



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

El turismo de cruceros. El posicionamiento de las grandes areas de viajes de cruceros. Su incidencia econòmica

Irene Martínez Casado

Grau de Turisme

Any acadèmic 2013-14

DNI de l'alumne: 43182191J

Treball tutelat per Eugeni Aguiló Perez
Departament de Economia

S'autoritza la Universitat a incloure el meu treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línea, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

Paraules clau del treball:
cruceros, turismo de cruceros, evolución, impactos, puertos. compañías de cruceros.

Índice de contenidos

<u>1. Introducción</u>	3
<u>2. El turismo de cruceros en el mundo</u>	
2.1 Evolución del turismo de cruceros	5
2.2 Perfil del turista de cruceros	6
2.3 Principales compañías de cruceros	8
2.4 Cruceros Fluviales	
2.4.1. Principales compañías de cruceros fluviales	12
<u>3. Turismo de cruceros en Europa</u>	
3.1 Evolución del turismo de cruceros en Europa	13
3.2 Impactos del turismo de cruceros.....	14
3.2.1 Impactos económicos	15
3.2.2 Impactos socioculturales.....	15
3.2.3 Impactos ambientales.....	17
<u>4. El turismo de cruceros en el Mar Mediterráneo.</u>	
4.1 La estacionalidad en el mediterráneo.....	19
4.2 Principales puertos de cruceros.....	20
4.3 Itinerarios en el mar mediterráneo.....	20
4.3.1 El Mediterráneo occidental.....	21
4.3.2 El Mediterráneo oriental.....	21
4.3.3 Atlántico y Mediterráneo.....	22
4.4 Duración de los cruceros por el mediterráneo.....	22
4.5 Principales compañías que operan en el mediterráneo.....	22
<u>5. Las Islas Baleares y Barcelona en el Mercado Turístico de Cruceros</u>	24
<u>6. El futuro del turismo de cruceros</u>	27
<u>7. Conclusión</u>	28
<u>8. Bibliografía</u>	29

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años la demanda mundial de cruceros turísticos ha registrado uno de los mayores crecimientos del sector del turismo. Este permanente dinamismo que caracteriza a que cada vez mayor número de países incluyen los cruceros como un producto clave para su desarrollo turístico.

El objetivo de este trabajo es llegar a comprender cómo ha evolucionado el turismo de cruceros con el paso de los años.

Para entender todos los conceptos que se van a tratar en adelante, es importante diferenciar entre el transporte de pasajeros y los turistas de cruceros. El transporte de pasajeros es la embarcación de personas en un determinado puerto con el único objetivo de trasladarse a otro puerto donde finalmente, desembarca. Mientras que el turista de crucero, también llamado crucerista, es la persona que embarca en un puerto con el fin de efectuar un itinerario previamente determinado donde se visitarán varios puertos con la opción de desembarcarse o no (los turistas de cruceros, normalmente, se desembarcan en el puerto de origen aunque no necesariamente). El objetivo principal del turismo de crucero es disfrutar de unas vacaciones marítimas a bordo de unos buques dotados de todos los servicios que los pasajeros puedan necesitar.

Muchos tienen la idea de que la actividad de los cruceros turísticos es algo relativamente moderno, que surge a principios de los años 70 desde Miami (Estados Unidos) a todo el Caribe (*Turismo de cruceros – Situación actual y tendencias, OMT, 2008*), pero no es así. Según la publicación “Cruise Ships” (*Middlermiss, 1997*), ya en 1845 existen indicios de los primeros anuncios de cruceros de lujos a través de una carta que se publicó en el *Leipziger Illustriete Zeitung* de Hamburgo. De modo que, el turismo de cruceros existía aunque reservado para una clase social económicamente alta.

En los comienzos de los cruceros, eran las agencias de viajes quienes se encargaban de realizar todo lo necesario para la organización del crucero (Dawson Philip, 2000) mientras que los armadores se limitaban a la operativa

náutica del buque. En 1841, la agencia británica Thomas Cook, fue la primera en organizar tanto cruceros como viajes terrestres.

En general, en este trabajo se analiza la evolución que ha tenido el turismo de cruceros y cómo ha afectado esa evolución al Mediterráneo, las principales empresas de cruceros a nivel mundial, sin olvidar los impactos, tanto positivos como negativos, que produce este tipo de turismo. Por último, se exponen unas previsiones futuras para el turismo de cruceros y unas conclusiones.

2. EL TURISMO DE CRUCEROS EN EL MUNDO

2.1 EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE CRUCEROS

El fenómeno del turismo de cruceros se originó gracias a la unión de la industria del ocio y del transporte marítimo de viajeros (*Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, 2009*).

A partir de los años 60 empiezan a surgir los primeros barcos diseñados exclusivamente para el turismo de cruceros y con ellos, la aparición de las principales compañías modernas como Carnival Cruises, Royal Caribbean Cruises, o Norwegian Cruises Line.

Fue tan grande el crecimiento que experimentó la industria del crucero que dio lugar a la creación de asociaciones como es el caso de “Florida Caribbean Cruises Association” (FCCA) cuya finalidad es promover el crecimiento y desarrollo de la industria de cruceros para que se vean beneficiados tanto los destinos como a las compañías de cruceros, y “Cruises Lines International Association” (CLIA) que consta de un foro donde las compañías relacionadas con los cruceros de pasajeros de Estados Unidos y Canadá puedan reunirse para llegar a finalidades comunes.

En la actualidad, los cruceros son diseñados como un destino turístico en sí, llegando a pasar a un segundo plano el itinerario de viaje.

