



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultad de turismo

Memoria del Trabajo de Fin de Grado

**Turismo de cruceros.
Posicionamiento de las grandes áreas de viajes
de cruceros y su incidencia económica.**

Daniel Munguía Mendoza

Grado de turismo

Año académico 2013-14

DNI del alumno: 43128002Q

Trabajo tutelado por Eugeni Aguiló Pérez
Departamento de Economía Aplicada

Se autoriza a la Universidad a incluir mi trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con finalidades exclusivamente académicas y de investigación.

Palabras claves del trabajo:
Turismo, economía, cruceros.

Índice

1-Historia de los cruceros.....	3
2-Posicionamiento de las grandes áreas de viajes de cruceros.....	4
3-Principales mercados emisores	10
4-Incidencia económica.....	13
Incidencia económica en los destinos.....	14
Beneficios de la industria	15
Problemas de la industria.....	16
5-Situación actual y tendencias.....	18
6-Conclusión	20
7-Bibliografía	21

1-Historia de los cruceros

En la industria de cruceros no se percibe una fecha exacta cierta del primer crucero de la historia debido a la falta de documentación y a la confusión que supondría el término crucero. Mientras algunos datan la posibilidad de que la actividad de los cruceros comenzase en el S. XVIII o incluso varios siglos antes (algunos expertos incluso defienden la idea de que en época del imperio romano ya se realizaban viajes navieros por motivos de placer), no es hasta el año 1818 cuando la Black Ball Line opera oficialmente por primera vez un servicio programado de pasajeros de los Estados Unidos a Inglaterra.

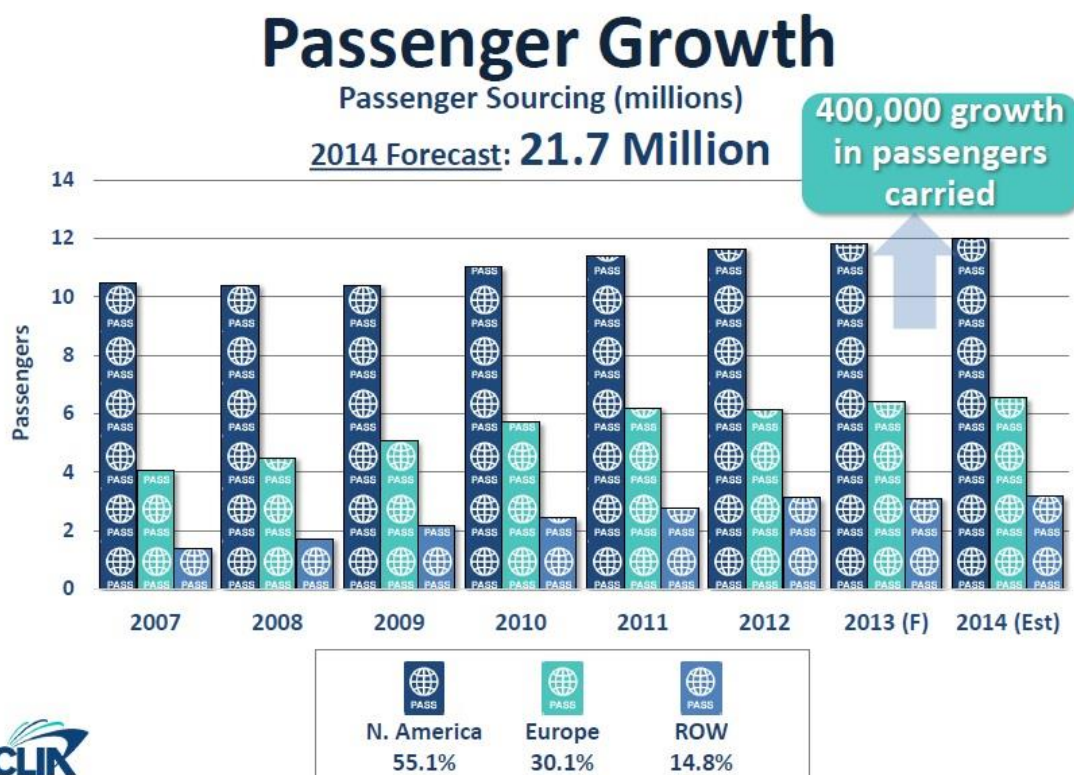
Unos datan el primer crucero de ocio en 1844, cuando la compañía P&O Cruises, llevó a pasajeros por el Mediterráneo con el único propósito de placer, mientras otros datan el año 1833, año en que el Francesco I lleva a nobles del Reino de Sicilia por Italia y Grecia. Sin embargo, el primer anuncio de un crucero aparece el año 1835 en el periódico Shetland Journal para visitar Islandia, Escocia y las islas Feroe. En el año 1840, se funda Cunard Line, la primera compañía en realizar transatlánticos en los que este tipo de viajes, que duraban varios meses y al principio tenían condiciones muy poco favorables, el lujo empezó a coger mucha fuerza en una industria, y que barcos como el Olympic o el Titanic, hundido al chocar con un iceberg, embarcarían sólo a unos pocos pasajeros que se lo podrían permitir. Así, en el año 1900, el barco Prinzessin Victoria Luise, fue construido en Hamburgo, como el primer barco dirigido especialmente para uso de cruceros de lujo.

En el siglo XX, y especialmente a partir de la Primera Guerra Mundial, la industria empezó a ceder y así perder fuerza desde debido a la inseguridad e incertidumbre, mayores niveles de pobreza, el auge de la industria aérea y una mayor competitividad. Lo que conllevó a un cambio en el tipo de barco y los servicios ofrecidos que iría adaptando forma a través de los años a lo que conocemos como los barcos de cruceros modernos.

No será hasta a partir de los años 60, en que tendrá lugar la aparición de los que llamamos los cruceros modernos, en los que barcos como el Queen Mary y el Queen Elisabeth, llevan a cabo sus viajes en los que las actividades de marketing y promoción como destinos de actividad turística ofrecidos para el público en general van tomando fuerza. A finales de S.XX, la industria de cruceros, con pocas excepciones, tiene un auge progresivo, llegando a ser en el S.XXI una de las industrias con mayor previsión de crecimiento en la actividad turística.

