

EL MERCADO DE LOS CRUCEROS EN CIFRAS EN EL SIGLO XXI

Elena de los Reyes Cruz Ruiz

Profesora de la Universidad de Málaga

Departamento de Economía y Administración de Empresas

ecruz@uma.es

Elena Ruiz Romero de la Cruz

Profesora Titular de la Universidad de Málaga

Departamento de Teoría e Historia Económica

emruiz@uma.es

Resumen: La trayectoria de crecimiento del sector cruceros en la última década, es clave para entender el progreso de este segmento turístico. Este artículo analiza la evolución del turismo de cruceros en el mundo, atendiendo al cómputo total de tráfico de pasajeros y al ranking de principales puertos, observando la alta concentración del negocio en un conjunto reducido de países, en el que ya figura China como uno de los mercados emergentes más poderosos del sector. Las grandes áreas del turismo de cruceros se estudian en base a la oferta mundial de camas días entre 2004 y 2014 en las grandes áreas del mundo, atendiendo a las principales compañías navieras que operan a nivel mundial y en Europa.

Palabras Clave: estadísticas cruceros – mercados tendencias globales- organización sector cruceros – compañías navieras

CRUISE INDUSTRY BY THE NUMBERS IN THE XXI CENTURY

Abstract: The growth trajectory of the cruise sector in the last decade, is key to understanding the progress of this tourist segment. This article analyzes the evolution of cruise tourism in the world taking into account the total passenger traffic and the ranking of the main ports, paying attention to the high concentration of business in a small group of countries in which China is already included as one of the most powerful emerging markets of the sector. The study of the large areas of cruise tourism is based on the world supply of bed days from 2004 to 2014 in large regions of the world, considering the major shipping companies that operate globally and in Europe.

Key words: cruise statistics – global trend markets - cruise sector organization- shipping companies

NOTAS INTRODUCTORIAS

El interés de la industria del crucero ha seguido creciendo en las últimas décadas, es un sector dinámico, cuyos antecedentes más inmediatos caminan de forma paralela al desarrollo de la industria moderna.

La propia reconversión de algunas compañías navieras, ante la competencia del transporte aéreo, y la pérdida de funcionalidad de los buques de transporte de pasajeros, cuando el capítulo de la inmigración se torna complicado, determinará ya en los años sesenta del siglo XX, el origen del crucerismo moderno, y es entonces cuando aparecen las grandes compañías navieras tales como Royal Caribbean, Carnival, Norwegian Cruise Lines o Princess (Esteve, J. 2014: pp. 7-12).

Y será en el entorno del mercado americano donde se inicie esta nueva etapa del negocio del crucero, para luego seguir afianzando este segmento vacacional en el entorno europeo, siguiendo en los últimos años con una tendencia al alza en los llamados mercados emergentes, afianzándose muy particularmente la región de Australasia.

A lo largo del tiempo el concepto de crucero ha ido evolucionando, conforme lo hacia la propia demanda de este poderoso segmento vacacional, que a nivel de cifras pretendemos analizar en este trabajo.

En este artículo observaremos la coyuntura más reciente del sector, no sin antes efectuar un breve repaso conceptual del término crucero en la última década, atendiendo a los autores que se han significado en la literatura académica, como especialistas en el tema.

La definición del crucero centrada en la motivación del potencial cliente, nos lleva a considerar que los cruceros son algo más complejo que un viaje de placer entre el origen y el destino, entendiendo el valor del crucero, como parte de un conjunto de servicios ofertados por compañías de recreo y vacaciones (Cartwright y Baird, 1.999).

Otros autores fueron haciendo explícito en sus investigaciones, que el elemento central de la actividad del crucero son la acomodación y servicios a bordo, y no el barco crucero como medio de transporte marítimo (Butler, 2.003). Si bien, el mismo Butler afina el termino y considera que el crucero turístico moderno combina dos actividades básicas: alojamiento y transporte, y en la media que va incorporando instalaciones lúdicas a bordo, se entiende el crucero como resort marino, (Butler, 2.008) expandiéndose así la experiencia de la vacaciones en cruceros, tanto en volumen de

negocio, como en concreción geográfica y territorial del sector (Cruz Ruiz y Ruiz Romero, 2015).

Un nutrido grupo de autores entienden el crucero como un tipo de trayecto marítimo, en el que el buque viaja desde y hasta el mismo lugar, proporcionando servicios de ocio y recreo a sus pasajeros (Douglas y Douglas, 2.004). No obstante, esta definición dejaría fuera a aquellas travesías con itinerarios entre diferentes puertos, y a los pasajeros que pudieran embarcar o desembarcar durante la ruta. Y evidentemente, estos también son considerados pasajeros de cruceros.

Hoy en día tratar de definir la naturaleza exacta de la experiencia del crucero, pasa por tener en cuenta los servicios e instalaciones de a bordo, y el propio itinerario del crucero. Los modernos barcos cruceros son comparados con hoteles flotantes, con tantas opciones como cualquier establecimiento en tierra.

El mercado de los cruceros ha ido afianzándose en numerosos lugares del mundo y su auge ha supuesto también el interés para los investigadores, que tratan de reconocer las claves del progreso del sector (Cruz Ruiz, 2014).¹

La creciente demanda de servicios de crucero incluye un número de turistas que parecen estar escogiendo nuevos lugares a visitar y estancias más largas en los puertos de destino, lo cual ha obligado a los encargados del diseño de estos itinerarios, a identificar destinos novedosos y más atractivos que mantengan y estimulen el interés de sus potenciales clientes.²

En términos muy generales una visión retrospectiva en la que comparemos la trayectoria de crecimiento del turismo internacional de estancia, con la evolución de los pasajeros de cruceros en el mundo, confronta una realidad muy favorable para este último segmento turístico, pues mientras que el primero se multiplicaba por cinco, desde los años setenta, el turismo de cruceros lo hacía cuarenta veces para ese mismo periodo (Fernández Miranda, 2012: 14-15).

Las estrategias de crecimiento han sido impulsadas por el sector, aumentando la capacidad de las nuevas naves, ofertando nuevos destinos y actividades a bordo que responden a las demandas de los consumidores, cuyas cifras pasamos a analizar.

Finalmente, en estas notas introductorias reconocemos el interés de estos estudios, relativos al mercado de los cruceros en el mundo, si observamos brevemente, los datos alusivos al análisis del impacto económico del sector en la económica global, aunque este interesante tema, tanto en los aspectos negativos como positivos lo abordaremos en otro trabajo.

En síntesis, es importante el estudio de las múltiples facetas que se implican en el sector cruceros, en la medida que se está hablando de un volumen de negocio que alcanzó los 119.900 millones de dólares en 2014, frente a los 117.000 millones de dólares del año anterior. Estas cifras incluyen también a los 939.232 empleados a tiempo completos que cuentan con 39.300 millones de dólares en ingresos. Los gastos directos generados por las líneas de cruceros, pasajeros y tripulación fueron de 55.800 millones de dólares (CLIA, 2015).

1.- UNA DÉCADA CLAVE EN EL TURISMO DE CRUCERO EN EL MUNDO (2004-2014)

Lo primero que vamos a valorar es el crecimiento global del número de cruceristas en el mundo, cuya demanda ha crecido ostensiblemente en la última década, superando la barrera de los 20 millones de pasajeros en el año 2012.³

Si nos retrotraemos a los principios en los que el negocio ya podía comenzar a ser tenido en cuenta, por su interés como segmento turístico, la progresión del turismo de cruceros en el marco internacional entre 1990 y 2012, se cifra en más de 200 millones de pasajeros, un porcentaje determinante se ha generado en los últimos 10 años y unas cifras muy significativas en los últimos 5 años (Cruz Ruiz, 2014: 165-166).

Esa realidad de crecimiento se ha producido, como señalan los especialistas en el tema, a pesar de la crisis que azota muy particularmente a Europa y que se manifiesta en múltiples indicadores económicos a partir del 2008, pero que no repercute fuertemente en las cifras de cruceristas.

Analicemos algunos de estos aspectos fundamentales para el mejor conocimiento del negocio que genera el turismo de cruceros.

1.1.- La trayectoria de crecimiento del sector cruceros (1990-2014)

La tasa de crecimiento global de la industria del crucero ha sido duradera y estable, en torno al 7%, a pesar de los ciclos económicos de crecimiento y recesión, el punto de saturación del mercado según los expertos está por llegar (Rodríguez y Notteboom, 2012: 4).

Los datos de un estudio de Asociación Internacional de Líneas de Cruceros informan que, la demanda global de cruceros se acerca a los 22 millones de pasajeros en 2014, lo que supone un incremento cercano al 70% respecto a los 10,4 millones de

pasajeros de 2004. A partir de 2013, el crecimiento se cifra en algo más del 3%, y el progreso en tráfico global de pasajeros es una realidad, tal como puede verse en el grafico 1, esa tendencia ascendente continuará en el 2015, sobrepasando la barrera de los 22 millones. (CLIA, 2015).