Por otro lado, la rapidez con la que se adapta este sector consigue llegar a mayor número de personas, permitiendo así disfrutar de unas vacaciones con todas las comodidades deseadas. Todo ello ha sido posible a los cambios que se han producido en la industria del crucero. Estos cambios son:

- La gran variedad de cruceros que existen y su capacidad, cada vez mayor.
- La incorporación de las últimas tecnologías y sistemas de seguridad donde el turista se sienta protegido en todo momento.
- Nueva oferta enfocada a personas más jóvenes pero con menos recursos económicos.
- Duración más corta de los cruceros.

- Incorporación de nuevos destinos.
- La aplicación correcta de las técnicas de marketing permitiendo así competir con muchos complejos hoteleros terrestres.

2.2 PERFIL DEL TURISTA DE CRUCERO

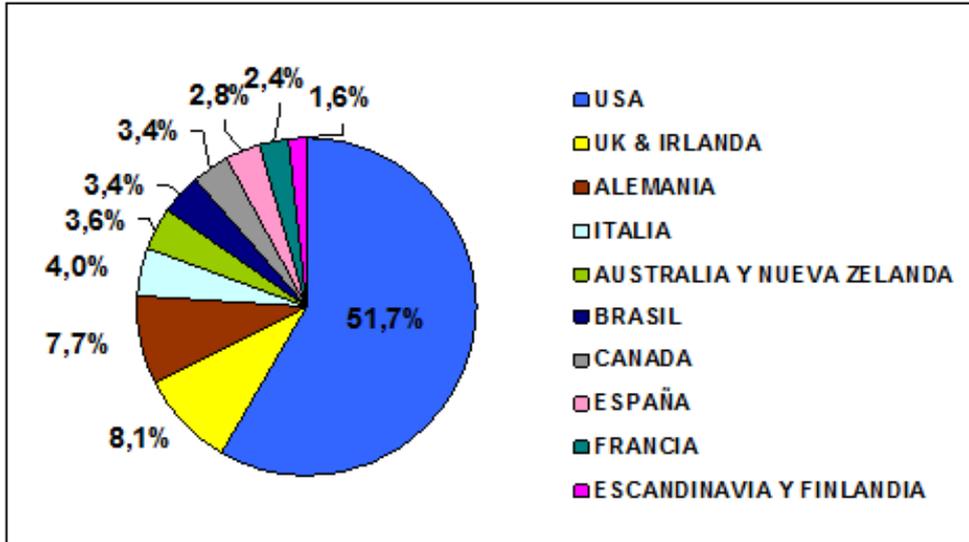
Antiguamente, el perfil del turista de crucero se situaba en una clase social muy alta y la gran mayoría eran jubilados. Hoy en día y debido a la continua evolución, no existe un perfil claramente definido.

- ❖ La edad media está disminuyendo ya que los cruceros cada vez se adaptan mejor a la demanda de los nuevos turistas. Actualmente la edad media de los viajeros se sitúa en los 49 años, mientras que en el pasado era de 65 años.
- ❖ Las familias son un tipo de turista muy importante en los cruceros. La mayoría de los cruceristas viaja con su pareja (77%), seguido por los hijos menores de 18 años (30%), con amistades (25%) y otros miembros de la familia (23%).
- ❖ Por lo general, el 90% de las reservas de cruceros se realizan en agencias de viaje.
- ❖ Los motivos para elegir los cruceros son por el precio total del crucero (86,6%), el itinerario que realice el crucero (77,7%), la reputación que tenga la empresa de crucero o el tipo de crucero en sí (76%), dónde esté situado el puerto de origen/base (61,3%) y los servicios que se ofrezcan a bordo (39,9%) (CLIA, 2013).

La gran mayoría de los turistas de cruceros provienen de EE.UU (**ver figura 1**), donde la demanda norteamericana ha representado el mayor crecimiento. Esto se debe a la lealtad de los cruceristas al destino y a las recomendaciones que hayan realizado sus familiares y/o amigos. Le siguen países de Europa en menor medida como es el caso de Reino Unido, Irlanda y Alemania, aunque los

ciudadanos europeos cada vez muestran más interés en este segmento del turismo.

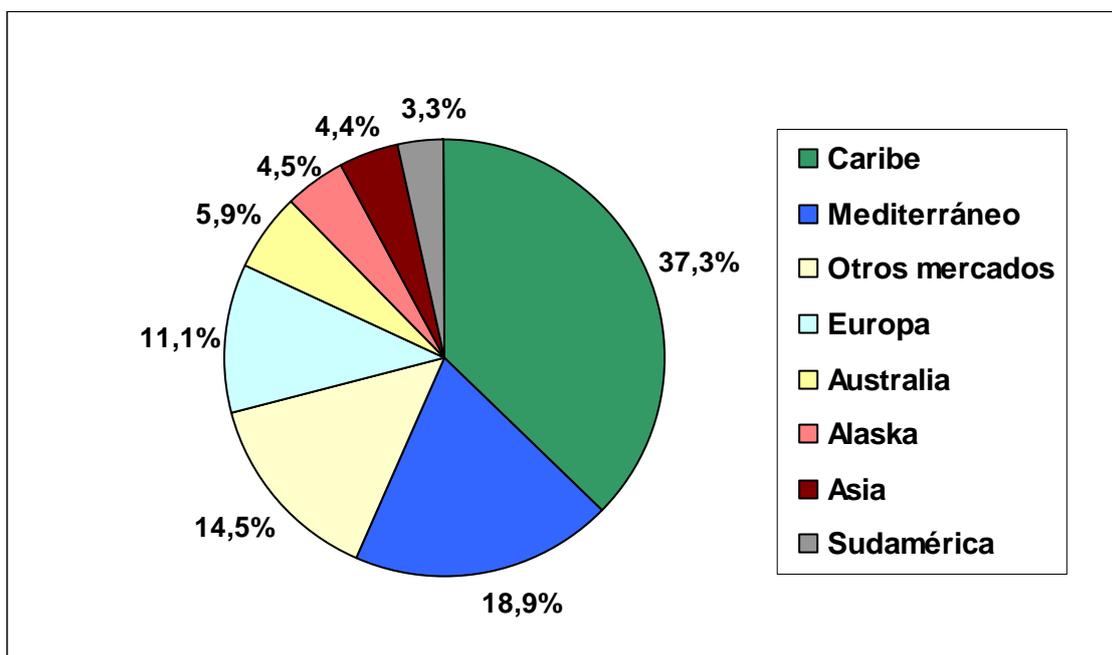
Figura 1. Origen de los turistas de crucero.



