible más limpio disponible a escala, mientras se están explorando combustibles de cero emisiones.	38 BUQUES GNL Para 2028
0% EMISIONES De CARBONO para 2050	4-5 AÑOS Objetivo para conectarse a la RE.		

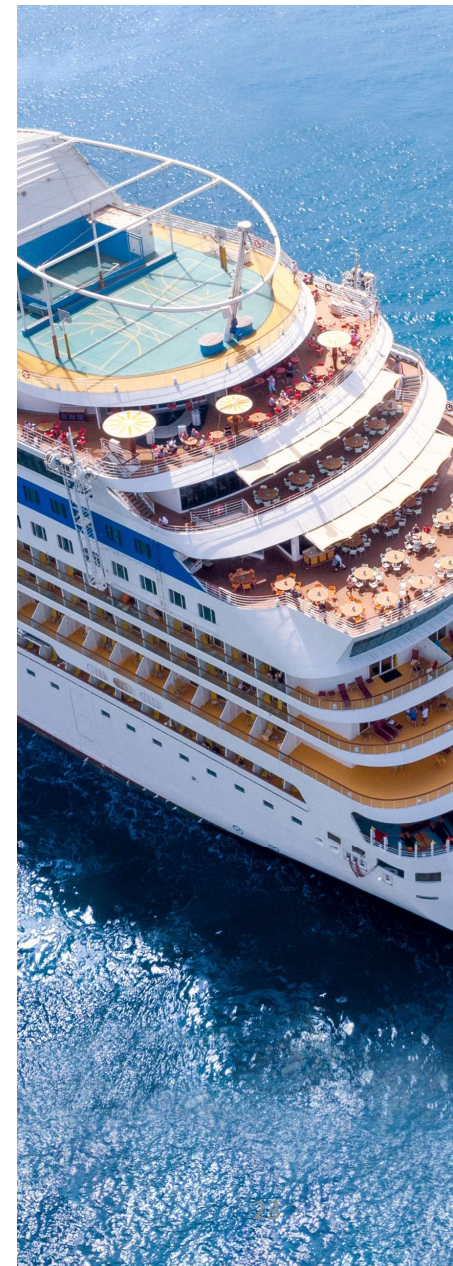


Metodología Impacto Económico

De los resultados obtenidos en la realización de las encuestas de satisfacción y valoración a los cruceristas en su visita a la ciudad de Alicante y la Costa Blanca a lo largo de todo el año 2025, se obtienen los siguientes datos, basados **en el impacto económico directo de los cruceristas, las navieras y la tripulación; y el impacto económico indirecto** que recoge el efecto que se genera en el resto de sectores de la economía como consecuencia de la **adquisición de bienes y servicios de las empresas receptoras** del gasto directo del sector de destino de cruceros. Se refiere al efecto en los proveedores locales.

Inducido: Es el efecto del gasto que realizan los trabajadores y empresas beneficiadas (directa o indirectamente) gracias a los ingresos generados por los cruceros.

Se refieren todos, directo, indirecto e inducido: Navieras, Touroperadores, agencias de viaje, servicios de transporte (avión, tren, autobuses, lanzaderas); hoteles; servicios portuarios (puerto y terminal), gestión de buques, consignatarios, restauración, ocio, souvenirs, seguridad, limpieza, casinos, guías locales, atracciones culturales e históricas, promoción del destino, excursiones, costumbres, fiestas, shopping, turismo náutico, turismo activo, turismo industrial, historia...

