



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

TURISMO DE CRUCEROS

Trabajo Fin de Grado presentado por Diana Gallego Humanes, siendo la tutora del mismo la profesora Manuela Escobar Montero.

Vº. Bº. Del Tutor:

Alumna:

Dña. Manuela Escobar Montero

Dña. Diana Gallego Humanes

Sevilla. Mayo de 2015



**GRADO EN TURISMO
FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS**

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2014-2015]**

TÍTULO:

EL TURISMO DE CRUCEROS

AUTOR:

DIANA GALLEGO HUMANES

TUTOR:

MANUELA ESCOBAR MONTERO

DEPARTAMENTO:

FILOLOGÍA DE LENGUA INGLESA

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

LENGUA INGLESA

RESUMEN:

Este trabajo recoge información sobre los orígenes de los cruceros en la historia y su evolución a lo largo de los siglos.

Se definen los tipos de turistas que suelen embarcarse en un crucero, desde su nacionalidad, hasta las motivaciones del viaje. También se estudian los tipos de cruceros que podemos encontrarnos, conocidos como cruceros temáticos. Son analizadas, las principales afluencias de turistas que llegan a España, Andalucía y Sevilla como nuevo nicho del turismo de cruceros. Asimismo, se da información sobre las técnicas de marketing que llevan a cabo las compañías y se ofrece un glosario bilingüe con los términos más relevantes relacionados con el turismo de cruceros.

PALABRAS CLAVE:

Crucero, cruceristas, naviera, barco, escala, destino.

ÍNDICE

1. CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	1
2. CAPÍTULO 2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	2
2.1. OBJETIVOS	2
2.2. METODOLOGÍA	2
3. CAPÍTULO 3. EL TURISMO DE CRUCERO: DEFINICIÓN E HISTORIA	4
3.1. DEFINICIÓN	4
3.2. PRIMEROS CRUCEROS. ANTECEDENTES HISTÓRICOS. S XIX.	5
3.3. EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE CRUCEROS. S. XX EL DECLIVE	6
3.4. ACTUALIDAD. SIGLO XX.....	8
4. CAPÍTULO 4. CARACTERÍSTICAS DE LOS VIAJEROS	10
4.1. PERFIL DE LOS PASAJEROS	10
4.2. NACIONALIDADES.....	11
4.3. MOTIVACIONES DE VIAJE	11
5. CAPÍTULO 5. TIPOS DE CRUCEROS	13
5.1. CLASIFICACIÓN.....	13
5.2. RASGOS DE LOS BUQUES.....	15
5.3. CRUCEROS TEMÁTICOS.....	17
6. CAPÍTULO 6. EL PRODUCTO CRUCERO.....	21
6.1. EMPRESAS CRUCERISTAS.....	21
6.2. PRINCIPALES RUTAS DE CRUCERO.....	24
7. CAPÍTULO 7. AFLUENCIAS TURÍSTICAS DE CRUCERISTAS EN ESPAÑA	27
7.1. PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS.....	27
7.2. REPERCUSIÓN DE LOS CRUCEROS EN ESPAÑA.....	28
7.2.1. Principales puertos.....	29
7.3. REPERCUSIÓN DE LOS CRUCEROS EN ANDALUCÍA.....	30
7.4. EL TURISMO DE CRUCERO EN SEVILLA. NUEVO NICHOS	32
8. CAPÍTULO 8. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	34
8.1. MARKETING.....	34
9. CAPÍTULO 9. CONCLUSIONES.....	35
BIBLIOGRAFÍA.....	36
APÉNDICE.....	43

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

El turismo de cruceros es considerado como la estrella en este último siglo del sector turístico en el mundo, debido a que constituye una actividad en continuo crecimiento. Ofrece para sus clientes una amplia y variada oferta para todos los gustos y necesidades.

Considero que es una tipología turística muy importante que merece la pena analizarse y estudiarse; de hecho no encontramos muchos recursos bibliográficos ni electrónicos, sobre investigaciones que nos hablen del turismo de cruceros.

También es una temática relacionada con los estudios que he recibido a lo largo del Grado en Turismo, y todo lo que he aprendido con la búsqueda de su información, me ayudará en un futuro cuando me una al mundo laboral.

A lo largo de este proyecto se plasmarán en los distintos capítulos los elementos más importantes que rigen esta actividad y que deben tenerse en cuenta. A continuación se mostrará un pequeño resumen global:

En los primeros capítulos se mostrará cuál fue el origen del turismo de crucero y su evolución a lo largo de los siglos XVIII, XIX, XX y XXI; con la llegada del concepto del “megacrucero”.

Seguidamente se recoge qué tipos de turistas son los que más frecuentan los cruceros, y cuáles son sus perfiles según los estudios. Siempre se ha considerado un producto turístico accesible solo a las personas de mayor poder adquisitivo, pero como veremos más adelante todo ello se ha transformado en un concepto distinto, siendo un servicio dirigido mayoritariamente a consumidores de clase media.

Debido a la relevancia que tiene para el sector y las economías locales se dará una visión más concreta de esta actividad en España, y posteriormente de los archipiélagos y de Andalucía. Como curiosidad según el diario El Mundo, la industria del crucero ha pasado en diez años de 12 millones de usuarios a más de 21 en España por lo que encontramos en este sector una oportunidad de negocio que podemos aprovechar para mejorar los ingresos de las industrias, organizaciones y pequeñas o medianas empresas que viven del turismo.

Por último ofrezco mi aportación personal a modo de conclusión sobre las repercusiones positivas y negativas de esta tipología turística, como es por ejemplo el impacto medioambiental o si el turismo de crucero podría considerarse como la antítesis del turismo Low Cost, que tanto se está desarrollando por las empresas en los últimos años. Se hace referencia con esta afirmación, al gasto que supone contratar un crucero para unas vacaciones, en comparación con otros servicios turísticos de menor cuantía.

CAPÍTULO 2

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

2.1. OBJETIVOS

Este proyecto pretende recoger toda la información relevante de este sector, para conocer su evolución a lo largo de los siglos, y la razón de por qué es tan crucial para el turismo en los países del mundo.

Se abarca con su estudio del sector, la actividad de los cruceros en el mundo y conocer cómo se origina, dónde, cómo se expande, quiénes se embarcan mayormente en un crucero, y quiénes reciben a más turistas.

Por otro lado se realiza un análisis en los principales puertos de España y de Andalucía, nuestra comunidad autónoma, descubriendo que el puerto de Málaga está entre los más importantes.

2.2. METODOLOGÍA

Los métodos utilizados para la elaboración de este proyecto se centran en la recogida de información, de las principales fuentes de estudios sobre cruceros como CLIA, Puertos de España, Intelitur, Egatur, Frontur, y Junta de Andalucía entre otros, a través de sus páginas web. También he visitado foros de turismo, blogs de amantes de los cruceros, vídeos de experiencias de cruceristas dentro del buque y enciclopedias de historia náutica.

Se ha hecho uso durante todos estos meses, de recursos bibliográficos que me han servido enormemente en la confección de los capítulos y que me han enseñado mucho más incluso, que los sitios web, con libros de la biblioteca de la Facultad de Turismo y Finanzas e informes de la Junta de Andalucía.

En el proceso de recopilación de datos, he manejado textos escritos en lengua inglesa, por lo que me ha parecido interesante elaborar un glosario bilingüe con definiciones y correspondencias al español de los términos más relevantes.

CAPÍTULO 3

EL TURISMO DE CRUCERO: DEFINICIÓN E HISTORIA

3.1. DEFINICIÓN

Para poder definir el término de turismo de cruceros encontramos diferentes acepciones algunas de las más interesantes que expresan sus funciones son:

- ❖ *“El término crucero se aplica a aquellas naves o barcos que son acondicionados para realizar largos viajes y brindar un sinfín de servicios a los pasajeros que las abordan. El viaje en cruceros es en la actualidad uno de los referentes más claros de un estilo de turismo marcado por el lujo, la opulencia y la comodidad: los mismos son altamente exclusivos y no cualquiera puede pagarlos” (<http://www.definicionabc.com/general/crucero.php>).*
- ❖ *“Transporte acuático no regular ofrecido en forma de paquete turístico a la oferta o la demanda, con gran parte de servicios incluidos en el precio y sobre la base de un itinerario generalmente circular con escala en puertos atractivos turísticamente y que a su vez ofrecen la posibilidad de realizar excursiones terrestres a lugares de interés cercanos a dichos puertos. Estos disponen de distintos servicios a bordo como: alojamiento, bibliotecas, piscinas, salones de lectura, lavandería, restaurantes, casinos, peluquerías”, etc. Ameigueiras M 2014*
- ❖ *“Es la actividad que se realiza a bordo de un barco o buque, el cual brinda a sus pasajeros todos los servicios y facilidades similares a los de un gran hotel o resort del mundo”. (<http://www.definicionabc.com/general/crucero.php>)*

Como podemos observar existen diversas definiciones de este tipo de turismo, encontramos similitudes comunes como puede ser su desarrollo a disposición de un amplio elenco de actividades, incluidas a bordo de un gran buque¹ para uso y disfrute del pasajero e incluso algunos términos descriptivos como; opulencia, exclusividad, lujo o facilidades que dejan entrever ante qué tipo de actividad nos encontramos y que ofrece a modo de diferenciación con otros servicios o recursos turísticos.

Llama quizás la atención la frase “Transporte acuático no regular” que hace referencia a un tipo de transporte que no sigue una ruta fijada o establecida, es decir, esta varía.

Otro detalle destacado es que un crucero se adquiere mediante un paquete turístico que incluye alojamiento, transporte y otros servicios adicionales por lo que no se vende como un producto simple.

3.2. PRIMEROS CRUCEROS. ANTECEDENTES HISTÓRICOS. S.XIX

Desde la antigüedad el ser humano ha desarrollado una enorme curiosidad por el mar. Se tiene constancia que hace miles de años el hombre utilizaba como medio para flotar en el agua, un tronco de árbol tallado de manera que no pudiera hundirse.

Siglos después dominaba la idea de descubrir nuevos asentamientos aptos para la vida próspera de la sociedad, o encontrar nuevas rutas de comercio entre poblaciones, tales como fenicios, griegos o púnicos.

Entrando ya en los orígenes de los cruceros debemos mencionar los avances en maquinaria, los cuales facilitaron a principios de este siglo crear el barco de vapor, hecho que permitió al ingeniero Robert Fulton en 1803, crear un barco que pudiera navegar por el río Sena transportando pasajeros. Todo un logro en la navegación.

Pero no es hasta mediados del s. XIX cuando se constata el inicio de la actividad crucerista, hacia el año 1835 con la publicación en el diario inglés "Shetland Journal" de un viaje por el mar para visitar Escocia, Islandia y las islas Feroe. (Fuente:<http://www.beevoz.com/> /).

Nacerían en esos años la Peninsular Steam Navigation Company, conocida actualmente como P&O y la famosa Cunard Line fundada por Samuel Cunard en 1840. (Fuente:<http://todocruceros.com/> /).

En 1840 en Estados Unidos el "*Britannia*" realizaría su primer viaje transatlántico² comercial cubriendo la ruta entre Liverpool, Halifax y Boston. Es considerado como el primer barco de pasajeros de la historia. Se conformó de 63 personas a bordo y el propio dueño de la compañía Samuel Cunard. (Fuente:<http://eddywarman.blogspot.com.es/>).

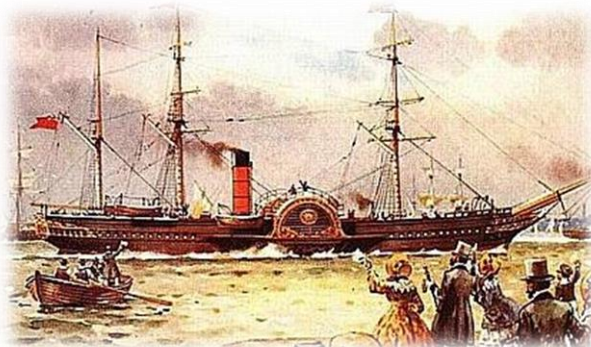


Figura 1: El Britannia. Fuente: <http://en.wikipedia.org>

Los avances tecnológicos en el transporte de pasajeros por mar hicieron que se iniciara un gran proceso migratorio, básicamente desde el continente europeo hacia el continente americano en busca de una nueva vida y nuevas fortunas, lo que hizo que el funcionamiento de los transatlánticos se multiplicara.

Se conoce como el mayor flujo migratorio de personas de la historia, un hecho que supuso un desarrollo de las comunicaciones de la época y una gran revolución.

