

SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO DE CRUCEROS EN LA CIUDAD DE VALENCIA

Silvia Sanz Blas
Silvia.Sanz@uv.es

Daniela Zhelyazkova Buzova
dazbu@alumni.uv.es

1.-Introducción

La actividad turística en la ciudad de Valencia ha experimentado un importante proceso de transformación durante las últimas décadas. Si en los años setenta el perfil de los visitantes era, en su gran parte, relacionado con los negocios, ferias y exposiciones, durante los últimos veinte años la ciudad ha logrado convertirse en un destino turístico con un amplio abanico de productos – grandes eventos, turismo urbano y de city break, turismo cultural y de ocio, sol y playa, gastronomía, etc. (Rausell, 2010). Desde principios del año 2000 la Autoridad Portuaria de Valencia (APV) conjuntamente con la fundación Turismo Valencia han iniciado el fomento de otra modalidad de oferta turística: los cruceros. El protagonismo que ha ido adquiriendo el turismo de cruceros durante los últimos años es notable. Algunos indicios de este hecho son la evolución del número de turistas de crucero, así como el volumen de buques que han recalado en el puerto de Valencia. Así, en los últimos diez años (período 2004–2013) el número de turistas de crucero pasa de 105.461 a 480.233 miles de personas, lo que se traduce en una tasa de crecimiento cercana al 350% (Ministerio de Fomento, 2014). La misma tendencia se observa en los datos sobre el número de cruceros en el puerto de Valencia. Su aumento es significativo en dicho período, pasando de 98 en el año 2004 a 223 buques en el año 2013, con una tasa de crecimiento del orden del 128% (Ministerio de Fomento, 2014). Dicho aumento muestra la capacidad de la ciudad de Valencia para incorporar a su estructura turística este tipo de turismo. Todo esto, junto con la importancia económica que el turismo tiene en la región (Turismo Valencia, 2012) y la actual situación económica justifican el fomento del turismo de cruceros que determinadas administraciones públicas llevan a término (“Plan Estratégico de Turismo 2012- 2015”, realizado por la Turismo Valencia y el “Plan Director de Cruceros 2011” de la Autoridad Portuaria de Valencia). De esta manera, el estudio del turismo de cruceros emerge como un tema de actualidad y de creciente importancia para la ciudad de Valencia.

Si bien es cierto que existe una pléthora de estudios sobre el turismo de cruceros, destaca su limitación geográfica a destinos del Caribe y se observa una escasez de estudios que aborden el tema en el Mediterráneo. La creciente importancia del tráfico de cruceros en Valencia junto con la falta de estudios sobre esta modalidad turística

constituyen los principales motivos por los cuales se ha realizado la presente investigación.

El objetivo del presente trabajo es analizar cuál es la situación actual del turismo de cruceros en la ciudad de Valencia, a través del análisis de la demanda y oferta, así como estudiar el papel que adquieren los diferentes agentes turísticos para su desarrollo.

Para alcanzar los objetivos propuestos se han utilizado fuentes secundarias de información y se han realizado entrevistas en profundidad a agentes clave de la actividad crucerística en la ciudad de Valencia. La utilización de fuentes secundarias incluye la revisión de materiales bibliográficos provenientes de fuentes académicas y profesionales. Además, se ha utilizado la información estadística cuantitativa proporcionada por el Ministerio de Fomento (Puertos del Estado). En cuanto a las fuentes profesionales, estos han sido principalmente las publicaciones del Consejo Europeo de Cruceros (ECC), la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA), además de las publicaciones en la revista española especializada en el subsector turístico de cruceros Cruises News Media. Ha sido igualmente utilizada la información proporcionada por las asociaciones profesionales y las compañías navieras en sus ponencias en los foros del sector.

En lo concerniente a los datos primarios, en este estudio se han realizado dos entrevistas en profundidad a actores clave de la actividad crucerística: el Responsable de Promoción de Cruceros en Valencia Tourism Convention Bureau y la Responsable de Cruceros en la Autoridad Portuaria de Valencia.

