

Trabajo Fin de Master
Anàlisi, Planificació i Gestió d'Àrees Litorals
Departament Ciències de la Terra
Universitat de les Illes Balears

EL TURISMO DE CRUCEROS EN EL MEDITERRÁNEO

Una aproximación a las Illes Balears

Directora: Dra. Joana M. Seguí Pons



Margarita Luna Buades

Palma, Febrero 2012

Agradecimientos:

Quiero agradecer a la Dra. Joana M. Seguí aceptar dirigir este proyecto, dejar que me equivoque para aprender y guiarme cuando no encontraba el camino. También quería agradecerle su disponibilidad, siempre buscando unos minutos para mí, además del tiempo que ha utilizado en revisarme numerosas veces el proyecto. Ha sido una fuente de aprendizaje a todos los niveles y por eso la admiro y siento un gran afecto hacia ella.

Finalmente, mis agradecimientos van dirigidos a mis padres y a Pedro, por su gran apoyo y paciencia.

0. OBJETIVOS Y ESTADO DEL ARTE.

El turismo de cruceros representa uno de los segmentos del mercado turístico internacional que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años. Este tipo de turismo ofrece una amplia y variada oferta adaptada a todo tipo de clientes. El turismo de cruceros no es sólo la embarcación y las ciudades que se visitan, sino también otros factores como los puertos, sus infraestructuras y el beneficio económico que genera. Por tanto, el éxito de un crucero residirá en la buena conjugación de distintos factores como son las ciudades visitadas, la dotación de puertos, aeropuertos, logística, etc. (Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, 2009).

La realización de este trabajo surge a raíz de la creciente importancia del turismo de cruceros y la poca investigación que se ha realizado sobre éste. El objetivo general es analizar el turismo de cruceros en el Mediterráneo durante la última década. Para introducir este trabajo se dan unas pinceladas sobre la importancia del turismo en el Mediterráneo, seguido de un análisis del crucero como producto mundial. En el ecuador de este proyecto se realiza un análisis estadístico sobre el tráfico de cruceristas en dicha región. Para finalizar, se realiza una aproximación a la situación crucerística de las Illes Balears.

Para llevar acabo este trabajo se ha realizado un análisis bibliográfico de la literatura al uso y el análisis cualitativo procede de la elaboración de una encuesta (reproducida en el anexo) a cruceristas del puerto de Palma en el mes de septiembre de 2011.

El concepto de *Turismo* se halla en discusión sin que exista una definición unívoca que alcance a expresar toda la complejidad del fenómeno. Pero si existe un elemento común en las distintas propuestas teóricas definatorias, este es el concepto de desplazamiento, de movimiento de personas hacia el lugar de disfrute (Martínez, R., Seguí J.M. y Petrus, J.M., 2011), es por eso que uno de los presupuestos básicos para la realización de la actividad turística es el transporte (Hernández, J., 2008). Según Martínez, Seguí y Petrus (2011), el enfoque geográfico se sitúa en las relaciones territoriales y en la consolidación de sistemas que necesitan nodos articuladores (aeropuertos, puertos, estaciones de ferrocarril, etc.), tanto potentes como mayor sean los flujos de personas y tan especializados cuanto mayor peso tengan los visitantes

sobre los residentes, que en ocasiones, generan notables desequilibrios territoriales y excesiva dependencia económica de unos pocos centros emisores.

En los últimos años, hemos sido testigos del rápido desarrollo de la industria de cruceros. Según autores como Dwyer y Forsyth (1998), Wie (2004) o Martin (2004), ésta se ha convertido en uno de los segmentos de mayor crecimiento y más dinámicos de la carrera e industria del turismo (Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P., 2010). Sin embargo, se ha podido comprobar que hay pocas investigaciones relacionadas con el turismo de cruceros, sobretodo realizadas por investigadores españoles. Autores como Hall y Braithwaite (1990), Papathanassis y Beckmann (2010) y Sun, Jiao y Tian (2010), se han dado cuenta de que esta industria ha recibido escasa investigación ya que denuncian este hecho en sus artículos.

La literatura existente sobre turismo de cruceros generalmente trata sobre la competencia de la empresa, características de los consumidores en relación a la segmentación del mercado y el impacto económico y ambiental. Hall y Braithwaite (1988) estudian la competencia empresarial entre las diferentes compañías crucerísticas a partir de un estudio en el Caribe, haciendo hincapié en las relaciones entre los gobiernos y las navieras para desarrollar el turismo de cruceros en un lugar. Además, Lawton y Butler (1987) realizan un estudio sobre los patrones socioeconómicos que desarrollan los cruceros en el Caribe que se pueden extrapolar a otras regiones. Según Ahmed (2002) la industria de cruceros es diferente de otras formas de viajes ya que puede ser comercializada como un forma de transporte o como un destino (Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P., 2010). Petrick y Sirakaya (2003) estudian la variedad de combinaciones de duraciones e itinerarios que ofrecen las compañías para satisfacer a los diferentes segmentos del mercado. A partir del estudio de la oferta y la demanda, Petrick y Hung (2009) estudian los principales motivos a la hora de realizar un crucero así como la lealtad de sus consumidores y la publicidad que realizan a favor de este producto. Por otro lado, Teye y Leclerc (1998) también realizan numerosos estudios sobre el consumo, las características de los cruceristas y su satisfacción. Según estos dos autores el cumplimiento de las expectativas de los cruceristas es el factor más importante para conseguir las altas tasas de crecimiento de esta industria. No hay que olvidar el impacto ambiental producido por el turismo de cruceros, David Johnson (2002) resalta no sólo el impacto producido por el tráfico marítimo y los residuos del buque sino también el impacto de las infraestructuras portuarias. En lo que se refiere a impactos económicos del turismo de cruceros, Cuellar y Kido (2008) realizan un estudio

en Huatulco (México) sobre el gasto de los cruceristas que se puede extrapolar a otros lugares del Caribe o similares, como los cruceros en el sudeste asiático y pacífico, donde las comunidades locales prácticamente no reciben beneficios del turismo. Finalmente, destacar la visión de Wood (2000) que utiliza la globalización como marco de referencia para describir y analizar la estructura mundial de la industria de cruceros y sus efectos en la economía y en el mercado laboral.

1. EL CONTEXTO TURÍSTICO INTERNACIONAL.

En el curso de las últimas décadas, el número de turistas se ha multiplicado de manera exponencial en el Mediterráneo, llegando a ser en 2005 el principal destino turístico del planeta con casi 160 millones de turistas internacionales (ver Tabla 1). Actualmente supone casi un 20% de la totalidad del mercado mundial y de los ingresos por turismo. La región Europea Meridional/Mediterránea tiene más llegadas de turistas en 2009 que todo el continente Americano y se acerca al total de turistas que llegan a Asia y al Pacífico. Según Martínez, Seguí y Petrus (2011), la distancia resulta determinante en la elección de los destinos como se demuestra en que el 79% del turismo internacional mundial se produce dentro de la propia región emisora, este efecto explica bien el dominio de Europa en el contexto mundial, al beneficiarse sus destinos turísticos de una localización a distancias accesibles respecto a los principales emisores.

Tabla 1. Llegadas de turistas internacionales por regiones.

	Llegadas de turistas internacionales (millones)							Cuota de mercado (%)	Variación (%)		Crecimiento medio anual (%)
	1990	1995	2000	2005	2007	2008	2009*		08/07	09*/08	
Mundo	438	533	683	802	901	919	880	100	2,0	-4,2	2,9
Economías avanzadas ¹	300	339	423	451	496	494	470	53,4	-0,4	-4,9	1,2
Economías emergentes ¹	139	194	260	351	405	425	410	46,6	4,9	-3,5	5,2
Por regiones de la OMT:											
Europa	265,0	309,1	392,2	441,0	485,4	487,2	459,7	52,2	0,4	-5,7	1,8
Europa del Norte	28,6	35,8	43,7	52,8	58,1	56,4	53,4	6,1	-2,9	-5,5	2,3
Europa Occidental	108,6	112,2	139,7	141,7	153,9	153,2	146,0	16,6	-0,4	-4,7	0,5
Eur. Central/Oriental	33,9	58,1	69,3	87,5	96,6	100,0	89,5	10,2	3,5	-10,5	2,9
Eu. Meridional/Medit.	93,9	103,0	139,5	159,1	176,8	177,7	170,9	19,4	0,5	-3,8	2,3
Asia y el Pacífico	55,8	82,0	110,1	153,6	182,0	184,0	181,2	20,6	1,1	-1,6	5,7
Asia del Nordeste	26,4	41,3	58,3	86,0	101,0	101,0	98,1	11,1	0,0	-2,9	5,9
Asia del Sudeste	21,2	28,4	36,1	48,5	59,7	61,7	62,1	7,1	3,4	0,6	6,2
Oceanía	5,2	8,1	9,6	11,0	11,2	11,1	10,9	1,2	-0,9	-1,8	1,4
Asia Meridional	3,2	4,2	6,1	8,1	10,1	10,3	10,1	1,1	1,1	-1,5	5,8
Américas	92,8	109,0	128,9	134,0	143,9	147,8	140,6	16,0	2,8	-4,9	1,0
América del Norte	71,7	80,7	91,5	89,9	95,3	97,7	92,1	10,5	2,6	-5,7	0,1
El Caribe	11,4	14,0	17,1	18,8	19,8	20,1	19,5	2,2	1,2	-2,8	1,5
América Central	1,9	2,6	4,3	6,3	7,8	8,2	7,6	0,9	6,4	-7,4	6,5
América del Sur	7,7	11,7	15,9	19,0	21,0	21,8	21,4	2,4	3,9	-2,0	3,3
África	14,8	18,9	26,5	35,4	43,2	44,3	45,8	5,2	2,5	3,3	6,3
África del Norte	8,4	7,3	10,2	13,9	16,3	17,1	17,6	2,0	4,8	2,5	6,2
África Subsahariana	6,4	11,6	16,3	21,5	26,9	27,2	28,2	3,2	1,1	3,8	6,3
Oriente Medio	9,6	13,7	24,9	37,8	46,7	55,8	52,9	6,0	19,4	-5,1	8,8

Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Panorama internacional del turismo, 2010.*

En lo que se refiere a ingresos de turistas internacionales (ver Tabla 2) se observa que la región mediterránea es la que tiene más millones de euros ingresados en el 2009, cerca de un 20% de los ingresos internacionales totales, aunque estos son menores por llegada que en otras regiones.

Tabla 2. Ingresos de turistas internacionales por regiones.

	Ingresos por turismo internacional				\$ EE.UU.			Euro		
	Monedas locales, precios constantes (%)			Cuota (%)	Ingresos (miles de millones)			Ingresos (miles de millones)		
	07/06	08/07	09*/08	2009*	2008	2009*	2009*	2008	2009*	2009*
Mundo	5,5	1,3	-5,6	100	941	852	970	640	611	690
Economías avanzadas ¹	4,9	1,9	-6,7	64,2	613	547	1.160	417	392	830
Economías emergentes ¹	6,8	0,1	-3,7	35,8	328	305	740	223	219	530
Por regiones de la OMT:										
Europa	2,7	-1,2	-6,6	48,5	473,7	413,0	900	322,0	296,1	640
Europa del Norte	4,0	-2,0	-2,9	7,1	70,2	60,9	1.140	47,8	43,6	820
Europa Occidental	2,2	-2,3	-7,2	16,9	162,2	143,7	980	110,3	103,0	710
Eur. Central/Oriental	8,9	2,1	-8,2	5,6	57,8	47,4	530	39,3	34,0	380
Eu. Meridional/Medit.	0,9	-0,8	-7,0	18,9	183,5	161,1	940	124,7	115,5	680
Asia y el Pacífico	10,0	4,6	-0,7	23,9	208,9	203,7	1.120	142,1	146,1	810
Asia del Nordeste	8,3	8,4	0,7	11,8	99,9	100,3	1.020	67,9	71,9	730
Asia del Sudeste	16,0	-1,0	-6,3	6,4	59,8	54,3	870	40,6	38,9	630
Oceanía	6,4	2,9	5,2	3,9	33,7	33,5	3.080	22,9	24,0	2.210
Asia Meridional	6,8	7,4	-0,2	1,8	15,5	15,6	1.550	10,6	11,2	1.110
Américas	6,6	4,9	-10,1	19,4	188,1	165,2	1.180	127,9	118,5	840
América del Norte	7,6	6,9	-12,3	14,0	138,9	118,9	1.290	94,5	85,2	930
El Caribe	0,9	-3,1	-4,9	2,6	23,6	22,2	1.140	16,1	16,0	820
América Central	10,6	-1,1	-7,1	0,7	6,4	5,9	770	4,3	4,2	550
América del Sur	6,8	2,4	-1,3	2,1	19,2	18,2	850	13,1	13,0	610
África	9,7	-3,5	-4,3	3,4	30,2	28,9	630	20,5	20,7	450
África del Norte	7,4	-3,9	-4,3	1,2	10,8	9,9	570	7,3	7,1	410
África Subsahariana	10,9	-3,3	-4,2	2,2	19,4	19,0	670	13,2	13,6	480
Oriente Medio	9,4	0,8	-0,8	4,8	39,7	41,2	780	27,0	29,6	560

Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Panorama internacional del turismo*, 2010.

De los 50 países del mundo más importantes en turismo en relación al número de llegadas internacionales (ver Tabla 3), 9 están situados en la región mediterránea, de los cuales 4 están entre los 10 primeros puestos en el ranking mundial. Según los ingresos, podemos observar que España es el país mediterráneo que más beneficios económicos obtiene, seguido de Francia e Italia.

Tabla 3. Países de la ribera mediterránea.

	Posición entre los 50 primeros destinos turísticos mundiales (2009)	Llegada Turistas internacionales millones 2009	Ingresos millones \$ EEUU 2009
España	3	52,2	53.177
Francia	1	74,2	49.398
Mónaco		0,26	n.d
Italia	5	43,2	40.249
Eslovenia		1,6	2.511
Croacia	24	9,3	8.880
Bosnia Herzegovina		0,31	681
Montenegro		1,04	662
Albania		n.d	1.816
Grecia	16	14,9	14.506
Turquía	7	25,5	21.250
Siria		n.d	n.d
Líbano		1,8	n.d
Israel		n.d	3.634
Malta		1,18	821
Chipre		2,14	2.162
Egipto	19	11,9	10.755
Libia		n.d	n.d
Túnez	34	6,9	2.751
Argelia		1,91	n.d
Marruecos	26	8,3	6.556

Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Barómetro mundial del turismo. Volumen 8, nº2. Junio 2010.*
Elaboración propia.

Todos estos datos justifican que la región mediterránea sea el principal destino turístico mundial. Esta realidad se debe a su posición geográfica, relativamente próxima a las principales capitales europeas, es decir, al principal mercado turístico¹. Además, esta posición geográfica determina un conjunto de elementos atmosféricos predominantes, que generan un clima cálido en verano y suave en invierno. Este clima guarda una estrecha relación con una serie de actividades turísticas como el turismo de sol y playa (Gómez, B., 2010). No hay que olvidar el factor histórico, cultural y paisajístico de esta región, donde nacieron las primeras civilizaciones que nos han legado un patrimonio de valor incalculable.

¹ Según la Organización Mundial del Turismo, los turistas europeos han generado el 55% de las llegadas internacionales en el 2010.

2. EL TURISMO DE CRUCEROS Y SUS PRINCIPALES REGIONES OPERATIVAS.

Uno de los presupuestos básicos para la realización de la actividad turística es el transporte (Hernández, J., 2008). La interrelación entre turismo y transporte se ha sustentado sobre la adaptación de los vehículos, las infraestructuras, los servicios a la creciente y variante demanda, así como la contribución del transporte a buena parte de los impactos ambientales imputados a la actividad turística (Martínez, R., Seguí J.M. y Petrus J.M., 2011). La Organización Mundial del Turismo, define el crucero a partir de la concepción del buque como *resort* flotante y no como un mero medio de transporte, donde se complementan las actividades de ocio realizadas en el buque y en tierra firme. Según Ahmed (2002) la industria de cruceros es diferente de otras formas de viajes ya que puede ser comercializada como un forma de transporte o como un destino (Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P., 2010).

La actividad de los cruceros turísticos es algo relativamente moderno, que surge a principios de los años 70 en Miami (Estados Unidos) y que coincide con la evolución en el negocio de los trasatlánticos o buques de pasaje de línea, por la competencia en tiempo que supusieron los aviones a reacción. La inversión en la aeronáutica siempre ha ido por delante de la marítima, aunque a partir de finales de los 80, se ha producido un gran desarrollo en la construcción de cruceros para el turismo (Hernández, J., 2008). Desde entonces la demanda ha estado creciendo a un ritmo muy fuerte que se refleja en que las principales compañías de cruceros ocupan los primeros puestos en el ranking del sector del turismo y ocio. Martínez, Seguí y Petrus (2011) destacan el empuje de los cruceros marítimos en la participación del transporte marítimo, ya que ha superado ampliamente los 15 millones de pasajeros en 2008 registrando un crecimiento acumulado en los últimos 20 años de un 300%. El poder mantener estos altos ritmos de crecimiento es debido a la fuerte apuesta que los operadores de cruceros realizan por la innovación, nuevas instalaciones y nuevos destinos. Según Wood (2000), el turismo de cruceros es una representación de la globalización en el mar, donde encontramos una deslocalización de la producción, generalmente en zonas en proceso de desarrollo como el Caribe donde se puede encontrar mano de obra barata que contrasta con la presencia de unos consumidores de un nivel económico medio-alto.

2.1. Regiones crucerísticas e itinerarios.

El turismo de cruceros se distribuye en el territorio en regiones, donde cada una de ellas ofrece distintos itinerarios. Según la cantidad de navieras y por tanto de turistas que visitan estas regiones, unas serán más importantes que otras.

Tabla 4. Matriz origen-destino pasajeros de cruceros.

Origen Destino	Caribe Bahamas	Alaska	Mediterráneo Islas Atlánticas	Norte de Europa	Sudamérica Antártida	Asia Pacífico
Reino Unido	300	22	467	190	12	7
Alemania	125	n.d	314	192	20	n.d
Italia	48	n.d	423	42	n.d	n.d
España	51	n.d	311	17	n.d	n.d
Francia	55	n.d	152	26	n.d	n.d
Resto de Europa	78	n.d	268	34	n.d	n.d
Estados Unidos y Canadá	6713	858	1822	1033	294	132

Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias, 2008.*

(*) Cifras (000) de 2005.

Como podemos observar en la matriz origen-destino, la región con más cruceristas en 2005 es el Caribe/Bahamas con un 52% del mercado mundial. Este destino se caracteriza por una demanda prácticamente estadounidense y canadiense ya que suponen más del 90% de los cruceristas. En segundo lugar está situado el destino Mediterráneo/Islas Atlánticas con un 26% del mercado, donde también destaca la presencia de norteamericanos con un 48%. Por último, el tercer destino más importante es el norte de Europa con un 10% de cruceristas, en el que la presencia de estadounidenses y canadienses supone un 67%. En definitiva, existen 3 grandes destinos, aunque el Caribe/Bahamas es el más importante de ellos con más de la mitad de los cruceristas mundiales.

A continuación se presenta una breve descripción de las principales regiones cruceísticas del mundo².

Caribe: esta región se divide en cinco subgrupos de países: Bermudas, Bahamas, Caribe Occidental, Caribe Oriental y Caribe Meridional. Aunque las Bermudas y las Bahamas geográficamente no están consideradas como parte del Caribe, están incorporadas por sus numerosas similitudes (Lawton, L. y Butler, R., 1987). El principal puerto es Miami, que también es el principal puerto base³ de cruceros del mundo. Este destino constituye el primero de los mercados receptores del turismo de cruceros, principalmente por el atractivo que representan su clima cálido, paisajes y oferta complementaria. Esta primera posición se debe, como se ha dicho anteriormente, a su cercanía a Estados Unidos, mercado emisor de cruceristas más importante (Hall, J. y Braithwaite, R., 1990). Su cuota mundial es superior al 50% de las camas ofertadas, excepto en abril-setiembre que se sitúa en el 30% debido a que el destino principal pasa a ser el Mediterráneo. En esta región las navieras más importantes introducen sus buques de mayor capacidad de los segmentos *contemporary* y *premium* ofreciéndolos como destinos en sí mismos, por lo que los puertos de escala⁴ quedan en un segundo lugar. Este hecho hace que haya una fuerte competitividad en relación a los destinos, por lo que las principales navieras poseen islas⁵, donde se dan todos los servicios y actividades de ocio para el disfrute de los cruceristas. Según Hall y Braithwaite (1990) los países deben tener una estrecha colaboración entre las compañías transnacionales de cruceros para que los destinos y la región se beneficien económicamente ya que muchos de los destinos están explotados por las navieras.

Mediterráneo: es el segundo destino más importante del mundo, su cuota de mercado en el total mundial está en el 30% en verano (del Hemisferio norte) y en invierno está en el 5%, ya que la temporada de cruceros por esta región se extiende desde finales de marzo a principios de noviembre. Desde el año 2000, el 12% del total de los cruceristas

² Organización Mundial Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias*, 2008
Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. *El Turismo de cruceros*, 2009.

³ Puerto base: su función consiste en satisfacer las exigencias organizativas y logísticas relacionadas con el movimiento de los pasajeros y de sus equipajes, la conexión con las principales redes de transporte terrestre y aéreo y los servicios de aprovisionamiento, para que el buque pueda iniciar un crucero (Autoridad Portuaria de las Illes Balears).

⁴ Puerto de escala: su función es permitir a los cruceristas el acceso a los factores de oferta del territorio además de ofrecer al barco la asistencia necesaria en las operaciones de llegada (Autoridad Portuaria de las Illes Balears).

⁵ Celebrity Cruises tiene como propiedad la Isla Catalina en República Dominicana desde 1995.

norteamericanos se dirigen al Mediterráneo, mientras que el resto suelen ser de origen europeo. No hay que olvidar que países como Francia, España e Italia son líderes mundiales en turismo, por eso los principales puertos de cruceros están situados en estos países.

Las rutas por el Mediterráneo se extienden por dos zonas principalmente, aunque también existen itinerarios por toda la región.

- Mediterráneo occidental, que comprende países como España, Italia, Francia, Marruecos y Túnez.
- Mediterráneo oriental, con países como Grecia, Mar Egeo, Turquía, Egipto y Mar Negro, entre otros.

Norte de Europa: los principales puertos de esta región son Southampton y Copenhague, seguidos de San Petersburgo y Tallin. Este destino se caracteriza por cruceros estivales cuyos principales atractivos son los fiordos noruegos y el sol de medianoche, combinándolo con las capitales del norte de Europa. Los mercados emisores más importantes son los Estados Unidos, Reino Unido y Alemania. El gasto y el precio de los cruceros de esta región son muy elevados, por eso su demanda suele ser de un alto nivel adquisitivo.

Alaska: es la región más especializada en naturaleza. Se divide en Glaciar Bay, Alaska Septentrional y Alaska Meridional. Los principales puertos de esta región son Vancouver y Seattle. Su principal competidor es la región del norte de Europa, con los fiordos noruegos como principal atractivo. En este destino a diferencia del Caribe, lo más importante son la gran cantidad y variedad de oferta de excursiones en tierra firme y no el buque como destino. Este hecho hace que la demanda sea más joven que en otras regiones.

América del Sur y la Antártida: desde el 2000 aproximadamente, la región de América del Sur⁶ ya no está considerada como una periferia de la región del Caribe, si no que es un destino independiente. Existe la *Asociación SurCruise*, que cuenta con 25 puertos repartidos por los diferentes países. Los puertos base más importantes son: Buenos Aires, Río de Janeiro, Valparaíso y Ushuaia. Esta región se caracteriza por un clima

⁶ No se incluye Venezuela ni la costa caribeña de Colombia, pues forman parte de la subregión del Caribe Sur.

temperado-cálido durante el invierno (del Hemisferio Norte), por eso es un destino que se alterna con otros donde en invierno hace frío. Por otro lado, es una región que no está saturada, ni en un estadio maduro, por tanto su situación es de crecimiento sostenido.

Por otro lado, la zona de la Antártida se caracteriza por un fuerte crecimiento en los últimos años. Utiliza como puertos base Ushuaia (Argentina) y Punta Arenas (Chile), siendo el primero el más importante por su proximidad e infraestructuras. Los demandantes son mayoritariamente estadounidenses, seguidos de alemanes y británicos. Las actividades principales son los paseos en tierra o hielo fijo marino, en *zodiac*, buceo, *snorkelling*, *kayak* y visitas a alguna estación científica.

Asia/Pacífico: la zona asiática sobretudo el pacífico ha experimentado un notable crecimiento de la actividad de cruceros en la última década, debido al exotismo de sus paisajes y a las numerosas inversiones en infraestructuras. Esta región se divide en cuatro sectores: Pacífico sur, Sudeste Asiático, Extremo Oriente y Transpacífico. Los puertos más importantes de esta región son Singapur, Hong Kong, Port Klang y Sydney.

Cada región cruceística está formada por varios itinerarios. Estos son generalmente circulares haciendo escala en puertos distintos de diferentes países. A su vez estos puertos son puntos de partida para excursiones o estancias terrestres dentro de los países visitados. A continuación se presentan los principales itinerarios por continentes de las regiones cruceísticas antes comentadas.

Figura 1. Principales itinerarios de cruceros del mundo.

Amèrica		Bahames, Miami, Port Everglades, Cape Canaveral. Tampa, Nassau, Freeport	
	Carib	Carib Est	Illes Verges americanes i britàniques, S. Martin, Antigua, Guadalupe, Martinica
		Carib Sud	Aruba, Curaçao, Bonaire, Trinidad, Barbados, La Guaira, Cartagena
		Carib Occidental	Cancun, Illes Caiman, Jamaica, Haití, R. Dominicana, Tampico, Veracruz, Key
	Alaska	Sitka, Juneau, Skagway, Glacier Bay, Ketchikan, Anchorage, Yukon, Parc Nacional de Denali	
Nord-est	Newport, Boston, Bar Harbor, Halifax, Quebec		
	Nova York, Filadèlfia, Baltimore, Norfolk, Charleston, Savannah		
Europa		Per tota la Mediterrània	
	Mediterrània	Mediterrània Occidental	Itàlia, França, Espanya, Tunísia, Marroc, Còrsega, Sardenya, Sicília, Malta i el port de Gibraltar
		Mediterrània Oriental	Grècia, Mar Egeu amb les seves illes, Turquia, Egipte, Israel i la Mar Negra
	Atlàntic	Portugal, Espanya, França, Irlanda i el Regne Unit	
	Mar Bàltica	Hamburg, Copenhaguen, Estocolm, Lituània, Letònia, Estònia, Sant Petersburg	
Fluvials	Roine, canals francesos, Rin, Elba Volga		
Pacific	Polinèsia	Tahití, Fiji, Papua Nova Guinea, Nueva Caledònia, Vanuatu, Samoa, Tonga, Illes Cook, Austràlia	
	Pacífic nord	Hawaii	
Àsia	Indonèsia, Filipines, Singapur, Índia, Sri Lanka, Hong Kong, Xina, Japó i Corea		
Àfrica	Nord	Tunísia, Marroc, Madeira i Illes Canàries	
	Est	Mombasa (Kenya), Dar es Salam (Tanzània)	
	Illes de l'Oceà Índic	Zanzíbar, Madagascar, Seychelles	
	Fluvial	Nil	
Volta al món			

Fuente: INESTUR y CITTIB-CAEB. *El turisme de creuers a les Illes Balears, 2005.*

2.2. La oferta de cruceros y sus principales variables.

El producto de cruceros es uno de los mercados con la oferta más diversificada y que más ha variado a lo largo del tiempo ya que las compañías navieras intentan satisfacer a los diferentes segmentos del mercado (Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P., 2010). La industria ha ido respondiendo a los deseos vacacionales de los turistas e innovando

en el desarrollo de nuevos destinos, nuevas naves, diversas actividades y servicios a bordo, además de un amplio margen de actividades en tierra como también nuevas temáticas y diferentes duraciones de los recorridos a fin de satisfacer los diferentes patrones de vacaciones que van variando en el tiempo (Fernández, L., 2008).