3.3. EVOLUCIÓN DEL TURISMO DE CRUCEROS S.XX

A finales de las últimas décadas del siglo XIX y principios del XX y coincidiendo con la segunda revolución industrial en Europa y Estados Unidos, comienza una época de grandes avances tecnológicos en los transportes, consiguiendo con ello el desarrollo los transportes marítimos a grandes distancias. Nace así una etapa conocida como la Edad Dorada de los Grandes Cruceros.

Se consiguió que el tiempo de duración de los trayectos desde Europa al continente americano se disminuyera en gran medida pasando de durar un mes a bordo, a tardar poco más de cinco días en divisar el continente americano.

Se construyeron enormes barcos maravillosos, capaces de alojar algunos a más de 2.000 pasajeros. Éstos poseían ricos decorados en sus interiores, con un gran elenco de obras de arte magníficas a disposición de la “first-class”.

Estos avances son impulsados a partir del fenómeno migratorio de las clases más desfavorecidas comentado en el apartado anterior, gracias al cual se experimentó en la época un gran efecto globalizador debido al enorme crecimiento económico del comercio en todo el mundo, surgiendo grandes imperios mercantiles que también sacaban partido de los viajes turísticos de las clases más adineradas, amasando con todo ello grandes fortunas. Algunos ejemplos son las importantes compañías navieras que nacen de este auge económico como:

White Star Line o también conocida como Oceanic Steam Navigation Company, fue una compañía británica, conocida por uno de sus buques más famosos, el RMS Titanic marcado por el mayor naufragio conocido de la historia en el que viajaban 2223 personas.

Aberdeen Line: fue fundada en 1825, operaba en Sudamérica, el Pacífico y las Indias Occidentales, cayó bajo el poder de White Star Line y Shaw Svill Line. (Fuente:<http://jadonceld.blogspot.com.es/>).

Junto a este fenómeno cabe destacar otros factores que hicieron de los transatlánticos un gran éxito, como fue que se convirtieran en otra alternativa para disfrutar de la comodidad y del lujo, de forma diferente a la que se daba en tierra y otra forma de cruzar fronteras.

Todo ello marcó el inicio de un nuevo afán por crear barcos de mayor envergadura, que tuvieran mayor capacidad para más pasajeros, que ofreciera mayor calidad de servicio, y que aportara más confort y glamour. (Fuente:<http://jadonceld.com.es>).

Los principales países que mayor número de transatlánticos emitían de la época fueron; Estados Unidos, Alemania, Gran Bretaña y Francia que competían entre ellos por ser los más fuertes del mercado y ser el referente mundial.

Tras la segunda guerra mundial, la industria del crucero tal como lo conocemos hoy día se había consolidado favorablemente. Unos de los primeros cruceros fue el RMS Queen Elizabeth que forman el grupo de los barcos más conocidos de la historia de la navegación turística. Fue diseñado para el relax de los clientes por su elegancia y que el transatlántico más grande jamás construido en ese momento, durante cincuenta y seis años. Era más grande y con un mejorado diseño respecto a su barco gemelo el Queen Mary construido en 1948 y que ahora funciona como hotel flotante.

Durante los años 50 y 60 el auge del sector llegó a ser tal, que se encontraban registradas 100 compañías navieras aproximadamente, llegando incluso a ser más barato cruzar el atlántico en barco que en avión, aunque se sufrieron ligeras caídas por el crecimiento paralelo del transporte aéreo.

A finales del siglo XX entre los años 70 y 80 se experimentó un agudizado incremento de usuarios, pasando del medio millón al millón y medio, acompañado también por la construcción de más de 12 cruceros que albergarían a una mayor cantidad de pasajeros. (Fuente: <https://turistas.files.wordpress.com>)

En 1986 el transporte en los barcos trasatlántico se finaliza, funcionando sólo una única línea de transatlánticos. En cuanto a los cruceros poco a poco ganaron popularidad. En un principio eran pequeños barcos, pero con el tiempo se crearon naves cada vez más grandes. Para comprender mejor la diferencia entre transatlántico y crucero a continuación ofrecemos dos definiciones de cada concepto:

“Los transatlánticos están diseñados y contruidos para el transporte de pasajeros a través del océano desde un punto a otro, y se apegan a un itinerario regular.

Los cruceros están diseñados para realizar viajes de un punto de partida en un viaje redondo, por lo general haciendo escala en varios puertos, y regresando al mismo punto de partida. Sólo hay un transatlántico operativo a través del Atlántico en la actualidad, el Queen Mary 2, que opera entre Southampton y Nueva York” (Fuente: <http://www.ehowenespanol.com>)

Cabe destacar que el primer súper barco crucero fue el SS Norway que realizó su primer viaje por aguas caribeñas.

Al ser principalmente demandantes los usuarios estadounidenses los únicos viajes eran por el Caribe, Alaska y México mayoritariamente, pero a partir de 1988 Europa comienza a ganar mayor protagonismo como destino y como emisor de usuarios.

Hoy día por el contrario los cruceros se realizan por todo el mundo, están por todo el mundo y personas de cualquier nacionalidad pueden disfrutar de ellos.



Figura 2: RMS Queen Mary. Fuente: <http://en.wikipedia.org>

España según la Organización Mundial del Turismo, se situaba en 1990 y 1995 en cuarto lugar de destino, tras Estados Unidos, Francia e Italia, con unos ingresos turísticos de 18.593 y 25.065 millones de dólares en esos dos años referidos, que suponían el 7,0 y el 6,7 % del total mundial. El crecimiento medio interanual del turismo en los cuatro años últimos fue muy superior al del conjunto de la economía.

Se apostaba sobre todo por el desarrollo de la calidad, mejorar los criterios de gestión empresarial, también la estructura organizativa, el marco competitivo creciente, la diferenciación de los productos, etc.

Como curiosidad podemos mencionar que en 1998 se botó³ el mayor crucero turístico existente, el “Royal Caribbean Leviathan”, con un registro de 142.000 toneladas, así mismo en el mundo se contaba ya a mediados de 1998 con una flota mundial de cruceros compuesta por 269 embarcaciones, con una capacidad próxima a los 200.000 pasajeros.

3.4. ACTUALIDAD S. XXI

El nuevo siglo comienza con buenas perspectivas de cara al sector de cruceros, el cual se encuentra dominado por un oligopolio⁴ constituido por las cuatro principales compañías navieras del momento: Carnival, Royal Caribbean, P&Q Princess y Star Cruises.

La compañía Carnival es una de las mayores compañías de turismo del mundo, contando con una flota de 46 buques, con más de 60.000 camas que genera un volumen de negocios de 3.780 millones de dólares anuales.

En 2004 cuenta con el crucero más grande, el Queen Mary 2 el cual cuenta con 1.310 habitaciones con capacidad para albergar a 2.620 pasajeros, 10 restaurantes, centro comercial, cinco piscinas y un spa, dos simuladores de golf, canchas de pádel y básquet, un gimnasio, un salón de baile, biblioteca y el primer planetario a bordo de un barco.

Es importante mencionar que en 2001 se produce una caída acentuada de la demanda debido al atentado del 11 de septiembre, de cruceristas americanos. Se consideraron cifras graves para el sector y muy negativas. Como efecto, se originaron muchas cancelaciones de las reservas que superaron el 50% en muchas compañías, y siendo motivo también para acelerar la bancarrota de diferentes navieras⁵ norteamericanas como: Renaissance Cruises y American Classical Voyages.

Lo mismo ocurrió con la guerra de Kosovo, la cual no pudo recuperarse hasta dos años después.

El turismo de cruceros es mucho más sensible a cambios del entorno que otros tipos de turismo, como por ejemplo el estado de la mar, la inestabilidad política o el terrorismo y los periodos de recesión económica.

En cuanto a los destinos, casi un 90% de la capacidad mundial de la demanda se concentra en seis regiones durante el 2004: el Caribe y las Bahamas con el 50% de la capacidad de cruceros, un 5% más que en 2003.

El tercer destino importante es el Mediterráneo, con un 15% de la capacidad total, con una caída del 6% con respecto al 2003.

Alaska con una cuota de mercado del 6,7%, lo que supuso un crecimiento del 7% en comparación con 2003.

La Riviera Maya es el quinto destino, con un 6,6% de la capacidad en el 2004, con un 41% de crecimiento con respecto al 2003. Por último el Pacífico de Méjico el sexto destino. (Fuente:<http://www.economicasunp.edu.ar>).

El 2005 fue considerado por el diario "El País" como el año de los cruceros:

"Se baten récords. Según la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (Clia), que ha bautizado 2005 como el año de las vacaciones en el mar, el número de cruceristas en todo el mundo alcanzó en 2004 la cifra de 10,6 millones -un 11% más que en el año anterior, de los cuales 3,5 millones hicieron escala en puertos españoles. Y navieras como Costa Cruceros han visto incrementadas sus reservas en los primeros meses de este año en más de un 12%."

"Más de 250 barcos de crucero surcan hoy los siete mares. Y la flota sigue creciendo. El año pasado se fletaron 12 nuevos barcos, entre ellos el Queen Mary 2 (QM2), de la compañía naviera británica Cunard, el mayor buque de crucero del mundo, con 151.000 toneladas; esta temporada se hacen a la mar otras cinco naves de nueva generación, y para 2006 está prevista la botadura de otros dos gigantes del mar, el

Queen Victoria, también de Cunard, y el Freedom of the Seas de Royal Caribbean, de 90.000 y 158.000 toneladas, respectivamente.

En 2007 y 2008 la continua prosperidad mundial funciona como factor esencial para el crecimiento de las llegadas internacionales, que superan todas las expectativas de los expertos. (Fuente: <http://elpais.com/diario/2005/04/02/>)

Los nuevos mercados emergentes que traen consigo los nuevos gustos de los clientes y las economías en desarrollo, en especial Asia, contribuyen al desarrollo del turismo, al ámbito económico y a la creación de empleo. Todo ello ha obligado a los distintos gobiernos nacionales que les presten cada vez mayor atención, especialmente los de las regiones en desarrollo.

En el año 2010 se contabilizaron 18,1 millones de cruceristas en el mundo, un 6,5% más que los 17 millones de 2009.

España se convierte en el cuarto mercado emisor europeo, con cerca de 645.000 turistas españoles embarcados en 2010.

Los cruceros son cada vez más tecnológicamente avanzados, como es el caso de la clase Quantum, de Royal Caribbean del año 2014, con capacidad de transportar 4.180 pasajeros.

La inversión continua en infraestructuras, el marketing, la promoción, el desarrollo de los mercados internos, el aumento de la cooperación interregional y el número en alza de alianzas entre empresas público-privadas, son factores que han ayudado a la expansión y crecimiento del sector turístico del ámbito de los cruceros en esta etapa. (Fuente: <http://www.economicasunp.edu.ar/>).

Asistimos también en estos últimos años al incremento importante de otro tipo de turismo de crucero, como es el turismo fluvial, una nueva vertiente en la que podemos encontrar nuevas oportunidades para el desarrollo del negocio y la captación de más clientes.

Un ejemplo cercano podemos señalarlo en España, más concretamente en Sevilla, en la que se está llevando a cabo un proceso para intentar realizar el dragado⁶ del Río Guadalquivir para ganar mayor profundidad y conseguir así permitir el paso de buques de mayor puntal⁷. Se lograría así atraer a un mayor número de turistas y aprovechar otro recurso que ofrece Sevilla, para ser explotado turísticamente. (Fuente: <http://elpais.com>).

CAPÍTULO 4

CARACTERÍSTICAS DE LOS VIAJEROS

4.1. PERFIL DE LOS PASAJEROS

Según la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) en un estudio realizado en el año 2008, podían considerarse como principales características de los turistas, los siguientes aspectos:

- Persona predominantemente blanca/caucásica (93% de usuarios).
- Alrededor de 46 años de edad (en descenso desde los 49 en 2006).
- Un 40% de ellos son menores de 40 años y este sector, comprendido entre 25 y 39, es el que más está creciendo.
- Bien educados, con un 65% de graduados medios, y un 24% de postgraduados.
- 83% de casados.
- 58% de usuarios con trabajo a jornada completa.
- Ingreso medio familiar alrededor de 90.000 dólares.
- Realiza un viaje en crucero cada tres años entre otros tres tipos de vacaciones anuales.
- Aproximadamente el 10% de los pasajeros llevan uno o varios niños.
- Sólo un 1% viaja solo.
- Sobre el 40% de los usuarios realizan su primer crucero.

Aunque se hayan obtenido estos datos estadísticos en las muestras de población, no debemos olvidar que este perfil de pasajero varía según en el tipo de crucero en el que la llevemos a cabo y el tipo de pasajero al que encuestemos, por ejemplo discapacitados, familias mono parentales, etc. Estos datos nos dan una visión más concreta del pasajero medio, que acude a un crucero asequible y no de lujo o súper lujo.

Podríamos tener en cuenta otros perfiles según la duración del trayecto, como es el caso de los cruceros cortos y largos. (Fuente: Mancini. M. 2001).

