



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

GRADO EN TURISMO

El Turismo de Cruceros. Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades del Sector en la Ciudad de Sevilla.

Trabajo Fin de Grado presentado por Leticia María Salas Rosado, siendo la tutora del mismo la profesora Dra. María del Pilar Díaz Cuevas

Vº. Bº. de la Tutora

Alumna:

Dña. María del Pilar Díaz Cuevas

Dña. Leticia María Salas Rosado

Sevilla. Junio de 2018



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

**TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2017-2018]**

TÍTULO:

EL TURISMO DE CRUCEROS. DEBILIDADES, AMENAZAS, OPORTUNIDADES Y FORTALEZAS DEL SECTOR EN LA CIUDAD DE SEVILLA.

AUTOR:

LETICIA MARÍA SALAS ROSADO

TUTOR:

DRA. MARÍA DEL PILAR DÍAZ CUEVAS

DEPARTAMENTO:

GEOGRAFÍA FÍSICA Y ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

ÁREA DE CONOCIMIENTO:

ANÁLISIS GEOGRÁFICO REGIONAL

RESUMEN:

El presente Trabajo Fin de Grado realiza un análisis multiescalar del turismo de cruceros y el turismo de cruceros fluvial, prestando especial atención al desarrollo de esta actividad en la ciudad de Sevilla. Para ello, se abordarán diferentes perspectivas del turismo de cruceros en general y fluvial en particular (definición, tipología, análisis de principales impactos, oferta, demanda, análisis DAFO, etc.). Ello se llevará a cabo a partir de la realización de varias estrategias metodológicas, entre las que destaca, la realización de encuestas a cruceristas y entrevistas a agencias de viajes. Los resultados muestran como el turismo de cruceros constituye un sector de gran importancia con una evolución positiva en los últimos años en Europa, España y Andalucía. En la ciudad de Sevilla, el sector también ha experimentado un crecimiento espectacular y aunque las previsiones para de futuro son bastante positivas, es necesario emprender ciertas acciones de mejora que permitan a la ciudad de Sevilla crecer y mejorar su posición en materia de turismo de cruceros.

PALABRAS CLAVE:

Turismo de cruceros; Sevilla; Cruceros fluviales; Cruceristas; Agencias de viajes.

ÍNDICE

1. PLANTEAMIENTOS GENERALES.....	3
1.1. INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN.....	3
1.2. OBJETIVOS.....	3
1.3. METODOLOGÍA.....	3
2. EL TURISMO DE CRUCEROS.....	5
2.1. DEFINICIONES.....	5
2.2. TIPOLOGÍAS DEL TURISMO DE CRUCEROS.....	6
2.3. MOTIVACIÓN DEL TURISTA DE CRUCEROS.....	8
2.4. PRINCIPALES IMPACTOS DEL TURISMO DE CRUCEROS.....	10
2.4.1. Impactos económicos.....	10
2.4.2. Impactos sociales.....	11
2.5.3. Impactos medioambientales.....	11
3. ANÁLISIS MULTIESCALAR DEL TURISMO DE CRUCEROS.....	13
3.1. EL TURISMO DE CRUCEROS A NIVEL INTERNACIONAL.....	13
3.2. EL TURISMO DE CRUCEROS EN EUROPA.....	16
3.3. EL TURISMO DE CRUCEROS EN ESPAÑA.....	18
3.4. EL TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA.....	19
4. EL TURISMO DE CRUCEROS EN SEVILLA.....	23
4.1. EL TURISMO EN LA CIUDAD DE SEVILLA.....	23
4.1.1. Localización y principales recursos.....	23
4.1.2. Algunos datos turísticos de la ciudad de Sevilla.....	24
5. RESULTADOS.....	31
5.1 RESULTADOS DERIVADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS.....	31
5.1.1 Características del viaje.....	31
5.1.2 Caracterización del turista de crucero.....	33
5.2.3 Motivación turística.....	34
5.2.4 Valoración de la experiencia.....	36
5.2 RESULTADOS DERIVADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LAS AGENCIAS DE VIAJES.....	36
5.3 ANÁLISIS DAFO.....	41
6. CONCLUSIONES.....	43
7. BIBLIOGRAFÍA.....	45
7.1 OTRAS FUENTES DOCUMENTALES.....	48
8. ANEXOS.....	49

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTOS GENERALES

1.1 INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN

En los últimos 20 años, la demanda de cruceros turísticos ha registrado uno de los mayores crecimientos del sector turístico (Organización Mundial del Turismo, 2015). Cada día, un mayor número de países incluyen el turismo de cruceros como un producto turístico clave para su desarrollo debido a los importantes beneficios económicos que esta actividad reporta a los países de destino.

El turismo de cruceros fluvial constituye una parte del sector del turismo de cruceros, cuya característica principal es que la actividad se realiza a lo largo de los ríos. Esta actividad posee una gran importancia en la ciudad de Sevilla, ya que cuenta con uno de los ríos más importantes del país, el río Guadalquivir.

A pesar de la gran importancia del turismo fluvial, son escasos los trabajos que analizan este tipo de turismo en la ciudad de Sevilla. Además, en los últimos años ha existido cierta tensión en este ámbito de estudio derivada de la posibilidad de realizar el dragado del río Guadalquivir, ya que, si bien permitiría la llegada a Sevilla de buques con mayor calado, implicaría impactos ambientales negativos para el entorno.

Por ello, este trabajo se centra en la capital hispalense, ya que es una ciudad que posee un enorme potencial en el ámbito del turismo de cruceros fluvial.

1.2 OBJETIVOS

El principal objetivo de este trabajo consiste en realizar un análisis del turismo de cruceros en la ciudad de Sevilla, identificando sus principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

La consecución de este objetivo general se llevará a cabo a partir del alcance de una serie de objetivos específicos:

1. Contextualizar el turismo de cruceros a nivel internacional, nacional y andaluz.
2. Analizar el turismo de cruceros en la ciudad de Sevilla prestando especial atención a la demanda, la oferta, los impactos sociales, económicos y ambientales.
3. Identificar las amenazas, oportunidades, debilidades y fortalezas que este tipo de turismo podría presentar en la ciudad de Sevilla.

1.3 METODOLOGÍA

La metodología empleada para el alcance de los objetivos puede ser observada en la Figura 1 y se basa en la consecución de varias fases claramente diferenciadas:

1. Búsqueda de información relevante en organismos especializados en el turismo de cruceros, así como, de otras publicaciones relevantes que permitan la definición, el análisis y el establecimiento de una tipología de este tipo de turismo.

2. Realización de encuestas y entrevistas a agencias de viajes, turistas y empleados del puerto de Sevilla que permitan conocer la oferta y demanda turística actual del turismo de cruceros en la capital hispalense.
3. A partir de la consecución de los puntos uno y dos, se procederá a identificar las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades de esta tipología turística en Sevilla.
4. Una vez finalizados todos los análisis correspondientes, se establecerán las principales conclusiones.

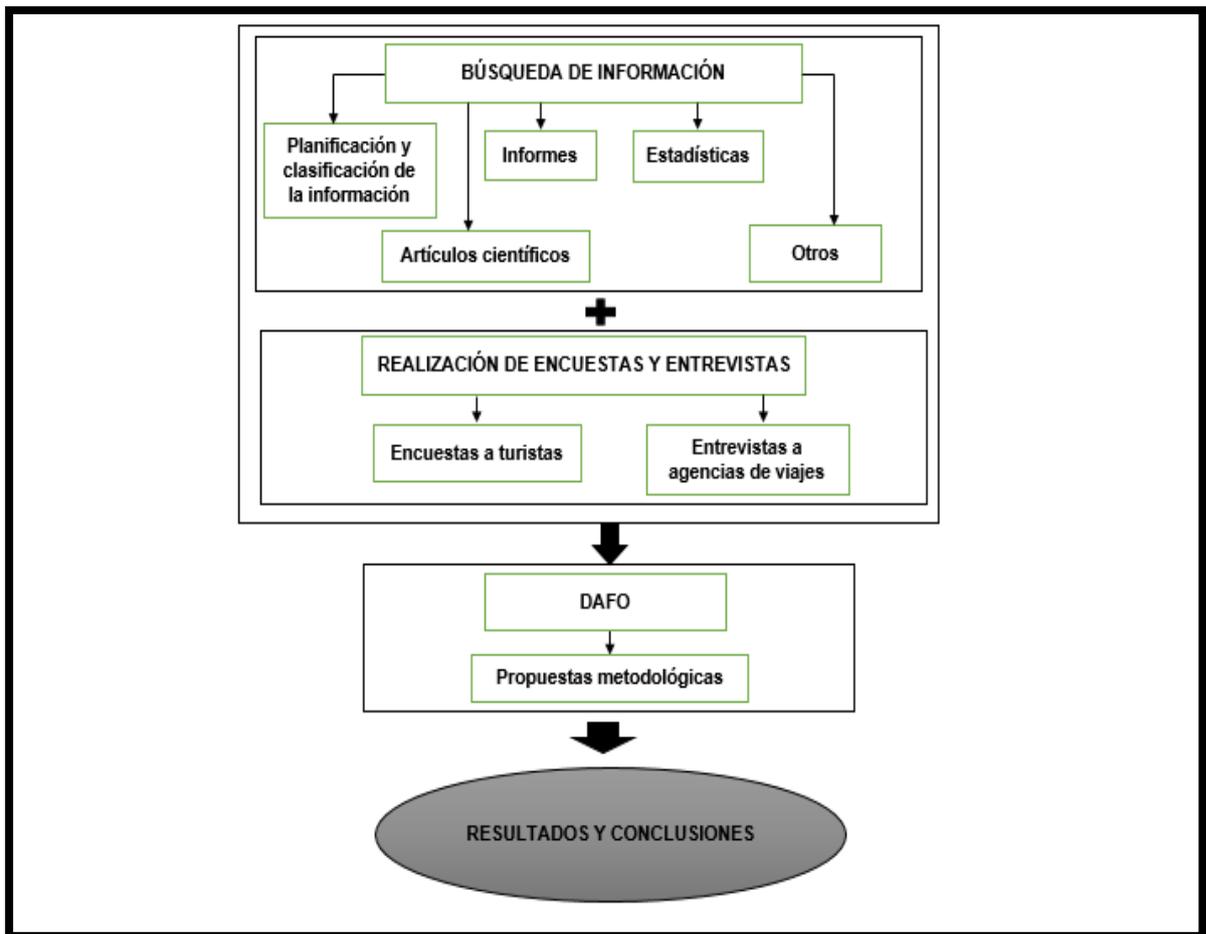


Figura 1. Metodología.

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO 2

EL TURISMO DE CRUCEROS

2.1 DEFINICIONES

La OMT define el turismo como “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. “Debido a los efectos multidisciplinares (en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos), es necesario la adopción de un enfoque global del desarrollo, la gestión y supervisión del turismo”¹ (Organización Mundial del Turismo, 2015, p1).

Uno de los tipos de turismo lo constituye el turismo marítimo y de ocio, definido como “cualquier actividad marítima recreativa que realizan las personas en su tiempo libre y que pueden incluir un elemento de viaje, debajo o inmediatamente encima del agua”, o como “cualquier actividad de ocio realizada en el mar por el personas en su tiempo libre y que tiene por objeto un elemento de viaje debajo o inmediatamente encima del agua” (Wild & Dearing, 2000).

Un tipo de turismo marítimo lo constituye el turismo de cruceros. Cabe destacar que, no existe una conceptualización formalmente establecida para definir el turismo de cruceros, sino que, por el contrario, existen varias acepciones diferentes para definir este término.

La definición más antigua que encontramos de este término es la realizada por Zeitung (1845)² en el siglo XIX: “El crucero tiene como finalidad exclusiva la satisfacción y entretenimiento de los pasajeros, no efectuándose ninguna clase de operación comercial. El equipo náutico, sistemas de seguridad y alojamientos del buque dotados con alto grado de confort, garantizan el máximo grado de satisfacción. Las escalas en los puertos en cuanto a la duración de las mismas estarán sujetas a los deseos de los pasajeros”.

Más reciente es la definición aportada por el Research Centre of Coastal Tourism, RCCT (2012, p.3) que define el turismo de cruceros como “una lujosa forma de viajar, que integra unas vacaciones todo incluido a bordo de un barco de cruceros durante al menos 48 horas, acorde a un itinerario específico, en el cual el barco de cruceros para en numerosos puertos o ciudades”³.

Otros autores enfocan la definición de crucero como un producto turístico que proporciona a los clientes un sinfín de servicios. Así por ejemplo (García, 2013, p.107) define los cruceros como “productos integrales que incluyen dentro de un mismo paquete turístico transporte, alojamiento, restauración y una gran variedad de servicios y actividades a bordo, junto con un itinerario programado, generalmente circular”.

¹ Información extraída de Organización Mundial del Turismo OMT (UNWTO): “Entender el turismo: Glosario básico”. Pr1. Disponible en: www.unwto.org . 2015.

² Definición extraída de la carta propagandística de un crucero alrededor del mundo realizada en enero de 1845 por el periódico Leipziger Illustrierte Zeitung de Hamburgo, citada y traducida al español en Murias López (2002): “La industria del crucero en el siglo XXI. Implicación en los puertos españoles y perspectivas de futuro”. Tesis doctoral. Universitat Politècnica de Catalunya. Pp:14-15.

³ “Cruise tourism is a luxurious form of travelling, involving an all-inclusive holiday on a cruise ship of at least 48 hours, according to specific itinerary, in which the cruise ship calls at several ports or cities.”

Ameigeiras por su parte, en su libro *Comercialización y Venta de Servicios Turísticos* define el turismo de cruceros como “Transporte acuático no regular ofrecido en forma de paquete turístico a la oferta o a la demanda, con gran parte de servicios incluidos en el precio y sobre 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” (Ameigeiras, 2014, p.63).

A pesar de que las definiciones anteriores son diferentes entre sí, la mayoría comparten algunas características comunes. Así, por ejemplo, en todas ellas se habla de un desplazamiento en un medio de transporte acuático que normalmente es un bote o buque, directamente relacionado con la actividad turística, que proporcionan varios servicios a bordo a los pasajeros y el cual hace escala en diferentes puertos para que los pasajeros visiten los lugares de parada.

No obstante, a la mayoría de las definiciones les falta remarcar la idea de que la mayor parte de la experiencia turística asociada al turismo de cruceros transcurre en el viaje o desplazamiento a bordo y no en el destino.

Una tipología del turismo de cruceros, la constituye el turismo de cruceros fluvial, actividad que se realiza en los ríos y canales. Ambos tipos de turismo pueden formar parte de una misma experiencia turística dado que las tipologías de turismo de cruceros, según el itinerario establecido, pueden combinarse entre sí. Este es el caso de los cruceros marítimos, que, aunque normalmente su travesía se suele realizar por mares, hay ocasiones en las que transcurren por ríos para poder hacer escala en determinadas ciudades a las que no se puede acceder de otra forma, combinándose así, ambas tipologías en un mismo recorrido.

Un ejemplo de esto, son los cruceros que se realizan por el mar Mediterráneo y que adentrándose por la desembocadura del río Guadalquivir hacen escala en la ciudad de Sevilla.

Por lo tanto, si se integrasen todas las definiciones citadas con anterioridad se podría decir que el turismo de cruceros es:

1. Un desplazamiento turístico.
2. Realizado a bordo de un bote o buque.
3. Posee un itinerario establecido por numerosos lugares turísticos.
4. Proporciona a los clientes todos los servicios necesarios para hacer su estancia lo más confortable y placentera posible.
5. Incluye la fórmula del “todo incluido”, que incluyen alojamiento, transporte, comidas y bebidas al contratar el crucero.
6. Realiza escalas en numerosos lugares turísticos.
7. La experiencia turística de viajar en un crucero turístico se centra en el viaje a bordo en sí mismo.

2.2 TIPOLOGÍAS DEL TURISMO DE CRUCEROS

El turismo de cruceros se puede segmentar en varias tipologías dependiendo de factores como la calidad, el tamaño, el segmento de mercado al que está orientado, el alcance geográfico, el precio o la duración del trayecto.

Según la duración (Cruz, 2014):

1. Cruceros de larga duración: Aquellos tienen una duración de entre 7 y 21 días.

2. Cruceros de corta duración: Tienen una duración de 4 o 5 días como máximo. Según el tamaño y la capacidad de los buques se puede diferenciar (Cruz, 2014):

1. Boutique: Con capacidad máxima de 200 pasajeros.
2. Buques pequeños: Con capacidad máxima de 500 pasajeros.
3. Buques medianos: Con capacidad para alojar a entre 500 y 1000 pasajeros.
4. Buques grandes: Con capacidad para alojar a entre 1000 y 2000 pasajeros.
5. Buques super grandes o mega cruceros: Con unas dimensiones excepcionales son capaces de alojar a más de 2000 pasajeros.

Según el alcance geográfico:

1. Cruceros Mundiales: Permiten viajar alrededor del mundo, su recorrido suele ser normalmente de entre 60 y 110 días (Research Centre for Coastal Tourism, 2012).
2. Cruceros Transoceánicos: Cruzan diferentes océanos.
3. Cruceros Continentales: Sus recorridos se realizan alrededor de un solo continente.
4. Cruceros Marítimos: Realizan sus recorridos por uno o varios mares.
5. Cruceros Fluviales: Realizan su recorrido por uno o varios ríos y aguas acuáticas interiores.
6. Cruceros de expedición: El principal objetivo de este tipo de cruceros es visitar lugares especiales casi inaccesibles en cualquier otro medio de transporte. Para ello, utilizan barcos pequeños con poca profundidad.
7. Cruceros de tránsito: Cruceros destinados a hacer escala en algún lugar durante unos días, para continuar más tarde, hacia otro destino.
8. Cruceros de ida y vuelta: Se trata de cruceros que comienzan y finalizan en el mismo destino.

