Manuel Butler Halter^{*}
Rubén López Pulido^{**}

LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL SECTOR DE CRUCEROS

El sector de cruceros es la categoría del mercado de ocio de mayor crecimiento mundial con una previsión de demanda esperada de 27.200.000 cruceristas para 2018. Estados Unidos representa el 51 por 100 de la demanda mundial lo que le convierte en el principal emisor a nivel mundial. Dentro de Europa, España es el segundo destino de cruceristas de EE UU y Barcelona el primer puerto de Europa y cuarto del mundo con más de 2.680.000 cruceristas en 2017. Este artículo analiza el impacto de la actividad económica de este sector clave.

Palabras clave: turismo, cruceros, estrategias de mercado, marketing, impacto económico.
Clasificación JEL: F12, L12, L92.

1. Turismo de cruceros: situación del mercado y coyuntura

El sector de cruceros es la categoría del mercado de ocio de mayor crecimiento mundial. Con un crecimiento compuesto anual del 6,5 por 100, la previsión de la demanda mundial se estima en 27.200.000 para 2018. La demanda de cruceristas en EE UU es del 51 por 100, lo que le convierte en el principal emisor de turistas de crucero a nivel mundial. Cruise Lines International

Association (CLIA) es la mayor organización del sector de cruceros. Representa a más de 50 compañías de cruceros (más del 95 por 100 de la capacidad mundial), con 449 barcos y 471.000 camas (incluyendo las de cruceros fluviales), aglutinando a más de 25.000 agentes de viajes especializados en cruceros y más de 340 socios ejecutivos (destinos, empresas consignatarias, etc.). La Oficina Española de Turismo (OET) en Miami, dependiente del Instituto de Turismo de España (Turespaña) del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital (Minetad), es socio de CLIA desde 2016. Miami es *de facto* la capital mundial de este sector.

Con vistas a 2019, el Observatorio Cruise Market Watch estima que 27.300.000 cruceristas disfruten de sus vacaciones en estos barcos en todo el mundo, de los cuales el 55,8 por 100 provendrá de Norteamérica, el 25,1 por 100 de Europa y el 19,1 por 100 del resto del mundo.

* Ingeniero Naval. Director General del Instituto de Turismo de España (Turespaña), Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

** Ingeniero Naval. Jefe de Publicidad y Redes Sociales del Instituto de Turismo de España (Turespaña), Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital.

Los autores agradecen a CLIA España y al Colegio Oficial de Ingenieros Navales y Oceánicos toda su colaboración y aportación de estadísticas. En particular a Félix García de Paz, Director de la Oficina Española de Turismo en Miami y a todos los miembros de la misma.

CUADRO 1
INVERSIÓN EN LANZAMIENTO DE NUEVOS BUQUES, 2015-2018

Año completo	Barcos	Camas	Inversión Millones de euros
2015.....	7	18.930	3.335
2016.....	11	28.546	5.475
2017.....	6	22.124	3.936
2018.....	7	23.708	4.211
Total	31	93.308	16.957

NOTA: En www.cruising.org. Consultado en marzo de 2018.

FUENTE: *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, CLIA, 2015.*

Aumentar la capacidad de los buques es uno de los principales objetivos de las compañías de crucero. Según CLIA, la inversión destinada en los últimos años al lanzamiento de nuevos buques ha sido de 40.000 millones de dólares (Cuadro 1). Además, a medida que el producto va madurando, en la última década se observa una tendencia hacia la diversificación y especialización por productos, resultando buques por una parte más reducidos, que sean capaces de ofrecer experiencias únicas y muy orientados a nichos de mercado de muy alto valor añadido, y buques de mayor GT (*gross tonnage*, arqueado bruto o tonelaje del buque: una medida no lineal de sus espacios internos como capacidad de transporte) orientados a los turistas que hacen un crucero por primera vez (primerizos).

En concreto, los agentes de viajes y turoperadores del sudeste de Estados Unidos consultados desde la OET en Miami en primavera de 2017 aportan la siguiente información:

— Europa occidental encabeza la lista de destinos más demandados para la temporada de verano 2017.

— Dentro de Europa, destacan principalmente España, Italia y Francia, seguidos de Reino Unido y Portugal.