**TABLA 1. PASAJEROS DE CRUCEROS
EN EL MUNDO 2000-2014**

Años	Pasajeros
1990	3.774.000
1991	4.168.000
1992	4.385.000
1993	4.728.000
1994	4.800.000
1995	4.721.000
1996	4.970.000
1997	5.380.000
1998	5.868.000
1999	6.337.000
2000	7.214.000
2001	7.499.000
2002	8.648.000
2003	9.526.000
2004	10.460.000
2005	11.180.000
2006	12.006.000
2007	14.625.000
2008	15.779.000
2009	17.216.000
2010	18.421.000
2011	19.377.000
2012	20.335.000
2013	20.976.000
2014	21.556.000

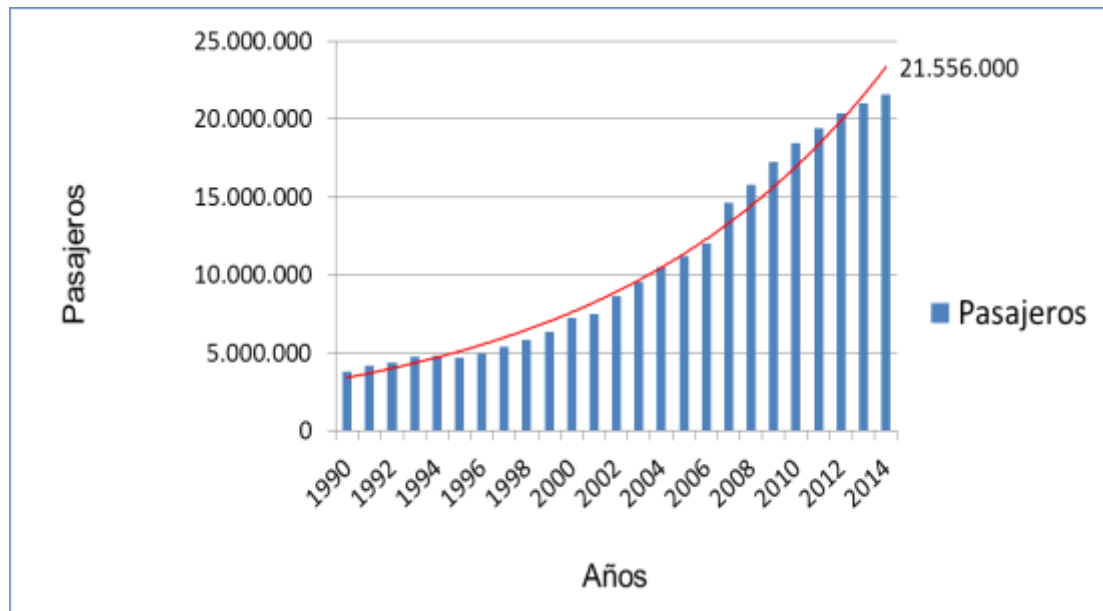
Los informes del sector revelan que, a lo largo de este tiempo, la duración media de los cruceros ha aumentado y aunque los cruceros de hasta una semana suponen en torno a un 80%, el crecimiento en las dos últimas décadas se concentró en mayor medida en los cruceros de más duración, pasando por término medio de un 6,7 a 7,3 días.

La industria también se está expandiendo rápidamente a nivel internacional, aumentando la penetración en el mercado central de América del Norte, que aún tiene potencial de crecimiento, pues sólo el 53% del mercado norteamericano de destino, o el 24% de toda la población de Estados Unidos, nunca han tomado un crucero marítimo (CLIA, 2015).

Fuente: Informe cruise market watch (2015).

Elaboración propia

GRÁFICO 1. TRAYECTORIA DE CRECIMIENTO PASAJEROS DE CRUCEROS (1990-2014)



Fuente: Informe cruise market watch (2015). Elaboración propia

La demanda global de cruceros ha crecido a lo largo de la última década entre 2004 y 2014 en un 67,7%, y tal como se aprecia en la tabla 2, los pasajeros procedentes de América del Norte han aumentado en un 33% en el periodo analizado, considerando que para el último año de la serie que presentamos el crecimiento ha sido del 2,9%, el área sigue siendo el mercado más grande del sector a nivel mundial.

La aparición de los nuevos mercados e incluso con sus diez años crecimiento, ha influido en los datos que se presentan, pero a pesar de ello, su cuota de mercado sigue siendo importante. (CLIA, 2015: p. 5).⁴

Europa también ha experimentado un crecimiento muy fuerte en los últimos 10 años. Y si en 2004 Europa representó el 21,8% del mercado mundial de cruceros con 2,87 millones de pasajeros, en el año 2014 su participación en el mercado ha sido del 29% con 6,39 millones de pasajeros y un crecimiento global de los 10 años analizados del 122%.

La llamativa cifra del incremento del turismo de cruceros en lo que denominamos resto del mundo, que alcanza en la década analizada el 208,8% responde al interés de los llamados mercados emergentes, que analizaremos con más detalle en el caso de Asia, en otro apartado de este artículo, pues aunque en volumen total de pasajeros aun

no es muy fuerte en relación a otras áreas donde el sector está muy consolidado, el mercado potencial es importante, tal es el caso de China.

**TABLA 2. DEMANDA INTERNACIONAL DE CRUCEROS
(2004-2014) MILLONES DE PASAJEROS**

Región	2004	2009	2010	2011	2012	2013	2014	10-Year Growth
North America	9,14	10,40	11,00	11,44	11,64	11,82	12,16	33,00%
Europe ¹	2,87	5,04	5,67	6,15	6,23	6,40	6,39	122,6%
Subtotal	12,01	15,44	16,67	17,59	17,87	18,22	18,55	54,40%
Rest of the World ²	1,13	2,15	2,40	2,91	3,03	3,09	3,49	208,80%
TOTAL	13,14	17,59	19,07	20,50	20,90	21,31	22,04	67,70%

Fuente: CLIA (2015). Elaboración propia

1 Incluye Rusia y Europa Central y oriental fuera de la UE-27. 2 Resto del mundo es estimado y ajustado a partir del 2009 para tener en cuenta el crecimiento dinámico en el hemisferio sur

Los informes del sector revelan que la oferta mundial de camas ha crecido ostensiblemente en esta última década, en concreto entre 2004 y 2014 en un 83,9%, incremento que supone estar hablando de una subida en este periodo de 77,2 millones días de cama a 142 millones, siendo de 5,6% para el año 2014, si bien este tema lo abordaremos con más detalle en el apartado 2, relacionado con las grandes compañías navieras que actualmente operan en el mercado (CLIA, 2015).

1.2.- Ranking de puertos significativos en el tráfico de pasajeros de cruceros en el mundo (2010-2013)

Los datos en el último lustro son elocuentes de una realidad de crecimiento para el sector, ya en 2011 más de 60 millones de pasajeros tomaron un crucero en los principales puertos del mundo. Atendiendo a la región que pertenecen, aproximadamente 20 de ellos se encuentran en la zona del Caribe, moviéndose por sus aguas en torno a los 31 millones de pasajeros, es como ya se ha destacado la primera región del turismo de cruceros en el contexto internacional.

Los puertos europeos sumaron un total de 23,9 millones de pasajeros en esa fecha, lo que los convierte en el segundo mercado mundial, con un porcentaje del 39,7% sobre el total y un crecimiento de casi el 10% sobre los años consultados. En Europa la franja mediterránea supondrá cerca del 85%, es decir, más de 20 millones de pasajeros hicieron cruceros.⁵

Queremos hacer una mención especial a los puertos españoles, que son significativos en el sector cruceros a nivel internacional. Estos registros nos informan de que Barcelona ocupa un lugar muy destacado en el ranking, con más de 2,64 millones de cruceristas en el 2011 y un crecimiento respecto al año anterior de un 12,69%, por tanto, se estaría hablando del primer puerto europeo y el quinto del mundo en esa fecha.

Las Islas Baleares se encontrarían en el puesto 12º y sus más de 1,61 millones de cruceristas los ubica en la cuarta posición en Europa, con un crecimiento respecto al año anterior de casi el 5%.

Los puertos canarios también tienen un lugar privilegiado en este ranking, Santa Cruz de Tenerife creció un 11,97% y se encuentra en el 11º de Europa y el 24º del mundo, mientras que Las Palmas con 760.896 cruceristas es el 12º en Europa y 28º del mundo, su crecimiento en términos porcentuales respecto al año anterior sería del 19,10%.