(Fuente: CLIA, 2003)

Debido a su cercanía a la mayor potencia del turismo de cruceros como es EE.UU, su espectacular clima y sus increíbles playas, el Caribe se sitúa con el 37,3% de la cuota total del mercado de cruceros a nivel mundial (**ver figura 2**). En segundo lugar encontramos el Mediterráneo con un 18,9%, cuyo índice se ve aumentado con el paso del tiempo. Ello se debe a que grandes compañías navieras, como Royal Caribbean International hayan absorbido gran parte de las empresas de cruceros europeas para adentrarse en un destino en continuo crecimiento. Además cuenta con un alto interés histórico y diversidad cultural. Por otro lado, sorprende que en los últimos años los cruceros a Alaska se hayan incrementado aunque represente un 4,5% del total. Este incremento se ha producido por las expectativas de que los paisajes de hielo y nieve puedan desaparecer debido al cambio climático.

Figura 2. Principales destinos del turismo de crucero



(Fuente: CLIA, 2003)

2.3 PRINCIPALES COMPAÑÍAS DE CRUCEROS

Desde los comienzos de los cruceros turísticos, existen 3 grandes compañías a nivel mundial. El motivo de que sigan siendo las principales navieras se debe a la rapidez con la que se adaptan a las diferentes circunstancias que existe en el mercado a través de fusiones, adquisiciones, etc. Las principales empresas de cruceros son:

- ❖ **CARNIVAL CRUISES CORPORATION.** Es la principal naviera a nivel mundial. Cuenta con una flota de 96 barcos debido a sus diferentes fusiones en todo el mundo y su actividad se centra en el Caribe. Forman parte de Carnival Cruises Corporation empresas tan importantes como P&O Cruises en Reino Unido, Carnival Cruises Lines en EE.UU, Iberocrucero en España o Costa Cruises en Italia, entre otros.

❖ **ROYAL CARIBBEAN CRUISES LTD.** Es la segunda empresa de cruceros del mundo. Cuenta con una flota de 41 buques a nivel mundial con itinerarios que hacen escala en aproximadamente 490 destinos en los siete continentes. Entre los diferentes itinerarios que ofrece encontramos a Alaska, Asia, Nueva Zelanda o Europa. A esta compañía pertenecen empresas como Royal Caribbean International, Celebrity Cruises o Pullmantur, entre otros.

❖ **STAR CRUISES GROUP.** La tercera naviera en el mercado mundial del turismo de cruceros. Junto con Norwegian Cruises Line, Star Cruises cuenta con una flota de 16 barcos en ruta hacia 200 destinos en todo el mundo. Es la empresa de cruceros líder en el Pacífico asiático.

Tabla 1. Compañías de cruceros marítimos.

CARNIVAL CORPORATION GROUP	ROYAL CARIBBEAN CRUISES	STAR CRUISES GROUP
Carnival Cruises Lines	TUI Cruises	Star Cruises
AIDA Cruises	Royal Caribbean International	Norwegian Cruises Line
Swan Hellenic	Celebrity Cruises	Orient Lines
Costa Cruises	Pullmantur	
Cunard Lines	Azamara Club Cruises	
Holland America Line	CDF Croisières de France	
P&O Cruises		
P&O Cruises Australia		
Ibero Cuceros		
Princess Cruises		
Ocean Village		
Seabourn Cruises Line		
Windstar Cruises		

(Fuente: páginas oficiales de las compañías. Creación propia)

Por otro lado, encontramos más compañías de cruceros también muy importantes pero que no pertenecen a ninguno de estos 3 grandes grupos. Son las siguientes:

- Disney Cruise Line
- MSC Cruceros
- Cruceros Australis
- Crystal Cruises
- Oceania Cruises
- Fred Olsen Cruises Lines
- Regent Seven Seas Cruises
- Hapag Lloyd
- Ponant Cruises
- Louis Cruises

**Tabla 2. Los cruceros con mayor capacidad de pasajeros.
(3000 a 4000 pasajeros)**

COMPAÑÍA	NOMBRE	CAPACIDAD PASAJEROS	CAPACIDAD TRIPULACIÓN
RCI	Liberty of the Seas	4328	1360
NCL	Norwegian Epic	4100	1753
NCL	Norwegian Breakaway	4000	1595
MSC	MSC Lirica	3959	1370
MSC	MSC Preziosa	3959	1370
RCI	Oasis of the Seas	3902	2394
RCI	Allure of the Seas	3902	2394
Costa Cruceros	Costa Fascinosa	3800	1000
Costa Cruceros	Costa Serena	3780	1000
RCI	Freedom of the Seas	3634	1365
RCI	Independence of the Seas	3634	1365
Princess Cruises	Royal Princess	3600	1030
P&O Cruises	Azura	3574	1226
P&O Cruises	Ventura	3574	1226
Princess Cruises	Emerland Princess	3573	1201
MSC	MSC Divina	3502	1388
Cunard Line	Queen Victoria	3500	528
Costa Cruceros	Costa Fortuna	3470	1000
Costa Cruceros	Costa Magica	3470	1000
RCI	Adventure of the Sea	3114	1181
RCI	Explorer of the Seas	3114	1180
RCI	Mariner of the Seas	3114	1213
RCI	Navigator of the Seas	3114	1213
RCI	Voyager of the Seas	3114	1180
Princess Cruises	Caribbean Princess	3100	1100
Cunard Line	Queen Mary 2	3090	1238
Princess Cruises	Ruby Princess	3080	1200
MSC	MSC Musica	3013	1000
MSC	MSC Orchestra	3013	987
MSC	MSC Poesia	3013	987