2-Posicionamiento de las grandes áreas de viajes de cruceros

Tabla 1: Número de pasajeros en las grandes áreas del 2007 al 2014.



Fuente: 2014 CLIA Annual State of The Industry Press Conference & Media Marketplace
<http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/PressConferencePresentation.pdf>

La industria crucerística es una de las formas de turismo más emergentes en la actualidad. Como podemos observar en la Tabla 1, más de un 21 millones de pasajeros se embarcaron en un crucero durante el año 2013. Esta cifra aumenta año tras año en todas las áreas, llegando a la cifra total estimada de 21,7 millones para el año 2014. En la tabla, podemos ver el número de pasajeros por cada gran área: Norteamérica, incluyendo el Caribe, Europa y el resto del mundo (ROW).

Podríamos afirmar que Norteamérica domina la industria con casi 12 millones de llegadas y una cuota de más del 55%. Le sigue Europa, que con el 30.1% se considera el otro gran bloque relevante de destinos preferidos por los pasajeros, y ya en menor medida el resto del mundo que recibe sólo el 14.8% del total de las llegadas. Como podemos observar, la diferencia de la cuota de mercado a través de los años de cada vez es inferior, aumentando la cuota de Europa y resto del mundo frente a Norteamérica.

Tabla 2: Cuota de mercado de los destinos en 2013

Region	2013 Deployed Capacity Share
Caribbean/Bahamas	37.3%
Mediterranean	19.9%
Europe w/o Med	9.8%
Asia	3.6%
Australia/New Zealand/S. Pac	4.1%
Alaska	5.4%
South America	3.4%
Other Programs	16.5%

Fuente: 2013 Cruise Industry Overview de FCCA
<http://www.f-cca.com/downloads/2013-cruise-industry-overview.pdf>

La Tabla 2 representa la cuota de mercado en el 2013 desglosando el número de cruceristas en las regiones más concurridas por cruceros. En ella se ve que el Caribe, que representó el 37.3% del total mundial en 2013, es el destino principal con diferencia en esta industria, llegando a obtener casi el doble de llegadas que el Mediterráneo, que con un 19.9% es su próximo y más relevante competidor. En menor proporción encontramos Europa, excluyendo el Mediterráneo, (9.8%), Alaska (5.4%), Oceanía (4.1%), Asia (3.6%), Sudamérica (3.4%) y otros lugares (16.5%). Aun teniendo en cuenta el dominio del Caribe durante toda la historia de los cruceros, la realidad es al disminuir las cuotas de mercado a través de los años, rutas relativamente nuevas como podrían ser Asia u Oriente Medio empiecen a tomar relevancia y por tanto haya una mayor diversificación tanto en la oferta como en los pasajeros.

Caribe

La principal zona con diferencia es el Caribe (incluyendo las regiones estadounidenses del caribe y las Bahamas) debido especialmente a que en los meses de invierno en el hemisferio norte, se buscan zonas cálidas donde pasar las vacaciones y, sobre todo debido a la cercanía con Norte América, especialmente Estado Unidos, que es el mayor mercado emisor. Según un estudio realizado por D.P. Wild el Caribe cuenta con más de la mitad de sus puertos en el top 20 de la lista. Los puertos más importantes de esta zona son los puertos estadounidenses de Miami, Port Everglades y Port Cañaveral, situados en el Estado de Florida, seguidos por el puerto mexicano de Cozumel y el puerto de Nassau, Bahamas.

Tabla 3: Los 20 puertos con más llegadas de cruceristas a nivel mundial y el porcentaje de crecimiento del año 2010 al 2011.

PUERTO	País/Región	2011	2010	%
1 Miami	EEUU/Caribe	4.150.000	3.716.800	-10,44
2 Port Everglades	EEUU/Caribe	3.674.230	3.506.240	-4,57
3 Port Cañaveral	EEUU/Caribe	2.825.450	3.131.940	10,85
4 Cozumel	México/Caribe	2.908.420	2.651.600	-8,83
5 Barcelona	España/Mediterráneo	2.344.925	2.642.493	12,69
6 Nassau	Bahamas/Caribe	2.403.710	2.590.140	7,76
7 Civitavecchia	Italia/Mediterráneo	1.920.000	2.402.900	25,15
8 St. Thomas	Barbados/Caribe	1.858.950	1.949.000	4,84
9 Venecia	Italia/Mediterráneo	1.617.010	1.806.000	11,69
10 San Juan	Puerto Rico/Caribe	955.330	1.623.700	69,96
11 St. Maarten	Países Bajos/Caribe	1.512.620	1.619.250	7,05
12 Baleares	España/Mediterráneo	1.540.866	1.614.499	4,78
13 El Pireo	Grecia/Mediterráneo	1.200.000	1.566.500	30,54
14 Southampton	Atlántico/N. de Europa	1.243.460	1.445.130	16,22
15 Grand Cayman	Reino Unido/Caribe	1.597.180	1.444.000	-9,59
16 Nápoles	Italia/Mediterráneo	1.139.320	1.154.750	1,35
17 New York	EEUU/Costa Este	582.980	1.112.500	90,83
18 Livorno	Italia/Mediterráneo	822.550	970.550	17,99
19 Galveston	EEUU/Caribe	850.000	916.000	7,76
20 Dubrovnik	Croacia/Mediterráneo	970.000	899.760	-7,25

Fuente: Estudio realizado por D.P. Wild.

Destacar que más de la mitad son puertos situados en el Caribe, y que los puertos de Barcelona (5º) y Palma de Mallorca (12º) entran en el top 20.

Mediterráneo

En segundo lugar se encuentra el Mediterráneo. Los puertos con mayor número de cruceristas en el mar Mediterráneo son los puertos de Barcelona (5º), Civitavecchia (7º) y Venecia (9º), en Italia, Palma de Mallorca (12º), y el Pireo (13º), en Grecia. Precisamente son Italia, España y Grecia, los países en esta zona que mayor número de cruceros reciben. Existen diferentes rutas comprendidas en la zona en las que se pueden destacar Mediterráneo occidental, destacando España, Italia y Croacia (importancia del auge del puerto de Dubrovnik) y Mediterráneo oriental, destacando Turquía, Chipre y Grecia, especialmente sus islas..

