

**EL TURISMO
DE CRUCEROS**

Septiembre 2009

Original de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia.
Prohibida su reproducción total o parcial sin la autorización expresa de la Cámara de Valencia.

INDICE

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1. Concepto
- 1.2. Principales características
- 1.3. Tipos de cruceros

2. EL TURISMO DE CRUCEROS EN EL MUNDO

- 2.1. Evolución del turismo de cruceros
- 2.2. Las grandes rutas de cruceros
- 2.3. Las grandes compañías internacionales
- 2.4. El turismo de cruceros en Europa

3. EL TURISMO DE CRUCEROS EN ESPAÑA

- 3.1. España como emisor de turismo de cruceros
- 3.2. España como destino de turismo de cruceros
- 3.3. Tamaño de los cruceros
- 3.4. El impacto económico de la industria de cruceros en España

4. EL TURISMO DE CRUCEROS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

- 4.1. Principales características
- 4.2. Perspectivas de futuro.

1. INTRODUCCION

1.1. CONCEPTO

El turismo de cruceros representa uno de los segmentos del mercado turístico internacional que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años y España no ha sido ajena tampoco a este boom.

El turismo de cruceros ofrece una amplia y variada oferta, adaptada a los diferentes gustos y necesidades del cliente, tanto en destinos como presupuesto o duración del viaje.

Cuando analizamos los elementos que conforman el turismo de cruceros, no tenemos que fijarnos únicamente en la propia embarcación y las ciudades que se visitan, sino que también hay que tener en cuenta otros factores como son los puertos de origen, paso y destino, sus infraestructuras, y el beneficio económico que genera.

Así, el éxito de un itinerario crucerístico residirá en la buena conjugación de distintos factores como son las ciudades visitadas, la dotación de puertos, aeropuertos, logística, etc. Y es por ello que la acción política es muy importante, debiendo reconocer la importancia que el turismo de cruceros posee y ofreciendo su ayuda para impulsar su crecimiento.

1.2. PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

Puntos fuertes del turismo de cruceros:

- **Multidestino:** uno de los argumentos más atractivos a la hora de vender un crucero es la posibilidad de visitar más de un lugar y conocer varias culturas en un solo viaje y en cualquier época del año.
- **Hotel móvil:** durante todo el viaje la agitación de hotel es la misma, el camarote, por lo que no hay que estar haciendo y deshaciendo maletas para viajar hacia otro destino. Además el barco viaja mientras se duerme, con lo cual se gana tiempo.
- **Todo incluido:** el crucero no es barato, pero el hecho de que todos o casi todos los servicios que se ofrecen a bordo estén incluidos en el precio (salvo extras como bebidas, regalos, excursiones), lo convierte en uno de los productos más rentables par el cliente.
- **Versatilidad:** el crucero aglutina gran número de alicientes y atractivos turísticos: relax, diversión, aventura, cultura, ocio, juego compras, conocer gente...
- **Adaptabilidad:** aunque la edad media de los cruceristas estaba por encima de los 50 años, la media está bajando en los últimos años.
- **Comodidad:** el cliente sólo tiene que estar pendiente de llegar a puerto antes de que el barco zarpe. La programación del viaje está resuelta.
- **Seguridad:** los casos de accidentes son muy escasos.
- **Idioma:** el personal de cruceros es bastante internacional y habla varios idiomas.

Factores adicionales que han potenciado el turismo de cruceros en los últimos años:

- **Internet:** las nuevas tecnologías han permitido acercar el producto crucerístico al cliente, facilitándole toda la información (características del barco, recorrido, precios, etc.) e incluso la posibilidad de reservar plaza desde casa. No obstante, todavía son un pequeño porcentaje los que eligen realizar las reservas a través de internet.
- **Alimentación sana y a buen precio.**
- **El factor humano:** el personal a bordo de un crucero suele ser personal cualificado, con un alto nivel de preparación para ofrecer cortesía y educación. Los idiomas son también un aspecto muy importante.

La comercialización del producto crucero en España se realiza casi en su totalidad a través de las agencias de viaje.

1.3 TIPOS DE CRUCEROS

Como hemos comentado anteriormente, la oferta de cruceros ha aumentado y se ha diversificado mucho en los últimos años. Así, podemos realizar distintos tipos de clasificaciones de cruceros atendiendo a diferentes criterios:

Según la duración del crucero

Podemos encontrar cruceros de larga duración, los cuales se extienden entre 7-21 días principalmente, y los cruceros de corta duración, entre 4 y 5 días. En los últimos 15 años, el porcentaje de cruceros de corta duración ha aumentado de forma considerable, en detrimento de los cruceros de larga duración. Esto es debido al cambio en las preferencias por parte de la demanda.

Según la capacidad del crucero

Aquí podemos distinguir tres tipos de cruceros: pequeños (menos de 500 pasajeros), medianos (entre 500 y 1000 pasajeros) y grandes (más de 1000 pasajeros).

- Los *cruceros de pequeña capacidad* están indicados para aquellas personas que buscan un trato más personal, íntimo, exclusivo y con un servicio de alto standing. Suelen navegar por lugares o mares dónde abunda la naturaleza salvaje y de aventura. Tienen algunas desventajas como son la dificultad en la navegación en mar abierto, el mal tiempo, y el reducido espacio destinado para las cabinas y las actividades a bordo.
- Los *cruceros de mediana capacidad* tienen un tamaño ideal para los puertos del mediterráneo. Pueden navegar con mal tiempo y poseen una amplia oferta de actividades de ocio y entretenimiento.
- Por su parte, los *cruceros de gran capacidad* están más enfocados hacia la diversión. Éstos ofrecen actividades las 24 horas del día. Debido a su amplitud, son ventajosos para vacaciones de familia y niños de todas las edades. Este tipo de cruceros tiene algunos aspectos negativos; así, ofrecen servicios menos especializados, pérdida de tiempo en excursiones y posibles aglomeraciones.

Según el contenido del crucero

Frente al clásico crucero vacacional y marítimo, el turismo de cruceros ha aumentado su oferta, incluyendo nuevos tipos de cruceros como los siguientes:

- *Cruceros fluviales*: Sus características son diferentes al crucero marítimo. Poseen una menor capacidad debido a la poca profundidad de los ríos y a la existencia de numerosos puentes en su curso.

- Normalmente tienen una menor duración (entre 3 y 5 días). Realizan un recorrido lineal, desde el puerto de origen al puerto de destino. Los destinos fluviales más importantes son los del río Nilo, Rhin, Danubio, Volga, Amazonas y Mississippi.
- *Cruceros temáticos*: Siguiendo la tendencia generalizada en el sector turístico hacia la tematización, el subsector cruceros ha ampliado su oferta, creando nuevas líneas de cruceros enfocados a la realización de una determinada actividad, la cual es el nexo de unión entre todos los pasajeros. La temática puede ir desde la música, hasta deportes como el golf, pasando por los bailes de salón y las reuniones de singles.
- *Cruceros de empresas*: Este tipo de cruceros es organizado por grandes empresas con la finalidad de incentivar a sus empleados.
- *Congresos, convenciones y cursos a bordo*: Se trata de una de las más recientes novedades en los cruceros. De esta manera cambia la localización tradicional de este tipo de eventos, a bordo de un buque de cruceros. Para ello, los buques son equipados con salas de conferencias, secretarías, traductoras, etc. Con todo, no supone un gasto mucho mayor que un congreso convencional. Se prevé un gran futuro para este tipo de eventos.

