

El Turismo de Cruceros como Modalidad del Transporte de Pasaje

José Aguilar Herrando

Catedrático de Universidad, Departamento de Transportes, Universi

Vicent Esteban Chapapría

Profesor Titular, Departamento de Transportes, Universidad Politécnica de Valencia, España

Víctor Yepes Piqueras

Director del Área de Producto, *Agència Valenciana del Turisme, Generalitat Valenciana,*
España

RESUMEN

Partiendo de unos aspectos generales acerca del tráfico de pasaje, se plantean las expectativas de este sector, realizando analogías con la situación actual y la evolución de este tipo de tráfico de pasaje en los Estados Unidos, y constatándose las enormes potencialidades del mismo, tanto como atractor de posibles clientes españoles, como de pasajeros de otras latitudes que acudan a nuestras costas.

1. INTRODUCCIÓN

Es conocido que las grandes migraciones desde Europa a los Estados Unidos de América, sirvieron de base a un enorme crecimiento del transporte marítimo de pasaje en el primer cuarto de siglo. El término tranatlántico, que venía a plasmar un tráfico que también llegó a las costas sur americanas, pero que siempre era con un sentido claramente marcado desde el viejo continente hacia el nuevo. El término internacional de *paquebote* designó a unas embarcaciones que crecieron hasta unas descomunales dimensiones, cuando aún se utilizaban los motores a vapor. El ocaso de esta generación de barcos se produjo con el advenimiento del tráfico aéreo de línea regular en los 50-60, que en pocos años envió al desguace (o a los astilleros para una reconversión) a todos los grandes tranatlánticos, salvo al Queen Elizabeth II, que todavía es utilizado por una de las compañías de cruceros más importantes del mundo. Las líneas europeas que tocaban puertos sur americanos, tuvieron el mismo final, pero con un ritmo de desaparición más lento. De ese proceso, es usual que en los libros de texto se concluya, demasiado rápidamente quizás, que quedaron tres tipos de tráfico de pasaje:

- el tráfico de estrechos
- el tráfico a las islas

estabilizada tanto en España, como en otros lugares donde hay estrechos. Es de destacar que la versatilidad que se ofrece, unido al hecho de casi siempre se trata de travesías relativamente cortas (menores de dos horas), resulta sumamente competitiva.

En lo que al tráfico de islas la evolución observada no es la misma. En efecto, en este tipo de tráfico se debe de considerar con detalle la duración de la travesía. Es muy revelador a este efecto la evolución que han sufrido las cifras de pasaje que unen los puertos de Valencia y Barcelona con Palma.

Año	Pasajeros con Palma	Pasajeros con Ibiza-Mahón
1989	433	234
1990	400	216
1991	374	221
1992	340	216
1993	272	153
1994	310	179
1995	271	184

Tabla 1 – Pasajeros en líneas regulares Barcelona - Puertos de Baleares (en miles)

Año	Pasajeros con Palma	Pasajeros con Ibiza
1992	207	43
1993	188	37
1994	151	26
1995	171	18

Tabla 2 – Pasajeros en líneas regulares Valencia Puertos de Baleares (en miles)

Por el contrario, las cifras de tráfico del puerto de Denia, arrojan valores sustancialmente diferentes, con una estacionalidad importante pero no exagerada:

Año	Pasajeros
1984	40
1985	61
1986	96
1987	103
1988	100
1989	119
1990	104
1991	101
1992	104
1993	127
1994	198
1995	197
1996	214

Tabla 3 – Tráfico del puerto de Denia con Ibiza (en miles)

Podemos concluir pues que, hoy en día, en estas líneas, el usuario no está dispuesto a viajar si la travesía dura más de unas pocas horas, optando probablemente por el tráfico aéreo, situación esta que sólo puede empeorar, si se confirman las esperadas bajadas de precios derivadas de la liberalización de tráfico doméstico europeo.

Como confirmación pues a esta regla podemos valorar el éxito del tráfico del puerto de Tarragona con Palma mediante ferrys rápidos, que en su segundo año ya había alcanzado la cifra de 50.000 pasajeros, así como la incorporación en la línea Barcelona-Palma de los catamaranes rápidos (buque-bus) que cubren la travesía en apenas tres horas, y de otros barcos de casco plano. Esto puede también entenderse en un contexto general de aumento del nivel de renta, que conlleva un mayor nivel de exigencias en el servicio, que la vía náutica consigue con dificultad. Nos encontramos de lleno con este nivel de exigencia creciente en el siguiente punto.