La mejora de otros muelles españoles ha desviado circunstancialmente algunos buques que arribaban a Málaga, registrando un retroceso en su tráfico de un 3%, alcanzando la cifra de 638.845 pasajeros, desde los 659.123 que reportó en 2010, sin embargo, se mantiene en esta fecha como el 21º europeo y 44º del mundo, esta cuestión se han analizado con más profundidad en las revistas del sector y los últimos trabajos de investigaciones al respecto (Cruz Ruiz, 2014: 168-171).⁶

Las cifras que se presentan en la tabla 3, corresponden a los 50 puertos que más destacan en el mundo en el turismo de cruceros, recientemente.

En concreto entre 2012 y 2013, se puede observar que prácticamente la mitad de los puertos principales en el mundo del cruceros pertenecen a la amplia región EEUU-Caribe, (26 puertos), y la otra mitad a Europa (24), un dato a destacar es que los americanos concentran cerca del 60% del total de pasajeros, y este dato es muy elocuente de la importancia de este mercado, si bien, mientras que los primeros crecieron un 3,8%, pasando de 37,2 millones de pasajeros a 38,6 millones, los europeos lo hicieron un 6,1% pasando de 24,3 millones a 25,8 millones de pasajeros.

Si nos fijamos en los principales puertos de España significativos en el turismo de cruceros, mencionaremos a Barcelona, las Islas Canarias e Islas Baleares, aportando cerca del 22% de los pasajeros que se movieron en los 24 principales puertos europeos.⁷

TABLA 3. RANKING MUNDIAL TRÁFICO DE PASAJEROS 2012-2013

Ranking	Puerto	País/Región	2012	2013	(%)
1	Port Cañaveral	EEUU/Caribe	3.288.000	4.160.000	26,52
2	Miami	EEUU/Caribe	4.078.000	4.030.356	-1,17
3	Port Everglades	EEUU/Caribe	3.689.022	3.509.727	-4,86
4	Nassau	Bahamas/Caribe	3.300.000	3.500.000	6,06
5	Cozumel	México/Caribe	2.740.000	2.751.000	0,40
6	Barcelona	España/Mediterráneo	2.408.634	2.599.232	7,91
7	Civitavecchia	Italia/Mediterráneo	2.190.000	2.538.259	15,90
8	St. Thomas	Barbados/Caribe	1.807.600	1.990.000	10,09
9	Venecia	Italia/Mediterráneo	1.739.501	1.851.823	6,46
10	St. Maarten	Países Bajos/Caribe	1.753.000	1.779.000	1,48
11	Southampton	Atlántico/N. de Europa	1.577.790	1.646.000	4,32
12	Baleares	España/Mediterráneo	1.297.525	1.532.508	18,11
13	Grand Cayman	Reino Unido/Caribe	1.507.000	1.376.000	-8,69
14	El Pireo	Grecia/Mediterráneo	1.290.300	1.302.581	0,95
15	Jamaica	Caribe	1.320.000	1.288.000	-2,42
16	Galveston	EEUU/Caribe	1.207.214	1.208.802	0,13
17	Marsella	Francia/Mediterráneo	890.124	1.188.031	33,47
18	San Juan	Puerto Rico/Caribe	1.052.000	1.176.000	11,79
19	Nápoles	Italia/Mediterráneo	1.228.651	1.175.018	-4,37
20	Dubrovnik	Croacia/Mediterráneo	950.791	1.136.663	19,55
21	Génova	Italia/Mediterráneo	797.239	1.050.015	31,71
22	New Orleans	EEUU/Caribe	977.703	987.860	1,04
23	Tampa	EEUU/Caribe	949.530	970.134	2,17
24	Ketchikan	EEUU/Costa Oeste	894.320	954.685	6,75
25	Freeport	Bahamas/Caribe	937.000	937.000	0,00
26	Juneau	EEUU/Costa Est	910.100	934.074	2,63
27	Savona	Italia/Mediterráneo	810.097	930.038	14,81
28	Seattle	EEUU/Costa Oeste	934.900	870.994	-6,84
29	Las Palmas	España/Atlántico	832.763	830.011	-0,33
30	Vancouver	Canadá/Costa Oeste	666.240	812.398	21,94
31	Copenhage	Dinamarca/Atlántico	840.000	800.500	-4,70
32	Sta. C.Tenerife	España/Atlántico	885.623	794.249	-10,32
33	Skagway	EEUU/Costa Oeste	727.000	791.972	8,94
34	Grand Turk	Reino Unido/Caribe	676.647	778.920	15,11
35	Key West	EEUU/Caribe	813.713	765.132	-5,97
36	Katalolon	Grecia/Mediterráneo	749.892	763.966	1,88
37	Santorini	Grecia/Mediterráneo	838.899	750.000	-10,60
38	Corfu	Grecia/Mediterráneo	655.764	744.651	13,55
39	Livorno	Italia/Mediterráneo	1.037.849	736.516	-29,03
40	Roatan I	Honduras/Caribe	749.000	707.597	-5,53
41	St. Lucia	Caribe	587.000	640.000	9,03
42	New York	EEUU/Costa Este	587.727	620.265	5,54
43	Costa Azul	Francia/Mediterráneo	702.080	613.218	-12,66
44	Bari	Italia/Mediterráneo	618.882	604.781	-2,28
45	Antigua	Caribe	551.000	534.000	-3,09
46	Kusadasi	Turquía/Mediterráneo	564.555	583.459	3,35
47	Barbados	Caribe	517.000	570.000	10,25
48	Lisboa	Portugal/Atlántico	522.604	559.434	7,05
49	Hamburgo	Alemania/Mar Norte/N. Europa	430.329	552.359	28,36
50	St. Petersburgo	Rusia/Báltico/N. Europa	452.000	523.525	15,82
TOTAL			61.532.608	64.450.753	4,74

Fuente: Seatrade, CLIA, Puertos del Estado (2015). Elaboración propia

Finalmente, destacar algunas precisiones de las cifras más relevantes de la tabla 3, donde se trasladan datos de relieve de los principales puertos en el mundo, destacando que los puertos americanos siguen siendo los principales emisores de

cruceristas y como puertos base, el ranking lo encabezan los puertos ubicado en el Estado de Florida Miami, que se mantiene por delante de otros dos destinos floridanos: Port Cañaveral, Miami y Port Everglades, siguiendo este orden en 2013, en el primer caso significa la cifra de crecimiento entre 2012 y 2013 del 26,52%.⁸

En el Caribe destacan Gran Cayman y Jamaica principalmente, ambos con ligeras pérdidas coyunturales en el año 2013 respecto al año anterior, St. Thomas sigue liderando el sector en el Caribe con 1,9 millones de pasajeros de cruceros y un significativo porcentaje de crecimiento del 10,9%. En la región Bahamas/ Caribe señalar esa interesante 4 posición en este ranking y una cifra de 3,5 millones de pasajeros en 2013, por delante de San Juan con 1,1 millones de pasajeros.

En los puertos de México mencionamos a Cozumel, uno de los líderes a nivel global, cerrando el 2012 y 2013 con algo más de 2,7 millones de pasajeros y en el Oriente Medio, el sector se mantendría al alza, aunque con unas cifras más modestas de tráfico de pasajeros de cruceros, reportando Dubái 407.825 pasajeros y Sharm El Sheik en torno a los 160 mil turistas de cruceros.

Otros puertos que destacados, a pesar que no se encuentran en este ranking son en la zona Asia-Pacífico, Singapur que fue el más visitado en el 2012 según la fuente consultada con 907 mil pasajeros, seguido de Sídney con 507 mil, Shanghái 357 mil, Busan 300 mil y Hong Kong algo más de 184 mil, todos ellos importantes por su potencial de crecimiento.

Hemos analizado esta última coyuntura para la misma cronología en Europa, si observamos la tabla 4 vemos que el liderazgo de Barcelona, que reportó 2,4 millones de cruceristas, experimentado un crecimiento en el 2013 respecto al año anterior del 7,91% Civitavecchia 2,5 millones, Venecia 1,8 millones, Southampton 1,6 millones y las baleares en la franja mediterránea con 1,5 millones y un crecimiento del 18,11% que le lleva al puesto 12 en este ranking general.

En términos generales, los principales puertos de Europa, que ciframos en un número de 40 recintos portuarios, recibieron la visita de 32,8 millones de cruceristas en 2013, lo cual supone un crecimiento medio del 4%.⁹

Señalamos, que en estas valoraciones de conjunto el 70% de los turistas que tomaron un crucero se decantaron, por algunos de los muchos itinerarios que se ofrecen a lo largo del Mediterráneo, pues 23,1 millones de personas hicieron escala en algún puerto europeo en 2013.