Perfil del crucerista

Debido a la gran diversidad de cruceros existentes, el perfil del crucerista es muy diverso, de tal manera que no puede afirmarse que haya un público objetivo definido:

- La edad media de los viajeros está disminuyendo paulatinamente. Así, en la década de los 70, la edad media de los viajeros de cruceros era de 65 años, frente a los 43-45 años de media en la actualidad.
- La diversificación de la oferta de cruceros, con reducción de la duración de los trayectos y de los precios, ha sabido adaptarse a las necesidades de segmentos de población más jóvenes, los cuales han aumentado de forma importante el consumo de este tipo de turismo. En Europa, esta tendencia del cambio generacional no es tan fuerte, debido a la visión más tradicional que se tiene del turismo de cruceros. En consecuencia, dos nuevos segmentos de clientes está apareciendo: el mercado de familia y el mercado de gente joven.
- La mayoría de las personas que realizan un crucero viajan en pareja, o grupos de parejas, siendo muy poco habitual el viaje individual.

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.

En el siglo XIX se desarrolló un importante tráfico de pasaje intercontinental (principalmente entre Europa y América) como consecuencia del fenómeno migratorio que en aquel entonces se dio.

Así, en un crucero coexistían dos tipos de pasajeros; el de pasaje (por necesidad) y el turista (por placer).

A partir de la década de los '60 comienzan a aparecer los barcos diseñados única y exclusivamente para el turismo crucerista. Es entonces cuando surgen las principales compañías modernas: Norwegian Cruise Line, Carnival, Royal Caribbean Cruise Line o Princess.

En las últimas décadas, el turismo de cruceros ha crecido a un ritmo espectacular; de hecho, es el sub-sector del turismo que más ha crecido.

Los cruceros han cambiado de orientación, evolucionando desde el concepto de mero transporte marítimo hacia un enfoque turístico, y también adecuándose a las necesidades de la demanda.

Un factor importante en la estrategia de las compañías de cruceros destinados al turismo de masas ha sido comercializar sus propios barcos como destinos turísticos, es decir, lo que se vende como principal destino es el barco en sí, no los puertos que visita. Es por ello, que los barcos son cada vez más grandes, más atractivos y con mayor nivel y volumen de actividades internas.

Las tendencias actuales de la industria de cruceros apuntan hacia un proceso de globalización del sector. El auge y la transformación experimentada han provocado la creación de organismos de tipo asociativo.

En 1972 se crea la "Florida Caribbean Cruise Association" (FCCA), que representa a 12 miembros de las compañías de cruceros en La Florida, el Caribe y América Latina, constituyéndose como símbolo de unidad entre la industria de cruceros de toda América. Su misión ha sido promover el crecimiento y desarrollo de la industria de cruceros de forma que beneficie de manera colectiva tanto a los destinos como a las compañías de cruceros.

En 1975 se creó en EEUU la "Cruise Lines International Association" (CLIA), con el fin de proporcionar un foro en el cual las compañías relacionadas con el marketing de los cruceros de pasajeros en EEUU y Canadá pudieran reunirse, discutir problemas de interés general, y desarrollar políticas de común acuerdo.

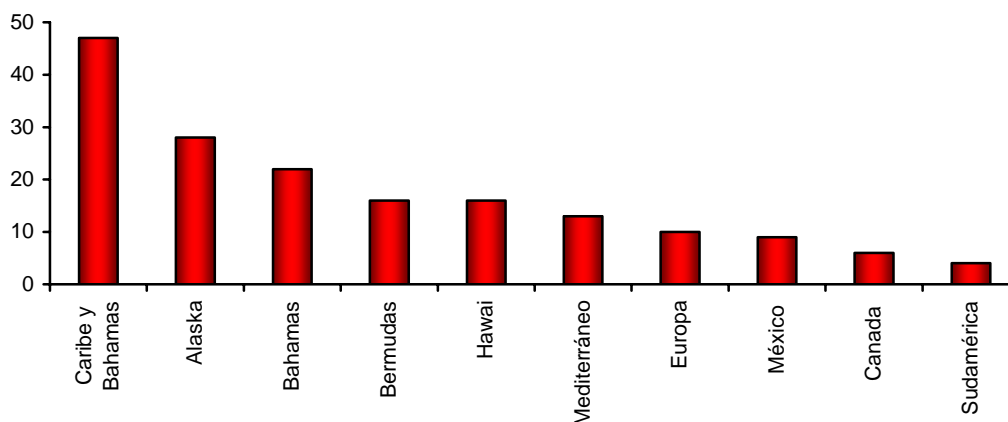
A raíz de esta primera asociación, surgieron otras como: Cruisse Europe, Cruise Industry Association of British Columbia, Passenger Shipping Association, Asociación de Cruceros de Florida-Caribe, etc.

Las asociaciones regionales han desempeñado un papel muy importante a la hora de canalizar la cooperación entre los puertos clave en asuntos como el marketing o la seguridad.

La globalización del sector de los cruceros ha llevado también a una mayor internacionalización de la propiedad, y ha favorecido el proceso de concentraciones en el sector, reduciéndose notablemente el número de operadores. Es por ello, que el número de adquisiciones, fusiones y quiebras en el sector ha sido muy intenso en las últimas dos décadas.

La globalización elimina las tradicionales limitaciones –ya sean físicas, culturales o políticas- impuestas por las condiciones geográficas de un país o un área en concreto. El Caribe es un claro ejemplo de ello, puesto que el 100% de las compañías que allí operan son de países no caribeños. Estas compañías tienen un control cada vez mayor sobre sus lugares de destino, siendo algunos de dichos destinos propiedades de las propias compañías cruceristas.

Destinos más demandados. 2007



Fuente: Informe FCCA, 2007

Las compañías de cruceros más importantes del mundo se encuentran en Norteamérica:

Principales compañías del mundo. 2006

Compañías	Origen	Nº de Barcos	Nº de Pasajeros	Cuota de mercado
Carnaval Corporation	EEUU	58	94.583	33,5%
Royal Caribbean Cruises	EEUU	31	65.054	23,4%
P&O Princesa Group	EEUU	23	43.022	12,9%
Star Cruises	Malasia	16	24.930	12,3%

También Estados Unidos ha sido el principal emisor a nivel mundial, desde los inicios de la actividad de cruceros. En la actualidad, dicho mercado continúa creciendo (tasa anual media del 8,1% entre 1980 y 2003)

Países emisores por nº de cruceristas. 2004

Países líderes	Nº cruceristas*
Estados Unidos	9.200.000
Gran Bretaña	1.000.000
Alemania	450.000
Italia	325.000
Canadá	320.000
Francia	315.000
España	250.000
Japón	235.000
Total Mundial	13.000.000

* dato aproximado. Fuente: TAI

En la última década el mercado europeo ha experimentado un sustancial crecimiento gracias al aumento de la demanda, de la oferta y el descenso de los precios (ya no se considera vacaciones de lujo). Los principales mercados emisores en Europa son el Reino Unido, Alemania e Italia. España se sitúa en quinto lugar entre los emisores europeos.

2.2 LAS GRANDES RUTAS DE CRUCEROS

La oferta de destinos cruceristas se ha desarrollado y ampliado mucho en los últimos años, evolucionando los ya existentes y creando nuevos. Las zonas del mundo con más actividad crucerista son:

El Caribe

Constituye el primero de los mercados receptores del turismo crucerista, principalmente por el atractivo que representan su clima cálido y soleado, sus espectaculares playas y sus interesantes excursiones. Esta posición como destino de cruceros número uno se debe fundamentalmente a su cercanía respecto al mercado emisor de cruceristas más importante: EEUU.