(Fuente: Puerto de Cádiz, Características principales buques de crucero. Creación propia)

Como podemos observar en la **Tabla 2.**, el crucero turístico con mayor capacidad de pasajeros es el *Liberty of the Sea*, perteneciente a la compañía Royal Caribbean Interational (RCI) con una capacidad para 4328 pasajeros y 1360 de tripulación, seguido de *Norwegian Epic* y *Norwegian Breakaway*, ambos de Norwegian Cruises Line (NCL).

En último lugar, pero continuando con gran capacidad, podemos ver a tres buques que forman parte de MSC Cruceros, el *MSC Musica*, *MSC Orchestra* y el *MSC Poesía*, todos ellos con capacidad para 3013 pasajeros.

2.4 CRUCEROS FLUVIALES

Los cruceros fluviales son un producto que ha ido creciendo con el paso del tiempo debido a la exclusividad que emanan. A diferencia de los grandes cruceros, los barcos destinados a los cruceros fluviales están dotados de una capacidad entre 150 y 200 pasajeros aunque existen unos pocos que llegan a alcanzar los 250. Debido a este reducido número, el servicio y el trato entre pasajeros y tripulación es más especial y familiar.

Generalmente el barco permanece en puerto durante la noche y las distancias que recorre son mucho más cortas en comparación con los cruceros marítimos. Lo esencial para elegir un crucero fluvial son los paisajes que se disfrutan durante el trayecto así como las excursiones o visitas programadas que se realizan.

2.4.1. Principales compañías de cruceros fluviales.

Existen numerosas empresas navieras dedicadas exclusivamente a este sector turístico. Entre las más importantes, encontramos:

- Amadeus Waterways
- A Rosa
- Avalon Waterways
- Croise Europe
- Uniworld Boutique River Cruises
- Viking River Cruises
- Panavisión Fluviales
- Politours River Cruises
- Crucemundo
- Scenic Cruises
- Iberostar Grand Amazon
- Amazon Clipper Cruises

3. TURISMO DE CRUCEROS EN EUROPA

3.1 EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE CRUCEROS EN EUROPA

Europa se ha convertido el segundo mercado emisor de turismo de cruceros y continúa creciendo a pasos agigantados.

Tabla 3. Mercados emisores mundiales (millones de pasajeros)

Región	2008	2009	2010	2011
Norte América	10.29	10.40	10.78	11.52
Europa	4.46	5.00	5.57	6.18
Resto del mundo	1.45	2.18	2.40	2.91

(Fuente: ECC, CLIA. Creación propia)

Tal y como podemos ver en la **Tabla 3.**, mientras que del 2008 al 2010 el aumento fue menos notorio, si nos fijamos del 2009 al 2011 el aumento es de un millón de pasajeros, dejándose ver la gran demanda de este segmento del mercado turístico europeo.

Tabla 4. Principales puertos europeos de cruceros.

PUERTO	2013	2012	Variación 2013/2012	2009	Variación 2013/2009
Barcelona	2.599.232	2.408.634	8%	2.151.465	21%
Civitavecchia	2.538.259	2.393.570	6%	1.802.938	41%
Venecia	1.815.823	1.775.944	2%	1.420.980	28%
Islas Baleares	1.541.376	1.341.510	15%	1.237.362	25%
Pireo	1.302.581	1.198.047	9%	1.221.633	7%
Marsella	1.188.031	890.020	33%	631.000	88%
Nápoles	1.175.018	1.297.233	-9%	1.154.742	2%
Dubrovnik/Korcula	1.136.503	981.448	16%	1.154.742	26%
Génova	1.050.085	797.239	32%	671.468	56%
Savona	939.038	810.097	16%	709.861	32%

(Fuente: Medcruise. Cruise Activities in Medcruise Ports.2014. Creación propia)

Los puertos europeos de cruceros (**ver tabla 4.**) que mayor número de pasajeros recibe se sitúan principalmente en el mar mediterráneo.

En primer lugar se encuentra el puerto de Barcelona con un total de 2.599.232 pasajeros, un 8% más en referencia al 2012. Le sigue el puerto Civitavecchia, perteneciente a la provincia de Roma con 2.538.259 pasajeros y Venecia con 1.815.823 pasajeros. En cuarta posición encontramos las Islas Baleares con 1.541.376, con un crecimiento del 15% respecto al año 2012. Pero los puertos que mayor variación han registrado en referencia al 2012 ha sido el puerto de Marsella creciendo un 33% en el 2013, seguido del puerto de Génova con un aumento del 32% y Dubrovnik/Korcula y Savona, ambos registrando un aumento del 16%.

Por otro lado, el único puerto que ha registrado disminuciones en el número de pasajeros con respecto al 2012 ha sido Nápoles, registrando un -9%.

3.2 IMPACTOS DEL TURISMO DE CRUCEROS

La industria europea de cruceros ha continuado creciendo independientemente de la crisis europea que hasta el día de hoy sigue existiendo. Ello es debido al aumento del número de pasajeros que embarcan en los puertos europeos, además de situarse Europa como líder mundial en el diseño y construcción de cruceros. Todo ello ha ayudado a impulsar este sector.

Por otro lado y como todas las industrias, el sector de los cruceros genera impactos de distinto carácter como son los impactos económicos, socioculturales y ambientales.