Atendiendo al capítulo de principales países, vemos que Italia se encuentra a la cabeza con 9 puertos, siendo por tanto el país más visitado, seguido de España que posicionó 7 puertos, Grecia 5, y Alemania y Francia 3 cada uno.

TABLA 4. RANKING EUROPEO TRÁFICO DE PASAJEROS 2012-2013

Ranking	Puerto	País/Región	2012	2013	(%)
1	Barcelona	España /Mediterráneo	2.408.634	2.599.232	7,91
2	Civitavecchia	Italia/Mediterráneo	2.394.423	2.538.259	6,01
3	Venecia	Italia/Mediterráneo	1.739.501	1.815.823	4,39
4	Southampton	Reino Unido/Norte Europa	1.577.790	1.646.000	4,32
5	Islas Baleares	España /Mediterráneo	1.297.525	1.532.508	18,11
6	Piraeus	Grecia/Mediterráneo	1.290.300	1.302.581	0,95
7	Marsella	Francia/Mediterráneo	890.124	1.188.031	33,47
8	Nápoles	Italia/Mediterráneo	1.108.000	1.175.000	6,05
9	Dubrovnik	Croacia/Mediterráneo	873.800	1.137.000	30,12
10	Génova	Italia/Mediterráneo	797.239	1.051.015	31,83
11	Savona	Italia/Mediterráneo	810.097	939.038	15,92
12	Las Palmas	España/Atlántico	832.763	830.011	-0,33
13	Copenhague	Dinamarca/Norte Europa	840.000	800.500	-4,70
14	S.C. Tenerife	España/Atlántico	885.623	794.343	-10,31
15	Katakolon	Grecia/Mediterráneo	749.892	763.966	1,88
16	Santorini	Grecia/Mediterráneo	838.899	750.000	-10,60
17	Corfu	Grecia/Mediterráneo	655.764	744.651	13,55
18	Livorno	Italia/Mediterráneo	1.037.849	736.516	-29,03
19	Costa Azul	Francia/Mediterráneo	702.080	613.218	-12,66
20	Bari	Italia/Mediterráneo	618.882	604.781	-2,28
21	Kusadasi	Turquía/Mediterráneo	564.555	583.459	3,35
22	Lisboa	Portugal/Atlántico	522.604	559.434	7,05
23	Hamburgo	Alemania/Norte Europa	430.329	552.359	28,36
24	St. Petesburgo	Rusia/Norte Europa	452.000	523.525	15,82
25	Mykonos	Grecia/Mediterráneo	657.511	520.000	-20,91
26	Tallin	Estonia/Norte Europa	440.504	519.319	17,89
27	Messina	Italia/Mediterráneo	438.379	501.316	14,36
28	Rostock	Alemania/Norte Europa	382.000	483.000	26,44
29	Estocolmo	Suecia/Norte Europa	469.000	478.000	1,92
30	La Valletta	Malta/Mediterráneo	611.757	477.759	-21,90
31	Funchal	Portugal/Atlántico	592.935	475.826	-19,75
32	Valencia	España /Mediterráneo	480.233	473.114	-1,48
33	Bergen	Noruega/Norte Europa	446.906	453.322	1,44
34	Helsinki	Finlandia/Norte Europa	366.000	424.000	15,85
35	Palermo	Italia/Mediterráneo	354.399	410.999	15,97
36	Málaga	España /Mediterráneo	651.517	397.095	-39,05
37	Toulon/St. Tropez	Francia/Mediterráneo	311.072	385.971	24,08
38	Bahía de Cádiz	España/Atlántico	334.268	375.114	12,22
39	Kiel	Alemania/Norte Europa	348.180	363.476	4,39
40	Stavanger	Noruega/Norte Europa	375.000	343.000	-8,53
TOTAL			31.578.334	32.862.561	4,07

Fuente: Seatrade, CLIA, Puertos del Estado (2015). Elaboración propia

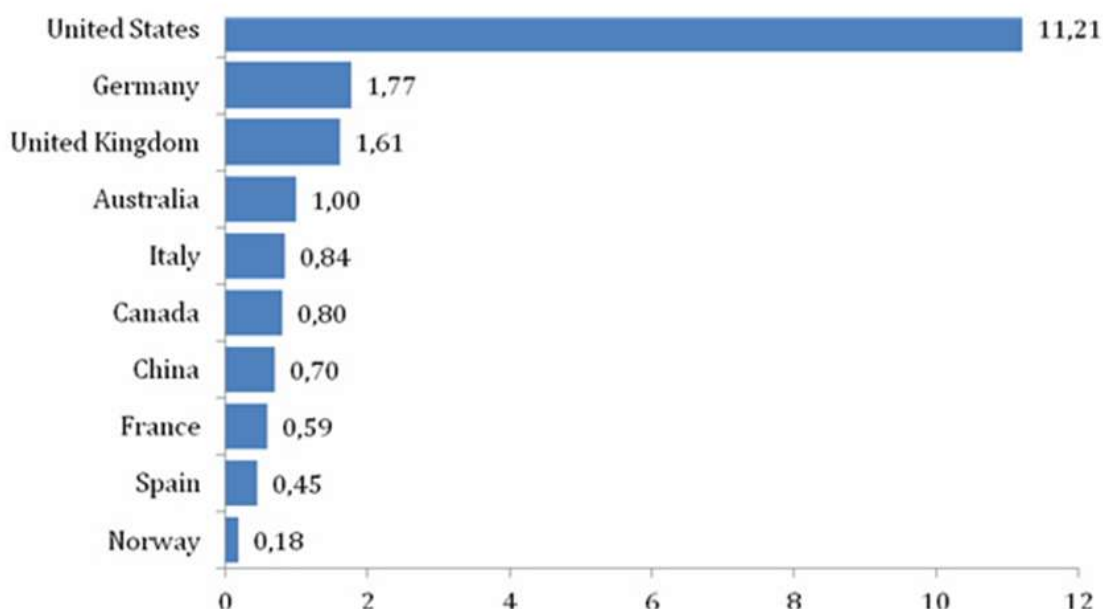
Por países, según el último informe consultado de Seatrade, en 2013 Italia recibió la visita de 6,9 millones de cruceristas, lo que traducido a porcentaje de

mercado se estaría hablando de una cuota del 22,4% sobre el total europeo, España alcanzaría una cuota del 16,8% y 5,2 millones de pasajeros, llevándola a la importante segunda posición de este ranking, seguida de Grecia con el 14,8% y 4,6 millones de pasajeros; a continuación nos encontraríamos con Noruega y el 9,7% y 3 millones de pasajeros, Francia con 7,7% y 2,4 millones, Portugal el 3,7% y 1,1 millones, y Reino Unido el 2,8% y 866.000 pasajeros.¹⁰

1.3.- La concentración de cruceristas en los principales países del mundo

CLIA ha elaborado su informe anual recogiendo cuales son los principales países de donde provienen los pasajeros de cruceros, representando este conjunto el 88% del total de cruceristas, o lo que es lo mismo 19,2 millones de pasajeros de cruceros provienen de estos países, ubicados tal como se observa en el grafico 2 y en la figura 1 en las grandes regiones del mundo.

**GRÁFICO 2.- TOP TEN PRINCIPALES PAISES EMISORES TURISMO
CRUCEROS 2014 (millones de pasajeros)**



Fuente: CLIA (2015): Análisis de impacto económico 2014

Estados Unidos es el país del que procedió el mayor número de pasajeros de cruceros, aportando un total de 11,21 millones de pasajeros, representa algo más de la mitad (51%) de los pasajeros de cruceros a nivel mundial en ese año. Alemania y Reino

Unido alcanzaron un 15% de los pasajeros a nivel mundial, cifrados en un total de 3,38 millones de cruceristas. Australia, Italia y Canadá tuvieron más de 800.000 pasajeros cada uno y representan el 12% de los pasajeros a nivel mundial.

China, Francia, España y Noruega son los países que se encuentran en el Top Ten de principales países emisores en el mundo, en su conjunto lo cifraríamos en cerca de 2 millones de pasajeros, lo que en términos numéricos significa alrededor del 10% de los pasajeros a nivel mundial, y lo que es más importante, la consolidación de estos mercados europeos y el ascenso del turismo de cruceros, como sector en auge del poderoso mercado chino, al que le dedicamos una especial atención, por su gran potencial en el sector.