Los cruceros también se pueden diferenciar según precio y calidad. Así, Cruz (2014) basándose en autores como Butler (2008) y Murias (2002), diferencia el turismo de cruceros según el número de estrellas o según el segmento de mercado al que va dirigido.

Según el número de estrellas para determinar la calidad del servicio podemos diferenciar:

1. A.-****+: Se corresponde con la máxima calificación. La tripulación y el servicio están compuestos por personal de la más alta cualificación profesional.
2. B.-****: Buques de excelente calidad con muy poca diferencia con respecto a los de cinco estrellas plus. Los servicios y atenciones se corresponden con los altos precios pagados por el pasaje. Los espectáculos, excursiones y atracciones son de primera calidad.
3. C.-****+: De estos buques se puede esperar un excelente crucero en todos los aspectos. De hecho, la diferencia con los buques de cinco estrellas es mínima.
4. D.-****: Por lo general, se trata de buques de calidad muy cercana a los de cuatro estrellas plus. El servicio está bien organizado y aunque no ofrezca un nivel calidad tan elevado como en los casos anteriores, ofrece un nivel bastante alto.

5. E.-***+: En estos buques puede esperarse una calidad superior, sin llegar a la de los buques anteriores. Se conservan unos niveles de servicios muy aceptables.
6. F.-***: Este tipo de barcos ofertan un nivel de instalaciones aceptables, aunque los camarotes suelen ser poco espaciosos. Los barcos suelen ser de bastante antiguos, reconstruidos y con las carencias propias de los buques de este tipo.
7. G.-**+: Los niveles de servicio y experiencia de la tripulación no suelen ser satisfactorios, de hecho, suelen estar por debajo de la media.

Según el precio y el segmento de mercado al que va dirigido, podemos diferenciar:

1. Cruceros de gran lujo (Exclusive): Se caracterizan por el servicio personalizado y el lujo en todos los sentidos. Son cruceros creados especialmente para un tipo de público muy exclusivo.
2. Cruceros de alta gama (Upper Premium): Se caracterizan, como en el caso anterior, por el servicio personalizado, aunque, no son tan exclusivos. Están destinados a un tipo de público con alto poder adquisitivo.
3. Cruceros de gama media (Premium): Son los más comunes y ofrecen todo tipo de servicios. Están destinados a personas con poder adquisitivo medio.
4. Cruceros de gama económica (Standard): Se trata de la modalidad más moderna de cruceros, ofrecen todo tipo de servicios y no necesariamente de calidad inferior a los anteriormente mencionados. Los buques suelen ser más antiguos que en los casos anteriores y están destinados a todo tipo de público, pero especialmente aquellas personas con un poder adquisitivo inferior al de las categorías anteriores.

Una última categoría clasificatoria, es la de los cruceros temáticos, por ejemplo, cruceros de golf, de cocina, de música o incluso con temática de alguna serie televisiva como es el caso del crucero de "The Walking Dead", lanzado por la cadena televisiva FOX, que tiene lugar a bordo del The Walker Stalker Cruise.

2.3 MOTIVACIÓN DEL TURISTA DE CRUCEROS

La motivación turística es un aspecto de gran relevancia, ya que, se considera el factor que activa y dirige conducta humana. Se trata de una serie de estímulos conscientes e inconscientes, biológicos, psicológicos o sociales que nos mueven a una acción dirigida a una meta deseada (Castaño et al., 2003). Son los motivos turísticos los que permiten clasificar los tipos de turismo y de turistas. Según la OMT el motivo principal de un viaje turístico es definido como "el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar".

Las razones para realizar el viaje, la elección del destino y la satisfacción turística son factores relacionados entre sí y que determinan la motivación turística (Figura 2).

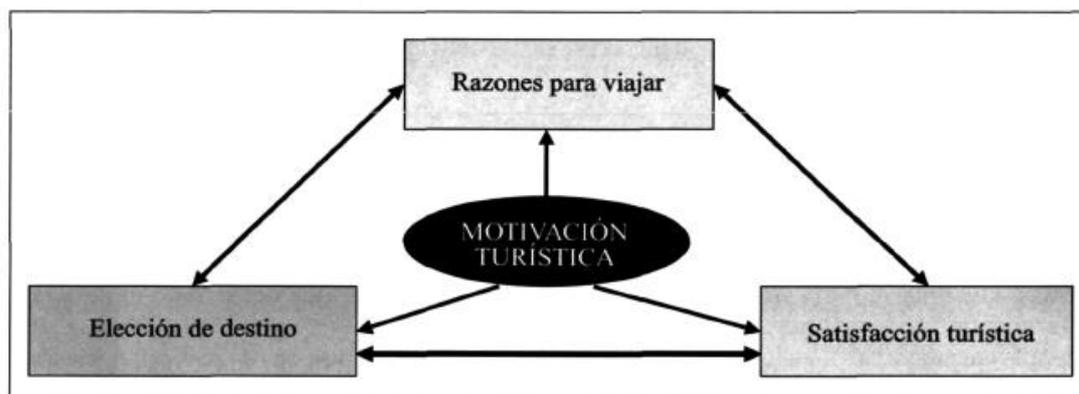


Figura 1. Ciclo turístico y motivación.

Fuente: Castaño et al. (2013).

Una vez definido el concepto de motivación, sería conveniente adentrarse en las principales motivaciones que impulsan a los turistas a realizar un crucero. En base a los documentos y páginas consultadas, se detallan a continuación, algunas de las posibles motivaciones que hacen que los turistas se decanten por realizar un crucero turístico:

1. Precio único: Esto hace que los clientes puedan despreocuparse de tener que gastar dinero obligatoriamente mientras están de viaje por diferentes lugares.
2. Recorrido: El recorrido en un crucero ya sea fluvial, marítimo, oceánico o transoceánico, permite a los turistas llegar y conocer lugares que de ninguna otra forma podrían conocer.
3. Itinerario: Los cruceros transoceánicos, oceánicos o marítimos, permiten visitar diferentes países en un breve espacio de tiempo sin necesidad de tener que contratar ningún tipo de servicio en el destino.
4. Todo incluido: Los clientes de cruceros tienen la facilidad de que pueden comer y beber todo lo que quieran y donde quieran dentro del barco sin ningún coste adicional.
5. Trato exclusivo por parte del personal: La tripulación del barco hace que los clientes se sientan confortables durante toda la estancia.
6. Instalaciones: Los cruceros son auténticas ciudades flotantes, la mayoría disponen de servicios que permiten que cualquier necesidad que pueda tener el cliente a bordo del barco esté cubierta. Disponiendo de zonas como: bibliotecas, casinos, cafeterías, teatros, pubs, piscinas, solárium, jacuzzi, peluquerías, tiendas, etc.
7. Actividades a bordo: A diario, se realizan numerosas actividades para todos los públicos durante la travesía en barco, con la intención de que, el cliente se sienta lo más confortable y entretenido posible. Se realizan espectáculos, clases de baile, conciertos, concursos, etc.
8. Parada en las principales zonas turísticas del lugar de atraque: Facilita que los clientes puedan visitar las principales zonas turísticas del destino plasmado en el itinerario en un breve espacio de tiempo.
9. Para todos los públicos: La mayoría de los cruceros se adaptan a las necesidades de todo tipo de clientes, haciendo que, para ellos la experiencia al completo sea única e irrepetible.

10. Vistas panorámicas: Ofrecen unas vistas que ningún otro medio de transporte puede ofrecer, ya sea de mares, océanos, ciudades o islas. Destacan los espectaculares amaneceres y atardeceres que se pueden observar desde la proa o la popa del barco.
11. Seguridad: Aunque existen algunos ejemplos de naufragio de estos buques, estos se vinculan principalmente a errores humanos, un ejemplo de ello es el naufragio del Costa Concordia que tuvo lugar en el año 2012. No obstante, en la actualidad los viajes en barco son uno de transportes más seguros del mundo, además, una vez a bordo, realizan diversos simulacros para que todos los clientes sepan que hacer en caso de emergencia.
12. Interculturalidad: Permiten conocer a personas de diferentes lugares y con diferentes costumbres, además de, compartir la experiencia con ellos y entablar lazos afectivos.
13. Motivación de estatus y prestigio: Hasta hace unos años la realización de un crucero suponía una actividad única al alcance de pocos.

2.4 PRINCIPALES IMPACTOS DEL TURISMO DE CRUCEROS

El turismo de cruceros como actividad, genera una serie de impactos positivos y negativos sobre la economía, la sociedad y el medioambiente. A continuación, se describirán algunos de estos.

2.4.1 Impactos económicos

Tal y como relató Richard Fain, presidente de Royal Caribbean en la celebración de la Seatrade Cruise Global⁴, “la industria de cruceros es un fenómeno reciente que ha conseguido convertirse en poco tiempo en una de las mayores tendencias del sector turístico gracias a su gran dinamismo, crecimiento y capacidad de transmitir convicción”.

Además, hay que destacar que el turismo de cruceros sirve de agente de promoción del turismo de zonas terrestres y es un generador de regularidad en las líneas aéreas. (Hosteltur, 2017).

En el caso de España, este sector en la actualidad representa el 10,9% del PIB turístico español disponiendo aún de un gran margen de crecimiento. Con un volumen de negocio que supera los 1,255 millones de euros el turismo de cruceros ha crecido un 45% en enero de 2018 con respecto al año anterior, cifras muy positivas, que demuestran la gran expansión que está teniendo esta tipología turística. Además, el sector en continua expansión e innovación es una fuente de empleo directo, indirecto e inducido, hecho que se recalca con las más de 26.400 personas que en España trabajan para el sector. No obstante, su capacidad para generar empleo ha sido inversamente proporcional a la calidad de los mismos, en referencia tanto a las condiciones de contratación como a las condiciones del trabajo en sí mismo. De hecho, estas últimas son uno de los aspectos que más críticas recibe. Detrás del lujo y la opulencia de esto cruceros suele esconderse una gran precariedad laboral y unas condiciones indignas de trabajo (Fernández, 2012).

⁴ “Los cruceros generan más de 100.000 M euros a nivel mundial”. Disponible en: www.hosteltur.com . Noticias a fecha de 12 de marzo de 2018. Consultado: 18/03/2018.

2.4.2 Impactos sociales

Con respecto a los impactos sociales, se debe destacar como impacto principal, la interculturalidad de los cruceros, lo cual permite que personas de todo el mundo conecten en un mismo espacio e intercambien costumbres, conocimientos y puntos de vista diferentes, generando en muchos casos, nuevas relaciones afectivas.

Por otro lado, cabe destacar, la interacción con la población local del destino, conocer su forma de vida, sus costumbres y sobre todo darse cuenta de la diversidad cultural existente dependiendo del lugar en el que te encuentres.

No obstante, esto que se acaba de mencionar puede tener su parte negativa, ya que, el hecho de pasar solo unas horas en los destinos puede dar lugar a un conocimiento por parte de los cruceristas anecdótico y estereotipado de la realidad local (Fernández, 2012).

2.4.3 Impactos medioambientales

El turismo internacional junto con todos sus sectores es considerado como el principal agente de deterioro ecológico del mundo y está relacionado directa e indirectamente con las principales problemáticas medioambientales del Siglo XXI: la crisis climática, ecológica y energética.

Entre los principales impactos negativos del turismo de cruceros se encuentra la contaminación de las aguas, ya que, se estima que el 24% de los desechos sólidos que hay en el mar son generados por los cruceros; la destrucción de la biodiversidad y concretamente, destrucción de los arrecifes marinos; y su contribución al cambio climático debido en gran parte a la contaminación atmosférica que genera el tipo y la cantidad de combustible que consumen los cruceros, se estima que la contaminación atmosférica generada por los grandes buques equivale a la de hasta 350.000 vehículos (Fernández, 2012).

A todo esto, hay que sumarle, las consecuencias negativas provocadas por la construcción de infraestructuras portuarias, que, en muchos casos se encuentran saturadas y necesitan una ampliación que tiene como consecuencia una mayor degradación del medio ambiente.

Para concluir, cabe mencionar que, las consecuencias actuales y potenciales medioambientalmente en materia de turismo de cruceros son realmente graves y más teniendo en cuenta el alto potencial de crecimiento y desarrollo del que dispone esta actividad (Fernández, 2012).

No obstante, las principales empresas del sector, como es el caso de la Asociación de Líneas de Cruceros (CLIA), se están dando cuenta de esta problemática y por ello, están introduciendo nuevos barcos que funcionan con gas natural licuado, lo cual permite una menor degradación del medio ambiente (Hosteltur, 2017).

CAPÍTULO 3

ANÁLISIS MULTIESCALAR DEL TURISMO DE CRUCEROS

3.1 EL TURISMO DE CRUCEROS A NIVEL INTERNACIONAL

Según la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) en su informe respecto al año 2016, 24,7 millones de personas viajaron en crucero durante dicho año, superando los 24,2 millones del año anterior. Además, el sector generó en dicho año 1,021 millones de empleos y llegó a alcanzar una facturación de 126 billones de dólares mundialmente.

La demanda internacional de turismo de cruceros ha crecido en los últimos años un 20,5%, tomando como periodos de referencia 2012-2016. En cuanto a las tendencias del sector, se espera que el número de cruceristas siga aumentando consiguiendo 25,8 millones de pasajeros para 2017 y 27,2 millones de pasajeros para 2018. Esto es un pronóstico muy positivo que, tiene en cuenta el crecimiento experimentado en los últimos años y para el que se están creando 27 nuevas embarcaciones fluviales y oceánicas con el objetivo de satisfacer la demanda (CLIA, 2017).

La Figura 3 muestra los principales países emisores de turismo de cruceros. Se observa como el primer lugar lo ocupa Estado Unidos con 11,52 millones de pasajeros. La demanda estadounidense sigue a la cabeza como ocurría en años anteriores, no obstante, existen numerosos países con buenos datos de demanda en la actualidad, por ejemplo, China con 2,1 millones de pasajeros o Alemania con 2,02 millones de pasajeros.

En cuanto a los destinos más demandados, la Asociación Internacional Líneas de Cruceros, señala que, cada año las tendencias de la demanda varían ligeramente, lo que demuestra un cambio en los gustos y preferencias de los consumidores.

Atendiendo a las rutas de cruceros más demandadas durante el año 2017, y por tanto a las preferencias de los turistas a la hora de realizar un crucero turístico, se observa en la Figura 4 cómo el destino Caribe se sigue manteniendo como destino principal, aglutinando el 35,4% de la demanda turística. Seguido de este, se encuentra el Mediterráneo con un 15,8% de la demanda mundial. Esta tendencia se lleva arraigando desde hace años y denota el éxito de estos destinos en materia de turismo de cruceros.

Si bien es cierto, el destino Caribe disminuyó en los últimos años su porcentaje de demanda, a la inversa, de lo que sucedió con el destino Mediterráneo. Este año esta tendencia se invierte, aumentando el número de pasajero que demandan destinos caribeños en relación con los que demandan el Mediterráneo.

Hay que destacar que, parte del crecimiento del turismo de cruceros a nivel mundial está propiciado por la elección por parte de cruceristas de todo el mundo del destino asiático, el cual, ha tenido un crecimiento en materia de demanda turística del 38% en los últimos años (CLIA, 2017).

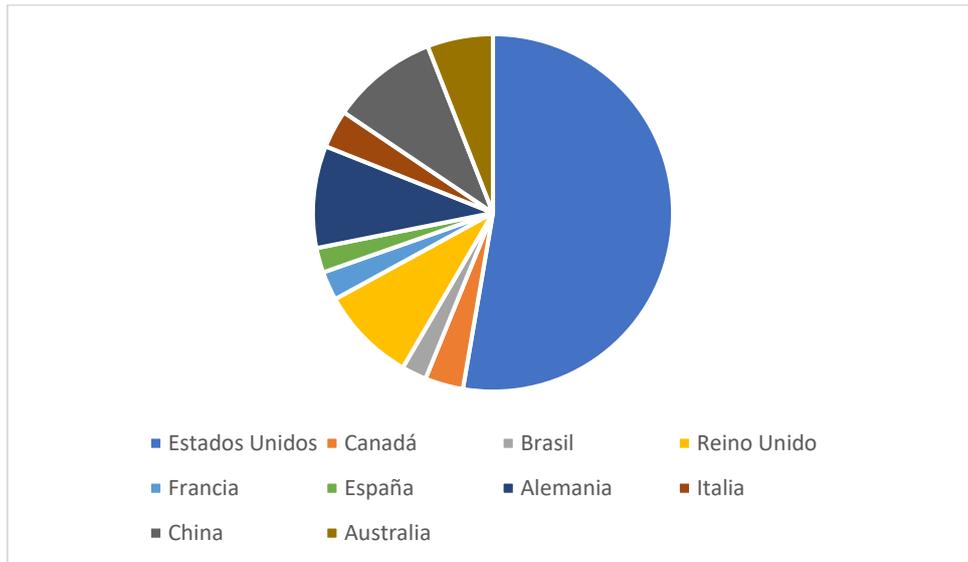


Figura 3. Número de pasajeros según país de procedencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de Cruise Lines International Association (CLIA).