3.2.1 Impactos económicos

Tabla 5. Beneficios económicos del turismo de cruceros por país.

País	Gastos Directos (millones de €)			Total de Empleos			Compensación Total (millones de €)		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Italia	4,538	4,450	4,460	99,057	100,089	99,556	2,952	3,043	3,032
Reino Unido	2,569	2,830	2,935	58,604	63,834	66,059	2,120	2,332	2,415
Alemania	2,306	2,524	2,953	36,084	39,238	45,637	1,212	1,433	1,675
España	1,186	1,298	1,255	25,219	27,437	26,389	766	834	794
Francia	972	1,224	1,066	13,012	16,009	14,238	577	726	629

(Fuente: ECC. Creación propia)

Como podemos ver en la **Tabla 5.**, Italia registra el mayor número de ingresos económicos y creación de empleo. Esto es debido a que las compañías Costa Cruceros o MSC Cruceros sitúen sus sedes en este país. Le sigue Reino Unido y Alemania también principales mercados de origen y destino del turismo de cruceros y sede de muchas empresas navieras. En cuarto lugar encontramos España, que aunque en 2012 haya registrado una disminución económica debido a la crisis que está existiendo, sigue representando un país muy importante para la industria de los cruceros.

3.2.2 Impactos socioculturales

Los impactos socioculturales provocados por el turismo de cruceros son complejos de medir. Por ello, numerosos académicos han utilizado diferentes modelos para explicar estos impactos. Estos modelos tienen en común que todos consideran la naturaleza dinámica y progresiva de los cambios en las percepciones de los residentes a medida que el desarrollo turístico de cruceros y sus impactos incrementan. Claro ejemplo encontramos en el modelo de Doxey (*Murphy, 1984*) donde las actitudes de los residentes van cambiando en el tiempo en una secuencia predecible (**ver tabla 6**).

Tabla 6. Índice de irritabilidad de Doxey

Fase 1. Euforia	Fase inicial del desarrollo, visitantes e inversores son bienvenidos, pocos planes y mecanismos de control.
Fase 2. Apatía	Los visitantes se dan por sentado, los contactos entre residentes y visitantes toman forma comercial, la planificación está fundamentalmente dirigida al marketing.
Fase 3. Enojo	El punto de saturación está próximo, los residentes recelan de la industria, la administración trata de solucionarlo creando infraestructura más que limitando el crecimiento.
Fase 4. Antagonismo	La irritación es abiertamente expresada, los visitantes son vistos como la causa de todos los problemas, el planteamiento trata de remediarlo pero la promoción decrece y se deteriora la reputación del destino.

Impactos socioculturales positivos

- Aumento de puestos de trabajo
- Mayor seguridad en el destino
- Contacto con turistas que facilita el conocimiento de otras culturas, ideas, formas de vida e idioma.
- Ruptura de estigmas raciales o culturales
- Intercambio de civilizaciones

Impactos socioculturales negativos

- Degradación del espacio público
- Disminución de la calidad de vida de los habitantes de la ciudad que se visita debido a la masificación.
- Disminución del gasto por parte del crucerista en alojamiento, restaurante, ocio y visitas turísticas en la ciudad ya que en muchos cruceros está incluido en el precio total.
- Congestión en el tráfico
- Saturación de algunos servicios de la ciudad
- Incremento en los precios de bienes y servicios

3.2.3 Impactos ambientales

El turismo de cruceros necesita de recursos naturales para su desarrollo, por ello es necesario un crecimiento sostenible para preservar el ecosistema local y mantener la calidad de los cruceros. Principalmente, los cruceros generan impactos negativos sobre el medioambiente, por ello se han creado regulaciones medioambientales a nivel internacional con el objetivo de disminuir el daño en los mares y fondos marinos, tanto de flora como de fauna.

Se han creado varias organizaciones para llevar a cabo todas las regulaciones necesarias para la preservación de los mares. La Organización Marítima Internacional (OMI) se encarga de los aspectos medioambientales de los cruceros en sus travesías, mientras que en 2003 se creó Ocean Conservation and Tourism Alliance (OCTA), una de las organizaciones más importantes para regular las actividades en el medio marino.

Impactos ambientales negativos

- La construcción de buques, terminales de pasajeros, diques, ampliación de puertos, etc, modifica el ambiente natural lo que genera cambios en el oleaje costero local como en los patrones de sedimento.
- Contaminación del agua y del aire. Según Uebersax (1996) el promedio que genera un crucero es de 1 Kg. de desechos combustibles, 0,5 Kg. de residuos de alimentos y 1Kg. de vidrio y desechos por persona y día.
- Destrucción de arrecifes.
- Saturación del tráfico marino

Impactos ambientales positivos

- Mayor concienciación medioambiental
- Preservación de hábitats naturales y lugares históricos
- Lucha contra la contaminación
- La demanda por parte del turista de un medioambiente de gran calidad.

4. EL TURISMO DE CRUCEROS EN EL MAR MEDITERRÁNEO

El Mediterráneo es la región turística de mayor capacidad de atracción mundial. Seduce cada año a unos 200 millones de visitantes y todo parece indicar que así va a ser durante largo tiempo (Smith & Jenner, 1995).

El Mar Mediterráneo se sitúa con aproximadamente el 20% de la cuota total de mercado del turismo de cruceros, siendo así la segunda región con más cruceristas del mundo. No hay que olvidar que la zona mediterránea tiene tres países líderes en turismo mundial como son Francia, España e Italia.

4.1 LA ESTACIONALIDAD EN EL MEDITERRÁNEO

Es el destino que mayor estacionalidad representa. La temporada de cruceros por el mediterráneo se extiende desde marzo hasta finales de noviembre, siendo de mayo a octubre los meses que concentran el máximo número de turistas de cruceros con un 30% en relación al mercado global, mientras que el mínimo se sitúa entre los meses de diciembre y febrero registrando tan sólo un 5%.