Según Puertos del Estado, los puertos españoles de mayor actividad durante el 2012 fueron, en primer lugar el puerto de Barcelona, que a su vez encabeza la lista europea con más de 2,65 millones de cruceristas, seguido por los puertos de Palma de Mallorca, Tenerife, Las Palmas y Málaga.

Tabla 4: Número de cruceristas por destino dentro de Europa.

Table 5.3: European Cruise Passengers by Country of Destination, 2012

Country	Passengers	Share of Total
Italy	6,220,000	21.2%
Spain	5,175,000	17.7%
Greece	4,796,000	16.4%
Norway	2,493,000	8.5%
France	2,319,000	7.9%
Portugal	1,241,000	4.2%
United Kingdom	723,000	2.5%
Malta	542,000	1.9%
Denmark	525,000	1.8%
Sweden	516,000	1.8%
Estonia	442,000	1.5%
Benelux	398,000	1.4%
Finland	372,000	1.3%
Germany	343,000	1.2%
Gibraltar	308,000	1.0%
Iceland	204,000	0.7%
Cyprus	188,000	0.6%
Ireland	175,000	0.6%
Poland	101,000	0.3%
Other EU + 3	206,000	0.8%
EU+3	27,287,000	93.3%
Other Europe	1,974,000	6.7%
Total	29,261,000	100.0%

Fuente: Estudio realizado por GP International Ltd y CLIA en 2012

Europa (excluido el Mediterráneo)

En tercer lugar, con un 9.8% de las llegadas, la zona más transitada por cruceristas es Europa, excluyendo los destinos del Mediterráneo, siendo la zona que mayor crecimiento ha conseguido durante los últimos años.

Las islas británicas, los fiordos noruegos y los países bálticos son algunas de las rutas más famosas en esta zona. Además, las rutas fluviales a través de ríos europeos como el Danubio o el Rin están tomando especial importancia, debido a la posibilidad de visitar ciudades como Budapest, Viena o Colonia. En cuanto a los países, Noruega encabeza la lista de esta área, seguida de Portugal y las Islas Británicas.

Otros destinos

Sin tener en cuenta los puertos en el Caribe, algunos de los puertos más recurridos por cruceros fuera de las tres principales áreas, comprenden puertos de Estados Unidos, Canadá y México. Así, Alaska comprende el 4.8% de los itinerarios disponibles. Por otra parte, la costa oeste de Norte América contaría con varios puertos dentro de la lista de puertos con mayor afluencia: por ejemplo Seattle, Vancouver o Los Ángeles. En la Costa Este otros puertos como Nueva York o Juneao adquieren también relevante importancia. Además, los ríos estadounidenses están cogiendo especial relevancia en cuanto a rutas ofrecidas.

Otros destinos como Sudamérica, Oriente Medio, Asia y Australasia están aumentando paulatinamente a través de los años. Este tímido auge se debe, principalmente, a la poca demanda local, y a que la lejanía de los principales mercados emisores dificulta su auge. Sin embargo, se espera que a lo largo de los años y con el cambio en la cultura y nivel de adquisición, estas zonas verán incrementar en mayor proporción el número de cruceristas en el futuro, dando así una mayor importancia a rutas ya existentes, como podrían ser Australia y Nueva Zelanda, la Patagonia, los Emiratos o las famosas rutas fluviales del Mekong y el Yangsté, tanto abriendo la posibilidad de nuevas rutas y puertos.

Según Dania Saadi en el periódico The National de los Emiratos Árabes, se está llevando a cabo una gran inversión en éste país para la construcción de infraestructuras para hacer despegar esta industria, que ya cuenta con varios cruceros entre sus puertos de Dubai y Abu Dhabi.

“Este país está afianzando su posición como destino líder en el Golfo Árabe desarrollando infraestructuras en sus puertos y ofreciendo un montón de espectáculos turísticos para cubrir el itinerario de los turoperadores”. Además, “Incrementar el número de cruceristas ayudará a Dubai a alcanzar su meta de doblar la llegada de turistas a 20 millones en el año 2020, comparado con los 12 millones del año 2012”.

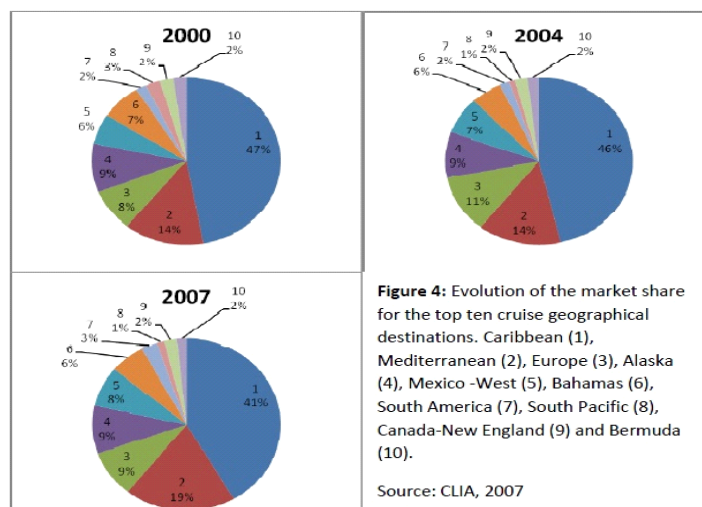
Fuente: Dani Saadi, en el periódico The National de los Emiratos Árabes
<http://www.thenational.ae/business/industry-insights/tourism/uae-is-on-the-crest-of-a-cruise-wave#page1>

Otros ejemplos de esta nueva tendencia los tenemos en el hecho de que la compañía americana Princess Cruises estrena en 2014 una nueva ruta en China, en la que Shanghai será el puerto principal, y se visitarán además ciudades de Japón y Corea del Sur, o en la inauguración en el año 2012 del primer crucero de lujo de una compañía china (China Star de CCCL) en el que se ofrecen infraestructuras dirigidas al placer oriental como un karaoke flotante, sala de juegos o Spas chinos. Huang Weijiang, director de CCCL (China Cruises Company Limited), expresa sus altas expectativas en cuanto al mercado chino:

“El desarrollo del viaje de cruceros en China ha experimentado un crecimiento explosivo en los últimos dos años. Estoy bastante seguro de que será el mercado más grande del mundo en cruceros en breve”

Fuente: CNN Travel
<http://travel.cnn.com/shanghai/visit/first-china-owned-luxury-cruise-ship-set-sail-651654>

Figura 1: Evolución de la cuota de mercado para las diez zonas más concurridas en la industria de los cruceros durante los años 2000, 2004 y 2007.