2. Evolución del turismo de cruceros en la ciudad de Valencia

2.1. Breve introducción a la evolución turística de Valencia

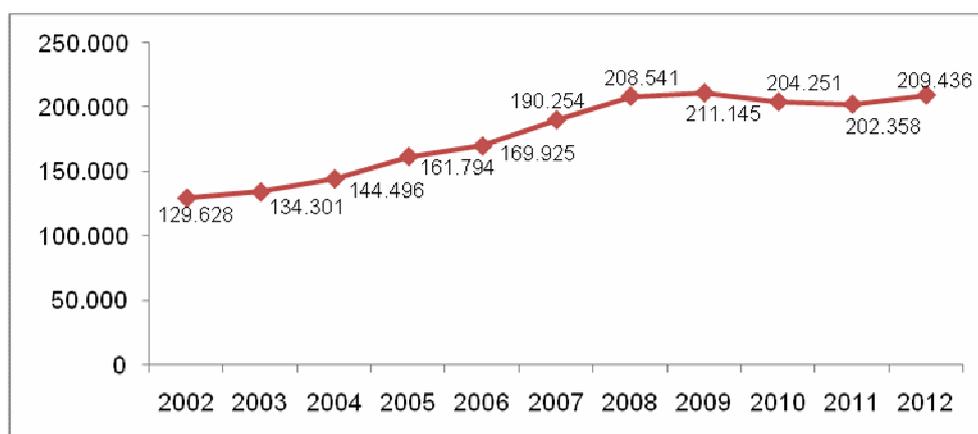
En las últimas dos décadas la ciudad de Valencia ha experimentado un importante proceso de transformación en términos turísticos, llegando a convertirse en uno de los principales destinos turísticos españoles (Rausell, 2010). Su buen posicionamiento en esta actividad económica también se ve reflejado a escala europea: Valencia se encuentra entre los diez primeros destinos turísticos de las ciudades no capitales en cuanto a volumen de pernoctaciones se refiere (TourMIS, 2014).

El aumento del volumen de turistas, el crecimiento de las pernoctaciones realizadas en establecimientos hoteleros, así como la ampliación de las plazas turísticas en la última década, entre otros indicadores, ponen de manifiesto una acusada inflexión en la dinámica del sector turístico en Valencia (Turismo Valencia, 2011).

El incremento del número de viajeros que han visitado la ciudad de Valencia en los últimos diez años (período 2003 – 2012) es del orden de aproximadamente 50% (INE, 2014).

El crecimiento de la demanda turística provoca un aumento en la oferta hotelera de la ciudad. El gráfico 1 muestra la evolución del número de plazas hoteleras en la ciudad de Valencia en el período considerado.

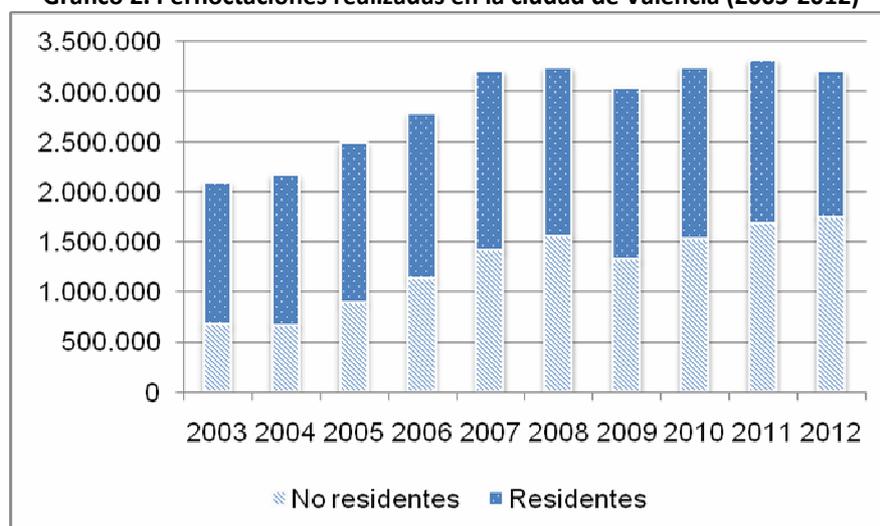
Gráfico 1. Plazas hoteleras estimadas en la ciudad de Valencia (2002- 2012)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del INE (2014)

El crecimiento turístico de la capital del Turia se justifica también en términos de pernoctaciones, cuyo volumen ha pasado de 2,1 millones en el año 2003 a más de 3,2 millones en el año 2012(INE, 2014). Esto supone un crecimiento del número de pernoctaciones para dicho período superior al 50% (véase Gráfico 2), siendo este aumento relativamente sostenido con la excepción del año 2009, atribuible a la crisis económica que afectó significativamente al sector hotelero.

Gráfico 2. Pernoctaciones realizadas en la ciudad de Valencia (2003-2012)



Fuente: INE (2014)

De forma complementaria a este importante aumento, es interesante señalar el cambio del tipo de turista en el periodo considerado atendiendo a su residencia, que está representado en el gráfico 3. Se constata que el porcentaje de turistas internacionales ha pasado de un 32% en el año 2003 a representar más de la mitad del total en el año 2012(INE, 2014), lo que pone de manifiesto que la ciudad de Valencia ha conseguido convertirse en un destino más conocido a escala internacional.