CRUCEROS LARGOS	CRUCEROS CORTOS
Personas que realizan por primera vez su crucero.	Pasajeros que ya han estado en otras ocasiones en un crucero.
Son jóvenes.	Tienen más edad.
Obtienen ingresos modestos.	Sus ingresos son más altos.
Su grado de estudios es menor.	Poseen más estudios.
Trabajan a jornada completa.	Están jubilados o prejubilados.

4.2. NACIONALIDADES

Según estudios de Hosteltur¹ en el año 2012, pudo establecerse que los mercados emisores europeos más importantes son Reino Unido con 1,6 millones de cruceristas; Alemania con 1,2 millones, Italia con 889.000 pasajeros, España con 645.000; y Francia con 387.000. Es decir, España es el cuarto mercado emisor europeo, dato bastante positivo para el país como podemos ver.

Si lo comparamos con datos del 2011 observaremos que los datos varían, sufriendose en el 2012 un leve descenso de consumidores de forma generalizada pero que no llega a afectar a la posición en su orden de influencia.

En España una de las causas de este decremento fue el impacto negativo que generó la caída de tráfico en los puertos estrella del país, Barcelona y Baleares.

PAIS	PASAJEROS	PORCENTAJE
Reino unido/Irlanda	1.700.000	27,5 %
Alemania	1.388.000	22,5 %
Italia	923.000	14,9 %
España	703.000	11,4 %
Francia	441.000	7,10 %
Países Escandinavos	259.000	4,20 %
Benelux	159.000	2,60 %
Suiza	121.000	2,00 %
Austria	104.000	1,70 %
Otros Países de la UE	382.000	6,10 %
* TOTAL	6.180.000	100 %

Figura 6 .Fuente: Hosteltur, 2011.

En 2011, el 60% de los europeos prefirieron elegir como destinos las islas del Mediterráneo y el Atlántico, el 20% por el norte de Europa y el 20% restante prefirieron mejor fuera de Europa, especialmente por las costas del Caribe.

4.3. MOTIVACIONES DE VIAJE

Existen multitud de razones por las que una persona decide emprender un crucero. Encontramos diversas opiniones, desde la mera curiosidad humana y aventurera, hasta descubrir otros climas, o simplemente por vivencias compartidas con amigos y que llaman nuestra atención.

Las motivaciones más comunes que podemos encontrar según las industrias de los cruceros y que suelen predominar entre otras, y que se consideran más interesantes son: (Fuente: Mancini. M. 2001).

- En un crucero no hay peleas ni masificación: el pasajero se encuentra en un único lugar sin tener la preocupación de buscar medios de transporte para acceder al hotel, buscar restaurantes... Este servicio minimiza por completo el estrés del usuario a favor de confort, comodidad y mayores facilidades.

¹ Hosteltur: Hosteltur.com es el portal líder en español de noticias de turismo.

- Un crucero nos aleja de toda rutina: esto hace referencia a cambiar nuestro entorno habitual durante nuestra estancia, en un ambiente tranquilo sin polución, prisas, jaleos, contaminación... Según Mancini, un crucero no es más que mar, cielo y paisajes de una tierra lejana.
- El cliente es mimado y agasajado como en ningún otro lugar: pues se les ofrece un servicio completamente personal tales como llevarles el desayuno a la cama cada día, botellas de champán en los camarotes, servicios de Spa y masaje...
- Dentro del buque el cliente puede hacer de todo o nada: las actividades que desee realizar el cliente están a su completa disposición cuando más le plazca, tiene total libertad de seleccionar o no cualquiera de ellas, ya sea participar en juegos, bailes, clases en el gimnasio o salir al puerto de desembarque de excursión. Éstas pueden variar según el barco o compañía que contratemos, dando la oportunidad al cliente de elegir, si es más independiente, un crucero con menos actividades u otro más dinámico y activo.
- Se recorren grandes distancias: se ofrece la oportunidad de recorrer distancias geográficas de grandes proporciones, enlazando distintos destinos de gran interés turístico mundial. Es también una ocasión esencial para los destinos de llamar la atención de los pasajeros, para realizar en él un futuro viaje. También muchos de los usuarios afirman que es mejor observar sus bellos paisajes y estampas naturales desde el mar.
- Entorno propicio para hacer amigos: de todas las nacionalidades, permitiendo compartir experiencias y distintos y muy diferentes puntos de vista, del barco, los destinos, los recursos turísticos...son amistades de las cuales muchas perduran incluso después de finalizar el viaje.
- Escenario romántico: tanto para parejas formadas como aquellas que no se han formado aún, y que inician sus lazos de unión tras conocerse en un barco. La sociedad del momento también está influenciada por las múltiples historias de amor que se han dado en el mar, y que guiadas por ellas intentan vivirlas ellos mismos como sus protagonistas.
- Carácter didáctico: podemos decir que en un crucero podemos aprender muchas cosas, como por ejemplo el funcionamiento de un puerto, la vida en un barco...y también algunas reseñas que se realizan previamente por expertos dentro del buque, con respecto al contenido histórico de los lugares que van a ser visitados y los itinerarios a seguir. Ello depende también del usuario y su disposición.
- Los cruceros son seguros: sobre todo en estos últimos años en los que los ataques terroristas ocurren con demasiada frecuencia, realizar un crucero supone una alternativa segura ante otros medios.
- Se conoce de antemano el valor del crucero: la gran ventaja en cuanto al precio, por así decirlo, en los cruceros es que conocemos por adelantado la inversión que nos supondrá embarcarnos en un crucero, pues son unas vacaciones con todo incluido.

CAPÍTULO 5.

TIPOS DE CRUCEROS

5.1. CLASIFICACIÓN

La variedad de barcos que pueden ofrecernos la oportunidad de funcionar como un crucero y transmitirnos una experiencia similar, es mucho más variopinta de la que podamos pensar en la realidad. Las embarcaciones en las que se puede realizar un crucero son: (Fuente: windrosenetwork).

- Transatlántico: algunos de ellos siguen operativos y podríamos considerarlos como los antepasados de los cruceros, cuya época floreciente se sitúa en la llamada Edad de Oro del crucero.
- Crucero convencional: creados a partir de la idea de que la velocidad no era tan importante, sino adecuar estos buques con camarotes⁸ amplios y aumentar su tamaño para cubrir necesidades de un gran número de pasajeros. Según la industria de los cruceros estos nuevos buques son denominados “megabarcos” y son capaces de albergar a más de 2000 personas en sus 12 o más cubiertas⁹.
- Barcos pequeños: son mucho más pequeños que los “megabarcos” y albergan a menos de 200 pasajeros. Son embarcaciones aptas para pasar unas vacaciones más íntimas y encerradas. Las compañías que se dedican a este sector suelen trabajar en las temáticas de viajes educativos, tranquilos y a la vez lujosos.



Figura 7. Fuente: <http://www.windrosenetwork.com>

- Ferrys: muchos de estos ofrecen condiciones muy parecidas a las que se viven en un crucero. Aptas para pasar uno o varios días en camarotes privados, con cenas y espectáculos, eso sí, los trayectos no son de mucha duración como en los cruceros.
- Barcos de multifunción: son aquellos que a la vez de transportan pasajeros, comparten esta actividad con la carga de mercancías, transporte de personas de pueblos cercanos a otros lugares de difícil acceso.

- **Barco crucero de aventuras:** este tipo de barcos están diseñados y equipados para otorgar servicios a los pasajeros que incluyen visitas a destinos de gran atractivo, belleza y poco conocidos y que serían inaccesibles para cruceros de gran envergadura.



Figura 8. Fuente: <http://www.windrosenetwork.com>

- **Barcos fluviales¹⁰:** tiene sus antecedentes en los barcos de vapor del siglo XIX que realizaban sus trayectos a través de los grandes ríos de América. En la actualidad se siguen utilizando pero en modelos mucho más modernos, destacando entre otros por ejemplo los del río Nilo. Éstos tienen capacidad para menos de 100 pasajeros.
- **Barcos veleros¹¹:** estas embarcaciones contienen sistemas tecnológicos muy sofisticados que hacen posible su navegación y el control de los vientos. En caso de cesar el viento cuenta con motores para no depender así sólo de sus velas. Los demandantes de estas embarcaciones buscan sobre todo revivir la experiencia de navegar tal y como se hacía en épocas antiguas, solo con ayuda de las velas y el mar.

Evocan un entorno elegante y con un encanto exclusivo sólo para los más selectos. Un ejemplo de ello podemos encontrarlo en la naviera “Star Clippers” con categoría de 4 anclas, la cual posee como dato interesante el velero más grande del mundo. Para hacernos una idea de exclusividad véase figura 9.

TODOCRUCEROS
UN CRUCERO. MIL EXPERIENCIAS

ZONA USUARIO
933 020 429
Lunes a Viernes, 9 a 18h
CONTACTAR

CRUCEROS | OFERTAS CRUCEROS | NAVIERAS | CRUCEROS DE LUJO | HOTELES Y VUELOS | EL BLOG DE CRUCEROS | NAVY CLUB

BUSCADOR DE CRUCEROS

Escoge un destino
Star Clippers
Escoge un barco
Escoge una fecha
Escoge una duración
Escoge un precio
Puerto/país de embarque
BUSCAR

SE HAN ENCONTRADO 50 CRUCEROS
Resultados ordenados por: Fecha Salida

Destino	DURACION	DESDE	Acción
CARIBE SALIDA Y LLEGADA DE BRIDGETOWN (BARBADOS) Isla Margarita (Venezuela), Isla Blanquilla (Venezuela), Willemstad (Curaçao), Oranjestad (Aruba), Kralendijk, Bonaire, Isla de Coche (Venezuela), Los Testigos (Venezuela), St. Georges (Grenada), Captains Best (Grenadines) y Tobago Cays (San Vicente y las Granadinas)	14 NOCHES	3.470 €	RESERVAR / VER MÁS
CARIBE DE CIENFUEGOS (CUBA) A PHILIPSBURG (ST. MAARTEN) Montego Bay (Jamaica), Port Antonio (Jamaica), Sto. Domingo (Rep. Dominicana), Jost Van Dyke (IVB) y Gorda Sound (Virgin Gorda/IVB)	11 NOCHES	2.515 €	RESERVAR / VER MÁS
TRASATLÁNTICOS DE PHILIPSBURG (ST. MAARTEN) A LISBOA (PORTUGAL) Ponta Delgada (Azores)	18 NOCHES	SIN DISPONIBILIDAD	VER MÁS

POR PUERTOS

- Cruceros con escala en Bridgetown (Barbados)
- Cruceros con escala en Cienfuegos (Cuba)
- Cruceros con escala en Philipsburg (St. Maarten)

Figura 9. Fuente: <http://todocruceros.com>

- Falupas¹²: son pequeñas embarcaciones cuya función principal es llevar a los pasajeros desde el puerto al crucero, o trasladarlos cuando el calado¹³ es demasiado profundo para poder atracar¹⁴ en dicho puerto. (Mancini, 2001).
- Barco crucero de expedición: son barcos especiales en su diseño pues tienen la capacidad de rasgar el hielo, de ahí que también sean conocidos como “rompehielos”. Ofrecen la posibilidad a sus usuarios de acceder a lugares remotos, donde domina este elemento y su acceso forma parte de la aventura.



Figura 10. Fuente: <http://www.windrosenetwork.com>

5.2. RASGOS DE LOS BUQUES

Podemos hablar de los rasgos principales y característicos de los barcos teniendo en cuenta detalles como su tamaño o cómo se clasifica el producto crucero, detalles vitales que inclinan las decisiones de los clientes a adquirir un crucero u otro. Generalmente se tiene en cuenta la calidad, el lujo, los servicios que ofrece junto con la comodidad, el mantenimiento del buque y la programación para los usuarios.

En primer lugar según el tamaño de los buques, es preciso tener en cuenta la unidad de medida TBR o Tonelaje Bruto Registrado; en inglés GRT (Gross Register Tonnage).

Lo importante es saber cómo la industria de los cruceros concibe el TBR relacionándolo con la idea del número de pasajeros que puede ocupar cada barco, de tal manera que realiza una clasificación del TBR según los mismos:

- Barcos muy pequeños: menos de 10.000 GRT, correspondiéndole con menos de 200 pasajeros.
- Barcos pequeños: de 10.000-20.000 GRT, de 200-500 pax².
- Barcos medianos: de 20.000-50.000 GRT, de 500-1200 pax.
- Barcos grandes: de 50.000-70.000 GRT, de 1.200-2.000 pax.
- Megabarco: de 70.000 a más GRT, de 2.000 pax o más.