1.3.1.- El mercado emergente más poderoso en el negocio crucero: China

Los últimos informes del sector cruceros nos trasladan el interés del mercado chino, pues es el principal motor de crecimiento de pasajeros en Asia, agregando 480.000 viajeros de cruceros desde 2012, lo que supone una tasa de crecimiento anual compuesta de casi el 80%. Además, entre los casi 1,4 millones de pasajeros de cruceros de Asia, China representó casi la mitad del volumen regional de pasajeros en 2014.¹¹

En los dos últimos años, la capacidad desplegada en Asia se ha incrementado en un 20%, por ello nos parece conveniente destacar las principales tendencias:

- ✚ La progresión ascendente de cruceristas: Las compañías de cruceros recibieron cerca de 1,4 millones de pasajeros asiáticos en 2014, lo que supone una tasa de crecimiento del 34% desde 2012. Y en 2014, casi 700.000 pasajeros provenían de China, por tanto, es un dato semejante al total de cruceristas del resto de mercados asiáticos.
- ✚ En relación al volumen de barcos que operan en Asia, ha subido a 52 buques, con un crecimiento en el último año del 10%, con referencia principalmente del mejor conocimiento del continente asiático, estos pasajeros suponen un 91% de cruceristas, en su mayor parte jóvenes, menores de 40 años, el 9% restante elegiría Europa, Alaska y el Caribe, por este orden.
- ✚ El mercado Asiático brinda al crucerista la oportunidad de conocer el continente a través del crucero, no en vano se está hablando de 18 países y un conjunto de puertos participantes en el negocio muy

importante, 168 destinos, entre los que pueden escoger los itinerarios más interesantes para visitar y conocer las peculiaridades culturales y comerciales de un amplísimo territorio.

✚ Así pues, las campañas de marketing tienen en cuenta las preferencias de esta tipología de viajeros, en cuya cultura las vacaciones son concebidas de manera más limitada que en otros mercados, proponiendo rutas de más corta duración. En 2014 un 48% de los pasajeros asiáticos eligieron itinerarios de 4 a 6 días, y un 38% escogió cruceros de 2 a 3 noches, y sólo un 12% optaría por recorridos de una semana o dos. Las compañías navieras atienden a estos pasajeros con ofertas a bordo, que contemplan el gusto por una gastronomía atractiva para el conjunto de la familia, y actividades y entretenimiento diversificado para el público que principalmente contrata el paquete crucero en esta región.

2.- GRANDES AREAS TURISMO DE CRUCEROS Y OFERTA MUNDIAL DE CAMAS DIA 2004/2014

América del Norte sigue siendo la región dominante de embarque durante todo el año, ocupando Europa una participación muy destacada durante la temporada de verano, por tanto son mercados perennes al ser atendidos en cualquier estación.

El Caribe ha sido y es el mercado dominante en la implementación de la industria de cruceros desde sus inicios, pero el Mediterráneo ha crecido considerablemente en los últimos años, además es importante destacar el interés de esta industria en la medida que son complementarios, lo que los hace especialmente interesantes, en el sentido de que el dominio indiscutible del Caribe es atendido durante el invierno, mientras que el Mediterráneo lo hace en la temporada de verano.

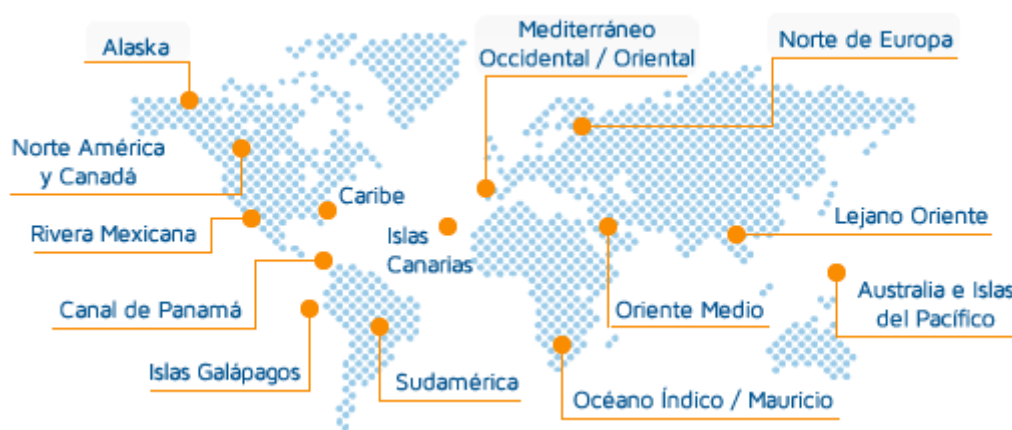
Y destacamos la problemática de la estacionalidad, que juega un papel clave en la industria de los cruceros, tanto en las regiones de embarque como en las de destino, configurando uno de los temas de debate en las grandes convenciones del sector.

Alaska y el Atlántico nordeste (Nueva Inglaterra/región Atlántica de Canadá) y Australia/ Nueva Zelanda son ejemplos de mercados estrictamente estacionales, que fundamentalmente son ofertados durante los meses de verano, lo que colabora a disponer de una menor cuota de participación a nivel mundial.¹²

En la figura 1 se observa las principales regiones que en el mundo son significativas en el turismo de cruceros, esta cuestión que ya analizamos en otro

artículo, (Cruz Ruiz y Ruiz Romero de la Cruz, 2015), la abordaremos ahora desde la perspectiva, fundamentalmente numérica, si bien el propio mapa nos traslada la globalización del sector cruceros que cada vez llega a lugares más “exóticos”, a medida que el producto crucero se diversifica y atiende a una demanda más amplia y variada en gustos y preferencias de ocio.

FIGURA 1. PRINCIPALES DESTINOS DE PASAJEROS DE CRUCEROS EN EL MUNDO



Fuente: www.logitravel.com.

2.1.- La oferta mundial de días de cama en el sector cruceros por grandes áreas en (2004/2014)

La capacidad de la industria del crucero se mide en “millones de camas día”, indicador que también nos muestra el crecimiento del sector en la década que se analiza.¹³

Reflejaremos a continuación lo que nos aporta este ratio, tal como se recoge en la tabla 5. Dentro del espacio de Norte de América es bien conocido que el Caribe es el principal destino, si bien, el producto crucero es ya un producto maduro en un mercado consolidado, por lo que el despliegue global de la industria, ante la fuerte competencia de otros destinos y los llamados mercados emergentes, ha caído de 46.8% en 2004 a 39,4% en 2014. A pesar de ello, constituye el mayor mercado de destino con 55,9 millones días de cama, desplegado en la región en dicha fecha. Es de interés constatar el progreso de la última década, que supone hablar de un incremento de 54.8% en

capacidad durante el período de diez años y un incremento de 16.2% en 2014 (CLIA 2015).

**TABLA 5. DESARROLLO DE LA CAPACIDAD GLOBAL
INDUSTRIA DEL CRUCERO POR GRANDES AREAS 2004-2014**

Región	2004	2009	2010	2011	2012	2013	2014	10-Year Growth
North America	51,00	56,80	62,70	62,10	64,00	63,10	71,50	40,20%
Europe	20,40	39,60	41,40	49,50	48,70	49,60	46,40	127,5%
Rest of the World	5,80	13,20	13,80	15,10	20,70	21,80	24,10	315,50%

Fuente: CLIA (2015): Análisis de impacto económico 2014. Elaboración propia

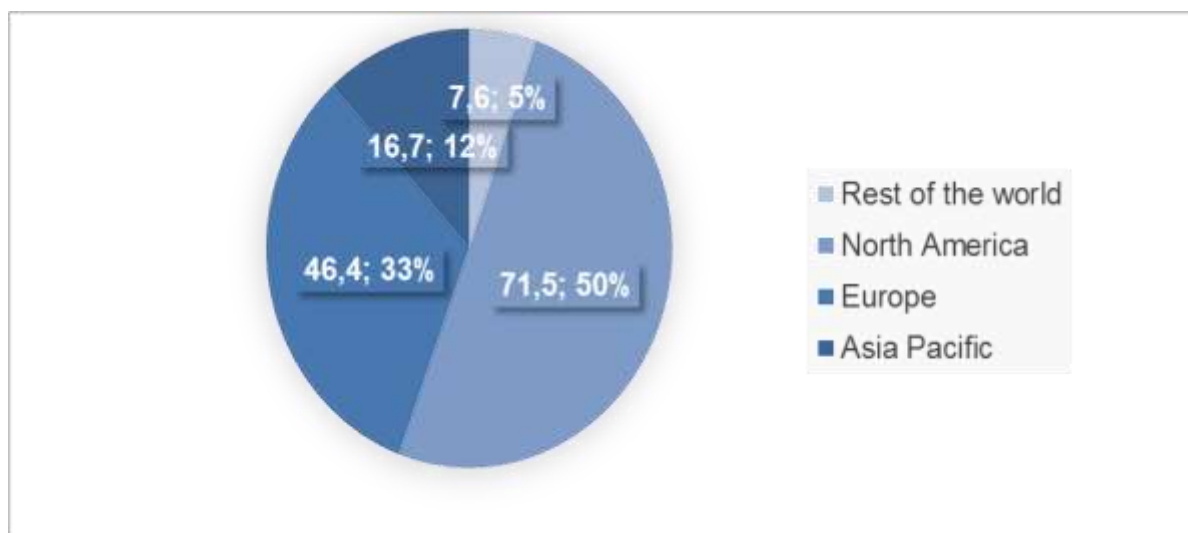
La capacidad de camas día en Europa refleja el crecimiento del sector cruceros en este ámbito, que en la última década ha aumentado un 127,5%, lo que en términos de crecimiento de camas día durante el período de 10 años, significa comentar que ha pasado de 20,4 millones a 46,4 millones.

