

# TURISMO DE CRUCEROS: COMPONENTE IMPORTANTE EN LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO TURÍSTICO

Lic. Tanyara Sánchez Jorge

Universidad de Matanzas, [tanyara.sanchez@umcc.cu](mailto:tanyara.sanchez@umcc.cu)

## Resumen

La investigación se dirige a la modalidad de turismo de cruceros, a su impacto en los destinos, las ventajas y beneficios que genera para Cuba formar parte de los itinerarios que desarrolla dicha modalidad tan creciente. Se parte del estudio de sus inicios, se realiza una observación de los diferentes factores que lo llevaron a un estado de crisis, se identifican los rasgos que comienzan a definirlo y a diferenciarlo de un simple transporte de pasajeros por vía marítima, se analiza el comportamiento del número de visitantes generado por el arribo de cruceros a la isla en el periodo comprendido de 2016-2018, para concluir, en la necesidad de llevar la estrategia de crecimiento de la modalidad de turismo de cruceros a diferentes empresas del sector turístico.

*Palabras claves: Turismo de cruceros; impacto; tendencias actuales.*

---

## **Introducción: Breve Surgimiento y Evolución global del crucerismo como modalidad turística**

Esta modalidad surge aproximadamente en la segunda mitad del siglo XIX partir de la unión de la industria del ocio con el transporte marítimo para el disfrute de mercados de clase élite, de alto poder adquisitivo, en aquella época: los privilegiados. (autores, 2009) Surge como forma o vía de conocer países inexplorables a través de otro medio de transporte. Las primeras noticias de ofertas de cruceros vienen de la actual compañía británica P&O con itinerario de Reino Unido a Italia y de la compañía noruega Bergen Line con itinerario por el norte de Europa. A finales de este siglo se inicia una generación de buques más lujosos y confortables con el objetivo de ofrecer el tipo de glamour con el cual vivía el mercado exclusivo de clase alta, era la época donde era más económico atravesar el atlántico en buques que en avión porque aún estos últimos no eran tan sofisticados, ni tenían tanta capacidad. (Turismo de cruceros: historia, situación actual y futuro de la industria, 2016)

El crucerismo como modalidad turística evoluciona hasta los años 30. Pero lamentablemente cerca de la mitad del siglo XX, entra en una crisis. ¿Por qué y qué estaba ocurriendo en esa época?

El turismo de cruceros entra en una crisis debido a la 2da Guerra Mundial donde algunos armadores se ven obligados a abandonar los buques, convertirlos en medio de transporte de tropas y material de guerra; pero otros deciden reestructurarlos. Y debido a la gran competencia aérea con la aparición de aeronaves con capacidad de 150 a 400 pasajeros, con precios asequibles e incluso con superior velocidad de crucero. (autores, 2009) Debido a esto, las compañías navieras se vieron obligadas a la construcción masiva de buques de pasaje y de carga. Ya a partir de 1960, los armadores se vieron forzados a conseguir nuevos mercados para rentabilizar las elevadas inversiones en buques nuevos, los cuales tenían más capacidad y permitían ofrecer precios asequibles, dándole entrada al mercado de clase media alta. (autores, 2009)

Al cierre del 2008 ya existían aproximadamente 280 navieras y las compañías que dominaban el mercado mundial eran de origen americano, británico y asiático.

## **Desarrollo**

La modalidad de turismo de cruceros se caracteriza por su especialización, marcada por la amplia variedad de servicios adaptada a las necesidades de cada pasajero a bordo de un buque que ofrece las facilidades de un gran hotel. Se identifica por el desarrollo de actividades sobre un medio de transporte único convirtiéndola en una forma de realizar

turismo diferente al convencional turismo de estancia. Se caracteriza por la organización de viajes dirigidos al mercado clase media alta y realizados con el objetivo de conocer varios destinos en corto plazo.

El área cruceística por excelencia es el Caribe con una cuota de participación del 44% sobre el total, al cierre del 2018. ¿Por qué esta región? Por su clima tropical y estacional, por lo que la temporada puede extenderse todo el año y también porque en los años 70, fue el área del boom turístico de cruceros, por lo que la región del Caribe es un mercado organizado. Y otra área que genera un importante porcentaje de participación de 14.4%, es la región del Mediterráneo, por su clima mediterráneo (invierno lluvioso, verano seco, otoño y primavera muy cambiantes), sus aguas tranquilas y la cultura e historia que enmarca el mar mediterráneo en la evolución de las civilizaciones de los continentes que lo rodean. Por lo que las ofertas de esta modalidad se extienden en esta región de marzo a octubre. (El turismo de cruceros en la región de el caribe , 2014)