— El nivel de reservas se mantiene respecto al año pasado, sin incrementos ni reducciones notables. Solo

unos pocos han experimentado un aumento y lo sitúan en torno al 15-20 por 100.

— En España, los destinos más visitados por los turistas estadounidenses son, con diferencia, Barcelona, Madrid y Sevilla. También son populares el País Vasco y Santiago de Compostela. Algunos mencionan Asturias y Extremadura. Por su parte, los productos más demandados son la enogastronomía, la cultura española y el arte y museos, en ese orden. Les siguen los cruceros y los eventos especiales, las compras y los Paradores Nacionales. Por último, se mencionan también el golf y el turismo rural y de naturaleza, aunque son minoritarios.

— Por lo general, los turistas reservan con una antelación de tres a nueve meses. Aunque las reservas de último minuto han aumentado ligeramente (no más de un 5 por 100), sigue prevaleciendo la dilatada planificación previa.

— En cuanto a los cruceros, las reservas se mantienen al mismo nivel del año pasado. La antelación también suele oscilar entre tres y nueve meses.

En la última encuesta realizada por la Oficina Española de Turismo en Miami a las grandes navieras (Royal Caribbean, Disney Cruises, Holland America Line, Norwegian Cruise Line y Carnival Cruises) se obtuvieron los siguientes datos:

- El 85,7 por 100 encontraría útil tener una sección específica en la web de Turespaña spain.info sobre destinos de cruceros y noticias del sector en España.

- El 57,1 por 100 estaría interesado en realizar viajes de inspección a España.

- Entre los distintos puertos españoles, los de mayor interés para los planes de negocio a corto plazo son: Gijón (100 por 100); La Coruña, Vigo y Bilbao (80 por 100); Santander (40 por 100); y Ferrol y Villagarcía (20 por 100).

- Entre los puertos del sur destacan Sevilla, Cádiz y Málaga (85,7 por 100); seguidos de Huelva (71,4 por 100); Almería y Motril (42,9 por 100); y por último, Ceuta y Melilla (14,3 por 100).

- En cuanto a las islas: el interés mayoritario recae, primero, en los puertos de Palma de Mallorca, Alcudia y Sóller en Baleares, y el puerto de Rosario en Fuerteventura (57,1 por 100); segundo, los puertos de Santa Cruz de la Palma en Tenerife y los puertos de Mahón y Ciudadela en Menorca (28,6 por 100); y por último, los puertos de Ibiza y Formentera, también en Baleares (14,3 por 100).

- Los encuestados coinciden en afirmar que los puertos del sur de España, junto con Barcelona y Palma de Mallorca, son los que presentan mayor potencial de cara a sus planes de negocio.

- Más del 50 por 100 considera que el Mediterráneo (España, Italia y Francia) seguirá liderando la tendencia de viajes a medio-largo plazo. Otros destinos destacables son el Caribe, con especial atención a Cuba, y Asia, que sigue creciendo (Gráfico1).

A continuación, se resumen las estimaciones en los meses de invierno de 2017 para la demanda norteamericana:

- Ampliación de la capacidad mediante la renovación de la flota existente. Holland America Line, Norwegian Cruise Line o Crystal Cruises son algunas de las compañías que están llevando a cabo inversiones superiores a 400.000.000 de dólares.

- Diversificación del producto para ofrecer experiencias únicas. Un ejemplo son los *Pop Culture Theme*

GRÁFICO 1

MERCADO POR DESTINO EN EL MUNDO EN PORCENTAJE , 2016

FUENTE: *Europe Statistics and Markets*, CLIA, 2016.

Cruises (cruceros temáticos sobre distintas personalidades/*tv shows*) que pretenden atraer a un público joven (especialmente el *millennial* y la generación X) que de otra manera no se plantearía hacer un crucero. Estas generaciones de jóvenes presentan la ventaja de que su ventana de consumo es muy amplia y permiten rebajar la edad media del cliente de cruceros.

— Desarrollo de servicios integrados (entretenimiento, restauración de alto nivel con *chefs gourmet*, medicina marítima, etc.), ampliación de los espacios al aire libre (*alfresco experiences*) o la explotación y mejora de las terminales portuarias. Se incluyen a bordo marcas de productos que atraigan a los nuevos consumidores. Marcas como Freixenet, Enate, Mahou-Cervezas Alhambra, Conservas Ana María, Inés Rosales, Ingapan y Solfrío han participado

con este propósito en la feria Seatrade 2017 (Miami), la principal cita mundial de cruceros.