Lógicamente, el mayor crecimiento lo ha tenido la zona europea que no era en 2004 todavía un espacio consolidado en este segmento turístico, pero que gracias a las mejoras de infraestructuras y a las nuevas tendencias del sector, que incluye amplias campañas de marketing, que invitan a conocer a los clientes potenciales, las bondades de un territorio con paisajes únicos, lo que ha permitido que su capacidad progrese a lo largo de la década de un 4,9 a 13,5 y un crecimiento global de estos 10 años de 175,5% frente a un 112,3% de crecimiento de la franja mediterránea para este mismo periodo.

Llama la atención las cifras alusivas al llamado Resto del Mundo, pues impulsada por el fuerte crecimiento de la región de Australasia, ha visto aumentar su capacidad de cama día en 315% desde el 2004, incluyendo un aumento de 10,6% para el año 2014. En millones de cama día en este resto del mundo se alcanzaría la cifra de 24,1 millones, representando el 17% de la capacidad global de la industria del crucero en 2014, y ello supone un mercado de gran relevancia para el sector a nivel mundial.

Así, la industria del crucero es realmente una industria global y dinámica con tasas de crecimiento global superior a la del turismo terrestre en los últimos diez años, y tal como hemos observado afecta en diferente medida a la distribución geográfica del crecimiento, que se ha desplazado desde Norteamérica, a Europa y ahora a Australasia Cruz Ruiz y Ruiz Romero de la Cruz, 2015).

**GRÁFICO 4. DISTRIBUCIÓN GLOBAL DE PASAJEROS DE CRUCEROS
EN EL MUNDO 2014 (Camas día)**



Fuente: CLIA (2015): Análisis de impacto económico 2014. Elaboración propia

Tras el análisis de estas cifras se puede afirmar que la industria afecta de manera muy interesante al contexto económico internacional, pues es motor que genera empleos, facilitando ingresos de renta e impuestos en todas las regiones del mundo, algunos datos que dan fe del importante impacto que supone el negocio de los cruceros los citamos a continuación, aunque también hay que ser precavidos con los efectos perniciosos que pueden tener sobre el medioambiente.¹⁴

Por un lado, la capacidad de cruceros a nivel mundial total a finales de 2014, según el informe CLIA 2015, aumentara un 3,2% respecto a 2013 y 292 barcos, Este crecimiento global de la industria es debido, según la presidenta interina de CLIA, Cindy D'Aoust, a la construcción de "barcos únicos" y a la posibilidad de "crear nuevas experiencias" y ofrecer destinos por todo el mundo.¹⁵

El estudio indica que los cruceros también generan un impacto económico positivo en todo el mundo. La contribución económica global de la industria en 2014 fue de 119.900 millones de dólares (112.700 millones de euros) y se mantuvieron 939.232 empleos a tiempo completo, que generaron un ingreso de 39.300 millones de dólares (36.900 millones de euros). Como dato significativo también destaca que la duración media de crucero se sitúa en torno a la semana.

2.2.- Las principales compañías navieras que operan en el sector cruceros

Es interesante analizar el mercado de los cruceros a nivel de cifras, considerando ahora el interés que suscita, la alta concentración de compañías que se reparten el mercado mundial de cruceros.¹⁶

Actualmente, tomando los datos del el informe Cruise Industry de 2015, elaborado por Cruise Industry News, son 20 compañías pertenecientes a cuatro grandes grupos las que tienen un poder de decisión fundamental, en términos de cuota de mercado lo encabezan Carnival Cruise seguida de Royal Caribbean International.

2.2.1.- Principales compañías navieras en el mundo en 2015

Las nueve compañías de Carnival suman el 44,8% de la cuota mundial de cruceros, mientras que las siete del grupo Royal Caribbean alcanzan el 24,7%. Por su parte, las tres compañías de Norwegian Cruise Line suman el 8,9% y MSC Cruises, que como veremos a continuación es la primera compañía en Europa, cuenta con una cifra del 6,4% (Cruise industry News, 2015).

Según el informe Carnival, con 24 barcos en su flota, ocupa el primer lugar en cuanto a su cuota de mercado a nivel mundial, situación que seguirá en ascenso con la incorporación en 2016 del buque Carnival Vista. El siguiente puesto lo ostenta Royal Caribbean, con 23 barcos, cuya última incorporación ha sido el Quantum of the Seas, con capacidad para 4.100 pasajeros y una cuota del 16%.¹⁷

**TABLA 4. RANKING DE PRINCIPALES COMPAÑÍAS
Y GRUPOS NAVIEROS EN EL MUNDO 2015**

Compañía	Barcos	Camas	Cuota de mercado
1. Carnival Cruise (grupo Carnival)	24	61.890	17,80%
2. Royal Caribbean (grupo Royal Caribbean)	23	67.454	16,00%
3. Princes Cruises (grupo Carnival)	18	44.210	8,00%
4. Norwegian Cruises Line (NCL)	14	38.530	8,00%
5. Costa Crociere (grupo Carnival)	15	36.147	7,10%
6. MSC Cruises	12	31.860	6,40%
7. Celebrity Cruises (grupo Royal Caribbean)	10	22.336	3,90%
8. AIDA Cruises (grupo Carnival)	11	21.762	3,80%
9. P & O Cruises UK (grupo Carnival)	8	17.991	2,40%
10. Pullmantur (grupo Royal Caribbean)	4	6.230	2,10%

Fuente: Cruise Industry New. Elaboración propia

El tercer lugar esta Princess Cruises, con 18 barcos y una cuota del 8,0% si bien, recientemente NCL, que ostenta el cuarto puesto pasara al tercero con su 8,0% de cuota, es una compañía que ha incrementado su capacidad a un 19% en 2014, ofertando plazas para un total de 1,7 millones de pasajeros, sobre todo destacamos la incorporación del nuevo buque Norwegian Getaway y el Norwegian Escape en 2015, con capacidad para 4200 pasajeros, continuando ya para el 2017, con el Norwegian Bliss de capacidad semejante al anterior.

La tabla 4 que se adjunta, deja de relieve la fuerza de los principales grupos navieros, reflejaremos algunas cifras destacada de estos grupos y su estrategia de crecimiento.¹⁸

- ✚ Carnival Cruise Lines seria fundada por Ted Arison en 1972 y ya en 1989 adquirió Holland America Line. Ahí no se detuvo su progreso de engrandecimiento, pues en 1992 compraría Seabourn Cruise Line, en el siguiente año ya modificaría su marca a Carnival Corporation. A finales de esta década adquirió Cunard Line y en el 2000 Costa Cruceros. Su línea de trabajo no se ha basado en la adquisición de ciertas compañías, sino que ha ido buscando una estructura de funcionamiento más global, implicándose en una mejora de los servicios prestados a través de la incorporación en 1988 de la compañía aérea Pacific Interstate Airlines, renombrándola como Carnival Air Lines al siguiente año.

La relación de compañías que pertenecen a este grupo actualmente son la propia Carnival, que encabeza su propio ranking con 24 buques, como ya hemos mencionado y un 17 de market share, le seguiría de manera también destacada Princess Cruises con los 18 buques y su cuota de 8% y Costa Cruises con 15 naves con una cuota del 7,10%. Además conformaría este grupo AIDA Cruises, Cunard Line, Holland America Line, P&O Cruises y P&O Cruises Australia y Seabourn Cruise Line.

- ✚ Royal Caribbean Cruise Line es el otro gran grupo empresarial que mueve el negocio de los cruceros en el mundo, su fundación data de 1968. En este caso su estrategia de funcionamiento en este mercado tan competitivo pasaría por la fundación con Celebrity Cruises (fundada en 1988), bajo la denominación de Royal Caribbean Cruises Ltd. en 1997, de este modo es como alcanzaría esta

posición privilegiada en el negocio como la segunda mayor compañía de cruceros del mundo (noruego-americana), destacando en esta cifra a su marca estrella, Royal Caribbean International que opera con 23 naves y un 16% de cuota y Celebrity Cruises con 10 buques y una cuota de 3,9%. Además, conforman el grupo, Pullmantur Cruises, TUI, CDF Croisières, y Azamara Cruises, siguiendo este orden en interés en volumen de camas y cuota.