Según la Organización Mundial del Turismo, desde los inicios de la actividad de cruceros se crearon asociaciones con el propósito de organizar, controlar y planificar dicha industria. Dos de las asociaciones más importantes son: la *Florida Caribbean Cruise Association* (FCCA) y la *Caribbean Line Internacional Association* (CLIA). Destacamos también la *Asociación de Puertos de Cruceros del Mediterráneo* (Medcruise) ya que este estudio está centrado en los cruceros de la región mediterránea.

A continuación se presenta una breve descripción de cada organización según informaciones de la Organización Mundial del Turismo y sus respectivas webs oficiales.

FCCA: es una organización comercial que representa a 12 miembros de las compañías de cruceros en Florida, El Caribe y América Latina. Desde su surgimiento en 1972, tiene como misión promover el crecimiento y desarrollo de la industria de cruceros de manera que beneficie colectivamente tanto a los destinos como a las compañías.

CLIA: fue creada en 1972. Se trata de una organización dedicada al marketing y a la formación. Cuenta como socios con las 22 compañías de cruceros más importantes del mundo, las cuales representan el 97% de la demanda de este producto y el 81% de los buques. Su actividad se centra principalmente en seminarios de formación para los agentes de viajes y su correspondiente certificación, campañas de relaciones públicas, una importante campaña de publicidad, así como diversas publicaciones periódicas.

Medcruise: creada en Roma el 11 de junio de 1996. Tiene como misión promover la industria de cruceros en el Mediterráneo y sus mares adyacentes. La asociación ayuda a sus miembros en beneficio del crecimiento de esta industria, proporcionando redes, oportunidades de desarrollo, de promoción y profesional. En la actualidad, la asociación está compuesta por 55 miembros que representan a 78 puertos de la región mediterránea, incluyendo el mar Negro, el mar Rojo y la zona del Atlántico y más 20

miembros asociados, que representan a otras asociaciones, patronatos de turismo y el buque/puerto de los agentes.

Otras asociaciones importantes son:

- *European cruise Council (ECC).*
- *Passenger Shipping Association (PSA).*
- *France Ferries et Croisières (FFC).*
- *Verband der Fährschiffahrt und Fährtouristik e.V (VFF).*
- *International Cruise Council Australasia (ICCA).*
- *Japan Oceangoing Passenger Ship Association (JOPA).*

2.2.1. Las navieras.

Según datos de la Organización Mundial del Turismo, el 88% de la oferta mundial de camas está controlada por 3 grandes compañías navieras (ver Figura 2), conocidas en el sector de cruceros como “Big Three”: *Carnivale Corporation Plc*, *Royal Caribbean Ltd.* y *Star Cruises*.

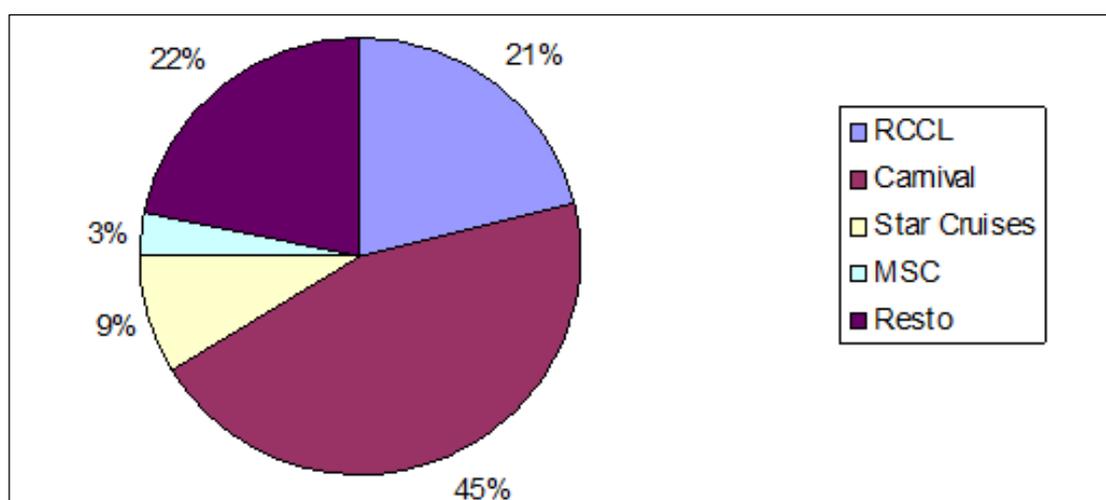
A partir de la información obtenida por las webs oficiales de las principales compañías navieras de cruceros, se presenta a continuación una breve descripción de cada una de ellas.

Carnival Corporation & Plc: se trata del número uno mundial, caracterizado por una fuerte política de expansión. Esta compañía americana basa su oferta en el continente americano y 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.

Royal Caribbean Cruises Ltd: es la segunda naviera más importante del mundo. Esta compañía está registrada en Liberia aunque sus principales oficinas están localizadas en Miami. Royal Caribbean Cruises Ltd. posee la totalidad de cinco líneas de cruceros: *Royal Caribbean International*, *Celebrity Cruises*, *Pullmantur Cruises*, *Azamara Cruises Club* y *CDF Croisière*.

Star Cruises: es la tercera mayor línea de cruceros en el mundo detrás de Carnival Corporation y Royal Caribbean Cruises Ltd. y domina el mercado de Asia-Pacífico con sede en Hong Kong. Posee el 50% de la *Norwegian Cruise Line*, *NCL America* y el 100% de los transbordadores de cruceros. La flota actual está compuesta por: *SuperStar Virgo*, *SuperStar Acuario*, *SuperStar Piscis* y *SuperStar Libra*.

Figura 2. Distribución mundial de las cuotas de las principales navieras, 2005.



Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias, 2008.*

A continuación podemos observar una matriz (ver Tabla 5) donde se relacionan las navieras con las diferentes zonas donde operan. Tiene una doble lectura, por una parte serán las navieras más importantes aquellas que operen en más zonas y por otro lado serán zonas turísticamente importantes las que tengan más variedad de navieras.

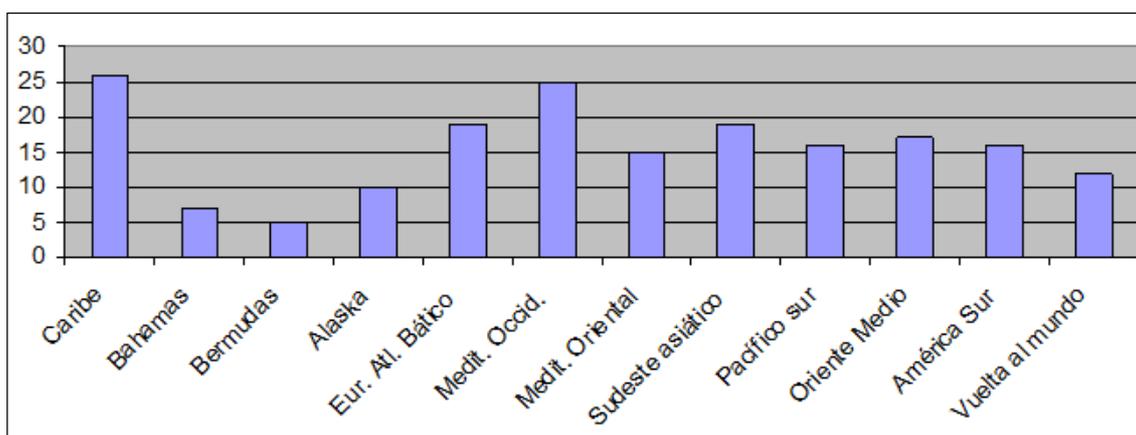
Tabla 5. Matriz Navieras-zonas de operación

	Naviera	Zona	Caribe	Bahamas	Bermudas	Alaska	Eur. Atl. Báltico	Medit. Occid.	Medit. Orienta.	Sudeste asiático	Pacífico sur	Oriente Medio	América Sur	Vuelta al mundo
Carnival Co.	Carnival Cruise Line		X	X	X	X	X	X	X				X	
	Costa Crociere		X				X	X				X	X	
	Cunard Line		X				X	X	X			X	X	X
	Holland America Line		X	X			X	X	X			X	X	X
	Windstar Cruises		X				X	X	X			X	X	
	P&O Cruises		X				X	X	X			X	X	X
	P&O Cruises (Australia)								X					
	Aida Cruises		X				X	X						
	Princess Cruises		X	X	X	X	X	X	X			X	X	X
	Swan Hellenic Cruises		X				X	X	X			X	X	
RCC	Royal Caribbean International		X	X	X	X	X	X	X		X	X		
	Celebrity Cruises		X	X	X	X	X	X					X	
	Pullmantour Cruises		X				X						X	
	Nonwegian Cruise Line		X	X	X	X	X						X	
Star Cruises	Orient Lines						X	X	X		X	X	X	X
	Star Cruises						X	X	X		X	X		
Navieras Norteamericanas	Clipper Cruise Line		X			X	X						X	X
	Crystal Cruises		X			X	X		X		X	X	X	X
	Disney Cruise Line		X	X										
	Regent Seven Seas Cruises		X				X	X	X		X	X	X	
	Silversea Cruises		X				X	X	X		X	X	X	X
Navieras Europeas	Iberojet							X	X					
	Lois Cruise Line						X	X	X					
	Fred Olsen		X				X	X					X	
	Saga Cruises		X				X	X	X			X		
	Thomson Cruises		X				X	X				X		X
	Hapag Lloyd		X			X	X	X	X		X	X	X	
	Club Med Cruises		X				X	X	X		X	X	X	X
	Nouvelles Frontières		X						X					
	Mediterranean Shipping Cruises		X				X	X	X		X	X	X	
	Vistamar Canarias		X					X						
	Japan Cruise Line					X					X			
	Mitsui OSK Passenger Line							X	X					X
	NYK Cruise Line							X	X		X	X		X

Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias, 2008.*

A partir de esta matriz se elabora una gráfica (ver Figura 3) en la que podemos observar la importancia de las zonas debido a la cantidad de navieras que operan en ellas.

Figura 3. Cantidad de navieras por zona.



Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias, 2008*. Elaboración propia.

Como podemos observar, el Caribe es la zona en la que más navieras operan, seguido del Mediterráneo occidental. Por otro lado, si sumamos las navieras que operan en el Mediterráneo occidental y en el Mediterráneo oriental, estas sobrepasan a las que operan en el Caribe.

2.2.2 Los buques.

El tamaño de los cruceros viene limitado por factores económicos y logísticos. Por una parte, cuanto mayor es el buque más instalaciones e infraestructuras podrá tener, por tanto mayor capacidad de pasajeros y mayor oferta complementaria. Pero por otra parte, hacer una gran inversión en un solo buque puede ser peligroso ya que si no funciona el producto final, las pérdidas pueden ser astronómicas.

Existe una clasificación⁷ de buques por capacidad de pasajeros, en la que los buques de cruceros son considerados como pequeños, medianos y grandes.

⁷ Según la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. *El Turismo de cruceros, 2009*.

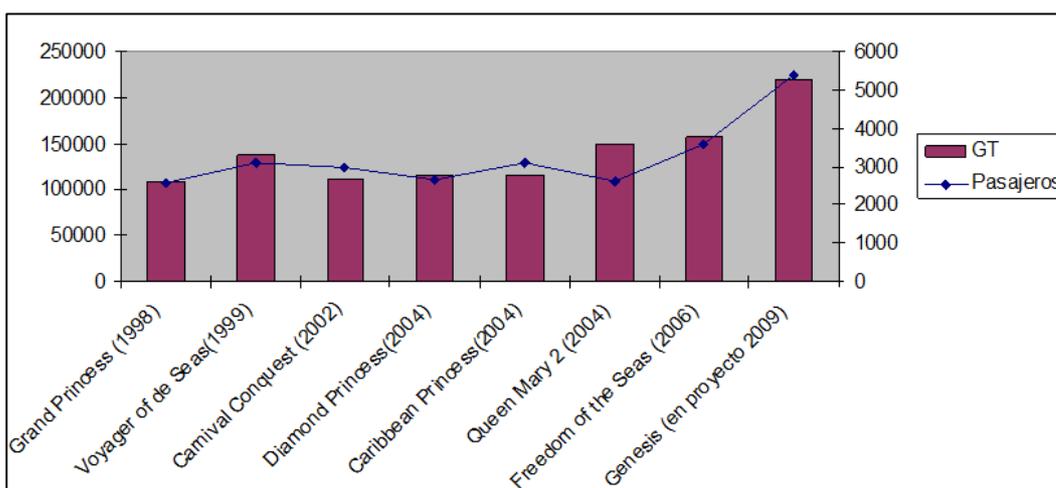
Buques pequeños: con capacidad para un máximo de 500 pasajeros, tienen un registro bruto entre 2.000 y 20.000 toneladas. Diseñados para clientes que desean la intimidad y navegar con un reducido número de pasajeros con gustos parecidos. Algunos de los buques más exclusivos del mundo pertenecen a este grupo.

Buques medianos: con capacidad para alojar entre 500 y 1.500 pasajeros, tienen un registro bruto entre 20.000 y 50.000 toneladas. Son muy estables en alta mar y proporcionan un gran número de espacios públicos, diversas opciones de entretenimiento y un programa de actividades más estructurado.

Grandes buques: tienen capacidad para alojar más de 3.000 pasajeros y entre 50.000 y 150.000 toneladas de registro bruto. Este tipo de buques reúne todas las condiciones para que el cliente disfrute de una experiencia llena de diversiones en un entorno que prácticamente recrea una ciudad en alta mar.

En la última década, se ha producido una carrera hacia el gigantismo (ver Figura 4) pasando de naves capacitadas para 1.550 pasajeros creadas en la década de los 90 hasta las naves capacitadas para 5.400 pasajeros creadas en 2009.

Figura 4. Evolución en Gran tonelaje (GT) y capacidad de pasajeros en los buques.

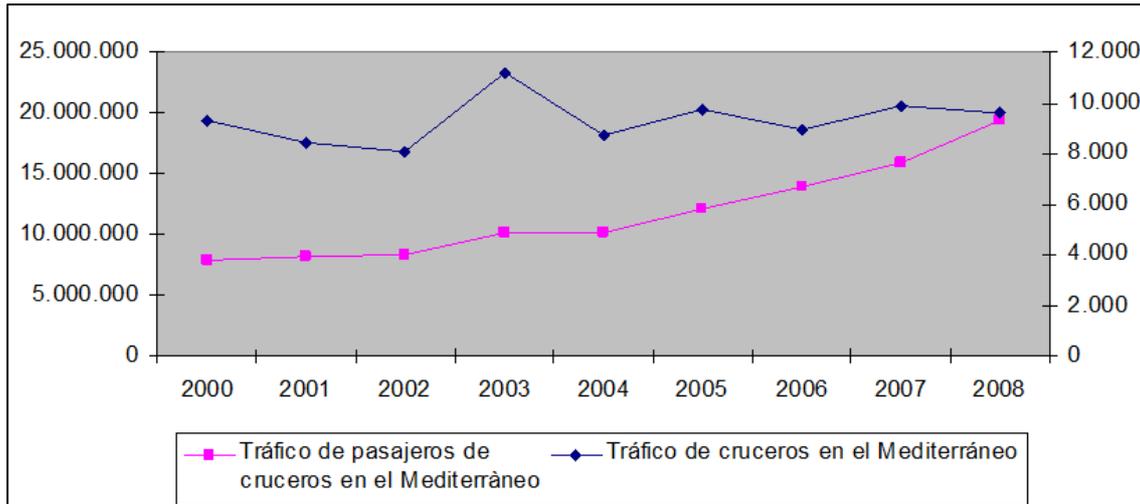


Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias*, 2008. Elaboración propia.

En este estudio se ha podido comprobar como en el Mediterráneo, el número de cruceristas en la última década ha aumentado en 10 millones, mientras que el tráfico de

buques se mantiene (ver Figura 5). Este hecho confirma esta carrera hacia el gigantismo de los buques de cruceros que en transporte marítimo tiene un paralelismo con el incremento de tonelaje de los buques de carga, entre otros, los portacontenedores (Seguí, J., 2011).

Figura 5. Tráfico de buques y pasajeros de cruceros en el Mediterráneo.



Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos. Elaboración propia.

2.2.3 Segmentación y especialización del mercado.

Según *Caribbean Line Internacional Association*, el mercado mundial de cruceros está dividido en 4 segmentos donde cada naviera se centra en uno o dos y cada buque en uno. El objetivo de la segmentación del mercado es diferenciar a los consumidores que están dispuestos y pueden pagar precios más altos de los que están dispuestos a pagar precios más bajos (Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P., 2010).

A continuación se presenta una breve descripción de los 4 segmentos:

Lujo: se caracteriza por ofrecer lujo y exclusividad no sólo en el buque sino también en los destinos. Ofrece exclusividad a partir de un menor número de pasajeros, no presenta instalaciones para niños y las habitaciones dan vistas al mar y son más espaciaosas de lo habitual.

Premium: se caracteriza por ser un crucero sofisticado pero menos lujoso y exclusivo que el segmento de Lujo. Sería el estado entre *Lujo* y *Contemporary*.

Contemporary: son los buques más populares. Sus instalaciones permiten realizar muchas actividades a bordo. Está pensado para cruceros familiares con instalaciones para niños, por tanto su oferta es muy amplia.

Budget: el precio es la base de este segmento. Está destinado a gente joven o población con menos poder adquisitivo dónde hay el mínimo servicio a bordo. Son cruceros cortos y normalmente sólo se dan en el Mediterráneo.

Por otro lado, a parte de los segmentos, existen diferentes especialidades de cruceros. A continuación se explican brevemente cada una de ellas.

Cruceros para familias: es una de las ofertas más demandadas ya que el producto suele ser de precio moderado con el “todo incluido” y contiene multitud de actividades e instalaciones para todas las edades. Los cruceros familiares son una forma de captar futuros cruceristas ya que los niños se quedan con el recuerdo de sus vacaciones y suelen querer repetir la experiencia en un futuro.

Cruceros para empresas (incentivos y congresos): es un producto relativamente nuevo, con la capacidad de realizar las reservas con mucha antelación haciendo que se pueda fletar un buque completo, por tanto al encontrarse todos los congresistas en un mismo lugar cerrado facilita la organización de eventos.

Cruceros temáticos (de salud, gastronómicos, subastas, excursiones en tierra firme...): para conseguir un continuado crecimiento del producto, el turismo de cruceros se va especializando en diversas temáticas para llegar a diferentes consumidores.

Cruceros especiales (expedición, a vela...): lo que prima en esta variedad de cruceros es la singularidad y exclusividad del producto. Desde la calidad, al tipo de buque, como también los destinos.

2.2.4 Itinerarios.

El producto que la naviera ofrece en el mercado lo constituye la suma del buque más el itinerario/región. El itinerario a la vez es la suma de varios destinos/puertos, por tanto el papel de los destinos es muy importante. Por otro lado, el itinerario/región y el buque de cruceros son dos variables que juegan un papel decisivo a la hora de comprar un crucero, ya que según la CLIA, los factores decisivos en la compra de un crucero son el destino seguido del precio.

Para las líneas de cruceros, la primera decisión importante es el diseño del itinerario y la estructura de precios con el fin de maximizar el beneficio total en la temporada crucerística. Un itinerario incluye el destino, los puertos de escala, su secuencia, la duración de la estancia en cada puerto, la velocidad del buque, las fechas de salida y la estructura de tarifas de los cruceros (Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P., 2010).

Según la Organización Mundial del Turismo, existen 3 tipos de itinerarios de cruceros con sus respectivas características:

Cruceros superiores a un día: al ser un crucero de varios días se deben elegir los destinos del itinerario, por eso existe la necesidad de que las autoridades portuarias y las compañías navieras se asocien para la promoción conjunta de diferentes zonas de operación o circuito crucerístico, ya que el crucero hay que entenderlo como un producto multidesino. Para elegir los puertos de destino se seleccionan aquellos que reúnen las condiciones idóneas para su utilización como puerto base y prestación de servicios técnicos y aprovisionamiento y por otro lado aquellos puertos que presentan un mayor atractivo turístico (cultura, playa, ocio, moda...etc.) para su inclusión en el itinerario como puertos secundarios. Una vez decidida la zona de operaciones y los diferentes destinos, se debe tener en cuenta el principio y fin de temporada como definir si el itinerario es cerrado o abierto y por último su frecuencia, la cual oscila entre 2 y 8 itinerarios al año. Los itinerarios pueden ser de larga duración, es decir, entre 7 y 21 días aproximadamente, o de corta duración, de unos 4 o 5 días. Pueden ofrecerse como un todo o con posibilidad de realizar sólo un tramo del mismo, con lo que en algunos puertos secundarios pueden producirse operaciones de embarque y desembarque de pasaje. Al producto marítimo se le añaden habitualmente estancias antes y después del crucero, por eso juegan en ventaja los destinos de los puertos base. Por último, el

reparto de tiempos en el mar y en puerto debe ser equilibrado, no hay que olvidar el concepto del crucero como un *resort* marino, por eso el turista debe tener la oportunidad de entretenerse a bordo a partir de actividades y servicios. Por último decir que la distancia óptima entre puertos consecutivos en el itinerario es de una noche de navegación.

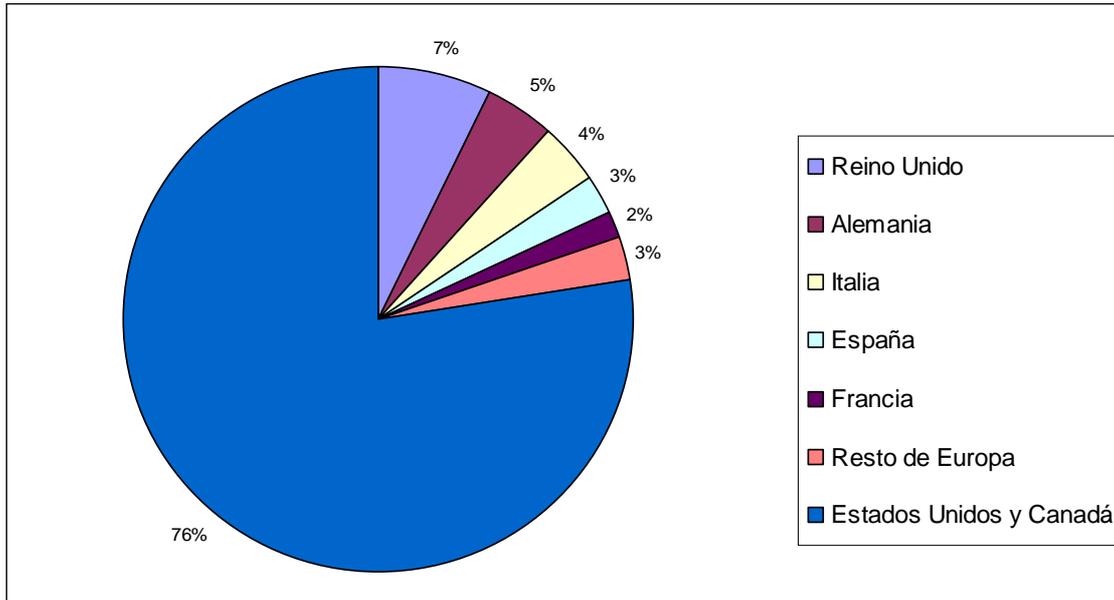
One-day cruises: este tipo de itinerario sólo tiene un destino ya que sólo tiene un día de duración (unas 36 horas aproximadamente).

To nowhere: es decir, a ninguna parte. El ejemplo más representativo son los cruceros casino en las costas de Florida (EEUU) donde está prohibido el juego. El crucerista no tiene como objetivo visitar un lugar, sino disfrutar de una actividad que sólo la puede realizar en aguas internacionales. El elemento determinante es la elección del puerto base. Este tipo de itinerario no es actual, durante la ley Volstead de 1919 que prohibía la venta de alcohol en EEUU, los cruceros se convirtieron en una “barra de bar” para el disfrute de bebidas alcohólicas (Lawton, L. y Butler, R., 1987).

2.3 Los cruceristas.

El 76% de los demandantes de cruceros en el mercado mundial son de origen estadounidense y canadiense (ver Figura 6), por tanto los destinos que elijan estos demandantes serán los principales en el mundo. Le siguen con gran diferencia los demandantes de origen británico y alemán con un 7% y un 5% respectivamente. Así como la mayoría de norteamericanos eligen el Caribe como principal destino, la mayoría de los europeos eligen la región mediterránea para realizar sus cruceros (ver Tabla 2), en caso de querer incrementar la clientela se deberían realizar estudios de mercado y marketing para poder atraer el mercado norteamericano hacia el Mediterráneo.

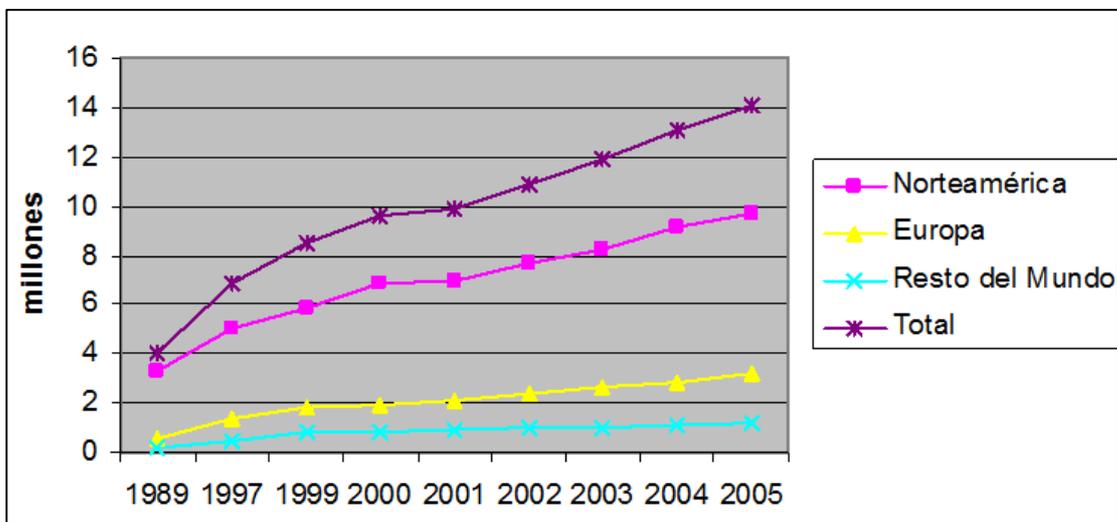
Figura 6. Origen de los cruceristas en el mundo.



Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias, 2008.* Elaboración propia.

El turismo de cruceros es uno de los segmentos turísticos de mayor crecimiento sostenido en la última década (ver Figura 7), dónde la demanda norteamericana es la que presenta un mayor crecimiento. Según Opperman, este hecho se debe a la lealtad de los cruceristas al destino y las recomendaciones que hacen éstos a sus conocidos (Petrick, J. y Sirakaya, E., 2004).

Figura 7. Demanda mundial de cruceros.



Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias, 2008.*

Según el estudio *Turismo de Cruceros*⁸, el mercado fundamental está dirigido a los adultos de más de 25 años de edad con unos ingresos superiores a 30.000€ En general los cruceristas gastan unos 1.500€ por pax/semana. La edad promedio de los cruceristas es de 49 años, el 57% son graduados universitarios y el 83% está casado. Los cruceristas principalmente viajan con sus cónyuges (77%), seguido por los hijos menores de 18 años (30%), amistades (25%) y otros miembros de la familia (23%). Las fuentes de información que influyen en la selección de los cruceros son principalmente sitios webs y prensa. Por otro lado, según Toh (2005) las agencias de viajes juegan un papel importante en la planificación y reserva de cruceros, Gauri (2009) informa que alrededor del 90% de las reservas de cruceros se hacen mediante agencias de viajes (Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P., 2009). Por último, a pesar de la gran cantidad de atención que los estudiosos del turismo han realizado sobre la motivación del viaje, poco se ha estudiado sobre la motivación de los viajes en el contexto del turismo de cruceros (Hung, K. y Petrick, E., 2009). Según Petrick, Li y Park (2007), los motivos que más influyen en realizar un crucero son la lealtad al producto, es decir, cruceristas que repiten la experiencia, la familiaridad de este tipo de viaje y las recomendaciones de amistades.

2.4 Estacionalidad.

La estacionalidad también influye a esta tipología de turismo ya que depende en gran medida de las vacaciones de la población, las cuales son generalmente en verano, pero también hay una estrecha relación entre estación y destino (ver Figura 8).

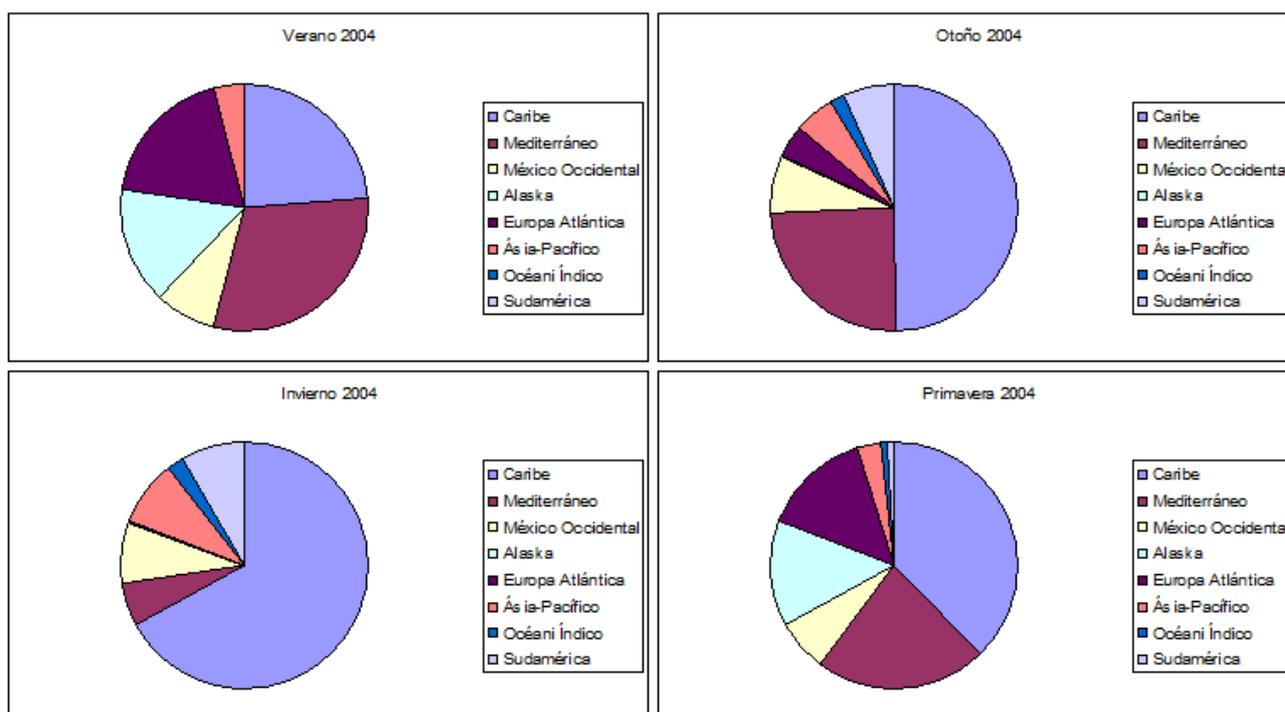
Como se ha mencionado con anterioridad, el Caribe es la zona crucerística más importante del mundo y se reconoce como un destino de invierno debido a la temporada ciclónica en verano. Por su parte, el Mediterráneo es un destino de verano debido al clima cálido de esta estación. Este fenómeno ha provocado que las grandes compañías operen en el Caribe en la época de invierno y algunas de ellas, se muevan hacia el Mediterráneo durante el verano. Para disminuir el efecto de la estacionalidad, las compañías navieras realizan estrategias comerciales durante los períodos de baja actividad, fundamentalmente dirigidas hacia la disminución de los precios y el

⁸ Realizado por la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, 2009.

ofrecimiento de descuentos y ofertas especiales. Esta situación provoca que la oferta se mantenga en constante movimiento.

El turismo de cruceros en destinos mediterráneos tiene un máximo en verano y un mínimo en invierno, evidentemente es imposible competir en invierno con el Caribe ya que la temperatura y horas de sol son determinantes como también el hecho de que es el principal destino crucerístico mundial. Tampoco hay que olvidar que a pesar de que el Mediterráneo se caracteriza por inviernos suaves, entre mediados de noviembre hasta mediados de marzo el tiempo meteorológico no es el más conveniente para realizar este tipo de turismo. Por tanto, pensar en el turismo de cruceros como un desestacionalizador del turismo es una utopía, aunque si podría ser una fórmula para alargar la temporada.

Figura 8. La estacionalidad del turismo de cruceros.



Fuente: Organización Mundial del Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias, 2008.*

2.5 Impacto económico del turismo de cruceros.

El cálculo del impacto económico de un destino es de gran importancia ya que permite evaluar objetivamente si el turismo de cruceros es beneficioso económicamente o no para la comunidad local. Para ello deben considerarse las infraestructuras

disponibles, nivel de desarrollo y accesibilidad del destino, como también el tipo de segmento de cruceros, los agentes económicos que intervienen y un análisis de sostenibilidad socioeconómica y ambiental. Otros factores a tener en cuenta son:

- El gasto por cruceristas es mayor en los puertos de base que en los puertos de escala.
- Los multiplicadores económicos son mayores en economías locales complejas.
- Los gastos de cruceristas y tripulación están concentrados cerca del puerto, mientras que los gastos de la naviera se encuentran más dispersos geográficamente.
- El concepto de crucero como *resort* marino implica un mayor interés de las navieras en incrementar el tiempo de los cruceristas a bordo, en detrimento de su estancia en tierra firme y por tanto la reducción de su consumo en el destino local. Hay que destacar que en algunas ocasiones, hay cierta competencia entre los destinos y las navieras, ya que el buque es ya en si mismo un destino o como se ha dicho anteriormente, las mismas navieras compran islas generando un impacto casi nulo en la economía local. Como quiera que fuere, es indudable que el turismo conlleva una transferencia de rentas al destino, aunque también es cierto que una buena parte de los beneficios obtenidos revierte de nuevo a los estados del norte⁹, pues no hay que olvidar que bastantes multinacionales turísticas de países desarrollados, fundamentalmente cadenas hoteleras, touroperadores y compañías aéreas o navieras ostentan el desarrollo turístico de los países en vías de desarrollo (Hernández, J., 2008). Una gran responsabilidad sobre esta situación la tienen la poca participación de agentes locales y la limitada regulación e imposición fiscal (Cuellar, M. y Kido, M.T., 2008). Al fin y al cabo el turismo de cruceros no deja de ser una actividad globalizada en el mar, ya que el Caribe puede funcionar como un laboratorio para entender los efectos de la globalización sobre la economía en general y sobre el mercado laboral en particular (Wood, D., 2002).

⁹ Se refiere a los países desarrollados económicamente.

2.6 Aspectos medioambientales.

Se sostiene por parte de algunos autores que el turismo sostenible es inalcanzable por su capacidad de contaminar y consumir recursos. Este punto de vista ha sido resumido por Glasson (1995) como: *el turismo contiene la semilla de su propia destrucción; el turismo puede matar al turismo, es la destrucción del atractivo ambiental donde van los turistas* (Johnson, D., 2002).

El crecimiento sostenible es fundamental para preservar el ecosistema local y mantener la calidad de los cruceros. Como otras modalidades de transporte, los barcos de cruceros representan una amenaza para el medioambiente. No hay que olvidar que el impacto del turismo de cruceros no sólo se refiere al tráfico de buques, según un estudio de British Airways, hay varios tipos de impactos ambientales como resultado de esta actividad. Estos impactos van asociados al “ciclo de vida” de un producto turístico, en este caso, del turismo de cruceros. (Johnson, D., 2002). A continuación se explican brevemente los tipos de impactos ambientales de los cruceros:

- Impactos de infraestructura como la construcción de buques, las terminales de pasajeros, diques... Estas infraestructuras modifican el ambiente natural ya que implican una pérdida de hábitat natural, la explotación de materiales para su construcción y los cambios del oleaje costero local como también cambios en los patrones de sedimento.
- Impactos operacionales que implican el uso de la energía y como resultado la contaminación del agua y del aire lo que provoca impactos sobre el medio ambiente. Se calcula que el crucero turístico consume como término medio un volumen de combustible equivalente al de 12.000 automóviles. Por tanto en un crucero de 3.000 turistas, la cuota para cada uno de ellos equivaldría a 4 automóviles. Semejantes consumos suponen, lógicamente que se cuadripliquen las tasas medias de emisión CO₂ por pasajero respecto del automóvil. Pero además las emisiones atmosféricas se ven incrementadas por otras fuentes no relacionadas con la combustión energética como es el caso de las emisiones de cenizas, humos tóxicos producidos por la incineración de los residuos producidos a bordo (Martínez, R., Seguí J.M. y Petrus, J.M., 2011) y como también la emisión de aguas negras y grises, la generación de residuos o el deterioro de los arrecifes (Hernández, J., 2008).

- Distribución de los impactos asociados con los viajes de los turistas y la logística de suministro de un barco de cruceros. Los impactos asociados con la transferencia de personas desde los puntos de partida y de destino, como también la consideración de carga ambiental y capacidad de los destinos.

- Los impactos culturales que provocan los turistas ricos y el hacinamiento que plantea el gran número de visitantes en un destino, junto con las presiones sobre el medioambiente, incluyendo por ejemplo, el consumo de agua, uso de productos químicos, los impactos de la recreación, etc.

- Impactos de residuos incluyendo los relacionados con la Organización Marítima Internacional y la Convención Internacional para la Prevención de la Contaminación por los Buques. Algunos impactos son los que se derivan de los aceites, la basura, de aguas residuales, plásticos y sustancias peligrosas. Según Uebersax (1996) el crucero promedio produce 1 Kg. de desechos combustibles, 0,5 Kg. de residuos de alimentos y 1 Kg. de vidrio y desechos por persona y día. Pruebas presentadas por *Network to the USA*, en el año 2000 indican que un crucero típico puede generar 1.000.000 litros de aguas grises en un viaje de 1 semana, así como cantidades significativas de sustancias químicas peligrosas.

Por eso se han creado regulaciones medioambientales que rigen a nivel internacional, con el objetivo de disminuir el daño a los mares y fondos marinos, incluyendo la flora y fauna. Una de las instituciones más importantes para regular las actividades en el medio marino es la *Ocean Conservation and Tourism Alliance* (OCTA, creada en el 2003).

Por otro lado, la Organización Marítima Internacional (OMI) se ocupa de los aspectos medioambientales de los buques en sus travesías. Su instrumento fundamental es el *Convenio Internacional para Prevenir la Contaminación por los Buques* (MARPOL, creado en 1973).

Otro tipo de amenaza medioambiental es la saturación del tráfico marino, sobretudo en espacios de gran riqueza biológica. Por eso se han determinado las

Particular Sensitive Sea Areas (PSSA, creado por la OMI en 2005) por las que el tráfico está restringido. Algunas de las zonas designadas PSSA son:

- La Gran Barrera de Arrecifes de Coral, Australia (desde el 1990).
- Archipiélago sabana-Camagüey, Cuba (desde el 1997).
- Isla Malpelo, Colombia (2002).
- Mar alrededor de los Cayos de Florida, EEUU (desde el 2002).
- Wadden Sea, Dinamarca, Alemania y Holanda (desde el 2002).
- Reserva Nacional de Paracas, Perú (desde el 2003).
- Islas Canarias, España (desde el 2005).
- Archipiélago Galápagos, Ecuador (desde el 2005).

En el caso los cruceros realizados en la Antártida, hay que destacar la estricta protección medioambiental que allí existe, dónde todas las actividades realizadas deban ser reguladas por el Tratado Antártico de 1959 y por el sistema de regulaciones antárticas.

A pesar de todo, son casi continuas las sanciones millonarias a los buques por el incumplimiento de dichas normas, sin embargo algunos impactos no tienen compensación económica millonaria que los pueda reparar.

2.7. Algunas reflexiones.

Según la Organización Mundial del Turismo, el turismo de cruceros seguirá con las siguientes tendencias generales en el futuro inmediato:

Constante Innovación: el negocio de los cruceros está determinado por un crecimiento de la oferta, que provoca un crecimiento de la demanda, por tanto beneficios que dan como resultado aumentar la oferta. Esto es posible gracias a la innovación, tanto de los buques como de las actividades en los destinos. Por otro lado, un aumento del tráfico de cruceros supone un aumento de sus externalidades negativas agravando el impacto ambiental que ya existe en la actualidad.

Negocio más mundial: se pretende contagiar mundialmente la experiencia norteamericana de los cruceros y que la demanda alcance a todas las capas de la población gracias a los cruceros *low cost*. Se pretende democratizar el transporte y por consiguiente el turismo, con ello los viajes en cruceros se acercan cada vez más a su plena inserción dentro del denominado turismo de masas. (Hernández, J., 2008). Un crucero *low cost* se caracteriza por ofrecer cruceros a precios bajos dónde se han eliminado los gastos innecesarios que se les cobraba a los clientes y que al final van a repercutir en el precio final. Un ejemplo sería *Easy Cruise*, el cual oferta cruceros de bajo coste pensando en los viajeros de 20 a 40 años, esta compañía más que democratizar los cruceros, los destina a una nueva demanda más joven que no se mostraba incentivada a viajar debido a los altos precios tradicionales. Según Hernández (2008) un 42% de la nueva demanda aérea de bajo coste no viajaba con anterioridad, por tanto el *low cost* ha creado un nuevo mercado que antes no se encontraba incentivado a viajar en avión. En cambio Ramos (2008) explica que los vuelos *low cost* no implican que haya más población que viaje ya que son económicamente más asequibles, sino que las personas que ya en si viajan, viajan más y estas suelen tener una posición económica acomodada. Por otro lado se pretende que haya un aumento de destinos en el mundo para aumentar la oferta del turismo de cruceros.

Buques cada vez más grandes: como se ha indicado anteriormente, la evolución de los buques es que cada vez estos son más grandes y así pueden transportar más viajeros. Al ser más grandes pueden ofrecer más actividades de ocio así como golf, parques acuáticos, cines etc. Con la creación de buques más grandes, se necesitan infraestructuras más grandes que suponen un impacto ambiental y paisajístico en los puertos.

Sostener el crecimiento de la demanda: el turismo de cruceros está actualmente en fase de expansión. Según estudios de la Organización Mundial del Turismo para el 2020 se estima un crecimiento de los viajes de cruceros. Existe una gran demanda potencial de este tipo de actividad que se verá beneficiada por la bajada de los precios. La disminución de los precios es consecuencia de la inestabilidad de la economía, fuertemente influenciada por el precio del petróleo, por tanto, se pronostica que las mejores ofertas serán en los barcos más antiguos y no en los modelos más nuevos y más grandes, ya que estos últimos pretenderán recuperar el capital invertido elevando sus

tarifas y destinando su producto a una población más pudiente. Ante tales pronósticos, las grandes corporaciones navieras han decidido aumentar su flota y desde el 2008 hasta el 2012 serán construidos 42 barcos de cruceros.

Sostener el poder de las navieras: el 80% de los cruceros del mundo están controlados por las *Big Three*, que ponen grandes barreras de entrada para otras compañías. Como consecuencia, un importante grupo de operadores pequeños está explotando el llamado crucerismo especializado que tiende a la tematización de los viajes y la explotación de segmentos más especializados.

Creciente regulación del sector: al tratarse de un negocio que por su propia esencia está deslocalizado, la normativa que se aplica a este negocio viene fundamentalmente de dos fuentes: una nacional (el estado de la bandera del buque) y otra internacional (regulaciones de los distintos órganos internacionales como OMI, el Derecho Marítimo Internacional y los tratados bilaterales entre Estados). La elección de la bandera resulta determinante para el éxito comercial de la explotación del buque. Consecuentemente se emplean los pabellones de conveniencia, por ejemplo, Seabourn y RCCL inscriben a sus cruceros en el Registro Internacional de Noruega, Bahamas o Liberia, mientras que Carnival lo hace en Panamá y Holland America Line en las Antillas holandesas, de esta forma reducen los costos operativos y evitan regulaciones estrictas en cuanto a seguridad o tasas fiscales. Al final obtenemos que un 23,7% de la flota total de cruceros está registrada en Panamá, un 23,3% en Liberia y un 22,3% en Bahamas.

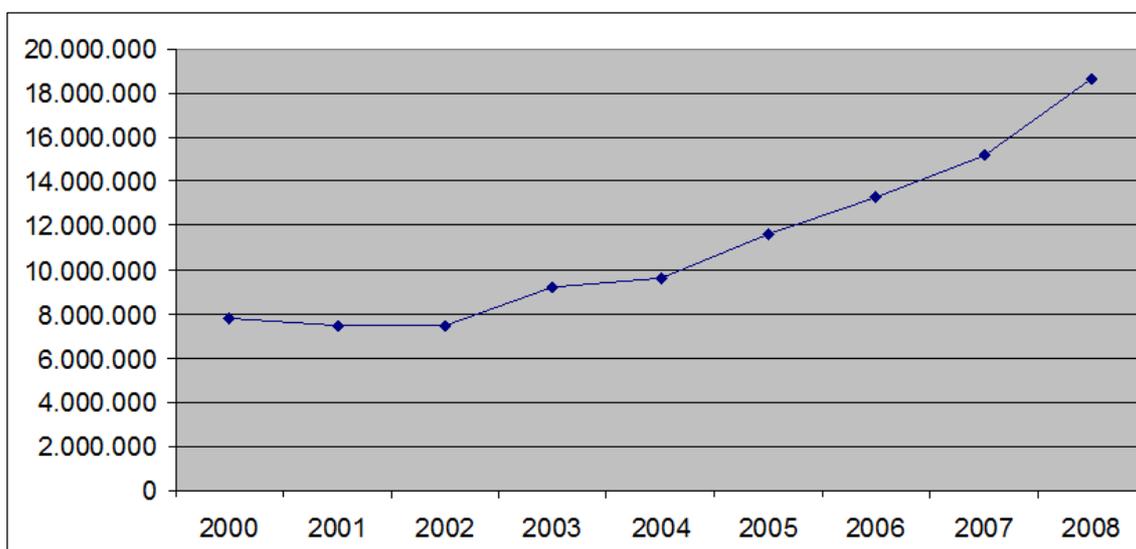
Sostenibilidad medioambiental: como otras modalidades del tráfico marítimo, los barcos de cruceros representan una amenaza para el medio ambiente. Por eso es necesario que cumplan con todas las normativas internacionales y nacionales.

Seguridad del pasaje y las operaciones: desde los atentados del 11 de setiembre, ha habido un aumento en la seguridad del pasaje y de los puertos de los destinos. Por eso existen una serie de protocolos de seguridad, tanto de pasajeros, equipaje, buques, puertos y operaciones que tienen que llevarse a cabo.

3. EL TURISMO DE CRUCEROS EN LA REGIÓN MEDITERRÁNEA.

El turismo de cruceros en el Mediterráneo ha crecido notablemente en la última década llegando en 2008 a 18,5 millones de cruceristas (ver Figura 9) que suponen algo más de un 7% del turismo total. A falta de datos hasta 2010, podemos intuir que este fenómeno ha ido aumentando debido a la tendencia creciente que presenta esta tipología de turismo a escala global aunque debamos meter algunos interrogantes debidos a la crisis económica generalizada en Europa.

Figura 9. Evolución del tráfico de pasajeros en el Mediterráneo.



Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias mediterráneas. Elaboración propia.

Como hemos observado anteriormente, el turismo de cruceros está muy estacionalizado, sobretodo en el Mediterráneo (ver Figura 8) dónde entre los meses de Mayo y Octubre concentra el máximo número de cruceristas con un 30% en relación al mercado global, mientras que el mínimo se sitúa entre los meses de diciembre y febrero con un 5%.

Hay que destacar cuatro hechos fundamentales para el desarrollo del turismo de cruceros en el Mediterráneo¹⁰:

¹⁰ Organización Mundial del Turismo. *Turismo de cruceros. Situación actual y tendencia, 2008.*

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

No hay que olvidar que la zona mediterránea tiene tres países líderes en turismo mundial como son Francia, España e Italia. Este hecho repercute también en que sea la segunda región con más cruceristas del mundo.

3.1 Principales puertos de cruceros.

En este apartado se pretende analizar y comparar los principales puertos mediterráneos a partir de la información estadística conseguida de las autoridades portuarias y de la organización Medcruise.

En la Tabla 6 se muestra el tráfico de pasajeros de cruceros por país, puerto y año¹¹. Esta tabla está organizada en tres tipos de columnas: la primera se refiere al país, en la que se ordenan de mayor a menor importancia los países mediterráneos en relación al total de tráfico de cruceros que han obtenido en 2008. La segunda columna se refiere a los puertos mediterráneos más importantes y estos también se presentan ordenados según el tráfico de cruceristas en 2008. Por último, las siguientes columnas son los datos anuales de cada puerto. Todas las columnas referentes a un año tienen 10 cifras en “negrita”, esto significa que para ese año, ese puerto está entre los 10 puertos con más cruceristas del Mediterráneo. Los puertos que durante los 10 años siempre han estado en

¹¹ No se ha podido obtener información anual de todos los puertos por tanto las conclusiones dependen de los datos obtenidos. Por otro lado tampoco se tendrán en cuenta los datos del 2009 y del 2010 ya que la información no es suficiente para realizar conclusiones objetivas.

el ranking son: Barcelona, Civitavecchia, Palma, Nápoles, Venecia, el Pireo y los que forman la Riviera Francesa. Lo que se traduce en que los países con más cruceristas están situados en el noroeste y centro del mar Mediterráneo.

Por último destacar que algunos destinos no ofrecen la información estadística de sus puertos por separado, si no en su conjunto, por eso sus cifras pueden ser más elevadas que en la realidad. Por ejemplo en el caso de Chipre, no podemos obtener los datos de tráfico de pasajeros de Larnaka y Limassol por separado, sino que se presentan juntos. Otros ejemplos serian Egipto, Marruecos, la Riviera Francesa y las Illes Balears¹².

Tabla 6. Tráfico de cruceristas en el Mediterráneo (2000-2008).

¹² El tráfico de cruceros del puerto de Palma representa el 88% del total de puertos de las Illes Balears.