En relación a lo anterior, se observa que el perfil actual del turista que visita Valencia también refleja el cambio del modelo turístico que ha sufrido la ciudad durante las últimas dos décadas. Si tradicionalmente los turistas que visitaban la capital del Turia lo hacían por motivos de negocios, ligados a ferias y congresos (Carrasco & Rausell, 2005), desde finales de los años 90 se observa un notable cambio en la caracterización de su perfil. Es a partir de entonces cuando la ciudad de Valencia empieza a percibir un turismo de carácter urbano y de ocio (Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, 2005).

Actualmente, el perfil general del turista que visita la capital del Turia tiene las siguientes características según los últimos datos publicados referentes al año 2012 (Turismo Valencia, 2013):

- El principal mercado emisor extranjero con diferencia es el italiano, al que corresponde un 25,7 % de la demanda total. Los turistas ingleses, alemanes y holandeses ocupan los siguientes puestos en el ranking de las pernoctaciones realizadas en la ciudad, a pesar de que la distancia con el líder es muy notable—ninguno de ellos llega al 10 % (Turismo Valencia, 2013), (véase Gráfico 3).

- 2 de cada 3 turistas llegan al destino por motivos de ocio y culturales.

- La edad del 50 % de los turistas que visitan Valencia se sitúa en la franja de los 35 a los 54 años.

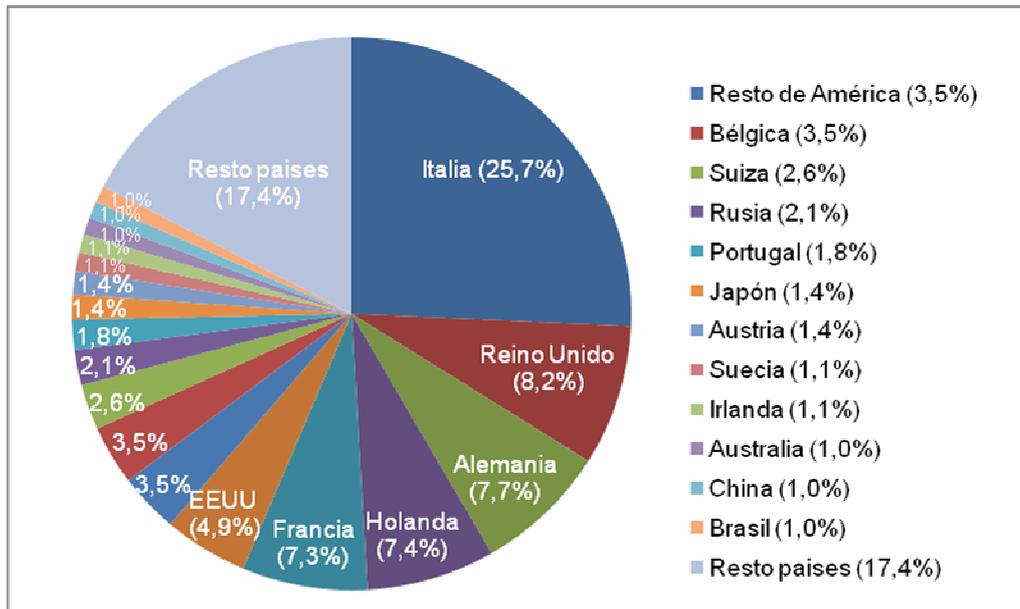
- 36 % de los turistas viajan acompañados de su pareja.

- El Museo de las Ciencias Príncipe Felipe, el IVAM y el Oceanográfico son los atractivos turísticos más visitados en la ciudad.

- La valoración conjunta de la ciudad es buena – 7,3 de media.

- Principales fuentes de información sobre el destino: más del 50 % de los turistas consultan Internet y medios de comunicación.

Gráfico 3. País de procedencia de los turistas en Valencia según el número de pernoctaciones realizadas en el año 2012



Fuente: Elaboración propia a partir de Estadísticas Turismo Valencia 2012 (Turismo Valencia, 2013)

A pesar de que en los años setenta y ochenta la ciudad de Valencia se relacionaba con el turismo de negocios y los turistas de ocio se concentraban en la época de las Fallas, desde finales de los años noventa empieza su transformación en términos turísticos (Rausell, 2010). Las cifras de crecimiento en el período 2004- 2011 afirman que el turismo se ha convertido en un pilar estratégico y generador de riqueza para Valencia (Turismo Valencia, 2012). Muchos son los factores a los que se debe este despegue turístico de la ciudad. Por una parte, se encuentra el esfuerzo realizado por las autoridades públicas en construir atractivos e infraestructuras turísticas tales como la Ciudad de Las Artes y Las Ciencias y el Palacio de Congresos, junto con la apuesta por los grandes eventos internacionales como Copa América (2007) y Fórmula 1 (2008, 2009, 2010, 2011) (Rausell, 2010). Por otra parte, según Rausell (2010) existen otras causas importantes entre las cuales se sitúan “la creciente organización de congresos”, “las ferias comerciales”, el “turismo Erasmus”, los “viajes con líneas aéreas lowcost” y la “creciente conectividad” de la ciudad.