Hay que destacar cuatro hechos fundamentales para el desarrollo del turismo de cruceros en el Mediterráneo (*Organización Mundial del Turismo. Turismo de cruceros. Situación actual y tendencia, 2008*):

- I. El crecimiento de la demanda británica desde 1996, especialmente con la reentrada de los operadores turísticos en el negocio debido a precios más asequibles al incorporar buques *contemporary* y *low cost* con políticas comerciales basadas en descuentos y promociones.
- II. La llegada de los grandes buques y su localización en el Mediterráneo convierte esta región en una de las más importantes.
- III. El crecimiento exponencial de las demandas nacionales europeas llegando a superar la demanda británica.
- IV. La consolidación de navieras europeas.

4.2 PRINCIPALES PUERTOS DE CRUCEROS.

El país más importante en cruceristas es Italia (**ver Tabla 7**), donde Civitavecchia es el puerto que mayor número de llegadas ha registrado, a pesar de una disminución del 8% en 2013. En segundo lugar encontramos Dubrovnik/Korcula cuyo puerto ha registrado un notable aumento de escalas de cruceros, teniendo más llegadas que Barcelona, seguido de Pireo y las Islas Baleares. Otro puerto que en el 2013 logró un mayor número de escalas de cruceros en comparación con el año 2012 es el de Marsella, con un crecimiento récord del 28%, entrando así entre los 10 puertos con mayor número de llegadas.

Tabla 7. Principales puertos de cruceros del mediterráneo (Llegadas)

PUERTO	2013	2012	Variación 2013/2012	2009	Variación 2013/2009
Civitavecchia	959	1.040	-8%	793	21%
Dubrovnik/Korcula	843	659	28%	810	4%
Barcelona	835	774	8%	799	5%
Piraeus	711	763	-7%	877	-19%
Islas Baleares	699	632	11%	630	11%
Kusadasi/Bodrum/Antalya	657	683	-4%	733	-10%
Venecia	548	661	-17%	543	1%
Tenerife	520	534	-3%	347	50%
Corfu	480	485	-1%	375	28%
Marseille	447	354	26%	316	41%

(Fuente: Medcruise. Cruise Activities in Medcruise Ports.2014)

4.3 ITINERARIOS EN EL MAR MEDITERRANEO.

El itinerario que va a realizar el crucero es una decisión muy importante ya que, junto con el buque de cruceros, son factores que influyen a la hora de que los clientes compren uno u otro.

Un itinerario incluye el destino, los puertos de escala, su secuencia, la duración de la estancia en cada puerto, la velocidad del buque, las fechas de salida y la estructura de tarifas de los cruceros (Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P., 2010).

Existe una gran variedad de itinerarios y rutas que se pueden clasificar en 3 grandes grupos:

- Mediterráneo occidental
- Mediterráneo oriental
- Combinación entre el Atlántico y el Mediterráneo

4.3.1 El Mediterráneo occidental

Existen varias opciones de cruceros con salida desde Barcelona y en algunos casos desde Valencia para conocer el área más occidental del Mediterráneo. Estos viajes llevan a conocer la famosa Costa Azul en Francia, la Riviera italiana y, dependiendo del itinerario, algunas de sus islas como Córcega, Cerdeña, Sicilia, Malta, Baleares, y finalmente Túnez en algunos casos.

Lugares: España (Barcelona, Valencia, Málaga, islas Baleares...), Italia (Génova, Florencia, Pisa, Roma, Nápoles, Palermo, isla de Cerdeña...), Francia (Marsella, Villefrance, Niza, Cannes, isla de Córcega...), Mónaco (Montecarlo), Malta, Túnez... Con salidas, en su mayoría, para los cruceristas españoles de los puertos de España.

4.3.2 El Mediterráneo oriental

Toda la magia del Mediterráneo, se halla en la cosa de las islas griegas, Turquía, Croacia... Países con una gran tradición y diversidad cultural, impresionantes vestigios de civilizaciones pasadas y el encanto del mar Jónico, mar Egeo y el mar Adriático.

Lugares: Italia (Venecia, Bari...), Croacia (Dubrovnik...), Grecia (Atenas, Katakolon, islas griegas...), Turquía (Estambul, Éfeso, Kusadasi...), Montenegro (Kotor), Egipto (Alejandría...), Chipre, Ucrania (Odessa), Libia (Trípoli)... Los puertos principales de las salidas de los cruceros son: Venecia, Atenas, Estambul...

4.3.3 Atlántico y Mediterráneo

Esta opción ofrece la posibilidad de conocer culturas tan dispares como la portuguesa, la islámica y la española, pudiendo disfrutar de cada una de ellas en su máxima expresión ya que la mayoría de las compañías hacen escala en los puertos más emblemáticos de cada país. Se puede disfrutar del embrujo de las ciudades islámicas como Marrakech, de las espectaculares visitas desde el segundo acantilado más alto del mundo en Madeira de la magia de los volcanes y paisajes canarios.

Lugares: Con salidas de puertos de España e Italia, permite visitar en España (Islas Canarias), Marruecos (Tánger, Rabat, Casablanca, Marrakech...), Islas de Madeira, en algunos casos también Portugal (Lisboa).

4.4 DURACIÓN DE LOS CRUCEROS POR EL MEDITERRÁNEO

Los itinerarios suelen durar entre 5 y 14 noches, y con muchos puertos programados y pocos días de navegación. El más común sería el crucero de una semana, en la que se puede llegar a visitar hasta tres o cuatro países en un solo viaje.

4.5 PRINCIPALES COMPAÑÍAS QUE OPERAN EN EL MEDITERRÁNEO

Son muchas las compañías que deciden incluir en sus rutas el mar mediterráneo ya que saben que es un destino muy atrayente y deseado debido a su clima y su localización.