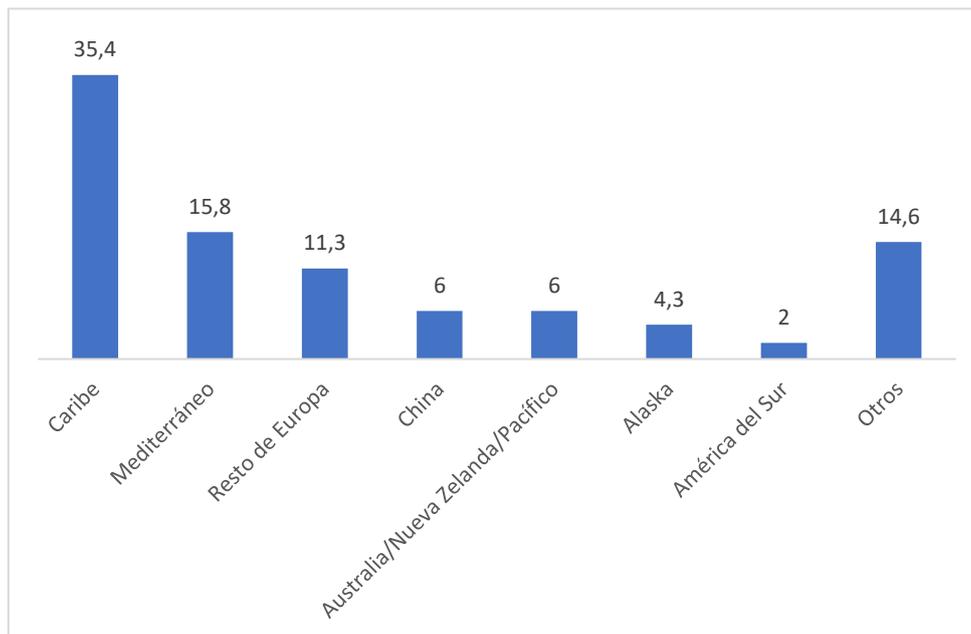


Figura 4. Rutas de cruceros más demandas en el año 2017.

Fuente: Elaboración propia a partir de Cruises Lines International Association (CLIA).

En la Tabla 1 se observa que, a pesar del cambio en las preferencias de los cruceristas, el número que anualmente demanda este tipo de turismo es cada vez mayor. Este hecho, refleja que el turismo de cruceros sigue experimentando un crecimiento que se venía arraigando durante años anteriores y que el sector se encuentra en expansión.

	2014	2015	2016	2017
Caribe	37.4%	34.7%	33.7%	35.4%
Mediterráneo	18.6%	19.4%	18,7%	15.8%
Resto de Europa	11%	11.3%	11.7%	11,3%
Asia/China	4.6%	7.3%	9.2%	10.4%
Australia/Nueva Zelanda/Pacífico	5.2%	5.4%	6.1%	6%
Alaska	4.5%	4.3%	4.1%	4.3%
América del Sur	3.3%	2.8%	2.7%	2.1%
Otros	15.2%	14.9%	13.8%	14.6%
TOTAL (millones de pasajeros):	22.34	23.06	24.07	P: 25.8

Tabla 1. Evolución de la demanda por destinos turísticos a nivel mundial.

Fuente: Elaboración propia a partir de Cruises Lines International Association (CLIA) (2016).

Atendiendo a las nuevas tendencias que se pretenden incorporar para el próximo año con el objetivo de seguir incrementando la demanda y la calidad del turismo de cruceros, la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros, en su último informe para 2018 plantea las siguientes (CLIA, 2017):

1. Crear cruceros para todos los presupuestos, de forma que, quien quiera realizar un crucero pueda hacerlo sin necesidad de realizar una elevada inversión
2. Ofertar cruceros con experiencia transformativa que permitirá a los turistas obtener un valor añadido de sus viajes, para ello, se incorporan nuevas actividades para el desarrollo personal, la posibilidad de realizar voluntariados en los destinos y sumergirse en la cultura local con nuevos programas de actividades.
3. Generar una mayor conciencia y miramiento por el turismo sostenible y la sostenibilidad en general, tanto en los barcos como en los destinos.
4. Abordar los cambios en las tendencias demográficas. Tal y como citan, los "Millenials" son los que más demandan cruceros fluviales y se espera que esta tendencia siga creciendo.
5. Desarrollar cruceros multi-generacionales e inter-generacionales, es decir, cruceros para toda la familia o incluso para abuelos y nietos, esta última, se trata de una nueva tendencia que está teniendo un gran crecimiento.
6. Aumento del número de cruceros que tengan su recorrido por destinos fríos.
7. Ofertar cruceros adaptados a las nuevas tendencias en cuanto a salud y bienestar, ofreciendo novedosas actividades relacionadas con la salud, el bienestar, el estado físico y la alimentación.
8. Incrementar y mejorar las dotaciones tecnológicas de los buques.
9. Mantener a las agencias de viajes como principal canal de comercialización de los cruceros.

Con todo ello, se espera que, en 2018 el sector del turismo de cruceros crezca y se expanda mucho más a nivel internacional.

3.2 EL TURISMO DE CRUCEROS EN EUROPA

Tal y como se ha comentado en el apartado anterior, casi un tercio del turismo de cruceros mundial se realiza en Europa. Países como España, Francia o Italia lideran el turismo de cruceros en Europa, hecho que no sorprende, ya que, poseen los puertos más importantes y son considerados países líderes en cuanto a turismo se refiere.

Entre los principales destinos, destacan, el Mediterráneo al tratarse del segundo destino mundial en turismo de cruceros y los cruceros por el norte de Europa, encontrándose este último en cuarta posición en cuanto a destinos mundiales de turismo de cruceros. Resulta conveniente comenzar realizando una breve diferenciación entre los dos destinos de cruceros más demandados:

- **Cruceros por el Mediterráneo:** Se caracteriza por ser el segundo destino más demandado del mundo, esto puede deberse a aspectos claves como: los itinerarios, el clima e incluso el poder adquisitivo. Es decir, no es necesario disponer de un poder adquisitivo elevado para realizar este tipo de cruceros, ya que, para este destino, existe en la actualidad cruceros para todo tipo de bolsillos.
- **Cruceros por el norte de Europa:** A pesar de no ser tan demandados como sucede con el Mediterráneo, hay que tener en cuenta que, este tipo de cruceros va destinado a otro tipo de demanda, en este caso, una demanda con un poder adquisitivo elevado. Además, los itinerarios y el clima son totalmente opuestos a los del Mediterráneo. Los principales puertos para este tipo de cruceros son el de Southampton (Reino Unido) y Copenhague (Dinamarca).

Dicho esto, se podría decir que, Europa posee una oferta turística en materia de turismo de cruceros muy diversificada en cuanto a itinerarios, destinos, clima y poder adquisitivo. Por ello, probablemente sea la segunda región del mundo en materia de turismo de cruceros.

En la Figura 5 se puede observar que, el número de pasajeros europeos ha experimentado un espectacular crecimiento entre 2012 y 2016. Un periodo en el que se ha pasando de 6,1 millones de cruceristas en 2012 a 6,6 millones en 2016, cifras muy positivas teniendo en cuenta que, la variación interanual europea es de 3,4 %.

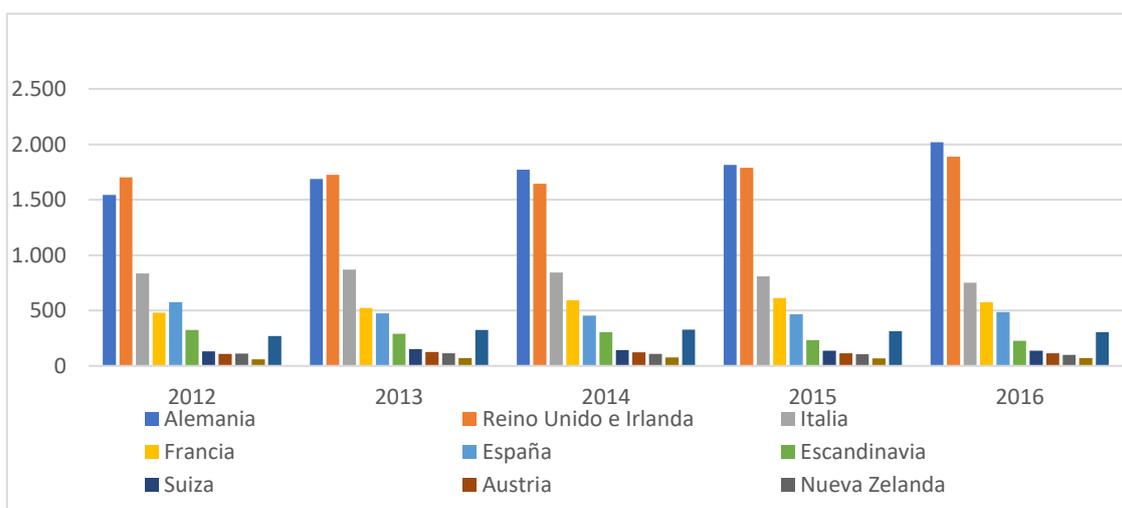


Figura 5. Evolución del número de pasajeros según país de procedencia 2012-2016.

Fuente: Elaboración propia a partir de CLIA Europe/ IRN Research.

Tal y como se muestra, Alemania, Reino Unido e Irlanda son los principales países emisores del turismo de cruceros. Si bien es cierto, el número de pasajeros alemanes ha ido aumentando año tras año hasta superar el número de pasajeros ingleses e irlandeses y convertirse así, en el país líder en cuanto a demanda de turismo de cruceros se refiere. Países como Italia o Francia se muestran con un poco de altibajos a lo largo de los años y finalizan el año 2016 con una variación interanual negativa con respecto al año anterior, no obstante, siguen manteniendo su posición dentro de los principales países emisores.

Un poco diferente es el caso de España, ya que, a pesar de sufrir los mismos altibajos en cuanto a número de pasajeros que los dos países anteriores, la variación interanual 2015/2016 es positiva, con un 4,2% y de igual forma se sigue manteniendo dentro de los cinco principales países emisores de turismo de cruceros.

Los destinos más demandados por los cruceristas europeos son: el Mediterráneo en primer lugar, ocupando el 50% de la demanda, El Caribe en segundo lugar con un 29% y el norte de Europa en tercer lugar con un 21%.

La Figura 6, muestra una comparación de la evolución del número de pasajeros según el destino de preferencia en el periodo comprendido entre 2012 y 2016, con el fin de comprobar si las tendencias y preferencias actuales son mantenidas en el tiempo.

Tal y como se puede observar, la demanda turística europea del Mediterráneo ha disminuido en los últimos años, a pesar de ello, sigue siendo el destino más demandado. Por su parte, la demanda turística de los cruceros por el norte de Europa se ha mantenido más o menos estable con el transcurso de los años y creciendo de forma muy leve.

En cuanto a la demanda turística del destino Caribe, ha aumentado notablemente disponiendo de una variación interanual del 16,5%. Teniendo estos datos en cuenta, se puede observar como las preferencias de los consumidores europeos cambian con el paso de los años.

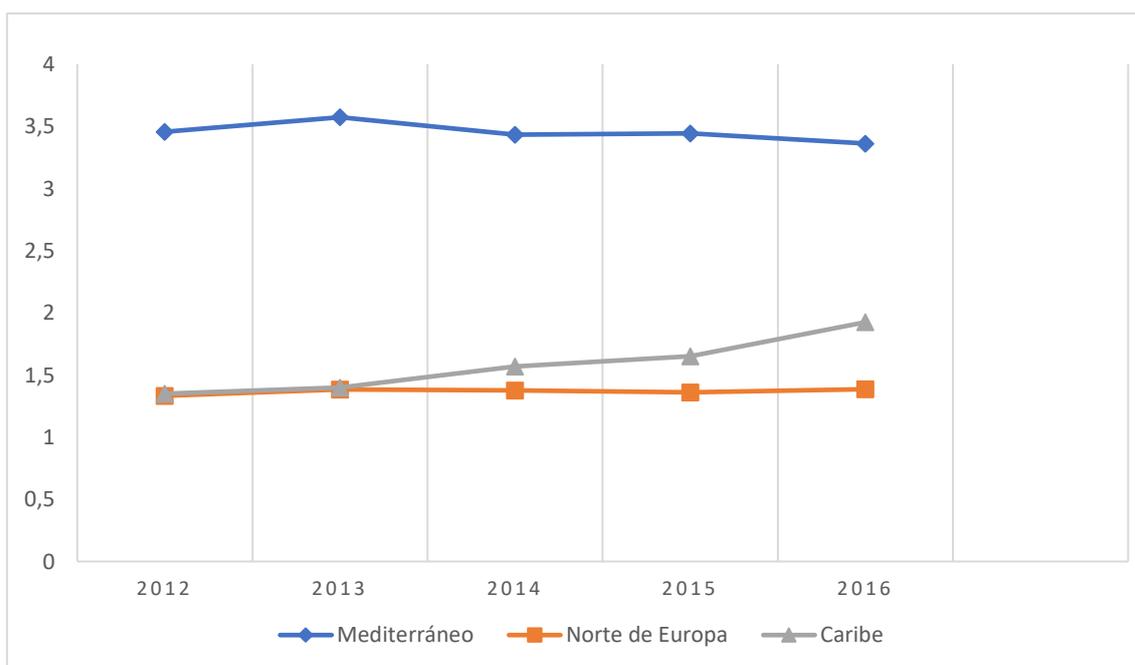


Figura 6. Evolución del número de pasajeros europeos por destino. (2012-2016).

Fuente: CLIA Europe/ IRN Research.

3.3 EL TURISMO DE CRUCEROS EN ESPAÑA

Según los datos recopilados entre el 1 de septiembre y el 1 de noviembre de 2016 para el estudio realizado por IRN Research para la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros en España⁵, el número de turistas españoles que contrataron un crucero para el año 2016 fue de 486.000 personas, lo que supone, un 4,2% con respecto al año anterior.

Empleando una muestra para el estudio de 597 españoles que realizaron un crucero oceánico en los últimos 12 meses, se pudo extraer el perfil del crucerista medio español. Según la información recopilada, se puede destacar que:

1. El 71% de los cruceristas han realizado dos o más cruceros a lo largo de su vida y el 58% ha viajado en un crucero tres o más veces.
2. El 58% de los viajeros afirman que, volverían a realizar un crucero en un plazo inferior a un año y uno de cada tres (38%) señala que lo volverán a realizar en el plazo de entre dos y tres años.
3. Los destinos más demandados son: Mediterráneo Occidental, Fiordos Noruegos e Islandia, Mar Báltico, Mar Negro y Noroeste Europeo.
4. En cuanto a la motivación principal, el estudio revela que el itinerario y los destinos; seguido de la relación calidad-precio; y, en tercer lugar, el paquete de bebidas todo incluido, son los principales ítems que los españoles tienen en cuenta a la hora de seleccionar un tipo de crucero.
5. Con respecto al perfil demográfico, el estudio revela que el 36% de los viajeros tienen menos de 40 años y el 64% más de 41 años, lo cual, refleja un perfil multi-generacional, con mayor peso en los mayores de 41 años.
6. La mayoría de los cruceristas viajan acompañados (el 52% realizaron el último viaje con su cónyuge o pareja, el 26% con la familia y el 15% con los amigos).
7. En referencia al lugar de procedencia de los turistas, el 21% procede de Cataluña, el 20% de Andalucía, el 15% de Valencia y el 7% de las Islas Canarias.
8. Por último, a la hora de contratar su viaje, la mayoría prefiere hacerlo en una agencia de viaje. Así lo hizo más del 90% de los cruceristas para contratar su último crucero (Hosteltur, 2017).

En cuanto a las tendencias para este año, los máximos representantes de las principales navieras españolas expusieron sus opiniones en la jornada desarrollada en 2017 en Madrid y organizada por la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE) y la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) (Hosteltur, 2017).

Según las conclusiones de estas jornadas, el sector de los cruceros ha estado inmerso en un proceso de cambio en relación con el mercado español. En este proceso, el consumidor español dejó de interesarse por el producto crucero entre 2012 y 2015, tendencia que como ya se ha podido observar, se invirtió en el año 2016.

Para el 2018 todo apunta y se espera que, este sector tenga un crecimiento igual o superior al del año 2016, para ello, el vicepresidente comercial de Pullmantur Cruceros,

⁵ “Infografía: perfil del cruceristas español”. Disponible en: www.hosteltur.com. Noticia a fecha de 25 de enero de 2017. Consultado: 19/03/18.

José Blanco, considera que, es necesario romper con la teórica de la estacionalidad y que, gracias a la amplia oferta de destinos que proporcionan las navieras, así como, la mayor flexibilidad laboral de los clientes a la hora de distribuir su periodo vacacional, se puede conseguir que el producto de turismo de cruceros sea menos estacional.

Por su parte, Emiliano González, presidente de MSC Cruceros España⁶, opina que, es necesario destacar productos colectivos, fijarse en un perfil más junior y apostar por la diferenciación de los productos.

Por último, el director general de Costa Cruceros España y Portugal, Raffaele D'Ambrossio afirma que, actualmente, los clientes están más informados, más preparados y son más exigentes y, por tanto, es necesario que el sector responda a estas nuevas exigencias. Considera también que, el papel de las agencias de viajes es primordial para proporcionar al cliente una experiencia única y no masificada.

3.4 EL TURISMO DE CRUCEROS EN ANDALUCÍA

Andalucía, con más de 970 km de litoral y debido a sus bondadosas condiciones climáticas, posee una gran potencialidad para el desarrollo del turismo marítimo en general y de cruceros en particular.

Los puertos más relevantes de Andalucía son 7: Almería, Málaga, Cádiz, Motril, Huelva, Sevilla y el Algeciras (Figura 7). No obstante, no todos ellos tienen un peso importante en materia de turismo de cruceros, como sucede en el caso del puerto de Algeciras del que no se han obtenido datos relevantes y de peso con respecto a esta materia.

