



Vista del puerto de Málaga con el gigante del mar 'Oasis of the Seas' atracado. :: SUR

Un puerto con buena reputación

Cruceistas dan un sobresaliente a su escala en Málaga, según un informe de la UMA



PILAR MARTÍNEZ

✉ pmartinez@diariosur.es

El estudio señala el gancho que suponen los cruceros para captar turistas: seis de cada diez viajeros dice que volverá a la ciudad en los próximos tres años

MÁLAGA. El Puerto de Málaga cuenta con una buena reputación entre los cruceristas que han hecho escala en el mismo en los dos últimos años. Tanto que estos viajeros otorgan un sobresaliente, un nueve sobre diez, a su experiencia en el destino. El dato es la conclusión principal a la que llega la primera y única investigación que ofrece resultados empíricos de la reputación que el pasajero de crucero percibe en su escala en Málaga, de la experiencia en el destino, y de las consecuencias de la misma sobre las intenciones del pasajero a revisitarlo y a recomendarlo. El estudio, que se ha convertido en el observatorio turístico durante dos últimos años y que tiene vocación no sólo de continuar sino de ir ampliando los elementos de análisis, lo llevan a cabo los profesores del departamento de Finanzas y Contabilidad de la Facultad de Económicas de la Universidad de Málaga Manuel Ángel Fernández, Ángela María Callejón, José Ramón Sánchez y Ana José Cisneros, vicedecana. Los

resultados extraídos de las 433 encuestas, con un cuestionario diseñado en español, inglés y alemán, realizadas en distintos periodos del año y con escalas de buques con un cliente muy dispar y con viajeros de diferentes mercados, aportan claves que el presidente de la Autoridad Portuaria, Paulino Plata, consideró «fundamentales para determinar el futuro, mejorar la gestión y avanzar en nuevas estrategias con las que seguir creciendo». Plata valoró esta investigación, al afirmar que son pocos los puertos del Mediterráneo que cuentan con una herramienta como ésta, y tendió la mano a los promotores de la misma para ampliar el análisis hacia elementos que aporten nuevos conocimientos.

Manuel Ángel Fernández explicó que «las encuestas, realizadas tras la visita a la ciudad, tienen como objetivo valorar la experiencia y la reputación que perciben, sentimientos y emociones que medimos con 'ítems' y que revelan que la mayoría de los aspectos han evolucionado al alza y que se sitúan por encima del siete sobre diez».

En este sentido, explicó que los elementos que reciben una mayor puntuación es la seguridad personal, la hospitalidad, las instalaciones portuarias y la oferta de tiendas y boutique. Pero además, la investigación constata la importancia que tienen los cruceros como gancho para que la ciudad capte turistas. Y es que el 60% de los encuestados se queda con ganas de ver y disfrutar más la ciudad, afirmando tener la

intención de volver a visitar Málaga para las vacaciones dentro de los próximos tres años. Además, ocho de cada diez asegura que recomendará el destino. Concretamente, el 89,1% de los visitantes del segmento de lujo y el 78,6% del estándar reconocieron tener una gran intención de recomendar a Málaga como un destino de vacaciones.

Otro elemento que siempre ha ge-

nerado controversia es el referente al desembolso que realizan los cruceristas durante sus horas de estancia en la ciudad. Esta investigación determina que «la distribución del gasto en la ciudad es bimodal, con la mayoría gastando menos de 50 dólares (39,4%) o entre 51 y 100 dólares (31,6%)». También recoge que la media de inversión en sus escalas en la ciudad es de 75 euros, aunque se establece un escenario en el que unos no gastan casi nada y otros gastan mucho. «Los pasajeros del segmento de lujo presentan una estructura de ingresos superior a los del segmento estándar», precisaron los profesores que advierten que en este segmento han encontrado un amplio campo de estudio.

Otra de las cuestiones de interés es conocer a qué mercados hay que dirigirse. La investigación constata que el mayor caladero de cruceros que Málaga tiene como puerto de escala es el procedente de países europeos, con una marcada presencia de alemanes y británicos.

El informe revela también que existen aún oportunidades de negocio por explotar en la ciudad en relación a estos viajeros, que echan en falta recuerdos y regalos que identifiquen al destino. «Salta a la vista que hay un mercado potencial importante para el comercio», explicaron los profesores que también quisieron agradecer a los ciudadanos la actitud hacia los cruceristas que relatan a la vuelta al barco haberse sentido queridos y bien atendidos. Elementos que dejan huella.



Profesores de la investigación junto a Plata y Gutiérrez. :: SUR

Seguridad, hospitalidad, instalaciones portuarias y la oferta de compras, aspectos más valorados