



Turismo de cruceros: El sector con más potencial de crecimiento

A pesar de que el despegue del turismo de cruceros sigue haciéndose esperar y que las cifras del año pasado no fueron todo lo buenas que se esperaba, el hecho de que las principales compañías internacionales tomen posiciones en el mercado español y que los puertos de nuestras costas estén ampliando sus instalaciones no puede dejar indiferente a nadie

Se trata del sector turístico con mayor potencial de crecimiento pero, ¿cuándo llegará la explosión definitiva de los cruceros en nuestro país? ¿Están dejando de ser considerados un producto de lujo por los españoles? ¿Cuáles son las principales estrategias de las compañías que compiten en este mercado? Las excelentes perspectivas de crecimiento del sector cruceros en Europa han provocado que muchas compañías internacionales estén focalizando sus estrategias en el viejo continente para conseguir afianzar su posicionamiento. Las estimaciones de algunos analistas aseguran que durante los próximos años este mercado vivirá incrementos del orden del 140% en todo el mundo.

Nuevas rutas, diversificación de la

oferta y los servicios, incremento de los puertos-base, orientación a nuevos públicos... Las tendencias de este sector marcan una verdadera revolución cuyo principal objetivo es incrementar la penetración de este tipo de turismo en el viejo continente ya que todavía se trata de un nicho demasiado reducido. Sólo un 1% de los europeos ha hecho alguna vez un crucero, mientras que esta opción es mucho más habitual entre los estadounidenses. Eso sí, una vez se embarcan, los europeos suelen gastar cuatro veces más en un crucero que un norteamericano.

Por todo ello, a pesar del ligero incremento de este tipo de turismo en Europa durante los últimos cinco años, se trata sólo de la punta de lanza y el verdadero despegue está todavía por llegar: "La evolución del turismo de cru-

POCOS PERO A LO GRANDE

Sólo uno de cada cien turistas europeos ha hecho alguna vez un crucero. Sin embargo, cuando se embarcan llegan a gastar cuatro veces más que un norteamericano.

ceros en Europa es muy similar a la que se produjo en EEUU hace 15 años. Durante los próximos cinco años el número de turistas de cruceros en Europa se doblará", asegura Magnus Wrahmer, Director Regional Sur de Europa de Royal Caribbean Cruises.

En primer lugar, Europa es un destino cada vez más popular para los turistas de cruceros de todo el mundo. Sólo hace falta ver cómo se incrementa el número de buques que surcan cada año el Mediterráneo o las frías aguas escandinavas. Pero, quizá uno de los aspectos más destacables sean los planes de construcción de naves de las grandes compañías. El portal especializado InfoCruceros.com señala que, tras un pequeño bajón del número de barcos nuevos resultado de la crisis posterior al 11 de septiembre, este año y el próximo se



escribirán algunas importantes páginas en la historia de la construcción naval. Así, por ejemplo, los planes de Royal Caribbean son la construcción de 11 barcos durante los próximos años, de los cuales 3 superarán a las dimensiones del Queen Mary 2.

Por otro lado, la temporada se está alargando de forma considerable en el Viejo Continente. Ahora, los grandes barcos de las compañías internacionales ya permanecen en Europa mucho más tiempo. De hecho, la temporada de cruceros en este continente se dilata desde el mes de mayo hasta noviembre.

Si se tiene en cuenta la importancia por países de este sector, dentro del continente europeo, los mercados con más peso continúan siendo el Reino Unido, Alemania, Italia, Francia y, la gran promesa para muchas de las compañías de cruceros: España.

España, plaza privilegiada

Se trata del país en el que el turismo de cruceros más ha crecido en los últimos años. España es uno de los mercados más interesantes y con mayor proyección de futuro dada su sólida economía y su gran número de clientes potenciales. Actualmente, de los más de 40 millones de españoles, un 33% hacen vacaciones cada año y un 15% gastan más de 1.000 euros en viajar, según

un estudio de mercado de una de las principales compañías de cruceros.

En los últimos años, este mercado en España ha experimentado un crecimiento espectacular. En sólo cinco años, el número de españoles que viajaron en un crucero creció en un 105%, de las 134.000 reservas registradas de 2001 hasta las 275.000 de 2005. Algunas previsiones de empresas del sector apuntan a un mantenimiento de este índice de crecimiento hasta alcanzar una cifra superior a los 800.000 pasajeros en el año 2010, es decir casi triplicar la cifra actual.

De todas formas, la penetración de este tipo de servicios turísticos en nuestro país es todavía de las más bajas de Europa. A pesar del rápido crecimiento del mercado de cruceros en España, sólo un 0,7% de la población española realiza un crucero al año. “Lo más importante para mejorar este mercado es trabajar precisamente en el incremento de la penetración. Creemos que es fundamental convencer a los turistas que nunca han hecho un crucero que lo prueben por primera vez. Luego, seguro que repiten”, señala Wrahmer de Royal Caribbean. Si las previsiones de esta compañía se cumplen, durante los próximos cinco años la penetración de los viajes de cruceros entre los españoles alcanzará el 1,5% de la población.