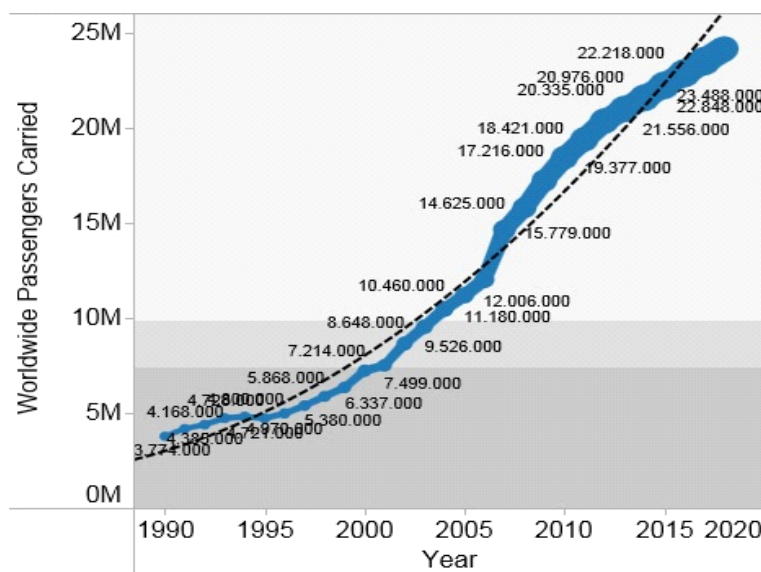


Fuente: CLIA, 2007

Como podemos ver en la gráfica, la cuota de mercado sigue siendo con diferencia superior en el Caribe. Sin embargo, se puede destacar que a través de los años esta cuota disminuye constantemente a favor de otras zonas como el Mediterráneo y la Europa Atlántica. Por lo que se prevé la continuación de una mayor descentralización, provocada principalmente, por el incremento del número de pasajeros a nivel mundial.

3-Principales mercados emisores

Figura 2: Número de cruceristas a nivel mundial.



Fuente: Estudio de Cruise Market Watch realizado en 2012 con datos oficiales de CLIA, FCCA, Royal Caribbean, Carnival y NCL Corporation.

En esta tabla se muestra en datos reales el número de cruceristas a nivel mundial fechados del 1990 al 2013, además de la tendencia que supuestamente supondrá la industria hasta el año 2020. Cruise Market Watch se basa, además de los datos existentes, en los hechos de que los barcos tienden a aceptar una mayor capacidad, se abren cada vez más nuevos puertos y la industria en general tiende a expandirse.

Sin saber con certeza la fiabilidad de las tendencias, sí podemos comprobar que históricamente ha habido un crecimiento constante y esperar que esto seguirá sucediendo durante los próximos años. Así, según FCCA en 2012 un record de 20.3 millones de pasajeros habrían realizado un viaje de crucero.

Norte América

Tabla 5: Porcentaje de cruceristas según su nacionalidad en 2013 y porcentaje de aumento durante los últimos 5 años

		Global Passenger Share	5 Year % Change
1	USA	51.7%	15.1%
2	UK & Ireland	8.1%	16.4%
3	Germany	7.7%	80.5%
4	Italy	4.0%	26.1%
5	Australia/New Zealand	3.6%	130.3%
6	Brazil	3.4%	1.3%
7	Canada	3.4%	84.8%
8	Spain	2.8%	20.7%

Fuente: 2014 CLIA Annual State of The Industry Press Conference & Media Marketplace <http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/PressConferencePresentation.pdf>

En la tabla podemos comprobar que el gran mercado emisor es Estados Unidos encabezando la lista con el 51.7% de la cuota de mercado. Éste país ha visto un aumento del número de pasajeros embarcando en un crucero en un 15.1%, uno de los menores aumentos en todos los países debido probablemente al hecho de que el país ya sufrió el boom varios años atrás y actualmente está consolidada y estabilizándose. Además, la cuota de mercado en este país también disminuye a través de los años, lo que significa una tendencia a la descentralización y por tanto una mayor importancia en mercados como el europeo y el asiático.

Por otra parte, Canadá aparece en la lista en el séptimo puesto con un 3.4% de la cuota del mercado, porcentaje relevante si tenemos en cuenta que el país cuenta con aproximadamente 35 millones de habitantes. Éste país, con un 84.8%, ha obtenido además uno de los mayores aumentos como mercado emisor durante los últimos 5 años.

Europa

A una gran diferencia de Norte América y con un 27% de la cuota mundial del mercado emisor de cruceristas, se encuentran el total de los países europeos. Esta área en la que va cogiendo importancia la industria crucerística, aportó a la industria la cifra de 6.18 millones de pasajeros en 2011.

Tabla 6: Porcentaje de la procedencia de los cruceristas europeos.

PAIS	PASAJEROS	PORCENTAJE
Reino unido/Irlanda	1.700.000	27,5 %
Alemania	1.388.000	22,5 %
Italia	923.000	14,9 %
España	703.000	11,4 %
Francia	441.000	7,10 %
Países Escandinavos	259.000	4,20 %
Benelux	159.000	2,60 %
Suiza	121.000	2,00 %
Austria	104.000	1,70 %
Otros Países de la UE	382.000	6,10 %
* TOTAL	6.180.000	100 %

Fuente: Blog de Miramar Cruceros, con un estudio del 2011 de GP Wild International Ltd.

Las Islas Británicas mantienen el primer puesto con un 27,5% de la cuota de mercado emisor, seguido por Alemania con un 22.5%, Italia 14.9% y España 11.4%. Alemania, a diferencia del resto de los países que han visto un aumento aproximado del 20%, ha obtenido uno de los mayores aumentos con un 80.5% provocado por la mejora de la crisis y el auge de compañías de cruceros alemanas como Mein Schiff o Aida.