2.2.1. El turismo de cruceros en Valencia

Todos los factores turísticos comentados en el apartado anterior han sido claves para atraer a turistas nacionales e internacionales y con ello se ha aumentado el conocimiento de Valencia en el mercado mundial. La evolución que ha experimentado la capital del Turia hacia una ciudad moderna y contemporánea, junto con su rica historia y cultura, han hecho posible su andadura en el turismo de cruceros. Los inicios de la actividad crucerística en Valencia se pueden situar en el año 1998 cuando la Autoridad Portuaria de Valencia firma un acuerdo con Turismo Valencia Convention Bureau para la promoción de este tipo de tráfico (Ministerio de Fomento, 2011). En el año 1999 Valencia recibe su primer crucero y una totalidad de 12 escalas con 3.169

turistas de crucero hasta llegar a la notable cifra de 223 escalas y 473.114 pasajeros de crucero en el año 2013 (Ministerio de Fomento, 2014).

Varios son los factores que han contribuido al desarrollo del turismo de cruceros en Valencia, siendo los más destacables los siguientes:

- Las acciones promocionales llevadas a cabo por Turismo Valencia (participación en ferias internacionales del sector, organización de *famtrips* y visitas de inspección para los encargados de las compañías navieras y la elaboración de material promocional) (Turismo Valencia, 2011).

- La infraestructura portuaria de Valencia, la cual ha podido ser adaptada para el tráfico de cruceros gracias a la labor realizada por la Autoridad Portuaria de Valencia.

- La celebración de grandes eventos como la Fórmula 1 y Copa América, que han llamado la atención internacional y han aumentado el tráfico de cruceros.

- Las conexiones internacionales existentes, gracias al Aeropuerto Internacional de Valencia y la llegada del AVE, por los cuales el puerto de la ciudad tiene más posibilidades de posicionarse como puerto base.

- La evolución de la demanda y oferta turística en la ciudad, lo que ha propiciado la creciente notoriedad internacional de Valencia.

- La congestión del tráfico de cruceros en algunos puertos europeos como Barcelona, Livorno y Palma se traduce en una oportunidad para Valencia en este mercado (Observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana, 2011).

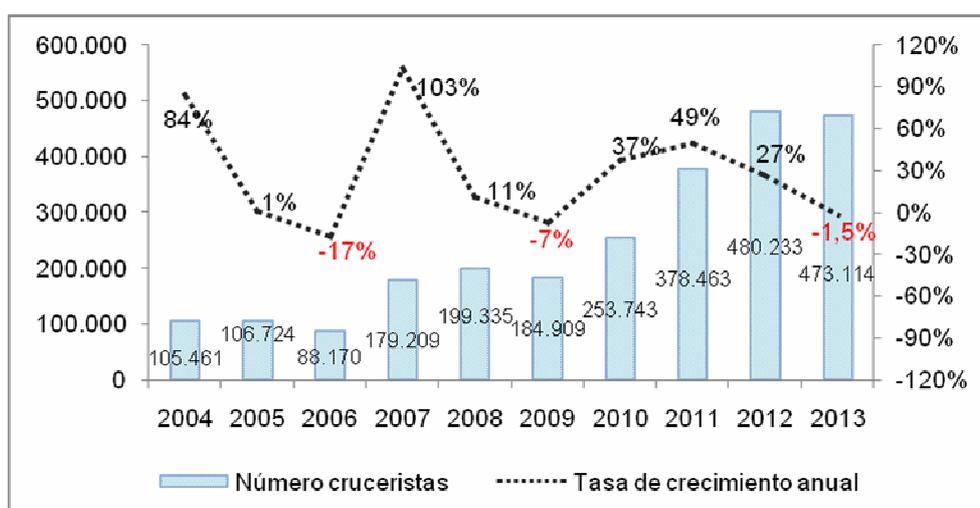
2.2.1.1.1. Estudio de la demanda de cruceros en Valencia

El puerto de Valencia, líder nacional en cuanto al tráfico de contenedores en el año 2012 (Ministerio de Fomento, 2014), que tradicionalmente se asocia a puerto comercial, ha empezado desde hace aproximadamente una década a acoger tráfico portuario de cruceros. El aumento del número de cruceristas que han desembarcado en el puerto de la ciudad en los últimos diez años es fiel reflejo de la consolidación de Valencia como destino al alza en este mercado (véase Gráfico 4).