Sus principales mercados emisores está liderado por los EEUU ya que la concentración de la oferta está en manos de compañías estadounidenses y tienen mayor organización y cultura con respecto a esta modalidad, controlando casi el 71% de la totalidad del mercado. A este mercado emisor, le sigue el europeo por sus amplios períodos vacacionales de hasta 3 meses y porque destinan gran parte de sus ingresos al turismo. (autores, 2009)

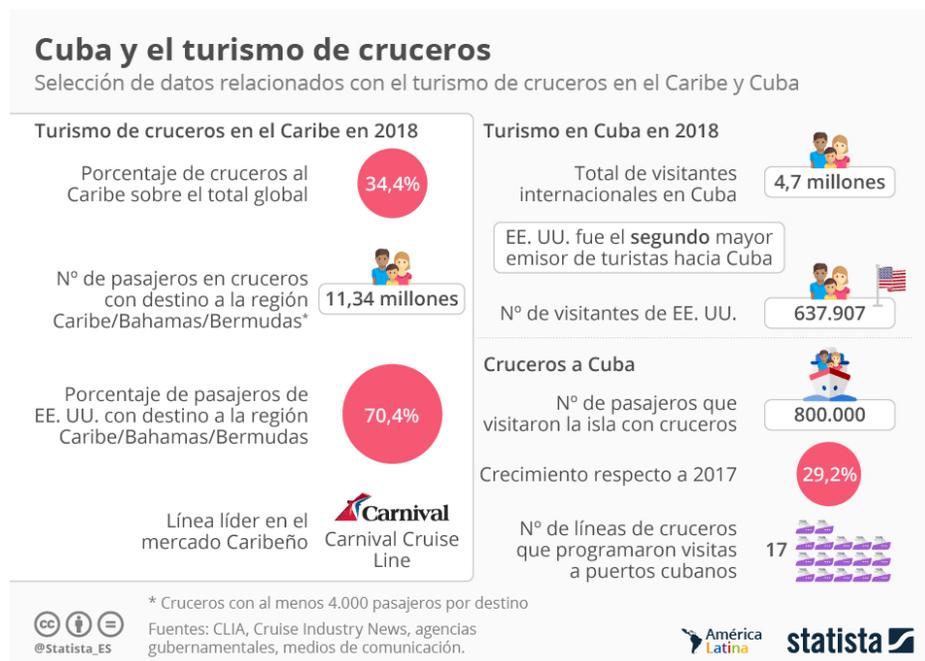
Ventajas e Impacto para Cuba del desarrollo del crucerismo.

Centrándonos en el impacto global de este modelo de turismo, datos publicados por la Asociación Internacional de Empresas de Cruceros (CLIA), manifiestan que al cierre del 2017 este sector movilizó 26 millones de pasajeros, al cierre del 2018, movilizó aproximadamente 28 millones de pasajeros por lo que se estimaba para el 2019 unos 30 millones de pasajeros.

La región del Caribe tiene una tasa promedio de crecimiento anual del 10 por ciento, engrosando su cuota de un 40,7% a un 44,2% del mercado mundial, equivalente a un incremento de unos 10 millones de pasajeros, con una tendencia que va en aumento.

En Cuba en 2016, arribaron 220 mil visitantes en cruceros, mientras que en 2017 estos sumaron 587 mil, representando un crecimiento del 166 %. En este último año, 23 líneas de cruceros realizaron 706 escala: 304 en el puerto de La Habana, 145 en Cienfuegos y 104 en Santiago de Cuba, que son los principales puertos de cruceros del país. En 2017 el crecimiento del turismo en la Isla mostró cifras records en el período enero-agosto con un

crecimiento (atípico) acumulado de 26 por ciento, en relación con igual período de 2016. (Perelló, 2018)



Fuente: sitio web: <http://www.turismodecruceroscomportamientoalcierre2018.mhtml>

El azote del huracán Irma, las campañas sobre los falsos ataques sónicos a funcionarios diplomáticos, las alertas de viaje de los gobiernos de Washington y Ottawa fueron sobredimensionados por la prensa y demás medios de comunicación, precisamente, en la etapa de contrataciones para la actual temporada alta. Junto a este panorama de incertidumbres se unieron las regulaciones restrictivas dictadas por el gobierno de Donald Trump, en los primeros días de noviembre; sobre los viajes, las transacciones y la prohibición a los estadounidenses de hospedarse en los principales hoteles cubanos. Estos acontecimientos, provocaron la cancelación de más de 240 grupos de estancia a inicios de la temporada alta (noviembre-abril, 2017-2018 respectivamente).