Otros mercados emisores

En menor medida encontramos los mercados de Asia y Oceanía, Sudamérica y Oriente Medio. Según un estudio realizado por CLIA, Australia y Nueva Zelanda constituyeron en el 2013 el quinto país que más pasajeros aportaron a los industria con un 3.6% del total y seguida por Brasil con un 3.4%. La diferencia entre ambos radica especialmente, en que por una parte los países oceánicos tienen un total aproximado de sólo 20 millones de habitantes, por lo que la cultura crucerística y el porcentaje de habitantes que realizan viajes de crucero son muy altos. Además, con un 130.3% son los países con un mayor aumento en los últimos 5 años. En cambio Brasil es uno de los países más poblados con más de 200 millones de habitantes y el que menor aumento ha tenido con sólo un 1.3%.

Aunque ninguno de sus países está considerado como uno de los principales mercados emisores, en su conjunto, el mercado asiático constituye la tercera área en aportar más cruceristas con un 6.7% del total. Asia y Oriente Medio, que lideran en crecimiento en turismo internacional a nivel mundial, toman especial relevancia ya que están invirtiendo mucho en la industria y por tanto

mostrando un gran potencial. El resto de áreas como Latinoamérica o África prácticamente no aportan cruceristas debido básicamente al bajo nivel adquisitivo y a la poca cultura en cuanto a realizar cruceros.

4-Incidencia económica

El turismo representa un 8% del total mundial de exportaciones de bienes y el 35% de exportaciones de servicios, y la contribución directa al PIB mundial es del 2.9%.

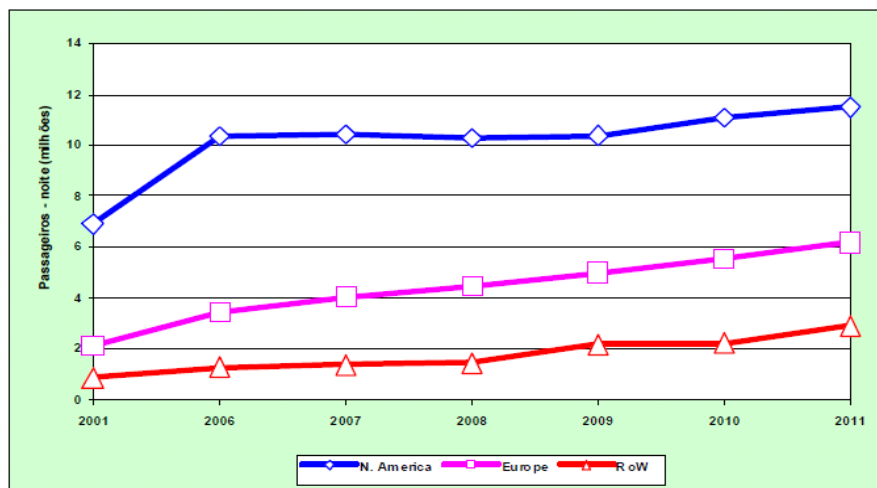
Aunque solo un 2% de la industria turística está representada por los cruceros, con un crecimiento anual continuo del 8%, y hasta del 10% en 2011, llegando a doblar el índice de crecimiento del turismo en tierra en época de crisis mundial, se trata de la industria turística con mayor índice de crecimiento y no es de sorprender que sea una de las industrias con mayor potencial. Así nos lo afirmaba Manfredi Lefebvre, presidente de CLIA Europa:

"A pesar de la crisis económica mundial, el sector de los cruceros continúa manteniendo un crecimiento constante". "Además, las impresionantes cifras demuestran claramente la importancia social y económica del sector de los cruceros para Europa en su conjunto".

Fuente: Manfredi Lefebvre

<http://www.nexotur.com/contribucioacuten/econoacutemica/sector/cruceros/alcanza/europa/cifra/reactecord/37.900/millones/euros/2012/59482/>

Figura 3: Crecimiento de la industria de cruceros del 2001 al 2011.



Fuente: PIANC Mediterranean Days y CLIA

Según una estimación realizada por Cruise Market Watch, la media del gasto por crucero por pasajero es de 1719\$, y el gasto supuesto para la industria es de 1535\$, lo que generaría un beneficio de 184\$ por pasajero. Aunque según las cifras, el turista de cruceros gasta un 30% menos que el turista tradicional, con una media de 20 millones de pasajeros anuales en los últimos años, no es

de extrañar que la industria generase la cifra de 29.3 billones de US dólares en 2011, de los cuales el 59% correspondería a Estados Unidos, siendo con diferencia el país que mayores beneficios recibe de la industria.

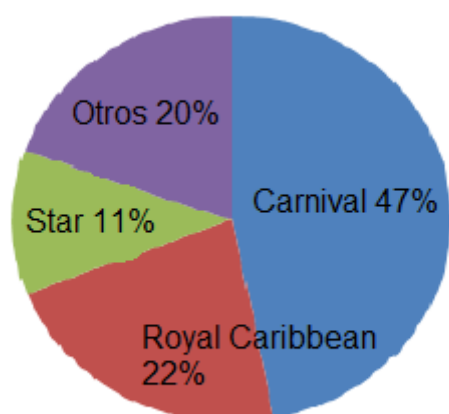
Sin embargo, la industria europea también obtiene un record en 2012 cuando alcanza la cifra de 37.900 millones de euros, siendo España el cuarto mercado europeo con 1.255 millones de euros en ingresos. Este alto crecimiento económico supone un fuerte impacto en la industria turística y mundial.

Cabe recalcar que las cifras económicas provistas por diferentes estudios realizados, especialmente cifras referentes al gasto del pasajero de crucero y en zonas fuera de América y Oceanía, son aproximados y quizás tentadores, ya que están realizados con falta de datos debido a su escasez, la complejidad que supone obtenerlos y el hecho de que no son homogéneos.

Incidencia económica en los destinos

Las compañías de cruceros tienen hasta el 3% de los ingresos totales del turismo, siendo la parte mejor afectada económicamente por la industria, y ésta a su vez, desde los años 90 se ha convertido en una industria altamente concentrada, en la que grandes compañías manejan el mercado.