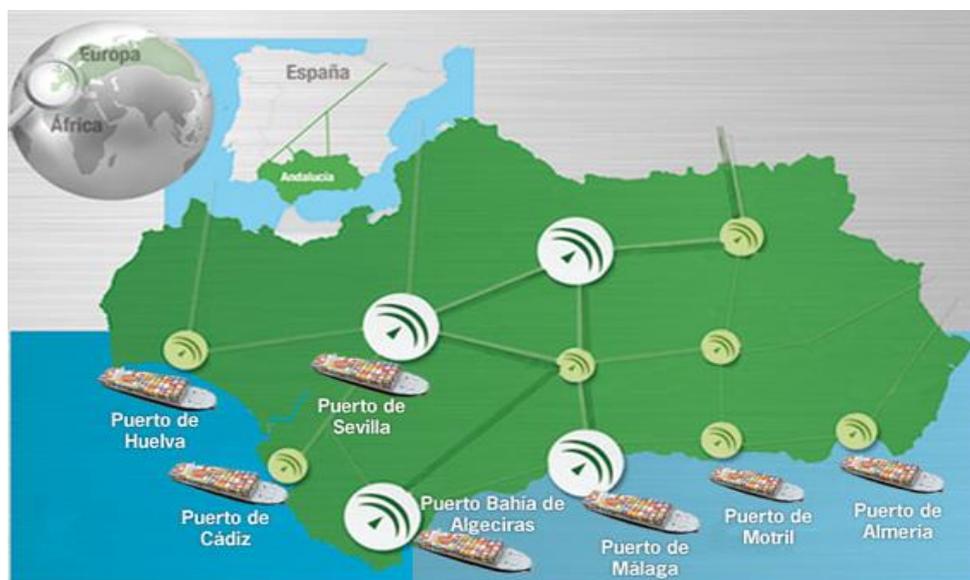


Figura 7. Principales puertos de Andalucía

Fuente: Red Logística de Andalucía. Agencia Pública de Puertos de Andalucía.

En cuanto a los puertos de especial relevancia en materia de turismo de cruceros, Andalucía cuenta con 5 puertos marítimos y 1 interior (Tabla 1) que durante el año 2017

⁶ Comunicados de los representantes de las compañías navieras Pullmantur, Costa Cruceros y MSC Cruceros en una jornada organizada por la Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas de Barcelona (ESADE) y la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) y que tuvo lugar el 11/10/2017 en Madrid. "Optimismo para el emisor español ante un nuevo perfil del cruceristas". Disponible en: www.hosteltur.com. Noticia a fecha de 12 de octubre de 2017. Consultado: 26/03/18.

recibieron más de 907 mil pasajeros de cruceros, lo cual, supone un 4,0% más que el año anterior. Destacan los puertos de Málaga y Bahía de Cádiz que ocupan casi el 80% del tráfico total de cruceros de Andalucía.

Así mismo, el número de cruceros registrado en puertos andaluces asciende a 722 suponiendo una variación interanual con respecto al año anterior del 9,7%. Durante el transcurso de los años 2016 y 2017, las navieras apuestan cada vez más por la comunidad andaluza, este hecho está rompiendo con las estrategias de reducción llevadas a cabo en los años anteriores. Las compañías más demandadas son: Costa Cruceros (16,7%), P&O Cruises (13%), Royal Caribbean Line (12,8%) y Thompson Cruises (11,5%).

En cuanto a la cuota de variación sobre el total de pasajeros en los puertos de España, Andalucía se sigue manteniendo en la misma posición con un 10,6% del total, una cifra escasamente superior a la registrada en 2016.

En la tabla que se muestra a continuación (Tabla 2), se puede observar que el puerto andaluz que mayor número de cruceros y pasajeros recibe es el de Málaga, seguido por el de Bahía de Cádiz. No obstante, hay que destacar, la variación negativa de este último, mientras que, el puerto de Sevilla, a pesar de ser interior, ocupa el tercer puesto en cuanto al número de cruceros (duplicando e incluso triplicando a otros puertos marítimos) y el cuarto en cuanto al número de pasajeros.

Puertos:	N.º Cruceros	Variación interanual (%)	N.º Pasajeros	Variación interanual (%)
Málaga	289	19,9%	489.040	14,3%
Bahía de Cádiz	282	- 3,7%	360.748	- 3,1%
Sevilla	77	10%	22.837	14%
Almería	37	- 5,1%	24.922	- 13,1%
Huelva	6	- 62,5%	5.749	- 69,7%
Motril	31	47,6%	4.005	- 12,4%

Tabla 2. Número de cruceros y pasajeros de cruceros por puertos de Andalucía 2017.

Fuente: Elaboración propia a partir de Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

Destacar también, la variación interanual negativa de puertos como el de Almería o Huelva, que al igual que sucede con el de Bahía de Cádiz, están disminuyendo el número de cruceros y pasajeros que atracan en sus puertos. En el caso de puerto de Huelva, la variación interanual negativa es incluso más notable contando con más de un 60% negativamente con respecto al año anterior.

Un poco diferente es el caso del puerto de Motril, ya que, pese a tener una variación interanual negativa en el número de pasajeros, esta es inferior a la de años anteriores y en general, se podría decir que poco a poco se está recuperando la actividad crucerista de este puerto.

En cuanto a las principales características de la demanda, se debe destacar, el predominio de la demanda extranjera con un 87,7% frente a la nacional. La mayoría de los cruceristas viajan en pareja y su principal alojamiento es el propio barco.

Con un gasto medio diario de 40,6 euros, las principales actividades turísticas que desarrollan en Andalucía son de tipo gastronómico y de compras.

Por último, respecto al grado de fidelidad de los cruceristas con el destino, el porcentaje es de 51,5%, hecho que, junto con la valoración de 9,2 que tienen de Andalucía, denota el agrado y la conformidad de los turistas con el destino.

Tal y como se puede observar en la Figura 8, en referencia a la evolución del movimiento de cruceros y pasajeros en los puertos andaluces para el periodo comprendido entre 2008 y 2017. Las expectativas que se tenían en 2016 con respecto 2017, no difieren notablemente de los resultados finalmente obtenidos. Se puede observar, además, la espectacular recuperación que está experimentando el turismo de cruceros en Andalucía tras su estancamiento entre 2012 y 2013.

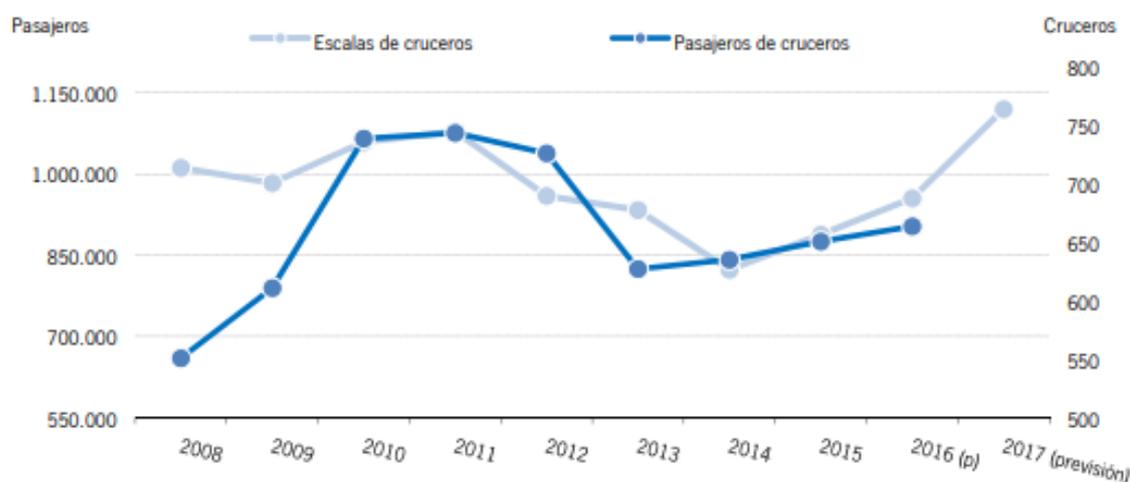


Figura 8. Evolución del movimiento de cruceros y pasajeros de cruceros en Andalucía (2008 - 2017).

Fuente: Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía.

De cara al año 2018, se apuesta por fomentar el segmento de turismo de cruceros a través de nuevas herramientas de comercialización y promoción y de una oferta más unificada, que implique a todos los puertos andaluces bajo la marca *Andalucía Cruises*.

Tal y como relato el consejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, Francisco Javier Fernández en una rueda de prensa hace unos meses⁷, “es necesario mejorar la competitividad de los puertos andaluces y el posicionamiento del destino como potencia destacada en el segmento de cruceros, cada vez más relevante para la economía de la región”

Para ello se han marcado tres objetivos estratégicos (Europa Press, 2017):

1. Proyección de la unidad territorial y del potencial de crecimiento que ofrece Andalucía a través de sus puertos, vertebrados en una misma red y bajo una misma marca, *Andalucía Cruises*.
2. Dotar de herramientas de comercialización a los puertos y profesionales del sector para atraer más cruceros.

⁷ “La Junta apuesta por potenciar el turismo de cruceros con nuevas herramientas de comercialización y promoción”. Disponible en www.europapress.es. Publicación a fecha de 15 de junio de 2017. Consultado: 08/04/2018.

3. Promocionar ante el cliente la oferta de cruceros que salen, llegan o recalán en Andalucía en su recorrido por el Mediterráneo o el Atlántico.

Todo ello permitirá que Andalucía siga creciendo en materia de turismo de cruceros y consiga, gracias a la captación de cruceros por parte de los puertos andaluces, posicionarse como destino clave en esta materia.

CAPÍTULO 4

TURISMO DE CRUCEROS EN SEVILLA

1.1 EL TURISMO EN LA CIUDAD DE SEVILLA

4.1.1 Localización y principales recursos turísticos

La provincia de Sevilla se ubica al suroeste de España, entre Sierra Morena y las Cordilleras Béticas, ubicándose en medio del Valle del Guadalquivir. Conformada junto con otras 7, la comunidad autónoma de Andalucía y limita con las provincias de Córdoba, Málaga, Cádiz, Huelva y Badajoz (Figura 9). Se trata de la provincia de mayor extensión de Andalucía y ocupa la 11ª posición en territorio nacional, ya que, posee una extensión de 14.042 km².

Con una población de 1.9 millones de habitantes, la provincia está conformada por 7 comarcas (Sierra Norte, Sierra Sur, la Vega, la Campiña, la Marisma, los Alcores y el Aljarafe) y 105 municipios, muchos de ellos declarados de interés turístico.



Figura 9. Ubicación de la provincia de Sevilla en el mapa.

Fuente: Consejería de Salud de la Junta de Andalucía.

Por su parte, la ciudad de Sevilla (Figura 10), es la capital de la provincia y a su vez la capital de la comunidad autónoma de Andalucía. Esta ciudad se ubica en el centro oeste de la provincia junto al curso del río Guadalquivir y se encuentra entre la Vega y la Marisma, y entre, el Aljarafe y los Alcores.

Con una extensión de 4905,04 km², se trata de la ciudad más poblada de la comunidad autónoma y de la cuarta más poblada de España por detrás de Barcelona, Madrid y Valencia, contando así, con casi 700,000 habitantes en la ciudad y 1,5 millones en su aglomeración urbana.

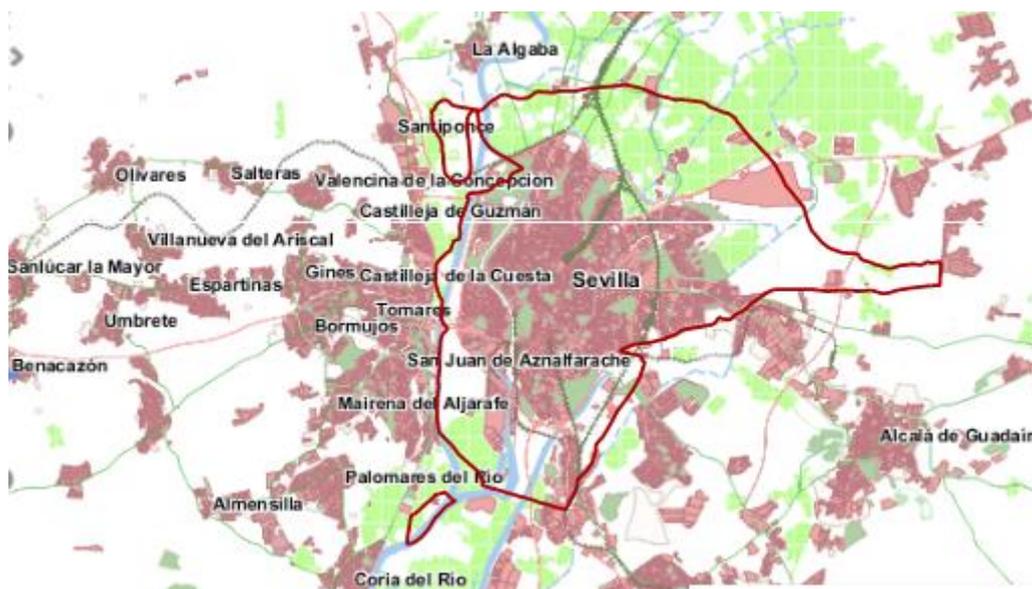


Figura 10. Ubicación en el mapa de la ciudad de Sevilla.

Fuente: Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Consejería de Economía y Conocimiento.

4.1.2 Algunos datos turísticos de la ciudad

El turismo en la ciudad de Sevilla ha evolucionado mucho en los últimos 25 años. Según los principales indicadores del monitor de competitividad turística de los destinos urbanos españoles (UrbanTUR) para el año 2016, la ciudad de Sevilla se encuentra en la sexta posición de los destinos urbanos más competitivos de España, destacando frente al resto de ciudades en la capacidad de atracción de sus fiestas y sus tradiciones populares.

Además, la ciudad ocupa la posición número 60 de entre las 150 ciudades más visitadas del mundo, según el *Top 150 City Destinations Ranking* elaborado por Euromonitor International y ha sido elegida como primer destino para visitar en 2018 por la prestigiosa editora de guías de viajes, Lonely Planet.

Atendiendo al número de turistas que visita la ciudad (Figura 11). En el año 2017, 3.362.951 turistas visitaron la ciudad de Sevilla, cifras muy positivas teniendo en cuenta que, la variación interanual con respecto al año anterior es de 4,8%. En la siguiente tabla, se puede analizar la evolución del número de turistas que visitaron la ciudad entre los años 2013 y 2017. El turismo de la ciudad se encuentra en un sentido claramente ascendente, este hecho, junto con la cuota de pernoctaciones sobre el total de la comunidad andaluza que va desde el 10,2% en 2013 hasta el 12,3% en 2017, denota el interés cada vez mayor de los turistas por visitar la ciudad.

Del número de turistas que visitaron la ciudad en 2017, cabe mencionar que, 1.481.428 eran de procedencia nacional y 1.881.523 eran de procedencia extranjera. Es decir, el 44% de los turistas que visitaron Sevilla eran españoles, mientras que el 56% eran de procedencia extranjera.

Con respecto a la estancia media de los turistas que visitan la ciudad, cabe destacar que, se ha mantenido más o menos lineal con el paso de los años. Durante el año 2017, la estancia media de los turistas fue de 3.4 días de media, cifra que no difiere mucho de la de años anteriores en los que la media era de 3.3 o 3.5 días.

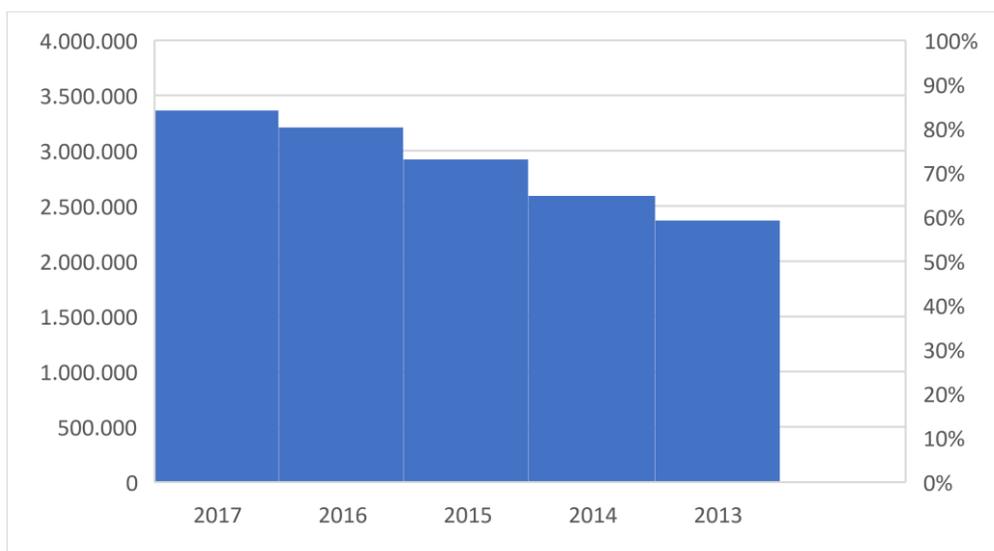


Figura 11. Evolución del número de turistas en la ciudad de Sevilla (2013-2017)

Fuente: Elaboración propia a partir del Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía (SAETA).