Con el desarrollo continuo de la capacidad de los barcos veremos cómo algunos de ellos superan con creces los 100.000 GRT, como es el caso del crucero más grande del mundo hasta el momento; el “Oasis of the Seas” de la naviera Royal Caribbean con 225.282 toneladas de arqueo¹⁵ bruto, con capacidad para 6.318 pasajeros. (<http://www.abc.es/viajar/>).

²Recordemos que en la industria turística al hablar de pasajeros utilizamos el término abreviado “Pax”.

Los cruceros al igual que los hoteles y los restaurantes, también poseen una clasificación de reconocimiento internacional simbólica, en este caso de anclas, que se establecen según la valoración de cuatro elementos esenciales como son; las características del barco, los camarotes y su distribución, el servicio, la tripulación y además las actividades organizadas para el entretenimiento que se ofrece para el disfrute de los clientes.



Se caracteriza por tener más cabinas interiores y presentar precios más asequibles para clientes más modestos. Las vistas que se puedan tener a lo largo de las rutas no podrán ser facilitadas a los usuarios, pues las cabinas interiores no presentan ni terrazas ni ventanas abatibles al exterior. El tamaño de los camarotes está entre los 15m².



En la organización de las cubiertas se deja un mayor espacio para cabinas exteriores, con ventana de ojo de buey, ventana no abatible y terraza. Ello permite que clientes de distintos poderes adquisitivos puedan elegir una cabina exterior u otra interior, cuyo precio es menor que la primera. El tamaño de estas cabinas con terraza es de 20 m². Se dirigen a una demanda de poder adquisitivo medio-alto.



Presentan todos los tipos de cabinas para los clientes; exteriores con ojo de buey, ventana no abatible o terraza y suites localizadas en las cubiertas superiores del buque las cuales presentan varias habitaciones con salón común y mayordomo las 24h. se sitúan en las cubiertas más altas para poder tener las mejores vistas. Éstas poseen hasta 150 m² las más lujosas. Claramente la demanda principal de estos buques es de poder adquisitivo alto. (García Isa, 2013).

Según Celia Ameigueiras podemos diferenciar dos partes principales además de la zona privada donde encontramos los camarotes:

En primer lugar, el espacio privado reservado para la tripulación en cubiertas inferiores a las de los pasajeros. En ellas encontramos los camarotes de la tripulación, los comedores y las zonas de ocio.

El puente también forma parte de la zona privada a la que no pueden acceder los pasajeros por razones de seguridad, junto con la sala de máquinas; ambas forma la parte más importante del buque para garantizar su control y su correcto funcionamiento.

En segundo lugar se incluyen las zonas de libre acceso a los pasajeros cuyo principal objetivo es ser explotadas para su disfrute, comodidad y servicio, entre las cuales enmarcamos la zona de recepción, los comedores, las piscinas, los casinos, tiendas de recuerdos, gimnasios, etc.

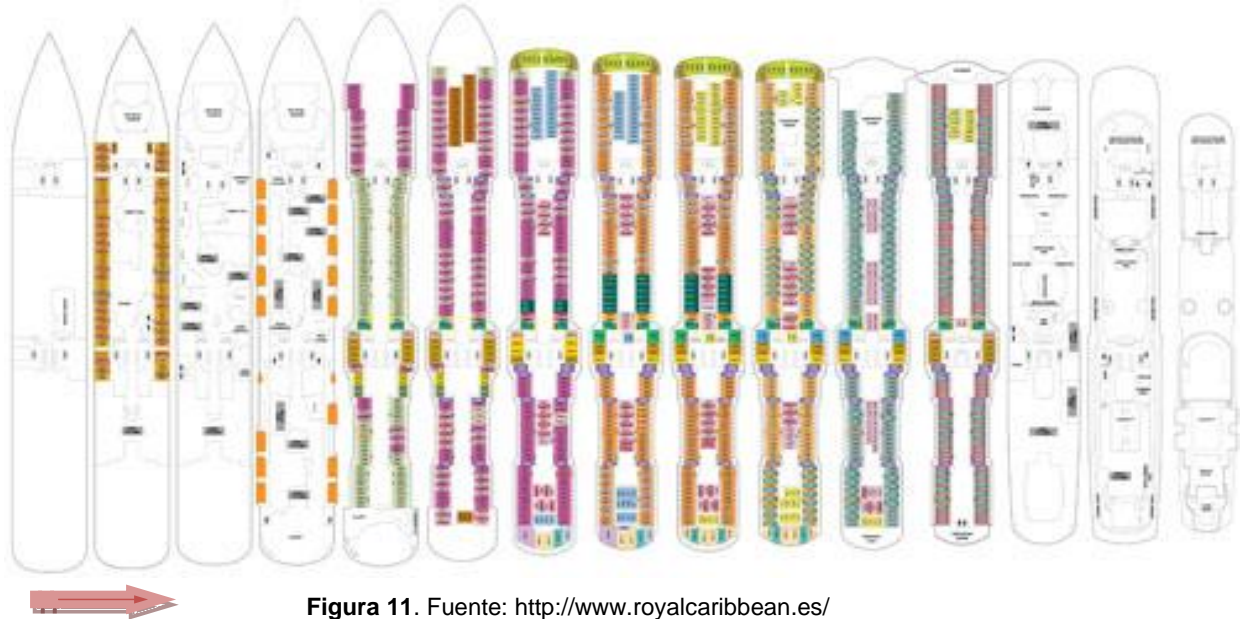


Figura 11. Fuente: <http://www.royalcaribbean.es/>

Así se representa cada cubierta de un crucero, en concreto este pertenece al buque Quantum of the Seas de la naviera Royal Caribbean lo que nos permite ver de forma esquematizada su plano y toda la distribución y organización de cada una de sus partes. En la imagen aparece de forma ascendente cada parte del barco, de izquierda a derecha, tal y como nos indica la flecha, se encuentra desde la sala de máquinas a la sala de control.

Como se pueden observar, cada cuadrado de color representa un camarote. En la cubierta número dos se sitúan los camarotes de la tripulación, en la número tres y cuatro encontramos las zonas comunes como salones, teatros, etc. De la cubierta número cinco a la doce se sitúan la zona reservada a los camarotes de los huéspedes y en las últimas cubiertas, los lugares reservados para actividades al aire libre: piscinas, terrazas para tomar el sol, etc.

5.3. CRUCEROS TEMÁTICOS

Los cruceros de índole temática son un producto muy variado y amplio, que cubre las necesidades y motivaciones más específicas de los clientes, tanto para adultos como para toda la familia. Las experiencias vividas en estos cruceros son muy diferentes de los viajes tradicionales en barco, u otros tipos de viajes turísticos.

En este apartado se indicarán como curiosidad algunos de los más originales y novedosos, así como los más convencionales y típicos que más de moda se encuentran en el mercado desde hace unos años.

- **Cruceros de pádel:**

Es el tipo de crucero temático más reciente del momento destinado al segmento de clientes deportistas o de interés en el mismo.

La naviera MSC es la pionera en esta nueva temática, que organiza estos viajes en su crucero MSC Divina para 8 días y 7 noches en un recorrido por el Mediterráneo.

(Fuente: http://www.msccruceros.es/es_es/).



Figura 11. Fuente: <http://www.msccruceos.es/es>

- **Cruceros Disney:**

De la compañía Disney Cruise Line. Ofrece cruceros para una demanda familiar que disfrutará de unas vacaciones divertidas y muy entretenidas, en un buque ambientado en el mundo de los personajes más famosos del carismático Walt Disney.



Figura 12. Fuente: <http://disneycruise.disney.go.com>

- **Experiencia Grammy:**

La naviera Norwegian Cruise Line ofrece esta nueva experiencia en un crucero, para disfrutar con artistas nominados o ganadores de este premio. Tienen también la posibilidad de admirar reliquias, recuerdos o posesiones de los artistas. (Fuente: <http://www.es.ncl.eu/barcos/norwegian-getaway/>)



Figura 13. Fuente: <http://www.es.ncl.eu/barcos/norwegian-getaway/>

- **Cruceros Gays:**

Un ejemplo de empresa dedicada a este segmento de población que podemos analizar, es la agencia de viajes Holigay, la cual dedica una amplia variedad de actividades entre las que se encuentran los conocidos cruceros “Gays o Lesbian Friendly” para disfrutar en pareja, con amigos o conocer gente nueva.

Ofertan la posibilidad de pasar unas vacaciones divertidas tanto en cruceros asequibles, de lujo y veleros exclusivos.



Figura 14. Fuente: <http://holigay.es/cruceros/>

- **Cruceros para solteros:**

Se dirigen a una demanda exclusivamente soltera, divorciada, viuda o perteneciente a una familia monoparental, que desea tomar unas vacaciones en solitario. Un ejemplo de agencia online organizadora de estos viajes es: <http://www.viajessingles.es/>.

Estos cruceros temáticos que hemos visto con anterioridad corresponden a los más comunes seleccionados por la demanda, exceptuando al crucero de pádel que es el más reciente del mercado, a continuación presentamos algunos de los cruceros temáticos más raros que se dan actualmente para una minoría de usuarios más selectos:

- **Crucero Barbie:**

Royal Caribbean ofrece al mercado el crucero Barbie Experiencia Premium, un crucero destinado sobre todo para niñas de 4 a 11 años, con muchas actividades programadas entre las que encontramos; diseño de ropa y personalización de tu muñeca Barbie, fiesta de tiaras, desfile de ropa ambientada en Barbie y diseñada por las pequeñas. Todo el buque decorado con motivos de la muñeca más famosa. (Fuente:<http://www.royalcaribbean.es/>)

- **Crucero para los amantes del vino:**

Silversea Cruises la compañía de cruceros de lujo propone a sus clientes el “Wine Series” con once cruceros a su disposición, para que puedan disfrutar por las regiones más famosas de tradición vinícola. A la vez los usuarios podrán aprender diferentes técnicas del arte del vino, sobre catas o elaboración del vino en clases o conferencias que ofrece el crucero en exclusividad para sus clientes. Su precio es de a partir de 2.750 euros para 7 días de viaje. (Fuente: <http://www.crucero10.com>).

- **Crucero del terror:**

Oferta lanzada por Carnival Glory para un crucero de 5 días ambientado en las conocidas películas de terror “Saw”. Se acompañó con actividades tales como fiestas de disfraces y sesiones de cine de las películas de la saga.

(Fuente:<http://www.carnival.com>).

- **Crucero ambientado en el juego “El Cluedo”:**

Para los seguidores del conocido juego de mesa de misterio y organizado por Whodunit Mystery Cruises, naviera dedicada solo a este tipo de cruceros. (Fuente: <http://whodunitcruises.com/>)

- **Crucero de vampiros:**

Tras el gran éxito de películas y series de vampiros y hombres lobo tales como: Team Wolf o Crepúsculo, la empresa Holland America’s Zuiderdam, una reconocida líder en cruceros con más de 140 años de antigüedad, tuvo la original idea de organizar este crucero con temática vampiresca incluyendo también una conferencia del propio descendiente del escritor de “Drácula”. (Fuente:<http://es.hollandamerica.com/>).

- **Crucero naturista:**

Encontramos varias compañías que ofertan este tipo de travesías para los clientes amantes del nudismo como se les conoce también. La primera compañía dedicada a este segmento fue Bare Necessities, seguida de Waterways e incluso Carnival Cruise Line. En estos cruceros los usuarios tendrán que ser conscientes de una serie de norma de conducta; están obligados durante el embarque¹⁰ y desembarque¹¹ a llevar ropa puesta, al igual que a la hora de los desayunos, almuerzos, meriendas y cenas por cuestiones de higiene. (Fuente: <http://www.carnival.com/>).



Figura 15. Fuente: <http://www.carnival.com>

CAPÍTULO 6.