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
País	Puerto											
Italia	Civitavecchia	392.103	477.579	487.000	559.942	659.277	983.171	1.268.470	1.586.101	1.818.616		
	Nápoles	405.639	469.632	485.702	613.609	773.223	830.158	971.874	1.151.345	1.237.078		
	Venecia	337.475	526.436	507.547	689.836	677.617	815.153	885.664	1.003.529	1.215.088	1.420.980	1.617.011
	Livorno	229.024	263.657	297.748	363.883	387.379	462.383	607.848	713.114	849.050	795.313	
	Savona	120.071	109.633	105.438	195.303	530.057	632.895	592.038	761.002	770.801		
	Génova	470.974	471.245	567.506	615.800	310.000	362.557	473.333	520.197	547.905	671.468	
	Palermo	157.092	181.102	197.434	206.804	193.197	329.859	320.632	471.395	538.721		
	Bari	106.789	145.781	203.512	213.984	262.888	277.979	303.338	351.897	465.739	567.885	507.714
	Messina	126.023	112.675	145.647	242.201	219.619	231.244	253.462	293.296	337.117	253.199	374.441
	Cagliari	39.491	16.607	20.221	47.389	47.000	35.423	24.072	63.638	89.871	112.149	
	Trieste			13.370	13.363	11.647	15.361	39.629	54.755	87.740	6.430	
	La Spezia			15.296	25.797	24.876	36.004	62.088	79.355	49.656	31.021	44.874
	Portoferraio	27.684	26.302	27.948	23.162	22.797	19.830	26.844	25.976	21.502		
Ravenna	1.027	2.557	2.917	47.846	15.000	13.000	5.000	7.000	8.867	10.328		
España	Barcelona	576.648	652.800	834.659	1.049.230	1.021.405	1.224.575	1.402.643	1.765.838	2.073.890	2.151.465	2.347.976
	Illes Balears (88% Palma)	622.663	640.078	774.423	921.054	886.474	1.056.675	1.060.060	1.219.886	1.314.090	1.239.027	1.542.944
	Málaga	134.249	127.689	162.803	200.202	209.149	204.535	222.280	292.567	352.993	487.955	659.123
	Gibraltar	133.059	118.628	116.918	214.582	162.780	188.810	210.799	275.993	308.989	348.199	305.161
	Valencia	10.219	10.804	48.481	58.220	105.461	106.724	88.170	179.209	199.335	184.909	253.743
	Alicante	20.145	34.353	25.999	44.877	48.443	37.053	51.868	72.063	82.487	96.615	
	Almeria	11.186	11.184	12.402	14.510	35.885	43.624	29.801	36.439	60.695	38.903	
	Cartagena	16.817	16.415	15.040	12.423	18.401	29.073	29.337	39.898	34.985		
España	Ceuta	5.309	6.255	4.716	6.388	6.487	5.339	1.832	6.654	16.861		
Francia	Riviera Francesa (Cannes, Niza & Villefranche)	300.778	349.957	402.270	460.356	450.571	494.577	625.016	559.411	762.092		
	Marsella									539.000	622.000	681.000

	Sète	16.441	8.482	8.016	9.909	9.624	18.290	25.268	4.417	7.926		
	Toulon St Tropez	1.869	954	5.733	1.727	5.444	11.719	1.273	4.639	2.847		
	Dubrovnik	126.841	205.095	254.902	395.342	457.334	510.641	603.047	677.769	848.527	845.603	920.000
	División	437	6.765	23.366	46.105	34.134	47.315	46.999	99.281	124.525		
	Zadar				7.000	9.000	13.200	19.937	24.813	24.231		
	Rijeka						5.292	9.548		14.676		
	Sibenik							4.767	5.253	10.516		
	Pireo	508.107	525.351	387.697	452.506	407.723	502.308	771.241		771.241		
	Volos	25.620	26.582	75.633	9.978	11.542	10.853	23.804	25.351	35.655		
	La Goulette	185.656	234.471		330.448	448.960	563.993	600.000	721.592	694.829		
	Estambul			110.715	190.658	152.836	231.248	331.213	422.896	532.302	485.570	489.632
	Alanya	21.682	48.452	36.845	30.737	55.593	70.190	80.396	93.937	56.734	50.973	
	La Valetta	173.992	273.500	357.398	389.361	291.821	320.263	408.264	489.532	556.841	441.991	493.748
	Aleandría, Suez, Said & Sharm El Sheikh	1.390.332	530.686			129.808	159.828	155.700	413.046	413.046		
	Larnaka & Limassol	824.096	562.936	398.049	386.318	378.580	384.670	448.815	427.408	376.706	322.034	380.278
	Mónaco	75.933	71.511	56.002	80.003	124.309	133.110	180.982	184.117	231.639		
	Casablanca, Tánger & Agadir	213.581	227.226	242.883			148.377			148.377		
	Latakia			5.492	6.776	16.425	27.939	23.676	10.890	21.661		
	Koper						1.100	1.614	25.580	15.246		

Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

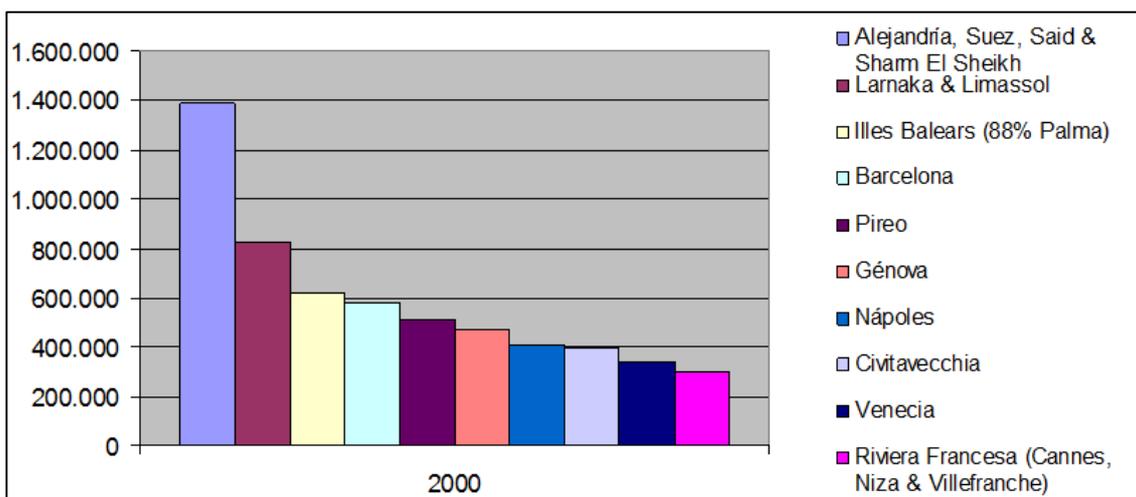
(*) Las cifras en rojo representan los últimos datos de cada puerto para sustituir la falta de datos del 2008, seguramente deberían ser cifras superiores.

(**)Por último las casillas vacías es por falta de datos.

El país más importante en cruceristas es Italia (ver Tabla 6), ya que es el que tiene más puertos en el mediterráneo con tráfico de cruceros, donde Civitavecchia es el segundo puerto más destacado de la región. En segundo lugar se encuentra España, la cual tiene menos puertos dónde atracan cruceros en la vertiente mediterránea que Italia, pero dos de ellos ocupan el primer y tercer lugar en el ranking de 2008, como es el caso de Barcelona y Palma. En tercera posición está Francia, país líder mundial en turistas, seguido muy de cerca de Croacia, donde Dubrovnik es el cuarto principal puerto en cruceros del Mediterráneo.

A continuación se presentan 8 figuras, una por cada año con los 10 puertos más importantes según los datos obtenidos, no hay que olvidar que algunos representan la suma de varios puertos.

Figura 10. Principales puertos mediterráneos en tráfico de cruceristas en el 2000.



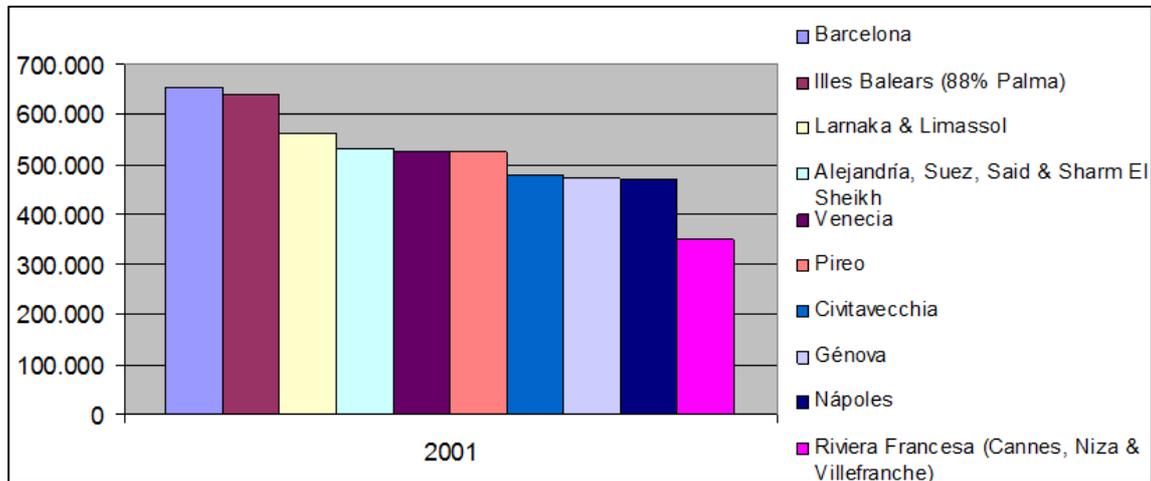
Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

En el año 2000, los puertos de Egipto en su conjunto tienen un alto tráfico de cruceristas en relación al resto de puertos mediterráneos. Se desconoce la causa de esta gran diferencia, por un lado los datos estadísticos de los países en vías de desarrollo suelen ser dudosos y este dato podría estar equivocado. Por otro lado, el terrorismo y los conflictos políticos pueden haber influido en los cruceristas y por esta causa el tráfico en Egipto disminuye bruscamente en años posteriores. En segundo lugar se encuentran los puertos de Larnaka y Limassol, los cuales supuestamente están en este segundo lugar

por sumar ambos sus cruceristas. En tercer lugar se sitúa el puerto de Palma¹³ el cual supera por último año al puerto de Barcelona.

Figura 11. Principales puertos mediterráneos en tráfico de cruceristas en el 2001.



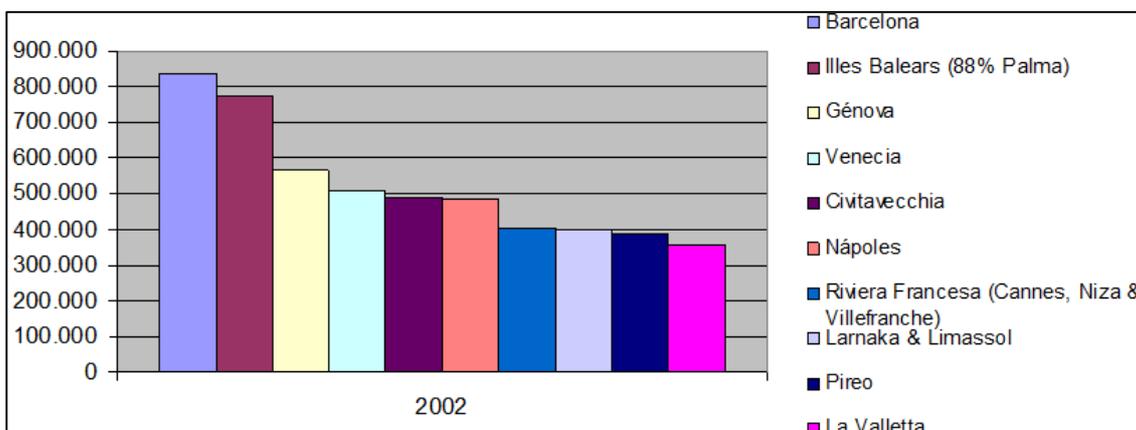
Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

En el 2001, los puertos de Egipto y de Chipre pierden peso, sobretodo los de Egipto, que disminuyen su tráfico a más de la mitad. Por otro lado, Barcelona aumenta su número de cruceristas y se adelanta al puerto de Palma, poniéndose en primer lugar de la lista donde como observaremos en los siguientes años, ningún puerto lo va a superar. Por último decir que en el 2001 se mantienen los mismos puertos en el ranking que en el 2000.

¹³ Nos referiremos al puerto de Palma, en vez de puertos de las Illes Balears, ya que su peso en cruceristas es del 88%.

Figura 12. Principales puertos mediterráneos en tráfico de cruceristas en el 2002.

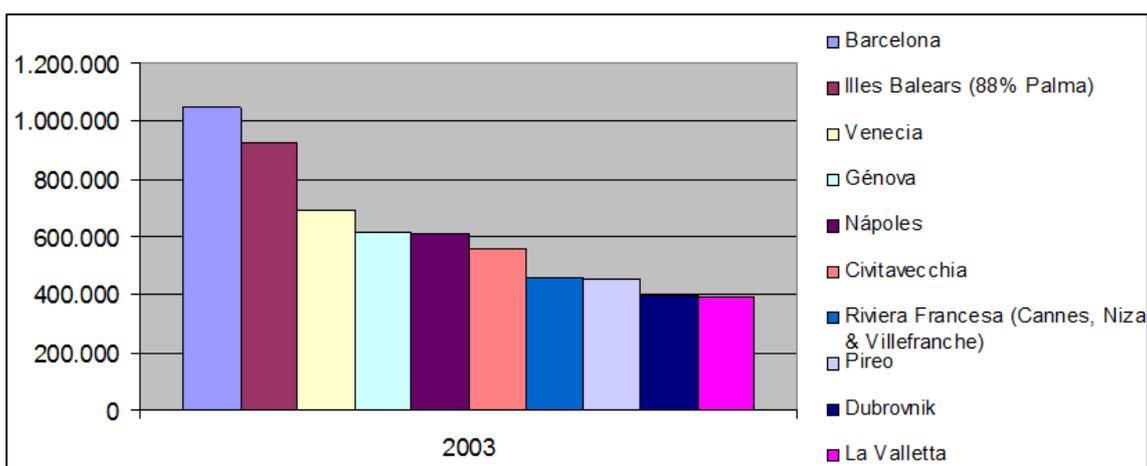


Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

En este año los puertos de Egipto ya no están situados en el ranking, mientras que el resto se mantienen y se añade La Valleta (Malta). Barcelona y Palma siguen en los primeros puestos, en cambio Larnaka y Limassol pierden peso pasando de una tercera posición en 2001 a la cola del ranking. En tercer lugar aunque alejado de Barcelona y Palma se sitúa el puerto de Génova. Por último destacar la subida en el ranking del puerto de Nápoles.

Figura 13. Principales puertos mediterráneos en tráfico de cruceristas en el 2003.



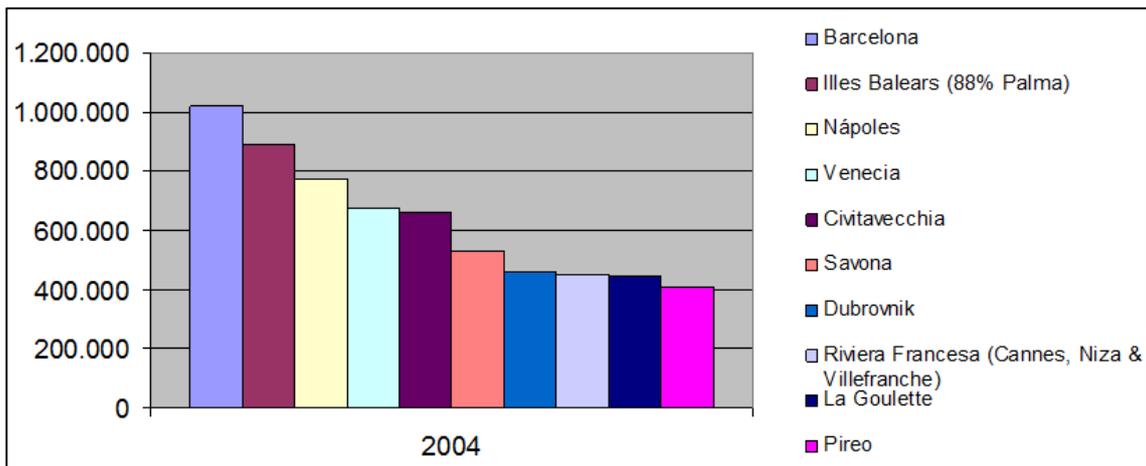
Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

En el año 2003 desaparecen del ranking los puertos de Chipre y se añade el puerto de Dubrovnik. El resto de puertos se mantienen como también el liderazgo de

Barcelona. Le sigue el puerto de Palma y Venecia se sitúa en tercera posición superando al puerto de Génova. Hay que destacar que cada vez hay más diferencia entre los primeros puertos, sobretodo entre el segundo puesto y el tercero, como también el espectacular avance del puerto de Nápoles que ya se sitúa en quinto lugar.

Figura 14. Principales puertos mediterráneos en tráfico de cruceristas en el 2004.

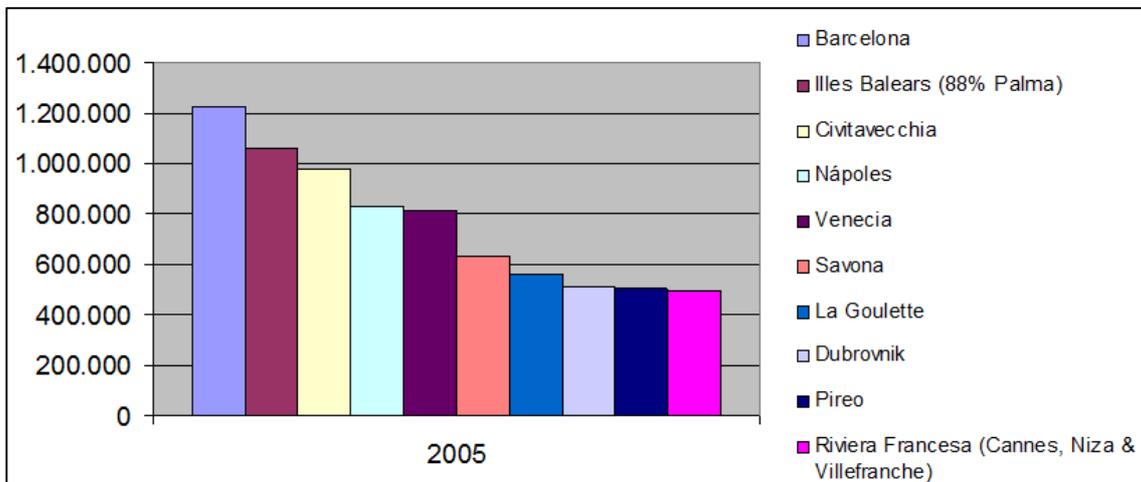


Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

Entre el año 2003 y 2004 se produce una variación en el ranking, el puerto de Génova y la Valletta desaparecen para dar paso al puerto de Savona y la Goulette. El liderazgo sigue estando en manos del puerto de Barcelona, seguido de las Illes Balears, y en tercer lugar se sitúa Nápoles que desplaza a un cuarto lugar al puerto de Venecia. Hay que destacar que en apenas unos años, Nápoles ha pasado de situarse en la cola del ranking a los primeros puestos.

Figura 15. Principales puertos mediterráneos en tráfico de cruceristas en el 2005.

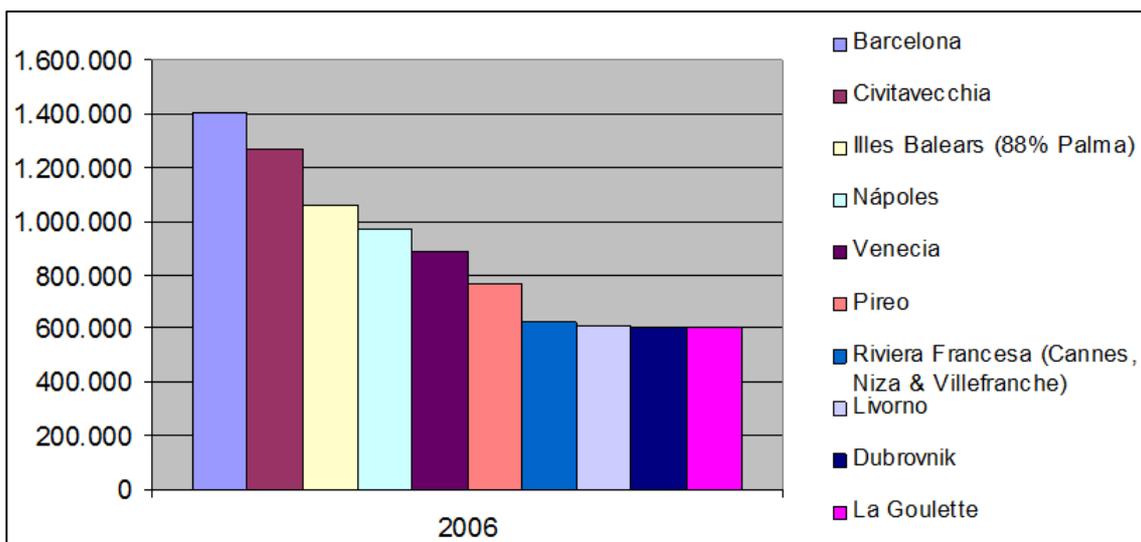


Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

En el 2005 no hay ninguna variación en el ranking. El puerto de Barcelona despunta del resto y en tercer lugar se sitúa Civitavecchia, seguido a cierta distancia del puerto de Nápoles y Venecia. Por otro lado, el puerto de la Goulette, en Túnez, sube dos puestos en el ranking, mientras que los puertos de la Riviera Francesa bajan a la cola.

Figura 16. Principales puertos mediterráneos en tráfico de cruceristas en el 2006.

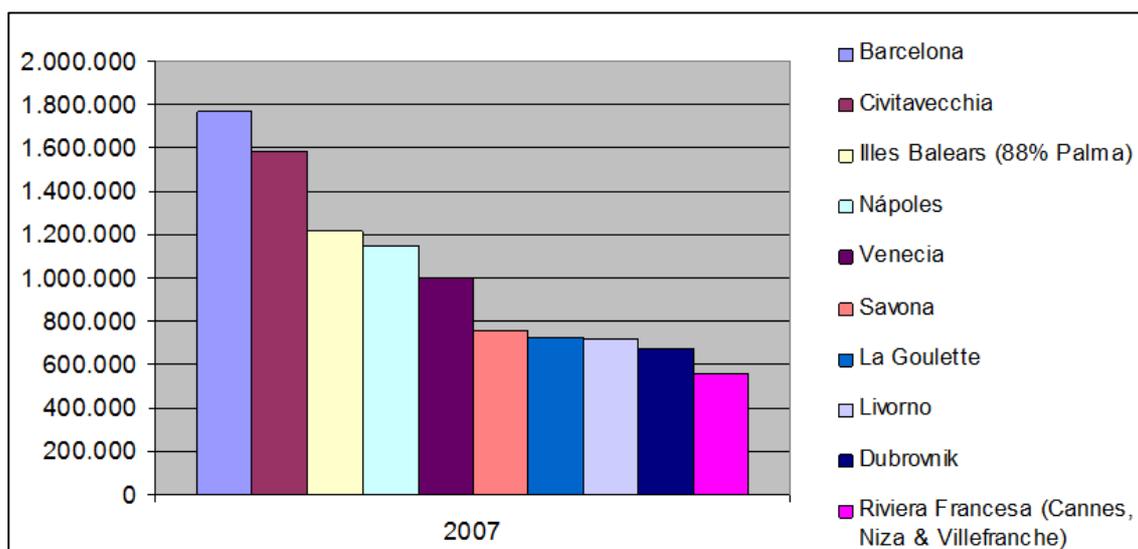


Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

En el año 2006, se da un cambio en el ranking ya que el puerto de Savona desaparece y se añade el puerto de Livorno. Por otro lado, el puerto de Palma por primera vez deja su segundo lugar en el ranking para situarse en un tercer puesto por detrás de Civitavecchia. Destacar además que aumenta la diferencia entre las primeras posiciones como también la recuperación de los puertos de la Riviera Francesa y la caída de la Goulette.

Figura 17. Principales puertos mediterráneos en tráfico de cruceristas en el 2007.

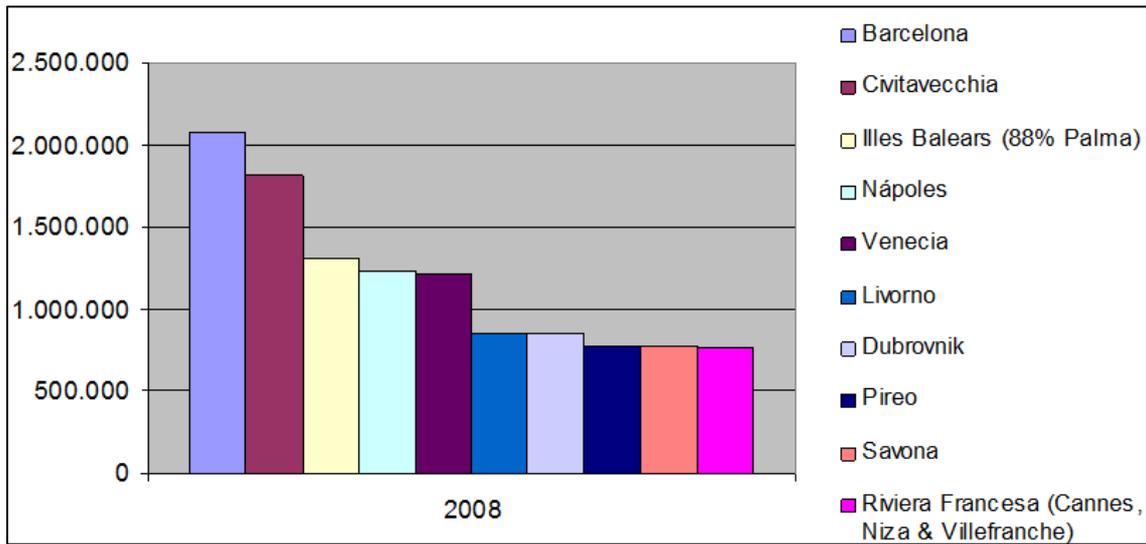


Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

En el año 2007 desaparece del ranking el puerto del Pireo y se añade nuevamente el puerto de Savona. Por otro lado el puerto de Barcelona y el de Civitavecchia se sitúan a bastante diferencia del resto.

Figura 18. Principales puertos mediterráneos en tráfico de cruceristas en el 2008.



Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

En el 2008 desaparece del ranking el puerto de La Goulette para dar paso al puerto del Pireo. Los primeros puestos se mantienen, aunque ha crecido la diferencia entre el puerto de Civitavecchia y Palma. El puerto de Livorno y Dubrovnik se recuperan mientras que baja a la cola el puerto de Savona.

Los 10 países que más han crecido en tráfico de cruceristas de la región mediterránea entre el año 2000 y el 2008 son: Croacia, España, Italia y Turquía (ver Tabla 7). El puerto de División (Croacia) ha tenido un aumento del 28.495%, ya que ha pasado de 437 cruceristas en el 2000 a 124.525 cruceristas en el 2008. Le sigue muy de lejos el puerto español de Valencia, con un crecimiento de 1.951%, mientras que en tercer lugar se sitúa el puerto de Ravenna (Italia), que aunque no tiene un gran número de cruceristas, presenta un importante crecimiento de un 863%. A menos distancia les siguen el resto de puertos con crecimientos comprendidos entre los 436% y 669%. En general, los puertos que presentan un mayor crecimiento en cruceristas en estos 8 años no suelen ser los principales puertos en cruceros, excepto Civitavecchia, Dubrovnik y Estambul. Por otro lado, hay puertos que presentan una disminución importante durante este periodo como son los de Egipto y de Chipre, o los de Casablanca, Sète y Portoferraio.

Tabla 7. Puertos mediterráneos con mayor crecimiento en tráfico de cruceristas entre el 2000 y el 2008¹⁴.

Puerto	2000	2000=100	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Crecim.
División	437	100	6.765	23.366	46.105	34.134	47.315	46.999	99.281	124.525	28.495
Valencia	10.219	100	10.804	48.481	58.220	105.461	106.724	88.170	179.209	199.335	1.951
Ravenna	1.027	100	2.557	2.917	47.846	15.000	13.000	5.000	7.000	8.867	863
Dubrovnik	126.841	100	205.095	254.902	395.342	457.334	510.641	603.047	677.769	848.527	669
Trieste		100		13.370	13.363	11.647	15.361	39.629	54.755	87.740	656
Savona	120.071	100	109.633	105.438	195.303	530.057	632.895	592.038	761.002	770.801	642
Almería	11.186	100	11.184	12.402	14.510	35.885	43.624	29.801	36.439	60.695	543
Estambul		100		110.715	190.658	152.836	231.248	331.213	422.896	532.302	481
Civitavecchia	392.103	100	477.579	487.000	559.942	659.277	983.171	1.268.470	1.586.101	1.818.616	464
Bari	106.789	100	145.781	203.512	213.984	262.888	277.979	303.338	351.897	465.739	436

Fuente: MedCruise y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos objeto de este estudio. Elaboración propia.

(*) Gráfica obtenida a partir de los datos de la Tabla 6.

La Tabla 8 contextualiza el tráfico de cruceros con otras variables significativas relacionadas directa o indirectamente con el turismo que nos permiten enfatizar su importancia en estos destinos.

Tabla 8. Análisis estadístico del turismo de cruceros en el Mediterráneo para el año 2008.