3. EL TRÁFICO DE CRUCEROS

Una modalidad en principio alternativa al tráfico de líneas regulares son los cruceros turísticos. En efecto, este tipo de tráfico ha comenzado a ganar importancia en algunos puertos españoles, pero las cifras globales son todavía extremadamente bajas, aunque pueden llegar a ser potencialmente muy altas, si las comparamos con la de los Estados Unidos o el Reino Unido, tal y como se puede ver en la tabla 4.

Nacionalidad	%
Norteamericana	1,75
Británica	1,06
Alemana	0,36
Italiana	0,37
Francesa	0,3
Suiza	0,5
Española	0,11
Total Europea	0,42

Tabla 4 – Porcentaje de pasajeros de cruceros sobre el total de la población del país

Fuente: Ocean Shipping Consultants Ltd.

Así las cifras de evolución de los últimos años que aparecen en la tabla 5 confirman el enorme margen de recorrido del que dispone el sector.

Mercado	1996	1997	1998	% 97/98
EEUU	4.500.000	4.864.000	5.243.000	7,8
GB	416.000	522.000	635.000	21,7
Alemania	255.000	243.000	257.000	5,6
Italia	167.000	200.000	220.000	10
Francia	154.000	165.000	200.000	21,8
España	27.000	35.000	45.000	28,6

Tabla 5 – Pasajeros en cruceros por nacionalidades

Fuente: U.K. Passenger Shipping Assoc.

Es evidente que las cifras americanas se han conseguido tras una evolución de decenios, mientras que en los países europeos apenas han comenzado con recientes.

En cuanto a destinos, el comportamiento del mercado británico (que aparece en la tabla 6) puede resultarnos más aplicable que el americano, ya que en este pesan considerablemente las travesías del Pacífico, no sólo tropicales sino con Alaska.

Destino	1996	1997	1998	% 97-98
	173.000	243.000	258.000	6,1
Caribe	96.000	120.000	160.000	33,5
Escandinavia – Báltico	36.000	43.000	46.000	5,7

Tabla 6 – Principales destinos de los cruceros para los pasajeros británicos

Fuente: U.K. Passenger Shipping Assoc.

4. CARACTERÍSTICAS OBSERVADAS EN LA EVOLUCIÓN

A la vista de la tabla anterior conviene tener muy presente la evolución sufrida por el mercado americano de cruceros, pues puede servirnos de guía de lo que a los depare el futuro. Algunas de las claves observadas son las siguientes:

- Aunque la presencia de cruceros existe distribuida en casi toda la costa americana, es marcadamente en el sur donde se encuentran los principales puertos, Florida y California. De ambas zonas, destaca muy especialmente Florida, que cuenta con los puertos más importantes al respecto, que son Miami (1,4 millones de pasajeros en 1998), Port Everglades (463.000) y Port Cañaveral . Miami concentra la principal actividad encontrándose en ella la sede de la Cruise Liners International Association (CLIA), y celebrándose en esta ciudad buena parte de los congresos internacionales más importantes del sector.
- Aunque históricamente el tráfico de cruceros era una actividad destinada a clases económicamente muy elevadas y personas de avanzada edad, las cifras que vimos antes nos evidencian que el sector inició ya hace años un deslizamiento hacia otros segmentos poblacionales. Dado que ciertas líneas no abandonaron estos segmentos acomodados, la migración ha producido una clasificación de mercados que cubren amplísimas bandas sociales. Además resulta muy significativo:
 - La puesta en servicio de barcos de esloras variadísimas, que desde los más de 300 m hasta unos pocos metros, siempre con amplias tripulaciones relativas al pasaje, pero con índices más elevados cuanto más reducido (selecto) es el barco. La aparición de los VLVC (Very Large Vessel Cruise), que desbordaron los límites de manga del Canal de Estrecho de Panamá, ocasionó el cierre estacional de las líneas americanas. En efecto, una situación habitual consistía en que las líneas del Caribe se detuvieran durante la época de los huracanes, enviando los barcos hacia rutas del Pacífico a través del Canal. Al no poder utilizarlo, estos grandes barcos han sido enviados a las costas mediterráneas, fundamentalmente. La presencia de éstos en nuestras latitudes, junto con la promoción publicitaria que precisa este tipo de tráfico, ha actuado como tirón de la demanda del que se ha beneficiado nuestro mercado de cruceros, en general.
 - Aparte del gigantismo en los barcos, la tendencia hacia el abaratamiento del flete ha actuado también en varios frentes:
 1. Reducción de las travesías, que en estos momentos tienen una duración media de 6-7 días