EL PRODUCTO CRUCERO

6.1. EMPRESAS CRUCERISTAS:

Las principales navieras que operan en la industria del crucero por orden de importancia en el sector son:

GRUPO CARNIVAL CORPORATION	<u>DATOS IMPORTANTES:</u>
CARNIVAL CRUISES LINE	<p>Carnival Corporation es considerado como el grupo líder y se compone del mayor grupo de cruceros del mundo.</p> <p>Tiene sede en Florida y forma parte del grupo Carnival Corporation & PLC. Se encuentra conformado por 23 buques cuyo idioma predominante a bordo es el inglés. Se dirige a segmentos de cualquier edad y poder adquisitivo. Opera principalmente en el Mediterráneo, el Caribe y Alaska. (Fuente: Ameigueiras Martinez C. 2014."Comercialización y venta de servicios turísticos").</p>
PRINCESS CRUISES LINES	<p>Es el mejor ejemplo para conocer un crucero de súper lujo que ofrece los mismos servicios que un hotel de la mejor categoría.</p> <p>Es líder de ventas en España y se constituye como la compañía de cruceros de lujo más grande del mundo. Opera en todos los mares del mundo. Cuenta con una flota de 17 buques con la tecnología más avanzada.</p> <p>Son características la gran cantidad de cabinas con balcones privados que rodean el barco que permiten no perder detalle del paisaje. (Fuente: http://www.cruceos.com)</p>

<p>COSTA CRUCEROS</p>	<p>Con sede en Génova (Italia). Comprende las navieras Costa Cruceros y AIDA Cruises. Es la primera compañía italiana que participa en el sector de los cruceros, convirtiéndose en el operador líder en Europa. Posee la flota más numerosa, compuesta por 25 barcos, a los que se les agregarán otros 2 nuevos para el año 2016. Funciona por: el Mediterráneo, Norte de Europa, Mar Báltico, el Caribe, Sudamérica, Emiratos Árabes, lejano Oriente, el Océano Índico. Muy importante la entrada en el mercado chino ofreciendo la posibilidad de realizar las salidas desde los puertos del propio país. (Fuente:http://www.costacrueros.es/)</p>
<p>CUNARD LINE</p>	<p>Con sede en Southampton (Reino Unido) es una de las compañías más conocidas mundialmente por sus transatlánticos de lujo "QUEENS", de gran valor histórico y que a la vez reconocidos como los más modernos del mundo. Destacan: QUEEN MARY 2, QUEEN VICTORIA y el favorito de la compañía el QUEEN ELIZABETH. Cunard Line ofrece el White Star Service TM que el más alto nivel de refinamiento típico británico plasmado en sus barcos. (Fuente:http://www.cunardcrueros.com/)</p>
<p>P & O CRUISES</p>	<p>Con sede en Southampton (Inglaterra) Es la naviera más antigua del mundo que comienza a funcionar con los primeros barcos de pasajeros en el siglo XIX. Está hermanada con P&O Cruises Australia. Opera con 7 buques el más antiguo es del año 1995 y el más reciente de 2008, por lo que la flota puede considerarse como nueva. (Fuente:http://es.wikipedia.org/)</p>

GRUPO STAR CRUISES	DATOS IMPORTANTES
NCL CRUCEROS (Norwegian Cruise Line)	Es considerada como la compañía pionera de los cruceros, alterando por completo el concepto de horarios de comida, trajes de etiqueta... Su éxito es destacable en el mercado español y por cuarto año consecutivo recibió en 2011 el premio "World Travel Award" a la mejor compañía de cruceros de Europa.
ROYAL CARIBBEAN INTERNATIONAL	DATOS IMPORTANTES
ROYAL CARIBBEAN	Es una de las compañías líderes del mercado que pone a disposición de sus clientes, buques de gran capacidad con servicios aptos para todas las edades. Ofrece también muchas actividades en español; el segundo idioma de abordaje después del inglés. Opera en el norte de Europa, el Caribe, Canadá, Alaska, Nueva Inglaterra, Canal de Panamá, Sudamérica, Oceanía, Emiratos Árabes y Dubái.
CELEBRITY CRUISES	Es la naviera que cuenta con la mayor tripulación en la clasificación de grandes cruceros. Cuenta con los recursos más refinados desde obras de arte al servicio más cortés. Está presente en el Mediterráneo, Caribe, el Norte de Europa, Canadá, Alaska, Nueva Inglaterra, Sudamérica y Canal de Panamá.

<p style="text-align: center;">PULLMANTUR CRUCEROS</p>	<p>Destaca por ser la primera compañía de cruceros española. El idioma de abordaje es el castellano y posee una gran ventaja y es que incluye en el precio hasta el avión a cargo de Pullmantur Air. Está presente en el Mediterráneo, Norte de Europa y el Caribe.</p>
<p style="text-align: center;">AZAMARA CRUISES</p>	<p>Esta compañía se orienta sobre todo a los clientes de mayor poder adquisitivo que deciden disfrutar de un crucero de lujo, con los servicios más selectos. Opera en el Mediterráneo, norte de Europa, Canal de Panamá, Oriente y Caribe.</p>

Figura 16: Elaboración propia

6.2. PRINCIPALES RUTAS DE CRUCERO E ITINERARIOS:

En este apartado se explican las rutas de crucero más destacadas con los itinerarios que ofrecen cada una. Para localizar los itinerarios de manera más clara, les acompaña una ilustración de cada lugar de partida y salida.

A) EL MEDITERRÁNEO

Esta ruta es la más completa de todas pues ofrece intereses paisajísticos, culturales, históricos y naturales. Es por ello que las navieras más importantes ponen en marcha a sus grandes buques en este continente. La ruta del Mediterráneo queda dividida en dos partes: Mediterráneo Occidental y Oriental.

- La temporada alta se distingue entre marzo y octubre debido a que el clima es más suave y agradable para viajar.
- La duración del viaje es de 7 días o más dependiendo del lugar de partida del crucero.
- Los principales puertos son los siguientes:
 España: Barcelona, Valencia, Málaga.
 Grecia: El Pireo (Atenas)
 Italia: Venecia, Génova, Savona, Bari, Nápoles y Civitavecchia (Roma)
 Francia: Marsella, Niza y Cannes.
 Turquía: Estambul.

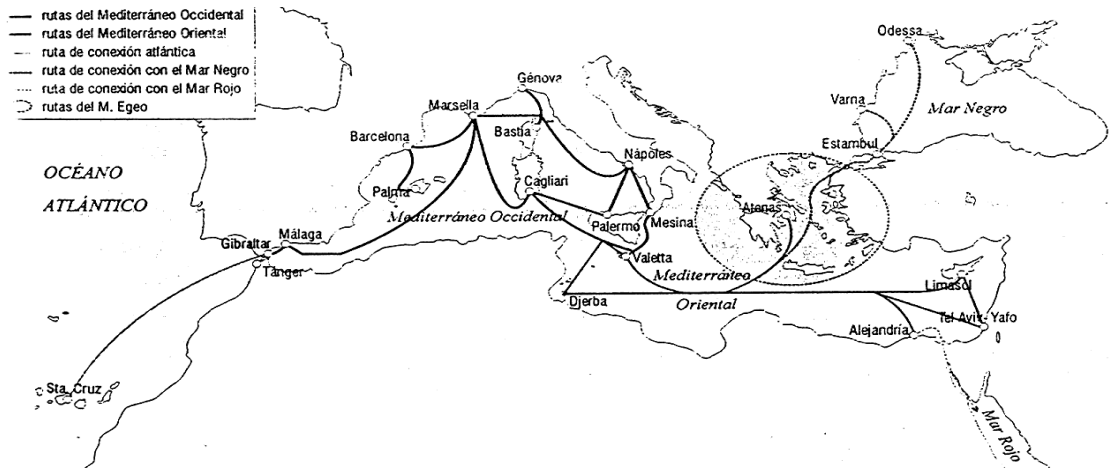


Figura 17: Fuente: <http://ocwus.us.es/geografia-humana/>

B) NORTE DE EUROPA:

El norte del continente europeo es considerado como una auténtica maravilla natural donde sobresalen los dos recursos más demandados por los cruceristas; los fiordos Bálticos y las capitales bálticas.

- La temporada alta se sitúa entre mayo y junio, pudiendo durar hasta septiembre.
- La duración del trayecto es de 7 días. Los cruceros de mayor duración llegan hasta el Cabo Norte (Noruega).
- Los principales puertos de salida son los siguientes:
Dinamarca: Copenhague.
Suecia: Estocolmo.
Holanda: Ámsterdam.
Gran Bretaña: Southampton, Dover, Harwich.

C) EL CARIBE:

Es sin duda uno de los destinos más conocidos y de gran belleza.

- La posibilidad de realizar un crucero se puede dar en cualquier época del año.
- La duración de los viajes suele ser muy diversa, pero la más habitual es de 7 días.
- Los principales puertos de salida son:
Barbados: Bridgetown.
Cuba: La Habana.
Rep. Dominicana: La Romana.
EE.UU: Miami, San Juan de Puerto Rico, Fort Lauderdale, Puerto Cañaveral, Nueva York, etc.

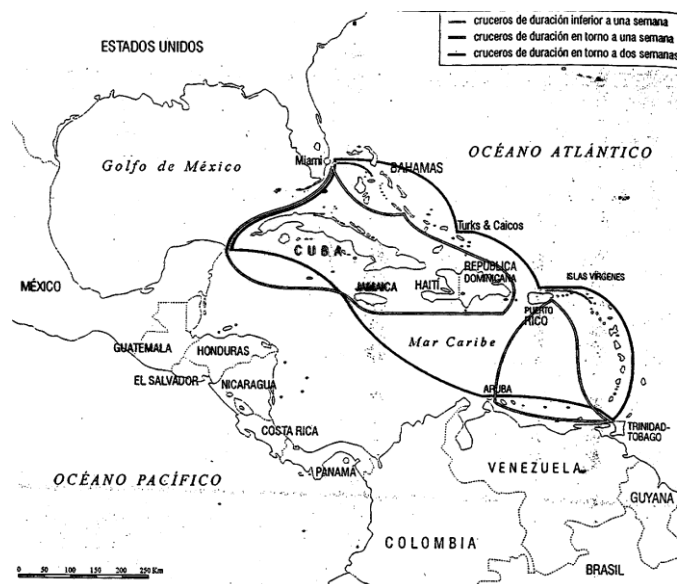


Figura 18: Fuente: <http://ocwus.us.es/geografia-humana/>

D) MAR ROJO Y DUBAI:

- Se puede visitar en cualquier estación del año.
- La duración de los cruceros suele ser de 7 días.
- Los principales puertos de salida son:
Emiratos Árabes. Dubái.

E) MAR DE LA CHINA:

Aquí encontramos destinos apropiados para los amantes de la cultura oriental, los cuales están creciendo de forma progresiva desde hace unos años.

- Pueden realizarse cruceros durante todo el año.
- La duración de los trayectos es de más de 7 días.
- Los principales puertos de salida son:
China: Hong Kong.
Singapur
Tailandia: Bangkok y Phuket.
Vietnam: Ho Chi Minh- Ville.



Figura 19: Fuente: <http://ocwus.us.es/geografia-humana/>

CAPÍTULO 7.

AFLUENCIAS TURÍSTICAS DE CRUCERISTAS EN ESPAÑA

7.1. NACIONALIDAD Y AFLUENCIA DE TURISTAS:

Según nuestro estudio los principales puertos de España son Barcelona, Comunidad Valenciana, Baleares, La Palma y Santa Cruz de Tenerife y Málaga. En el año 2014, los principales mercados emisores de cruceristas fueron:

EE.UU, seguido de Reino Unido, Alemania e Italia, siendo el segundo destino elegido el Mediterráneo por detrás del Caribe, lo que afecta muy positivamente a España debido a su diversidad cultural, natural, su patrimonio histórico-artístico y monumental, tal como se muestra en el siguiente gráfico del año 2013:

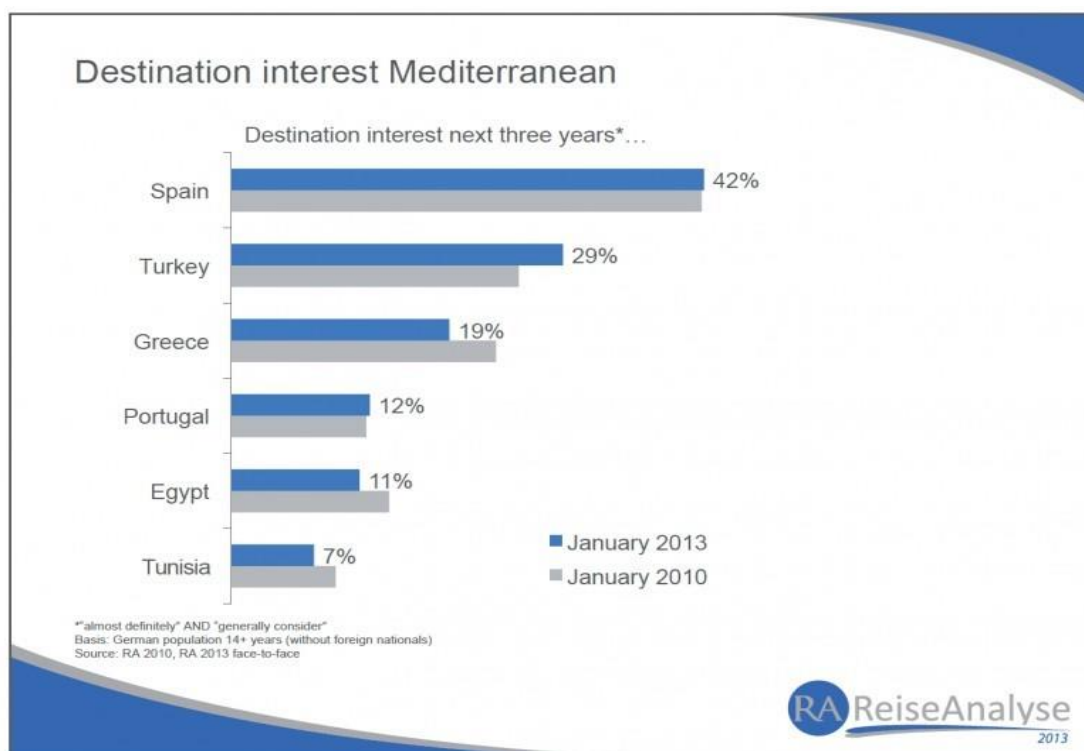


Figura 20. Fuente: <http://www.hosteltur.com>

Los datos más actuales del número de usuarios de crucero que hemos podido encontrar, corresponde con febrero de este mismo año. Gracias a Intelitur.es podemos analizar la evolución de la demanda del mismo mes desde 2006 hasta 2015.