No obstante, los gobiernos locales de los países caribeños han de tomar medidas para preservar tanto el patrimonio histórico como el natural. Países como Bahamas reflejan un importante aumento del turismo crucerista -recibió 3,4 millones de pasajeros en 2004- lo que contrasta con la población residente, poco más de 300.000 habitantes. El crecimiento sostenible es fundamental para preservar el ecosistema local, y en consecuencia también para mantener la calidad en los cruceros ofertados.

Un fenómeno negativo que se está dando en algunos de los destinos existentes en El Caribe, es el “encapsulamiento” de los pasajeros de cruceros (y de sus dólares). Así, cada vez más compañías cruceristas crean clubes privados en los puntos de destino, que nada tienen que ver con el entorno real de la isla. Crean además su propia infraestructura de hoteles y locales de ocio, con lo que el dinero generado por el alquiler de equipos de buceo, embarcaciones, venta de bebidas o de recuerdos va a parar a manos de las compañías de cruceros y no a manos de empresas locales.

En cambio, dichos países sí que se ven perjudicados por el aumento de la actividad turística que está poniendo en peligro sus playas o sus selvas vírgenes. Países como la República Dominicana, Bahamas, Barbados o Granada se ven especialmente afectados por este fenómeno.

Para darnos cuenta de la importancia que el turismo de cruceros tiene en los países del área del Caribe, hablaremos de México, primer receptor mundial de cruceros turísticos. El turismo de cruceros genera en México 50.000 empleos directos cada año. Además, las compañías crucerísticas invierten entre 200 y 400 millones de dólares en promocionar Méjico, dentro del sector de cruceros. El turismo de cruceros representó en 2004 el 35% del turismo total en Méjico.

México recibe cruceros por ambas costas (atlántica y pacífica), pero es la atlántica –correspondiente al mar Caribe- la que acumula un mayor número de cruceros turísticos, con un 60% del total.

Alaska

En los últimos años se ha producido un significativo incremento de los cruceros a esta zona de Norteamérica. Los paisajes naturales vírgenes y las expectativas de que los paisajes de hielo y nieve puedan desaparecer debido al cambio climático, se han convertido en un atractivo importante para el turista, sobre todo el estadounidense. El hecho de que Alaska pertenezca a Estados Unidos supone también una ventaja para los turistas de este país.

Mediterráneo

En los últimos años ha pasado de ser el segundo destino de cruceros en el mercado mundial a la sexta posición, debido al fuerte aumento de la demanda de otros destinos como Alaska, Bahamas, Bermudas y Hawai. Destaca por su buen clima, y sobre todo por su riqueza histórica y diversidad cultural. Es por ello que el Mediterráneo atrae, tanto al turismo de sol y playa como al turismo cultural. La temporada de cruceros por el mediterráneo se extiende desde marzo hasta finales de noviembre principalmente.

Como hemos dicho anteriormente, la diversidad de culturas es muy grande y se pueden encontrar lugares muy distintos en distancias relativamente cortas.

Las rutas por el Mediterráneo se extienden por dos zonas principalmente;

- el Mediterráneo occidental, que comprende países como España, Italia, Francia; Marruecos o Túnez,
- el Mediterráneo oriental, con países como Grecia, Mar Egeo, Turquía o Egipto y Mar Negro, entre otros.
- Itinerarios por todo el mar Mediterráneo.

En los últimos años, se ha incrementado mucho el número de cruceros turísticos recibidos en destinos como Barcelona, Estambul o Roma.

En el futuro, se prevé el desarrollo de nuevas rutas de cruceros en el Mar Negro, el cual posee atractivos tanto culturales como históricos, si bien todavía no ha desarrollado su infraestructura turística y portuaria.

Además, a diferencia de la tradicional temporada que se extendía desde los últimos días de primavera a comienzos de otoño, algunos gestores de líneas de cruceros están comenzando a apostar para que los pasajeros puedan durante todo el año visitar por lo menos algunas partes del Mediterráneo.

Mar del norte y Mar Báltico

Son generalmente cruceros estivales cuyos principales atractivos son los fiordos noruegos y el Sol de Medianoche, combinándolo con las capitales del norte de Europa. La duración va de 7 a 15 días.

Asia

La zona asiática experimentó un notable crecimiento de la actividad crucerista en la década de los noventa, y ha continuado con dicha tendencia en los últimos años. Dicho aumento de la actividad crucerista ha sido protagonizado mayoritariamente por pasajeros asiáticos.

Se han realizado numerosas inversiones en infraestructuras, mejorando los puertos, y acondicionando las ciudades y lugares de interés al turismo. En lugares como Singapur, Malasia o Tailandia han aumentado mucho el número de turistas recibidos. Asimismo, en los últimos años, la importancia de los cruceros fluviales ha sido creciente, sobre todo los del río Me-Kong.

Dentro del continente asiático, el mercado japonés sigue siendo un coto cerrado. Tradicionalmente, los japoneses han preferido viajar en barcos y compañías niponas, y su interés por el turismo de cruceros, se ha mantenido estable en los últimos años, sin registrar los elevados aumentos dados en el resto de la zona asiática.

Otras zonas

Otras zonas del mundo donde se desarrollan rutas de cruceros turísticos son el sur de Argentina (la Patagonia, Tierra de fuego...), Oceanía, el Golfo Árabe o África (río Nilo, Madagascar...)

2.3 LAS GRANDES COMPAÑÍAS INTERNACIONALES

En la actualidad, existen tres grandes compañías navieras, conocidas en el sector de cruceros como las “Big Three”. Estas grandes empresas se encuentran en permanente proceso de cambio, ya que se adaptan a ritmo vertiginoso a las cambiantes circunstancias del mercado a través de fusiones, adquisiciones y absorciones de otras grandes compañías del sector.

- *Grupo Carnival Corporation:* Se trata del número uno mundial, caracterizado por una fuerte política de expansión. Esta compañía americana basa su oferta en el continente americano, con el Caribe como la principal zona de actividad. A este grupo, pertenecen empresas tan importantes como: Carnival Cruise, Princess Cruise, o el grupo P&O, entre muchos otros.
- *Grupo Royal Caribbean:* Este grupo posee grandes naves de cruceros y un servicio a bordo de gran prestigio a nivel internacional. A él pertenecen empresas como “Royal Caribbean Cruise Line”-o “Celebrity Cruises”. El agosto de 2006 Royal Caribbean adquirió el primer armador español de cruceros. Esta operación, supone la entrada definitiva de la compañía en el mercado europeo. La cuota de mercado del grupo Royal Caribbean en España superará el 60%, con unas cifras globales en 2006 de alrededor de las 200.000 personas.
- *Grupo Star Cruises:* Con menos importancia que los otros dos, pero con una gran presencia en el mercado mundial de turismo cruceristas. Empresas como “Norwegian Cruises Line” u “Orient Lines” forman parte de este grupo.

Hay que reseñar el caso de la empresa “Festival Cruceros”, la cual ofertaba sus cruceros a precios muy bajos, hasta tal punto que en ocasiones no le era rentable, y acabó por quebrar. Esto perjudicó al sector crucerista en general, ofreciendo una mala imagen y una sensación de inestabilidad.