2. Abanderamiento en países propicios (banderas de conveniencia) con tripulaciones de países pobres, que viajan en muy malas condiciones personales, en contraste con unas comodidades asombrosas ofrecidas a los pasajeros. Este nivel de contraste no ha sido nunca de la envergadura que el que hay en la actualidad.
 3. Estrategias comerciales muy agresivas, con fuerte presencia en las agencias de viajes, intentando por todos los medios captar nuevos clientes, pensando en su fidelización
 4. Fuerte combinación avión-crucero que, combinado con unas travesías cortas, abre unas enormes posibilidades de rotación del barco. Si además pensamos en la posibilidad de que el pasaje no permanezca todo el tiempo a bordo (combinaciones de travesías con recorridos en tierra con recogida del pasaje días después en otro lugar) dichas posibilidades aumentan, pudiéndose dar el caso de que varios grupos de pasajeros diferentes estén utilizando el mismo barco ofreciendo una ficticia travesía de mayor duración, e incluso resultando así más atractiva para determinados grupos a los que no les resulte muy cómoda una estancia muy larga a bordo.
 5. Ha resultado ser decisiva realizar muchas combinaciones de destino atractivo - duración de las travesías - estadías en los puertos. En el Caribe también se ha observado la importancia de disponer en zonas de atractivo próximas unas a otras, que permite ofertar ciclos (unos años unos, otros años otros) de cruceros que tengan puntos en común (de grato recuerdo para el turista fidelizado) con junto con otros nuevos, que bien promocionados ofrecen la apariencia de una mezcla de novedad atractiva y grata repetición. Esta posibilidad también se da en el Mediterráneo, tanto occidental como oriental, si bien con mayores posibilidades en este último.
 6. La diversificación temporal que unida a la geográfica y de categoría ofrecen una variabilidad de servicios enorme, a la que se puede acoger un abanico de clientes muy amplio.
- Orientación hacia segmentos de edad cada vez más jóvenes. Así, mientras que EEUU en el pasado el pasajero de cruceros era de 65 años, en la actualidad ese valor ha descendido hasta los 44 años, cifra estabilizada en el periodo 92-98. Estos valores en Europa son bastante mayores. Pero la estrategia americana de reducción progresiva de la edad no cesa en su intento, ya que busca penetrar otros sectores como el de los viajes de negocios y congresos, o el de “familia con niños pequeños”, que puede ofrecer unas posibilidades enormes. En esta línea podemos entender la reciente entrada en el mercado de la *Disney Cruise Line* (en 1998 el buque *Disney Magic* de 2.400 pasajeros, y en 1999 su gemelo *Disney Wonder*), que incorpora a las travesías a sus conocidos personajes de los dibujos animados, y que también se orienta hacia el segmento de recién casados. Tiene su base en Port Cañaveral, a escasos kilómetros de los parques de Disney de Orlando, Florida.
 - Al igual que en otros mercados, en los últimos tiempos se ha observado también en este un fenómeno de concentración de líneas. Especialmente relevante ha sido la reciente toma de control de la *Cunard Lines* por la *Carnival Corporation*. Recordemos que la Cunard es una de las míticas navieras transatlánticas, la que más número de veces ostentó el gallardete

azul (record en la travesía de océano), reconvertida en los 60 en compañía de cruceros, poseedora del inmenso *Queen Elizabeth II*, último paquebote reconvertido en 1969. Este buque aún realiza no sólo travesías transatlánticas, sino también alrededor del mundo. Los

s mayores del mundo (*Big Three*) son:

1. Grupo *Carnival Corporation* que controla la *Carnival Cruise Lines*, la *Holland America Line*, la *Windstar Cruises*, el 50% de *Costa Cruises*, el 68% de *Cunard Lines*, el 50% de *Seabourn Cruise Lines* y el 28% de *Airtours Sun Cruises*. También el titular de un touroperator (la *Holland American Westours*) y el 28% de *Airtours*. Es pues una enorme corporación que ofrece la más numerosa oferta de servicios existente.
 - 1.1. La *Carnival Cruise*, matriz del grupo, dispone de una docena de buques, transporta más de 1 millón de pasajeros
 - 1.2. La *Holland America Line*, de más de 125 años de servicio, dispone de ocho barcos de mayor edad que la *Carnival*,
 - 1.3. La *Costa Cruises* dispone de seis barcos y es la naviera de cruceros líder en el
2. Grupo *Royal Caribbean Cruises*; que es propietario de la *Royal Caribbean International* (doce barcos) y de la *Celebrity Cruises* (cinco barcos)
3. Grupo *P&O*, que es propietario de *P&O Cruises* (siete barcos), y *Princess Cruises* (8 barcos)

La flota mundial de cruceros en 1998 (Esteve Secall, 1999) era de 269 barcos, estando en cartera (1998-2002) 47 barcos más, y una posible lista de 22 pendientes de confirmar. Esta cartera elevará considerablemente la oferta, definiendo un barco medio de 67.000 TRB y 1.600 pasajeros, lo que demuestra el interés de las navieras en un crecimiento en el que, a la vista estás, confían plenamente. El mayor barco en servicio es el *Royal Caribbean Leviathan*, de 142.000 TRB, 311 m de eslora, 48 m de manga y 8,8 m de calado, con lo que la cifra de megacruceros (cruceros mayores de 100.000 TRB) en 1998 se elevaba a tres, estando siete más en construcción, ninguno de ellos del tamaño del citado.

A los destinos consolidados norteamericanos (Caribe, California estadounidense y mejicana, Bahamas, Bermuda, Alaska) se han unido ciertas líneas escandinavas y mediterráneo orientales. Quedan como incógnitas la articulación de ofertas en el área de Sudamérica, Japón o en Polinesia y Australia, cuya dispersión no resulta aún atractiva, a lo que tampoco ayuda el escaso tiempo vacacional del que disponen los potencialmente deseables turistas japoneses. Las del mediterráneo occidental, es decir nuestros puertos, tienen una importante oportunidad en la medida que sean conscientes de la importancia de articular itinerarios sugerentes en esta zona geográfica, a lo que no debe resultar ajeno la incorporación de puertos isleños (Baleares, Córcega y Cerdeña, Sicilia), italianos o incluso norte africanos, superadas en estos las inestabilidades sociales. Experiencia en el lado de la oferta de la navieras existe sobrada.

5. CONCLUSIONES

Se han analizado las características que se han observado en la evolución del mercado de cruceros turísticos. Se han observado las tendencias hacia una generalización de la oferta que hace predecir un intenso crecimiento de este tipo de tráfico de pasaje, constatando la madurez del sector, la experiencia en la capacidad de realizar ofertas atractivas y variadas, orientadas a un sector de la población cada vez más amplio, lejos de los elitismos de principios y mediados del siglo XX. Todo ello augura unas posibilidades enormes tanto para la captación de clientes españoles con destinos turísticos en otras latitudes, como para turistas internacionales de paso por nuestros puertos como pasajeros de cruceros, si bien en este caso todo resultará a expensas de la definición de polos y rutas locales de interés, para lo que las inversiones lúdico culturales en realización en numerosos puntos de nuestra geografía pueden resultar decisivas, siempre y cuando no se arruinen los escenarios de evolución de la renta observados en los últimos años.

REFERENCIAS

Butler, N. Cruceros. Colección Estudios de productos turísticos.

Dwyer L., Forsyth P. Economic Significance of Cruise Tourism. *Annals of Tourism Research*, Vol. 25, No. 2, pp. 393-415, Pergamon 1998

Esteve Secall, R. El turismo de cruceros. La actividad turística española en 1998. AECIT, 1999

Perry Hobson, J.S. Analysis of the US cruise line industry. *Tourism Management*, December 1993

Transport: The cruise ship industry to the 21st century. *EIU Travel & Tourism Analyst* nº 2, 1995. The Economist Intelligence Unit Limited 1995