La demanda de cruceros ha seguido una fuerte tendencia creciente (a excepción de los años 2006, 2009 y 2013) que le ha llevado a aumentar sus cifras aproximadamente un 350% en los últimos 10 años (período 2004-2013). A tenor de la información estadística que se recoge en el gráfico 4, se puede comprobar la progresión experimentada por Valencia en este aspecto, pasando de menos de 105.000 turistas de crucero en el año 2004, hasta llegar a casi medio millón en el año 2013. A pesar de que la tendencia denota un constante incremento del número de pasajeros de crucero, la línea que representa esta evolución marca tres descensos en los años 2006, 2009 y 2013. La explicación de este comportamiento en el año 2006 se debe a las reformas efectuadas en el puerto de Valencia por la celebración de Copa América del año 2007, con lo que parte de las instalaciones portuarias no estaban operativas (Rodríguez,

2013). Por otro lado, el declive del número de escalas producido en el año 2009 se explica en buena medida por la crisis económica de los últimos años, lo cual ha llevado a que una de las compañías navieras que operaba en Valencia vendiera sus buques y haya dejado de efectuar viajes de crucero (Rodríguez, 2013). El ligero descenso del orden del 1,5% del número de turistas de crucero en el año 2013 se puede explicar por la menor ocupación de los cruceros que recalaban en el puerto de Valencia, ya que incluso en el año 2013 se superó el número de buques de crucero de años anteriores. La APV preveía llegar a un nuevo máximo histórico en el año 2013 en cuanto al volumen de turistas de crucero se refiere, pero dicho pronóstico no se cumplió, debido a la variabilidad de la ocupación.

Gráfico 4. Número de pasajeros de crucero en Valencia (2004 - 2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de información del Ministerio de Fomento (2014)

A pesar de los descensos comentados, la evolución porcentual del número de turistas de crucero en el período completo 2004-2013 resulta notable. Los años de mayor dinamismo de esta actividad en el puerto de Valencia son 2004, 2007 y 2011. Esto queda justificado en parte por lo siguiente: en el año 2004 el aumento del número de pasajeros se debe a la alta notoriedad que adquiere la ciudad, gracias a su elección en el año 2003 como sede de la 32ª Copa América (Caletrió, 2013). En lo referente al año 2007 se duplica el número de pasajeros respecto el año anterior, lo cual se produce como resultado de la celebración de dicho evento (Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, 2010). Las destacables tasas de crecimiento en los años 2010 (37%) y 2011 (49%) se imputan, por un lado, a la llegada del AVE en el 2010 (Rodríguez, 2013) y, por otro, a la promoción turística de la ciudad llevada a cabo por Turismo Valencia y la APV (Caletrió, 2013). Además, a todo esto se le debe añadir la evolución turística de la ciudad durante las dos últimas décadas, logrando situarse entre los mejores destinos turísticos europeos (Caletrió, 2013).

El crecimiento de la demanda también se ha notado en el promedio de pasajeros embarcados en cada buque, que ha evolucionado constantemente desde los inicios de la actividad crucerística en Valencia. Si en el año 2004 en cada barco llegaban en torno

a 1.100 personas de media, en el año 2013 su número sobrepasa los 2.100 pasajeros (Ministerio de Fomento, 2014).

Si se atiende a los datos de pasajeros desagregados, correspondientes al período 2002-2012, se observa como el puerto de Valencia cumple las funciones tanto de puerto base¹, como de puerto de escala² (véase Tabla 1). Dependiendo de si en el puerto prevalece un tráfico u otro, el impacto económico que el crucero genera en el destino es menor o mayor. En este sentido, es importante analizar los datos en cuanto al tipo de tráfico de cruceros en el puerto de Valencia. A tenor de la información estadística que recoge la tabla 1, se constata que en los inicios de la actividad crucerística en Valencia el porcentaje de pasajeros que embarcan o desembarcan en dicho puerto prevalece sobre el número de pasajeros que hacen escala. Dicha tendencia se ve alterada en el año 2006, atribuible a las reformas realizadas en el puerto de Valencia. A pesar de que en el período 2007- 2009 el número de pasajeros de ambos tráficos está prácticamente igualado, en el año 2012 el porcentaje de pasajeros que cuentan con Valencia para una de sus escalas se ha incrementado significativamente, representado el 76% del tráfico total (Ministerio de Fomento, 2013).