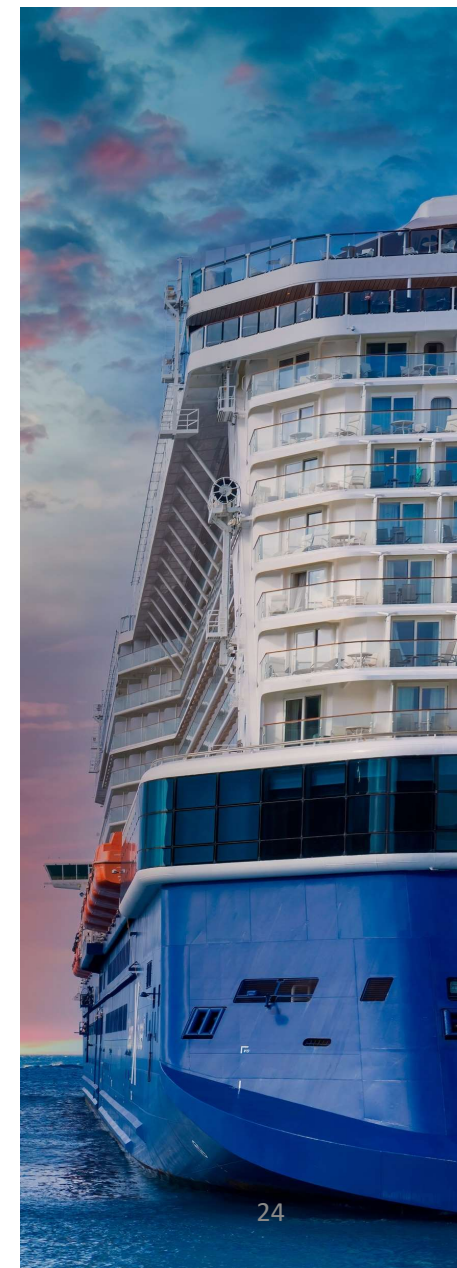


Otros datos. 2025

Ejercicio Récord

Cifra Récord

103 CRUCEROS 83 de escala 20 de Puerto base 17 dobles escalas	27 NAVIERAS Llegan a Alicante	253K CRUCERISTAS Llegan en los cruceros EMBARQUES 5.981 DESEMBARQUES 5.967	86,4% CRUCERISTAS Bajan del barco 69% Visitan ciudad 31% Visitan provincia
<div> <div>3%</div> <div>38%</div> <div>41%</div> <div>18%</div> </div> DESESTACIONALIZACIÓN Por trimestres	34K PERSONAS DE TRIPULACIÓN Bajan a tierra	4,6 a 6,6h TIEMPO MEDIO Visitando la ciudad y la Costa Blanca	3,8D CRUCERISTAS TIEMPO MEDIO HOTELES
53,53 EDAD MEDIA Del crucerista	PUNTOS INTERÉS TURÍSTICO EN ALICANTE	EXCURSIONES ORGANIZADAS	



Cálculo del impacto económico.



2025

Gasto medio
ESCALA **81,33 €**

Gasto medio
PUERTO BASE **420,56 €**

Gasto medio
TRIPULACIÓN **141 €**

GASTO TOTAL
67.391.000 €

Directo / Indirecto / Inducido / Incluye la inversión en la Terminal.

PREVISIÓN

2026

24

NAVIERAS

325K

CRUCERISTAS

1ER/7,16%; 2º/36,38%;
3er/ 17,98; 4º 38,48%

113

Record Histórico

ESCALAS

20 de Puerto base

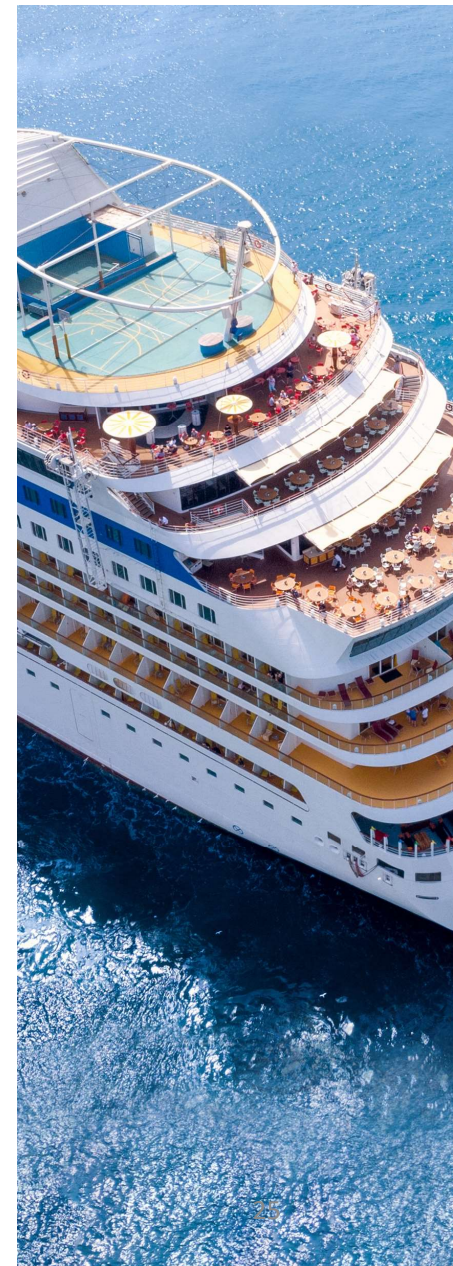
15 dobles escalas

1 escala Triple

6 escalas cruceros 1ª vez

PREVISION IMPACTO ECONOMICO

84 MILLONES



Percepción destino.

94,08% No consideran que el destino esté saturado. **MUY POSITIVO**

Experiencia contrastada. Calidad del servicio. Excelencia turística en auge

Amplitud de puntos de interés turístico. La provincia más rica en recursos y puntos turísticos de todo tipo.

Mejora de la movilidad. Optimización gestión de flujos

El turismo de destino de crucero es **planificado con anticipación.**

Más demanda de Turismo Experiencial. **INMERSIÓN REAL EN DESTINO**

Innovación en nuevas rutas y excursiones. Oferta de nuevos diseños





ALICANTE
POR EL TURISMO DE CRUCEROS

GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Autor estudio e informe: Roberto Martínez, Director Asociación Alicante Costa Blanca Turismo y Cruceros