— Inclusión de nuevos puertos en los itinerarios ofertados, y mayores posibilidades de excursiones en tierra, necesarias para que los clientes que ya han hecho un crucero repitan.

— Creación de paquetes personalizados que permitan, por ejemplo, contratar estancias pre o pos-crucero en la ciudad o los alrededores del puerto base, Internet, bebidas u otras comodidades a bordo. La extensión en el puerto base tiene un peso muy significativo en el impacto económico en los destinos, y permite suavizar las relaciones con los empresarios hoteleros locales, que ven a las navieras en muchas ocasiones como competencia.

— La percepción cultural del destino se considera, cada vez más, un factor decisivo para la reserva de cruceros, especialmente en el Mediterráneo y Europa. No así en el Caribe.

— La posibilidad de poder llegar en coche hasta el puerto base amplía la demanda potencial para la reserva de cruceros, al incorporar una mayor población de consumidores en un radio máximo de 200-300 Km.

— La intermediación, especialmente los agentes de viajes, dada la complejidad (hay muchas variables) y el precio final del paquete del crucero, refuerza su papel en la cadena de valor del crucero turístico. Los cruceristas informan de altos niveles de satisfacción con su experiencia de viaje cuando son asistidos por un agente de viajes, pues desarrollan una esencial labor consultora.

— Crecimiento de la demanda de cruceros de lujo, en línea con las vacaciones terrestres, siguiendo la tendencia del mercado turístico de orientarse a los dos extremos: bajo coste y lujo.

— Mayor demanda de cruceros fluviales, sobre todo por la proximidad respecto al lugar de residencia del turista y las facilidades de desplazamiento y abaratamiento de costes que esto supone. Para 2017 la cartera de pedidos se ha incrementado en 13 nuevos barcos fluviales, lo que supone un aumento del 7 por 100.

— Dentro de la especialización antes señalada, destacan los cruceros de expedición (por ejemplo, a la Antártida) para el público más aventurero.

— Construcción de puertos específicos para ofrecer experiencias únicas. Un ejemplo es el Harvest Caye Cruise Port, desarrollado por Norwegian Cruise Line.

— El Caribe y la zona de Australia/Pacífico se mantienen como destinos populares y Europa (Mediterráneo) se consolida. Por otro lado, Cuba acumula incrementos del 156 por 100 en 2010-2015 y suma 300.000 llegadas en el primer trimestre de 2016, por lo que se prevé un desvío notable de turistas estadounidenses. Asimismo, Alaska se presenta como destino estrella para 2017 y 2018.

— Los puertos europeos apuestan por descuentos y promociones atractivas para los cruceristas, por lo que se prevé un crecimiento muy positivo durante todo 2017.

2 El mercado español y los principales destinos nacionales

Dentro de Europa, España es el segundo destino de cruceristas de EE UU con una cuota del 22 por 100. En 2017, España alcanzó un nuevo récord histórico de 9.000.000 de cruceristas, lo que supuso un incremento del 3,4 por 100 respecto al año anterior. Hay que tener en cuenta que el 45 por 100 de los cruceristas estadounidenses amplía sus vacaciones con pernoctaciones en las ciudades o el entorno del puerto base. En concreto, de los estimados 126.500 cruceristas estadounidenses que arribaron a España en 2015, el 30 por 100 realizó al menos una pernoctación previa a la salida desde el puerto de Barcelona.

Existen tres grandes empresas norteamericanas de cruceros con puertos base y/o escala en España: Carnival Cruises, Royal Caribbean International y Norwegian Cruise Line. En lo referente a las rutas, se ofrecen escalas en un total de 22 puertos españoles de escala (15 en el Mediterráneo, cuatro en el Cantábrico y tres en las islas Canarias), siendo dos de ellos también puertos base: Barcelona y Málaga.

GRÁFICO 2

NÚMERO DE CRUCEROS EN ESPAÑA POR PUERTO, 2015-2016

FUENTE: Puertos del Estado.