Tabla 1. Número de pasajeros de crucero de tránsito y embarque/desembarque en el puerto de Valencia (2002- 2012)

Año	Tránsito		Embarque / Desembarque		Total (100%)
2012	364340	76%	115893	24%	480233
2011	263482	70%	114981	30%	378463
2010	173989	69%	79754	31%	253743
2009	87720	47%	97189	53%	184909
2008	99995	50%	99340	50%	199335
2007	93338	52%	85871	48%	179209
2006	71112	81%	17058	19%	88170
2005	36348	34%	70376	66%	106724
2004	27266	26%	78195	74%	105461
2003	20982	37%	36301	63%	57283
2002	22633	47%	25771	53%	48404

Fuente: Elaboración propia a partir de Puertos del Estado (Ministerio de Fomento, 2011), (Ministerio de Fomento, 2012), (Ministerio de Fomento, 2013)

¹Un puerto base, o conocido también como puerto de cabecera o principal, es “*el puerto en el que se produce el embarque y desembarque del pasaje como principio y fin del crucero*”(OMT, 2003).

²Un puerto de escala, o también denominado puerto de tránsito se define como aquel “*en el que el pasaje desembarca, para embarcar posteriormente y proseguir el crucero*” (OMT, 2003).

A tenor de estas cifras se puede estimar el impacto económico que supone el gasto del turista de cruceros para la ciudad. El impacto económico obtenido en la Tabla 2 se obtiene multiplicando el número de turistas por su respectivo gasto medio, estimando que éste se sitúa en 55 € para el crucerista que realiza escala y que asciende a 110 € en el caso de que utilice el puerto como puerto base, ya que se estima que el crucerista pase una noche en el destino (Observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana, 2011).

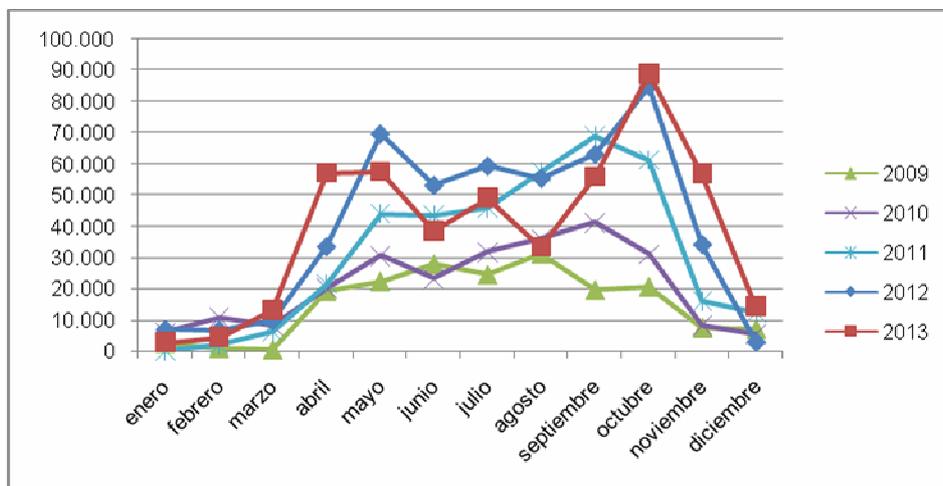
Tabla 2. Impacto económico del gasto medio de los cruceristas en Valencia 2008-2012

Año	2008	2009	2010	2011	2012
Impacto económico (€)	16.427.125	15.515.390	18.342.335	35.306.975	32.786.930

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Ministerio de Fomento (2012), (2013) y (2014) y Observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana (2011)

Otra de las características importantes de la demanda de cruceros en Valencia es la estacionalidad que dicha actividad presenta. La temporada de cruceros en el Mediterráneo se inicia normalmente a finales de marzo y continúa hasta el mes de noviembre, hecho que encuentra su explicación en que éste es el período con mejores condiciones climatológicas para la navegación y el disfrute de las vacaciones a bordo (Turismo Valencia, 2011). Valencia no queda ajena a esta tendencia y como se puede apreciar en el gráfico 5, el mayor volumen de turistas de crucero en los últimos cinco años se sitúa entre los meses de abril y octubre. Destacan sobre todo los picos de demanda que se producen en los meses de mayo, septiembre y octubre, a pesar de ciertas alteraciones que se constatan en el año 2009. No obstante, hay que mencionar el hecho de que las compañías navieras tienden cada vez más a programar viajes para los meses de noviembre, diciembre y marzo, alargando así la temporada de cruceros (Turismo Valencia, 2011).