2.2.1.- Principales compañías navieras en Europa en 2015

El mercado europeo está dominado por cinco grandes compañías Carnival Corp, Royal Caribbean, MSC Cruises, Thomson Cruises y Louis Cruise Lines, las cuales mueven dentro del continente europeo un 86,2% de su cuota de mercado, disponiendo de una flota de más de 60 barcos, que mueven en torno a los 5,5 millones de camas día al año.¹⁹

El Ranking europeo lo lidera MSC Cruceros con el 23,1% de cuota de mercado en todo el continente y a continuación estaría Costa Cruceros, que domina el 19,7% de las plazas que se comercializan en Europa. La española Pullmantur se situaría en un tercer lugar, disponiendo de un 6,2% de cuota de ese mercado, si bien, la comercialización del producto crucero por parte de MSC, supondría estar hablando de 1,45 millones de plazas ofertadas en doce buques en 2014.

La italiana Costa vendería según los informes consultados, 1,26 millones billetes en 13 barcos. Y la española Pullmantur comercializó 392.092 plazas en cabina con tres naves en el continente europeo.

Finalmente, destacar que las dos grandes marcas en Europa ya mencionadas, MSC y Costa, ampliaron su capacidad en el 2014, pues la naviera italiano-suiza vendería un 1,7% más de plazas que el año anterior y Costa Cruceros incrementaría sus plazas en cabina un 7,5% respecto a 2013 (Cruise Industry News, 2015) .

CONCLUSIONES

El progreso de la industria del crucero es un hecho destacado dentro del sector turístico en general, el crecimiento que ha tenido en las últimas décadas ha venido a confirmar una tendencia al alza que ya se iniciara hace décadas, impulsada inicialmente por la demanda de América del Norte, expandiéndose a Europa, Australia y en los últimos tiempos con un gran interés en China.

Es evidente que los impactos que se generan en estas zonas son muy positivos, en la media que crean ingresos, favorecen el trabajo y el crecimiento del negocio en

muchas regiones y países en el mundo, si bien, también hay que tener en cuenta, que aunque el turismo de cruceros es un paradigma de la globalización económica, también tiene consecuencias ambientales, estos temas se encuentran menos estudiados y esperamos abordarlos en un futuro, pues la contaminación atmosférica y de las aguas, que producen los cruceros en sus recorridos y la propia destrucción de biodiversidad marina, son elementos que deben analizarse, si queremos maximizar los beneficios del sector, sin perjuicio de los entornos donde se desarrolla la actividad crucerística.

La industria de los cruceros es una industria verdaderamente global y dinámica, donde las grandes compañías navieras saben que la rentabilidad del negocio se sustenta en ofertar un producto, donde el itinerario juega un papel fundamental, pero tampoco descuidan los servicios que pueden ofertarse a bordo, donde la gran capacidad de las naves beneficia el precio competitivo. Estos buques atractivos en sí mismos son los que obtienen mejores ingresos por persona y día, por lo que la tendencia de las grandes navieras es ofrecer cada vez buques más modernos y con mayor cantidad de actividades a bordo, esta fórmula incentiva y fomenta el mayor gasto a bordo.

Las economías de escala son las que hacen crecer los márgenes. Los barcos deben ser cada vez mayores y más eficientes operativamente, ese es el gran objetivo y para ello no dudan en plantear grandes campañas de marketing que los distingan entre la diversificada oferta existente actualmente en el mercado.

Desde un punto de vista de la naviera, la construcción de grandes buques cobra mayor sentido, si las actividades que se ofertan a bordo captan la atención de los potenciales clientes, de este modo, pueden operar en el mercado con tarifas extremadamente competitivas frente a otras opciones vacacionales, cuestión que los especialistas abordan con cautela, pues estas naves o ciudades flotantes, no siempre pueden atracar en cualquier recinto portuario, lo que en cierto modo convierte al buque en un destino en sí mismo, y ahí es donde las ciudades portuarias intervienen con una oferta interesante y atractiva, para que el itinerario siga teniendo un papel fundamental, a la hora de optar por esta interesante propuesta de ocio.

BIBLIOGRAFÍA

Almeida García, F. (2008): "Evolución y perspectivas del turismo en el Mediterráneo", en *Baetica*, Universidad de Málaga. Málaga.

Almeida Ramoa, C.E et. Al. (2015): "El marketing mix cómo factor de influencia del comportamiento del mercado brasileño para los cruceros marítimos", en *Revista*

- TURyDES Turismo y Desarrollo*, n. 18 (junio 2015). En línea: <http://www.eumed.net/rev/curydes>.
- Ayala Castro, H. (2011): "Una mirada a 10 años de turismo en el Caribe insular", en *Revista TURyDES Turismo y Desarrollo*, v. 4, nº 11.
- Brida, J.G. y Zapata-Aguirre, S. (2008): "The impacts of the cruise industry on tourism destinations", Milano: University of Milano Bicocca, Research Unit on Sustainable Development.
- Brida, J.G., Bukstein D. y Tealde, E. (2012): "Patrones de gastos de cruceristas en dos puertos uruguayos", en *Estudios y Perspectivas en turismo*, v. 21.
- Buades, M. L. (2015). "El turismo de cruceros en el Mediterráneo y en las Illes Balears. Un análisis entre el 2000 y el 2012", en *Scripta Nova: Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, v. 19.
- Butler Halter, M. (1999) *Estudio sobre el segmento de los viajes en cruceros en el mercado turístico mundial*. Turespaña. Colección de Estudios de Productos Turísticos. Número 1.
- Butler Halter, M. (2008): Turismo de cruceros: situación actual y tendencias. Organización Mundial del Turismo. Madrid.
- Capacci, A. (2000): "El mercado de cruceros mediterráneo", en *Papers de Tourisme*, nº 27.
- Castejón, R. y Charlier, J. (2000): *El renacer de los cruceros: La mundialización de los negocios turísticos*. Editorial Fundación Portuaria. Madrid.
- Charlier, J. y McCalla, R. (2006): "A geographical overview of the world cruise market and its seasonal complementarities", en *Dowling, R.K. (Ed.) Cruise Ship Tourism*. CABL. Wallingfor.
- CLIA (2015): *The global economic contribution of cruise tourism en 2014*. Business research and economic advisors.
- CLIA Australasia. (2015): *The Contribution of Cruise Tourism to the New Zealand Economy in 2014-15*.
- CLIA EUROPE (2015): *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, 2014*. BREA and G. P. Wild (International) Ltd.
- CLIA EUROPE. (2014/2015): *The Cruise Industry. Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe*. Bruselas.
- CLIA Southeast Asia. (2015): *The Contribution of Cruise Tourism to the Southeast Asia Region in 2014*.
- CLIA. (2015): *The Economic Contribution of the North American Cruise Industry to the U.S. Economy in 2014*.
- Cruz Ruiz, E. (2014): *El turismo de cruceros en el mundo: análisis de las tipologías de cruceristas en el puerto de Málaga según la percepción de la imagen, satisfacción y lealtad al destino turístico de la capital*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga. Málaga.
- Cruz Ruiz, E. (2015): *Análisis de las tipologías de cruceristas: Imagen, satisfacción y lealtad a la ciudad de Málaga*. Patronato de Turismo de la Costa del Sol. Málaga.
- Cruz Ruiz, E. y Ruiz Romero de la Cruz, E. (2015): "Tendencias y estrategias en la industria del crucero: principales áreas del turismo de cruceros en el mundo", en *Revista TURyDES Turismo y Desarrollo*, n. 19 (diciembre 2015). En línea: <http://www.eumed.net/rev/curydes/19/cruceros.htm>.