El ente público Puertos del Estado certifica el buen comportamiento de los destinos mediterráneos, especialmente Barcelona (primer puerto de Europa y cuarto del mundo con 2.680.000 cruceristas) e Islas Baleares (tercer puerto europeo con 1.950.000), que concentran el aumento del 51 por 100 en la llegada de cruceristas. Todas estas cifras corresponden a 2016.

Otros destinos importantes son Málaga y Valencia, con 444.000 y 403.000 cruceristas, respectivamente; así como Cartagena o Almería, con cifras menores, pero con incrementos interanuales muy notables. Los puertos situados en el Atlántico y las islas Canarias experimentaron retrocesos, según Puertos del Estado. Sin embargo, algunos de los puertos situados en la fachada cantábrica lograron crecimientos de dos dígitos, como es el caso de Bilbao (+22,7 por 100).

Sumados los pasajeros de Barcelona, de las islas Canarias y de Islas Baleares, los puertos españoles aportaron cerca del 22 por 100 de los cruceristas que

CUADRO 2

PERFIL DEL TURISTA NORTEAMERICANO DE CRUCEROS

Edad media: 49 años

Renta media anual: 114.000.000 de dólares

Principales motivaciones:

- Mejor manera de relajarse y desconectar (88%)
- Ofrece algo para todo el mundo, y fácil de planificar y reservar (80%)
- Posibilidad de visitar varios destinos (78%)
- Experiencia única y diferente (75%)
- Enriquecimiento cultural (65%)

Reserva: Mediante agencia de viajes (70%)

Antelación: 4-18 meses

FUENTE: CLIA, 2016

GRÁFICO 3

GASTO DIRECTO DE EUROPA, 2015
(En miles de millones de euros)

NOTA: El gasto total supone 16.890 millones de euros.

FUENTE: CLIA, 2016.

se movieron en los 24 principales puertos europeos en 2016. En este sentido, CLIA Europa corrobora la consolidación de España como segundo destino europeo de preferencia para los cruceristas internacionales, solo por detrás de Italia.

La tendencia para España según Puertos del Estado es que el tráfico de cruceros seguirá creciendo en los próximos años a un ritmo entre el 1,5 al 3 por 100 acumulativo anual, pudiéndose superar los 9.500.000 cruceristas en 2020.

3. Impacto del gasto económico del sector cruceros en Europa y en España

Durante 2015, el impacto en clave de gasto directo del sector cruceros en Europa fue de 16.890 millones de euros, según CLIA Europa. Las principales fuentes de gasto derivaron de cuatro categorías, que pueden agruparse a su vez en dos: industrial y turística.

— Industrial: la construcción y mantenimiento de los buques (4.600 millones de euros en astilleros);

— Turística: i) las compras de bienes y servicios realizadas por las navieras (6.900 millones de euros), tales como comisiones de agencias de viajes, suministros, etc.; ii) salarios y beneficios para los empleados de las navieras, tripulaciones y personal de administración (1.550 millones de euros); y iii) el gasto de los cruceristas y las tripulaciones en destino (3.830 millones de euros), en excursiones, estancias pre o pos-crucero, vuelos, y otros gastos asociados a bienes de consumo, servicios y *merchandising* en puertos de embarque o escala (Gráfico 3).

Según CLIA, incluyendo las tarifas aéreas, los turistas embarcados en puertos europeos gastaron una media diaria de 292 euros, en comparación con la media mundial de 390 dólares. Excluyendo tarifas aéreas, el gasto promedio fue de 81 euros frente a 222 dólares (transporte, alojamiento y otros gastos de servicios en ciudades portuarias de embarque). Por otro lado, los cruceristas gastaron una media de 62 euros adicionales en los distintos puertos europeos de su itinerario, mientras que la media mundial es de 86 dólares (Cuadro 3).

CUADRO 3

DESGLOSE DEL IMPACTO DIRECTO POR GASTO MEDIO DIARIO, 2015-2016

Gasto de cruceristas		Gasto de tripulaciones
Europa (en euros)		
En puerto base (con vuelo).....	292	—
En puerto base (sin vuelo).....	81	—
Excursiones y otros en puertos de escala.....	62	23 euros por tripulante
Mundo (en dólares EE UU)		
En puerto base (con vuelo).....	390	—
En puerto base (sin vuelo).....	222	—
Excursiones y otros en puertos de escala.....	86	—

FUENTE: *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, 2015, CLIA, 2016.*

En 2015, el impacto del sector cruceros en la hostelería, la restauración, los bares y los locales de entretenimiento alcanzó los 423.000.000 de euros (Cuadro 4); en el transporte, excluyendo los empleados directos de las líneas de cruceros y sus salarios, pero incluyendo turoperadores y agentes de viajes, contabilizaron el 23 por 100 de los gastos directos, el 13 por 100 de los empleos directos y el 16 por 100 de los impactos de compensación. Tal y como muestra el Gráfico 4, los gastos directos generados por las líneas de cruceros triplicaron los gastos totales de los pasajeros.

España se encuentra entre los cinco primeros países europeos con mayor gasto directo (1.323 millones de euros), por detrás de Italia (4.554 millones de euros), Reino Unido (3.260 millones euros) y Alemania (2.946 millones de euros), y ligeramente por delante de Francia (1.238 millones de euros) (Gráfico 5). Cabe señalar que, de entre estos mercados, España es el país con la mayor tasa de crecimiento negativo (Cuadro 6) desde 2012 (-6,6 por 100 en el período de cinco años, de 2012 a 2016), pues el impacto directo en España es principalmente atribuible

a los gastos de naturaleza turística, y dentro de ésta la demanda nacional tiene un gran peso, por lo que se deja notar la fuerte caída de consumo en el período 2012-2014. A pesar de que la expansión del sector en Europa se ha ralentizado en ese período, debido a la caída en el consumo (turismo) y la fuerte competencia de los astilleros surcoreanos y japoneses (industria), la tendencia general es de crecimiento. Prueba de ello son los incrementos en el número de embarcaciones y de cruceristas (7,6 por 100). El gasto medio de pasajeros y tripulaciones aumentó un 5,4 por 100 en 2014, tras las caídas de años anteriores. El incremento de 195.000.000 de euros en el gasto de cruceristas y tripulaciones representó casi el 80 por 100 del aumento neto en el gasto total del sector durante 2015.

En 2017, la demanda europea (UE28 más Rusia y Turquía) ascendió a 6.900.000 cruceristas. En estos términos, los países que más destacan son: Alemania (2.200.000 cruceristas), Reino Unido e Irlanda (2.000.000), Italia (800.000), España (500.000) y Francia (500.000) en el top 5. En el Cuadro 6 se refleja

CUADRO 4

GASTO DIRECTO DE EUROPA EN EL SECTOR DE LA INDUSTRIA, 2015
(En millones de euros)

Industria	Gasto	Empleos	Compensación
Agricultura, minería y construcción	21	171	4
Manufacturas.....	7.932	44.337	1.738
Productos perecederos	1.860	6.836	244
Productos no perecederos	6.072	37.501	1.494
Comercio mayorista y minorista	760	10.527	210
Transporte y servicios	3.893	23.158	847
Hostelería	423	6.633	148
Servicios financieros y empresariales	1.639	13.958	473
Servicios públicos y privados	670	9.657	274
Subtotal	15.338	108.441	3.694
Empleados de líneas de cruceros	1.548	67.035	1.548
Total	16.886	175.476	5.242

FUENTE: *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, 2015, CLIA, 2016.*

GRÁFICO 4

GASTO DIRECTO EN EUROPA POR SUBSECTORES ECONÓMICOS, 2014

FUENTE: *Cruise Direct Expenses in Europe by segments (Statista, 2017).*

GRÁFICO 5

GASTO DIRECTO POR PAÍSES, 2015
(En miles de millones de euros)

FUENTE: *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, 2015, CLIA, 2016.*

CUADRO 5

COMPARATIVA DE LAS PRINCIPALES DEMANDAS EUROPEAS, 2016

	Total pasajeros (en miles)	Camas noches (en miles)	Media de noches
Reino Unido e Irlanda.....	1.889	18.471	9,8
Alemania.....	2.018	18.042	8,9
Noruega.....	99	507	5,1
Suiza.....	138	1.238	9,0
Italia.....	751	5.649	7,5
Austria.....	115	958	8,3
España.....	486	3.558	7,3
Francia.....	574	4.450	7,8
Suecia.....	77	582	7,6
Dinamarca.....	36	294	8,2
Países Bajos.....	101	966	9,6
Bélgica.....	67	550	8,2
Otros.....	323	2.229	6,9
Total.....	6.674	57.494	8,6

FUENTE: *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2015, CLIA, 2016.*

CUADRO 6

CUOTA DE MERCADO, CRECIMIENTO DE CRUCERISTAS Y ESTANCIA MEDIA, 2012-2016

Aumento anual (%)	2012	2013	2014	2015	2016	Cinco años media % 2012-2016
Alemania.....	11,2	9,2	5,0	2,4	11,3	7,8
Reino Unido e Irlanda.....	0,1	1,5	-4,9	8,8	5,6	2,2
Francia.....	9,0	8,7	13,7	3,1	-6,2	5,7
Italia.....	-9,4	4,0	-3,1	-4,1	-7,1	-3,9
España.....	-18,1	-17,6	-4,3	2,8	4,2	-6,6
Suiza.....	8,1	15,7	-5,9	-2,2	0,0	3,1
Austria.....	3,8	17,6	-3,5	-7,1	1,8	2,5
Benelux.....	6,2	10,7	-0,2	-6,8	0,1	2,0
Escandinavia.....	6,0	-10,9	5,6	-24,3	-2,2	-5,2
Otros.....	20,9	20,2	-0,6	-3,0	-2,9	6,9
Total.....	1,2	3,5	0,4	3,0	1,9	2,0

FUENTE: *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe, 2015, CLIA, 2016.*

la evolución entre 2012-2016 de los cinco países, que muestra un claro liderazgo de Alemania y Reino Unido, dado que ambos países crecen de manera constante desde 2014. Francia también experimenta mejoras más o menos constantes, aunque quedando bastante por detrás. España e Italia, más cercanos al pelotón que a la cabeza, continúan con su ritmo de crecimiento estable pese a la desaceleración general del mercado.

4. Impacto económico total

Al impacto directo hay que sumar los indirectos y los inducidos. El primero es el resultante del gasto que se deriva del gasto directo en bienes y servicios, como puede ser en transporte, restauración, hotelería, agua, electricidad, etc. El gasto inducido es el generado por el gasto de las familias sustentado por los empleados de las navieras. La producción total de todas las industrias afectadas por el sector de cruceros ha aumentado en un 16,4 por 100, pasando de 35.170 millones de euros en 2010 a 40.950 millones en 2015. Este aumento en la producción total es un dato de importancia ya que no solo refleja un crecimiento obvio en el gasto directo,

mentado anteriormente, sino una clara mejora en la productividad global del sector. En España destacan un incremento en los gastos directos en astilleros (reparaciones y mantenimiento) y en las compras de los turistas y tripulaciones, mientras que cae el gasto en aprovisionamientos y en servicios por parte de las navieras en los puertos españoles.

El sector, intensivo en capital, es un generador significativo de empleo. Por ejemplo, el gasto del sector europeo de cruceros generó indirectamente 131.000 empleos en 2015, mientras que los empleos totales generados se estiman en 360.000. Según CLIA Europa, por cada millón de euros de gasto directo se generan 2.420.000 euros de *output* y 21.000 empleos equivalentes. En España, según CLIA, se estiman en 28.500 empleos directos los generados por este sector¹.

¹ Es importante completar esta información con la que aporta el portal estadístico que se incluye. En especial para observar lo que supone el impacto indirecto e inducido en el empleo (por el gasto de los cruceros en Europa), así como su *output* Generado. Véase en: *Cruise Expenses in Europe, Employment generated* (Statista, 2017); Consultado en marzo de 2018 en <https://www.statista.com/statistics/306074/employment-generated-by-european-cruise-industry-expenditures/> y *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe. 2015 Edition* (CLIA, 2016).

CUADRO 7
PRINCIPALES DESTINOS DE LOS CRUCERISTAS, 2015

País	Nº de pasajeros	% del total
Italia.....	6.800.000	21,7
España.....	5.932.000	19,0
Grecia.....	4.176.500	13,3
Noruega.....	2.508.000	8,0
Francia.....	2.390.000	7,6
Portugal.....	1.278.300	4,1
Croacia.....	1.141.600	3,7
Reino Unido.....	1.017.000	3,3
Malta.....	530.000	1,7
Suecia.....	518.900	1,7
Total.....	31.304.800	100,0

FUENTE: *Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe 2015, CLIA, 2016.*

5. Conclusiones

La importancia del sector de cruceros radica en el impacto total económico y el empleo generados, así como en sus perspectivas de crecimiento para los próximos años. El cálculo del impacto total, esto es el sumar el inducido y el indirecto al directo, es clave en este sector y, a diferencia de otros del turismo, es mucho más intensivo en capital.