El gasto medio turístico del año 2017 ha sido de 79,10 euros, suponiendo una variación interanual negativa respecto al año anterior del 2,7%. Esta caída se viene arrastrando desde 2016, año en el que la variación negativa con respecto al año 2015 fue de 3,6%. Esto refleja que, aunque el número de visitantes sigue aumentando, el gasto que realizan en el destino está disminuyendo.

En lo referente a la valoración del destino, los turistas que visitan Sevilla proporcionan una puntuación cada vez más positiva, logrando en el último año una puntuación de 8,4 sobre 10.

Atendiendo a los recursos turísticos de la ciudad, aunque los principales o al menos los más reconocidos son de tipo cultural debido al patrimonio del que dispone la ciudad, a continuación, se realizará una breve enumeración de otras tipologías turísticas predominantes en la capital hispalense:

- Turismo cultural: Visitas a lugares emblemáticos de la ciudad como la Catedral, la Maestranza, la Torre del Oro o la Plaza de España que se combinan con rutas culturales como la Ruta Bética Romana o la Washington Irving.
- Turismo de negocios: En este apartado se podría diferenciar entre oferta pública: Palacio de Exposiciones y Congresos (FIBES), Edificios singulares de la Junta de Andalucía, Universidad de Sevilla y Universidad de Pablo de Olavide; y oferta privada: Hoteles de congresos (Alcora, Ribera de Triana, Meliá Macarena o NH Collection)
- Turismo idiomático: Sevilla se encuentra en la quinta posición de entre los destinos más demandados del turismo idiomático de España.
- Turismo gastronómico: La ciudad se encuentra repleta de bares, restaurantes, terrazas y tascas donde poder practicar una de una de las costumbres más arraigadas de la ciudad, el tapeo. Todo ello, sin menospreciar la oferta gastronómica de la ciudad.
- Turismo folclórico: Se trata de una ciudad marcada por dos grandes festividades reconocidas a nivel mundial, la Semana Santa y la Feria de Abril.
- Turismo deportivo: Al contar la ciudad con dos grandes estadios de fútbol, el estadio del Sevilla Fútbol Club y del Real Betis Balompié.

- Turismo de cruceros: Este último, al ser el objeto del presente estudio, será tratado más detalladamente en apartados posteriores.

4.2 EL TURISMO DE CRUCEROS EN LA CIUDAD DE SEVILLA

A pesar de la falta de costa, de las características hidro-geomorfológicas y de profundidad del río Guadalquivir (que impide la entrada de buques de gran calado), el turismo de cruceros posee cierto desarrollo en la ciudad de Sevilla. La caracterización de este sector en dicha ciudad no ha sido fácil de constatar debido principalmente a la falta de documentación, planificación e información, de manera que, la mayor parte de la información existente se limita principalmente a los informes derivados de la autoridad portuaria de Sevilla y a las noticias en prensa.

Según los datos facilitados por la Autoridad Portuaria de Sevilla, a lo largo del año 2017 se realizaron 80 escalas en el Puerto de las Delicias, un 8% más que el año anterior. En este número de escalas también se incluyen las del MS Belle de Cadix, barco de la compañía Croisi Europe, que tiene como puerto base la ciudad de Sevilla desde el año 2005. Este barco, construido en 2005 y reformado en 2010, tiene una capacidad de 176 pasajeros y realiza travesías a lo largo del río Guadalquivir dejando una media de 40 escalas anuales en el puerto de Sevilla. Destaca también, el crucero de lujo Azamara Journey de la compañía Royal Caribbean Cruise, con una capacidad de 866 pasajeros y 390 tripulantes, se trata de uno de los cruceros de mayor tamaño que ha atracado en el puerto de Sevilla. Este crucero hizo escala por primera vez en la ciudad en el año 2012, gracias a la Esclusa Puerta del Mar puesta en servicio desde 2011 y que permitió la entrada de barcos de mayor calado. Llevaba varios años sin pisar la ciudad y volverá a hacer escala en Sevilla en octubre durante su recorrido por España y Portugal.

En referencia al número de cruceristas, durante el año 2017 se registraron 23.916 personas, lo que supone un 13,83% más que el año anterior y denota el espectacular crecimiento del turismo de cruceros en la ciudad de Sevilla que se viene arraigando desde el año 2012 (Figura 12).

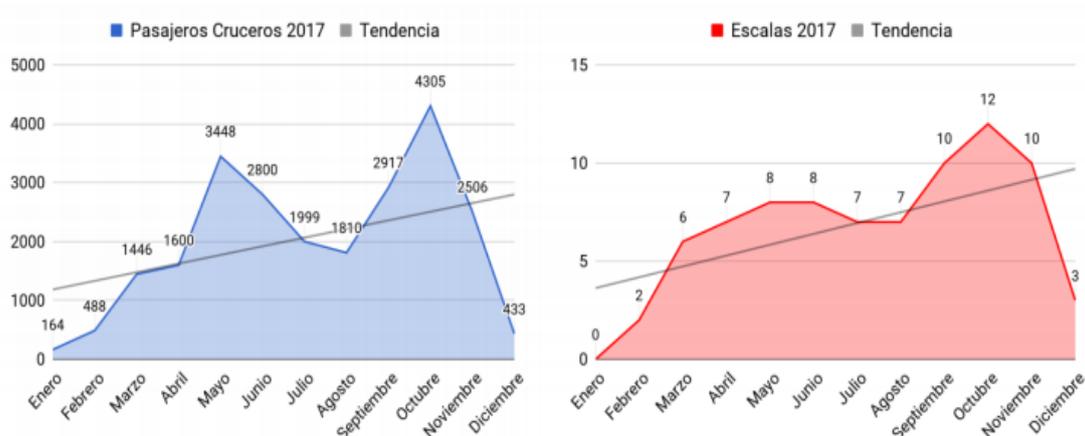


Figura 12. Evolución del número de pasajeros y escalas de cruceros por meses en el año 2017.

Fuente: Área de Investigación Social Aplicada de Írisaz SC (Consortio de Turismo de Sevilla. Ayuntamiento de Sevilla) (2018): Centro de Datos Turísticos: Informe Anual 2017.

Para el año 2018, se prevé que, el número de cruceros que hagan escala en la ciudad sea más reducido pasando de las 80 escalas que tuvieron lugar en 2017 a 60 escalas en 2018. Este número de escalas incluye también las escalas del MS Belle de Cadix, que como ya se mencionó con anterioridad, tiene una media de 40 escalas anuales. Todo apunta a que finalmente sean 21 cruceros, aparte del citado MS Belle de Cadix, los que hagan escala en la ciudad a lo largo de 2018 (Figura 13).

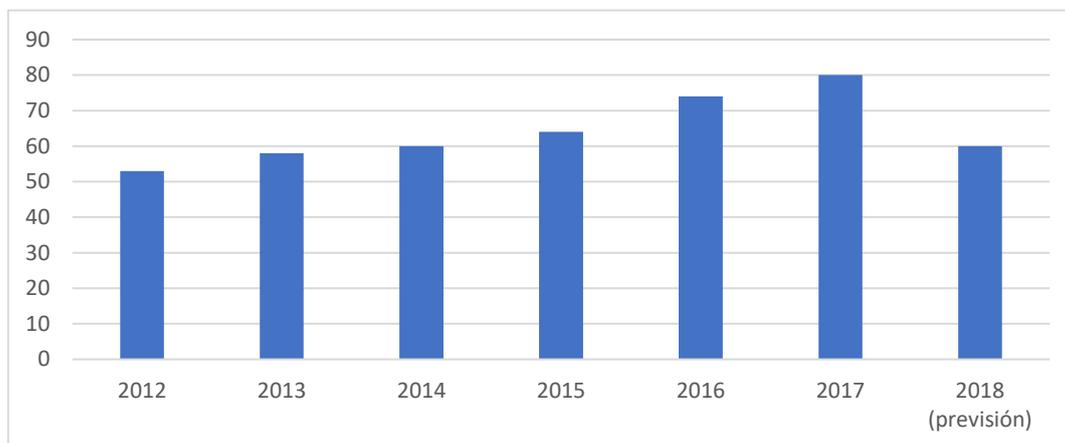


Figura 13. Evolución de las escalas de cruceros realizadas en el puerto de Sevilla (2012-2018)

Fuente: Elaboración propia a partir de información facilitada por la Autoridad Portuaria de Sevilla y de Autoridad Portuaria de Sevilla (2012-2018): Memoria Anual.

A continuación, en la Figura 14, se ofrece un listado de los cruceros que realizarán escala en la ciudad durante el año 2018. Tal y como se puede apreciar, la actividad se encuentra bastante concentrada entre los meses de abril y octubre. Además, existen algunos casos en los que se repite escala, como, el buque Corinthian que realiza 5 escalas, el Braemar que realiza 3 o los buques Clio y Aegean Odyssey que realizan 2 escalas respectivamente en el puerto de Sevilla a lo largo del año 2018.

Marzo	
Braemar	25/03/2018
Corinthian	30/03/2018
Abril	
Corinthian	16/04/2018
Hamburg	16/04/2018
Braemar	21/04/2018
Saga Pearl II	21/04/2018
Corinthian	21/04/2018
Clio	23/04/2018
Mayo	
Seadream I	01/05/2018
Island Sky	19/05/2018
Junio	
Aegean Odyssey	10/06/2018
Julio	
Sirena	10/07/2018
Septiembre	
Braemar	08/09/2018
Hebridean Sky	29/09/2018
Octubre	
Le Lyrial	09/10/2018
Corinthian	13/10/2018
Azamara Journey	20/10/2018
Clio	23/10/2018
Corinthian	30/10/2018
Noviembre	
Serenissima	01/11/2018
Aegean Odyssey	12/11/2018

Figura 14. Cruceros que realizarán escala en Sevilla 2018.

Fuente: Autoridad portuaria de Sevilla.

Atendiendo al futuro del sector, en los últimos años, la inversión de la ciudad en la renovación de las infraestructuras del Puerto Delicias y en la creación de un complejo de ocio que resulte atractivo ha impulsado y continúa impulsando el turismo de cruceros de la ciudad. Esta actividad se integra en el *Plan de Acción Turística 2017* creado por el Consorcio de Turismo de Sevilla, con el que se pretende aumentar el número de compañías de cruceros fluviales que establezcan su base en Sevilla durante todo el año. Para ello, se prevé trabajar en la captación de escalas de grandes buques, realizar acciones de marketing y promoción que resulten atractivas para las compañías de cruceros, emprender acciones con empresas privadas que incluyan la instalación de puntos de información turística en el puerto o a bordo de los barcos durante la escala en Sevilla y la creación de “packs de bienvenida” con el fin de fidelizar a las navieras⁸.

Otro de los intentos por incrementar y mejorar las cifras en materia de turismo de cruceros en la ciudad hispalense tiene que ver con el proyecto iniciado en el año 2000 por la Autoridad Portuaria de Sevilla para la mejora del acceso marítimo (Proyecto MAM), cuya segunda actuación, tras la puesta en funcionamiento de la esclusa Puerta del Mar en el año 2010, consiste en el dragado de profundización del cauce del río Guadalquivir para posibilitar la entrada de buques de mayor calado en el puerto de Sevilla, uno de los objetivos marcado por el *Plan Director del Puerto 2020* (Vargas-Molina, 2014).

La problemática principal de llevar a cabo este proyecto reside en la fragilidad natural del estuario y diversidad de objetivos, intereses y percepciones existentes en torno al agua en este espacio, que llevan a crear planes y proyectos sectoriales y

⁸ “El ayuntamiento impulsa un foro de turismo de cruceros para ampliar sus bases en el río”. Noticia a fecha de 5 de marzo de 2017. Disponible en línea: ww.diariodesevilla.es. Consultado: 04/05/18.

descoordinados por parte de las distintas administraciones que tienen competencias en el estuario del Guadalquivir. Se trata de un proyecto asociado a un largo y complejo proceso administrativo, en el que ha sido necesario la creación de una Comisión Científica para el análisis de las deficiencias en la Declaración de Impacto Ambiental realizada del proyecto y de una Comisión Técnica formada por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, la Autoridad Portuaria de Sevilla y la Junta de Andalucía. El motivo de la creación de estas comisiones fue debido al gran número de alegaciones y al informe preceptivo emitido por el Patronato del Parque Nacional de Doñana en contra del proyecto (Vargas-Molina, 2014).

Tras la constitución de ambas comisiones, la Comisión Científica decidió encargar el estudio *Propuesta metodológica para diagnosticar y pronosticar las consecuencias de las actuaciones humanas en el estuario del Guadalquivir* a un equipo investigador del Instituto de Ciencias Marinas (CSIC). El objetivo de ello era completar las lagunas de información detectadas por la comisión en el procedimiento de Evaluación Ambiental y realizar un diagnóstico actual del estuario del Guadalquivir. Las conclusiones de dicho estudio fueron determinantes para que la Comisión Científica dictaminara la recomendación de no realizar del dragado de profundización, debido a, los numerosos impactos ambientales negativos que generaría. Además, dicho estudio señala que, para volver a evaluar la posibilidad de realización de un dragado de este tipo, es necesario realizar antes una gestión integrada del estuario (Vargas-Molina, 2014).

4.3 PRINCIPALES RUTAS DE TURISMO DE CRUCEROS EN LA CIUDAD DE SEVILLA.

Las tipologías de cruceros que se instalan en la ciudad de Sevilla son fundamentalmente de tres tipos: cruceros marítimos por distintas ciudades de varios países, que incluyen en una de sus escalas la ciudad de Sevilla; cruceros fluviales a través del río Guadalquivir, en los que se visitan varias ciudades entre las que se encuentra la capital hispalense y cruceros cuyo recorrido es exclusivamente a través del río Guadalquivir, que tienen una duración máxima de un día.

En referencia a los cruceros marítimos, como ya se mencionó con anterioridad, se tiene previsto que 21 cruceros hagan escala en la ciudad de Sevilla para el año 2018, en algunos casos, repitiendo escala hasta 5 veces en el año.

Los itinerarios de estos barcos pueden ser variados, algunos se centran en visitar ciudades españolas exclusivamente, otros en visitar ciudades de España y Portugal y otros tantos en visitar distintas ciudades de distintos países entre los que se incluye la capital hispalense. Al tratarse de itinerarios diferentes, la duración de los viajes también es diferente, no obstante, la mayoría suelen tener una duración de entre una y dos semanas.

En referencia a los cruceros fluviales, destacan los de la compañía Croisi Europe con tres itinerarios diferentes a bordo del MS Belle de Cadix y que tienen una duración de entre 7 y 8 días (Cruceamar River Cruises, 2016):

- Andalucía al completo cuyo itinerario es Sevilla-Córdoba-Cádiz-Puerto de Santa María-Isla Mínima-Granada-Sevilla.
- Crucero por los encantos de Andalucía y el Algarve cuyo itinerario es Sevilla-Córdoba-Cádiz-Jerez-Alcoutim-Vila Real-Puerto de Santa María-Isla Mínima-Granada-Sevilla.
- Un segundo crucero con el nombre de Andalucía al completo cuyo itinerario es Sevilla-Cádiz-Puerto de Santa María-Isla Mínima-Sevilla.

Con respecto a los cruceros a través del río Guadalquivir, existen tres famosas rutas (Turismo Sevilla, 2018):

- Ruta monumental: Consiste en un paseo de aproximadamente una hora de duración donde se pueden ver los monumentos más famosos de la ciudad de Sevilla desde un Barco.
- Ruta a Sanlúcar de Barrameda: Suele durar un día entero ya que el barco hace escala en Sanlúcar de Barrameda y destaca por tratarse de la ruta realizada por personajes históricos que participaron en el descubrimiento y la conquista de América.
- Paseos gastronómicos: Paseos en barco a través del río, en los que, se puede disfrutar de una comida o una degustación de vinos típicos de la zona.
- Ruta privada-festiva: Incluyen fiestas a bordo del barco con baile incluido. Comenzaron siendo una oferta para estudiantes, pero dada su demanda, ha comenzado a ofrecerse también a turistas.

El presente estudio se centra en la primera tipología mencionada, debido al impacto turístico y económico que genera y a su variación evolutiva, tanto en número de escalas como de cruceristas en la ciudad de Sevilla.

CAPÍTULO 5

RESULTADOS

En este capítulo se analizarán los resultados derivados de las encuestas a turistas y entrevistas a agencias de viajes realizadas con la finalidad de conocer las perspectivas de la demanda y de los comerciantes o intermediarios de la industria del turismo de cruceros.

Para establecer una clara diferenciación de resultados, se procederá a separar en dos apartados diferentes las encuestas a turistas y las entrevistas a agencias de viajes.

Para finalizar, se establecerá un tercer apartado en el que se realizará un análisis DAFO que incluirá las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades del proyecto de trabajo en general.

5.1 RESULTADOS DERIVADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A TURISTAS.

Los resultados obtenidos derivan de 14 encuestas realizadas, que es una pequeña muestra del perfil turístico del crucerista medio que visita la ciudad de Sevilla. Las encuestas fueron realizadas a los turistas interceptados en el puerto de Sevilla que visitaban la ciudad a bordo de los barcos Braemar y Saga Pearl II durante el mes de abril de 2018.

Cabe destacar la gran dificultad encontrada por la autora de este trabajo a la hora de interceptar a estos turistas por varios motivos:

- Fecha de realización de las encuestas: Semana de la Feria de Abril de Sevilla (del 14 al 21 de abril). Esta fecha fue seleccionada porque, dentro de los plazos de realización del trabajo, en esta semana se produjeron más del 80% de las escalas. Los cruceros que realizan escalas en la ciudad lo hacen en fechas muy concretas.
- Organización cerrada de las excursiones en la ciudad de Sevilla, debido a que, la mayoría de los cruceristas tenían contratado un servicio de autobús turístico que limitaba el tiempo de embarque y desembarque de los barcos. Los propios agentes turísticos impedían al turista pararse, según comentaron, por motivos de tiempo.
- Debido a las dificultades de acceso al Puerto de las Delicias algunos de los cruceros atracaron horas más tarde de la hora que tenían prevista.