Figura 4: Cuota de mercado de las compañías de cruceros



Fuente: Wikinvest con datos de Royal Caribbean Cruises Ltd.
http://www.wikinvest.com/stock/Royal_CaribbeanCruises

El mercado del Caribe está controlado en un 47% por Carnival Corporation, 22% por Royal Caribbean y Star Cruises con un 11% de la cuota. Por lo que éstas tres dominan aproximadamente el 80% de la cuota. A su vez, estos tres grupos dominan con un 96.8% el mercado de Alaska, con 41.1% Europa y con un 7.5% el Oriente Medio. Ya en menor proporción el resto de cuota (20%) se

reparte entre barcos de Estados Unidos, Canadá, Europa y Asia. Esta estructura oligopolística se debe principalmente a las grandes barreras de entrada para entrar en el mercado de cruceros ya que las compañías deben asumir altos desembolsos de capital, y enfrentarse a restricciones de licencia y economías de escala. Para preservar su dominio estos grupos utilizan estrategias de cooperación entre ellas, como asociaciones como la CLIA, y de competencia basadas en la diferenciación y estrategias de marketing. Por ejemplo, Disney Cruises se especializa en cruceros familiares mientras que Princess Cruises podría estar enfocado a bodas.

Evidentemente también hay una incidencia económica en los diferentes destinos, que se prestarán o no según convenga al negocio teniendo en cuenta que al mismo tiempo obtienen problemas asociados con las llegadas de barcos, pasajeros y tripulación. La industria conlleva efectos económicos directos e indirectos. Por una parte, los directos, derivados de los gastos en proveedores, los gastos de los clientes y de la tripulación, por ejemplo gastos del combustible, comida y bebidas, gastos portuarios o de mantenimiento entre otros, además de los posibles gastos directamente relacionados como podrían ser taxis, suvenires o excursiones contratadas por clientes y tripulación; y por otra parte, los efectos económicos indirectos, derivados de los beneficios de los efectos directos del destino.

La situación de la industria crucerística afecta a bienes perecederos, duraderos, producción, transporte, comercio al por mayor, servicios técnicos y profesionales y servicios de viajes. Sin embargo, es muy difícil medir los efectos de la actividad crucerística, especialmente los indirectos, aunque se sabe que los diferentes destinos se llevan una gran parte del beneficio. Incluso para algunos destinos, como en pequeñas islas del Caribe, los cruceros constituyen más del 50% del número de llegadas de turistas, lo que supone tal relevancia para la economía de estos lugares que la no-actividad podría provocar una caída en la economía local hacia la mayor pobreza o la necesidad de un cambio radical en la forma de turismo ofrecida.

Beneficios de la industria

La industria crucerística tiene la capacidad de proveer beneficios económicos a los puertos de destino debido especialmente al gasto de los pasajeros y empleados, los diferentes puestos de trabajo ofrecidos de turoperadores, marketing y operaciones portuarias, los gastos de las empresas de cruceros en bienes y servicios, mantenimiento y servicios portuarios.

Un estudio de Cruise Market Watch realizado con cifras de la FCCA y la CLIA, enseña el gasto financiero aproximado por crucero. En él, se expresa que el 14.5% procede a otros costes de operación, el 13% procede a comisiones, el 12.8% al combustible, el 11.6% a costes de operación corporativos, el 11% a

nóminas, el 9.6% en amortización, el 6% en comidas, 4.4% en transporte y el 3.1% en intereses.

Para los destinos, una de las mayores fuentes de ingreso provenientes de los cruceros son las tasas portuarias impuestas por cada puerto. Estas variarán dependiendo del destino. Así, mientras algunos puertos como el de Bermuda, que encabeza la lista con 63\$ por pasajero, requieren altas tasas para regular la llegada, otros como México piden tasas mucho más tímidas (5\$ por pasajero). Algunos destinos incluso, como Panamá ofrecen incentivos monetarios por cada pasajero que desembarca con la esperanza de fomentar el turismo y así ver un incremento económico debido al gasto de los cruceristas en el destino. Algunos barcos de cruceros están exentos de responsabilidades taxativas y normas estándares a cambio de elegir ese destino como parada crucerística, como es el caso del mismo Panamá, Bahamas o Liberia. Otros, como Playa del Carmen, obligan a pagar además una tasa para desarrollo local. Por otra parte, algunas compañías de cruceros, ofrecen como destinos islas privadas, lo que supone que los beneficios los consiguen únicamente las compañías ya que no se gasta en el destino, como es el caso de Royal Caribbean que posee Coco Cay, o Disney Cruises y su isla CaseWay Cay.

Por otra parte, las compañías de cruceros también gastan en los destinos en cuanto a servicios de comida, bebidas, contratación de transporte y actividades, personal portuario, etc. lo que supone activar la economía de la zona. El gasto de los pasajeros y tripulación supone probablemente el mayor atractivo económico para los destinos puesto que éstos, que desembarcan para conocer los diferentes destinos asumen gastos de transporte, comida, ocio como entradas a monumentos, excursiones, etc. Muchos gobiernos y autoridades locales fomentan la actividad con propuestas para activar la actividad económica durante los días de cruceros, como es el caso del Ayuntamiento de Palma de Mallorca, que aprobó la posibilidad de abrir los establecimientos y tiendas del centro de la ciudad durante los días festivos (antes cerrados) y suponiendo un mayor atractivo para el turista y una entrada de dinero a la economía local.

Teniendo en cuenta que según Sectur 2003, al menos el 50% de los cruceristas que han visitado un destino en un crucero han manifestado el deseo de repetir el destino en un viaje tradicional, la posibilidad de que el turista pueda repetir el destino en viajes futuros es otro de los grandes beneficios para el destino, que en un futuro podría verse beneficiado por un mayor número de turistas incrementando los ingresos de la zona.

Problemas de la industria

Los diferentes destinos deben sopesar las ventajas y desventajas de ser un destino crucerístico, debido a los altos costes de inversión y mantenimiento que pueden suponer adaptar las instalaciones y además teniendo en cuenta los

diferentes impactos económicos, sociales, culturales y medioambientales que surgen de la industria. Así, el mayor el problema para un destino podría considerarse la necesidad de una gran inversión de capital inicial para convertir ese destino en destino para cruceros. De hecho, sin una gran inversión inicial en infraestructura, es cuestionable si la construcción de terminales podría pasar un análisis de coste-beneficio. En este sentido, el PIB del destino podría estancarse e incluso disminuir.