El mercado es un mercado de oferta aún. En cuanto a su ciclo de vida (curva S), el producto «cruceros», dependiendo del mercado, está en general en plena expansión, con crecimientos acumulativos anuales mundiales esperados del 6,5 por 100 (principalmente por el empuje de la demanda en Asia).

Europa, y dentro de ella España, seguirá jugando un papel central, actualmente materializado en una cuota de demanda mundial del 30 por 100 por dos razones: *i)* la demanda europea de cruceros tiene mucho más recorrido que la norteamericana; *ii)* el vector cultural de los destinos europeos (Italia y España están el *top 3* mundial de los lugares patrimonio de la humanidad de la UNESCO), que atrae a

turistas de todo el mundo (es el principal destino de largo radio en EE UU y en China).

No hay que olvidar que el envejecimiento de las pirámides de población de las principales economías del mundo, y a pesar de los esfuerzos en sentido contrario de las navieras, permiten augurar un escenario favorable a los cruceros que, por su propia naturaleza, los hace más afines a las cohortes de población mayores de 55 años.

Además es un sector que por las regulaciones nacionales de los países más avanzados y la regulación internacional está haciendo una apuesta significativa en el concepto de sostenibilidad, mucho más importante que en el turismo en tierra. Esto es una garantía de futuro.

España, con unas excelentes infraestructuras aeronáuticas y de carreteras, así como de sistema portuario, tiene una oportunidad clara de crecer y participar más activamente en este negocio. No hay que olvidar que la industria agroalimentaria y el sector naval español tienen todas las cartas para jugar fuerte en este sentido, pues es un sector en el que se manifiesta más claramente la transversalidad del turismo.

Referencias bibliográficas

[1] BUTLER HALTER, M. (2008). *Turismo de cruceros, situación actual y tendencias*. Organización Mundial del Turismo.

[2] CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (2016). *2017 Cruise Industry Outlook*. CLIA. Recuperado el 1 de noviembre de 2017: <https://www.cruising.org/docs/default-source/research/clia-2017-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=0>

[3] CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (2016). *2015 Edition Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe*. CLIA. Recuperado el 1 de noviembre de 2017: <http://www.cruising.org/docs/default-source/market-research/2015-europe-economic-impact-study.pdf?sfvrsn=0>

[4] CRUISE LINES INTERNATIONAL ASSOCIATION (2016). *CLIA Europe Statistics and Markets*. Recuperado el 1 de noviembre de 2017: https://www.cliaeurope.eu/index.php?option=com_content&view=article&id=116&Itemid=173

[5] CRUISE CRITICS (2017). *Cruise Trends 2017: Cruise Critic's 10 Biggest Predictions*. Recuperado el 4 de noviembre de 2017 de <http://www.cruisecritic.com/articles.cfm?ID=2662>

[6] MARINE INSIGHT NEWS NETWORK (2016). *What does the Term «Port of Call» Mean?* Recuperado el 20 de noviembre de 2017 de: <http://www.marineinsight.com/life-at-sea/what-does-the-term-port-of-call-means/>

[7] PUERTOS DEL ESTADO (2017). *Nota de prensa Sea-trade 2017. Nuevo máximo histórico: 8,7 millones de cruce-ristas en 2016*. Madrid: Ministerio de Fomento.

[8] SKIFT (2016). *Skift Survey: Nearly 25 of Americans Are Interested in Visiting Cuba Next Year*. Recuperado el 4 de noviembre de 2017 de <https://skift.com/2016/03/20/skift-survey-quarter-of-americans-interested-in-visiting-cuba-over-next-year/>

[9] TURESPAÑA (2017). *Encuesta Agentes y TT OO*. Jurisdicción Miami-Estados Unidos.

[10] TURESPAÑA (2017). *Encuesta a navieras*. Jurisdicción Miami-Estados Unidos.