El modelo de encuesta empleado en la realización de las mismas puede ser consultado en el Anexo I.

5.1.1 Características del viaje

En este subapartado, se analizarán las características propias del viaje, tales como, el recorrido del crucero, la duración del mismo y el tiempo del que disponían los turistas para visitar la ciudad de Sevilla.

Debido a la dificultad de medios, todos los turistas encuestados viajaban a bordo de uno de los dos siguientes barcos, el Braemar y el Saga Pearl II.

El recorrido del crucero Braemar de la compañía Fred Olsen Line era desde el puerto francés de Roue hasta Sevilla. La duración del trayecto era de 14 días y los turistas disponían de 24 horas para visitar la ciudad de Sevilla (Figura 15).



Figura 15. Crucero Braemar accediendo al Puerto de las Delicias.

Fuente: Periódico ABC de Sevilla.

El recorrido del crucero Saga Pearl II de la compañía Saga Cruises era desde el puerto portugués de Leixoes hasta la ciudad de Sevilla donde los turistas disponían de 24 horas para visitar la ciudad antes de la vuelta al mencionado puerto portugués. La duración del trayecto era de 12 días a bordo (Figura 16).



Figura 16. Crucero Saga Pearl II accediendo al Puerto de las Delicias.

Fuente: Imagen capturada por Marcos Pacheco Morales-Padrón autor del blog online Guadalquivir Navegable.

Nombre del barco	Saga Pearl II	Braemar
Compañía	Saga Cruises	Fred Olsen Line
Duración del trayecto	12 días	14 días
Recorrido	Portugal – Sevilla	Francia – Sevilla
Tiempo disponible para visitar la ciudad	24 horas	24 horas

Tabla 3. Características de los cruceros que atracaron en el Puerto de las Delicias.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas.

5.1.2 Caracterización del turista de cruceros

A continuación, se detallarán aspectos como la edad, el sexo, el país de procedencia, la duración del viaje, la forma de contratación del mismo, el acompañamiento a la hora de realizar el crucero y si es la primera vez que se visita la ciudad de Sevilla.

El 50% de los encuestados eran hombres y el otro 50% mujeres, no existiendo en la muestra diferenciación por sexos a la hora de realizar un crucero turístico. Por otra parte, ninguno de los encuestados tenía una edad inferior a 70 años, este hecho denota que el tipo de cruceros que atracan en el puerto sevillano está enfocado al segmento Senior (Figura 17).

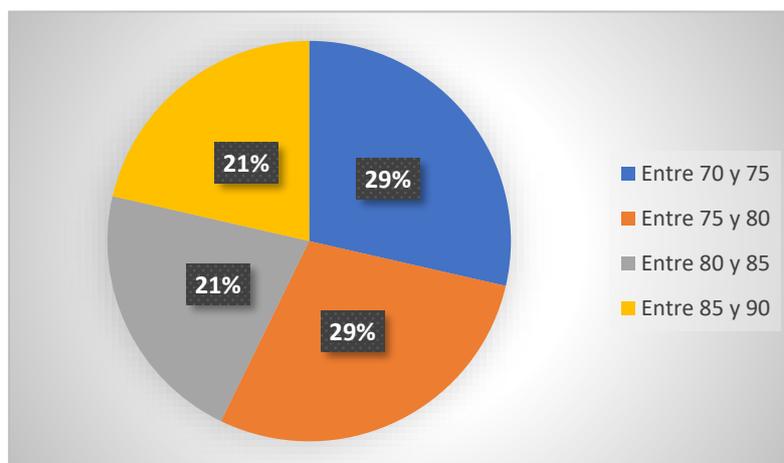


Figura 17. Edad media de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas.

Respecto a otros aspectos relacionados con la caracterización del turista de cruceros en la ciudad de Sevilla (Tabla 4), se puede observar que, el porcentaje que contratan su viaje de forma independiente, es decir, contactando directamente con la compañía naviera, es superior al que contratan su viaje a través de agencias de viaje. Por otra parte, todos los encuestados venían a bordo en compañía de su pareja o de sus amigos, siendo el porcentaje de viajeros que venían en pareja superior al porcentaje de los que venían con amigos.

71,43% Contratan su viaje de forma independiente	28,57% Contratan su viaje a través de AAVV
78,60% Realizan el viaje en pareja	21,40 % Realizan el viaje en compañía de amigos
57,14% No han visitado Sevilla con anterioridad	42,85% Han visitado Sevilla con anterioridad.

Tabla 4. Datos relativos a la caracterización del turista de cruceros en la ciudad de Sevilla.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas.

Por último, más del 50% de los encuestados no habían visitado la ciudad de Sevilla con anterioridad y algunos de los encuestados que la habían visitado, no lo habían hecho a bordo de un crucero turístico.

5.1.3 Motivación turística

En este subapartado, se analizarán los resultados recabados en referencia a aspectos como, el número de cruceros realizados por los encuestados, que porcentaje de ellos son fluviales, la motivación principal y los aspectos positivos y negativos de realizar un crucero según la opinión de los turistas.

El 85,71% de los turistas encuestados había realizado al menos un crucero en su vida, de los cuales, el 8,3% había realizado más de 20 cruceros. No obstante, las frecuencias de realización de cruceros que se muestran más predominantes son, la realización de entre 5 y 10, entre 10 y 15, y entre 15 y 20 cruceros a lo largo de su vida (Figura 18).

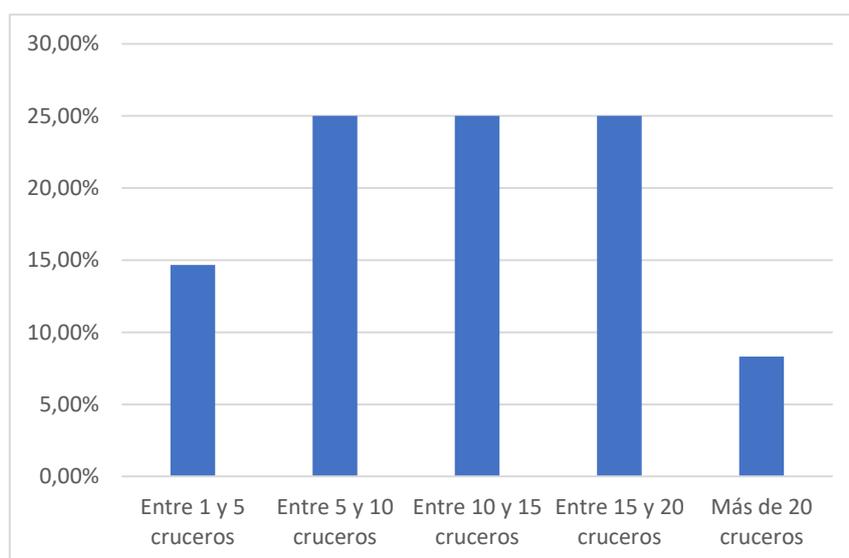


Figura 18. Número de cruceros realizados por los turistas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas.

El 57,14% de los turistas habían realizado uno o más cruceros turísticos fluviales con anterioridad. De ellos, un 37,5% afirmaban haber realizado entre 1 y 2 cruceros, un 25% afirmaba haber realizado entre 2 y 4 cruceros y el otro 37,5% restante, afirmaba haber realizado entre 4 y 6 cruceros fluviales a lo largo de su vida (Figura 19).

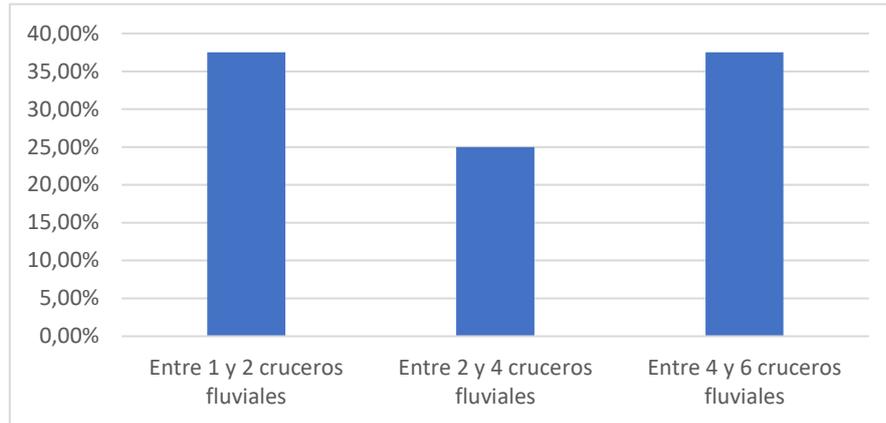


Figura 19. N.º de cruceros fluviales realizados por los cruceristas encuestados.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas.

En referencia a la motivación principal que hizo que los turistas se decantasen por realizar un crucero turístico destaca, conocer nuevos lugares o bien conocer España y Sevilla con un 42,85%, vivir nuevas experiencias con un 14,29% y la comodidad al tener todo incluido en el mismo barco con un 14,29% (Figura 20).

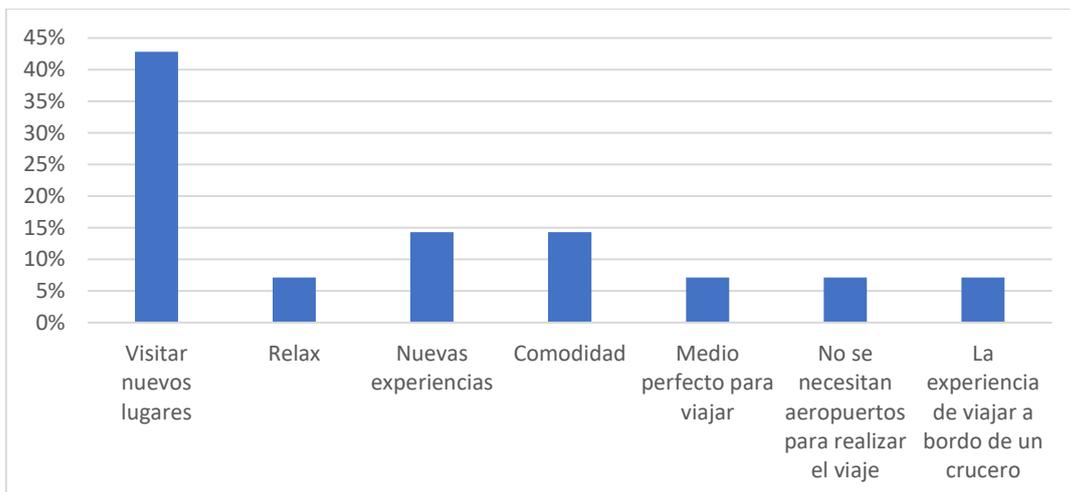


Figura 20. Motivaciones principales que llevaron a los turistas a contratar un crucero.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas.

5.1.4 Valoración de la experiencia

Entre los aspectos mejor valorados por los turistas a la hora de realizar un crucero destaca principalmente, la fórmula del "todo incluido" en el barco con un 28,57%. Otros aspectos muy valorados por los clientes son, la posibilidad de conocer gente a bordo, el propio trayecto en barco y el relax que te proporciona viajar en un crucero turístico (Figura 21).

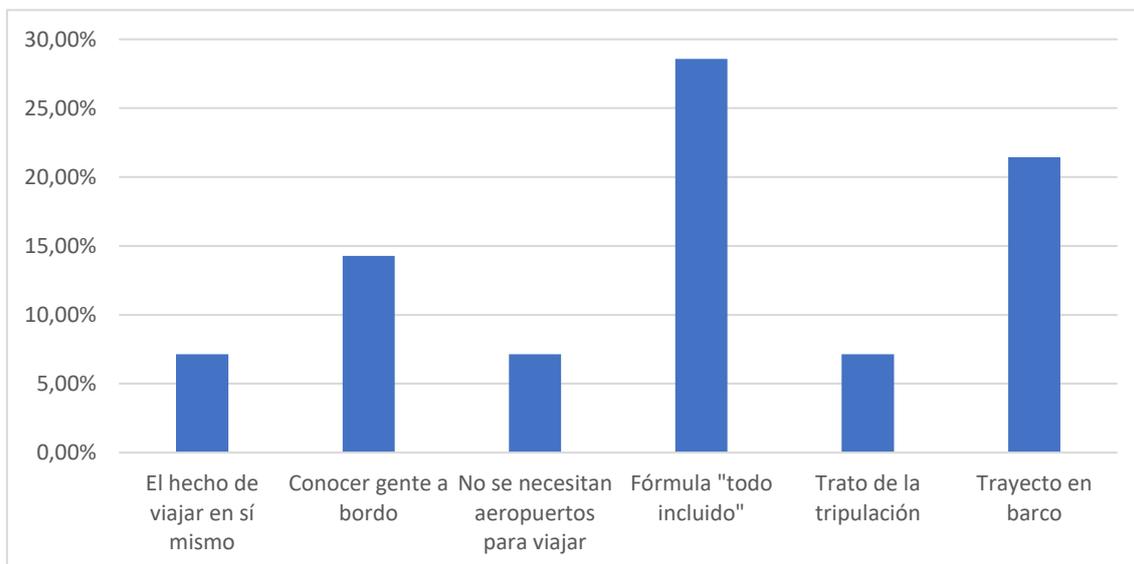


Figura 21. Aspectos mejor valorados de realizar un crucero.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los turistas.

Cabe destacar que, el 78,57% de turistas no tenían ningún aspecto negativo que mencionar con respecto a viajar en un crucero turístico. Sin embargo, el 21,42% restante, señala como negativo el oleaje sufrido durante el trayecto que se encontraban realizando en ese momento.

5.2 RESULTADOS DERIVADOS DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A AGENCIAS DE VIAJES.

Otra buena parte de los resultados recabados en el presente estudio derivan de, las entrevistas realizadas en distintas agencias de viaje, con el fin de conocer distintos aspectos de la oferta turística de cruceros.

Se ha realizado un total de 6 entrevistas: Delem Viajes, Carrefour Viajes, Asesores de Viajes S.L, Nautalia Viajes, Viajes Alcosa y Foster Viajes. El modelo de entrevista empleado para la realización de las mismas puede ser consultado en el Anexo II.

De los resultados de estas entrevistas se obtienen diferentes aspectos clave como: el porcentaje de contratación de cruceros turísticos en el último periodo, el perfil de cliente que suele contratar cruceros turísticos y sus principales motivaciones, los destinos más demandados, los cruceros más caros y más baratos que se suelen contratar, los cruceros más demandados en función del precio, las compañías navieras más solicitadas, la forma de contratación y la duración media de los cruceros contratados, el porcentaje de clientes que repiten experiencia y si se considera que el dragado del río Guadalquivir supondría una mejora para la oferta de turismo de cruceros en la ciudad de Sevilla. Todos y cada uno de estos aspectos, serán detallados a continuación.

El porcentaje medio de clientes que contratan cruceros turísticos en las distintas agencias de viajes entrevistadas se muestra en torno al 20%, según 4 de las 6 agencias entrevistadas. No obstante, existen excepciones en las que el porcentaje medio se sitúa en torno al 40% y el 60%. Esta variación de porcentajes tiene su origen en la especialización de determinadas agencias en esta tipología de turismo (Figura 22).

4 de 6 agencias entrevistadas afirman que el porcentaje medio de contratación es del 20%
1 de 6 agencias entrevistadas afirma que el porcentaje medio de contratación es del 40%
1 de 6 agencias entrevistadas afirma que el porcentaje medio de contratación es del 60%

Figura 22. Porcentaje medio de clientes que contratan cruceros turísticos en las distintas agencias de viajes entrevistadas.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas a distintas AAVV.

En referencia al perfil medio de los clientes que suelen contratar cruceros turísticos, se puede observar que, la edad media de los clientes se sitúa entre los 41 y los 60 años con un 83,33% (Figura 23). Por otra parte, la totalidad de los clientes que contratan cruceros turísticos en las distintas agencias de viajes entrevistadas proceden de Andalucía, concretamente de la provincia de Sevilla.



Figura 23. Edad media de los clientes que contratan cruceros turísticos.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas en distintas AAVV.

Entre las principales motivaciones de los clientes a la hora de contratar un crucero turístico destaca, la visita de varios destinos en un breve espacio de tiempo y la fórmula del “todo incluido” con un mayor peso que las demás motivaciones principales (Figura 24).

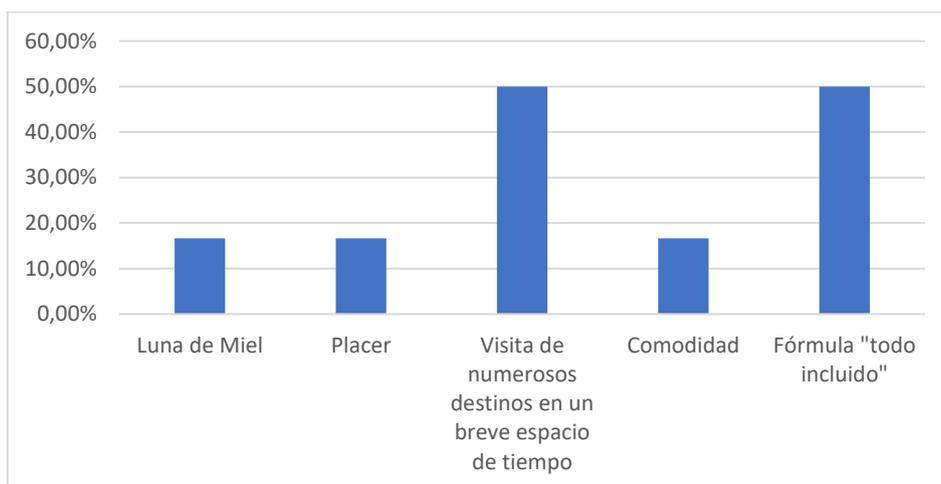


Figura 24. Principales motivaciones turísticas de los clientes a la hora de contratar un crucero turístico.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas a distintas AAVV.