¹⁴ Para calcular el crecimiento de los puertos se iguala el tráfico de cruceros para el año 2000 a 100 como número índice.

País	Puerto	Total tráfico pasajeros 2008	% tráfico pasajeros puertos por país	% tráfico pasajeros por total Mediterráneo	% tráfico pasajeros por puertos en relación al Mediter.	Nº Turistas aprox. 2008	Nº Habitantes 2008	PIB \$ 2008	Tasa intens. turística país	Tasa intens. turística cruceros país	Tasa movilidad cruceros país	Nº de cruceristas por nº de turistas
Italia	Civitavecchia	8.037.751	22,63	43,15	9,76	42.700.000	59.619.290	38.639,5	1,40	7,42	0,13	0,19
	Nápoles		15,39		6,64							
	Venecia		15,12		6,52							
	Livorno		10,56		4,56							
	Savona		9,59		4,14							
	Génova		6,82		2,94							
	Palermo		6,70		2,89							
	Bari		5,79		2,50							
	Messina		4,19		1,81							
	Cagliari		1,12		0,48							
	Trieste		1,09		0,47							
	La Spezia		0,62		0,27							
	Portoferraio		0,27		0,12							
	Ravenna		0,11		0,05							
España	Barcelona	4.444.325	46,66	23,86	11,13	57.200.000	45.283.259	36.061,0	0,79	10,19	0,10	0,08
	Illes Balears (88% Palma)		29,57		7,05							
	Málaga		7,94		1,89							
	Gibraltar		6,95		1,66							
	Valencia		4,49		1,07							
	Alicante		1,86		0,44							
	Almería		1,37		0,33							
	Cartagena		0,79		0,19							

	Ceuta		0,38		0,09							
Francia	Riviera Francesa (Cannes, Niza & Villefranche)	1.311.865	58,09	7,04	4,09	79.200.000	64.007.193	44.675,0	0,81	48,79	0,02	0,02
	Marsella		41,09		2,89							
	Séte		0,60		0,04							
	Toulon St Tropez		0,22		0,02							
Croacia	Dubrovnik	1.022.475	82,99	5,49	4,55	9.400.000	4.436.401	15.677,2	0,47	4,34	0,23	0,11
	División		12,18		0,67							
	Zadar		2,37		0,13							
	Rijeka		1,44		0,08							
	Sibenik		1,03		0,06							
Grecia	Pireo	806.896	95,58	4,33	4,14	15.900.000	11.213.785	31.954,0	0,71	13,90	0,07	0,05
	Volos		4,42		0,19							
Túnez	La Goulette	694.829		3,73	3,73	7.000.000	10.175.014	3.875,9	1,45	14,64	0,07	0,10
Turquía	Estambul	589.036	90,37	3,16	2,86	25.000.000	70.586.256	10.031,2	2,823450	119,8335	0,02	0,0235614
	Alanya		9,63		0,30			0	2	18		
Malta	La Valletta	556.861		2,99	2,99	1.291.000	410.290	20.254,3	0,32	0,74	1,36	0,43
Egipto	Alejandro, Suez, Said & Sharm El Sheikh	413.046		2,22	2,22	12.300.000	80.082.869	2.030,6	6,51	193,884	0,005	0,034
Chipre	Larnaka & Limassol	376.706		2,02	2,02	2.404.000	789.269	31.550,9	0,33	2,10	0,48	0,16
Mónaco	Mónaco	190.000		1,02	1,24	324.000	3.535.200	211.500,6	10,91	18,61	0,05	0,59
Marruecos	Casablanca, Tánger & Agadir	148.377		0,80	0,80	7.900.000	31.759.000	2.739,7	4,02	214,043	0,005	0,019
Siria	Latakia	21.661		0,12	0,12	5.430.000	19.405.000	2.572,3	3,57	895,850	0,001	0,004
Eslovenia	Koper	15.246		0,08	0,08	1.771.000	2.010.269	26.987,5	1,14	131,856	0,008	0,009

Fuente: MedCruise, INE, Eurostat y las diferentes webs oficiales de las autoridades portuarias de los puertos mediterráneos. Elaboración propia.

(*) El puerto de Gibraltar se ha tenido en cuenta como un puerto Español ya que los turistas no sólo visitan Gibraltar.

(**) El PIB está en unidades de dólares estadounidenses a precios corrientes.

El país mediterráneo con más peso en cruceristas de toda la región es Italia con un 45%. Le sigue de bastante lejos España, con un 23%, un poco más de la mitad de cruceristas que tiene Italia. Como anteriormente se ha comentado, Italia además de ser uno de los países con más turistas del mundo por su belleza en paisajes y su valor cultural, tiene más puertos en el Mediterráneo que España. A este factor le debe el primer puesto como país con más tráfico de cruceristas. España está en segundo lugar pero tiene al principal puerto de cruceros que como se ha dicho anteriormente es Barcelona y al tercero que es Palma. Francia tiene un 7% del total de cruceristas en la región y por eso se sitúa en un tercer lugar, seguido de Croacia con un 5,5%. Hay que decir que el puerto de Dubrovnik es más importante que cualquier puerto de Francia y que muchos de España e Italia, pero el peso total de Croacia en cruceristas es menor.

En lo que se refiere al porcentaje de cruceristas de los diferentes puertos en el interior de cada país y en relación a la región, en el caso de Italia los puertos con más peso en relación a su país son Civitavecchia, Nápoles y Venecia. Los dos últimos con porcentajes parecidos y a suficiente distancia del primero, el cual supone el 9,76% del total de la región mediterránea. En España, el puerto de Barcelona supone casi un 50% del peso en cruceristas en relación al país y un 11% en relación a toda la región, seguido a distancia de Palma con casi el 30% del tráfico de España y el 7% del Mediterráneo. El 58% del peso en cruceristas de Francia es para el conjunto de puertos que forman la Riviera Francesa, seguidos de Marsella con un 41%, que suponen el 4% y el 2,9% respectivamente en relación al Mediterráneo. Como la Riviera Francesa la constituyen un conjunto de puertos, podemos afirmar que el puerto con más peso en cruceristas de Francia es Marsella. En el caso de Croacia, el 83% del peso en cruceristas lo concentra el puerto de Dubrovnik, que en relación a toda la región supone un 4,55%. Finalmente en el caso de Grecia, el Pireo concentra el 95% del peso en cruceristas que para el resto del Mediterráneo supone un 4,14%. El resto de países juegan un papel menor.

Existe cierta correlación entre los países más turísticos con los más crucerísticos de la región mediterránea, aunque no mantienen las mismas posiciones en los dos rankings. Mientras que Francia es el primer país en turismo, ocupa el tercer lugar en turismo de cruceros ya que cuenta con pocos puertos con tráfico de cruceros, además de que sus principales focos de turismo no son costeros. Por otro lado, Italia que es el primer país en cruceristas del Mediterráneo, es el tercer país con más turistas de la región. En cambio, España se mantiene en un segundo lugar en los dos rankings.

Finalmente el cuarto país con más turistas es Turquía pero a nivel de cruceristas está situado en séptimo lugar en el ranking.

Además también hay una correlación entre el PIB¹⁵ del país y la cantidad de turistas o de cruceristas que tiene, menos el caso de Mónaco que tiene el PIB más elevado de todos los países de la región y tasas bajas en turistas y cruceristas. También destacar aquellos países en proceso de desarrollo que tienen el PIB muy bajo y en cambio tienen cierto número de turistas, como Siria, Túnez, Egipto y Marruecos.

Por otro lado se ha calculado la tasa de intensidad turística¹⁶ general y **la tasa de intensidad turística** de cruceros¹⁷, la cual nos indica cuantos residentes hay por cada turista o crucerista, de esta manera obtenemos un indicador para saber cual es la intensidad turística o de cruceros de un lugar. Como es lógico, en los países analizados hay más turistas por residentes que cruceristas por residentes, ya que los cruceristas suponen un 7% del turismo en general en el Mediterráneo. En el caso de Francia, España y Grecia la relación entre turistas y residentes es casi 1 a 1, en cambio hay muchos más residentes por cada crucerista. Esta diferencia entre las tasas, se debe a que a pesar de ser países con muchos cruceristas, tienen una gran tradición turística no sólo en sus costas sino también en el interior del país¹⁸. Sin embargo, los países islámicos presentan muchos más residentes por cruceristas que por turistas, por lo que entendemos que el turismo de cruceros no es muy intenso. Un ejemplo sería Siria, que por cada turista hay 3,57 residentes y por cada crucerista hay 895 residentes. La causa de este hecho podría ser la inseguridad y la inestabilidad política, una falta de infraestructuras y de mano de obra calificada. En cambio, hay otros países con estas tasas más próximas, es decir, que para cada turista o crucerista, aproximadamente hay el mismo número de residentes. Es el caso de Malta o Chipre, donde el primero tiene por cada turista 0,32 residentes y por cada crucerista 0,74 residentes. Estos países se caracterizan por ser islas por lo que el tráfico marítimo y en este caso de cruceros es importante y por no tener un gran porcentaje de turistas como Francia, Italia o España.

También se ha calculado la **tasa de movilidad**¹⁹ de cruceros por país que nos indica el número de cruceristas por habitante. El país que tiene más cruceristas por habitante es Malta ya que por cada residente tiene 1,36 cruceristas, le sigue Chipre con

¹⁵ El PIB está en unidades de dólares estadounidenses a precios corrientes.

¹⁶ $I_t = N^{\circ} \text{ total de residentes} / N^{\circ} \text{ total de turistas}$

¹⁷ $I_c = N^{\circ} \text{ total de residentes} / N^{\circ} \text{ total de cruceristas}$

¹⁸ Paris, para Francia. Madrid para España.

¹⁹ Tasa de movilidad de cruceros = $N^{\circ} \text{ total de cruceristas} / N^{\circ} \text{ total de residentes}$.

0,48 cruceristas por cada residente y Croacia con 0,23 cruceristas por cada residente. Los países mediterráneos del norte de África y de Oriente Próximo, tienen las tasas más bajas de cruceristas por residente, como ya podíamos predecir a partir de las tasas anteriores. Por otro lado, países como Italia y España a pesar de tener muchos cruceristas, el hecho de ser países muy poblados hace que el peso de los cruceristas en relación a los residentes sea poco significativo.

A continuación se presenta la Tabla 9, a través de la que podemos comparar las diferentes tasas de movilidad según el medio de transporte.

Tabla 9. Tasa de movilidad por país y tipo de transporte en 2008.

Tasa de movilidad /país en 2008	Avión	Ferrocarril	Barco (línea regular)	Carretera	Cruceros
Italia	1,78	0,00987944	0,001512195	n.d	0,13
España	3,58	0,01103598	0,000496387	8,87559793	0,1
Francia	1,91	0,01707672	0,000418906	n.d	0,2
Croacia	1,01	n.d	n.d	n.d	0,23
Grecia	3,12	0,00143127	0,008124019	n.d	0,7
Malta	8	nd	0,019820127	n.d	1,36
Chipre	9,59	n.d	0,000190049	n.d	0,48

Fuente: Eurostat y INE.

(*)Se han escogido los principales países con turismo de cruceros, pero a penas se han encontrado datos, sobre todo pasajeros por carretera.

(**) Tasa de movilidad de (transporte) = Nº total de (pasajeros) / Nº total de residentes

A pesar de la gran ausencia de datos se puede observar que la mayoría de la población viaja en avión o por carretera, a continuación hay más población que se desplaza o viaja en cruceros que en ferrocarril y en último lugar la población se desplaza en trayectos regulares en barco. Por tanto, podemos afirmar que los cruceros son el tercer modo de transporte más utilizado.

En último lugar se relaciona el número de cruceristas con el número de turistas (ver Tabla 8), así sabemos cuantos cruceristas hay por turistas en un país, en este caso destaca Mónaco ya que por cada turista hay 0,58 cruceristas, le siguen Malta e Italia.

Como conclusión, Italia es el país mediterráneo con más cruceristas, pero si los relacionamos con su población, observamos que no tiene tanto peso específico como en Malta, Chipre o Croacia. Por tanto, el turismo de cruceros es mucho más relevante para estos países que no para Italia, España o Francia, aunque el número de cruceristas sea mayor. Por otro lado, Francia es el país con más turistas y el tercero con más

cruceristas, pero estos últimos no tienen mucho peso, ni en relación a los habitantes ni en relación a los turistas, ya que es un país muy poblado y líder en turismo mundial.

Si nos centramos en España (ver Tabla 10) las diferentes tasas indican que la Comunidad Autónoma de las Illes Balears es donde se produce mayor impacto no sólo en turistas sino también en cruceristas, aunque la Comunidad Autónoma con más cruceristas sea Cataluña debido al tráfico que tiene el puerto de Barcelona.

Tabla 10. Análisis estadístico de las Comunidades Autónomas de la ribera mediterránea española en 2008.

Principales puertos	CC.AA de España	Tasa intensidad turística por C.A 2008	Tasa intensidad cruceros por C.A 2008	Tasa de movilidad cruceros por C.A 2008
Barcelona	Cataluña	0,51	3,55	0,28
Palma	Illes Balears	0,11	0,82	1,22
Málaga	Andalucía	1,03	11,35	0,09
Almería				
Gibraltar				
Valencia	Comunidad Valenciana	0,88	1,14	0,06
Alicante				
Cartagena	Murcia	1,80	35,74	0,02
Ceuta	Ceuta	1,06	4,59	0,22

Fuente: Eurostat y INE. Elaboración propia.

(*) Datos obtenidos de la Tabla 8.

3.2. La singularidad del puerto de Barcelona.

Según la Organización Mundial del Turismo y como hemos podido observar en la Tabla 6, el puerto de Barcelona es el puerto más importante de cruceros del Mediterráneo. A partir del 2003 se supera el millón de cruceristas en Barcelona y a partir del 2008 se superan los dos millones convirtiéndose en el principal puerto de cruceros de Europa. En el 2009 Barcelona es el quinto puerto más importante del mundo en tráfico de cruceros después de Miami, Everglades, Cañaval en Estados Unidos y Cozumel en México (Puertos del Estado, 2009).

Además, Barcelona es la base de partida y de llegada de muchos itinerarios de cruceros por el Mediterráneo, este hecho es de gran importancia para la economía local, ya que muchos cruceristas antes o después de realizar el viaje pernoctan en hoteles barceloneses y consumen en sus restaurantes y tiendas. En el 2006 se realizó un estudio sobre el impacto de cruceros en las economías locales con el objetivo de dar a conocer a las autoridades locales, nacionales y europeas la contribución económica y social de los cruceros. La iniciativa fue emprendida por: *European Cruise Council (ECC)*, *Euroyards*, *MedCruise* y *Cruise Europe*. El resultado de dicho estudio indicó que en Barcelona, el negocio de cruceros es el responsable de 14.000 puestos de trabajo, con una remuneración total de 442 millones de euros (OMT, 2008).

Otro hecho fundamental, es que el puerto de Barcelona está muy bien comunicado con el centro de la ciudad, además del aeropuerto, estaciones ferroviarias y la red metropolitana de transporte, lo que hace que su accesibilidad sea excelente.

El puerto de Barcelona ha sido el fruto de un duro trabajo por parte de los agentes implicados y de una buena coordinación entre ellos. Según Barrufet (2010), uno de los hechos importantes para el turismo de cruceros en Barcelona, fueron los Juegos Olímpicos de 1992, dónde estuvieron atracados 17 buques como hoteles flotantes. Los JJ.OO mostraron al mundo el potencial turístico de Barcelona y eso interesó a las principales navieras del mundo que crearon lazos con las consignatarias locales para impulsar el interés de la Autoridad Portuaria por este tipo de tráfico y ayudar a promover la ciudad internacionalmente con *Turisme de Barcelona*.

Según la Organización Mundial del Turismo, en los primeros años *Turisme de Barcelona* ya trató de cuidar mucho las relaciones con las navieras, dando prioridad a la promoción de la ciudad entre las principales compañías de cruceros del mundo. Según esta organización, actualmente la promoción está centrada en las agencias de viajes de los Estados Unidos, mientras que la Autoridad Portuaria y las consignatarias lo hacen en las ferias especializadas como *Seatrade*. Se han instalado oficinas de información turística en las terminales de cruceros, en total la red cuenta con 20 oficinas de información turística en la ciudad con 2,3 millones de consultas al año. El éxito de Barcelona queda de manifiesto en que actualmente entre un 40% y 60% de los cruceristas son repetidores.

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

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

Por último, según datos de la Autoridad Portuaria de Barcelona, el puerto ha batido el 20 de agosto de 2011 el record anual de cruceristas en un solo día²⁰, recibiendo 8 grandes buques de más de 31.000 pasajeros a bordo. Este mismo verano, también ha batido el récord en número de buques de cruceros.

El reto actual es mantener y reinventar parte de los atractivos que presenta el destino, es por tanto imprescindible permanecer atento a los cambios en las demandas de la sociedad, en ofrecer garantía, seguridad, calidad y en dotar al destino de mejores infraestructuras que complementen y ayuden al desarrollo turístico (Garay, L. y Cànoves, G., 2010).

²⁰ Noticies. Port de Barcelona.

4. LOS CRUCEROS EN LAS ILLES BALEARS. UNA APROXIMACIÓN AL PUERTO DE PALMA.

Las Illes Balears con una población total de poco más de 1 millón de personas, recibió en el 2009 más de 11 millones de turistas (CRE²¹, 2009) de los cuales aproximadamente uno eran cruceristas, lo que la convierte en la Comunidad Autónoma española donde los cruceros tienen una mayor intensidad.

Como se ha observado anteriormente, el puerto de Palma siempre ha estado situado entre los 10 principales puertos de cruceros del Mediterráneo. En el 2000 fue el puerto español con más cruceristas, en 2001 se situó detrás del puerto de Barcelona, hasta el 2006 no fue superado por Civitavecchia y actualmente está en quinto lugar detrás del Pireo y Venecia (Puertos del Estado, 2009). A día de hoy, el archipiélago balear supone casi un 7% del tráfico de cruceristas en el Mediterráneo y el 30% en España.

A raíz de la importancia crucerística en las Illes Balears, sobretodo en el puerto de Palma y la poca literatura que se ha realizado sobre esta temática, se pretende realizar un breve análisis sobre la evolución del turismo de cruceros, prestando una mayor atención al puerto de Palma, puesto que cuenta con el 88% del tráfico de cruceros. La mayoría de la información y los datos presentados han sido obtenidos a partir de estudios realizados por el Instituto de Estrategia Turística (INESTUR), Confederación de asociaciones empresariales de Balears (CAEB), el Centro de Investigación de Tecnologías Turísticas de las Illes Balears (CITTIB), IMPACTUR y memorias anuales de la Autoridad Portuaria ya que a penas existen artículos publicados.

4.1 Las Illes Balears.

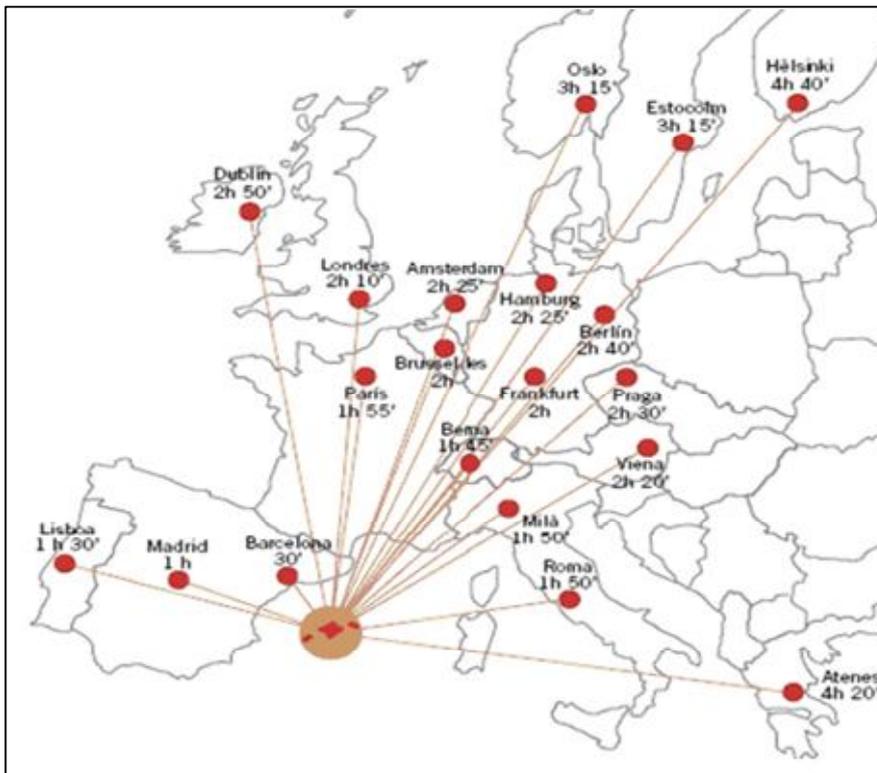
La economía balear está muy centrada en el sector turístico, sin embargo al ser un destino maduro, tiene que estar reinventándose diversificando la demanda y la oferta además de intentar suavizar la fuerte estacionalidad²² turística y el consumo del suelo. Una de las fórmulas que más se adapta a estas exigencias son los cruceros. Además, las Illes Balears disponen de unas condiciones geográficas y climáticas privilegiadas para

²¹ Centre de Recerca Econòmica. UIB. Sa Nostra.

²²Al concentrar la actividad económica durante sólo unos meses al año produce importantes desequilibrios como colapsos en los sistemas de transporte durante los meses de temporada alta, el aumento del desempleo en la temporada baja, la infrautilización de infraestructuras y su sobredimensionamiento en relación a la utilización media, etc. (CITTIB- CAEB, 2005).

ésta tipología de turismo, como también el hecho de que están localizadas en el centro del Mediterráneo occidental por lo que la mayoría de los itinerarios escalan en sus puertos. También hay que destacar que las Illes Balears disponen de un acceso rápido (ver Figura 19) y frecuente a las principales capitales europeas debido a la gran cantidad de vuelos (ver Tabla 11) que concentran sus aeropuertos, sobretodo el de Son Sant Joan en Mallorca.

Figura 19. Horas de vuelo entre Palma y las principales ciudades europeas.



Fuente: IBAE. *Les Illes Balears en Xifres*, 2007.

Tabla 11. Evolución de llegadas y salidas aéreas en las Illes Balears.

AÑOS	MALLORCA		MENORCA		IBIZA	
	AVIONES	PASAJEROS	AVIONES	PASAJEROS	AVIONES	PASAJEROS
2.000	176.852	19.411.426	32.348	2.772.337	52.539	4.475.435
2.001	169.603	19.207.045	32.787	2.825.177	52.079	4.426.961
2.002	160.326	17.832.458	32.259	2.733.731	48.343	4.094.336
2.003	168.986	19.185.655	32.388	2.704.038	47.990	4.156.520
2.004	177.853	20.416.023	29.538	2.631.334	48.798	4.170.535
2.005	182.014	21.240.593	29.427	2.590.699	49.603	4.164.647
2.006	190.260	22.408.230	32.920	2.690.992	54.146	4.460.060
2.007	197.381	23.228.093	33.802	2.776.607	57.855	4.761.758
2.008	193.378	22.832.947	29.631	2.601.851	57.233	4.647.357
2.009	177.506	21.202.468	26.578	2.430.047	47.792	4.558.447

Fuente: CITTIB. Elaboración propia.

Las tres islas principales en las Illes Balears (Mallorca, Menorca e Ibiza) tienen terminales de cruceros en sus respectivas capitales, aunque Formentera y el puerto de Alcudia también pueden tener cruceros a penas se ha dado el caso.

4.1.1 Evolución de la demanda.

Los datos más antiguos sobre el tráfico de cruceros en las Illes Balears son de 1964 con 246 escalas y 63.175 pasajeros (ver Tabla 12). Estas cifras son muy elevadas si las comparamos con cifras actuales de puertos como Almería, La Spezia o Alanya ya que son parecidas o incluso superiores (ver Tabla 6).

Tabla 12. Evolución de los cruceros en el conjunto de puertos de las Illes Balears.

AÑO	BUQUES			PASAJEROS		
	Escalas	Base	Total	Escalas	Base	Total
1964	246	-	246	63.175	-	63.175
1965	222	-	222	66.600	-	66.600
1966	258	-	258	78.600	-	78.600
1967	268	-	268	81.240	-	81.240
1968	222	-	222	62.116	-	62.116
1969	241	-	241	76.555	-	76.555
1970	243	-	243	78.878	-	78.878
1971	237	-	237	85.551	-	85.551
1972	246	-	246	115.564	-	115.664
1973	252	-	252	98.162	-	98.162
1974	216	-	216	70.172	-	70.172
1975	192	-	192	58.844	-	58.844
1976	215	-	215	66.124	-	66.124
1977	216	-	216	77.350	-	77.350
1978	191	-	191	65.540	-	65.540
1979	195	-	195	78.342	-	78.342
1980	148	-	148	79.133	-	79.133
1981	134	-	134	69.813	-	69.813
1982	213	--	213	97.434	-	97.434
1983	171	-	171	88.216	-	88.216
1984	147	-	147	71.425	-	71.425
1985	144	-	144	83.584	-	83.584
1986	115	-	115	60.870	-	60.870
1987	120	-	120	60.833	-	60.833
1988	123	-	123	70.390	-	70.390
1989	253	-	253	112.902	-	112.902
1990	228	-	228	113.334	-	113.334
1991	265	-	265	192.646	-	192.646
1992	264	-	264	152.851	-	152.851
1993	319	-	319	160.281	-	160.281

1994	308	-	308	184.938	-	184.938
1995	401	54	455	198.681	95.498	294.179
1996	372	113	485	216.368	153.082	369.450
1997	425	181	606	318.937	255.802	574.739
1998	400	157	557	301.036	198.719	499.755
1999	527	219	746	385.835	336.986	722.821
2000	467	207	674	355.612	267.097	622.709
2001	465	240	705	342.249	297.829	640.078
2002	444	220	664	409.506	364.908	774.414
2003	497	180	677	548.296	372.938	921.234
2004	421	175	596	553.417	333.057	886.474
2005	506	166	672	674.763	374.355	1.049.118
2006	458	191	649	560.441	499.619	1.060.060
2007	505	203	708	667.509	552.253	1.219.762
2008	455	262	717	649.289	664.812	1.314.101
2009	467	175	642	746.100	492.926	1.239.026
2010	515	201	716	931.919	571.881	1.503.800

Fuente: Autoridad Portuaria de las Illes Balears.

(*) Los pasajeros y los buques de base están contabilizados dos veces, una al inicio del crucero y la siguiente a la finalización.