MUY BUENAS PREVISIONES

En cinco años, los cruceros han crecido un 105% en España, pasando de 134.000 reservas en 2001, a 275.000 en 2006. Se espera que para el año 2010 las reservas lleguen a las 800.000.

Según otro estudio del mercado español de cruceros realizado en marzo de 2006, los viajeros de España valoran de un crucero mayoritariamente sus servicios, seguido del itinerario o de los camarotes y muy por encima de la marca, el precio o el idioma.

Pero, además de la popularización de los cruceros entre los españoles gracias a su poder adquisitivo, también es muy remarcable el atractivo de nuestra zona para los pasajeros de cruceros de todo el mundo. Tanto por el clima, como por la oferta turística o por la capacidad de los puertos nacionales, el gancho que tiene España como punto de partida de cruceros es ya indiscutible y, sin duda, el puerto de Barcelona, es el destino estrella.

Más pasajeros en Barcelona

El puerto de Barcelona es uno de los que mayor crecimiento ha registrado en los últimos años en toda Europa. Desde su recuperación para el turismo a raíz de las Olimpiadas de 1992, el incremento de los pasajeros que pasan por sus instalaciones ha sido constante y se ha multiplicado por cinco su tráfico en la última década.

En los últimos cuatro años, su liderazgo en el tráfico de cruceros en Europa se ha hecho indiscutible. Según las cifras ofrecidas por la propia entidad, en el año 2004

➤ más de un millón de turistas pasaron por este puerto, mientras que el año pasado el número de pasajeros se incrementó en algo más de 200.000, se produjeron 633.518 embarques y desembarques y casi 700 escalas.

Los planes del puerto de Barcelona son continuar con esta expansión durante los próximos años. Para ello, está prevista la ampliación de las instalaciones. Así, en el año 2010, contará con una nueva Terminal (E) que incrementará hasta 10 el número de terminales en funcionamiento en Barcelona.

La actividad de este puerto es tal que incluso algunas compañías norteamericanas han decidido incrementar sus vuelos a la ciudad condal para dar respuesta a la demanda de estadounidenses que desean visitar Europa desde un crucero por el Mediterráneo. Así, por ejemplo, Delta Air Lines ha anunciado recientemente su decisión de fletar vuelos adicionales desde Atlanta hasta Barcelona para poder trasladar a los turistas. Esta empresa ya tiene dos vuelos directos diarios a la capital catalana desde Atlanta y Nueva York, es decir, casi 3.000 plazas semanales. Según datos de la propia aerolínea, en los últimos meses han registrado un incremento de la venta de billetes electrónicos en España del 250%.

“El Puerto de Barcelona tiene un reconocimiento internacional corroborado por la presencia de grandes operadores internacionales de cruceros. Además, dispone de las mejores instalaciones y servicios del continente para este tipo de tráfico marítimo”, asegura Josep Oriol, director general del Puerto de Barcelona.

Royal Caribbean apuesta por Barcelona

Entre las compañías que más están incrementando sus actividades en España destaca Royal Caribbean, cuya oficina en España se abrió en Barcelona el pasado mes de noviembre. Se trata de uno de los grupos líderes en cruceros del mundo que actualmente cuenta con una flota de 20 buques y una oferta que supera los 120 destinos en Europa, Alaska, islas Bahamas, islas Bermudas, California, Canadá, Caribe, Hawái, la Riviera Mexicana, Canal de Panamá o Suramérica.

Fundada en el año 1968 en EE UU, opera en el mercado internacional con



BARCELONA, PUERTO AMERICANO

Las compañías aéreas de Estados Unidos incrementan el número de vuelos a Barcelona, el gran puerto de embarque en Europa.

dos marcas diferentes: Royal Caribbean International y Celebrity Cruises. Su capital pertenece en un 23% a inversores privados noruegos, un 28% a inversores privados americanos y, el resto cotiza en las bolsas de Oslo y Nueva York.

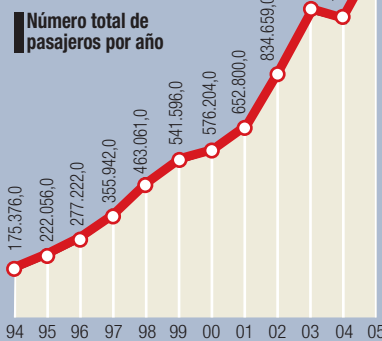
Royal Caribbean ha sido una de las empresas pioneras del sector y ha protagonizado algunos hitos que han marcado las tendencias en la oferta de cruceros de todo el mundo. Por ejemplo, en 1971, fue la primera empresa del sector en desarrollar paquetes vacacionales que incluían vuelo y crucero. Más tarde, puso en marcha cruceros de corta duración (tres noches) en buques especialmente diseñados para estas rutas y creó el primer sistema de reservas de cruceros totalmente automatizado del mundo.