Cruceros marítimos

Grupo Carnival Corporation	Carnival Cruise Holland América Cunard Line Costa Cruise Princess Cruises Seabourn Cruise P&O Cruise Ocean Village AIDA P&O Cruises Australia Windstar Cruise Swan Hellenic A´Rosa
----------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Grupo Royal Caribbean Cruises	Royal Caribbean Cruise Line Celebrity Cruises
Grupo Star Cruises	Star Cruises Norwegian Cruises Line Orient Lines
Otras compañías	Bora-Bora Cruises Disney Cruise Line Fred Olsen Cruise Line Hapag-Lloyd Iberojet Cruceros MSC Cruceros Pullmantur Cruises Radisson S.S. Silversea Cruises Star Clippers

Cruceros fluviales

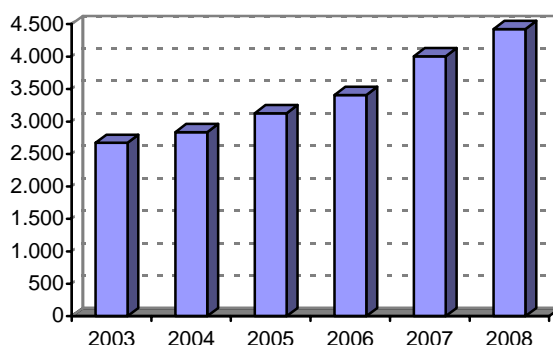
Europa	Croisieurope Douro azul Peter Deilmann Politours Cruceros Univorld Viking river Cruises
Asia	Viking River Cruises Yangtze Cruises
América	Iberostar Grand Amazon Steamboat Cruises
Turismo fluvial sin licencia de patrón	Crown Blue Line

Fuente: Asociación de cruceristas de España. 2008

2.4 EL TURISMO DE CRUCEROS EN EUROPA

El número de turistas europeos que escogieron el crucero para pasar sus vacaciones superó en 2008 los 4,4 millones de personas, según datos del Congreso Europeo de Cruceros. Este dato supone un incremento del 10% con respecto al año anterior, porcentaje que contrasta positivamente con el estancamiento estimado (0,1%) del turismo extranjero llegado a Europa. En los últimos cinco años el número de pasajeros cruceristas europeos se ha incrementado un 66%.

Evolución del nº de cruceristas en Europa



Número de cruceristas en Europa (miles). Por países

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Reino Unido	964	1.029	1.071	1.204	1.335	1.477
Alemania	537	583	639	705	763	907
Italia	346	400	514	517	640	682
España	307	300	379	391	518	497
Francia	212	222	233	242	280	310
Escandinavia	54	56	42	62	94	123
Benelux	42	41	42	64	82	92
Suiza	47	50	51	56	64	65
Austria	35	38	39	44	52	59
Portugal	14	14	15	18	20	28
Otros	113	101	102	105	155	183
Total Europa	2.671	2.835	3.126	3.409	4.004	4.422

Fuente: Consejo Europeo de Cruceros

La tercera parte de los cruceristas europeos son del Reino Unido, con cerca de 1.480 miles de pasajeros. En segundo lugar se sitúan los alemanes, con 907 miles de pasajeros. Ambos grupos de pasajeros han experimentado un notable incremento en el último año (11% y 19% respectivamente).

Italia es el tercer mayor mercado de cruceristas en Europa, y España se sitúa en cuarto lugar con casi medio millón de pasajeros en 2008. Sin embargo, los

datos del Consejo Europeo de Cruceros muestran que los cruceristas españoles han disminuido en 2008, lo que contrasta con el notable incremento registrado el año anterior.

Principales puertos europeos de cruceros. 2008

	Nº de pasajeros
Barcelona	2,0 millones
Civitavecchia	1,8 millones
Nápoles	1,2 millones
Venecia	1,2 millones
Palma de Mallorca	1,1 millones
Savona	0,77 millones

Fuente: ECC

Barcelona se sitúa en el primer puesto en el ranking de puertos europeos con mayor movimiento de pasajeros de cruceros en 2008, superando a los tradicionales puertos de cruceros italianos.

Impacto económico en Europa

El impacto económico generado por el sector de cruceros en Europa durante el año 2008, incluyendo el gasto directo de las compañías navieras, astilleros y pasajeros, ha alcanzado los 14.200 millones de euros, cifra que supone un crecimiento de casi el 10% con respecto a la cifra estimada para 2007. Estos datos confirman que, a pesar de la crisis económica, la industria de cruceros ha mantenido un notable ritmo de crecimiento, aunque sin alcanzar el dinamismo de años anteriores (un 22% en 2007).

El principal factor impulsor de la industria de cruceros europea es el creciente número de pasajeros que embarcan en los puertos europeos, alcanzando los 4,7 millones en 2008, un 10% más que el año anterior.

Impacto económico de la Industria de cruceros

	2006	2007	2008
Italia	3.199	3.968	4.300
Alemania	1.719	2.053	
Reino Unido	1.818	2.001	
Francia	849	1.158	
España	780	947	
Total Europa	10.656	13.000	14.200

Fuente: ECC

El informe del Consejo de Cruceros Europeo (ECC) correspondiente a 2008 destaca que el 30% del gasto en cruceros se concentra en Italia: 4.300 millones de euros, un 9% más que el año anterior.

Asimismo, Europa se coloca a la cabeza como líder mundial en el diseño y construcción de cruceros, posición que, sin duda, también ha contribuido a impulsar este sector. El informe de ECC estima que las empresas del sector invirtieron aproximadamente 5.200 millones de euros en la construcción y mantenimiento de cruceros en Europa, de los cuales 1.500 millones corresponden a Italia.

El comportamiento expansivo del sector de cruceros en Europa se ha traducido en un aumento del empleo: en 2008 se alcanzó lo 311.000 puestos de trabajo, un 15% más que el año anterior.

La empresa italiana Costa Crociere se ha consolidado como líder en el sector de cruceros en Europa.

3. EL TURISMO DE CRUCEROS EN ESPAÑA

3.1 ESPAÑA COMO EMISOR DE TURISMO DE CRUCEROS

En España, los cruceros no estaban demasiado desarrollados como producto turístico, pero en los últimos años han experimentado un gran crecimiento, en el que la demanda ha crecido al ritmo que lo hacía la oferta. La aparición de nuevas compañías de titularidad española ha ayudado a que esta actividad crezca firmemente y se dinamice.

En la década de los 70 unos 20.000 españoles elegían este tipo de vacaciones. Esta cifra permaneció constante hasta mediados de los años 90, durante los cuales comenzó un crecimiento sostenido que, entre 1995 y 2000 rozó el 30%, superando en 2003 los 200.000 españoles que optaron por el crucero para sus vacaciones, unas 35.000 personas más que en 2002. En 2007 superó los 500.000 cruceristas, con lo que se situó como séptimo país mundial en cuanto a número de emisión de cruceristas, y el cuarto de Europa, tras Gran Bretaña, Alemania e Italia. Los datos del ejercicio 2008 muestran un ligero descenso (-4%), lo que contrasta con el incremento en los principales países emisores de cruceros.

Los principales **productos** vendidos en España son:

- El crucero por el Mediterráneo Occidental con salida de puerto español, escalas diarias en Túnez o Malta, Italia y Francia.
- Cruceros por el Mediterráneo Oriental y el Egeo, comercializados generalmente en cruceros desde Venecia de una semana de duración, o de 3 o 4 días partiendo del puerto de Atenas.
- El norte de Europa. Son un producto en alza.

Las **compañías** más importantes que operan en España, son tres: Pullmantur, Iberojet Cruceros y Costa Cruceros. Entre las tres se reparten las tres cuartas partes del mercado español.

- *Pullmantur Cruises*: Compañía naviera española de cruceros. Es líder indiscutible del mercado español, acaparando el 50% del volumen total de negocio en España. Es el único operador español que ofrece cruceros por el Caribe, el Mediterráneo oriental y el occidental. En 2006 fue adquirida por la segunda naviera a mundial (norteamericana), Royal Caribbean Cruise Lines, con el fin de entrar en el mercado europeo.
- *Costa Cruceros*: Empresa italiana con base en Génova. Pertenece a la compañía de cruceros más importante del mundo, la estadounidense Carnival Corporation.
- *Iberojet Cruceros*: Pertenece al grupo español Iberostar. Es una empresa con una buena proyección para los próximos años. Entre sus ventajas, cuenta con la de tener una mayor adaptabilidad y conocimiento a los gustos y necesidades de los cruceristas españoles.