Según Rullan (1998) se establecen tres *booms* turísticos en las Illes Balears que representan tres pulsaciones económicas que repercuten en la estructura socioeconómica del archipiélago como también al territorio. El primer *boom* se inicia en la década de los 50 y finaliza con la crisis energética de 1973 (Blázquez, M. y Murray, I., 2010). En este periodo se sitúa el nacimiento del turismo de cruceros (ver Tabla 13) y en 1972 se sobrepasan los 100.000 cruceristas, aunque en 1973 con la crisis del petróleo hay una fuerte caída. El segundo *boom* turístico se inicia en 1974 y termina en 1992 (Blázquez, M. y Murray, I., 2010). En este periodo el turismo de cruceros tiene un crecimiento con algunos altibajos, en 1989 se superan los 100.000 cruceristas y en 1991 se acercan a los 200.000, sin embargo en 1992 el tráfico disminuye debido a la crisis del Golfo. Por último, el tercer *boom* turístico se inicia en 1993 hasta la actualidad (Blázquez, M. y Murray, I., 2010). Este periodo se caracteriza por el inicio de Palma como puerto base de cruceros en el Mediterráneo en 1995, además destacar sobretudo el importante crecimiento entre el 2000 y el 2003 con un aumento de 300.000 cruceristas aproximadamente. A partir del 2005 se sobrepasa el millón con un crecimiento sostenido hasta el 2009, año en que hay una pequeña bajada que rápidamente se recupera culminando el 2010 con un millón y medio de cruceristas.

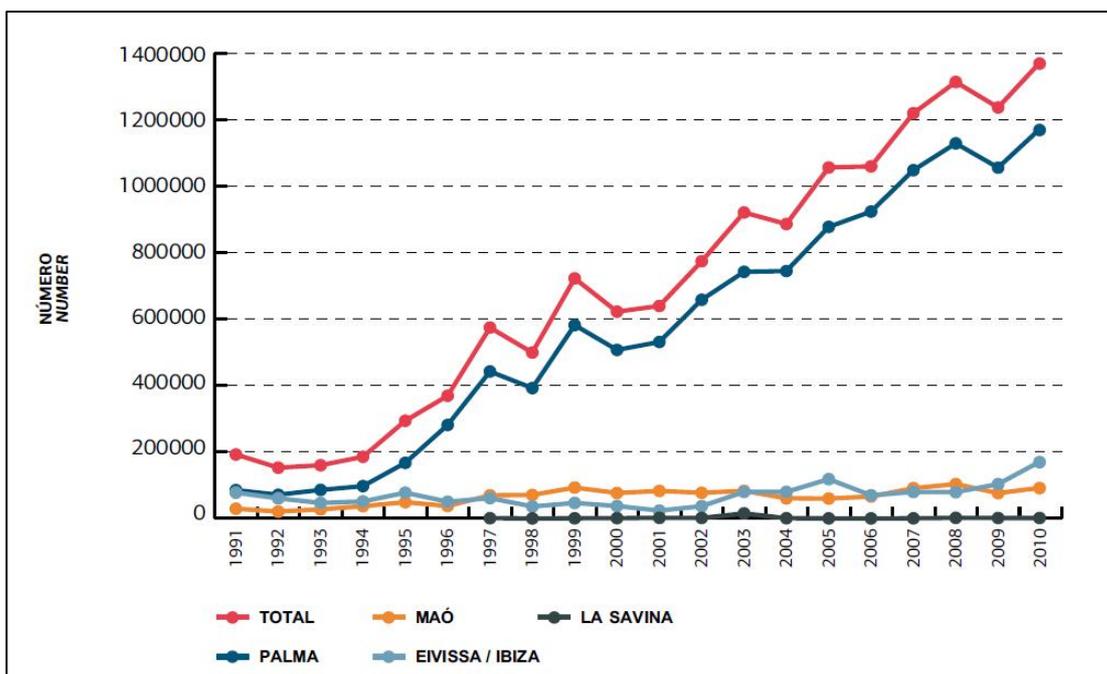
Las cifras que representan la evolución de los cruceros en el archipiélago balear no están muy correlacionadas con los *booms* turísticos establecidos por Rullan (1998).

Es por eso que me atrevo a establecer unas etapas a partir de la evolución del tráfico de cruceristas, ya que estos se pueden dividir claramente en 4 periodos:

- Periodo 1 (entre 1964 y 1988): se caracteriza por leves altibajos y por cifras que no llegan a los 100.000 cruceristas, a excepción de 1972.
- Periodo 2 (entre 1989 y 1996): a principios de esta etapa pasamos de los 100.000 cruceristas y en 1995 se superan los 200.000. A finales de este periodo, Palma se convierte en puerto base.
- Periodo 3 (entre 1997 y 2004): destacar el importante crecimiento entre el 2000 y el 2003 con un aumento de 300.000 cruceristas aproximadamente.
- Periodo 4 (entre 2005 y 2010): en esta etapa se supera el millón de cruceristas en las Illes Balears.

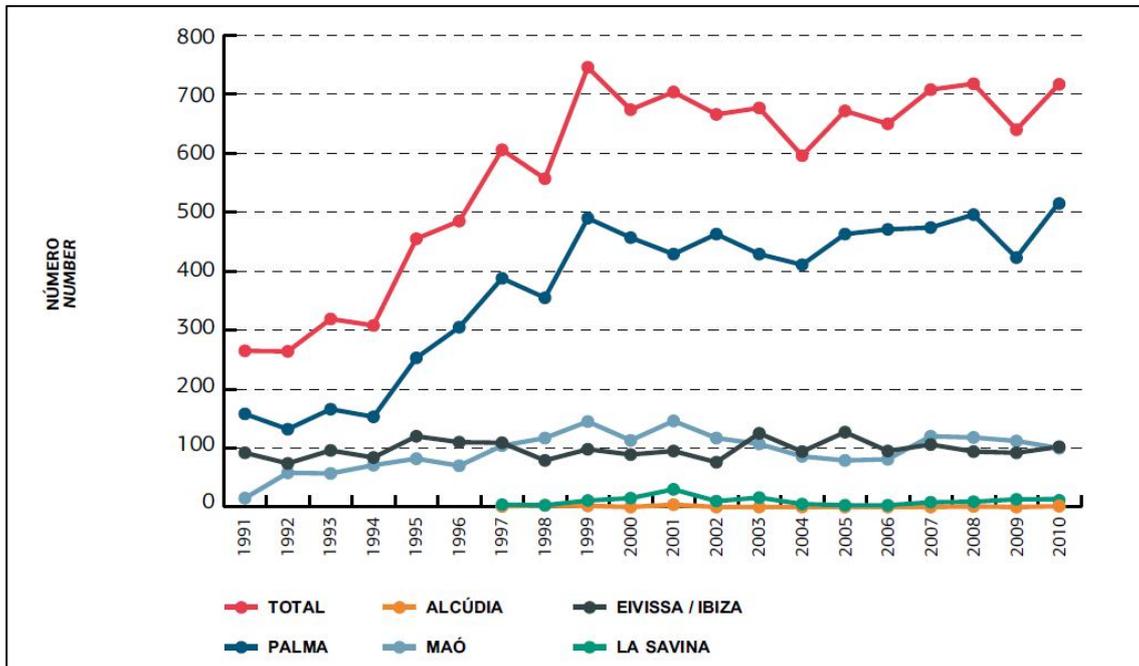
El puerto balear con más cruceristas y buques es con diferencia el de Palma (ver Figura 20 y 21), debido a su condición de puerto base gracias a la gran conexión que tiene el aeropuerto de Son Sant Joan con las principales capitales europeas además de los servicios e infraestructuras que permiten el atraque de cruceros gigantes.

Figura 20. Evolución de los cruceristas en los puertos baleares.



Fuente: Autoridad Portuaria de las Illes Balears.

Figura 21. Evolución de los buques de cruceros en los puertos baleares.



Fuente: Autoridad Portuaria de las Illes Balears.

Finalmente, aunque los cruceros están en auge, no hay que olvidar el peso del tráfico de pasajeros de líneas regulares (ver Tabla 13), ya que estos triplican al total de cruceristas en 2010 gracias al gran tráfico que hay en Ibiza y la Savina que suponen el 74% del tráfico regular de baleares. Si analizamos los datos por puerto, observamos que Palma es el único que tiene más cruceristas que pasajeros en línea, exactamente el doble. No obstante, estos datos son insignificantes si los comparamos con el tráfico aéreo de los aeropuertos baleares (ver Figura 19) que en el 2010 tuvieron 28.604.000 pasajeros (INE), de los cuales 21 millones aproximadamente pertenecen al aeropuerto de Palma.

Tabla 13. Tráfico de pasajeros de líneas regulares y de cruceros.

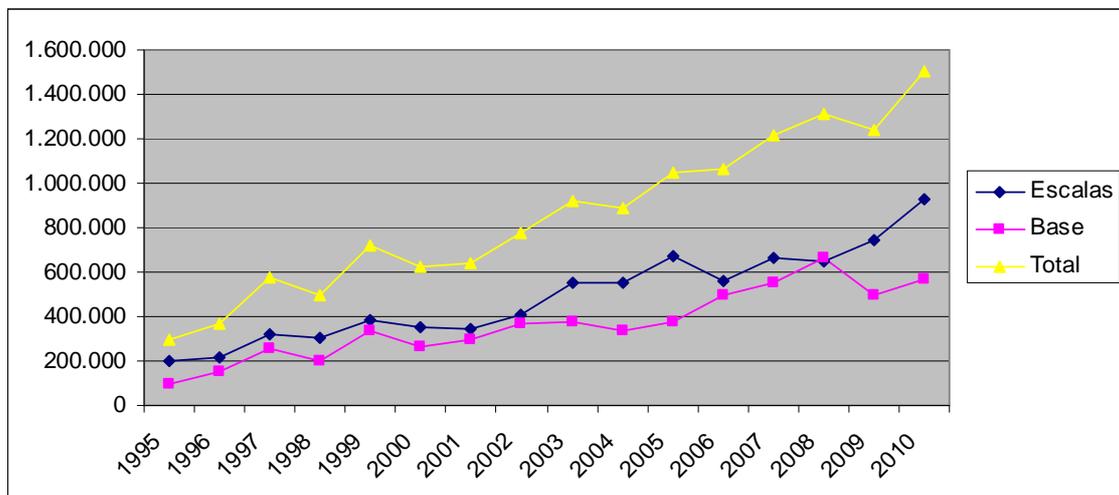
2010	PALMA	ALCUDIA	MAÓN	IBIZA	LA SAVINA	TOTAL
REGULARES	675.835	140.202	201.626	1.697.483	1.196.252	3.911.398
CRUCEROS	1.350.804	n.d	63.297	132.149	489	1.546.739

Fuente: Autoridad Portuaria de las Illes Balears. Elaboración propia.

4.1.2 Cruceristas de escala y de base.

Los cruceristas de escala son aquellos que visitan un destino durante unas 12 horas aproximadamente mientras el buque reposta lo necesario para seguir con el itinerario. Estos cruceristas suelen realizar compras, visitas y excursiones, aunque estas actividades suelen estar concertadas o controladas por la misma compañía naviera para retener el máximo de gasto que se realizará en tierra. Por otro lado los cruceristas de base son aquellos que inician y terminan el itinerario de cruceros en un destino, que no tiene porque ser necesariamente el mismo. Palma es el único puerto base de las Illes Balears, por tanto se beneficia económicamente de los cruceristas que antes de iniciar el itinerario o al finalizarlo están algunos días visitando la isla. Para un destino tener un puerto base es sinónimo de grandes beneficios económicos, aunque no hay que olvidar que el puerto debe tener las infraestructuras necesarias como también dotar al buque de todos los servicios y provisiones, además de todos los impactos ambientales que conlleva.

Figura 22. Cruceristas de base y de escala del puerto de Palma.



Fuente: Autoridad Portuaria de las Illes Balears. Elaboración propia.

(*) Los cruceristas de base están contabilizados dos veces, en el inicio y final del itinerario.

Si imaginamos que todos los cruceristas de base han llegado a Mallorca o salido por vía aérea, estos suponen en 2010 un 2,7% del tráfico de pasajeros y un 3,1 de los turistas que recibe el aeropuerto Son Sant Joan.

4.1.2.1 Una aproximación cualitativa a los cruceristas en el puerto de Palma.

En este apartado se presentan los resultados referentes a aspectos descriptivos de la demanda crucerística que llega al puerto de Palma²³. Los datos se han obtenido a partir de encuestas realizadas *in situ* en el mes de septiembre de 2011.

A continuación se presenta una tabla informativa dónde se indican los días en los que se han realizado las encuestas, el número de encuestas por día y el buque de donde procedían los encuestados. La metodología²⁴ ha consistido en ir hasta las terminales del puerto de Palma dónde desembarcan los cruceristas o cercanías y realizar durante dos horas todas las encuestas posibles, es por eso que cada día suele tener un número diferente de encuestados. En total hay 200 encuestados que suponen sólo el 0,01 de los pasajeros de cruceros en el puerto de Palma, por tanto no es muy representativa pero son datos actuales que podemos comparar con un estudio²⁵ realizado por INESTUR Y CITTIB-CAEB entre 2004 y 2005.

²³ Estos datos pueden extrapolarse al conjunto de puertos crucerísticos de las Illes Balears.

²⁴ En las encuestas no se ha tenido en cuenta el sexo del encuestado. En el anexo se puede observar el modelo de la encuesta.

²⁵ *El Turismo de cruceros en las Illes Balears, 2005.*

Tabla 14. Información previa del estudio del mercado.

Fecha	12 de sept	13 de sept	14 de sept	15 de sept	16 de sept	17 de sept	18 de sept	20 de sept	21 de sept	22 de sept	23 de sept	24 de sept
Buque	AIDABELLA	ISLAND ESCAPE	COSTA CONCORDIA	COSTA SERENA	AIDAVITA	NORWEGIAN EPIC	GRAND VOYAGER	BLACK WATCH	MELODY	COSTA MEDITERRANEA	CARNIVAL MAGIC	THOMPSON DREAM
Nº entrevistados/buque	8	13	18	25	14	17	20	16	20	23	14	12
Nº entrevistados total	200											

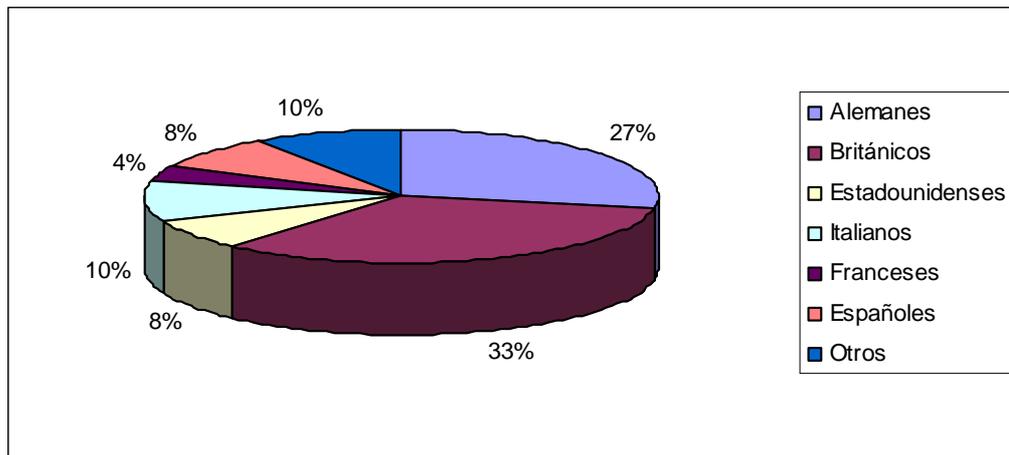
Representa un 0,01 del total de pasajeros de cruceros en el puerto de Palma.

Elaboración propia.

Resultados de la encuesta.

Pregunta 1. ¿Cual es su nacionalidad?

Figura 23. Nacionalidad.

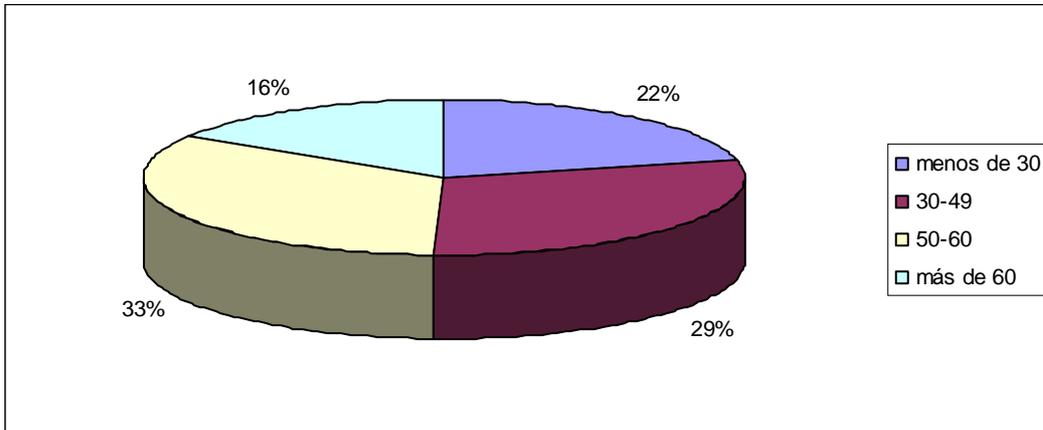


Elaboración propia.

Los cruceristas británicos son los que más abundan en el puerto de Palma que junto a los alemanes, segundos emisores más importantes, suponen más del 50% de los cruceristas. Estos dos mercados son en importancia inversa los más importantes en llegadas a aeropuertos de las Illes Balears (AENA, 2009). En menor medida y en porcentajes parecidos encontramos a estadounidenses, italianos y españoles. Por otro lado, según el estudio realizado por INESTUR y CITTIB-CAEB, el porcentaje de estadounidenses es el doble que el de españoles con un 6,9% los primeros y un 3,6% los segundos. Además, aunque coincide en una mayor presencia de británicos, el porcentaje de alemanes es algo menor.

Pregunta 2. ¿En qué intervalo de edad está situado?

Figura 24. Edad.

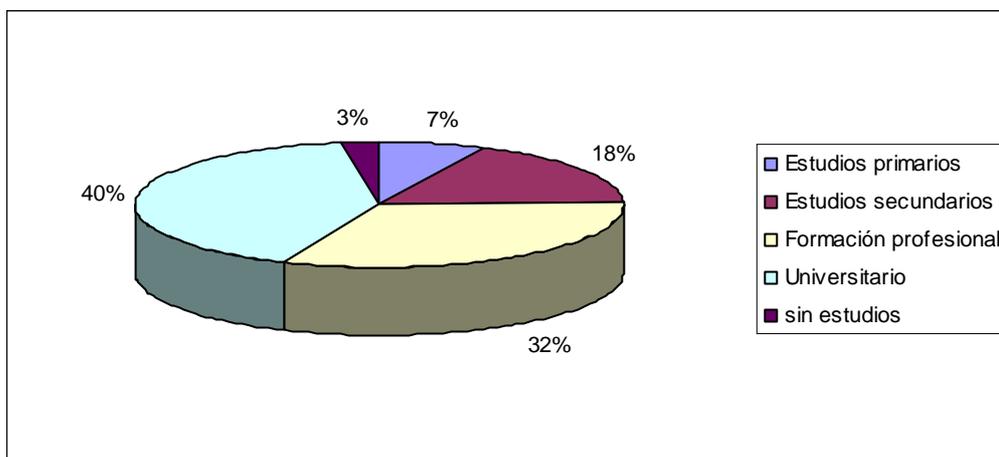


Elaboración propia.

El 78% de los cruceristas en el puerto de Palma son mayores de 30 años, donde el mayor porcentaje está entre los cruceristas que se encuentran entre los 50 y 60 años de edad. La mayoría de los menores de 30 años son los hijos de cruceristas que realizan un viaje en familia. El estudio realizado por INESTUR y CITTIB-CAEB establece otras categorías de edades y en general los porcentajes varían levemente, ya que disminuyen los porcentajes de las edades extremas, es decir, menores de 30 y mayores de 60.

Pregunta 3. ¿Qué nivel de estudios tiene?

Figura 25. Nivel educativo.

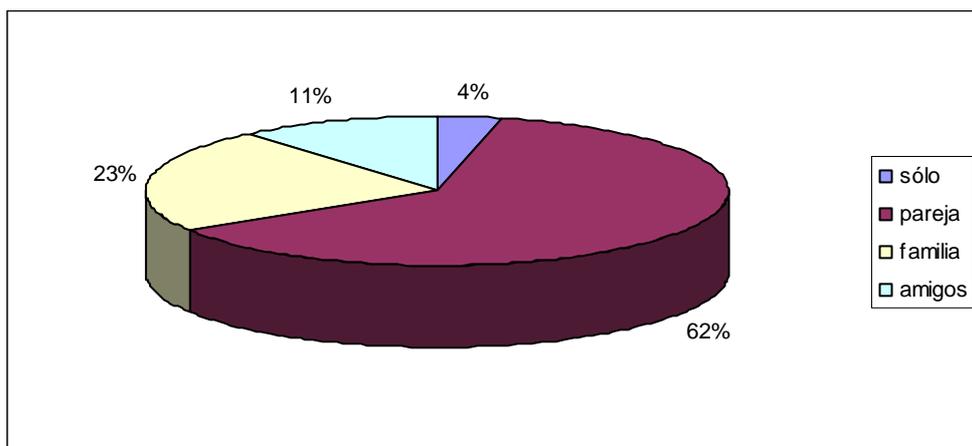


Elaboración propia.

La mayoría de los cruceristas tiene una formación universitaria seguida de una formación profesional, es decir, un 52% de los encuestados tiene un alto nivel educativo. Es posible que al ser un tipo de viaje de un coste mayor al viaje tradicional, los cruceristas tengan un trabajo altamente calificado que necesita de formación. A diferencia del estudio realizado por INESTUR y CITTIB-CAEB, se añade la categoría de formación profesional, por otro lado hay un 3% de cruceristas sin estudios, dato que es bastante elevado ya que estas organizaciones sólo detectan un 0,4% de cruceristas sin estudios. Además el porcentaje de cruceristas con estudios secundarios según INESTUR y CITTIB-CAEB es el doble del porcentaje que se ha obtenido de las encuestas de 2011.

Pregunta 4. Viene usted:

Figura 26. Compañía.

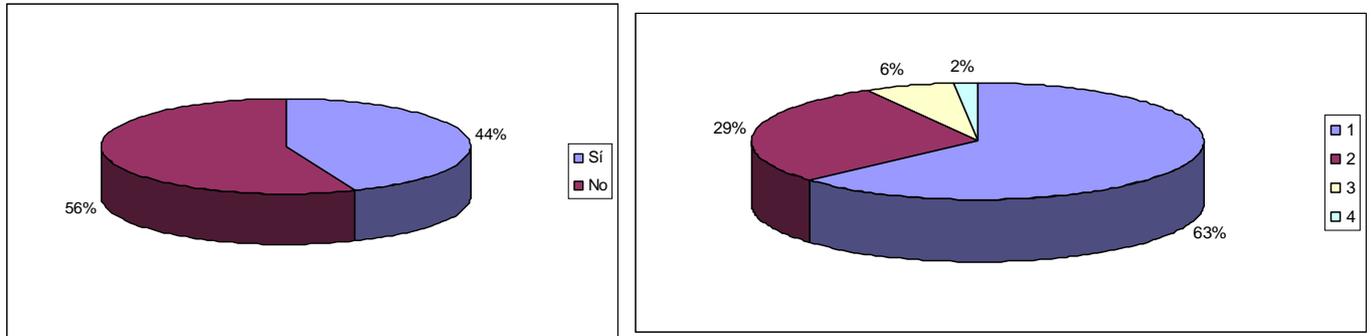


Elaboración propia.

Un 62% de los cruceristas viajan en pareja, seguido de un gran porcentaje que lo hace en familia. Este elevado porcentaje se puede responder a la oferta de cruceros como viaje de *Luna de Miel* o modelo de viaje romántico. El estudio realizado por INESTUR y CITTIB-CAEB establece otras categorías, aunque el porcentaje de cruceristas que viajan en pareja es similar.

Pregunta 5. ¿Es la primera vez que viaja en cruceros? ¿Cuántos cruceros ha efectuado en los últimos 4 años?

Figura 27. Fidelidad a los cruceros.

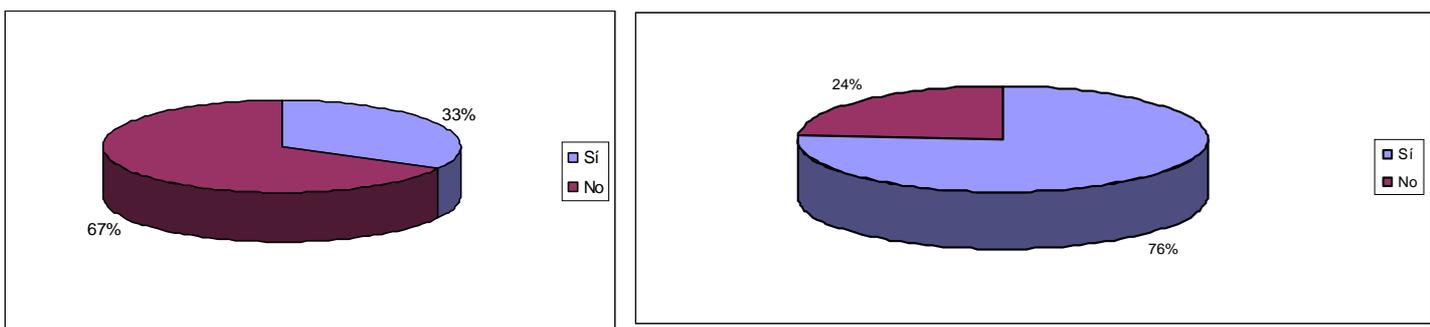


Elaboración propia.

En la gráfica de la izquierda observamos que un 56% de los cruceristas encuestados ya había realizado un crucero antes del actual. Mientras que en la gráfica de la derecha, observamos que en los últimos 4 años, un 63% ya ha realizado un crucero, un 29% dos y sólo un 8% ha realizado 3 o 4 cruceros. Estos datos indican que hay una gran fidelidad a esta tipología de turismo. Según el estudio realizado por INESTUR y CITTIB-CAEB los datos varían bastante, ya que el porcentaje de cruceristas que ha realizado cuatro o más cruceristas es del 16% mientras los datos obtenidos en 2011 son del 2%, por otro lado también es superior el porcentaje de cruceristas que han realizado 3 cruceros, exactamente el doble que los datos obtenidos en este estudio. Finalmente los porcentajes de cruceristas que han realizado uno o dos cruceros son superiores en las encuestas realizadas en 2011.

Pregunta 6. ¿Es la primera vez que viene a Mallorca? ¿I en crucero?

Figura 28. Fidelidad a Mallorca.

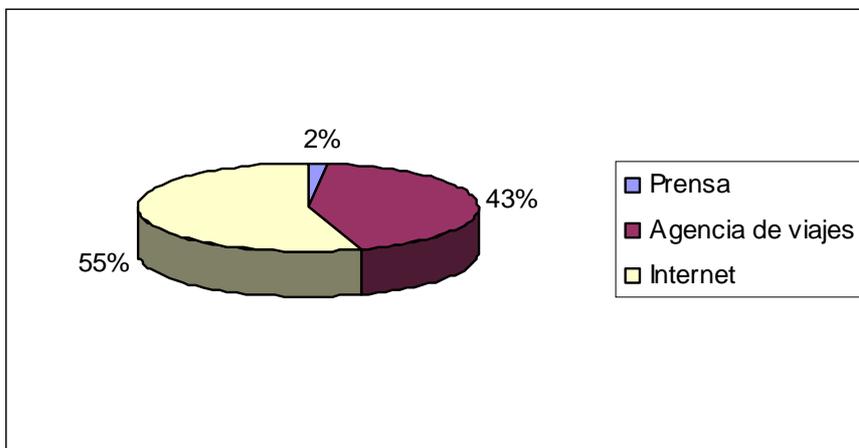


Elaboración propia.