- Di Cesare, F. (2011): "The New Medcruise statics report", en *Fondazione Università Ca' Foscari Venezia*, Barcelona. Spain.
- ECC. (2014/2015): *The Cruise Industry: Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe*. Bruselas.
- Esteban Chapapría, V. (2000): *Futuro y expectativas del turismo náutico*. Servicio de Publicaciones de la Universidad Politécnica de Valencia.
- Esteve Pérez, J.A. (2014): *El tráfico de cruceros en el mediterráneo español y los agentes terrestres y marítimos relevantes para los itinerarios*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena.
- Fernández Duménigo, M. (2008): *La modalidad de turismo de Cruceros: evolución, desempeño y perspectivas*. Tesis en opción al título de Licenciada en Turismo. Universidad de la Habana.
- Fernández Miranda, R. (2012): "Lo que hunden mientras flotan. Auge y análisis crítico del turismo de cruceros en la globalización" (1ª y 2ª parte), en *Opiniones en desarrollo. Programa de Turismo responsable*. Organización Alba Sud.
- Goey, F. (2005): "The Cruise Industry in the Twentieth Century", en *Revista Transportes, Servicios y Telecomunicaciones TsT*, nº 9.
- Hatzakos, S. (2013): *The Cruise Line/Port Interface*. Cruise Shipping Miami 2013. Medcruise Association. Miami.
- Informe IVEX Miami. (2011): *Suministro de Cruceros (Estudio de Mercado)*. Generalidad Valenciana. Valencia.
- Informe Oceana. (2004): *Contaminación por Cruceros*. Oceana.
- Informe Savia. (2005): "Los turistas se hacen a la mar". En línea: www.educamarketing.unex.es. Consultado 8/5/2015.
- Jiménez García, M. (2008): "El Mediterráneo Europeo. Una imagen de marca común frente a los países lejanos para los destinos tradicionalmente turísticos de la Unión Europea", en *Documento de trabajo análisis económico*, v. 7, nº 4.
- Labrador Martín, L. (2012): *Lealtad actitudinal, calidad percibida y satisfacción en el turismo de cruceros*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- Martínez, C.I. (2012): "Perspectivas del turismo de cruceros en Argentina en el marco de las tendencias mundiales", en *Notas en Turismo y Economía*, Año III, nº IV.
- MEDCRUISE. (2014): *Informe actividades de cruceros in Medcruise Puertos: Estadísticas 2014* En línea www.medcruise.com. Consultado 7/8/2015.
- Organización Mundial del Turismo. (2014): *Panorama OMT del turismo internacional, sección datos y cifras*.
- Palafox-Muñoz, A. et. Al. (2014): "El turismo de cruceros en la región del Caribe", en *Revista Iberoamericana de Turismo, RITUR, Penedo*, v. 4, nº 2, pp. 40-53. En línea www.seer.ufal.br/index.php/ritur.
- Robertson, G. (2008): "Informe sobre turismo en crucero", en *Fundación Lighthouse*. En línea: www.lighthouse-foundation.org.com. Consultado 1/11/2015.
- Rodriguez, J.P. y Notteboom, T. (2012): "The geography of cruise shipping: itineraries capacity deployment and ports of call", en *IAME 2012 Conference, International Association of Maritime Economists (IAME)*, Taipei (Taiwan), 6-8 September 2012.
- Rodriguez, J.P. y Notteboom, T. (2013): "The geography of cruises: Itineraries, not destinations", en *Applied Geography* 38 pp. 31-42. En línea www.elsevier.com.

Sciozzi, D. et. Al. (2015): "Structural analysis of cruise passenger traffic in the world and in the Republic of Croatia", en *Scientific Journal of Maritime Research* 29, pp. 8-15.

Torbianelli, V. (2011): "Los cruceros mediterráneos como activadores de inversiones y de relaciones entre puertos y ciudades", en *Economía y Territorio desarrollo sostenible*. Universidad de Trieste. Med.2011. Balance.

VV.AA. (2010): "Implicaciones económicas, sociales y ambientales derivadas de la actividad de los cruceros turísticos en la ciudad de Puerto Madryn, Chubut, Patagonia Argentina", en *Maria Losano, P. (Dir.) Proyecto de Investigación: Implicaciones económicas*.

Ward, D. (2014): *Complete Guide To Cruise Ship*. Berlitz Publications Company. Brian Bell. Londres.

Weaver, A. (2005): "La tesis de la macdonalización y el turismo de cruceros", en *Annals of Tourism Research en Español*, v. 2, nº 32.

Wood, R. E. (2000): "Caribbean cruise tourism: Globalization at sea", en *Annals of Tourism Research*, v. 2, nº 27.

¹ Un análisis exhaustivo del turismo de cruceros en el mundo puede verse en varias investigaciones recientes Cruz Ruiz, E. (2014): *El turismo de cruceros en el mundo: análisis de las tipologías de cruceiros en el puerto de Málaga según la percepción de la imagen, satisfacción y lealtad al destino turístico de la capital*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga. Málaga. Y en Y Esteve Pérez, J.A. (2014): *El tráfico de cruceros en el mediterráneo español y los agentes terrestres y marítimos relevantes para los itinerarios*. Tesis doctoral. Universidad Politécnica de Cartagena. Cartagena.

² La toma de decisiones respecto a esta tipología de vacaciones ha derivado en numerosos estudios académicos que analizan múltiples aspectos del negocio. Ver Cruz Ruiz, E. (2014): op. cit. Especialmente el apartado de la revisión de la literatura, en la que se aporta el estado de la cuestión, pp. XIV-XXXIV. También consideramos oportuno el interés de Labrador Martín, L. (2012): *Lealtad actitudinal, calidad percibida y satisfacción en el turismo de cruceros*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Madrid..

³ La consulta de las valoraciones del sector, se pueden efectuar en los informes de las grandes asociaciones y también en los informes de *Market Watch Cruise*, en los diferentes años. Consultar www.cruisemarketwatch.com.

⁴ Un informe más detallado de las principales áreas del turismo de cruceros en el mundo puede consultarse en Cruz Ruiz, E. y Ruiz Romero de la Cruz, E. (2015): "Tendencias y estrategias en la industria del crucero: principales áreas del turismo de cruceros en el mundo", *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 19 (diciembre 2015). Consultar www.eumed.net/rev/turydes/19/cruceros.htm.

⁵ Algunas referencias a este tema pueden consultarse también en Ramón Vilarasau, D. (2012): "España con record de cruceiros y cinco puertos en el ranking mundial", en *Revista Hosteltur*, abril 2012, pp. 34-36.

⁶ Entre las revistas citamos a Hosteltur, Cruise Industry News entre otras

⁷ www.hosteltur.com/111207_cruceros-espana-debe-luchar-nuevos-mercados. Consultado en 22/11/2015

⁸ Cruise Industry News Annual Report (2013). Consultado Internet 7/5/2013 Y Puertos del Estado (2015). Nota de prensa 12/3/2015. En www.puertos.es. Consultado 20/11/2015.

⁹ Entre los que se incluyen los ubicados en la ribera Mediterránea no europeos.

¹⁰ www.seatrade2015.com. Consultado 1/12/2015.

¹¹ Más información de este tema puede verse en www.hosteltur.com/. Noticia fechada en 31/3/2015. Consultada el 12/11/2015.

¹² Una visión geográfica del mercado mundial de cruceros y sus complementariedades estacionales, puede verse en Charlier, J. y McCalla, R. (2006): "A geographical overview of the world cruise market and its seasonal complementarities", en Dowling, R.K. (Ed.) *Cruise Ship Tourism*. CABI. Wallingfor, pp. 18-30.

¹³ El indicador de "camas día" se refiere al ratio que se emplea generalmente para medir la capacidad del sector cruceros, o bien la dimensión de una naviera, referidos al número de días que las camas podrían ser ocupados en el hipotético caso de su 100% de ocupación. Por ejemplo, un crucero con 2.000 camas o plazas inferiores en un crucero de 7 días genera 14.000 potenciales plazas de días de cama.

¹⁴ Ver los estudios de Fernández Miranda, R. (2012): "Lo que hunden mientras flotan. Auge y análisis crítico del turismo de cruceros en la globalización" (1ª y 2ª parte), en *Opiniones en desarrollo. Programa de Turismo responsable*. Organización Alba Sud. Consultar noticia 24/2/2014: "Cruceros, los grandes enemigos del mar". En línea www.isturformacion.com/blog/cruceros-los-grandes-enemigos-del-mar.

¹⁵ Ver noticia 2/12/2015. En línea www.cruisesnews.es/Portal. Consultado 5/2/2012.

¹⁶ Ver "Las mayores compañías de cruceros del mundo". En *Revista del sector Marítimo: ingeniera Naval* 26/6/2015. En línea www.ingenierosnavales.com. Consultado 11/9/2015. Y también "Carnival y Royal Caribbean dominan el mercado": [Ranking de compañías de cruceros](http://www.hosteltur.co). En *Revista Hosteltur* 21/7/2015. <http://www.hosteltur.co>. Consultado 11/9/2015.

¹⁷ Una extensa relación de los nuevos buques incorporados en el 2015 a la industria del crucero y las previsiones en firme para 2016 y 2017 en Línea www.cruisemarketwatch.com/growth. Consultado en 10/11/2015.

¹⁸ Ver más detallada esta información en las propias web de las compañías y como síntesis en *Revista del sector Marítimo: ingeniera Naval*. Noticia fechada en 26/6/2015.

¹⁹ Información fechada el 20/7/2015. En Línea <http://icruceros.eu/cinco-empresas-dominan-el-mercado-del-crucero-en-europa/>. Consultado 11/9/2015.