El total de turistas de crucero recibidos en España este mes ha sido de 389 mil, 5000 pasajeros más que febrero de 2014, o definidos en otros términos estadísticos un 1,2% más, lo que indica que la actividad está experimentando un repunte positivo.

A continuación presentamos una tabla que refleja esta evolución para estos 9 años:

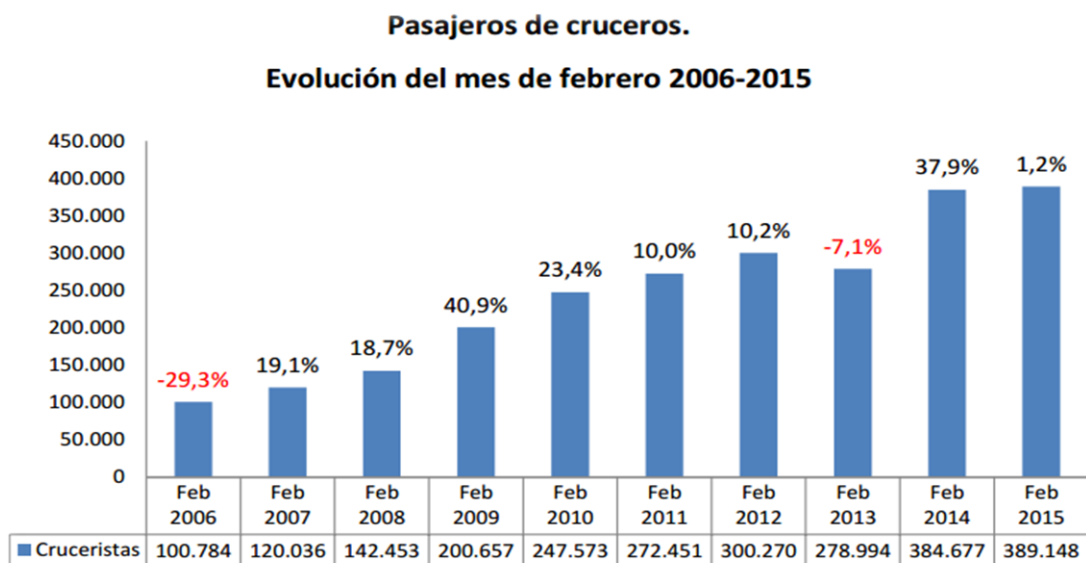


Figura 21. Fuente: <http://www.intelitur.es>

Como se distingue en la gráfica comparando los datos con años anteriores, este febrero se coloca por encima de los demás, teniendo en cuenta que desde 2008 los datos eran bajos e incluso preocupantes en algunas temporadas, debido a la situación de crisis actual, siendo el 2013 uno de los peores años. Sin embargo, con la mejora de la situación económica en España y en Europa en el nivel de vida y el poder adquisitivo, junto con la inestabilidad política y social de destinos como Túnez, Grecia, Chipre o Egipto, se nos ha favorecido con un mayor número de cruceristas interesados en hacer escala en los principales puertos del país. Además España ofrece un clima similar a estos lugares y una gran variedad de recursos, que pueden sustituir perfectamente a los que ofrecen los destinos conflictivos. (Fuente: <http://www.hosteltur.com>)

7.2. REPERCUSIÓN DE LOS CRUCEROS EN ESPAÑA

España se encuentra entre los 5 destinos más elegidos a la hora de embarcarse¹⁷ en un crucero tal y como mostramos en este gráfico facilitado por CLIA.

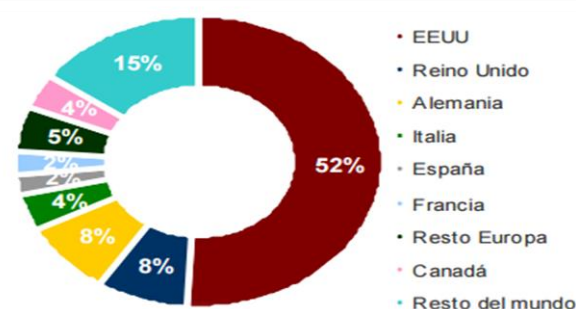


Figura 22. Fuente: <http://www.turisme.gva.es>.

Podemos explicar el motivo de por qué esta actividad es importante para España desde diferentes puntos de vista propuestos:

Desde el punto de vista del empleo, pues estos grandes hoteles flotantes dan la oportunidad a cientos de personas de formar parte de su actividad. Según CLIA la industria del crucero creó 891.009 puestos de trabajo en 2014 destinado a personas de distintos perfiles, especialidades, cualificaciones...que estén dispuestos a trabajar con contratos que van desde varios días, semanas o más de un año (Fuente: <http://www.cliaspain.com>).

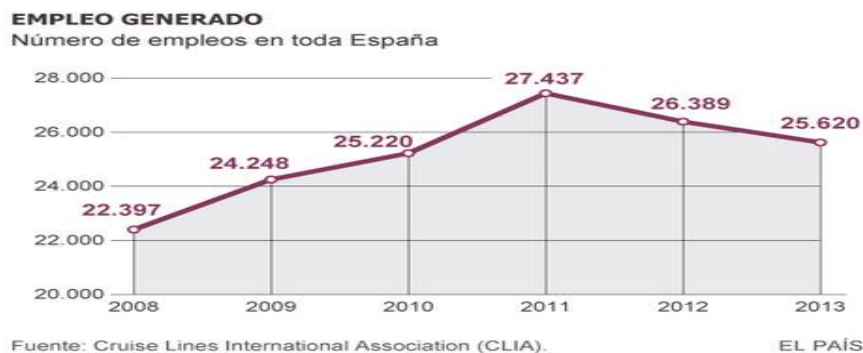


Figura 23. Fuente: <http://economia.elpais.com/economia/>

El segundo es que los cruceros son una forma de dinamizar el turismo de un territorio, es decir, encontramos con ellos otra variedad de turistas que cambian el perfil de los habituales, aquellos que viajan a una ciudad a pasar unos días para disfrutar de la cultura, eventos, visitas de los grandes monumentos en grupos o por cuenta propia de una forma más tranquila, etc. Los turistas de cruceros se caracterizan por realizar visitas muy rápidas de varias horas en torno a 12.

Desde el punto de vista económico, pues el sector de los cruceros deja millones de euros de ingresos en la economía española. En 2014 España obtuvo 700 millones de euros gracias en parte a 7.662.010 de pasajeros que nos visitaron en el mismo año y consumieron en las principales ciudades de destino.

El cuarto es funcionar como un método desestacionalizador del turismo, pues gracias a esta actividad cuya temporada idónea para hacer un crucero es todo el año, permite a los establecimientos que reciben poca demanda en los meses de menor afluencia tener de forma rápida grandes ingresos, ejemplo: tiendas de souvenirs, restaurantes, tiendas de ropa, etc.

Y por último gran impulsor de la actividad comercial en los establecimientos de la periferia de los puertos.

7.2.1. Principales puertos

España es un territorio con una perfecta situación geográfica pues se encuentra en una posición de "encrucijada" entre el continente europeo y el africano, motivo por el cual nuestro país tiene tanta importancia para Europa en sus relaciones con el continente vecino. Por otro lado, nos encontramos como destino asegurado en la ruta del Mediterráneo occidental, lo que contribuye al desarrollo turístico de los puertos más importantes y que sirven de escala¹⁸ a los cruceros.



Figura 24. Fuente: <http://economia.elpais.com>

Como vemos en la figura propuesta los centros neurálgicos en el país, en recepción de cruceros, son los puertos de Barcelona, Baleares, Valencia, Málaga, Las Palmas, y Santa Cruz de Tenerife. (Fuente: <http://www.abc.es/viajar>).

Barcelona se ha convertido en los últimos años en el mayor puerto de todo el Mediterráneo, y posee 7 terminales, a las cuales se piensa añadir una más en el futuro. Cuenta con los mejores sistemas de equipamiento de logística para facilitar los trámites del crucero durante su estancia en el puerto. El sector de los cruceros es de hecho una de sus principales actividades, pues atrae, como vemos en la gráfica, miles de turistas al año. Además, este puerto está perfectamente comunicado con la ciudad a través de los medios de transporte urbanos, lo que incrementa su valor al satisfacer mejor la comodidad de los visitantes. En Port Barcelona hacen escala los cruceros más importantes que navegan por el Mediterráneo, como por ejemplo el "Liberty of the Seas" el más grande de todos ellos. En general el grupo Royal Caribbean confía en el éxito de este puerto planeando la mayoría de alguna de sus escalas de cada trayecto en este puerto. Para el verano de 2015 se espera la llegada de varios de ellos. (Fuente: <http://www.portdebarcelona.cat>).

Baleares, Las Palmas y Santa Cruz de Tenerife son después de Barcelona los puertos más visitados y con mayor afluencia.

El puerto de La Palma tiene cientos de años de historia y al igual que hacía siglos sigue siendo un puerto de escala de avituallamiento. Recibe más de un millón de llegadas de cruceristas al año llamados por el clima tropical de las islas, y sus atractivos únicos. Son consideradas como el paraíso de los europeos. Lo mismo ocurre con el Puerto de Santa Cruz de Tenerife.

7.3. REPERCUSIÓN DE LOS CRUCEROS EN ANDALUCÍA

Cuando nos referimos a los puertos de Andalucía no debemos olvidar el Puerto de Málaga. Es el segundo puerto de España en recepción de cruceros y ha experimentado sin duda un incremento en su funcionamiento, debido a la mejora de las infraestructuras del puerto para albergar a barcos de cualquier tipo y junto con los famosos museos de la provincia, su cultura y sus playas, se llaman cada vez más la atención a los turistas, convirtiéndola en la capital económica de Andalucía.

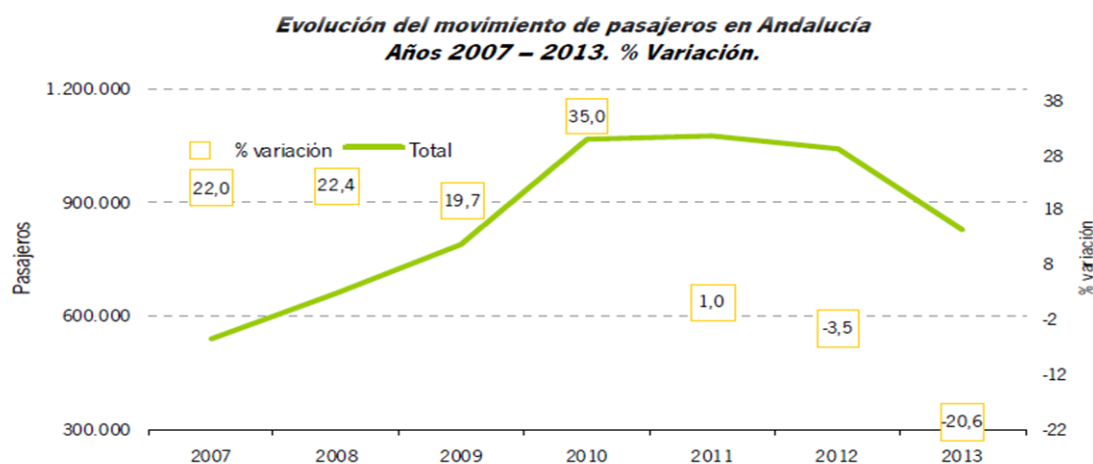
Son muy importantes los medios de transporte terrestres de la ciudad que permiten comunicar la provincia con otras colindantes, y que dan la posibilidad al turista de crucero aprovechar esas pocas horas con la que cuenta para visitar la ciudad, para

coger un tren o un coche y acercarse a las localidades y municipios de Cádiz, Granada, Sevilla o Córdoba. Todo ello ha contribuido junto con sus terminales marítimas a situar el puerto de Málaga como la base de cruceros de mayor importancia del Mediterráneo.