Otra de las grandes desventajas económicas sería la depreciación de estas infraestructuras, como podrían ser los puertos, buses, taxis, lugares públicos, coste de transporte, seguridad, limpieza, etc. que supondría además del gasto de inversión de capital inicial, un gasto extra de mantenimiento y que, en el caso de los puertos, la posibilidad de una nueva gran inversión debido a la tendencia a un mayor número de barcos y un aumento del tamaño de éstos.

Como un barco de crucero representa las cuatro caras de la industria turística (transporte, alojamiento, atracciones y turoperadores), compite directamente con los resorts de tierra como Cancún, Orlando o Cozumel. Por tanto, no es de extrañar que una de las principales quejas en los destinos provenga de los hoteleros, que defienden que al incrementar los cruceristas se ven disminuidos los turistas que pernoctan en establecimientos hoteleros y que además la industria crucerística paga menores tasas que la hotelera. En este sentido, los otros sectores también se ven afectados por el riesgo a una menor demanda de su uso. Por ejemplo, debido a que a lo largo del tiempo de cada vez más el barco se considera una atracción en sí, hay un gran porcentaje de pasajeros que consideran que tienen en el barco las suficientes instalaciones necesarias y no desembarcan en las paradas y por tanto no gasten en los destinos. De hecho, muchas de las actividades ofrecidas en los destinos son organizadas y vendidas por las mismas compañías de cruceros, llegando a ser más del 50% las actividades de tierra vendidas a bordo. Para convenceré a la industria turística de que el sector crucerístico no afecta de manera positiva al turismo tradicional sino que se benefician mutuamente, Manuel Butler Halter, experto de la OMT, expuso en Sectur del 2003:

“El crecimiento del sector y el turismo tradicional no es irreconciliable si se desarrolla diversificación y principios motivantes en los destinos.” Además, “hay que exponer los beneficios que supone para el destino la llegada de grandes cifras de cruceristas.”

Fuente: Manuel Butler Halter, en Sectur del 2003

A la hora de invertir en infraestructuras portuarias para convertir una zona en destino turístico, los gobiernos deberán tener en cuenta también los efectos medioambientales, ya que éstos son unos de las mayores desventajas ya que conllevan modificaciones en el medio ambiente, impactos en el uso de energía y daños en el ecosistema marino, erosión, degradación de sitios históricos, etc.

Estos costes pueden llegar a ser incalculables en una actividad que en general no está regulada. Además, posibles efectos sociales y culturales pueden afectar al comportamiento de los locales, ya que pueden ver perder su propia identidad cultural o verse frustrados por la masificación de su hogar, e incluso turistas que pueden verse afectados por la aglomeración y disminuir el nivel de satisfacción debido a largos tiempos de espera o falta de infraestructura y medios para todos, entre otros. Debido al boom de la industria, muchos quieren aprovecharse y muchos gobiernos, especialmente en Latinoamérica entregan encuestas y datos del gasto por pasajero que no están garantizados.

Si después de sopesar las ventajas y desventajas mediante un estudio a fondo de todos los posibles efectos que puedan acarrear, los gobiernos locales deciden prestarse a las compañías de cruceros para que sus destinos funcionen como zona turística, éstos deberán llevar a cabo técnicas de administración y coordinación entre los gobiernos, como colaboración regional para que se paguen las tasas para incrementar los beneficios económicos y limitar el número de pasajeros y así reducir los impactos sociales, formando una política seria de promoción y administración de la actividad de los cruceros en sus territorios.

5-Situación actual y tendencias

Según el último informe de la Cruise Lines International Association, desde el 1981 al 2009, ha habido un crecimiento anual de la capacidad de la industria del 7.7% aproximadamente, siendo la industria de crecimiento mayor en el mercado del turismo de ocio, aunque del 2009 al 2014 este porcentaje ha disminuido al 4.28%. Así, de los 200 millones de pasajeros de cruceros desde el año 1990, el 40% ha sido durante los últimos 5 años.

Pese a las positivas cifras, la industria internacional de cruceros debe encarar los desafíos y dar una respuesta a las críticas de los clientes, proveedores, inversores y media. Según Alexis Papathanassis, profesor de la universidad de Bremerhaven, Alemania, advirtió en la 20 edición del World Travel Monitor Forum en el 2012:

“La industria empieza a mostrar estrías, ya que el margen de los beneficios está empezando a descender a la vez que aumentan los costes, especialmente del combustible, las condiciones del trabajo y salario están siendo cuestionadas y las prácticas ambientales del sector y el impacto económico para los destinos están bajo escrutinio público.”

Fuente: ITB World Travel Trends Report 2012/2013: The world's leading travel trade show.
Realizado por ITK International para ITB Berlin el año 2012.
http://www.itb-berlin.de/media/itbk/itbk_media/itbk_pdf/WTTR_Report_2013_web.pdf

Menos contundentes se muestran otros profesionales del sector que defienden que las cifras no muestran una decadencia del sector, sino el principio de la

consolidación de la industria motivada por la necesidad en la industria del Turismo por la gran competencia en cuanto a todo tipo de ofertas.

En términos financieros, el margen de los beneficios ha disminuido aproximadamente un 4% durante el último decenio debido especialmente al aumento de los costes del combustible. Además, se cuestiona que los ingresos que perciben los puertos soporten los costes indirectos, por lo que de cada vez más los países evalúan más cuidadosamente el coste-beneficio que supone invertir en este tipo de infraestructuras.

Otra área crítica es la seguridad. Mientras pese al accidente del Costa Concordia en el 2012 los cruceristas siguen considerando la industria como segura, según un estudio supervisado por Alexis Papathanassis, aproximadamente la mitad de los encuestados pusieron en duda la capacidad de la tripulación para lidiar con emergencias y percibieron la seguridad como su propia responsabilidad, lo que supone un aporte valioso para imponer medidas de mejora en cuanto a seguridad. Además, Papathanassis criticó duramente las condiciones de los trabajadores, especialmente sus salarios, ya que muchos confían en las propinas por lo que los salarios base son preocupantemente bajos, mientras que los turnos son largos y las condiciones no son favorecedoras, hechos que quizás no llamen la atención a la tripulación ya que en su mayoría provienen de países menos desarrollados. Para solventar este problema se deberían imponer leyes o acuerdos internacionales para obligar a las partes afectadas a cumplir una serie de normativas que motiven los derechos de los trabajadores e impidan que las compañías se aprovechen de la falta de ella.