En el gráfico de la izquierda observamos que un 67% de los cruceristas encuestados ya han estado en Mallorca, en cambio en el gráfico de la derecha, de los que ya han visitado la isla, sólo un 24% ya ha visitado Mallorca en un crucero, mientras que el resto ha visitado la isla por vía aérea. Por tanto, se detecta una importante fidelidad a Mallorca. Estos datos se correlacionan con los obtenidos por INESTUR y CITTIB-CAEB en el 2005.

Pregunta 7. ¿Cómo obtuvo información sobre el viaje?

Figura 29. Información.

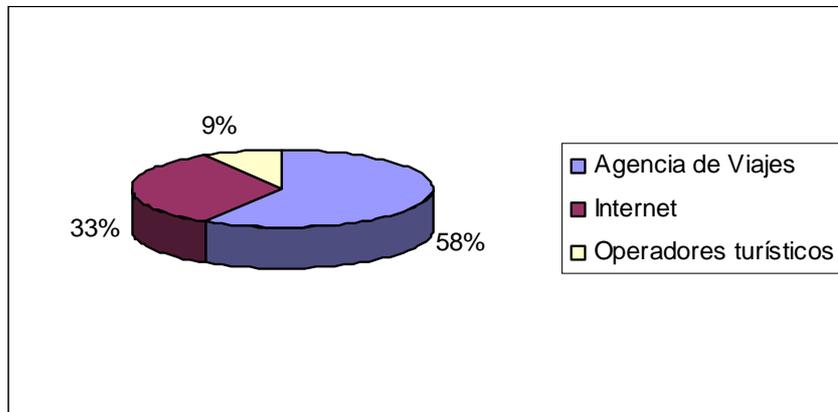


Elaboración propia.

Un 55% de los cruceristas obtuvo información sobre el viaje de cruceros en Internet, mientras que un 43% lo hizo en una agencia de viajes y sólo un 2% en prensa. Con estos datos, podemos concluir que Internet es una herramienta indispensable para obtener información, en este caso turística.

Pregunta 8. ¿Cómo compró el viaje?

Figura 30. Compra del paquete.

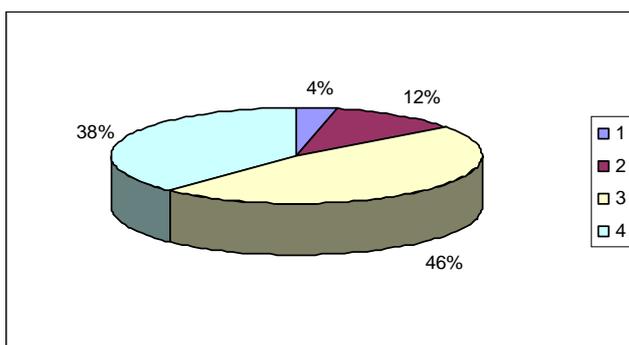


Elaboración propia.

La mayoría de cruceristas encuestados utilizan una agencia de viajes para comprar el crucero. Por tanto si comparamos esta gráfica con la anterior, observamos que aunque la mayoría se informa a través de Internet, a continuación se dirigen a una agencia de viajes para comprar el paquete de crucero. Según el estudio realizado por INESTUR y CITTIB-CAEB, el porcentaje de cruceristas que compran el paquete en una agencia de viajes es mayor que el resultado de la encuesta y por el contrario el porcentaje de cruceristas que compran el viaje a través de Internet es menor que los resultados obtenidos.

Pregunta 9. ¿En qué grado de importancia situaría la escala en Palma? De 1 a 4 donde 1 es poco importante y 4 es muy importante.

Figura 31. La importancia de Palma como escala.

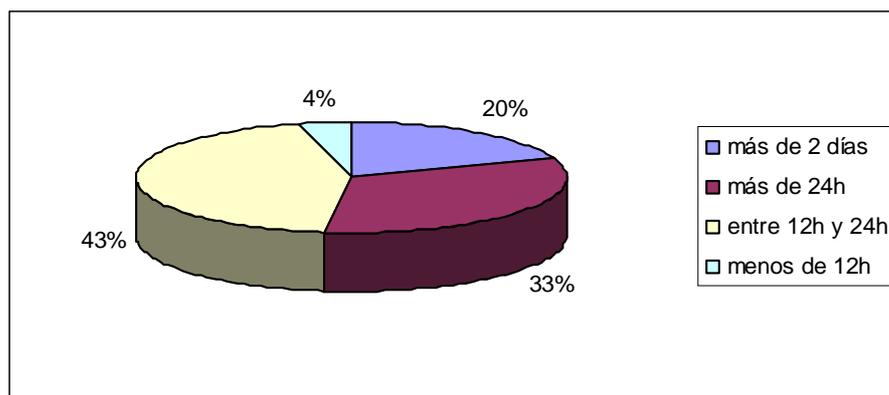


Elaboración propia.

Un 84% de los cruceristas sitúan a Palma como un destino importante o muy importante. Este hecho es esencial para que los cruceristas no se queden en el buque y en cambio realicen excursiones en la isla o una visita a la ciudad de Palma.

Pregunta 10. ¿Cuántos días u horas va estar en Mallorca?

Figura 32. Tiempo de los cruceristas en la isla.

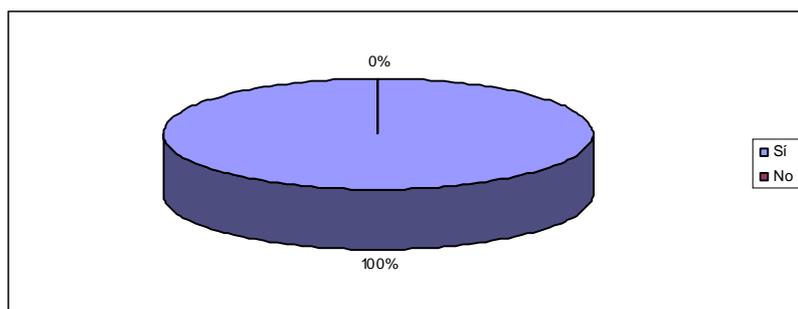


Elaboración propia.

Hay un 20% de los cruceristas que está más de 2 días en Mallorca, estos son los cruceristas que terminan el crucero en Palma y suelen quedarse unos días a visitar toda la isla. Los que están más de 24 horas son los cruceristas que también terminan el crucero pero que próximamente abandonan la isla. La mayoría de los cruceristas, con un 43%, están en tierra firme entre 12 y 24 horas, por tanto, son los que no tienen como puerto base el puerto de Palma.

Pregunta 11. ¿Le han dado algún tipo de información sobre Palma a bordo?

Figura 33. Información sobre Palma a bordo.

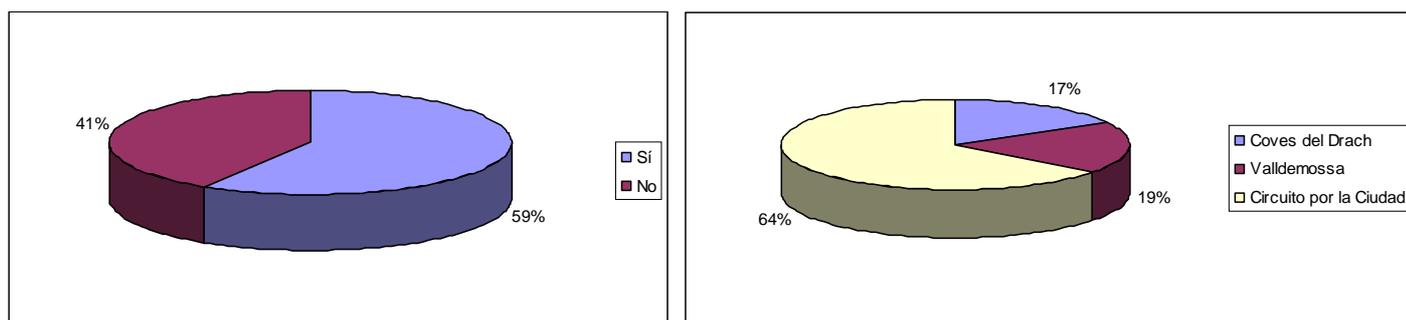


Elaboración propia.

El 100% de los cruceristas encuestados han recibido información sobre Palma, tanto información general como todas las actividades complementarias que podrán realizar.

Pregunta 12. ¿Tiene ya alguna excursión concertada? ¿Dónde?

Figura 34. Excursiones concertadas.

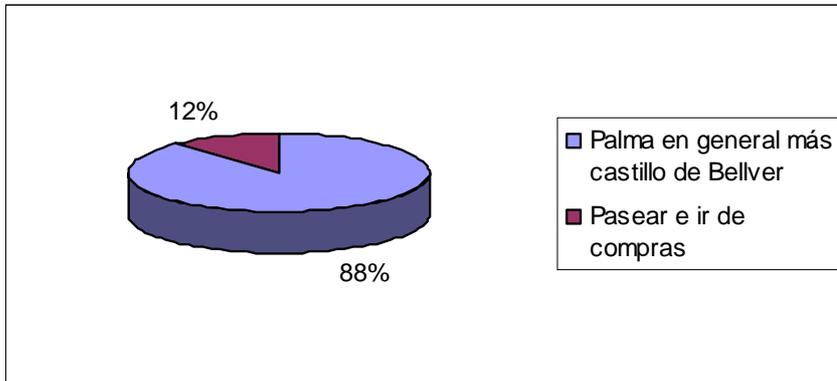


Elaboración propia.

Una de las actividades principales cuando el buque atracar en el puerto es la de llevar a cabo excursiones en el destino. Estas pueden estar contratadas o hacerse por cuenta propia. La mayoría de las navieras suelen vender las excursiones a bordo o tienen contratos con compañías de excursiones en tierra, por tanto, muchas veces no hay beneficio local en este sentido. El 59% de los cruceristas ya tiene contratada una excursión antes de bajar a tierra. Se ha observado que todos los cruceristas encuestados que tienen una excursión concertada van a tres lugares determinados de la isla: una visita por Palma, Valldemossa i las Cuevas del Drach. Por otro lado, un 41% de los cruceristas no tiene ninguna excursión contratada por lo que seguramente realizará alguna visita por la ciudad y aprovechará para comprar o contratará alguna excursión en tierra. Según los datos obtenidos por el estudio realizado por INESTUR y CITTIB-CAEB, hay más cruceristas que tienen concertada una excursión antes de llegar a Palma.

Pregunta 13. Si no tiene ninguna excursión concertada, ¿qué piensa visitar?

Figura 35. Principales actividades para los que no han concertado excursión.

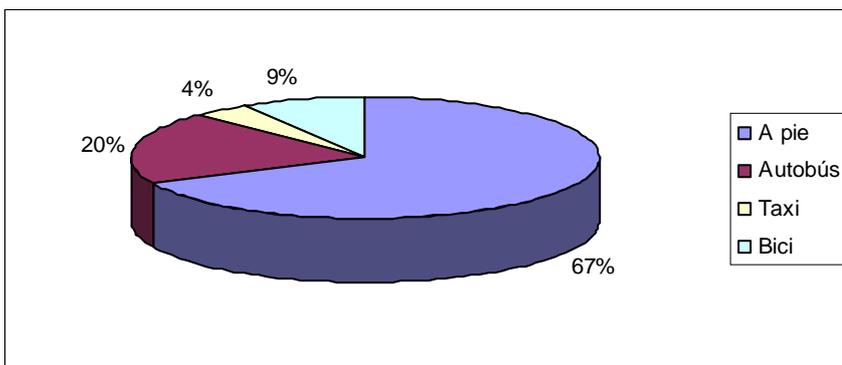


Elaboración propia.

De los encuestados que no tienen ninguna excursión contratada al bajar del buque, un 88% visitará la ciudad y alrededores a través del *SeeSight Palma* mientras que un porcentaje menor realizará compras.

Pregunta 14. ¿Con qué medio de transporte piensa usted moverse por la ciudad?

Figura 36. Movilidad de los cruceristas por Palma.



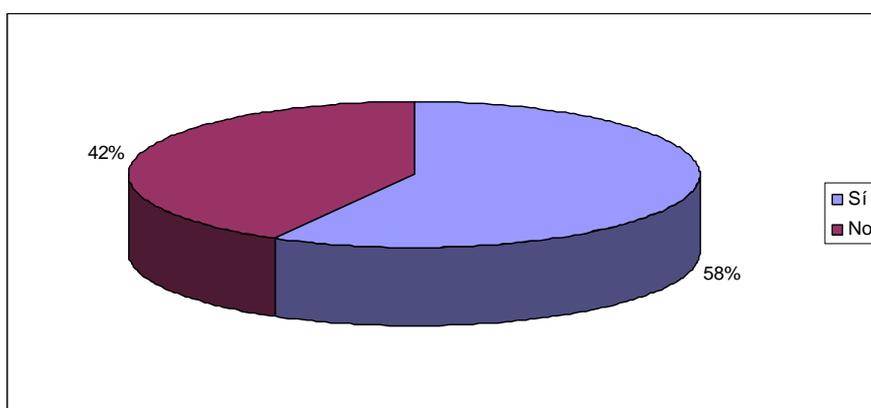
Elaboración propia.

La mayoría de los cruceristas optan por la movilidad sostenible, con un 67% desplazándose a pie, un 20% en bus y un 9% en bici. Esto se debe a que la mayoría de

los cruceristas proviene de países europeos donde hay mucha más conciencia sobre la contaminación, por lo que los desplazamientos en transporte público o a pie están más instaurados.

Pregunta 15. ¿Piensa usted ir a un centro comercial?

Figura 37. Compras.



Elaboración propia.

Un 58% de los cruceristas realizarán compras en algún centro comercial ya que esta es una actividad que cada vez tiene un mayor peso en los viajes turísticos y que beneficia a la economía local.

En definitiva, el crucerista medio que llega al puerto de Palma es de escala y británico, entre 50-60 años con estudios de nivel universitario. Suele viajar en pareja y ha realizado un crucero con anterioridad como también ya ha visitado Mallorca. Obtiene la información sobre el crucero mediante Internet, pero compra el paquete en una agencia de viajes. Sitúa Palma como un destino importante dentro de su itinerario, al bajar del buque tiene información sobre el destino y suele realizar una excursión concertada por Palma y alrededores. Suele realizar compras y su movilidad por la ciudad es sostenible (a pie, bicicleta o transporte público).

4.1.3 Impacto económico.

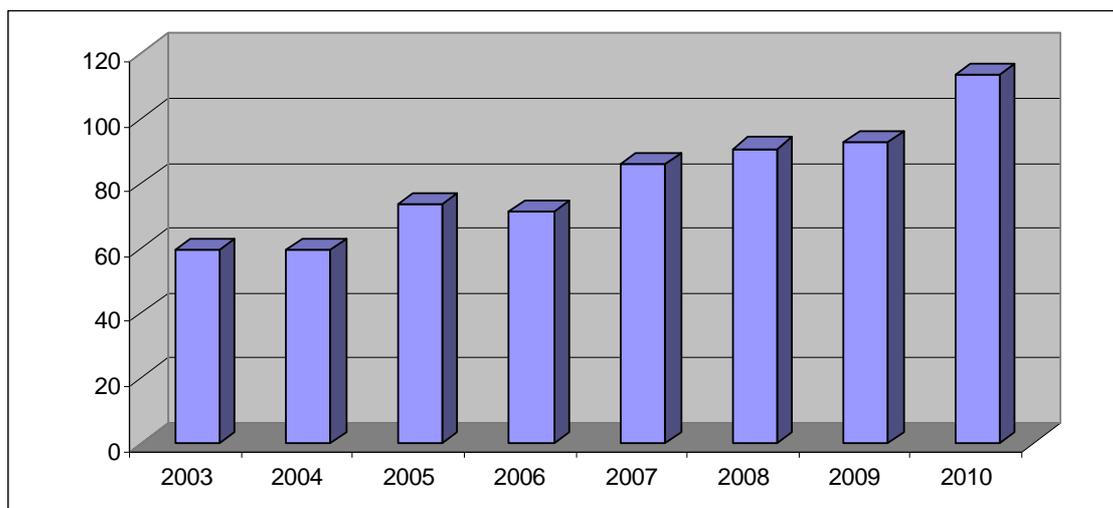
El impacto económico derivado del turismo de cruceros depende del gasto de los cruceristas en tierra y la duración de su estancia en la isla. Cuanto más tiempo estén en

tierra mayor gasto, es por eso que los cruceristas de base son los que tienen un mayor impacto económico ya que pueden alargar su estancia en la isla antes o al finalizar el crucero.

Según CITTIB-CAEB la estancia media de los cruceristas en las Illes Balears es de 1,49 días²⁶ y el gasto²⁷ medio se estima en 55,52€ por persona²⁸ y día de estancia. Además la estimación del impacto económico del turismo de cruceros se descompone en dos tipos de impacto, el directo y el inducido. A continuación se presentan las estimaciones referentes a cada uno de ellos referidas al 2010.

- El Impacto directo²⁹ constituye el nivel de gasto de los cruceristas durante su estancia. En el 2010, el impacto directo ha sido de 113,4 millones de euros aproximadamente.

Figura 38. Evolución del impacto económico directo de cruceros en las Illes Balears.



Fuente: CITTIB-CAEB, IMPACTUR y Autoridad Portuaria de las Illes Balears.
(* Ingresos totales del turismo de cruceros (millones de euros constantes).

²⁶ La denominación días puede ser un poco confusa, y en algunos casos deberíamos referirnos a horas de estancia, ya que en determinados casos los cruceros atraquen y abandonan el puerto el mismo día.

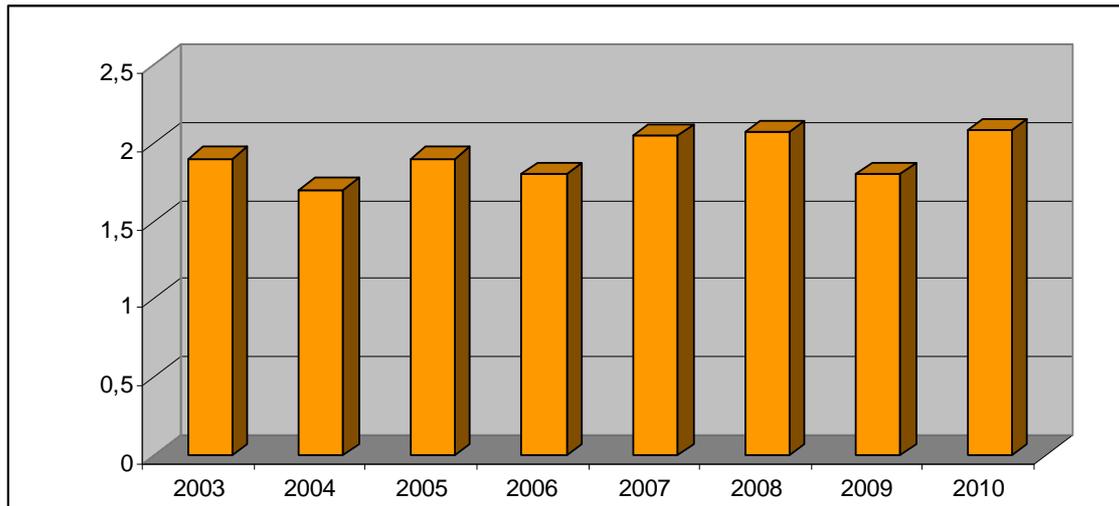
²⁷ El gasto medio se refiere a los siguientes conceptos: gastos en excursiones, gastos en restaurantes y cafeterías, gastos en transportes, como bus, taxi o alquiler de vehículos, gastos relativos a entradas a museos, exposiciones o monumentos y a las compras.

²⁸ Las diferencias entre el gasto diario entre cruceristas de escala y de base es muy pequeña, los de escala se sitúan levemente por encima que los de base.

²⁹ Impacto directo= (Estancia media x Gasto medio diario/persona) x N° total de cruceristas en el que los de base se cuentan una única vez.

- El Impacto inducido³⁰ son los pagos efectuados por cada uno de los cruceros a proveedores por servicios portuarios y aprovisionamientos. Según CITTIB-CAEB la media de pagos por crucero es de 9.200 euros por tanto, el impacto inducido en el 2010 es de 2,07 millones de euros.

Figura 39. Evolución del impacto económico inducido de cruceros en les Illes Balears.

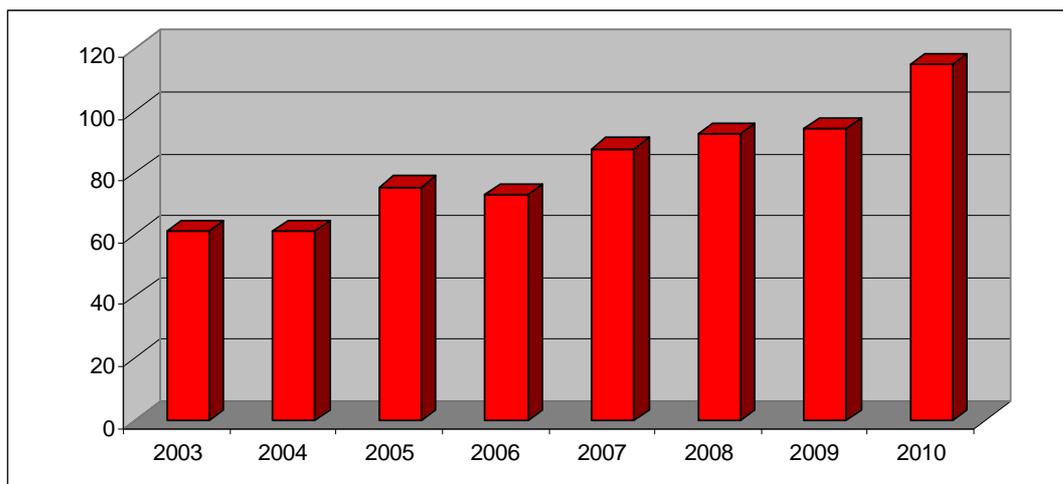


Fuente: CITTIB-CAEB, IMPACTUR y Autoridad Portuaria de las Illes Balears.

(*) Ingresos totales de los buques de cruceros (millones de euros constantes).

Finalmente el impacto global³¹ para el 2010 es de 115 millones de euros

Figura 40. Evolución del impacto económico global de cruceros en les Illes Balears.



Fuente: CITTIB y Autoridad Portuaria de las Illes Balears.

(*) Ingresos totales de los buques de cruceros (millones de euros constantes).

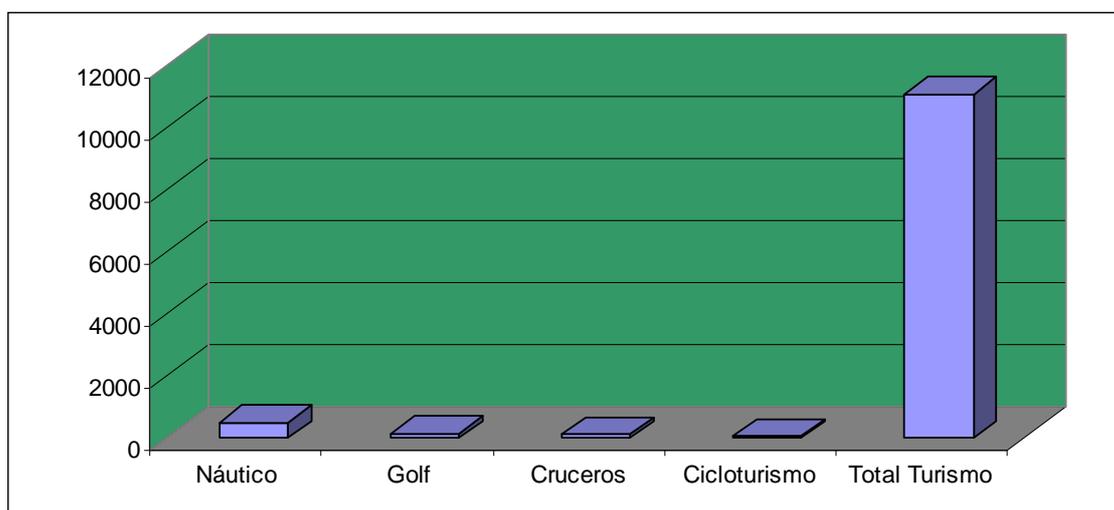
³⁰ Impacto inducido=Pago medio efectuado por crucero x N° de buques en un año determinado.

³¹ Impacto global= Impacto directo+Impacto inducido.

Según INESTUR los ingresos globales del turismo de cruceros no se computan dentro del total del gasto turístico ya que estos provienen de visitantes que no cumplen con la definición de turista debido a que no pernoctan en la isla. Los cruceristas desde un punto de vista técnico se consideran excursionistas, ya que no pernoctan.

Finalmente el impacto económico global de los cruceros lo podemos comparar con el impacto económico generado por otros productos turísticos que se desarrollan en las Illes Balears. El turismo náutico produce unos ingresos totales de 478 millones de euros, el turismo de golf genera 162 millones de euros y finalmente el cicloturismo tiene un impacto económico de 63 millones de euros en las Illes Balears (CITTIB-CAEB, 2009). A partir de estas cifras podemos establecer una jerarquía de productos turísticos según sus ingresos económicos (ver Figura 41). Finalmente señalar que el impacto económico generado por el turismo en general en las Illes Balears en 2009 fue de 11.032 millones de euros (IMPACTUR, 2009) donde el turismo de sol y playa supone el 92% de este impacto.

Figura 41. Impacto económico de los productos turísticos en las Illes Balears en 2009.



Fuente: IMPACTUR, CITTIB-CAEB.
(* Escala logarítmica, millones de euros.)

4.1.5 Medidas de protección ambiental.

Los puertos de la Autoridad Portuaria de las Illes Balears están regulados por la normativa internacional y nacional sobre el medio ambiente marítimo. La normativa internacional está representada principalmente por la Organización Marítima Internacional (IMO), un organismo de la Organización de Naciones Unidas (ONU) al que se le encomendó la misión de desarrollar una normativa internacional para conseguir un mar más seguro y menos contaminado desarrollando un marco regulador referente a los buques en materia de seguridad y concienciación medio ambiente. Otro organismo internacional es MARPOL, un convenio aceptado por España que se convierte en una norma de aplicación en el ordenamiento jurídico Español. El MARPOL está configurado por los siguientes anexos (Barragán, C., 2007):

- Anexo I: Reglas para prevenir la contaminación por hidrocarburos.
- Anexo II: Reglas para prevenir el control de la contaminación por sustancias líquidas a granel.
- Anexo III: Prevención de la contaminación por sustancias nocivas transportadas por mar embarcadas.
- Anexo IV: Prevención de la contaminación por aguas sucias de los buques.
- Anexo V: Prevención de la contaminación por basuras de los buques.
- Anexo VI: Prevención de la contaminación aérea por los buques.