Cabe mencionar que, todas las agencias de viajes concuerdan en que los dos destinos de cruceros más demandados por los turistas son el mar Mediterráneo y las Islas Griegas. (Figura 25)

2 de las 6 agencias entrevistadas afirman que el destino más demandado es el mar Mediterráneo.
1 de las 6 agencias de viajes entrevistadas afirma que el destino más demandado es el de las Islas Griegas.
3 de las 6 agencias entrevistadas concuerdan en que los dos destinos más demandados son el mar Mediterráneo y las Islas Griegas.

Figura 25. Destinos de cruceros más demandados por los turistas según las AAVV.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas a diferentes AAVV.

En referencia a los cruceros más caros que se suelen contratar, la mitad de las agencias de viajes coinciden en que, el crucero más caro que se contrata es el que realiza un recorrido alrededor del mundo. Por otra parte, un 33,33% afirma que el crucero más caro que se suele contratar es el que se realiza por los Fiordos Noruegos, mientras que, el 16,67% restante coincide en que se trata de los cruceros que se realizan por las Capitales Bálticas (Figura 26).

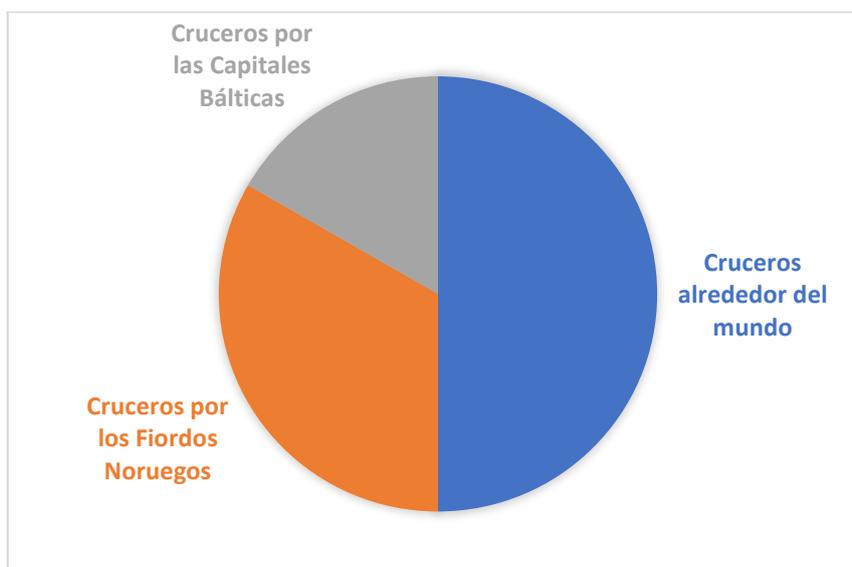


Figura 26. Destinos más caros que se suelen contratar en las agencias de viajes.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas a las distintas AAVV.

Por el contrario, todas agencias de viajes entrevistadas coinciden en que los cruceros más baratos que se suelen contratar son los cruceros que se realizan por el mar Mediterráneo, concretamente los de la naviera Pullmantur Cruceros, debido a sus bajos precios y su fórmula del “todo – incluido”.

Entre las compañías navieras más demandadas, según los datos facilitados por las distintas agencias de viajes entrevistadas, destaca la naviera MSC Cruceros en primer lugar, seguida de Pullmantur Cruceros, Costa Cruceros y Royal Caribbean. (Tabla 5).

1º	MSC Cruceros
2º	Pullmantur Cruceros
3º	Costa Cruceros
4º	Royal Caribbean

Tabla 5. Compañías navieras más demandadas.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas a las distintas AAVV.

De las 6 agencias de viajes entrevistadas, 5 afirman que, la forma más habitual en la que sus clientes contratan cruceros turísticos es de forma presencial. Además, se podría destacar que, a diferencia de lo que sucedía en el caso de las encuestas a los cruceristas, ninguna de las agencias de viajes entrevistadas afirma que la forma habitual de contratación sea online (Figura 27).

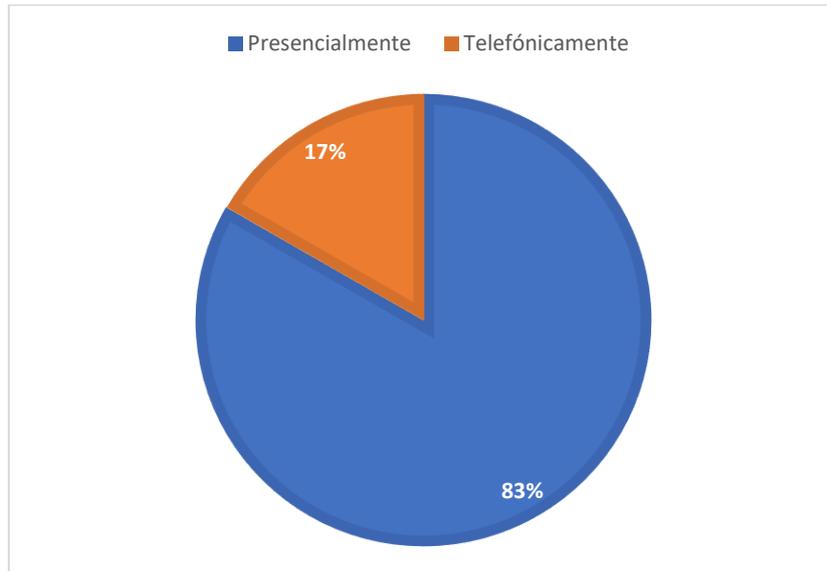


Figura 27. Forma de contratación de cruceros turísticos.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas a las distintas AAVV.

Todas las agencias de viajes coinciden en que la duración media de los cruceros que se suelen contratar es de 8 días y 7 noches (Figura 28).

El 100% de las AAVV afirman que la duración media de los cruceros que se contratan es de 8 días/ 7 noches.

Figura 28. Duración media de los cruceros que se contratan habitualmente.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas a las distintas AAVV.

Respecto al porcentaje de clientes que repiten experiencia, 3 agencias coinciden en que, entre el 40% y el 60% de los clientes que han contratado un crucero turístico con anterioridad repiten experiencia, 1 afirma que, este porcentaje se eleva a entre el 60% y el 80% de los clientes y las 2 agencias de viajes restantes, coinciden en que, el porcentaje de repetición de la experiencia se sitúa entre el 80% y el 100% (Figura 29). Así mismo, se debe tener en cuenta que, ninguna de ellas afirma que el porcentaje de repetición de cruceros por parte de los clientes sea inferior al 40%.

3 de las 6 agencias entrevistadas afirman que el porcentaje se sitúa entre el 40% y 60%.

1 de las 6 agencias entrevistadas afirma que el porcentaje se sitúa entre el 60% y 80%.

2 de las 6 agencias de viajes entrevistadas afirman que el porcentaje se sitúa entre 80% y 100%.

Figura 29. Porcentaje de clientes que repiten experiencia.

Fuente: Elaboración propia a partir de las entrevistas realizadas en las distintas AAVV.

Por último, todas coinciden en que, si bien, el dragado del río Guadalquivir supondría una mejora para la oferta de cruceros turísticos en la ciudad de Sevilla al permitir la llegada de buques de mayor calado, este hecho daría como resultado unas consecuencias medioambientales muy negativas para la ciudad.

5.3 ANÁLISIS DAFO

Con el objetivo de reflejar de forma clara y precisa los resultados derivados de los análisis realizados, se procede en este apartado a la enumeración de las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del sector en la ciudad de Sevilla (Figura 30).

Entre las principales fortalezas de la ciudad en materia de turismo de cruceros destacan varios aspectos. La ciudad de Sevilla es un destino clave para el turismo a nivel local, provincial, autonómico, nacional e incluso internacional en la actualidad, así lo demuestra su reconocimiento como mejor destino turístico mundial para visitar en 2018 por la prestigiosa guía de viajes Lonely Planet en su publicación *Best in Travel 2018*. Sus buenas condiciones climáticas durante prácticamente todo el año facilitan las visitas a la ciudad en cualquier estación. Por su parte, Sevilla cuenta con el único puerto de interior de España, y gracias a su cercanía a los principales elementos turísticos de la ciudad, aporta una oferta única para el turismo de cruceros. Además, a esto hay que sumarle que, las recientes reformas del Puerto de las Delicias y la creación de un complejo de ocio en el mismo, hacen que resulte mucho más atractivo para este tipo de turismo propiciando así, el crecimiento del sector.

Atendiendo a las debilidades, se puede destacar que, la falta de calado del río Guadalquivir imposibilita la entrada de buques de mayor tamaño, aunque como ya se comentó con anterioridad, el dragado que permitiría el aumento de calado del río tendría unos efectos medioambientales muy negativos. Otras de las debilidades es la falta de información relevante en materia de turismo de cruceros en la ciudad, más allá de la información de la autoridad portuaria de Sevilla o de los diferentes planes de actuación establecidos. En la actualidad, Sevilla cuenta con una única compañía naviera con base establecida en la ciudad, la compañía Croisi Europe que como ya se comentó con anterioridad realiza una media de 40 escalas anuales. El resto de compañías navieras que hacen escala en el puerto las hacen en meses muy concretos y durante un breve espacio de tiempo, en la mayoría de los casos de 24 horas. Por último, cabe mencionar la acción descoordinada por parte de las administraciones competentes del estuario del Guadalquivir, que como ya se comentó en capítulos anteriores, generan numerosos impactos negativos y hace necesaria la colaboración activa de todos los agentes implicados.

En referencia a las principales amenazas se encuentra, el cambio en las preferencias de las compañías navieras dando lugar a que hagan escala en otros destinos diferentes al de Sevilla, como es el caso de algunos de los cruceros que no hacen escala en la ciudad todos los años. Otra de las posibles amenazas es la tendencia actual de reducción del número de escalas en el puerto de Sevilla, aunque el número de escalas se ha incrementado muy positivamente hasta 2017, este año se prevé una situación más negativa que la de años anteriores, debido a la reducción de las mismas.

Por último, atendiendo a las principales oportunidades del sector en la ciudad de Sevilla, el actual auge del turismo de cruceros a nivel internacional, el continuo surgimiento de nuevos destinos y la constante evolución del sector con la aparición de nuevas tipologías, hacen que la ciudad pueda mejorar su posición en dicha materia. Además, existen numerosos factores que facilitan la mejora de este posicionamiento, como, los planes para el impulso del turismo de cruceros, entre los que se incluyen, el plan *Andalucía Cruise*, con el que la Junta de Andalucía pretende incrementar el crecimiento del sector en la comunidad autónoma y el *Plan de Acción Turística 2017* de la ciudad de Sevilla, en el que se incluyen numerosos planes para aumentar el número de compañías navieras que establezcan su base en la capital hispalense y mejorar la promoción en materia de turismo de cruceros. Cabe añadir que, la gran oferta cultural que posee la ciudad posibilitaría un aumento en la duración de las escalas.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>La ciudad de Sevilla como uno de los destinos claves para el turismo.</p> <p>Oferta única, gracias la cercanía del puerto de Sevilla a los principales monumentos turísticos de la ciudad.</p> <p>Nombramiento de la ciudad de Sevilla como mejor destino turístico mundial para visitar en el año 2018 por la guía de viajes Lonely Planet.</p> <p>Único puerto de interior de España.</p> <p>Buenas condiciones climáticas durante prácticamente todo el año que permiten desestacionalizar el turismo.</p> <p>Renovación de las infraestructuras del Puerto de las Delicias y creación de un complejo de ocio que resulta atractivo para el turismo de cruceros.</p>	<p>Falta de calado del río Guadalquivir que impide la entrada de grandes buques.</p> <p>Escasa de información relevante con respecto al turismo de cruceros en la ciudad de Sevilla.</p> <p>Escaso número de compañías navieras con base establecida en la ciudad.</p> <p>Escalas muy concentradas en determinados meses del año.</p> <p>Escalas de poca duración en la ciudad (24 horas).</p> <p>Acción descoordinada por parte de las administraciones gestoras del estuario del Guadalquivir.</p>
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<p>Preferencia de otros puertos de España por parte de las compañías navieras.</p> <p>Prolongación la actual tendencia a la reducción de escalas.</p>	<p>Auge del turismo de cruceros alrededor del mundo.</p> <p>Aparición de nuevos destinos de cruceros.</p> <p>Surgimiento de nuevas tipologías de turismo de cruceros.</p> <p>Crecimiento del turismo de cruceros en Andalucía con nuevos planes para su impulso (Andalucía Cruises).</p> <p>Incremento de la duración del tiempo de escala gracias a la amplia oferta cultural de la que dispone la ciudad.</p> <p>Aumento del número de compañías que establezcan su base en Sevilla durante todo el año (Plan de Acción Turística 2017).</p>

Figura 30. Análisis DAFO.

Fuente: Elaboración propia.

CAPITULO 6

CONCLUSIONES

El presente trabajo se ha centrado principalmente en el análisis del turismo de cruceros, poniendo especial énfasis en el caso de la ciudad de Sevilla al tratarse de la única ciudad de España que cuenta con un puerto de interior. Para ello, se han estudiado e identificando las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que presenta la ciudad en materia de turismo de cruceros. Esto ha sido posible gracias a la contextualización multiescalar del turismo de cruceros, en la que se recalcan ciertos aspectos de esta tipología turística que se han considerado imprescindibles para el abordar el estudio en el caso concreto de la ciudad de Sevilla.

Tal y como se ha podido observar a lo largo de los capítulos, la tipología de turismo de cruceros es un claro ejemplo de cómo el sector turístico se encuentra en constante evolución y adaptación a la demanda. Se trata pues, de una tipología que, si bien ha existido desde hace años, su auge no ha tenido lugar hasta fechas recientes. Parte de este auge tiene su origen en la adaptación de la oferta a las necesidades de la demanda, facilitando el acceso a todo tipo de público independientemente de su nivel adquisitivo y diversificándose, creando una oferta única que se adapta a cada necesidad visto desde la perspectiva de la demanda.

Un buen ejemplo de ello es la rama del turismo de cruceros fluvial, ya que, permite adentrarse un poco más en el país de destino al tener la posibilidad de visitar ciudades conectadas por ríos y no necesariamente por mares, adaptándose así, a las exigencias de un público ansioso de experimentar nuevas experiencias turísticas.

El desarrollo del tema abordado en el presente trabajo ha sido posible gracias a los numerosos organismos y documentos a nivel internacional, europeo y estatal existentes en materia de turismo de cruceros. Sin embargo, el reducido y reciente número de estudios realizados en dicha materia a nivel autonómico y sobre todo para la ciudad de Sevilla, hace que el presente estudio pueda ser utilizado como base de futuras ampliaciones y mejoras en el campo del turismo de cruceros fluvial, especialmente en el caso de la ciudad de Sevilla.

Aunque las previsiones para el futuro del sector son bastante positivas, es necesario emprender ciertas acciones de mejora que permitan a la capital hispalense crecer y mejorar su posición en materia de turismo de cruceros. A continuación, se realizará un análisis de ciertas propuestas de mejora que podrían servir de utilidad en el caso que nos ocupa.

A pesar de las recientes reformas del puerto de Sevilla mencionadas en capítulos anteriores, tal y como se ha podido observar en las encuestas realizadas a los cruceristas, la mayoría de ellos son personas de avanzada edad y en muchos casos de movilidad reducida por lo que sería conveniente mejorar y adaptar las infraestructuras para facilitar el acceso y la movilidad de este tipo de público.

Por otra parte, aunque contar con un puerto de interior cerca de los principales atractivos de la ciudad es una ventaja competitiva, se hace necesario disponer de un punto de información turística en el puerto que facilite la visita de la ciudad a aquellos cruceristas que decidan visitarla por sus propios medios.

No cabe duda de que la ciudad de Sevilla conserva un gran patrimonio cultural y que este es uno de los principales atractivos turísticos de la ciudad. Por ello, una de las posibles medidas para impulsar el turismo de cruceros en la ciudad podría ser incrementar la complementariedad entre el turismo cultural y el turismo de cruceros. Esto se podría conseguir emprendiendo diferentes acciones para mejorar la acogida de

los cruceristas, entre las que se podrían incluir, ofertas dentro del barco de diferentes y variados recorridos turísticos por la ciudad o la creación de folletos y revistas a disposición de los cruceristas en los que se incluya información relativa a la ciudad, su cultura, costumbres y los principales atractivos turísticos que posee, mencionando aspectos como, ubicación, horario de apertura e historia de los mismos.

Estas acciones podrían complementarse con la prolongación del tiempo de escalas en la ciudad, esto supondría importantes beneficios económicos y permitiría a los turistas conocer la ciudad y todos los aspectos relacionados con la misma en profundidad.