La bahía de Cádiz es otro punto de encuentro de turistas muy importante en la Comunidad. Cuenta con una localización privilegiada entre el Océano Atlántico y el norte de África, lo que le permite funcionar como punto de escala de grandes buques que siguen esta ruta para dirigirse hacia el Mediterráneo, o hacia el Caribe desde Europa.

Además Cádiz ofrece varios elementos a su favor: está próxima a los lugares de mayor interés de Andalucía, ella misma posee un gran atractivo turístico al ser la ciudad más antigua de Europa, y es un destino destacado de sol y playa de España. Y por estos motivos entre otros, las navieras deciden hacer escala en su puerto. Ofrece también la posibilidad de que los cruceristas puedan disfrutar de múltiples excursiones y visitas guiadas a las ruinas de los hallazgos arqueológicos, conocer el flamenco o el tereo. (Fuente: <http://www.abc.es>).

Según el informe de cruceros de Andalucía del año 2013, se produjo un cambio muy brusco, en la comunidad y también en el área del Mediterráneo, en la recepción de cruceristas. A continuación se presenta una gráfica donde podemos observar cómo a partir del 2008, se incrementaron progresivamente los datos de llegada, manteniéndose durante 2010 y 2011, hasta que experimentaron una caída acentuada en el año 2013.



Fuente: Puertos del Estado. Ministerio de Fomento.

Figura 25. Fuente: Turismo de cruceros Andalucía 2013

Según este informe de la Junta de Andalucía los motivos de este decrecimiento de las cifras, se debe principalmente a este periodo de crisis que nos asola.

Por este motivo las navieras que operan en este lugar del Mediterráneo se han visto obligadas a cambiar sus estrategias. En un principio se decidieron bajar precios para llamar a un mayor número de clientes, y compensar esa ganancia perdida, con el consumo realizado dentro del barco y las excursiones contratadas. Pero no resultó.

Finalmente se orientaron por otras medidas que cambiaron por completo los movimientos de cruceristas, como se muestra en la gráfica.

En primer lugar, cambiar o eliminar algunos destinos y puntos de escala de buques. Esta acción ha provocado que se altere la oferta de cruceros de algunas provincias, como Málaga, al no recibir al "Adventure of the Seas" de Royal Caribbean.

En segundo lugar, retirada en el Mediterráneo de los buques más grandes y famosos, y alterar su ruta hacia el norte de Europa, el Caribe, Brasil y Asia, pudiendo ofrecer precios más altos.

Por último, reducir la estancia en el crucero que actualmente ronda las 5 ó 7 noches.

Durante el 2013 las navieras que acudieron a Andalucía fueron sobretodo Costa Cruceros, P&O Cruises y MSC Cruceros, las cuales acumulan el 45% de los movimientos de pasajeros del territorio. Observamos la enorme caída de Royal Caribbean, fruto de ese cambio de estrategias comentado anteriormente. Se mantiene en las primeras posiciones la compañía italiana Costa Cruceros, pues tiene como principal mercado el Mediterráneo y Andalucía es uno de sus lugares habituales de escala.

El Ránking de las principales navieras comparado con el año 2012, se muestra a continuación:

Ranking 2012	Ranking 2013	Navieras	% Cuota Pasajeros
2	1	Costa Cruceros	21,2%
4	2	P&O Cruises	13,3%
5	3	MSC Cruceros	10,2%
3	4	AIDA Cruises	8,8%
1	5	Royal Caribbean	8,3%
6	6	Norwegian Cruise Line	5,9%
7	7	Holland American Line	5,4%
9	8	Iberocruceros	4,7%
13	9	Pullmantur	2,9%
		Resto	19,5%
		Total	100,0%

Fuente: SAETA. Empresa Pública del Turismo y Deporte de Andalucía a partir de Puertos del Estado.

Figura 26. Fuente: Turismo de cruceros Andalucía 2013

7.4. EL TURISMO DE CRUCERO EN SEVILLA. NUEVO NICHOS

Este apartado se ha querido dedicar a la oportunidad de desarrollar el negocio de los cruceros en la provincia de Sevilla.

El puerto de las Delicias es un puerto de interior que se localiza en el estuario¹⁶ del Guadalquivir, concretamente en el último punto navegable de río, que es Sevilla. De ahí la importancia histórica de este puerto desde la antigüedad, ya que es una manera de penetrar desde el mar hasta el interior del territorio.

El acceso de los cruceros a este punto del río fue posible gracias a la nueva esclusa¹⁹, construida para el año 2010 con 6 metros de calado (véase glosario; término 8). Su construcción se pensó en un principio para albergar a grandes buques comerciales y para prevenir los desbordamientos del río. Comenzó a partir de su inauguración la posibilidad de recibir cruceros en este puerto, y ello permitió años después el acceso de cruceros que hicieran escala en la ciudad, en un lugar próximo a los recursos turísticos más famosos e importantes y del casco histórico. Es cierto que el de las Delicias no es un puerto como puede ser el de Barcelona o Málaga, mejor acondicionado para los cruceristas, pues este es desde un principio, un puerto para carga y descarga de mercancías de cargueros.

Existen varios proyectos en mente del Ayuntamiento para aprovechar la llegada de estos buques, el más importante es el dragado del río, es decir, erosionar el fondo del río para aumentar el calado y permitir con ello la entrada de cruceros de mayor envergadura. El gran problema de este plan reside en que si eliminamos parte del fondo marino, numerosos ecosistemas se verán afectados y dañados, y el río Guadalquivir es un recurso muy valioso como para permitirse perjudicar a los seres de sus fondos.

Se aumentaría con este proceso los sedimentos y turbiedad de las aguas, que irían a parar a las zonas más importantes de las marismas del Guadalquivir dedicadas al cultivo del arroz, una fuente económica muy importante para Andalucía, y a las piscifactorías de Cádiz. Existen multitud de opositores al dragado de distintos ámbitos por estos efectos.

Lo cierto es que si pudiera producirse este proyecto, la profundidad pasaría de ser de 6 metros a 8 metros con 40 metros de manga²⁰, una ventaja para incrementar los ingresos de la ciudad en el sector turístico y que potenciaría la dinamización de esta actividad en los periodos de temporada más baja, que son el invierno y el verano. (Fuente:<http://portal.apsevilla.com>).

Recordemos que un crucero puede realizarse en cualquier momento del año, por ello decimos que el desarrollo del sector de los cruceros en Sevilla puede ser un nuevo nicho para explotar.

Normalmente Sevilla es punto de escala del Azamara Quest con cruceros de lujo, CroisiEurope que realiza cruceros fluviales-costeros; ha recibido cruceros de Hapag Lloyd Cruises y el más grande de todos, de la compañía Royal Caribbean el Azamara Journey el pasado 21 de agosto de 2012.

CAPÍTULO 8

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

8.1. MARKETING

Con el paso de los años, las técnicas de marketing han ido cambiando en el sector de los cruceros. Su publicidad se basa en una estrategia de mercado conocida como segmentación²¹, con la que pueden dirigirse a clientes de cualquier tipo de poder adquisitivo.

Al inicio de la actividad del sector de los cruceros, esta segmentación se encontraba mayormente acentuada, dividiendo a sus clientes dentro del barco por su clase, siendo éstas: primera, segunda y tercera. (Fuente: <http://www.aulafacil.com>).

En la actualidad, se ofrecen cruceros de todo tipo, lanzando ofertas personalizadas. Según los gustos de los clientes, encontramos; viajes para recién casados o parejas jóvenes, para familias, solteros, gays, para nudistas, etc. Como vemos, un amplio elenco de posibilidades. El éxito de este plan de segmentar, reside en que se dirigen a todo tipo de clientes, con todo tipo de necesidades y gustos.

Para las parejas o recién casados, desarrollan un plan de marketing basado en resaltar los servicios y comodidades de las que pueden gozar a bordo del crucero a un precio asequible.

Para la gente joven, se insiste en las ofertas de ocio en el crucero como por ejemplo fiestas en la piscina, conciertos, cenas, teatros, sesiones de cine, etc. Principalmente se dirigen a un público con preferencias por un turismo más activo, animado y de carácter nocturno.

Éstos son sólo dos ejemplos de dos tipos de segmentos, pero existen muchos más. Cada uno es analizado profundamente hasta conseguir los gustos de estos clientes, así como sus preferencias, para adaptar cada crucero a sus necesidades. (Fuente: www.montescomunicacion.com).

Toda esta información se recoge para las navieras, que son las encargadas de componer estrategias para mejorar y crear nuevos productos adaptados a los nuevos gustos del momento, como barcos más veloces, más seguros, adaptados para discapacitados o más confortables.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

Tras finalizar este proyecto podemos llegar a diferentes conclusiones, y es que el sector de los cruceros es un negocio muy importante, que mueve, no sólo grandes cantidades de dinero, sino que contribuye a la oxigenación económica de los destinos, y a la generación de miles de puestos de trabajo.

Es un método único que permite descubrir diferentes culturas en una sola semana y disfrutar de cosas desconocidas, como la comida, las costumbres, el idioma, las tradiciones, etc. de todos los lugares que se visitan.

Por otro lado, existen números detractores a este negocio por su gran emisión contaminante. Encontramos con ello algunos puntos negativos que afectan a la concepción de los cruceros:

En primer lugar, la principal contaminación se da en las aguas del mar, al esparcir los residuos de aguas fecales, aguas de lastre o aguas de uso doméstico del barco.

En segundo lugar se encuentra la contaminación atmosférica al emitir gases tóxicos derivados de la combustión de su carburante, y emisión de cenizas por tal combustión.

Todo ello no sólo daña la capa de ozono, sino que también afecta al ecosistema marino y sus seres. Si pensamos un poco, caemos en la cuenta de que el Mediterráneo es el segundo destino de cruceros, por lo que consta como uno de los más afectados por esta contaminación de aguas sucias y gases.

Pero también encontramos otra forma de contaminar, y ésta podemos verla en los puertos. Este fenómeno de los cruceros ha hecho que se deba adaptar mejor los puertos a las necesidades de los clientes, modificando el paisaje y la naturaleza de las costas o ríos. En el atraque de los cruceros se produce el cambio de aguas de lastre y el vertido al mar de las aguas fecales. Por este motivo las aguas de los puertos son más turbias.

Es por estas razones, por las que hay que intervenir para no dañar al elemento más importante del planeta, endureciendo las normativas de vertidos y contaminación.

En las cuestiones económicas abarcadas para España y Andalucía, debemos aprovechar nuestra magnífica ubicación en el Mediterráneo para captar más clientes, pues tenemos una de las culturas más llamativas y atractivas, una gran diversidad paisajística, y cientos de recursos naturales, muy valorados por los turistas. Estos cruceristas, suponen una gran oxigenación para los territorios locales en muy poco tiempo, por lo que debemos sacarle partido para que consuman en museos, bares, restaurantes, tiendas, etc.

Haciendo este estudio sobre esta nueva forma de hacer turismo, pretendemos darlo a conocer y ser conscientes de su importancia económica. Viendo los datos estadísticos de Andalucía en 2008, vimos cómo a pesar de encontrarnos en plena crisis la actividad de los cruceros, crecía. Por el contrario, hoy día se piensa que la economía se encuentra más estable y sin embargo el turismo de cruceros experimenta una bajada.

Esperamos que en el 2015 obtengamos datos más positivos con la llegada de los grandes cruceros, a los puertos Andaluces de Málaga y Sevilla.