Con el desarrollo de esta modalidad en el destino, Cuba tendría la posibilidad de comercializar el privilegiado patrimonio histórico, natural y cultural que conforman su principal atractivo y motivo de visita para millones de vacacionistas de todo el mundo, contribuyendo positivamente a su imagen como destino multimodal, seguro y hospitalario. También aprovecharía el creciente interés de los estadounidenses por visitar el destino y la seguridad que les ofrece hacerlo desde un crucero, así como la variedad de puertos de

escala que ofrece un itinerario por el archipiélago cubano, superior a cualquier otro destino en la región. El turismo de cruceros sería un componente importante en la estrategia de desarrollo turístico en la isla, a corto y medio plazo, convirtiéndose en un complemento del turismo de estancia, aunque este último continuará siendo el principal objetivo de la industria del ocio en el país y origen de la mayor parte de los ingresos económicos. (Perelló, 2018) La fortaleza de este subsector queda reflejada en que las principales compañías de cruceros ocupan los primeros puestos en el ranking del sector del turismo y ocio, midiéndose por obtener sustanciales tasas de rentabilidad; oportunidad para captar y atraer un tipo de mercado con experiencia e incluso nuevos inversores conocedores de estrategias de mercado innovadoras. Las técnicas de gestión y organización que se aplican en esta modalidad pueden tener una aplicación relevante para las agencias turísticas y para otros segmentos como los hoteleros. La isla se fortalecería a partir del impacto económico del crucerismo ya que genera gastos de estancia en los puertos para las empresas navieras, gastos de turistas de crucero y tripulantes, necesario para futura inversión pública e infraestructuras; se incrementa el consumo y aumenta la oferta de empleo demandada por este sector.

La tendencia de la modalidad en estudio se rige por altos ritmos de crecimiento debido a la fuerte competencia que los operadores de cruceros realizan por la innovación y la mejora (I+M) constante; entrada en servicio de nuevos buques, que incorporan inimaginables actividades e instalaciones novedosas, como parte de la experiencia a bordo; cambios en la estructura empresarial de este subsector que, por su gran dinamismo, se innova en marketing para atraer a más clientes, aumento en la cuota de participación del Caribe respecto al mercado mundial donde se incluirán itinerarios más largos y experiencias únicas para los pasajeros, creciente interés de los estadounidenses por visitar Cuba e incremento de regulaciones y políticas a favor de la sostenibilidad de los territorios. (Tendencias y estrategias en la industria del crucero:, 2015) (Perelló, 2018)

## Conclusiones

Al ser un mercado donde la oferta crea gran demanda, crecen ambas proporcionalmente constituyéndose en un destino en sí, cobrando movilidad y trasladándose de un destino a otro, siendo por tanto un negocio deslocalizado y mundial, pero que tiene un gran impacto en el establecimiento, posicionamiento y en la concepción de la imagen de un destino. El interés por el análisis de este sector radica en que los métodos de gestión y organización, de marketing y comercialización que se aplican revalidan año tras año su éxito, tanto reduciendo costos y mejorando el servicio, como añadiendo nuevos segmentos de mercados, manteniendo a los que ya han viajado alguna vez. Poner en marcha ideas innovadoras para la constante mejora, resultan enseñanzas que pueden obtenerse de los cruceros turísticos y que pueden tener una aplicación relevante para las agencias turísticas y para otros segmentos como los hoteleros.

## Referencias bibliográficas

COLECTIVO DE AUTORES. Modalidades Turísticas: Características y situación actual. La Habana: Editorial Félix Varela, 2009.

GARCÍA LÓPEZ, Raúl. *Turismo de cruceros: historia, situación actual y futuro de la industria*, 2016. [fecha de consulta: 7 de septiembre de 2020] Disponible en: <http://www.Elturismodecruceroshistoriasituacionactualyfuturo.mhtml>

MUÑOZ PALAFOX, Alejandro. El turismo de cruceros en la región del Caribe , 2014. [fecha de consulta: 7 de septiembre de 2020] Disponible en: <http://www.turismodecrucerosenlaregióndeElCaribe.mhtml>

PERELLO, Jose Luis. *Turismo de cruceros en el Caribe. oportunidades o amenazas para Cuba?*. 2018. <http://www.elturismodecrucerosenelcaribetunidades.mhtml>

RUIZ DE LOS REYES CRUZ, Elena. Tendencias y estrategias en la industria del crucero:, 2015. [fecha de consulta: 12 de septiembre de 2020] Disponible en: <http://www.elturismodecruceroستendencias.mhtml>