Las principales compañías que operan en el mediterráneo son:

- **NCL Cruceros:** salidas desde Barcelona, Venecia, Málaga.
- **MSC Cruceros:** salidas desde Valencia, Barcelona, Venecia (Italia), Palma de Mallorca, Civitavecchia (Roma), Marsella (Francia), Génova (Italia), Bari (Italia), La Spezia, Florencia y Pisa (Italia), Lisboa (Portugal), Messina (Sicilia), Palermo (Italia).

- **Iberocruceros:** salidas desde Barcelona, Venecia, Valencia, Estambul (Turquía).
- **Pullmantur:** salidas desde Málaga, Barcelona, Valencia, Palma de Mallorca.
- **Louis Cruises:** salidas desde Atenas, Estambul.
- **Costa Cruceros:** salidas desde Barcelona, Venecia, Palma de Mallorca, Valencia, Málaga, Savona (Italia).
- **Royal Caribbean:** salidas desde Barcelona, Southampton (Inglaterra).
- **Celebrity Cruises:** salida desde Civitavecchia (Roma).
- **Disney Cruises Line:** salida desde Barcelona.
- **Holland America Line:** salida desde Venecia (Italia).

5. LAS ISLAS BALEARES Y BARCELONA EN EL MERCADO TURÍSTICO DE CRUCEROS.

Tanto el puerto de Palma de Mallorca como el de Barcelona son muy importantes en los cruceros que se realizan en el mar mediterráneo.

Por un lado Barcelona es uno de los principales puertos que ha ido evolucionando a pasos agigantados. Es la base de partida y de llegada de muchos cruceros por el mediterráneo. En el 2006 se realizó un estudio sobre el impacto de cruceros en las economías locales con el objetivo de dar a conocer a las autoridades locales, nacionales y europeas la contribución económica y social de los cruceros. La iniciativa fue emprendida por: *European Cruise Council (ECC)*, *Euroyards*, *MedCruise* y *Cruise Europe*. El resultado de dicho estudio indicó que en Barcelona, el negocio de cruceros es el responsable de 14.000 puestos de trabajo, con una remuneración total de 442 millones de euros (OMT, 2008).

Otro hecho fundamental, es que el puerto de Barcelona está muy bien comunicado con el centro de la ciudad, además del aeropuerto, estaciones ferroviarias y la red metropolitana de transporte, lo que hace que su accesibilidad sea excelente. Varios autores confirman que uno de los hechos importantes para el turismo de cruceros en Barcelona, fueron los Juegos Olímpicos de 1992, dónde estuvieron atracados 17 buques como hoteles flotantes. Los JJ.OO mostraron al mundo el potencial turístico de Barcelona y eso interesó a las principales navieras del mundo que crearon lazos con las consignatarias locales para impulsar el interés de la Autoridad Portuaria por este tipo de tráfico y ayudar a promover la ciudad internacionalmente con *Turisme de Barcelona*.

Según la Organización Mundial del Turismo (2008), los puntos clave para el éxito de Barcelona en el sector de cruceros son:

- La inteligente promoción del destino utilizando como impulso la imagen de Barcelona de los JJ.OO del 1992.
- El desarrollo de productos (oferta complementaria).
- La coordinación entre autoridades basada en la efectividad, evitando la burocratización.
- La inversión gradual y acorde con las necesidades del momento en instalaciones portuarias adecuadas.
- La seguridad ciudadana y jurídica.
- La sensibilización de la Autoridad Portuaria y de *Turisme de Barcelona* a este tipo de turismo.

Por otro lado, el puerto de Palma siempre ha estado situado entre los 10 principales puertos de cruceros del Mediterráneo. En el 2000 fue el puerto español con más cruceristas, en 2001 se situó detrás del puerto de Barcelona y hasta el 2006 no fue superado por Civitavecchia. A día de hoy, el archipiélago balear supone casi un 7% del tráfico de cruceristas en el Mediterráneo y el 30% en España.

Las Islas Baleares disponen de unas condiciones geográficas así como climáticas ideales para llevar a cabo este tipo de turismo, como también el hecho de que estén localizadas en el centro del Mediterráneo occidental por lo que la mayoría de los itinerarios realizan escalas en sus puertos.

Una de las actividades principales cuando el buque atraca en el puerto es la de llevar a cabo excursiones en el destino. Estas pueden estar contratadas o hacerse por cuenta propia. La mayoría de las navieras suelen vender las excursiones a bordo o tienen contratos con compañías de excursiones en tierra, por tanto, muchas veces no hay beneficio local en este sentido.

Según el informe “Evolución del tráfico, periodo enero – diciembre 2011” del Ministerio de Fomento, apunta los siguientes datos “*Las Autoridades Portuarias con más pasajeros de crucero son: Barcelona (2,7 millones de pasajeros; +13,2%); Baleares (1,6 millones de pasajeros; +4,0%); Santa Cruz de Tenerife (828 mil pasajeros; +11,9%); Las Palmas (771 mil pasajeros; +16,0%) y Málaga (639 mil pasajeros; -3,1%)*”. Por ello, Barcelona y Baleares se sitúa en las primeras posiciones en referencia a los puertos Españoles y entre los 10 mejores puertos a nivel europeo.

6. EL FUTURO DEL TURISMO DE CRUCEROS

La evolución del turismo de cruceros apunta a que seguirá creciendo con el paso de los años como hasta el día de hoy está registrando. La tendencia para los próximos años señalan al continuo crecimiento debido a:

- Aumento de la capacidad de los barcos de cruceros así como la incorporación de nuevos y mejores servicios.
- Conocimiento del turismo de cruceros por parte de la sociedad.
- Mayor variedad de cruceros donde el cliente puede encontrar el crucero que se ajuste mejor a sus preferencias.
- Precios más económicos debido a la mayor competitividad que existe cada día.
- Mayor flexibilidad para elegir fechas de los cruceros.
- Incorporación de la mejor tecnología a bordo.
- Mayor y mejor acceso para realización de la compra de crucero.
- Disminución de la edad en el perfil del turista de cruceros.