Actualmente, concentra el 22% de la capacidad del mercado mundial aunque en Europa este porcentaje baja hasta el 10% y, en el mercado español, se sitúa en el 7%. En Estados Unidos, Royal Caribbean ha logrado el mayor índice de confianza entre los viajeros, que colocan a seis de sus buques entre los



Barcelona, un puerto en expansión

El puerto de Barcelona es uno de los que mayor crecimiento ha registrado en los últimos años en toda Europa. Desde su recuperación para el turismo a raíz de las Olimpiadas de 1992, el incremento de pasajeros que pasan por sus instalaciones ha sido constante y se ha multiplicado por cinco su tráfico en la última década.



Fuente: Elaboración propia.

diez mejor valorados del mercado. Además, el 25% de sus pasajeros repiten la experiencia de viajar con Royal Caribbean, el mayor porcentaje del mercado.



Una vez conseguidos estos objetivos en EE UU, un mercado maduro, según la compañía, ahora todos sus esfuerzos estratégicos se centran en incrementar su presencia en Europa y para ello Royal Caribbean trabaja ampliando su oferta de destinos en el viejo continente.

“Nuestros planes en España son que nuestra cuota de mercado pase de un 7% a un 20% y que nuestro incremento anual sea sostenido sobre un 30% para alcanzar una mayor rentabilidad en esta zona”, asegura Belén Wangüemert, directora general de Royal Caribbean Cruises España. Para ello, su estrategia busca crear una marca líder, capaz de atraer público nuevo, joven y fiel.

El tipo de pasajero que intenta atraer es aquel que la propia compañía define como DINKY (Doble Income No Kids Yet), es decir, un viajero “joven de espíritu o mentalidad”, de 30 a 55 años, de clase alta o media-alta y sin hijos. También están buscando incrementar el mercado ofreciendo paquetes para empresas. En este caso, se trata de un crucero de tres noches que ofrece la posibilidad de realizar conferencias o jor-

nadas de trabajo a bordo del barco.

Otro de los puntos fuertes que desean potenciar frente a su competencia es la atmósfera internacional que ofrecen sus cruceros. “Otras compañías del sector tienen productos muy españoles. Son cruceros más masivos y más baratos que los nuestros pero no tienen el nivel de servicios o actividades que podrán disfrutar en un buque de Royal Caribbean ni tampoco un barco con un espíritu tan internacional como el nuestro”, asegura el responsable de la Región Sur de Europa de Royal Caribbean Cruises.

Además de abrir oficina física en España, la gran apuesta por este mercado está precisamente relacionada con el puerto de Barcelona. “Para nosotros, Barcelona es el puerto más importante de toda Europa. Tanto por su infraestructura, su capacidad como por su seguridad, hemos decidido que sea nuestra base internacional para el continente europeo”, asegura Belén Wangüemert. Sólo desde el puerto de Barcelona, la capacidad del grupo Royal ha pasado de 17.300 viajeros en 2005 a 22.250 en 2006. ■

VIAJERO PREFERIDO

Los DINKYS, Double Income No Kids Yet, parejas con dos sueldos y sin hijos, son el objetivo más buscado por las compañías de cruceros.

Desembarco del Voyager of the Seas

Con la llegada a Barcelona el pasado mes de mayo del Voyager of the Seas, el crucero con mayor capacidad que surcará el Mediterráneo, la compañía Royal Caribbean potencia su oferta de cruceros para el público europeo. Este nuevo buque tiene una capacidad de 3.800 pasajeros y cerca de 1.200 tripulantes, y fue el primero del mundo con contar con un paseo comercial horizontal, la Royal Promenade, repleto de bares, restaurantes y tiendas. Con más de 300 metros de eslora y 14 cubiertas, dispone de una oferta de ocio y entretenimiento en la que destacan su pista de patinaje sobre hielo, rocódromo, patinaje en línea, mini-golf con 9 hoyos, simulador de golf, gimnasio y spa, pista de baloncesto/voleibol, pista de footing, 3 piscinas, 6 jacuzzis, discotecas, un teatro, casino, biblioteca, capilla, zona de Internet y una selección de bares y restaurantes. Barcelona ha sido el puerto elegido como salida de los distintos itinerarios del Voyager of the Seas por las costas de España, Francia e Italia, con escalas en otros puertos como Palma, Marsella, Génova, Livorno, Palermo, Civitavecchia-Roma, La Valleta (Malta) o Nápoles.

Fletado en 1999, Voyager of the Seas ha centrado sus actividades hasta la fecha en el Caribe. En su traslado al Mediterráneo, Royal Caribbean ha adaptado la oferta de actividades y servicios que se ofrecen a bordo a las preferencias de los viajeros europeos y, más concretamente, de los pasajeros españoles. La compañía también ha realizado una renovación completa de la tripulación -que domina seis idiomas (inglés, español, alemán, portugués, italiano y francés)- y ha aportado por ofrecer unos precios muy ajustados, con descuentos especiales por reserva anticipada.

Junto con el lanzamiento de nuevas rutas por el Mediterráneo, Royal Caribbean ha completado su oferta para esta temporada con la botadura del Freedom of the Seas, considerado por la compañía como el crucero más avanzado del mundo y que ofrecerá sus servicios en el Caribe. Este nuevo buque cuenta con interesantes novedades en su oferta de ocio, con la incorporación por primera vez en alta mar de un simulador de surf o un ring de boxeo.