Por último, una de las propuestas de mejora más necesarias en el caso que nos ocupa es la actuación conjunta y coordinada de todas las administraciones públicas competentes en materia de turismo cruceros. Se hace necesaria la creación de planes de mejora del sector en la ciudad teniendo en cuenta aspectos fundamentales para el desarrollo de dichos planes, como, el impacto medioambiental que conlleva la consecución de los mismos y la factibilidad real de los proyectos que se pretendan llevar a cabo.

Como conclusión, la ciudad de Sevilla es uno de los destinos preferidos por los turistas, propiciado en gran medida por su gran patrimonio histórico, artístico y cultural y por sus buenas condiciones climáticas que posibilitan las visitas durante prácticamente todo el año. El disponer del único puerto de interior de España hace que el turismo de cruceros se convierta en un sector estratégico por el que apostar, ya que, mejoraría las cifras turísticas de la ciudad, posibilitaría un mayor reconocimiento de la capital hispalense a nivel mundial en este sector y serviría como método de impulso y difusión de la modalidad de turismo de cruceros fluvial, modalidad en la que Sevilla podría convertirse en un referente a nivel internacional.

Bibliografía

- Ameigeiras, C. (2014): *Comercialización y Venta de Servicios Turísticos*, Editorial Síntesis, Madrid.
- Área de Investigación Social Aplicada de Írisaz SC (2018): *Centro de Datos Turísticos: Informe Anual 2017. Presentación PowerPoint* [Archivo PDF]. Consorcio de Turismo de Sevilla. Ayuntamiento de Sevilla. Recuperado de: <http://archivos.visitasevilla.es/es/profesionales/centro-de-datos-turisticos-observatorio-turistico>
- Autoridad Portuaria de Sevilla (2018): *Puerto de Sevilla*. Sevilla. Disponible en: www.apsevilla.com
- Butler Halter. M (2008): *Turismo de cruceros: Situación actual y tendencias*, Organización Mundial del Turismo, Madrid.
- Castaño Blanco, J. M., Moreno Saez, A., Garcia Dauder, S., & Grego Díaz, A. (2003): "Aproximación psicosocial de la motivación turística: Variables implicadas en la elección de Madrid como destino". *Estudios Turísticos*, 158, 5-41.
- Comunidad Logística Portuaria de Sevilla (2012): *Memoria Anual. Informe Corporativo* [Archivo PDF]. Puerto de Sevilla. Recuperado de: <http://estadisticas.apsevilla.com/memoriaWEB2012/index.html>
- Comunidad Logística Portuaria de Sevilla (2013): *Memoria Anual* [Archivo PDF]. Puerto de Sevilla. Recuperado de: <http://portal.apsevilla.com/wps/wcm/connect/70ae740046714cdea5e0ffb1443b2119/APS+-+Memorias.pdf?MOD=AJPERES>
- Portuaria de Sevilla (2014): *Memoria Anual* [Archivo PDF]. Puerto de Sevilla. Recuperado de: <http://portal.apsevilla.com/wps/wcm/connect/bf37ee804b86afcab89cfbbc9f371459/APS+-+Memorias.pdf?MOD=AJPERES>
- Comunidad Logística Portuaria de Sevilla (2015): *Memoria Anual. Informe Corporativo* [Archivo PDF]. Puerto de Sevilla. Recuperado de: <http://portal.apsevilla.com/wps/wcm/connect/10719200409912b6b458bc1d0913754c/MEMORIA+PUERTO+DE+SEVILLA+2015.pdf?MOD=AJPERES>
- Comunidad Logística Portuaria de Sevilla (2016): *Memoria Anual* [Archivo PDF]. Puerto de Sevilla. Recuperado de: <http://portal.apsevilla.com/wps/wcm/connect/097b3d8044321a52ace7bec13e70dc05/MEMORIA+ANUAL+2016web.pdf?MOD=AJPERES>
- Consejería de Salud de la Junta de Andalucía (2016): *Delegaciones Territoriales Igualdad, Salud y Políticas Sociales*. Disponible en: www.juntadeandalucia.es. (Consultado: 27/04/2018)
- Crucemar River Cruises (2016): *Sitio Web Oficial de la Empresa. Cruceros fluviales por el Guadalquivir*. Disponible en: www.crucerosfluviales.es (Consultado: 20/04/18).
- Cruise Lines International Association, CLIA. Europe (2015): *The Cruise Industry. Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe*. 2015 Edition [Archivo PDF]. Extraído de: <https://www.cruising.org/docs/default-source/research/2015-cruise-industry-outlook.pdf?sfvrsn=2>
- Cruise Lines International Association, CLIA (2016): *2016, State of Cruise Industry Outlook* [Archivo PDF]. Recuperado de: https://www.cruising.org/docs/default-source/research/2016_clia_sotci.pdf?sfvrsn=6
- Cruise Lines International Association, CLIA (2017): *2018, State of Cruise Industry Outlook* [Archivo PDF]. Recuperado de: <https://cruising.org/docs/default-source/research/clia-2018-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=2>
- Cruise Lines International Association, CLIA (2017): *Statistics & Markets Europe 2016*, CLIA Europe Statistics 2016, 23 de marzo, IRN Research [Archivo PDF]. Recuperado de: https://www.cliaeurope.eu/images/downloads/CLIA_Europe_Stats_and_marts_2016_V4.pdf

- Cruz Ruíz, E. D. (2014): *Análisis de las tipologías de cruceristas en el puerto de Málaga según la percepción de la imagen, satisfacción y lealtad al destino turístico de la capital. Publicaciones y Divulgaciones Científicas.* (Tesis doctoral inedita). Universidad de Málaga, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, España.
- Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía (2016): *Turismo de Cruceros en Andalucía. Año 2016* [Archivo PDF]. Colección Demanda Turística en Andalucía. Segmentos Turísticos. Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deportes. Junta de Andalucía. Recuperado de: https://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/cruceros_2016.pdf
- Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía (2018): *Turismo de Cruceros en Andalucía, Tabla mensual de febrero de 2018* [Archivo PDF], 28 de marzo, Consejería de Turismo y Deporte, Junta de Andalucía. Recuperado de: http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/estadisticas/perfil_prof_cruceros_feb18.pdf.
- Exceltur (2017): *URBANTUR 2016. Monitor de Competitividad Turística de los Destinos Urbanos Españoles* [Archivo PDF], mayo 2017. Recuperado de: <http://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2017/06/URBANTUR2016-240517-documento.pdf>
- Fernandez Miranda, R. (2012). "Auge y análisis crítico del turismo del turismo de cruceros en la globalización" (2ª Parte), *Investigación y comunicación para el desarrollo, ALBA SUD*, 1-33.
- García, I. (2013): *Gestión de Empresas de Transporte Turístico*, Editorial Síntesis, Madrid.
- Guadalquivir Navegable Blogspot (2017): *Página Principal del Blog*, publicación del 04 de septiembre, Disponible en: <https://guadalquivirnavegable.blogspot.com/2017/> (Consultado: 02/05/2018).
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (2018): *Andalucía pueblo a pueblo. Fichas Municipales*, Última actualización el 14 de marzo, Consejería de Economía y Conocimiento, Junta de Andalucía. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/ficha.htm?mun=41091> (Consultado: 10/03/2018)
- Murias López, R. (2002): *La industria del crucero en el siglo XXI. Implicación en los puertos españoles y perspectivas de futuro.* (Tesis doctoral inedita). Universitat Politècnica de Catalunya, Departament de Ciència i Enginyeria Nàutiques, España.
- Organización Mundial del Turismo, OMT (2015): *UNWTO eLIBRARY: Turismo de cruceros - Situación actual y tendencias*, e-unwto.org. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284412402> (Consultado: 25/02/18)
- Organización Mundial del Turismo, OMT (2015): *Entender el turismo: Glosario básico*, Disponible en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (Consultado 27/02/2018).
- Red Logística de Andalucía (s.f): *Distribución de mercancías desde el sistema portuario a toda Europa. Número de puertos y tráfico anual tm.* Agencia Pública de Puertos de Andalucía. Consejería de Fomento y Vivienda. Junta de Andalucía. Disponible en: <http://redlogisticadeandalucia.es/red-de-areas-logisticas/>. (Consultado: 10/04/18)
- Research Centre for Coastal Tourism. (2012): "Cruise Tourism. From a board perspective to a focus on Zeeland", v.4.
- Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía, SAETA (2014): *Datos Básicos del Turismo en Andalucía por Provincias. Turismo en Sevilla. Junio 2014* [Archivo PDF], 01 de agosto, Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Junta de Andalucía. Recuperado de: http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/estadisticas/perfil_prof_sevilla_jun14.pdf
- Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía, SAETA (2015): *Datos Básicos del Turismo en Andalucía por Provincias. Turismo en Sevilla. Diciembre de 2014* [Archivo PDF], 2 de febrero, Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Junta de Andalucía. Recuperado de:

http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/estadisticas/perfil_prof_sevilla_dic14.pdf

Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía, SAETA (2016): *Datos Básicos del Turismo en Andalucía por Provincias. Turismo en Sevilla. Diciembre de 2015* [Archivo PDF], 01 de febrero, Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Junta de Andalucía. Recuperado de: http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/estadisticas/perfil_prof_sevilla_dic15.pdf

Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía, SAETA (2017): *Datos Básicos del Turismo en Andalucía por Provincias. Turismo en Sevilla. Diciembre 2016* [Archivo PDF], 1 de febrero, Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Junta de Andalucía. Recuperado de: http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/estadisticas/perfil_prof_sevilla_dic16.pdf

Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía, SAETA (2018): *Datos Básicos del Turismo en Andalucía por Provincias. Turismo en Sevilla. Diciembre 2017* [Archivo PDF], 1 de febrero, Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía, Junta de Andalucía. Recuperado de: http://www.juntadeandalucia.es/turismoydeporte/publicaciones/estadisticas/perfil_prof_sevilla_dic17.pdf

Sistema de Análisis y Estadística del Turismo de Andalucía, SAETA (2016): *Turismo de Cruceros en Andalucía. Año 2016* [Archivo PDF]. Empresa Pública para la Gestión del Turismo y del Deporte de Andalucía. Colección Demanda Turística en Andalucía. Segmentos Turísticos. Publicación Oficial de la Consejería de Turismo y Deportes. Junta de Andalucía. Recuperado de: https://www.turismoandaluz.com/estadisticas/sites/default/files/cruceros_2016.pdf

Turismo Sevilla (2018): *Sitio Web Oficial: Cruceros por el Guadalquivir*. Recuperado de: <https://www.turismosevilla.com/guia/excursiones-y-visitas-guiadas/cruceros-por-el-guadalquivir>, (Consultado 20/04/18).

Vargas-Molina, J. (2014): "Consecuencias del megaproyecto de dragado de profundización en el sistema socio-ecológico del estuario del Guadalquivir, España". *Agua y Territorio*, 4, 22-34.

Villar Lama, Arsenio (2016-2017): *Sistemas Turísticos de Sevilla* [Material de Clase]. Departamento de Geografía Física y Análisis Geográfico Regional, Facultad de Turismo y Finanzas, Universidad de Sevilla.

Wild, P., & Dearing, J. (2000): Development of and prospects for cruising in Europe. *Maritime Policy & Management*, v.27, n.4, 315-333.

OTRAS FUENTES DOCUMENTALES

- ABC de Sevilla (2016): "El crucero "Braemar": lujo flotante en el Guadalquivir", *sevilla.abc.es*, 21 de Julio, http://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-crucero-braemar-lujo-flotante-guadalquivir-201607210912_noticia.html (Consultado: 02/05/18).
- ABC de Sevilla (2017): "Las escalas de crucero crecen un 43% en Sevilla en cinco años", *sevilla.abc.es*, 25 de julio, http://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-escalas-cruceros-crecen-43-por-ciento-sevilla-cinco-anos-201707242321_noticia.html (Consultado: 12/05/2018).
- ABC de Sevilla (2017): "Sevilla, la mejor ciudad del mundo para visitar en 2018 según la editorial <<Lonely Planet>>", *sevilla.abc.es*, 24 de octubre, http://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-sevilla-mejor-ciudad-mundo-para-visitar-2018-segun-lonely-planet-201710241823_noticia.html (Consultado: 15/04/18).
- Antena 3 Noticias (2012): "El puerto de Sevilla recibe al crucero más grande tras un amplio operativo", *antena3.com*, 24 de Agosto, http://www.antena3.com/noticias/sociedad/puerto-sevilla-recibe-crucero-mas-grande-amplio-operativo_201208225746f8dd4beb287180b9104a.html (Consultado: 05/05/2018).
- Diario de Sevilla (2017): "El Ayuntamiento impulsa un foro de turismo de cruceros para ampliar sus bases en el río", *diariodesevilla.es*, 5 de marzo, http://www.diariodesevilla.es/sevilla/Ayuntamiento-impulsa-foro_0_1114689184.html (Consultado: 04/05/2018).
- Diario de Sevilla (2018): "Menos cruceros vendrán a Sevilla este año y el "Azamara" regresa en octubre", *diariodesevilla.es*, 7 de febrero, http://www.diariodesevilla.es/sevilla/cruceros-vendran-Sevilla-Azamara-regresa_0_1216378846.html (Consultado: 12/04/2018).
- Europa Press (2017): "La Junta apuesta por potenciar el turismo de cruceros con nuevas herramientas de comercialización y promoción", *Europapress.es*, 15 de junio, <http://www.europapress.es/andalucia/cadiz/noticia-junta-apuesta-potenciar-turismo-cruceros-nuevas-herramientas-comercializacion-promocion-20170615124629.html> (Consultado: 08/04/18).
- Europa Press (2017): "Sevilla impulsa un foro de turismo de cruceros y estudia el aumento de sus bases estables en el río", *Europapress.es*, 05 de Marzo, <http://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-sevilla-impulsa-foro-turismo-cruceros-estudia-aumento-bases-estables-rio-20170305104706.html> (Consultado: 12/04/2018).
- Hosteltur (2017): "Infografía: perfil del crucerista español", *Hosteltur.com*, 25 de enero, https://www.hosteltur.com/120119_infografia-perfil-crucerista-espanol.html (Consultado: 19/03/2018).
- Hosteltur (2018): "Los cruceros generan más de 100.000 M € anuales a nivel mundial", *Hosteltur.com*, 12 de marzo, https://www.hosteltur.com/127059_cruceros-generan-100000-m-anuales-nivel-mundial.html (Consultado: 02/04/2018).
- Hosteltur (2017): "Optimismo para el emisor español ante un nuevo perfil de crucerista", *Hosteltur.com*, 12 de octubre, https://www.hosteltur.com/124572_optimismo-emisor-espanol-nuevo-perfil-crucerista.html (Consultado: 26/03/2018).
- 20 Minutos (2007): "Sevilla ocupa el puesto número 60 de las ciudades más visitadas del mundo", *20minutos.es*, 11 de diciembre, <https://www.20minutos.es/noticia/320065/0/turismo/ciudad/sevilla/> (Consultado: 20/04/18).

Anexos

ANEXO I

Encuesta a turistas en relación con el estudio sobre el turismo de cruceros en la ciudad de Sevilla
(VERSIÓN EN INGLÉS)



This questionnaire aims to find out the opinions and evaluations of tourists in Seville about river cruise tourism. The results will be used in the end-of-degree work "Cruise Tourism. Weaknesses, Threats, Opportunities and Strengths of the Sector in the City of Seville".

Age _____

Gender (M/F) ___

Country Origin: _____

DURATION OF THE TRIP: _____

¿How do you usually plan your trip? By yourself: ___ By travel agency: ___

Who with are you traveling? Family: ___ Friends: ___ In couple: ___ Others: _____

¿Is it your first time traveling on a cruise? Yes__ No__

In the case, you answered "no" the last question ¿How many times have you travel on a cruise?

¿Is it your first time traveling on a river cruise? Yes__ No__

In the case, you answered "no" the last question ¿How many times have you travel on a river cruise?

¿Why did you decide to travel on a cruise?

¿Is it the first time that you visit Seville? Yes__ No__

¿How many hours do you have to visit the city?

¿Which is the itinerary of your cruise?

¿What do you like the most about traveling on a cruise?

¿Do you have any negative aspect to tell about your trip?

THANK YOU FOR YOUR COLABORATION

ANEXO II

Entrevista a agencias de viajes en relación con el estudio sobre el turismo de cruceros en la ciudad de Sevilla.



Esta entrevista tiene como objeto la recopilación de datos e información relevante a través de las agencias de viajes sobre el turismo de cruceros en general y al fluvial en particular, en la ciudad de Sevilla. Los resultados serán utilizados en el trabajo de fin de grado "El Turismo de Cruceros. Debilidades, Amenazas, Oportunidades y fortalezas del sector en la ciudad de Sevilla".

NOMBRE DE LA AGENCIA DE VIAJES:

1. ¿Qué porcentaje de clientes contratan habitualmente cruceros turísticos?
2. ¿Podría indicar el tipo de perfil del cliente?

EDAD	18-40 años	41-60 años	+ 61 años	
Procedencia	Sevilla	Andalucía	España	Europa

- Motivaciones principales de contratar un crucero turístico:

3. ¿Cuáles son los destinos más demandados?
4. ¿Cuál es el crucero más caro que se suele contratar?
5. ¿Cuál es el crucero más barato que se suele contratar?
6. ¿Qué tipo de cruceros se suelen demandar más en función del precio?
7. ¿Cuáles son las compañías más demandadas?
8. ¿Cómo suelen contratar los cruceros turísticos, online o presencialmente?
9. ¿Cuál es la duración media de los cruceros que suelen contratar?
10. ¿Cuál es el porcentaje de clientes que repiten la experiencia?
11. ¿Considera que el dragado del río Guadalquivir supondría una mejora de la oferta turística en esta materia?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN