

El mundo del crucero ha seguido creciendo hasta 20 millones de pasajeros en 2012

Los cruceros fluviales han crecido una media del 20% anual, en los últimos años

A pesar de la situación económica de crisis global, y a los acontecimientos que han afectado a la industria en particular, los cruceros continuaron siendo una de las categorías turísticas con mayor crecimiento en el mercado, con subidas sostenidas de 7/8%, hasta llegar a los diecinueve millones de pasajeros en 2011. Según la CLIA (Cruise Lines International Association) en 2012 se superaron por primera vez los veinte millones de pasajeros. En lo referente a 2013, la previsión de la CLIA es rebasar los veintiún millones de cruceristas, de los que un 67% provendrán de Estados Unidos y Canadá.

En el pasado marzo, la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA) Europa anunció en la Seatrade Cruise Shipping Miami que el número de europeos que reservó un crucero en 2012 alcanzó una cifra récord, llegando a los 6.139.000 de pasajeros. Esta cifra representa el doble del volumen del mercado europeo hace tan sólo 8 años. La tendencia a largo plazo muestra un fuerte crecimiento con una media anual de incremento del número de pasajeros europeos del 8%. Al igual que ha ocurrido en los

años anteriores, el 80% de los europeos que decidió realizar un crucero eligió hacerlo por Europa, siendo el Mediterráneo el destino más popular con 3,5 millones de europeos. Sin embargo, los cruceros por el Norte de Europa, que experimentaron un crecimiento del 10% en 2012, pasando de 1.216.000 a 1.333.000 de pasajeros, son cada vez más populares.

En lo referente al mercado emisor español de cruceros, 2012 ha supuesto el punto de inflexión: hemos pasado de más de setecientos mil cruceristas en 2011, a alrededor de 570.000 pasajeros en 2012, lo que supone un descenso cercano al 20%. Son muchos los motivos coyunturales que pueden explicar esta situación: la crisis económica, el efecto Costa Concordia, el descenso de la oferta tras la quiebra de Happy Cruises y la venta de buques de Pullmantur e Iberocruceros, etc.

Sin embargo, el problema estructural de un cierto agotamiento de la oferta de cruceros también subyace en esta situación. El mercado español creció al principio, de una parte, por la aparición de productos especializados en cuanto a idioma

(desde los inicios de Royal Hispania hasta Happy Cruises) y de otra por lo asequible de los precios, comparados con los de otro tipo de vacaciones, en particular en estos últimos años, y ayudado por el modelo de todo incluido, que creó Pullmantur y que otras navieras no han tenido más remedio que imitar. Estas dos condiciones permitieron responder a la demanda de un tipo de cliente muy definido: generalmente poco viajado, sin idiomas, con un presupuesto limitado (que necesita tenerlo casi todo incluido), y generalmente de clase media y media-baja, atraídos por la palabra crucero como sinónimo de lujo alcanzable para sus bolsillos, pero que en realidad reciben un producto de calidad media, etc. Otro perfil de clientes eran personas de más edad que buscaban la comodidad de conocer destinos europeos en un entorno controlado, sin ajustes de maletas y cambios de hotel, con todas las comidas incluidas, etc.

El parón 2012 se debe, principalmente a dos motivos. El primero, efectivamente, por un agotamiento del ciclo: el perfil de crucerista descrito en el párrafo anterior navegaba primero el Mediterráneo Occidental, luego compraba uno por Grecia/Egeo, y quizás un tercero al Norte de Europa. Pero una vez realizados estos cruceros, que curiosamente es la oferta de las empresas de base española (Pullmantur, Iberocruceros, etc), el número de cruceristas que repiten a otros itinerarios/zonas cae en picado. El crucerista español tipo no tiene el perfil de realizar grandes viajes, por lo que si a lo largo de 10 años han hecho estos 3 ó 4 itinerarios, ya no van a repetir durante un tiempo. El segundo es que la crisis ha afectado mayoritariamente a este sector de la sociedad, lo que implica

Carnival Breeze.





Aida Blu.



Disney Magic.

menor posibilidad de gasto y mucha más reflexión antes de contratar un viaje, incluso aunque los precios hayan bajado tanto. En consecuencia, el mercado emisor español se encogerá, tanto el descenso de la demanda (clientes), como por la disminución de la oferta (navieras).

El gran viajero español se olvidó del mundo clasista y rancio del siglo XX, en el que tenía las referencias primero de Ybarra, y luego de Costa Cruceros de los ochenta y su Gran Crucero de Semana Santa, o de agosto, en el mítico Eugenio C, y con el boom de finales de los 90 y primeros años de la década del 2000, descubrió a las navieras premium (Holland America, Celebrity, Princess, Oceania, etc) e incluso a las de lujo, como Silversea, y se han optado por ese segmento cómodamente. Este perfil se ha visto mucho menos afectado por la crisis, pero es minoritario. El grueso de cruceristas españoles eran los que llenaban los buques de Pullmantur, Iberocruceros, Costa, MSC, y en menor medida Royal Caribbean y son los que han dejado de viajar, y todo indica que esta tendencia seguirá como mínimo en 2013, en el que probablemente dejarán de viajar hasta que la situación económica mejore. La ventaja es que esta clase media ya conoce el producto crucero. Y si la situación eco-

nómica mejora, volverá a reservar. No hay que olvidar que la penetración del producto crucero en España es del 1,4%, la tercera parte de la existente en Estados Unidos y la mitad de la vigente en Reino Unido, luego ha margen de mejora.

En lo referente al tráfico de pasajeros en los puertos españoles, se ha producido por primera vez en los últimos años un descenso del 5,3% en tráfico de cruceros, con 7,5 millones de ellos cruceristas. Los principales descensos corresponden nuestros dos "buques insignias" en ese tráfico: Barcelona y Baleares. La Ciudad Condal tuvo un descenso de un 8,84%, mientras que los puertos de Baleares, con solo 1.269.208 pasajeros tuvieron un descenso de un 21,38%.

El organismo Puertos del Estado ya dejó claro en el "2012 Madrid Cruise Summit" que esta tendencia se prolongará durante 2013, con predicciones en torno al -3%. Sólo a partir de 2014 se volverá a crecer en número de pasajeros, aunque a un ritmo mucho menor (en torno a un 3%) que en la primera década de este siglo. Esta situación afecta no sólo a España, sino también al mayor destino crucerístico europeo, Italia, cuyos puertos cerraron 2012 con un descenso de 0,78% en número de pasajeros y de casi un seis por ciento en escalas.

El número de pasajeros de los puertos se prevé que siga descendiendo en 2013, aunque quizás el descenso sea menos significativo, con bajadas de hasta un 3% respecto a 2012. En 2014 habrá de nuevo incremento, pero con tasas mucho más reducidas, un 3% como máximo, un 75% menos de las tasas de crecimiento registradas en el pasado.

Mercado mundial de cruceros. Nuevos buques en 2012

Este año solo entrarán en servicio seis nuevos buques de crucero, lo que supone otro descenso respecto a los ocho de 2011 y a los nueve de 2012. Cronológicamente entraron en servicio en marzo (AIDAStella y MSC Preziosa), en abril (Norwegian Breakaway y Europa 2), en junio (Royal Princess) y en julio el pequeño y lujoso Le Soléal. La mitad de estos buques son los últimos ejemplos de exitosas serie de buques, como el AidaStella, el séptimo buque de la clase Sphinx, o el MSC Preciosa, el cuarto ejemplar de la serie Fantasia. También el Le Soléal es el tercer buque de la serie.

El resto de los buques son prototipos (Europa 2, Norwegian Breakaway, Royal Princess). El Europa 2, entregado por STX France para Hapag-Lloyd Cruises, representa un nuevo exponente de buque de superlujo, destinado al mercado alemán, pero cuyo pasaje estarán fuera del alcance del público en general. El Norwegian Breakaway mezcla las mejores características del Norwegian Epic con las de la serie de los cuatro Jewel de Norwegian Cruise Line, que también fueron construidos en Meyer Werft. El Royal Princess, entregado por Fincantieri, es el primer nuevo entregado a Princess Cruises desde 2008, e incorpora nuevas ideas y avances tecnológicos. El Aidastella



Grand Mistral.

representa el cenit de una clase de buques que ha popularizado los cruceros en Alemania, y es otra muestra de la pujanza de ese mercado emisor.

El MSC Preziosa fue encargado por una empresa de Gadafi, y tras la caída del dictador libio, su construcción fue asumida por la naviera franco suiza. Dispone de un tobogán de 120 metros dieciocho cubiertas por encima del nivel del mar.

Nuevamente los buques entregados destacan por su gran tamaño y capacidad: el Norwegian Breakaway tiene 144.000 toneladas, el Royal Princess 141.000, y el MSC Preziosa 140.000. Sin embargo, en este año en el que parece que la crisis económica se recrudece, aparecen dos buques de superlujo de pequeño tamaño destinados a las élites más pudientes, el Europa 2 y el Le Soleal, que sin embargo son los más espaciosos en el ratio toneladas/pasajeros, con 76,5 el Europa 2 y 42 en el Le Soleal.

También destaca este año por las grandes reformas de buques de crucero, como la del Carnival Destiny, que se convertirá en el Carnival Sunshine tras una reforma valorada en más de 150 millones de dólares que está siendo llevada a cabo en Italia este año. También, el otro gigante de los cruceros, Royal Caribbean, también ha reformado estos últimos meses a buques como el Legend of the Seas, o a los de la clase Millennium, de Celebrity Cruises, etc.

El grupo Carnival, que posee más de cien buques e incluye marcas como Costa e Iberocruceros, comenzó el año con los incidentes del Costa Concordia y del Costa Allegra, lo que hacía augurar un año complicado en lo referente a sus resultados financieros. Finalmente, el beneficio ha descendido desde los 1.910 millones de dólares de 2011, a los 1.290 millones de 2012, mientras que la facturación crecía ligeramente de 15.380 millones de dólares en 2011 a 15.790 millones de 2012. Dispone de una cuota mundial de mercado del 52% a comienzo de 2012, y transportó más de ocho millones y medio de pasajeros en ese ejercicio. En 2011, Carnival Corp provisionó el descenso del valor de su inversión en Iberocruceros con 174 millones de dólares en las cuentas del primer trimestre de 2012. También



provisionó con 515 millones inicialmente el desastre del Concordia. La principal marca del grupo es Carnival Cruise Lines, que según el Cruise Market transportó en 2012 4.495.000, con una facturación de 2.919 millones de dólares, y que también ha sufrido bastante recientemente por el incendio del Carnival Triumph en el Golfo de Méjico.

El grupo Royal Caribbean, que dispone de una cuota mundial de mercado del 26%, y que incluye firmas como Royal Caribbean International, Celebrity Cruises y Pullmantur, tuvo un año tan complejo como Carnival, merced sobre todo a su inversión en su filial española. Sus resultados últimos muestran un beneficio sólo 18,3 millones de dólares de 2012, una cantidad muy lejana a los 607 millones de 2011. La facturación en 2012 fue de 7.700 millones de dólares, por encima de los 7.500 de 2011. La diferencia está en los 413,9 millones de dólares con los que ha tenido que provisionar sus inversiones en España, lo que significa que sus resultados no han sido especialmente buenos. El presidente del grupo, Richard Fain, declaró claramente en la presentación de los resultados que su grupo estaba satisfecho de los resultados en el emisor norteamericano, pero que el mercado inglés y el español no habían funcionado bien. Este hecho ha significado un descenso de la capacidad en Europa en 2013 de un 10%.

Pullmantur

El acontecimiento más importante de 2013 será la incorporación del Monarch, su segundo buque panamax, en el destino Caribe, durante todo el año a partir de abril de 2013. De esta manera, volverá a recuperar uno de sus feudos históricos, aunque sus cruceros se venden en España aún sin avión incluido, lo que supone

que su principal mercado para ese buque es el propio de Sudamérica. La incorporación de este buque supone un incremento de su oferta en camas/día pasajeros de casi un 50% sobre 2012, aunque en ese año y en 2011 se produjeron sendos descensos de la oferta, de un 27 y un 11 por ciento respectivamente. Otra de las novedades de Pullmantur para la temporada 2013 es el regreso del crucero Caribe Tropical a partir del 30 de noviembre en el Horizon, que incluye el vuelo desde España.

En España, Pullmantur refuerza su oferta con seis puertos de embarque, así como con catorce itinerarios diferentes. El popular crucero Leyendas del Mediterráneo se ofrece desde Málaga, Valencia y Mallorca. Destaca la repetición del crucero por los fiordos tras el éxito 2012, y la adopción de Malmo como base en los cruceros por el norte de Europa. Su reclamo tradicional, ambiente español y todo incluido de calidad, se ve reforzado por otros como "navegando en familia". Pullmantur encabeza la lista de inversión en publicidad de las compañías de cruceros, con 3,4 millones de euros, un 22,1% menos que en 2011, lo que la sitúa en el noveno puesto a nivel nacional. Este año destaca su patrocinio del Festival de Eurovisión.

Otra de las señas de identidad de Pullmantur Cruises es su vocación internacional. Así, el 5 de febrero de 2013, anunció la transferencia del Zenith a Croisières de France en 2014. El buque debutaría en la filial francesa de Pullmantur en abril de 2014, con Base en Marsella hasta el 16 de noviembre de ese año. El Zenith ofrecerá itinerarios de 3, 7, 11 y 14 noches por el Mediterráneo. Tras la incorporación de su gemelo Horizon en 2012, esta operación permitía a CDF doblar su capa-



MSC Preziosa.

ciudad y así poder asumir el objetivo de superar los 100.000 pasajeros, sobre los 52.000 de 2012; así como ofrecer itinerarios más variados. El mercado francés de cruceros creció un 9% en 2012 y Pullmantur quiere aprovechar esta coyuntura dada la situación en España.

Los cruceros del Monarch desde Cartagena de Indias y Curacao para sudamericanos, así como la potenciación de su filial francesa suponen dos muestras inequívocas de la internacionalización de Pullmantur. El cambio de logo, de la Ñ española, a las olas del adoptado el pasado otoño suponen la formalización de la internacionalización de la gestión del grupo, única manera de sobrevivir ante la situación financiera de su principal mercado.

Costa Cruceros

Costa Cruceros transportó en 2012 1.624.300 pasajeros, con una facturación de 2.457 millones de dólares, según el Cruise Market Watch. Los resultados 2012, lógicamente han estado lastrados por el incidente de Costa Concordia, y en menor medida, también por el del Costa Allegra, ambos ocurridos a comienzos de 2012. Además, ambos incidentes han supuesto un impacto tremendo para los empleados de la compañía, que vieron como en las primeras semanas las reservas descendían alrededor del 60%.

Sin embargo, pronto volvieron a subir y el operador transalpino ha ter-

minado 2012 con un incremento del 13% en número de pasajeros con respecto al año anterior, con aproximadamente 90.000 pasajeros, pero con un acusado descenso de la rentabilidad. La política de Costa ha sido adecuar los precios al mercado. Y el mercado compra a última hora: los picos de venta han pasado de estar de enero a abril, a vender sin grandes altibajos de enero a agosto. El director de Marketing Giorgio Costa nos indicaba que en la primera quincena de agosto de 2012 realizaron reservas para la segunda quincena. Algo que no había sucedido anteriormente.

A medio plazo, el esfuerzo de Costa con la distribución, incluyendo la creación de nuevas categorías y tarifas, así como una agresiva estrategia de precios, parece que volvieron a poner las cosas en su sitio.

Las cabinas Costa se clasifican en cuatro categorías: dos ya existían, Samsara y Suite; y ahora se han creado las categorías Classic y Premium. Los camarotes de la categoría Classic ofrecen un modelo prácticamente igual al existente. En la categoría Premium se ofrece una serie de ventajas con una diferencia de precios escasa. Costa pretende incentivar la venta del camarote Premium, para mejorar el servicio al cliente, y también la remuneración de la agencia de viajes. Las agencias de viajes piden balcón más Premium.

Otra de las ventajas de 2013 para Costa es el hecho que, desde 2003, en el primer año sin buque nuevo, con lo que ello supone de equilibrio de la oferta en un ejercicio muy complicado. En 2014, sin embargo, entrará en servicio el buque más grande construido jamás para Costa, el Costa Diadema, de 132.000 toneladas.

Iberocruceros

A finales de diciembre pasado se hizo pública la integración de las estructuras operativas de las dos marcas con las que opera el grupo Costa en España: Costa Cruceros e Iberocruceros. Se indicó que de cara al público cada cual mantendría su propia identidad. Con esta decisión, Costa homologa su estructura en España a la existente en otros países, como Reino Unido o Australia, donde se han integrado las estructuras comerciales y de marketing de las distintas marcas del grupo Carnival bajo la denominación de Carnival UK, Carnival Australia, etc. De esta manera, se obtienen importantes sinergias en dos productos complementarios, que suponen notables ahorros, tan necesarios en tiempos de crisis. Además, de esta manera se puede realizar una segmentación más adecuada de las distintas marcas. El grupo resultante está dirigido por Alfredo Serrano, y Bernardo Echevarría estará al mando de la nueva estructura comercial de ambas marcas y que englobará también las ventas internacionales de Iberocruceros.

Las novedades de Iberocruceros más importantes para 2013 son los cruceros por el Mediterráneo desde Barcelona sin días de navegación, pero con escalas Marsella y Savona. También es la única naviera en ofrecer Venecia, El Pireo y Estambul en una semana, con escalas dos días en los puertos de embarque y desembarque. Asimismo destaca la apuesta por los fiordos, en lugar del Báltico, y la comercialización de los cruceros trasatlánticos a y desde Sudamérica. Por último, Iberocruceros vuelve a ofrecer escalas en Túnez en sus cruceros por el Mediterráneo, así como cuatro puertos de embarque en España: Barcelona, Valencia, Málaga y Bilbao. Y para el próximo invierno 2013-2014, el Grand Holiday ofrecerá cruceros largos por el Mediterráneo,



Noordam.

Saga Pearl III.



en lugar de su habitual invernada en Brasil. Esto ha provocado un incremento de la oferta superior al 15%.

En el ámbito más comercial, destaca la introducción de la Tarifa 10, que se ofrecerá sólo a los diez primeros cruceristas de cada salida, con unas condiciones de contratación especiales; junto con promociones ya vigentes como la "tarifa todo incluido de marca", la "Formularia ahorro familias", con hasta 8% en función del número de miembros, etc. Los fletes para grupos, incluyendo algunos de buque completo para L'Oreal, Heineken, etc son otra baza comercial importante.

MSC Cruceros

En marzo de 2013, MSC Cruceros recibió al MSC Preziosa, el cuarto buque de la clase Fantasía, y el número 12 de su flota, ya que en enero pasado se anunció la retirada del Melody, su unidad más antigua. Además, la incorporación del MSC Preziosa supuso elevar la capacidad de la flota por encima de las 40.000 camas, y ocupar el tercer lugar en el ranking de armadores de cruceros, superando, aunque sea sólo durante algunas semanas, a NCL. El MSC Preziosa ofrece el MSC Yacht Club, con 69 suites. Tiene cuatro restaurantes, más de pago, una bolera, etc.

Según el Cruise Markey Watch, MSC Cruceros transportó en 2012 1.471.100 pasajeros, con una facturación de 2.341 millones de dólares, aunque esta naviera nunca confirma sus datos financieros. En España, MSC Cruceros continuó con su crecimiento sostenido en España hasta llegar a los 90.000 pasajeros en 2012, una magnitud similar a Costa y RCCL. Este crecimiento moderado del número de pasajeros no ha ido acompañado, según sus gestores, con un incremento de la rentabilidad, por lo que en 2013 el objetivo es recuperar la rentabilidad perdida. El famoso "net per diem" ha descendido apreciablemente. En Italia, sin embargo, si incrementó notablemente el

del Costa Concordia.

En lo referente a puertos, MSC Cruceros continúa con la apuesta por Valencia, donde "ha mojado la oreja" a RCCL, que tras sólo dos años de presencia abandonó los muelles de la capital levantina. En 2012-2013 MSC Cruceros ofreció cruceros por el Mar Rojo en lugar de en el Golfo Pérsico, pero con voluntad de volver a este último destino en 2013-2014.

Royal Caribbean International

El peso propio del grupo Royal Caribbean en España es muy importante, dado que incluye a Royal Caribbean International y a Pullmantur, con más del 50% de cuota global de mercado.

2012 ha sido el año en el que RCCL anunció alguno de sus grandes proyectos, como la confirmación de la construcción del segundo barco de la clase Quantum y el tercero de la clase Oasis (el más grande del mundo), así como también la continuación del programa de revitalización de la flota, en el que los astilleros de Navantia, en Cádiz, han tenido un papel muy importante. En este último ámbito, RCCL ha desarrollado un programa de revitalización de barcos de la flota con una inversión de unos 300 millones de dólares, lo que demuestra que Royal Caribbean sigue trabajando para liderar la industria y, pese al año extraño que se ha vivido, es muy conscientes de que son ciclos, y una vez pase, estaremos mejor y más reforzados. Frente a las adversidades

respondemos con innovación. El volumen de pasajeros en 2012 de ambas marcas se acerca a los 90.000 españoles embarcados.

Sobre los cambios de itinerarios que han supuesto la eliminación de un segundo buque tipo Voyager of the Seas de nuestros puertos, RCI indicó que son movimientos habituales en el sector de los cruceros. No hay que olvidar que Royal Caribbean, que transportó casi cuatro millones de pasajeros en 2012, es una compañía global, que está constantemente buscando nuevas oportunidades. Este paréntesis será reevaluado cuando los indicadores económicos mejoren en España, y "entonces estudiaremos distintas posibilidades". En cuanto al impacto en las cifras, RCI confiesa que así mejoraran su rentabilidad y sacaran más provecho a los barcos que escalan tanto en Barcelona, como en el resto de Europa y el Caribe.

Por último, el 2012 se despidió con el pedido del tercer buque tipo Oasis, una decisión comercial que demuestra la confianza en el futuro de este armador. La razón de esta iniciativa ha sido la excelente acogida que el Oasis of the Seas y el Allure of the Seas, han tenido en todo el mundo. Desde su inauguración, miles de cruceristas han disfrutado de las instalaciones de estos barcos y la demanda es creciente.

Por último, en noviembre se anunció que Belen Wanguemert, directora de RCCL en España, se hacía cargo también de la filial francesa, buscando sinergias y nuevas oportunidades de negocio, tras la no consecución de los resultados previstos en Francia. Los departamentos comercial y de marketing permanecieron en París, mientras que los de finanzas y operaciones fueron transferidos a España.

Politours.



NCL

Norwegian Cruise Line, con una cuota de aproximadamente un 8% del mercado mundial de cruceros, es el tercer operador global de cruceros, que transportó el año pasado 1.593.200 pasajeros, de los que alrededor de 200.000 eran europeos, sin que se haya facilitado el número de españoles. Además, volvió a mejorar sus beneficios en 2012, ejercicio en el que ganó 168,6 millones de dólares (126,9 en 2011) y en el que la facturación creció hasta 2.302 millones de dólares. Como no hubo nuevas incorporaciones de buques, el principal motivo del crecimiento de ingresos fue la mejora continua en la eficiencia de la flota, así como el mejora de los márgenes. Además, en estos tiempos de crisis, NCL lanzó una oferta pública de acciones el pasado enero por el 12% del valor de la compañía, con lo que recaudó alrededor de quinientos millones de dólares que utilizó para reducir su deuda. Tiene además una cartera de pedidos formada por tres buques de 4.000 pax de capacidad, el primero de los cuales, el Norwegian Breakaway será entregado esta primavera, y tendrá Nueva York de puerto base. Su gemelo Norwegian Getaway será entregado en 2014 y estará basado en Miami.

NCL fue una de las dos navieras que estuvieron presentes en el pasado FITUR 2012. Este hecho es una demostración de la confianza en el potencial del mercado español de cruceros. Actualmente la situación de Norwegian es muy favorable, dado que tiene una exposición mucho menor que sus rivales al mercado emisor europeo, y a la definición y a la innovación de su marca: su famoso Freestyle es uno de sus puntos fuertes, e incluso se ha extendido, con otras denominaciones, al resto de las navieras. También el concepto de barco dentro del barco para los camarotes más lujosos es otro de sus puntos fuertes.

Cruceros fluviales

El segmento de mercado con mayor crecimiento en Europa son los cruceros fluviales. Prueba de ello es que el pasado 20 de marzo, Viking River Cruises bautizó simultáneamente diez buques de cruceros fluviales, con diez madrinas diferentes. Esto supone un nuevo record Guinness de bautismo de buques para una misma compañía

en un solo día. El presidente de Viking, Torstein Hagen, tiene una enorme confianza en el potencial de los cruceros fluviales y lidera una compañía con una flota de 35 buques, con una docena más a entregar en 2014.

Este sector ha crecido una media de un 20% anual en los últimos años, mientras que los cruceros oceánicos sólo lo hacían un 8%. Entre sus atractivos esta el pequeño tamaño de los buques, que no suelen transportar a más de 200 personas, el atraque en el centro de las ciudades, etc. Los ríos Rin, Mosela, Elba, Danubio y Volga concentran la mayor parte de la oferta de cruceros fluviales en Europa

Este nicho de mercado esta atendido principalmente en España por dos empresas: Politours y Panavisión. La primera ofrece cruceros en buques fleteados al armador suizo Scylla Tours AG y al alemán Luftner Cruises por todos los ríos de Europa occidental, repitiendo prácticamente la programación 2012. En el otro gran destino europeo, el Volga, también ofrece un producto destinado específicamente a españoles, con fletes completos de buques a navieras rusas, excepto el crucero Moscú-Astrakan. También ofrece cruceros en megayates por el Egeo y el Adriático. El folleto de Politours también ofrece los cruces de CruisiEurope.

Por su parte Panavision apuesta por los mismos destinos de Europa y Rusia, y ofrece además los cruceros de uno de los gigantes de este mercado: el alemán A'rosa Cruises. También ofrece cruceros por el Yangtse.

Puertos de cruceros

Los datos de Puertos del Estado, tras el año excepcional para el tráfico de cruceros turísticos que supuso 2011, muestran un preocupante retroceso. Nuevamente, veinticuatro enclaves portuarios recibieron 3.723 buques (3.901 escalas en 2011), con un descenso del 4,7%, transportando 7.567.520 pasajeros (7.997.893 pasajeros en 2011), con una notable reducción del 5,4%. De ese total, cerca de un tercio correspondió a Barcelona (2.408.960 pasajeros, a pesar del descenso del 8,84%), con Baleares en segundo puesto, con 1.269.208 pasajeros y un descenso espectacular del 21,39%. De



los veinticuatro puertos de cruceros, sólo diez registraron un crecimiento en este tráfico, mientras que los restantes tuvieron números negativos. Los mejores resultados vinieron de Valencia, con un crecimiento del 26,89% hasta llegar a las 480.233 personas, y los puertos de Canarias que, a pesar de su estacionalidad, repitieron un año excelente: en el tercer lugar aparece nuevamente Tenerife, con un crecimiento de 6,92% hasta 885.623 pasajeros, mientras que la cuarta plaza es para Las Palmas, que creció un 19,1% hasta 760.896. El sexto de la lista es Valencia, que muestra un sobresaliente crecimiento casi un diez por ciento hasta los 832.763 pasajeros.

Un dato muy significativo es que, si bien el número de pasajeros en tránsito se mantuvo prácticamente constante (un 67,4%, es decir, 5,1 millones de pasajeros), el número de pasajeros que comenzaron o finalizaron los cruceros en puerto español descendió un 8% respecto a 2011. Nuevamente son los pasajeros nacionales los que ofrecen una bajada más acusada, ya que disminuyeron un 12,5%, mientras que los extranjeros lo hicieron sólo un 2,3%. Es sabido que el impacto económico de un pasajero en el puerto base es mucho mayor, dado que generalmente utiliza otros servicios como hoteles, aeropuertos, etc y las estrategias de los puertos españoles en estos últimos años han ido encaminadas a asumir ese rol, muchas veces con escaso fundamento práctico.

A pesar de estos resultados, Puertos del Estado calcula que en 2013 se seguirán invirtiendo treinta y seis millones de dólares en nuevas instalaciones para cruceros, principalmente en Valencia y Bilbao. ●

Arturo Paniagua