Sin embargo, parece ser que la tecnología moderna favorece la transparencia y que las compañías de cruceros deben aprovecharla como una ventaja para mejorar sus políticas y así responder constructivamente con el objetivo de superar el criticismo llegando a acuerdos con las partes implicadas y ganar la confianza de sus clientes mejorando la reputación.

A pesar de todo, según un estudio del perfil del mercado realizado por la CLIA a través de encuestas a ciudadanos cuyo perfil encaja con el de crucerista a través de unas pautas, y publicado por FCCA en 2011 las previsiones son más que positivas. En él podemos destacar la tendencia a un mayor interés sobre realizar viajes de cruceros frente a un ligero menor interés en otros tipos de viaje. Así, un 56% planea realizar un crucero en los próximos dos años. Por otra parte, el 76% espera que su crucero dure al menos 6 días, aunque hay una tendencia a la reducción de días de crucero en estas demandas. Además, hay un menor uso de agencias de viajes para contratar estos viajes aunque éste siga siendo el principal método.

6-Conclusión

La industria crucerística es la industria turística con mayor índice de crecimiento y la que representa un mayor potencial durante los últimos años. Norteamérica domina esta industria tanto como mercado emisor como receptor. Así, el Caribe está consolidado como la zona más recurrida por este tipo de viajeros con el 37.3% de las llegadas totales mientras Estados Unidos domina el turismo emisor con el 51.7% de la cuota de mercado. Sin embargo, aunque en ambos casos las cifras totales siguen aumentando, ambas cuotas disminuyen a través de los años dando una mayor importancia a otros mercados, especialmente el Europeo, segundo mercado emisor y receptor, y otros mercados potenciales como el asiático y el árabe, que aunque no sean de gran relevancia aumentan a mayor velocidad la cultura crucerística y las inversiones en esta industria.

Las compañías de cruceros son las grandes beneficiadas del sector llevándose la mayor parte de los ingresos que genera la industria pero también necesitan de una gran inversión de capital para poder llevar a realizar el negocio. Estas compañías se benefician de diferentes aspectos como economías de escala, ambigüedad legislativa y monopolios que les permiten ahorrar en gastos provocando mayores beneficios. De igual manera los destinos obtienen grandes ingresos pero también hacen frente a grandes inversiones de capital para construir y mantener las infraestructuras necesarias para adaptar la zona a la entrada de barcos y cruceristas. En este sentido, para valorar la rentabilidad de la inversión antes de entrar en la industria, además de los factores económicos, los gobiernos locales deberán tener en cuenta los inconvenientes sociales que podría conllevar la llegada masiva de turistas además de la posibilidad de que esta industria compita directamente y de manera negativa con los sectores turísticos ya existentes en el destino.

Por otra parte, aunque el sector muestra excelentes datos y previsiones de futuro, se deberían llevar a cabo medidas y acuerdos a nivel internacional para prevenir y curar las estrías que sufren como la falta de normativa legislativa, la creciente sensación de inseguridad entre los pasajeros y el encarecimiento del precio del petróleo.

7-Bibliografía

Publicaciones

- Brida, Juan Gabriel y Zapata Aguirre, Sandra (2009). *Cruise Tourism: Economic, Socio-Cultural and Environmental Impacts*. International Journal of Leisure and Tourism Marketing, Vol. 1, No. 3, pp. 205-226.
- Butler, Manuel (2008). *Turismo de cruceros: situación actual y tendencias*. Madrid: OMT. ISBN: 978-92-844-1240-2
- CLIA (2014). *2014 CLIA Annual State of the Industry press conference and media marketplace*. Miami, CLIA.
<http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/PressConferencePresentation.pdf>
- Cruise Passenger Australia (2011). *A brief history of Cruising*.
<http://cruisepassenger.com.au/2011/03/a-brief-history-of-cruising/>
- Dowling, Ross K (2006). *Cruise Ship Tourism*. Wallingford: CODI. ISBN-10: 1845930487
- FCCA (2013). *Cruise Industry Overview – 2013: State of the Cruise Industry*.
<http://www.f-cca.com/downloads/2013-cruise-industry-overview.pdf>
- Hamburg Cruise Days: The history of cruises.
<http://www.hamburgcruisedays.de/en/cruise-more/the-history-of-cruises/>
- IPK International (en nombre de ITB Berlin) y Papathanassis, Alexis (2012). *ITB World Travel Trends Report 2012/2013: The world's leading travel trade show (Section F: Cruises)*. Berlin, Messe Berlin.
http://www.itb-berlin.de/media/itbk/itbk_media/itbk_pdf/WTTR_Report_2013_web.pdf
- Mintel Group Ltd (2007). *European Cruises*. Travel and Tourism Analyst.
- Perucié, Doris y Puh, Barbara (2012). *Attitudes of citizen of Dubrovnik towards the impact of cruise tourism on Dubrovnik*. Duvrovnik: Tourism and hospitality management vol. 18.

Estadísticas

- Cruise Lines International Association (CLIA).
<http://www.cruising.org/>
- Cruise Market Watch.
<http://www.cruisemarketwatch.com/>

- Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA).
<http://www.f-cca.com/>
- G.P. Wild (International) Ltd. Cruise Industry Reports.
<http://www.gpwild.co.uk/>
- Puertos del Estado.
<http://www.puertos.es/>
- World Tourism Organization.
<http://www.wto.org/>

Noticias

- Nexotur (2013): La contribución económica del sector de los cruceros alcanza en Europa la cifra récord de 37.900 millones de euros en 2012.
<http://www.nexotur.com/contribucioacuten/econoacutemica/sector/cruceros/alcanza/europa/cifra/reactecord/37.900/millones/euros/2012/59482/>
- CNN Travel (2012): First China-owned luxury cruise ship sets sail.
<http://travel.cnn.com/shanghai/visit/first-china-owned-luxury-cruise-ship-set-sail-651654>
- The National (2014): UAE is on the crest of a cruise wave.
<http://www.thenational.ae/business/industry-insights/tourism/uae-is-on-the-crest-of-a-cruise-wave>
- Blog Miramar Cruceros (2012): Los pasajeros de cruceros, ¿de dónde vienen y hacia dónde van?
<http://blog.miramarcruceros.com/los-pasajeros-de-cruceros-europeos-de-donde-vienen-y-hacia-donde-van>