Gráfico 5. Volumen de cruceristas en el puerto de Valencia por meses (2009 - 2013)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Fomento (2014)

Otro aspecto a considerar en cuanto al estudio de la demanda crucerística en Valencia es el perfil del turista de cruceros, sobre el cual no se ha hecho público ningún estudio exhaustivo. Según datos proporcionados por Turismo Valencia (2012) el 82% de los cruceristas en tránsito son internacionales, mientras que un 91 % de los pasajeros de embarque- desembarque son españoles”. Respecto a la procedencia de los cruceristas no residentes en España, el informe revela que los alemanes (25,9%) e ingleses (25,3%) fueron los más numerosos, sumando entre los dos aproximadamente el 50 % del total de pasajeros. El tercer puesto se ocupa por los cruceristas italianos que representan el 15% y los estadounidenses con un 10% del total de pasajeros de crucero en el año 2012. Resulta interesante realizar una comparación entre la procedencia de los cruceristas y los principales mercados emisores de turistas que visitan la ciudad de Valencia. Según las últimas estadísticas publicadas por Turismo Valencia respecto al año 2012, el principal mercado emisor extranjero con diferencia es el italiano, al que corresponde una cuarta parte de la demanda total. Los turistas ingleses, alemanes y franceses ocupan los siguientes puestos en el ranking de las pernoctaciones realizadas en la ciudad, a pesar de que la distancia con el líder es muy notable – ninguno de ellos llega al 10%. En este sentido, el turismo de cruceros contribuye a diversificar la composición de la demanda turística internacional en la ciudad de Valencia, aumentando sobre todo el número de visitantes provenientes de Reino Unido, Alemania y Estados Unidos.

Otra característica que desvela el estudio sobre el perfil del crucerista, es la edad media de los pasajeros de crucero, que se sitúa en la franja de los 35 a los 54 años en un 41,3% de los casos (Turismo Valencia, 2013), coincidiendo en este aspecto con el perfil general del turista en la ciudad de Valencia (Turismo Valencia, 2011).

Además, si atendemos a la forma de contratación del crucero por parte de los pasajeros que visitan Valencia, se observa que los turistas de origen extranjero han optado en un 71,1% por comprar el crucero en una agencia de viajes, mientras que en el caso de los españoles, este porcentaje asciende al 90,4%(Turismo Valencia, 2013). De esta forma, se puede inferir que los visitantes internacionales suelen comprar en mayor medida que los españoles sus viajes en crucero a través de Internet y según las tendencias que indica CLIA, el porcentaje de reservas de crucero a través de este canal va a crecer de una manera notable en los próximos años debido a la penetración cada vez más acusada de las TICs (CLIA, 2011).

2.2.2. Estudio de la oferta de cruceros en Valencia

2.2.2.1. *Oferta de cruceros en el destino*

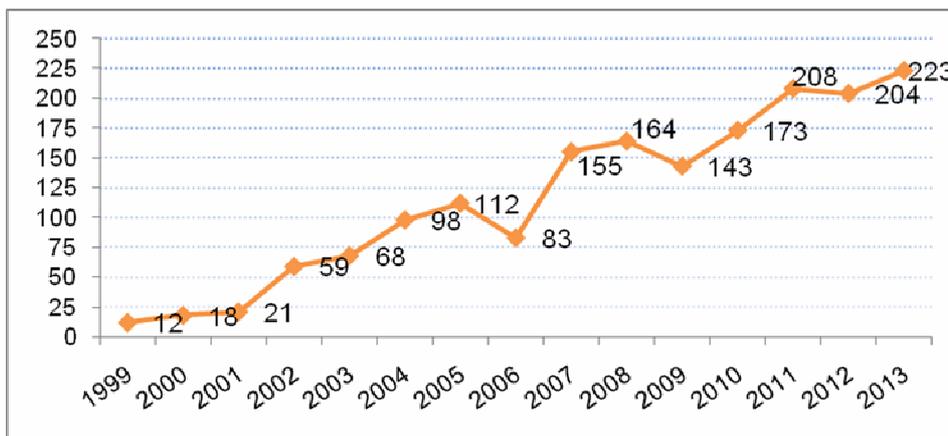
Al igual que sucede con las estadísticas referentes a la demanda crucerística, la oferta de cruceros que incluye la ciudad de Valencia dentro de sus itinerarios, bien como puerto base o bien como puerto de escala, se caracteriza por unas tasas de crecimiento muy elevadas a lo largo de la última década.

El gráfico 6 muestra que el incremento del número de escalas en el período 1999-2013 sigue una tendencia creciente constante, desviándose en los años 2006 y 2009 por los motivos comentados en el apartado anterior. En el año 2012 también se observa un ligero descenso del orden del 1,9%, aunque no repercute en el número de cruceristas,

debido al aumento de la capacidad de los cruceros que desembarcan en la ciudad. Por otro lado, el incremento del número de escalas resulta notable, multiplicándose por más de 3 veces en la última década: de 59 escalas en el año 2003 se pasa a 223 en el año 2013. Es interesante comentar los picos en el número de escalas realizadas en los años 2002 y 2007. El primer aumento se explica con la inauguración de la terminal de pasajeros de Acciona Transmediterránea en mayo del 2002, con lo cual se facilita la llegada de nuevos barcos y el incremento del número de escalas en el puerto (Caletrió, 2013). Respecto al año 2007 el aumento del número de escalas se debe a la celebración de la Copa América (Caletrió, 2013).