- *MSC Cruceros*: Compañía italiana de cruceros. Inició su incursión en el mercado español en 2003 y pronto ha visto recompensados sus esfuerzos. En 2009 tiene previstas salidas de cruceros desde Barcelona (3.000 camarotes cada semana), Valencia (700 camarotes semanales), Alicante y Málaga (ambos con temporadas mas cortas), con un importante incremento con respecto a años anteriores.
- *Latitud 4*: es el agente general en España de varios armadores internacionales, entre los que se encuentran Royal Caribbean Internacional (RCI), Celebrity, Silversea, etc. Tiene sus cruceros con salida desde Barcelona. En 2009 Royal Caribbean ha apostado por un nuevo puerto base en España: Málaga, con un barco entre junio y noviembre. Esta naviera ha crecido un 40% en el mercado español y apuesta por la expansión en próximos ejercicios.

3.2 ESPAÑA COMO DESTINO DEL TURISMO DE CRUCEROS

España, cuenta con miles de kilómetros de playas, lo que la convierte en un importante receptor de cruceros. Los puertos españoles cerraron el año 2008 con la visita de 5.883.363 cruceristas, en 3.612 cruceros. El dato de cruceristas supone un incremento del 16,9% con respecto al año anterior, tasa que si bien es inferior a la registrada en 2007, supera con creces la media de años anteriores. España se consolida como destino al alza en los cruceros del Atlántico y el Mediterráneo.

Número de cruceros

Puerto	2004	2005	2006	2007	2008
Barcelona	635	691	706	820	885
Baleares	593	674	652	708	718
Las Palmas	339	382	367	477	425
Sta. Cruz de Tenerife	357	396	350	397	333
Málaga	228	101	229	243	271
Cádiz	197	213	272	227	259
Valencia	98	110	83	155	164
Vigo	89	222	99	87	110
Almería	47	44	45	53	72
Alicante	43	59	51	71	60
A Coruña	61	37	65	61	55
Resto puertos	163	183	192	248	260
TOTAL	2.850	3.112	3.111	3.547	3.612

Número total de pasajeros de cruceros

Puerto	2004	2005	2006	2007	2008
Barcelona	1.021.405	1.224.575	1.402.643	1.765.838	2.074.425
Baleares	886.474	1.056.675	1.060.060	1.219.886	1.314.159
Las Palmas	393.395	423.105	362.305	439.493	576.511
Sta. Cruz de Tenerife	455.857	503.518	446.355	521.293	557.371
Málaga	209.149	204.535	222.280	292.567	352.993
Cádiz	164.208	128.680	171.938	187.164	225.668
Vigo	93.497	131.536	129.268	150.478	216.333
Valencia	105.461	106.724	88.170	179.209	199.335
Alicante	48.222	36.253	51.527	72.063	82.487
Almería	35.885	43.624	29.801	36.439	60.695
A Coruña	43.402	33.757	39.988	49.854	57.517
Resto puertos	97.520	101.283	84.894	119.623	165.869
TOTAL	3.554.475	3.994.265	4.089.229	5.033.907	5.883.363

Fuente: Ministerio de Fomento

Variación anual del tráfico crucerista total

Puerto	% var. 04/03	% var. 05/04	% var. 06/05	% var. 07/06	% var. 08/07
Barcelona	-2,7	8,8	2,2	25,9	17,5
Baleares	-3,8	13,7	-3,3	15,1	7,7
Sta. Cruz de Tenerife	13,7	12,7	-8,4	16,8	6,9
Las Palmas	-0,8	10,9	-11,1	21,3	31,2
Málaga	4,7	8,1	8,5	31,6	20,6
Vigo	29,5	-55,7	-2,0	16,4	43,8
Cádiz	13,0	149,4	22,5	8,9	20,6
Valencia	78,3	12,2	-25,5	103,2	11,2
Alicante	8,1	-39,3	37,8	39,9	14,5
A Coruña	1,8	37,2	10,2	24,7	15,4
Almería	65,5	-6,4	2,3	22,3	14,5
Resto puertos	70,1	3,9	-16,6	40,9	38,7
TOTAL	3,4	9,2	-0,6	23,1	16,9

En general, todos los puertos españoles se están remodelando o han sido remodelados, no sólo debido a la creciente actividad crucerista, sino también para poder acoger la nueva hornada de yates y embarcaciones de recreo de todo tipo que llega a las costas españolas.

Barcelona, que por primera vez supera los dos millones de cruceristas, se ha convertido en el puerto más importante del Mediterráneo (compitiendo cara a cara con Italia por la hegemonía de este sector en Europa) y de España en emisor y receptor de cruceros, además de situarse como quinto puerto del mundo. Barcelona ofrece una combinación de modernas instalaciones portuarias y una ciudad atractiva que las rodea, con muchos espectáculos y atracciones culturales a una distancia corta a pie desde la entrada del puerto.

El segundo puesto lo ocupa los puertos de las Baleares (Palma de Mallorca e Ibiza) con 718 cruceros y más de 1,3 millones de cruceristas. En la zona mediterránea les sigue los puertos de Málaga (352 mil pasajeros) y de Valencia (199 mil pasajeros).

Las Islas Canarias se han convertido en un destino clave para las compañías de cruceros que realizan los recorridos por el Atlántico, siendo el turista británico el que en mayor medida elige un crucero por estas islas. Los puertos de Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife se sitúan en la tercera y cuarta posición nacional respectivamente. Su situación geográfica y sus condiciones climatológicas hacen aumentar su importancia especialmente durante los meses de invierno, cuando las temperaturas del archipiélago canario no tienen rival en Europa.

La inversión realizada en el Puerto de Málaga para su ampliación y mejora, con la creación de una nueva estación marítima, ha impulsado al alza el número de cruceros y de cruceristas en los dos últimos años (por encima de la media española).

El puerto de Cádiz se mantiene como el sexto destino a nivel estatal en tráfico de cruceros con 259 escalas y 225 mil cruceristas. La Autoridad Portuaria de la Bahía de Cádiz ha logrado multiplicar por tres las estadísticas de buques y de turistas en apenas una década.

El puerto de Vigo es de los puertos que más ha crecido en cuanto a número de cruceros y cruceristas se refiere. Así, en los últimos cinco años los incrementos en ambos ascienden a 73,7% y 146% respectivamente.

El puerto de Valencia se sitúa en séptimo lugar. El notable incremento de la actividad de cruceros en 2007, permitió duplicar el número de cruceristas en un año, impulsada por la celebración de la Copa América. Dicho evento ha permitido al puerto y a la ciudad de Valencia convertirse en uno de los destinos referentes de los cruceros en el Mediterráneo: en 2008 alcanzó los 164 cruceros y casi 200.000 cruceristas.

Desglose de tráfico crucerista en 2007 (Nº de pasajeros)

Puerto	Embarcados	Desembarcados	En tránsito	Total
Barcelona	486.994	489.435	789.409	1.765.838
Baleares	276.831	275.472	667.583	1.219.886
Sta. Cruz de Tenerife	79.580	80.268	361.445	521.293
Las Palmas	15.566	19.433	404.494	439.493
Málaga	4.875	5.673	282.019	292.567
Cádiz	477	1.101	185.586	187.164
Valencia	31.691	54.180	93.338	179.209
Vigo	0	0	150.478	150.478
Resto puertos	11.900	12.367	253.712	277.979
TOTAL	907.914	937.929	3.188.064	5.033.907

Fuente: Ministerio de Fomento

Como podemos observar en la tabla, de todo el tráfico crucerista registrado en los puertos españoles en 2007, cerca de dos tercios del total corresponde a pasajeros de cruceros “en tránsito”, que significa cruceros que hacen escala en un puerto español como parte de una ruta.

