

En el mundo
del turismo

El sector de cruceros el único que continúa evolucionando a pesar de la crisis

**El mercado español por
tercera vez consecutiva
supera los 500.000 pasajeros
y se convierte cuarto en
cruceros en Europa**

En el año 2009, el mercado emisor español de cruceros consiguió superar por tercera vez consecutiva la barrera del medio millón de pasajeros, convirtiéndose en el cuarto de Europa tras el Reino Unido, Alemania e Italia. En medio de una aguda crisis económica, los cruceros suavizaron su crecimiento en 2009 en nuestro país, incrementando sólo ligeramente el número de pasajeros respecto a 2008 gracias, sobre todo, a la propia autorregulación de las navieras. 2010 se presenta como un año de transición, donde la supervivencia es el principal objetivo para muchos operadores.

Mercado mundial de cruceros. Nuevos buques en 2010

El número de cruceristas a nivel mundial en 2010, según la mayoría de los analistas, se situará en alrededor de veinte millones de pasajeros, de los que el emisor americano, que aporta alrededor de 12 millones de clientes (un 57%), sigue siendo el dominante. Sin embargo, el emisor de mayor crecimiento es Europa, que supone ya un treinta por ciento del mercado, con más cinco millones de cruceristas previstos para 2010.

Los principales destinos de crucero a nivel mundial son, por orden

de importancia, el Caribe, que acumula un 33% de la capacidad y el Mediterráneo, con casi el 30%. Sin embargo, durante seis meses al año (verano y parte de primavera), el Mare Nostrum supera en oferta al Caribe, aunque sigue adoleciendo de una fuerte estacionalidad, que sin embargo disminuye año a año. Siguen en importancia, aunque a mucha más distancia, el norte de Europa, con un 8% de capacidad, y el Pacífico, Alaska y el Pacífico mejicano, todos con un 6%.

A pesar de que a nivel de resultados anuales las navieras han capeado la crisis dignamente, esta ha afectado profundamente a su estrategia futura. Y para muestra, un botón: en todo 2009 sólo se ha encargado un buque de cruceros. Además, se produjeron varias anulaciones (MSC Cruceros anuló los MSC Meraviglia y MSC Favolosa, NCL el gemelo del Norwegian Epic, etc). Y aunque 2010 ha comenzado más animado y ya se han firmado tres encargos, actualmente sólo 32 buques de crucero en construcción en varios astilleros,



casi todos europeos, que suponen alrededor de 70.000 nuevas camas. Pero esta capacidad añadida significa que el mercado deberá absorber, en los tres próximos años, una capacidad adicional de 3 millones de pasajeros.

De cara al 2010, hay un hecho fundamental. Si en 2009 se entregaron 9 buques, este año se entregarán 16 unidades, es decir, justo la mitad de los buques pendientes. Dicho de otra manera, este año, en plena crisis, las compañías tienen que captar un millón y medio de pasajeros adicionales en todo el mundo este año, lo que puede provocar un exceso de oferta en ciertos mercados. Entre ellos destaca el Allure of the Seas, un gemelo del mayor buque del mundo, el Oasis OTS. Costa, con dos buques, MSC, **NCL**, Holland America, incorporarán nuevas unidades este año, todas unidades grandes para 2.000 o más pasajeros.

Entre los afectados se encuentra Europa, ya que 12 de esos nuevos buques están destinados a operadores dirigidos al emisor europeo (principalmente Costa, Aida y MSC). Además, la llegada de estos buques supondrá el desplazamiento de unidades más antiguas a otros mercados nacionales secundarios, como la venta del Costa Europa a Thomson este mismo año, que lo explotará para el mercado inglés como Thomson Dream, el Norwegian Majesty, que opera ahora en el Mediterráneo como Louis Majesty, o la llegada del Grand Holiday a

España desde el mercado norteamericano.

Los grandes grupos navieros

El negocio de los cruceros está en manos grandes grupos navieros que controlan tres cuartas partes del mercado. El armador más importante es Carnival, que controla un 52% del mercado (mientras que en USA su cuota es del 55%), con una facturación de 13.157 millones de dólares en 2009. En España está presente en marcas como Costa e Iberocruceros. Un 3% de los alrededor de diez millones de pasajeros que transporta Carnival al año son españoles, y un 40% europeos.

El segundo clasificado en el ranking es el grupo Royal Caribbean, que controla un 22% del mercado mundial (con cuatro millones de pasajeros en 2010), aunque su peso en España es muy superior, gracias sobre todo a Pullmantur, con más

del 50%. Un 7% de los pasajeros del grupo Royal Caribbean son españoles y un 30% europeos. Como dato relevante, en 2009, el número de pasajeros transportados a bordo de los buques de Royal Caribbean International, Azamara Cruises, Pullmantur y Celebrity Cruises descendieron un 1,28% (47.000 personas), para un total de 3,970.000. La tasa de ocupación también bajó dos puntos, del 104,5% al 102,5%.

A una cierta distancia se encuentran **NCL** y MSC, aunque tienen a su favor disponer de flotas muy modernas. **NCL** pertenece al 50% a Apollo Ltd, (una empresa de capital riesgo que también es dueña de Oceania Cruises y de Regent Seven Seas Cruises) y a Star Cruises, y sobrepasó holgadamente el millón doscientos mil pasajeros en 2009, con una facturación de 1.900 millones de dólares y una cuota global de mercado de casi el 6%. Y todo esto a pesar de reducir su capacidad un 6%. MSC

Cruceros sobrepasó en 2009 por primera vez la barrera del millón de pasajeros en un año, con un crecimiento global del 36% en el número de pasajeros, y espera sobrepasar la cifra de 1,2 millones de viajeros este año. Su cuota global también está en torno al 6%.

Sin embargo, la diferencia entre Carnival y el resto de las cuatro grandes se ampliará en los próximos años dado que la mitad de la cartera de pedidos son encargos suyos. Como ejemplo, tres de los cuatro buques encargados en las últimas semanas han sido contratados por Carnival, que es el único armador con buques con entrega en 2013 y 2014); el restante será construido por cuenta de MSC Cruceros.

Continúa el éxito de los cruceros en España

El mercado de cruceros español ha entrado en una nueva fase más madura, con una penetración superior al 1,5% de la población. El mercado español se define un torno a dos grandes ofertas: los primeros cruceristas, que buscan sobre todo un buen precio (y además, un precio global), destinos conocidos e idioma español a bordo. Este segmento, denominado popular, tiene una competencia atroz, aunque se aprecia un cierto estancamiento de la oferta de la marca más vendida en los últimos años (Pullmantur), gracias sobre todo a la irrupción de Iberocruceros, que le está ganando cuota de mercado, y de Quail. Estos operadores están sufriendo más duramente la crisis económica española por su dependencia de nuestro mercado. Este segmento popular supone entre un sesenta y un setenta por ciento del mercado español.

Por otro lado, estamos asistiendo a la aparición de una masa crítica de cruceristas españoles habituales que se exigen buscan algo más en su viaje. En este segmento Premium, las marcas de referencia son Costa, MSC y Royal Caribbean, y se llevan la parte de león del mismo. Tienen además la ventaja de que su mercado emisor potencial es Europa, o incluso otros mercados, lo que les hace menos vulnerables a los vaivenes del mercado español. Sin embargo, los españo-



les comienzan a apostar por otras navieras como **NCL**, Princess, Holland America o Celebrity. Además, es en este nicho de mercado donde los operadores plantean ofertas más sabrosas. Royal Caribbean, por ejemplo, reconoce que han reducido los mismos del orden de un 15% aproximadamente a nivel global. Es más, en ciertas épocas del año, es complicado discernir si un operador está compitiendo por el segmento del crucero popular, o por su producto premium, dadas las ofertas. En algunos casos, la reducción de precios llegó hasta el 50% sobre los niveles de 2008, pero la parte positiva fue el mantenimiento del número de pasajeros.

Las navieras de lujo y superlujo tienen aún una escasa presencia en nuestro país. Pero como indicativo de la situación, los resultados de Latitud 4-Un Mundo de Cruceros mostraron un descenso del 15% en ventas en 2009.

Pullmantur

2009 fue un año complejo para Pullmantur. Por primera vez incorporó un buque del tamaño panamax a su flota, el Sovereign que ofreció cruceros de siete noches desde Barcelona todo el año. También incorporó un segundo buque, el Pacific Dream, que iba a ofrecer cruceros para el emisor mejicano desde Acapulco, que fueron anulados por la epidemia de la gripe A en el país azteca. En el pasado ejercicio también drenó de su flota las unidades más obsoletas (como el Atlantic Star y el Oceanic), depuró su concepto todo incluido e internacionalizó su producto sobre todo en Francia y en Hispanamérica. En lo referente a itinerarios, Pullmantur comenzó en la pasada primavera a

ofrecer cruceros al Atlántico desde Lisboa, primero con el Atlantic Star y luego con el Pacific Dream; y finalizó en otoño con el incremento de la oferta en el Caribe destinando dos buques: Pacific Dream y Ocean Dream. En total, Pullmantur transportó en 2009 alrededor de 340.000, con una cuota de mercado cercana entre el 45 y 50%, según las fuentes.

Para 2010, Pullmantur mantiene esencialmente la misma oferta que en 2009, con idénticos destinos, flota, y concepto "todo incluido" creciendo sólo un 18,98% esencialmente al computar el año completo del Pacific Dream, y sin incluir los cruceros para el mercado mejicano. Además, comercializa por primera vez los cruceros trasatlánticos (aunque sea parcialmente), y los de posicionamiento al Norte de Europa y Adriático. Otra novedad es que en el Mediterráneo oriental los cruceros estarán basados en El Pireo, siendo Venecia y Estambul puertos de escala. En el ámbito internacional, los cruceros para mejicanos desde Acapulco se iniciaran finalmente en junio de 2010 con el Ocean Dream; en Francia continuará la operación del Bleu de France, a pesar de los rumores de venta del buque, tras registrar más de 25.000 pasajeros en 2009; y los cruceros del Ocean Dream desde Cartagena de Indias son vendidos en toda Sudamérica.

Costa Cruceros

La naviera trasalpina siguió con su crecimiento sostenido en 2009, pero perdió el segundo puesto



del ranking nacional a manos de su filial Iberocruceros, con alrededor de 87.000 pasajeros y una facturación de 1.250€/pasajero de media. Sin embargo, dado el crecimiento de sus competidores más cercanos en el segmento Premium (MSC Cruceros y Royal Caribbean), se puede hablar sin temor de un cierto estancamiento de las ventas del operador transalpino en nuestro país en los últimos años. Por contraste, a nivel global, la progresión de Costa es imparable: en 2009 transportó a más de un millón trescientos mil pasajeros en sus buques, convirtiéndose en líder europeo de ventas, con más de 2.525 millones de euros de facturación. En junio del año pasado recibió dos nuevos buques: Costa Luminosa y Costa Pacífica, y este año ha recibido en febrero el Costa Deliziosa. En nuestro país ofrecerá cruceros desde Barcelona todas las semanas a bordo de los postpanamax Costa Concordia y Costa Pacífica, así como con el Costa Marina. También ofrece embarques en Palma de Mallorca. El abanico de puertos de escala de Costa Cruceros es muy amplio, gracias a su numerosa flota.

Para 2010, Costa Cruceros plantea crecer entre un 20 y un 25% en nuestro país. Su estrategia de innovación se encaminó a la creación de nuevos productos para sus clientes, como los cruceros por el Lejano Oriente; Dubai y Emiratos, o Canadá, ofreciendo uno de los abanicos de destinos más amplios del mercado español. Ya está en la calle su folleto 2011, en el que vuelve a ofrecer un crucero Vuelta la Mundo, en este caso en el Costa Deliziosa.





Iberocruceros

Tras la creación, en 2007, de Ibero Cruceros como "joint-venture" entre Iberojet y Carnival Corp. esta última tomó el control completamente del operador en mayo de 2009. Esta operación era algo que se veía venir, sobre todo tras el desembarco de un directivo del prestigio de Mario Martini. Tras su llegada, Iberocruceros transportó 120.000 pasajeros en 2009, con una agresiva política comercial que incluyó el refuerzo del equipo comercial, en el segmento más duro del mercado (primeros cruceristas, donde la competencia es casi exclusivamente por precio). En el pasado invierno, Iberocruceros afrontó la internacionalización de su oferta en otro mercado muy competitivo, el brasileño, como segunda marca de Costa en ese país. Y para la 2010, incrementará su flota con un nuevo barco, el Grand Holiday, que navegará desde Barcelona, además de ofrecer un nuevo destino, el Atlántico, desde Vigo y Cádiz. Su previsión es acabar 2010 con un crecimiento del 20%, hasta llegar a las 140.000 personas. Sin embargo, el incremento de su inventario, sin contar los cruceros desde Brasil, llega al 30,10%, superando por primera vez el millón de camas/día. Y es que Iberocruceros, según sus Director Comercial "está sembrando para 2011".

A diferencia de Pullmantur, su competidor más cerrado, Iberocruceros amplía su oferta en 2010 con nuevos puertos de embarque, con objeto de acercar el puerto de embarque a los cruceristas de amplias zonas de nuestra geografía, como Galicia, Andalucía y el País Vasco. Pero además ofrece itinerarios para cruceristas avezados, como un viaje a Groenlandia con un espectacular crucero de 15 días; o los itinerarios desde Bilbao, con posibilidad de visitar París, Londres y Amsterdam.

Entre las compañías del segmento de crucero popular, Iberocruceros es la única que no oferta el "todo incluido". Su presidente Mario Martini lo tiene claro: "No me gusta el todo incluido". Este año como novedad plantea un paquete de bebidas Iberoplus, que va a permitir sus clientes disfrutar de todas las bebidas a bordo por 16 euros al día.

MSC Cruceros

La naviera italo suiza MSC Cruceros continúa con su crecimiento en España, lo que le ha llevado a alcanzar los 67.000 pasajeros en 2009, con un crecimiento del 20%, en un nicho de mercado en el que tiene dos duros competidores: Costa y RCCL. Desde su desembarco en España en 2003, MSC ha multiplicado por 16 sus clientes en nuestro país. El responsable de esta compañía en España, Emiliano González, indica que "el mercado sigue respondiendo, a pesar de la crisis". En 2010, cuatro buques de MSC ofrecerán escalas semanales en temporada alta en puertos españoles: dos buques en Barcelona, martes y viernes; uno en Valencia, en lunes; y otro en Palma los sábados. Además MSC acaba de abrir oficina propia en Lisboa para captar pasajeros lusos. En total,

en 2010 ofrecerá embarques desde ocho puertos españoles, además de escalar en otros muchos, entre los cuales destacan Almería y Bilbao.

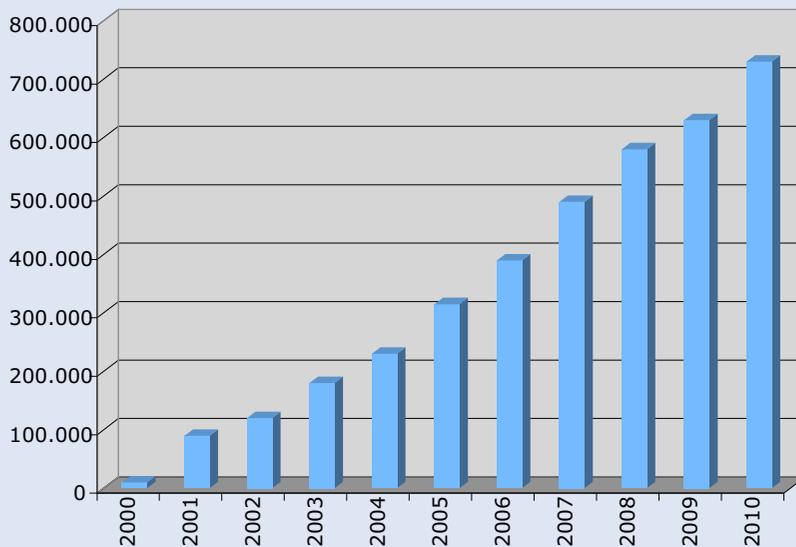
En el ámbito comercial, la MSC Cruceros continúa explotando la tarifa "Premia Prima" desde 2007, que premia la reserva con anticipación. Además, MSC Cruceros ha implantado una nueva estrategia comercial: las comisiones a las agencias de viajes van en función del cumplimiento de objetivos de incremento de ventas prefijados. Esta práctica ha provocado ciertas críticas de la competencia, aunque ha sido bien recibida en la distribución. Merced a esta política comercial, MSC Cruceros pretende alcanzar los 80.000 pasajeros en 2010, con un crecimiento de un 20%.

En lo referente a la flota, MSC Cruceros incorporó en 2009 el post panamax MSC Splendida y en febrero de 2010 añadió a su flota el panamax MSC Magnifica, el último buque de su cartera de pedidos. La crisis económica actual ha frenado el crecimiento vertiginoso de su flota: de sus once buques, diez fueron entregados después de 2002. Esta ralentización, que ha incluido la congelación de la construcción de dos buques en Francia, que sólo se levantó el pasado febrero tras la intervención personal del propio Sarkozy, puede significar a medio plazo un descenso en su cuota de mercado.

Royal Caribbean International

Royal Caribbean International siguió potenciando en 2009, en su cuarto año en nuestro país, su penetración en el mercado español. Su oferta desde España es una mezcla de cruceros cortos (o escapadas), cruceros de siete noches, y cruceros más largos desde Barcelona, y Málaga. En 2009 mantuvo desde Barcelona prácticamente la misma oferta que el año anterior: escapadas con el Navigator OTS, cruceros de siete noches con el Voyager, y cruceros largos por el Mediterráneo en el Brilliance of the Seas. En cuanto a España, Caribbean, Celebrity Cruises y Azamara Club Cruises, vendieron más de 60.000 plazas en 2009, lo que supone un crecimiento de un 30% respecto al 2008.

Evolución número pasajeros mercado español cruceros



La novedad 2009 fueron las escapadas desde Málaga del Navigator OTS, que se han revelado como un éxito, lo que ha provocado que para 2010 Royal Caribbean ofrezca durante todo el verano cruceros de siete noches hasta Civitavecchia, además de escapadas en primavera y otoño. Estos cruceros están destinados preferentemente al emisor andaluz y al madrileño, este último a través una alianza estratégica con el AVE. En Barcelona potenciará el producto Celebrity con los cruceros del Celebrity Century y del Celebrity Constellation.

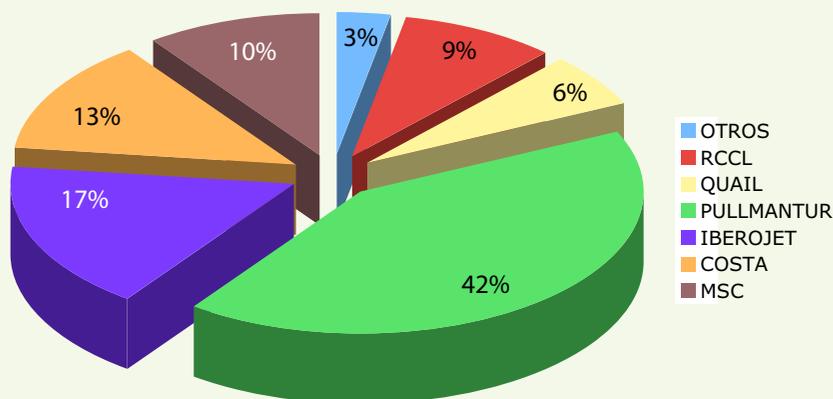
En cuanto a los precios, esta naviera ha realizado un importante esfuerzo de adaptación a las necesidades del mercado en cada momento, con precios para niños o las reducciones de los depósitos para facilitar las vacaciones a las familias. Además, este armador ha anunciado la presencia en Barcelona durante el verano 2011 del Liberty of the Seas, el buque de crucero más grande del mundo cuando fue inaugurado en 2007. Este buque sustituirá a otro leviatán, el Voyager of the Seas, que ha estado basado en Barcelona desde 2006 a 2010. Para el director de comunicación de Royal Caribbean, Marc Pedrol "el Liberty of the Seas será una revolución en el Mediterráneo, y ya no sólo para España sino para los demás mercados europeos también. El hecho de traer este magnífico barco refleja el interés de la compañía por Europa,

y por España. Es un argumento más para destacar frente a la competencia desde Barcelona y para convencer a los cruceristas que Royal Caribbean dispone de un mejor producto ideal para familias".

Quail Cruises

Esta naviera, que comenzó en 2008 a ofrecer cruceros con el Pacific, inició el 2009 con una dura noticia: la retirada de la clasificación del buque le llevó a este operador a un pleito con el anterior armador del mismo, lo que le mantuvo todo el año varado en Génova. Sin embargo, la desaparición de Vision Cruises le permitió hacerse con el Gemini, que basó en el Adriático, y posteriormente también fletó al Ocean Countess, que estuvo basado en Valencia, ambos ofreciendo viajes de siete noches con el reclamo "todo incluido", compitiendo en el segmento más básico del mercado con navieras mucho más consolidadas. Al final de 2009, más de 30.000 pasajeros habían viajado con Quail. Además, el Gemini se convirtió en el único buque fletado por un operador español que estuvo basado este pasado invierno en el Mediterráneo, con dos puertos de embarque: el buque zarpaba todos los domingos desde Valencia y todos los lunes desde Barcelona. Quail Cruises confiaba en los bajos coste de explotación del Gemini y su reducido tamaño, le permitieran acometer los rigores del invierno de los cruceros en España.

Mercado español de cruceros 209



Para 2010, Quail Cruises inauguró el año cambiando su nombre a Happy Cruises, y anunciando la incorporación del Ocean Pearl, un veterano buque construido en 1970, y posiblemente un tercer buque, que no se ha confirmado hasta el momento. Su oferta crecerá en 2010 un 38,4%, manteniendo su presencia en el Mediterráneo también en el invierno 2010-2011.

Otro operador que ha planteado una agresiva compañía de precios e imagen es **NCL**, cuyo director general Michael Zengerle indica que a pesar del complejo entorno económico, "2009 ha sido un año de éxito para **NCL**. En el mercado europeo en el ejercicio 2009, **NCL** experimentó un crecimiento de un 10% y también el mercado español creció el pasado año, "en el rango de un dígito", a pesar de una ligera reducción en la capacidad. "El año 2010 comienza asimismo con un buen ritmo de reservas hasta la fecha que nos hacen prever que los buenos resultados de la compañía continúen".

Los puertos de cruceros

También las cifras de cruceristas en los puertos contradicen la crisis de la economía española en general, y de turismo en particular. Además, son contradictorios con los desastrosos descensos en otros tráficos. Según la estadística de Puertos del Estado, los pasajeros de los buques de cruceros que pasaron por nuestros puertos superaron por primera vez los seis millones de pasajeros, alcanzado los 6.060.000 tras un crecimiento de un 3%. Sin embargo, el número de escalas descendió un 6,8 8% hasta 3.364 buques, continuando con la

tendencia de los últimos años: menos buques, pero más grandes. Barcelona encabeza la clasificación, con alrededor de 2.150.000 pasajeros (con un crecimiento de un 3,7%). En segundo lugar se encuentran los puertos de Baleares, que descendieron un 5,8% hasta los 1.240.000 pasajeros, seguido de los dos puertos canarios: Las Palmas, que tras un ascenso del 6,1% llegó a los 611.700 pasajeros, y Santa Cruz de Tenerife, que también subió un 4,2% para llegar a 580.600 personas. Pero el ascenso más vertiginoso lo protagonizó Málaga, que llegó a los 488.108 cruceristas tras subir un 38,2%, con 34 escalas más de buques de crucero sobre 2008, sobrepasando la barrera de las trescientas (302 concretamente).

El Port de Barcelona reafirmó su liderazgo europeo en el tráfico de cruceros en 2009, y su quinta posición a nivel mundial. El número de cruceristas ascendió un 3,74% hasta los 2.151.465, rompiendo por segundo año consecutivo la barrera de los dos millones de pasajeros. El número de escalas descendió un 10,53%, reflejando el impacto de los grandes buques de pasajeros que cada vez con más frecuencia atracan en los muelles de la Ciudad Condal. En carga, sin embargo, Barcelona descendió un 17% y en contenedores un 30%. Pero lo más importante es que 1.180.000 pasajeros embarcaron o desembarcaron en sus terminales, superando ampliamente a los que iban en tránsito (970.000 personas). Sólo en mayo y junio descendieron pasajeros y escalas respecto a 2008. En 2009, la Autoridad Portuaria de Barcelona invirtió 7.700.000 euros en cinco proyectos diferentes relacionados con los cruceros. Para

2010, será la base del nuevo buque de Ibero Cruceros, el Grand Holiday. Y para 2011, cuatro nuevos megabuques de cruceros estarán basados en Barcelona, lo que hace suponer un nuevo crecimiento: el Liberty of the Seas, Disney Magic (tras su anterior temporada en 2007), Carnival Magic y Norwegian Epic tendrán como base la Ciudad Condal.

Pero el crecimiento como base de cruceros de Málaga en el 2009 fue realmente asombroso, mostrando los réditos que las inversiones en infraestructuras portuarias para buques de crucero pueden producir. Durante 2009 un total de 488.108 cruceristas han arribado a Málaga en 302 escalas (34 más que el año anterior). Esta cifra supone un incremento del 38,32% de pasajeros de crucero respecto a 2008. Además, 17 buques han visitado por primera vez la instalación portuaria. Alrededor 81.200 pasajeros embarcaron o desembarcaron en Málaga en 2009, lo que supone un 17% del total, comparado con el 8% de 2008. En carga, sin embargo, Málaga descendió un 54% y en contenedores un 32%. En 2010 ya hay confirmadas 322 escalas, con lo que Málaga podría alcanzar 630.000 pasajeros, de los que 234.000 pasajeros embarcarían o desembarcarían en la capital de la Costa del Sol. Además, se rompe la estacionalidad con escalas periódicas durante el verano del Adventure of the Seas, del Pacific Dream y del Louis Majesty. Los principales clientes del puerto son Royal Caribbean con el Adventure of the Seas, Pullmantur (con el Empress y el Pacific Dream) e Ibero Cruceros (con el Grand Voyager y el Grand Mistral), que en total comenzarán 65 viajes desde Málaga. Costa Cruceros y MSC, también embarcarán en la ciudad andaluza a sus pasajeros españoles para los cruceros a Canarias, o trasatlánticos. Málaga mejorará aún más su posición en 2011 con la entrada en servicio de la segunda fase de la estación marítima, actualmente en construcción con un presupuesto de doce millones de euros. Mientras tanto, este año se ha ampliado la pasarela fija al muelle norte de la terminal, de tal modo que puede atender buques de hasta 350 metros de eslora. ●

Arturo Paniagua