Bibliografía

- Ameigueiras Martínez C. 2014. Comercialización y venta de servicios turísticos. Editorial Síntesis. Madrid
- Colomer José V. 2000. IV Congreso de ingeniería del transporte. Alfredo García ediciones.
- Cuenta Satélite del turismo de España. 2002. INE
- Ecologistas en acción. 2013. Editado Ecologistas en acción.
- García Isa, I. 2013. Gestión de empresas de transporte turístico. Editorial Síntesis. Madrid.
- Informe anual turismo de Canarias. 2012-2013. Editado Turismo de Canarias.
- Junta de Andalucía. 2013. Turismo de cruceros de Andalucía. Balance anual. Editado SAETA.
- Mazorra Arturo.P. 2005. El mercado de los cruceros en Europa. IET.
- Mancini Marc. D. 2001. Cruceros. Guía sobre la industria de los Cruceros. Editado Paraninfo Thomson Learning
- Turismo de cruceros de Andalucía. Balance anual 2013. Consejería de turismo y comercio.
- WTO. 2010. Cruise tourism- Current situations and trends. Published WTO. Madrid

PAGINAS WEB:

www.crucero10.com

www.windrosenetwork.com

<http://www.taringa.net/posts/noticias/3829312/Oasis-of-the-Seas-El-crucero-mas-grande-del-mundo.html>

<http://www.economicasunp.edu.ar/getace/images/stories/LOSANO%20-%20EI%20Turismo%20de%20Cruceros.pdf>

<http://www.buques.org/GRZ/GRZ-34.htm>

<http://eddywarman.blogspot.com.es/2011/01/historia-de-los-cruceros.html>

<http://www.elmundo.es/espana/2014/11/17/5464d6462>

<http://www.definicionabc.com/general/crucero.php#ixzz3RoonLJzP68e3ef46c8b4572.html>

http://museoarqua.mcu.es/exposicion/recorrido_expositivo/mare_hibericum/primeros_navegantes/

<http://efemeridesnavales.blogspot.com.es/2010/07/4-de-julio-de-1840-el-britannia-primer.html>

http://www.laciesma.com/navegar_emigrar.html

<http://dcrucerosyalgomas.blogspot.com.es/2014/06/que-son-los-cruceros-turismo-este-tipo.html>

http://www.ehowenespanol.com/diferencias-trasatlantico-crucero-info_389468/

<http://www.uhu.es/uhutur/documentos/npturisticos1/4%20Turismo%20de%20cruceros.pdf>

<http://personales.upv.es/vyepesp/YepesEstebanSerra.pdf>

<http://www.ine.es>

<http://www.tourspain.es>

<http://www.iet.tourspain.es/img-iet/revistas/ret-165-2005-pag131-160-93953.pdf>

http://elpais.com/diario/2005/04/02/viajero/1112475426_850215.html

<http://www.masmar.com/articulos/art/4,178,1.html>

<http://www.cliaspain.com>

<http://tendenciasturismo.com/tag/mercados-emisores/>

http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Global_Cruise_Impact_Analysis_2013.pdf

<http://www.24horas.cl/tendencias/magazine/la-sorprendente-comparacion-del-titanic-y-un-crucero-moderno-929598>

<http://www.webmar.com/foros/viewtopic.php?t=7291>

<http://www.windrosenetwork.com/La-Industria-del-Crucero-Perfiles-Demograficos>

<http://www.economicasunp.edu.ar/getace/images/stories/LOSANO%20-%20EI%20Turismo%20de%20Cruceros.pdf>

<http://www.abc.es/viajar/20140911/abci-oasis-seas-crucero-201409111116.html>

http://www.antena3.com/noticias/sociedad/crucero-mas-grande-mundo-llega-barcelona_2014091300034.html

<http://www.viajarencruceros.com/clasificacion-de-los-cruceros-por-anclas>
http://www.abc.es/viajar/top/20130612/abci-cruceros-tematicos-verano-201305271229_1.html
http://www.msccruceros.es/es_es/Salidas-Crucero/Cruceros-Tematicos/Crucero-Baile.aspx
<http://todocruceros.com/navieras/star-clippers-NSTAC>
http://www.msccruceros.es/es_es/Msc/Ofertas-Cruceros-Tematicos-Msc.aspx
<http://www.silversea.com/brochure-thank-you/?brochures=MK14491-EU%2CMK14596-EU%2CMK14776%2CMK14772&hash=04cfcdae04ced18bf4ffcba877b9392b>
<http://www.cromos.com.co/actualidad/articulo-149054-el-crucero-norwegian-getaway-ofrece-una-experiencia-al-estilo-grammy>
<http://www.es.ncl.eu/barcos/norwegian-getaway/>
<http://holigay.es/cruceros/>
<http://www.crucerosdesingles.com/>
<http://www.viajarsolo.com/>
<http://www.solterosabordo.com/>
<http://www.viajessingles.es/>
<http://www.absolutcruceros.com/los-cruceros-tematicos-mas-raros-del-mundo/>
<http://www.royalcaribbean.es/statichtmlpage.do?pagename=barbie&wuc=ESP>
<http://elcomercio.pe/vamos/noticias/estos-son-ochocruceros-mas-extranos-divertidos-mundo-noticia-1496908>
<http://whodunitcruises.com/>
<http://es.hollandamerica.com/enes/cruise-vacation-onboard/Zuiderdam#>
<http://www.carnival.com/cruise-ships/carnival-freedom.aspx>
http://www.royalcaribbean.es/contentSitelet.do?pagename=quantum_main&wuc=ESP
<http://www.cruceros-princess.com/princesscruises/describeCia.do;jsessionid=42022873E8E30B9DFE1E383F8E1292F6>
<http://www.unmundodecruceros.com/umdc/umdc/consultarFichaNaviera?method=consultarFichaNaviera&codigoNaviera=NSEAB>
http://www.infocruceros.com/navieras/barcos/cruceros/seabourn_c29/
<http://www.unmundodecruceros.com/umdc/umdc/consultarFichaNaviera?method=consultarFichaNaviera&codigoNaviera=NWIND>
<http://www.cruceros.es/Naviera/AIDA-Cruises-1.html>
<http://www.cruceros.es/Naviera/AIDA-Cruises-1.html>
<http://www.cruceros.com/Naviera/AIDA-Cruises-1.html>
<http://www.cunardcruceros.com/cunard/quienes.do;jsessionid=DCDE88F425A62D2C1FFAC29049A70428>

<http://crucerosymas.com/p&o/>
http://todocruceros.com/xyo/obtenerContenidosGenericos.action?codigoSeccion=HISTORIA_DE_LOS_CRUCEROS
<http://www.celebritycruises.es/>
<http://www.beevoz.com/2015/03/24/historia-de-los-cruceros-origen-de-este-tipo-de-turismo/>
<http://ocwus.us.es/geografia-humana/geografia-delturismo/asiggt/apartados/apartado3-3.html/>
http://www.ceoe.es/resources/image/valoracion_turismo_2013_2014.pdf
http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/Turismo_Cruceros_Balance_2013_agosto2014.pdf
http://www.hosteltur.com/152990_crisis-economica-crisis-turistica-se-retroalimentan-mediterraneo-oriental.html
http://economia.elpais.com/economia/2014/09/19/actualidad/1411138303_016385.html
<http://www.cliaspain.com/la-contribucion-economica-de-la-industria-de-cruceros-alcanza-su-maximo-historico-en-europa/noticias/101>
<http://www.windrosenetwork.com/Empleo-y-Puestos-de-Trabajo-en-Barcos-Cruceros>
<http://www.portdebarcelona.cat/es/web/Port%20del%20Ciudadada/cruceros>
http://portal.apsevilla.com/wps/portal/puerto_es/cruceros_es?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/APS/puertosevilla/potleisure/turismo
http://www.abc.es/viajar/top/20140626/abci-puertos-espana-201406230931_1.html
<http://www.eppa.es/es/muelle-de-espera>
<http://www.andalucia.org/es/cruceros/>
<http://www.lacronicadesevilla.com/index.php/slider/item/88-lola-t-cebolla>
<http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>
<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>
<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>
<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>
<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>
<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>
<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>

<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>

<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>

<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>

<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/>

<http://www.aulafacil.com/articulos/buen-marketing/t473/el-marketing-de-cruceros-la-segmentacion>

<http://www.montescomunicacion.com/mcblog/marketing/marketing-de-cruceros/>

<http://www.carnival.com/>

Glosario/Glossary

TÉRMINO EN ESPAÑOL	TÉRMINO EN INGLÉS
<p>1. <u>Buque</u>: Barco con cubierta que, por su tamaño, solidez y fuerza, es adecuado para navegaciones o empresas marítimas de importancia. (Fuente: RAE)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Ship</u>: large boat. (Source: http://www.wordreference.com/).
<p>2. <u>Trasatlántico</u> o transatlántico: Buque de grandes dimensiones destinado a hacer la travesía del Atlántico, o de otro gran mar. (Fuente: RAE).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Transatlantic or ocean liner</u>. (Source: http://www.wordreference.com/).
<p>3. <u>Botar</u>: Echar al agua un buque haciéndolo resbalar por la grada después de construido o carenado. (Fuente: RAE).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Launch</u>: set onto water. (Source: http://www.wordreference.com/)
<p>4. <u>Oligopolio</u>: Concentración de la oferta de un sector industrial o comercial en un reducido número de empresas. (Fuente: RAE).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Oligopoly: market with few competitors. (Source: http://www.wordreference.com/).
<p>5. <u>Naviera</u>: Compañía propietaria de buques mercantes. (Fuente: RAE).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Shipping line</u>: shipping company. (Source: http://www.wordreference.com/).
<p>6. <u>Dragado</u>: Extracción de arena, piedras y otros materiales del fondo de un río, puerto o cualquier zona navegable. (Fuente: http://www.wordreference.com/).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Dredging</u>: Also called: dredger a machine, in the form of a bucket ladder, grab, or suction device, used to remove material from a riverbed, channel, etc. ○ (Source: http://www.wordreference.com/)
<p>7. <u>Puntal</u>: Altura de la nave desde su plan hasta la cubierta principal o superior. (Fuente: RAE).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Depth</u>: is the underwater (below the waterline) part of the depth. (Source: http://www.wordreference.com/).

<p>8. <u>Camarote</u>: es el lugar destinado al alojamiento de tripulantes o pasajeros. Son pequeñas habitaciones individuales o compartidas donde habita la tripulación. (Fuente: http://es.wikipedia.org).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Cabin</u>: an apartment or room in a ship, as for passengers. (Source:http://www.wordreference.com/)
<p>9. <u>Cubierta</u>: en náutica, cada una de los pisos de un barco. (Fuente:http://es.wikipedia.org).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Deck</u>: floor of ship. (Source: http://www.wordreference.com/).
<p>10. <u>Barcos fluviales</u>: traslado de productos o pasajeros de unos lugares a otros a través de ríos</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>River ship</u>: river navigation. (Source: http://www.wordreference.com/).
<p>11. <u>Barco velero</u>: buque de vela. (Fuente: RAE).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Sailing boat</u>: yacht, small vessel with a sail. (Source:http://www.wordreference.com/).
<p>12. <u>Falupa</u>: pequeñas embarcaciones cuya función principal es llevar a los pasajeros del puerto al crucero. (Fuente: Mancini, 2001).</p>	<p><i>Felucca</i> SOURCE:www.telegraph.co.uk › Travel › Cruises › Rivers and Canals</p>
<p>13. <u>Calado</u>: El calado de un barco o buque es la distancia vertical entre un punto de la línea de flotación y la línea base o quilla, con el espesor del casco incluido; en el caso de no estar incluido, se obtendría el calado de trazado. (Fuente:http://es.wikipedia.org).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Draft</u>: the depth of a loaded vessel in the water, taken from the level of the waterline to the lowest point of the hull. (Source:http://www.wordreference.com/).
<p>14. <u>Atracar</u>: Arrimar unas embarcaciones a otras, o a tierra. (Fuente: RAE).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Berth</u>: (of a ship) to (cause it to) come to a dock. (Source:http://www.wordreference.com/).
<p>15. <u>Arqueo</u>: Cabida de una embarcación. (Fuente: RAE).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Gauge</u>: measure the tonnage, measure the capacity. (Source: http://es.wikipedia.org).
<p>16. <u>Estuario</u>: Desembocadura de un río caudaloso en el mar, caracterizada por tener una forma semejante al corte longitudinal de un embudo, cuyos lados van apartándose en el</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Estuary</u>: the part of the mouth of a river in which its current meets the sea's tide. (Source:http://www.wordreference.com/).

sentido de la corriente, y por la influencia de las mareas en la unión de las aguas fluviales con las marítimas. . (Fuente: RAE).	
17. <u>Embarcar</u> : Introducir en una embarcación, en un avión o en un tren. (Fuente: http://www.wordreference.com/).	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Boarding</u>: the act of a person who boards a ship, train, airplane. (Source: http://www.wordreference.com/).
18. <u>Escala</u> : Lugar donde tocan las embarcaciones o las aeronaves entre su punto de origen y el de destino. (Fuente: RAE).	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Stopover</u>: a stop or brief stay in the course of a journey. (Source: http://www.wordreference.com/).
19. <u>Esclusa</u> : compartimento con puerta de entrada y salida que se construye en un canal de navegación para que los barcos puedan pasar de un tramo a otro de diferente nivel, para lo cual se llena de agua o se vacía el espacio comprendido entre dichas puertas. (Fuente: RAE).	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Lock</u>: an enclosed chamber in a canal, dam, etc., with gates at each end, for raising or lowering vessels from one level to another by increasing or decreasing water in the chamber. (Source: http://www.wordreference.com/).
20. <u>Manga</u> : Anchura mayor de un buque. (Fuente: RAE).	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Beam</u>: the widest part of a ship. (Source: http://www.wordreference.com/).
21. <u>Segmentar</u> : Cortar o partir en segmentos. (Fuente: RAE).	<ul style="list-style-type: none"> ○ <u>Segment</u>: divide into segments. (Source: http://www.wordreference.com/).