El tercio restante se reparte casi a partes iguales entre los cruceros “embarcados” y los cruceros “desembarcados”. Éstos quieren decir, los cruceros que tienen como puerto de partida o de destino, un puerto español.

Este dato refleja la mayor presencia que tiene el crucerista extranjero frente al crucerista nacional, dentro del turismo de cruceros en España. La mayoría de los pasajeros de un crucero “en tránsito” son extranjeros que hacen escala en alguna ciudad española, como parte de un crucero que ha partido y que finalizará en otro país.

Hay que decir que hay cruceros con salida y final en España que, después de haber hecho su recorrido por otros países del mediterráneo, hacen una última escala en el puerto de Palma.

En cambio, en un crucero “embarcado” o “desembarcado” los cruceristas españoles son mayoría, y los extranjeros se trasladan a España en avión desde lugares lejanos como Asia o Estados Unidos, para iniciar y finalizar su crucero.

Analizando este desglose del tráfico crucerista podemos comprobar que, de los ocho puertos con más tráfico de cruceros de España, todos registran más pasajeros correspondientes a cruceros “en tránsito” que de los correspondientes a “embarcados” o “desembarcados”. En el caso de Valencia, están casi a la par.

En los puertos de Cádiz, Las Palmas o Málaga casi la totalidad de los cruceristas pertenecen a cruceros “en tránsito”, siendo el puerto de Vigo el mejor ejemplo acaparando prácticamente 100% de los mismos.

Los puertos de Barcelona o Baleares tienen una proporción más equilibrada entre los cruceristas de un tipo u otro, aunque continúa prevaleciendo los cruceristas de tipo “en tránsito”.

Por último, el puerto de Valencia el 52% de los pasajeros de cruceros son de tránsito (93.338), el 30% son “desembarcados” (54.180) y el resto “embarcados” (31.691). Entre 2005-2007 los cruceristas que más se han incrementado han sido los de tránsito (150%), lo que implica que Valencia ha aumentado su presencia como puerto de escala en las rutas de cruceros del mediterráneo, en mayor medida que como puerto de salida o llegada de los mismos.

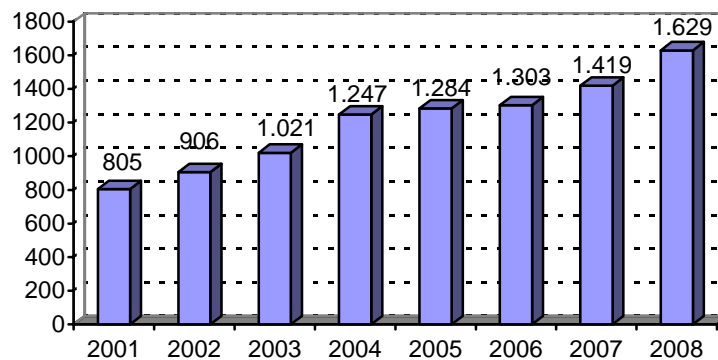
Como emisor de cruceros, el producto más vendido en España es el crucero por el Mediterráneo Occidental, con salida de puerto español y escalas diarias en Túnez o Malta. Tras ésta, destacan las rutas por el mediterráneo Oriental y el Egeo, comercializados generalmente en cruceros desde Venecia, de una semana de duración.

3.3 TAMAÑO DE LOS CRUCEROS

El tamaño de los cruceros que han hecho escala en España ha experimentado un crecimiento notable y constante en los siete últimos años, en línea con la tendencia del sector de disponer de barcos cada vez más grandes.

Así se ha pasado de poco más de 800 pasajeros por crucero en 2001 los 1.630 pasajeros por crucero en 2008. En este último año es cuando se ha producido el mayor incremento desde el año 2004.

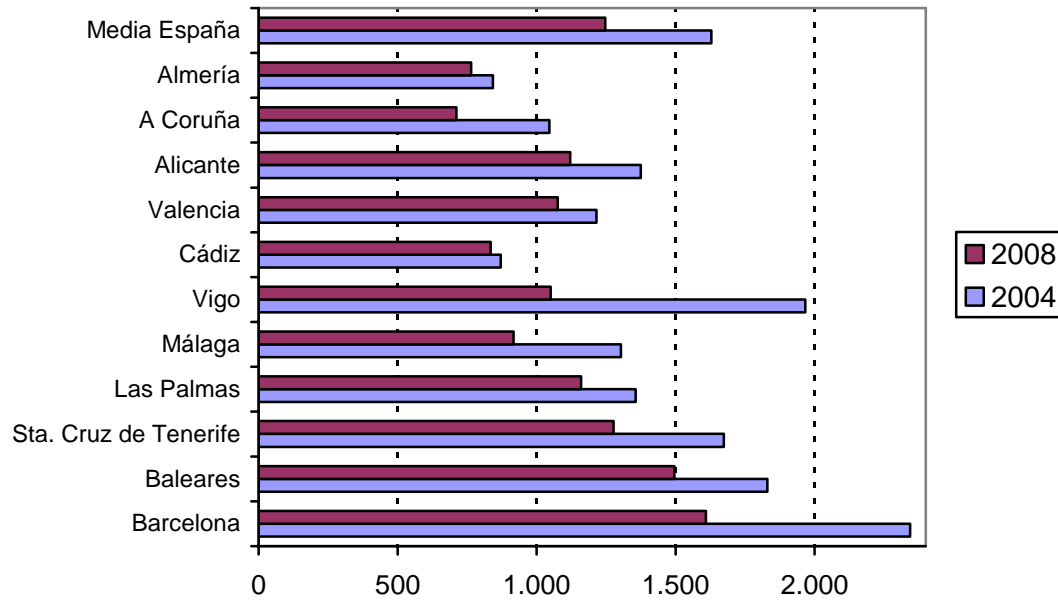
Evolución del tamaño medio por crucero
Pasajeros / crucero



Fuente: Ministerio de Fomento y elaboración propia

Un análisis del tamaño del crucero por puertos permite comprobar que el Puerto de Barcelona no sólo es el líder en España en cuanto a turismo de cruceros sino que también acoge los cruceros más grandes. Además en los últimos cuatro años ha sido, después de Vigo, el puerto de España donde se ha incrementado en mayor medida el tamaño de los cruceros.

Tamaño medio de los cruceros en los puertos españoles
Pasajeros / crucero



Fuente: Ministerio de Fomento y elaboración propia

3.4 EL IMPACTO ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA DE CRUCEROS EN ESPAÑA

Según el informe “European Cruise Contribution”, elaborado por el Consejo Europeos de Cruceros (ECC), los gastos de la industria de cruceros en España ascendió en 2005 a 683 millones de euros. Dada la actividad creciente que ha tenido este tipo de turismo en España desde dicho ejercicio, la cifra podría situarse por encima de los 1.000 millones de euros en 2008.