La normativa nacional más importante es *El Plan de Acción para el Mediterráneo* (PAM), aprobado en la conferencia celebrada en Barcelona en 1975 sobre la protección del mar Mediterráneo. Esta normativa regula la contaminación como presenta un protocolo sobre su prevención (Barragán, C., 2007).

4.2. El puerto de Palma.

El puerto de Palma es un puerto pesquero, comercial, de pasajeros y deportivo situado en Mallorca. Es el más grande de los cinco que gestiona la Autoridad Portuaria de las Illes Balears y está situado en el medio de la ciudad abierto al mar. Se divide en cuatro zonas bien diferenciadas: los muelles comerciales, muelles de Poniente, las dársenas deportivas y el dique del Oeste. Dispone de unos servicios que, aún habiendo

hecho frente a limitaciones de espacio, han posibilitado la consolidación del puerto como uno de los más importantes de todo el Mediterráneo en relación al tráfico de cruceros. Dispone de siete muelles³² para el atraque de buques de crucero y uno más para cuando el resto de muelles están ocupados, además tiene cinco estaciones marítimas, una carpa de servicios para los pasajeros de 1200m², 6 pasarelas móviles y 5 fijas (Ports de Balears, 2011).

La buena posición del puerto de Palma en el ranking de puertos crucerísticos mundial (ver Figura 42) se debe al incremento de esta modalidad turística en la región mediterránea, especialmente desde mediados de la década de los 90 donde el puerto de Palma empezó a contar como puerto base en las líneas de cruceros, lo que dispara el número de buques y de cruceristas (INESTUR, CITTIB-CAEB, 2005). El crecimiento desde 1995 (ver Figura 43) se caracteriza por pocas bajadas, destacamos la de 1998 que puede estar relacionada con la crisis financiera asiática de 1997, conocida como “la primera gran crisis de la globalización” (Bello, 2003), la cual aumentó el temor de un desastre económico mundial por contagio financiero. Por otro lado, está la disminución hacia el 2000 que puede estar relacionada con una segunda crisis del proyecto globalizador que según Bello (2003) se debe al fracaso de la tercera cumbre ministerial de la Organización Mundial del Comercio en Seattle en 1999. En 2001 hay muy poco crecimiento debido a una tercera crisis que según Bello (2003) se debe al colapso de la bolsa y el fin del "boom" de Clinton. Esta caída estuvo relacionada con la sobrecapacidad del sector industrial provocando un estancamiento prolongado y la aparición de la deflación. Aunque a partir del 2002 hay una recuperación, entre el 2003 y el 2004 hay un cierto estancamiento para luego volver a crecer con fuerza hasta la bajada del 2009 debido a la crisis económica financiera del 2008. Aunque esta crisis aun afecta a los países desarrollados, observamos como hay una fuerte recuperación del turismo de cruceros en el 2010, seguramente debido a un reajuste de los precios de la oferta.

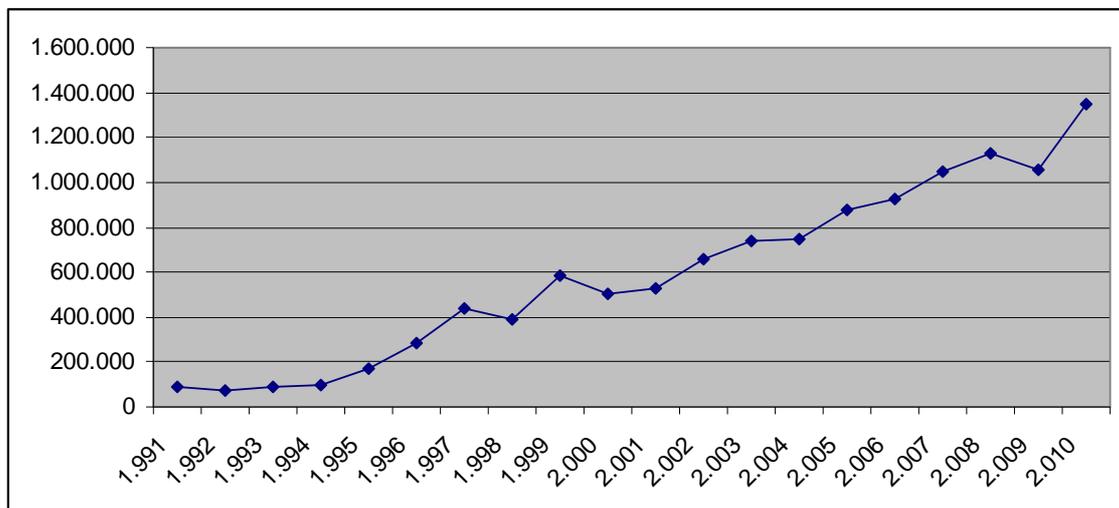
³² Los muelles tienen una anchura que va desde un máximo de 420 metros a un mínimo de 270, con un calado de 8 a 12 metros.

Figura 42. Ranking mundial de puertos de cruceros en el 2009.

Puerto	Nº pasajeros
Miami (EE.UU.)	4.110.100
Everglades (EE.UU.)	2.837.000
Cañaveral (EE.UU.)	2.500.000
Cozumel (México)	2.200.000
Barcelona (España)	2.151.465
Pireo (Grecia)	2.028.010
Civitavecchia (Italia)	1.803.000
Nassau (Bahamas)	1.750.680
San Juan (Puerto Rico)	1.636.000
St Thomas (Islas Vírgenes, EE.UU.)	1.585.700
Grand Cayman (UK)	1.520.400
Venecia (Italia)	1.420.980
Baleares (España)	1.238.152
St. Maarten (Antillas)	1.217.100
Nápoles (Italia)	1.200.000
Southampton (UK)	1.055.000
Los Ángeles (EE.UU.)	978.900
Juneau (Alaska, EE.UU.)	956.000
Ketchikan (Alaska, EE.UU.)	937.420
Vancouver (Canadá)	898.470
Seattle (EE.UU.)	875.430
Mikonos (Grecia)	868.310
Key West (EE.UU.)	852.000
Barbados (Antillas)	835.700
Long Beach (EE.UU.)	830.000
Nueva York (EE.UU.)	824.000
Santorini (Grecia)	815.690
Dubrovnik (Croacia)	814.000
Tampa (EE.UU.)	802.900
Livorno (Italia)	795.310

Fuente: Revista Puertos.

Figura 43. Evolución de cruceristas en el puerto de Palma desde el 2010.



Fuente: Autoridad Portuaria de las Illes Balears. Elaboración propia.

La mayoría de los puertos competidores de Palma están situados en la zona occidental del Mediterráneo, debido a los conflictos políticos de la zona oriental. Observamos como en 2008 (ver Figura 18), Palma es el tercer puerto más importante del Mediterráneo a suficiente diferencia de los dos primeros: Barcelona y Civitavecchia. De cerca le sigue el puerto de Nápoles y Venecia y a partir de 2009, el puerto de Palma se ve superado por el Pireo y Venecia (ver Figura 42) quedando en quinto lugar (MedCruise, 2011) en el Mediterráneo y decimotercero en el mundo.

El impacto económico global derivado del turismo de cruceros en 2010 en Palma³³ es de 100 millones de euros, mientras que para las Illes Balears es de 115 millones de euros, de ahí que el puerto de Palma sea con mucha diferencia el más importante de Baleares recaudando el 86% de los beneficios económicos.

³³ Se puede extrapolar al resto de la isla de Mallorca.

5. CONCLUSIONES.

El turismo de cruceros representa uno de los segmentos del mercado turístico internacional que mayor crecimiento ha experimentado en los últimos años. Este producto se desarrolla mayoritariamente en el Caribe y en segundo lugar en el Mediterráneo, principal foco turístico mundial debido a la proximidad de la demanda, el factor climático y el patrimonio cultural.

El producto de cruceros es uno de los mercados con la oferta más diversificada ya que las compañías navieras intentan satisfacer a los diferentes segmentos del mercado y a sus cambios a lo largo del tiempo. Dos de las asociaciones más importantes en la planificación de esta industria son: la *Florida Caribbean Cruise Association* y la *Caribbean Line Internacional Association*. Por otro lado, el 88% de la oferta mundial está controlada por 3 grandes compañías navieras: *Carnivale Corporation Plc*, *Royal Caribbean Ltd.* y *Star Cruises*. Por ello, este producto globalizado está controlado por unas pocas organizaciones que intentan controlar todo el mercado sin dejar que otras empresas entren en este sector.

En lo que se refiere a la demanda, el 76% es de origen estadounidense y canadiense y éstos eligen mayoritariamente el Caribe como destino, convirtiendo esta región en la más importante. Le siguen con gran diferencia los demandantes de origen británico y alemán con un 7% y un 5% respectivamente. La característica que más se destaca de los cruceristas es la lealtad que tienen al producto y muchas veces a un destino determinado.

Uno de los factores que más influye a los cruceros es la estacionalidad ya que depende en gran medida de las vacaciones de la población, las cuales son generalmente en verano, pero también hay una estrecha relación entre estación y destino. Para disminuir el efecto de la estacionalidad, las compañías navieras realizan estrategias comerciales provocando que la oferta se mantenga en constante movimiento o comercializan los cruceros *low cost*.

Por otro lado, el cálculo del impacto económico de un destino es de gran importancia ya que permite evaluar objetivamente si el turismo de cruceros es beneficioso económicamente o no para la comunidad local. Aunque el turismo siempre conlleva ciertos beneficios al destino, muchas veces estos van destinados únicamente a las compañías navieras.

Como otras modalidades de transporte, los barcos de cruceros representan una amenaza para el medioambiente. Para controlar las externalidades negativas producidas por los cruceros existen varias instituciones como también normativas internacionales como la Organización Marítima Internacional, MARPOL y el Plan de Acción para el Mediterráneo.

El turismo de cruceros en el Mediterráneo ha crecido notablemente en la última década. Los 10 países que más han crecido entre el año 2000 y el 2008 son: Croacia, España, Italia y Turquía. Por otro lado, hay puertos que presentan una disminución importante durante este periodo como son los de Egipto y de Chipre, o los de Casablanca, Sète y Portoferraio.

El país mediterráneo más importante en cruceristas es Italia al que le sigue España, país que tiene el puerto más importante de cruceros de Europa, el cual es Barcelona. Existe cierta correlación entre los países más turísticos con los más crucerísticos de la región mediterránea, aunque no mantienen las mismas posiciones en los dos rankings. Además también hay una correlación directa entre el PIB del país y la cantidad de turistas o de cruceristas que tiene. Como es lógico, en los países analizados hay más turistas que cruceristas por residentes, ya que los cruceristas sólo suponen un 7% del turismo en general en el Mediterráneo. Por otro lado, el país que tiene más cruceristas por habitante es Malta, seguido de Chipre y Croacia. Estos países se caracterizan por ser islas por lo que el tráfico marítimo y en este caso de cruceros es importante y por no tener un gran porcentaje de turistas como Francia, Italia o España.

Si nos centramos en España, la Comunidad Autónoma de las Illes Balears es dónde se produce mayor impacto no sólo en turistas sino también en cruceristas. El puerto de Palma está en decimotercer lugar en el ranking mundial y en quinta posición en el Mediterráneo con más de un millón de cruceristas en 2009. Las Illes Balears actualmente suponen casi un 7% del tráfico de cruceristas en el Mediterráneo y el 30% en España, estos datos se deben a un acceso rápido y frecuente a las principales capitales europeas gracias al aeropuerto Son Sant Joan y a Palma como puerto base de cruceros.

El impacto económico derivado del turismo de cruceros depende del gasto de los cruceristas en tierra y la duración de su estancia. En el caso del archipiélago balear es de 115 millones de euros en 2010, dónde un 86% es recaudado en Mallorca. En relación a

otros productos turísticos en Baleares, los cruceros se ven superados por el turismo de sol y playa, el turismo náutico y el turismo de golf.

A partir de las informaciones obtenidas por medios de comunicación, la Comisión Europea ha priorizado el corredor mediterráneo lo que supone una buena noticia desde el punto de vista económico, demográfico y ambiental (Seguí, J.M., 2011). En el caso del puerto de Palma, este hecho supone un conflicto entre los buques de cruceros, que cada vez son más grandes y los de cabotaje por el espacio ya que el puerto difícilmente puede crecer más además de que el puerto de Palma no tiene un puerto seco como el de Barcelona o Valencia. Por tanto a día de hoy es una incógnita como el puerto de Palma podrá participar en el corredor mediterráneo y asumir un mayor número de cruceros, ya que según el informe “*Port del Futur. Palma 2020*³⁴”, el puerto recibirá 11 millones de cruceristas en 2020.

³⁴ Cambra de Comerç de Mallorca, Eivissa i Formentera i APEAM.

5. BIBLIOGRAFIA.

Autoridad Portuaria de las Illes Balears. “Memoria Anual de 2010”.

Barragán, C. (2007). “Estudio del impacto ambiental del tráfico marítimo Barcelona-Baleares”. Disponible en:

<http://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/5020/1/ESTUDIO%20DEL%20IMPACTO%20AMBIENTAL%20DEL%20TR%C3%81FICO%20MAR%C3%8DTIMO%20BARCELONA.pdf>>. Consultado 16-11-2011.

Barrufet, S. (2010). “Cruceros turísticos en Barcelona”. Disponible en: http://www.turismoyocio.net/new/index.php?option=com_content&view=article&id=1835%3Acruceros-turisticos-en-barcelona&catid=338&Itemid=4. Consultado 20-9-2011.

Blázquez, M. y Murray, I. (2010). “Una geohistoria de la turistización de las islas Baleares”. *Revista El periplo Sustentable*, n° 18,(2010), pp. 69-118.

Bello, W. (2003). “¿Qué es la globalización?”. Disponible en: <http://www.globalizate.org/bello2.html>. Consultado 20-9-2011.

Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. “El Turismo de cruceros”. Disponible en: http://www.camaravalencia.com/servicios/docs/turismo/Turismo_de_cruceros_09.pdf. Consultado 19-3-2011.

Cuellar, M y Kido, M.T. (2008). “Perfil y análisis del gasto del crucerista: el caso de bahías de Huatulco (México)”. *Cuadernos de Turismo*, n° 22, (2008); pp. 47-78

Dwyer, L. y Forsyth, P. (1998). “Economic significance of cruise tourism”. *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No. 2, (1998), pp. 393-415.

Fernández, L. (2008) “La modalidad de turismo de cruceros: evolución, desempeño y perspectivas”. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos-pdf/turismo->

cruceros-evolucion-perspectivas/turismo-cruceros-evolucion-perspectivas.pdf.

Consultado 19-3-2011.

Garay, L. y Cànoves, G. (2010). “Un análisis del desarrollo turístico en Cataluña a través del ciclo de evolución del destino turístico”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N.º 52, (2010), pp. 43-58*

Gómez, B. (2010). “Reflexión geográfica en torno al binomio clima-turismo”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles N.º 40, (2005), pp. 111-134*

Govern de les Illes Balears. Conselleria de Turisme. “El Turismo de cruceros en las Illes Balears 2005”. Disponible en:

<http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST865ZI79728&id=79728>.

Consultado 23-3-2011.

Govern de les Illes Balears. Conselleria de Turisme. “El turisme a les Illes Balears. Dades informatives-2009.” Disponible en:

<http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST865ZI79213&id=79213>.

Consultado 6-4-11.

Govern de les Illes Balears y IMPACTUR. “Estudio del impacto económico del turismo sobre la economía y el empleo de las Illes Balears, 2009”. Disponible en: <http://www.caib.es/sacmicrofront/archivopub.do?ctrl=MCRST865ZI100609&id=100609>. Consultado 12-12-11.

Govern de les Illes Balears y INESTUR. “El sector turístico Balear 2008”. Disponible en:

http://www.google.com/#sclient=psy&hl=en&q=el+sector+turistico+balear+2008&aq=f&aqi=&aql=&oq=&pbx=1&bav=on.2,or.r_gc.r_pw.&fp=9f1cee15cd8c0900.

Consultado 15-3-2011.

Hall, J y Braithwaite, R. (1990). “Caribbean cruise tourism. A business of transnational Partnerships”. *Tourism Management, (1990), pp. 339-347*.

Hernández, J. (2008). “El turismo de masas. Evolución y perspectivas”. *Madrid: Editorial Síntesis, 2008.*

Hung, K y Petrick, J (2011). “Why do you cruise? Exploring the motivations for taking cruise holidays, and the construction of a cruising motivation scale”. *Tourism Management, N° 32 (2011), pp. 386-393.*

Johnson, D (2002). “Environmentally sustainable cruise tourism: a reality check”. *Marine Policy, N°26 (2002), pp. 261–270*

Lawton, L. y Butler, R. (1987). “Cruise ship industry -patterns in the Caribbean 1880-1986”. *Tourism Management, (1987), pp. 329-343.*

Martínez, R., Seguí J.M. y Petrus, J.M. (2011). “El Binomio Transporte y Turismo: del fordismo al postmodernismo” *Circulação transportes e logistica. Diferentes perspectivas. São Paulo: Editorial Outras Expressões, (2011), pp. 185-214.*

Organización Mundial del Turismo. “Turismo de cruceros-Situación actual y tendencias”. *Edición 2008. Madrid.*

Organización Mundial del Turismo. “Barómetros sobre el turismo 2009”. Disponible en : <http://unwto.org/es>. Consultado 19-3-2011.

Organización Mundial del Turismo. “Panorama del turismo internacional 2010” Disponible en: www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/01/pdf/text.pdf. Consultado 19-3-2011.

Ortuño, M. “El turismo Mediterráneo: situación, circunstancias y datos estadísticos”. Disponible en: <http://www.ual.es/Congresos/Turismo-Mediterraneo/panel3-7.pdf>. Consultado 19-3-2011

Papathanassis, A y Beckmann, I (2010). “Assessing the poverty of cruise theory hypothesis”. *Annals of Tourism Research, Vol. 38, No. 1, (2011), pp. 153–174.*

Petrick, J. y Sirakaya, E. (2004). "Segmenting Cruisers by Loyalty". *Annals of Tourism Research*, Vol. 31, No. 2, (2004), pp. 472–475.

Puertos. "Cruceiros a toda Maquina". *Revista puertos*. N° 160. Disponible en: http://www.puertos.es/publicaciones/articulos_publicados.html?T%C3%ADtulo=cruceiros&Autor=&numrevist=160. Consultado el 15-12-11.

Ramos, D. (2008). "¿Quién viaja en avión? Una aproximación a la caracterización de los usuarios europeos del transporte aéreo según su nivel de renta". *ScriptaNova*. Vol. XII, núm. 270 (48), 1 de agosto de 2008.

Sun, X., Jiao, Y. y Tian, P. (2010). "Marketing research and revenue optimization for the cruise industry: A concise review". *International Journal of Hospitality Management* 30 (2011), pp. 746–755.

Teye, V. y Leclerc, D. (1998). "Product and service delivery satisfaction among North American cruise passengers". *Tourism Management*, Vol. 19, No. 2,(1998), pp. 153-160..

Yepes, V., Esteban, V. y Serra, J. (2011). "Tráfico de Cruceiros en el Mercado Turístico Mediterráneo". *IV Congreso de Ingeniería del Transporte*. Edición 2000. Valencia. Disponible en: <http://personales.upv.es/vyepesp/YepesEstebanSerra.pdf>. Consultado 19-3-2011

Wood, R. (2000). "Caribbean cruise Tourism. Globalization at Sea". *Annals of Tourism Research*, Vol. 27, No. 2, (2000), pp. 345-370.

Webs consultadas.

Autoridad portuaria de Alanya. Disponible en: <http://www.alanyaseaport.com/en/63/traffic-statistics>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Alicante. Disponible en: <http://www.puertoalicante.com/wp-content/uploads/2010/11/MemAPA09.pdf>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Almería. Disponible en:

<http://www.apalmeria.com/images/stories/file/Memorias/4estadisticas%20de%20trafic.pdf>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Barcelona. Disponible en:

http://www.portdebarcelona.es/wps/portal/portada-es/?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/ExtranetCastellaLib/El%20Port%20de%20Barcelona/informacio/Estadistiques+de+trafic/Anys+anteriors. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Bari. Disponible en:

http://www.aplevante.org/site/attachments/376_Crociere%202008-2010.pdf. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Cagliari. Disponible en:

http://www.porto.cagliari.it/index.php?option=com_content&view=article&id=80&Itemid=89&lang=it. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Civitavecchia. Disponible en:

<http://www.porto-di-civitavecchia.it>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Chipre. Disponible en:

<http://www.cpa.gov.cy/CPA/page.php?pageID=26&mpath=/11>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Dubrovnik. Disponible en:

http://www.portdubrovnik.hr/?lan=en&action=port_dubrovnik&kat=103&pdl=10. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Estambul. Disponible en:

<http://www.tdi.com.tr/?s=icerikDetay&icerikId=36>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Génova. Disponible en:

<http://www.porto.genova.it/index.php/it/il-porto-di-genova>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Gibraltar. Disponible en:

<http://www.gibraltarport.com/statistics.cfm>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de les Illes Balears. Disponible en:

<http://www.portsdebalears.com/index.php3>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de La Spezia. Disponible en:

<http://www.porto.laspezia.it/il-porto/statistics-pagine/cruise-traffic>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Livorno. Disponible en:

<http://www.portolivorno2000.it/statcrociere.html> . Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Málaga. Disponible en:

<http://www.puertomalaga.com/web/guest/infogeneral>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Marsella. Disponible en:

<http://www.marseille-port.fr/index.htm>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Malta. Disponible en:

http://www.transport.gov.mt/admin/mediacenter/PDFs/1_Annual%20Report%202010.pdf. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Messina. Disponible en:

<http://www.porto.messina.it/statistiche.asp?id=10&porto=1>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Mónaco. Disponible en:

<http://www.ports-monaco.com/lang-fr/les-croisieres.html>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Nápoles. Disponible en:

<http://www.porto.napoli.it/en/informazioni/collegamenti.php>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Palermo. Disponible en:

<http://www.portpalermo.it/it/home/statistica>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Ravena. Disponible en:

<http://www.porto.sv.it/Il-Porto-I/Statistich/index.htm>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Trieste. Disponible en:

<http://www.porto.trieste.it/>. Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Valencia. Disponible en:

<http://www.valenciaport.com/es->

[ES/AreaProfesional/PublicacionesGuias/SectorPortuario/Documents/AEstadistico09_cast.pdf](http://www.valenciaport.com/es-ES/AreaProfesional/PublicacionesGuias/SectorPortuario/Documents/AEstadistico09_cast.pdf). Consultado 15-6-2011.

Autoridad portuaria de Venecia. Disponible en:

<http://www.port.venice.it/>. Consultado 15-6-2011.

Carnival Cruises. Disponible en: <http://www.carnival.com>. Consultado 15-6-2011

Centre de Recerca Económica. UIB. Sa Nostra. Disponible en:

http://cre.uib.es/internet/cre.nsf/pernomcurt/CRE?OpenDocument&ko_idio=02.

Consultado 19-12-2011.

Cruceros Barcelona. Disponible en:

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

http://www.turismoyocio.net/new/index.php?option=com_content&view=article&id=1835%3Acruceros-turisticos-en-barcelona&catid=338&Itemid=4

Consultado 15-6-2011.

Eurostat. Disponible en:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&language=en&pcode=tgs00079&plugin=1>

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_r_e2gdp&lang=en

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=nama_r_e3gdp&lang=en

http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_arn2&lang=en

<http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/setupModifyTableLayout.do>

<http://sitis.istat.it/sitis/html/indexEng.htm>

Consultado 23-12-11.

IBESTAT. Disponible en:

<http://www.ibestat.es/ibestat/page?lang=es>.

http://www.ibestat.es/ibfiles//content/files/publicaciones/minixifres_2009_19x19_comprimido_programa_ok.pdf

Consultado 21-3-2011

Instituto Estadístico de Italia. Disponible en: <http://www.istat.it/en/>. Consultado 23-5-11

Instituto de estudios turísticos. Disponible en: <http://www.iet.tourspain.es/es-ES/Paginas/default.aspx>. Consultado 23-5-11

Instituto Nacional de Estadística. Disponible en: <http://www.ine.es/> Consultado 23-12-11.

Florida Caribbean Cruise International Association. Disponible en: <http://www.fcca.com/> Consultado 21-3-2011

G.P Wild (International) LTD. Disponible en:

<http://www.gpwild.co.uk/> Consultado 21-3-2011

Port de Barcelona. Disponible en:

http://www.portdebarcelona.es/wps/portal/web?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/ExtranetCatalaLib/El%20Port%20de%20Barcelona/El%20Port/Portada.

Consultado 21-3-2011

Medcruise. Disponible en: <http://www.medcruise.com/> Consultado 21-3-2011

Organización Marítima Internacional. Disponible en:

<http://www.imo.org/Pages/home.aspx> Consultado 19-3-2011

Organización Mundial del Turismo. Disponible en:

<http://unwto.org/es>. Consultado 19-3-2011

The Association of Mediterranean Cruise Ports. Disponible en:

http://www.medcruise.com. Consultado 23-3-11.

Royal Caribbean Internacional. Disponible en: *www.royalcaribbeaninternacional*.
Consultado 15-6-2011

Star Cruises. Disponible en: *http://www.starcruises.com/newweb/homepage.aspx*
Consultado 15-6-2011

6. ANEXO.

Buenos días, ¿podría contestar a unas preguntas para un estudio de la Universidad de las Islas Baleares?				
¿Cual es su nacionalidad?				
¿En qué intervalo de edad está situado?				
menos de 30	30-40	50-60	más de 60	
¿Qué nivel de estudios tiene?				
Estudios primarios	Estudios secundarios	Formación profesional	Universitario	Sin estudios
Viene usted:				
sólo	pareja	familia	amigos	
¿Es la primera vez que viaja en cruceros? ¿Cuántos cruceros ha efectuado en los últimos 4 años?				
¿Es la primera vez que viene a Mallorca? ¿I en crucero?				
¿Cómo tuvo información sobre el viaje?				
Prensa	Agencia de viajes	Internet		
¿Cómo compró el viaje?				
Agencia de Viajes	Internet	Operadores Turísticos		
¿En qué grado de importancia situaría la escala en Palma? De 1 a 4 donde 1 es poco importante y 4 es muy importante.				
¿Cuántos días u horas va estar en Mallorca?				
¿Le han dado algún tipo de información sobre Palma a bordo?				
¿Tiene ya alguna excursión concertada? ¿Dónde?				
Si no tiene ninguna excursión concertada, ¿qué piensa visitar?				
¿Con qué medio de transporte piensa usted moverse por la ciudad?				
A pie	Autobús	Taxi	Bici	
¿Piensa usted ir a un centro comercial?				
¿En qué grado de satisfacción situaría las instalaciones y servicios del Puerto de Palma? De 1 a 4 donde 1 es poco importante y 4 es muy importante.				
Gracias por su atención				