Por otro lado, también hay que intensificar las normas de seguridad así como las regulaciones medioambientales y los impactos negativos generados por el turismo de cruceros.

7. CONCLUSIONES

Como hemos podido apreciar a lo largo de la realización de este trabajo, el turismo de cruceros es un segmento del mercado turístico internacional que está creciendo año tras año. Ello se debe a la incorporación de nuevos destinos a las rutas de las grandes compañías de cruceros así como la creación y fabricación de cruceros con mayor capacidad.

Cabe añadir que a nivel global, este segmento del turismo está controlado por unas pocas empresas de cruceros que intentan controlar todo el mercado sin dejar que otras entren en el sector a través de la imposición de barreras de entradas para lograr el oligopolio del mercado. Es por ello que las empresas de cruceros con menor dimensión han dirigido sus servicios a cruceros fluviales o cruceros especializados.

Por otra parte, la estacionalidad es el factor que más incluye a la demanda de los cruceros ya que depende en gran medida de las vacaciones de la población, normalmente en verano, y al clima que exista en los lugares que se visita. Para disminuir el efecto producido por la estacionalidad, las compañías navieras incorporan a sus destinos nuevas rutas para que la oferta se encuentre en constante movimiento y así puedan cubrir todos los meses del año. Además deben tomar consciencia, tanto las empresas de cruceros como las autoridades de la necesidad de definir las medidas de protección ambiental, así como la regulación de los impactos socioculturales y económicos que genera dicho segmento.

A nivel nacional observamos que los puertos españoles que mayor representación tienen en el turismo de cruceros en el mar mediterráneo son Barcelona y las Islas Baleares. La adaptación de sus puertos para futuros buques con mayor capacidad y dimensiones deberá ser efectiva si desean continuar atrayendo a los numerosos turistas de cruceros que a día de hoy reciben.

8. BIBLIOGRAFÍA

- Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, “El Turismo de Cruceros”. http://www.comunidad-valenciana.org/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/TurismoCruceros_marzo_2011.pdf.
- Ross K.Dowling, (2006), “Cruise ship tourism” (CABI)
- Dwyer, L. y Forsyth, P. (1998). “Economic significance of cruise tourism”. *Annals of Tourism Research, Vol. 25, No. 2, (1998)*
- ECC. European Cruise Council. “European Cruise Council 2012/2013 Report” <http://www.europeancruisecouncil.com/content/ECC%20Report%202012-13.pdf>
- FCCA. Florida – Caribbean Cruise Association. “Cruise Industry Overview 2013” <http://www.fcca.com/downloads/2013-cruise-industry-overview.pdf>
- International Journal of Leisure and Tourism. “*Cruise tourism: economic, socio-cultural and environmental impacts*, Juan Gabriel Brida y Sandra Zapata (2010)” http://www.colmayor.edu.co/uploaded_files/images/conveniosVICE/giet/ijltm_cruise_impacts_jwbz7.pdf
- Organización Mundial del Turismo. “Turismo de cruceros-Situación actual y tendencias”. *Edición 2008. Madrid.*
- Organización Mundial del Turismo. “Panorama del turismo internacional edición 2013” http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_sp_hr_0.pdf

- Med Cruise. "Cruise Activities in MedCruise Ports: Statistics 2013"
http://www.medcruise.com/images/VariousDocs/Cruise_Activities_in_MedCruise_Ports_2014.pdf

- Ministerio de Fomento "Evolución del tráfico, periodo enero – diciembre 2011".
http://www.puertos.es/sites/default/files/pdfs/2011_12_estcom_sistema.pdf

- Puertos. "Cruceros a toda Maquina". *Revista puertos. Nº 160*.
http://www.puertos.es/revista_puertos/160

- Puerto de Cádiz. "Características de los principales buques de crucero"
<http://www.puertocadiz.com/opencms/PuertoCadiz/es/galerias/descargas/puerto/caracteristicascruceros.pdf>

- Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P. (2010). "Marketing research and revenue optimization for the cruise industry: A concise review". *International Journal of Hospitality Management* 30 (2011)

Web visitadas y consultadas

Carnival Cruises.

<http://www.carnival.com>.

Costa Cruceros.

<http://www.costacruceros.es/B2C/E/Pages/Default.aspx>

Crucero Guía

www.cruceroquia.com

Cruises Lines International Association

<http://www.cruising.org/>

European Cruises Council

<http://www.europeancruisecouncil.com>

Florida Caribbean Cruise International Association.

<http://www.fcca.com/>

Iberocruceros

<http://www.iberocruceros.com/>

Instituto Nacional de Estadística

<http://www.ine.es/>

Med Cruise

www.medcruise.com

MSC Cruceros.

www.msccruceros.es

NCL Norwegian

<http://www.es.ncl.eu/>

Organización Mundial del Turismo.

[http://unwto.org/es.](http://unwto.org/es)

Puerto de Barcelona:

<http://www.portdebarcelona.cat/>

Puerto de las Islas Baleares:

<http://www.portsdebalears.com/index.php3>

Pullmantur.

<http://www.pullmantur.es/portada.html>

Royal Caribbean Lines

<http://www.rclinvestor.com/phoenix.zhtml?c=103045&p=irol-profilelong&t=&id=&>

Royal Caribbean International

<http://www.royalcaribbean.es/home.do>

Star Cruises.

<http://www.starcruises.com/en/home.aspx>

Todo Cruceros

www.todocruceros.com