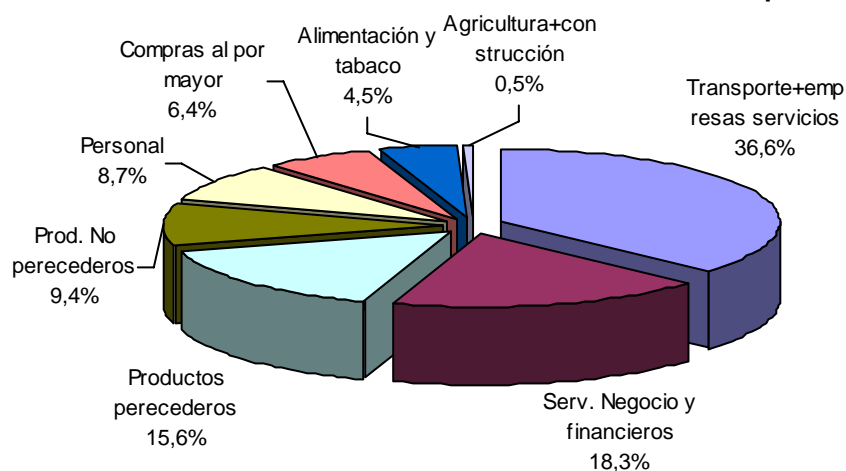
Los gastos de esta industria en España en 2005 se repartían en los siguientes apartados:

- Inversión de las navieras nacionales: 403 millones de euros, el 59% del total del gasto del sector;
- Compras realizadas por los turistas en puertos y escalas: 241 millones de euros, el 35% del total,
- Reparaciones de barcos: 11 millones, el 2% del total.
- Compensaciones a los empleados: 28 millones, el 4% del total.

Los gastos de las navieras españolas

La partida de gastos más elevada de las compañías de crucero españolas corresponde a las actividades relativas a transportes y servicios, como las agencias de viaje (comisiones por la contratación de paquetes turísticos), que supusieron en 2005, 148 millones de euros.

Gastos directos de las líneas de cruceros en la industria española



TOTAL DE GASTOS: 403 MILLONES DE EUROS

La segunda partida de gasto más importante es la de servicios financieros y otros como comunicación, seguros, publicidad, informática, correo directo, ingeniería o estudios de mercado, cifrada en 74 millones de euros.

El consumo de productos perecederos, tales como lubricantes, productos químicos, combustible o productos de limpieza, supusieron un total de 63 millones de euros. Entre las partidas con menor presupuesto destacan el de alimentación y bebida del pasaje, con sólo 18 millones (4,5%).

Los gastos de los pasajeros

El gasto medio por visitante, combinando los 586 mil cruceristas embarcados en puertos españoles con los 2,6 millones de pasajeros que hicieron escala en algún puerto español, se situó en unos 45 euros en cada puerto. En total generaron 93 millones de euros adicionales en tours, comida, bebida y otros productos.

Empleo generado

Los cruceros generan tanto empleo directo como empleo indirecto o propiciado. En este segmento intervienen no sólo las embarcaciones, sino también los puertos de embarque, agentes de viaje, tours-excursiones y proveedores.

En 2005, el turismo de cruceros generó 6.100 empleos directos (empleados contratados por las compañías navieras, proveedores directos, empleados de establecimientos que proveen productos y servicios a los pasajeros y a la tripulación, los de las sedes centrales de las compañías, personal de mantenimiento, agencias de publicidad y los de los hoteles donde se alojan los pasajeros durante las escalas, embarque y desembarque). Al mismo tiempo, se estima un total de 7.840 empleos indirectos, derivados de la demanda de productos y servicios solicitados por las compañías crucerísticas.

Impacto de la industria de cruceros en España (2005)

	Empleos directos	Empleos indirectos y propiciados	Compensaciones (millones de euros)	
			Directas	Indirectas
Agricultura, min. y construcción	18	1.712	n.d.	35
Manufacturados	1.550	1.583	50	41
Productos no perecederos	547	936	15	20
Productos perecederos	1.003	647	35	21
Comercio por mayor y minorista	525	711	9	12
Transporte y servicios	2.936	970	93	37
Hostelería	185	109	5	4
Servicios financieros	731	1.095	25	34
Serv. personal y administración	155	1.660	19	58
TOTAL	6.100	7.840	201	221

4. EI TURISMO DE CRUCEROS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

4.1 PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

La Comunidad Valenciana tiene la posibilidad, gracias a sus inmejorables condiciones geográficas y climatológicas, de poder albergar y desarrollar el turismo de cruceros.

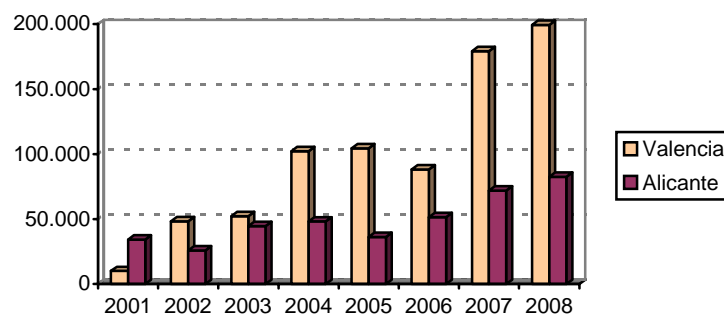
Las principales repercusiones del turismo de cruceros, tanto en España como en la Comunidad Valenciana:

- a) como destino turístico, el aumento de esta modalidad de viajeros por el Mediterráneo se traduce en un aumento del consumo turístico en los puertos escala y en los puertos base (salida o llegada del crucero), y en un foco de atracción para que el turista vuelva al mismo destino geográfico a través de otra modalidad vacacional más estable.
- b) Genera una demanda creciente de nuevos servicios y actividades empresariales ligadas a este tipo de turismo.
- c) Para las autoridades portuarias supone un aumento del volumen de negocio.

En la Comunidad existen dos puertos que registran actividad crucerista: el Puerto de Valencia y el de Alicante. La evolución que esta actividad ha registrado en cada uno de ellos ha sido distinta. A principios de esta década, el Puerto de Alicante casi triplicaba en número de pasajeros al Puerto de Valencia. Sin embargo, la actividad alicantina ha permanecido prácticamente estancada hasta 2005, frente a un mayor dinamismo de esta actividad en el puerto de Valencia, sobre todo en los años 2002 y 2004.

Este diferente comportamiento se ha acentuado en los dos últimos años (2007-2008) –después de dos años de estancamiento–, alcanzando el Puerto de Valencia en 2008 cerca de 200.000 cruceristas, cifra 2,5 veces superior a la del Puerto de Alicante.

Evolución del nº de cruceristas en la Comunidad Valenciana



Fuente: Ministerio de Fomento

Evolución de los cruceros en enero-junio de 2009

	Cruceros		Pasajeros de cruceros	
	Nº	%var 09/08	Nº	%var 09/08
Valencia	56	-20,0	74.122	-4,1
Alicante	18	-17,1	21.939	-47,5
C. Valenciana	74	-28,8	96.061	-19,3
España	1.443	-9,4	2.391.231	0,3

Los datos de los seis primeros meses de 2009 muestran un freno en la tendencia al alza registrada en los dos años precedentes, con caídas tanto del número de cruceros como del de pasajeros, debido fundamentalmente a la crisis económica internacional. Este descenso contrasta con la expansión de este tipo de turismo que sigue registrándose en los puertos de Barcelona (5% más en el número de pasajeros), Las Palmas (17%) o Málaga (32%).

Si observamos los datos de pasajeros desagregados, correspondiente al ejercicio 2007, se puede observar una diferencia importante entre el turismo de cruceros del Puerto de Alicante y el de Valencia:

- El 82% de los cruceristas del Puerto de Alicante son pasajeros en tránsito, lo que implica que la mayor parte de los cruceros que recalán en este puerto lo hacen solo como escala. Este porcentaje, si bien es muy elevado, se reduce con respecto a los datos de 2005 (98%).
- Los datos de cruceros del Puerto de Valencia indican que cerca de la mitad de los cruceristas (48%) son pasajeros que embarcan o desembarcan en dicho Puerto, lo que significa que la mitad de cruceros que se contabilizan en el Puerto de Valencia lo hacen como inicio o destino final del viaje. Este porcentaje es menor que el de hace dos años, incrementándose el número de pasajeros de los cruceros que cuentan con Valencia para una de sus escalas (hasta el 52%).

El turismo de cruceros en la C. Valenciana en 2007

	Nº cruceros	Pasajeros				Pasajeros/crucero
		Total	Embarca.	Desembar.	Tránsito	
Valencia	155	179.209	31.691	54.180	93.338	1.156
Alicante	71	72.063	6.305	6.727	59.031	1.015

Fuente: Ministerio de Fomento. Informe anual de puerto de España. 2007

El Puerto de Valencia

Durante el período 2007-2008 el Puerto de Valencia ha visto incrementada notablemente la actividad, tanto como puerto base de cruceros, como escala de los recorridos de cruceros del Mediterráneo. Asimismo, acoge un tráfico regular de pasaje con las Islas Baleares e Italia.

Los factores que permiten el desarrollo y crecimiento del turismo de cruceros en el Puerto de Valencia son:

- La exitosa celebración de la America's Cup y el mayor atractivo de la ciudad, son una potente fuente de atracción para las rutas de cruceros. La mejora de las infraestructuras portuarias y la mejor y mayor difusión de la imagen de la ciudad a nivel internacional han constituido un papel muy importante en el dinamismo de turismo de cruceros en el puerto de Valencia.
- Las acciones promocionales llevadas a cabo por la Autoridad Portuaria de Valencia.
- La confianza depositada por las compañías de cruceros, que han apostado por nuestro Puerto: Costa Cruceros, Mediterranean Shipping Co., Seabourn, Cunard, Sea Cloud Cruises, Holland Cruises, Peter Deilman, Fred Olsen, Hapag Lloyd, Sun Hellenic, Arkona, Seetours, .. Durante la celebración de la America's Cup, la compañía MSC (patrocinadora del Alinghi) inauguró uno de sus mayores buques de crucero en el Puerto de Valencia. Esta compañía oferta más de 700 camarotes en cruceros que parten desde el puerto de Valencia.

El resultado es que todas estas compañías no sólo han repetido, sino que han aumentado considerablemente sus escalas, hasta el punto de establecer, en algunos casos, en Valencia su puerto base en España.

En colaboración con Turismo Valencia, el Puerto de Valencia ofrece a los buques crucero que nos visitan una atención personalizada:

- Antes de la llegada del buque se suministra material promocional al crucero para que en los días previos a la escala se promocióne desde el mismo buque el destino turístico.
- Durante la estancia del crucero en el Puerto y a través del Punto de Atención Turística, se facilita información adicional sobre los atractivos turísticos a visitarse durante la escala, así como información general de la ciudad de Valencia.

Al mismo tiempo se coordinan todos los servicios necesarios para favorecer las operaciones de embarque y desembarque, excursiones y resto de actividades organizadas por las compañías cruceristas para sus clientes.

4.2 PERSPECTIVAS DE FUTURO

El futuro del turismo de cruceros

El turismo de cruceros a nivel mundial debe afrontar para un desarrollo sostenible y creciente un conjunto de retos o factores:

- La elevada concentración de la industria de cruceros en el mundo: el 80% de los cruceros del mundo están controlados por cuatro grandes grupos. Este oligopolio impone barreras de entrada a operadores de menor dimensión, los cuales han dirigido sus actividades hacia el llamado cruceo especializado (ejemplo: cruceo fluvial).
- Elevados costes de la industria de cruceros, desde la construcción del buque (promedio de 365 millones de euros), hasta una buena tripulación cualificada y preparada.
- Normas de seguridad cada vez más exigentes.
- El impacto medioambiental de los cruceros: necesidad de una regulación internacional tanto respecto al ruido de los buques, su autosuficiencia, como en lo referente a la reducción de aguas residuales y otros elementos contaminantes.
- Encontrar nuevos puertos de destino con la infraestructura necesaria para la llegada de los barcos de cruceo de grandes dimensiones.
- Internet y las nuevas tecnologías proporcionará grandes cambios en las actividades a realizar durante el viaje, y no sólo en el proceso de reserva y búsqueda de información previa al mismo.
- El variable comportamiento del precio del petróleo en los últimos años puede incidir sensiblemente en los precios de los cruceros o en los beneficios empresariales.
- Entre los factores que ralentizan el desarrollo del sector en Europa se encuentra la concepción tradicional de cruceo como una modalidad vacacional reservada a segmentos de poder adquisitivo elevado.
- Este tipo de destino de vacaciones también se ve afectado por la estacionalidad: el Caribe es un destino de invierno y el Mediterráneo un destino de verano.

La tendencia para los próximos años apuntan hacia un crecimiento progresivo en los mercados europeos favorecida por:

- Familiarización con el producto cruceo, gracias a la intensificación de las actividades de promoción.
- Aumento del número de plazas en los barcos de cruceo
- Aplicación de políticas de descuento

- Existencia de un mercado potencial con elevadas posibilidades de crecimiento
- Diversificación del producto a través de la creación de nuevos tipos de crucero.

En general, los profesionales del sector muestran un turismo de cruceros futuro compuesto por barcos de todos los tamaños, pero más grandes que los actuales, más rápidos y silenciosos y con un nivel de polución menor. La ingeniería de los barcos y las prestaciones a los pasajeros mejorarán. Asimismo, habrá una proliferación de barcos especializados para determinados segmentos de mercado.

Asimismo, la gran relevancia que está cobrando este segmento turístico ha provocado que las autoridades portuarias le estén dando un fuerte impulso inversor. Para el período 2009-2012 están previstas una serie de obras por importe de 290 millones de euros destinadas a optimizar las infraestructuras portuarias, y 92 millones de euros para mejorar el entorno urbano de los puertos españoles.

El futuro del turismo de cruceros en la Comunidad Valenciana

Según las previsiones realizadas por la consultora Crucemar Cruceros, las previsiones de crecimiento del turismo de cruceros en España apuntan que el mercado crecerá a un ritmo medio del 20% anual hasta 2010.

Como país emisor de cruceristas, las perspectivas son muy positivas gracias a:

- La intensa promoción de los cruceros en los últimos años
- La diversificación del tipo de clientes a los que va dirigidos, sobre todo hacia rentas medias y de menor edad.

Como país receptor de cruceros, varios son los factores que impulsaran este tipo de turismo.

- La desviación de las rutas hacia el Mediterráneo occidental, dado el clima de inseguridad en el entorno de Oriente Medio. El Mediterráneo registra más de 7 millones de pasajeros de escala al año, el doble que hace una década y la quinta parte del mercado mundial.
- La mejora y ampliación de muchos de los puertos españoles para acoger a los barcos de cruceros, dado que las autoridades locales y regionales han visto que este tipo de turismo poseen un enorme potencial de desarrollo en nuestro país.

En el caso de la **Comunidad Valenciana** las perspectivas son muy positivas. Al creciente atractivo turístico de la ciudad de Valencia en los últimos años se le añade la remodelación y ampliación del Puerto de Valencia para adecuarse a la competición de la Copa América en 2007, lo que le ha permitido ganar en

capacidad de recepción de todo tipo de embarcaciones, incluyendo, por supuesto, a los barcos de cruceros.

La labor de promoción realizada por el Puerto de Valencia y el Turismo Valencia, ha tenido sustanciosos frutos: nuevas compañías de cruceros han elegido Valencia para hacer sus escalas en el Mediterráneo, lo mismo que algunos de los cruceros de lujo que surcan el Atlántico y el Mediterráneo, como el The World, en 2005, o el Queen Elisabeth II en 2006.