También es importante señalar que el creciente número de escalas que cada año recibe la ciudad de Valencia se debe en gran parte a los esfuerzos y la colaboración realizada entre la Autoridad Portuaria de Valencia y Turismo Valencia, promocionando y comercializando la capital del Turia como destino de cruceros (Rodríguez, 2013), (Caletrió, 2013).

Gráfico 6. Evolución del número de escalas de crucero en el puerto de Valencia(1999- 2013)



Fuente: Elaboración propia a partir del material proporcionado por Rodríguez, C.(2013) y estadísticas del Ministerio de Fomento(2014)

Otra característica de la oferta de cruceros en Valencia, que destaca en los últimos años, es la consolidación del puerto de Valencia como puerto base. Si en el año 2010 había dos compañías navieras que tenían al destino como puerto base (MSC Cruceros y Happy Cruises), en el año 2013 su número ha aumentado a cinco (Costa Crociere, Pullmantur, Royal Caribbean, MSC Cruceros e Iberocruceros).

La composición de la oferta de cruceros en Valencia es importante en cuanto condiciona la llegada de cierto tipo de visitantes a la ciudad. A continuación, En el cuadro 1 se clasifica cada compañía de cruceros que opera en Valencia según el segmento de *lifestyle* al que pertenece (OMT, 2008).

Cuadro 1. Clasificación de las compañías de crucero con escala en Valencia en el año 2011 según la clasificación de Berlitz (OMT, 2008).

Standart	•Aida, P&O Cruises, Thomson, Transocean, MSC, Costa Crociere, Pullmantur, Mitsui
Premium	•Celebrity, Oceania, Peter Dellmann, Ponant, Windstar, Holland America Lines, Royal Caribbean, Iberocruceros, Classic International Cruises, Costa Crociere
Luxury	•Hapag-Lloyd, Regent, Sea Cloud, SeaBourn, Silversea, Crystal Cruises, Cunard
Exclusive	•Hapag-Lloyd, Seadream

Fuente: Elaboración propia a partir de la OMT (2008)

La primera característica a resaltar es la prevalencia de compañías de crucero de los segmentos “standard” y “premium”. Los cruceros “standard” suelen ser atractivos para gente joven y, en general, para turistas con menor poder adquisitivo (OMT, 2008). Los cruceros “premium” son los más “populares” (OMT, 2008), incluyen muchas actividades de ocio a bordo y su público objetivo es amplio, adaptándose bien a las necesidades de familias con niños. Teniendo en cuenta que ambos segmentos disponen de buques cada vez más grandes, cuya capacidad media supera los 3500 pasajeros, se podría considerar que gran parte de los cruceristas que desembarcan en Valencia pertenece a las clases media y media – baja. Otro argumento a favor de esta suposición consiste en que la frecuencia de escalas de cruceros de lujo es baja en comparación con las escalas de los cruceros “standard” y “premium”, que han representado más de la mitad del tráfico en el año 2012(Rodríguez, 2013).

2.2.2.2. *Oferta de infraestructuras y servicios del destino para el turismo de cruceros*

El producto crucerístico no es sólo el barco en sí, sino que además incluye la experiencia que el crucerista obtiene una vez desembarca en el puerto de destino. En este sentido, es preciso abordar las características de la oferta del propio destino- las instalaciones portuarias, las opciones de ocio, así como los servicios diseñados por las autoridades turísticas para proporcionar una experiencia única al crucerista.

a) Infraestructura portuaria dedicada a cruceros

El Puerto de Valencia dispone de cuatro muelles que permiten el atraque de buques de hasta 395 m de eslora (la mayoría de los cruceros entran en estas dimensiones). En cuanto a los terminales de pasajeros, Valencia cuenta con dos en total (Acciona Transmediterránea y Valencia Passenger Services), uno de los cuales es en su virtud de *remote terminal*. Entre los servicios destinados al crucero y sus pasajeros se encuentran los siguientes: consignación integral de cruceros; servicio de handling a cruceros; atención a pasajeros de movilidad

reducida; servicios de restauración; tienda de regalo y souvenirs, vinos y duty free; parking; shuttles dentro del recinto portuario.

Es importante destacar que hasta el momento las infraestructuras portuarias en Valencia no han sido diseñadas especialmente para el tráfico de cruceros, ya que la capital del Turia centra su principal actividad en el tráfico de contenedores (Rodríguez, 2013). A raíz de esto, para poder atender el creciente tráfico de cruceros durante la última década, se han creado medidas provisionales y se han ido acondicionando algunos muelles. A pesar de dichos esfuerzos, las actuaciones se quedan insuficientes, debido al volumen cada vez mayor de los cruceros y la mayor frecuencia de las escalas (Rodríguez, 2013). Consciente de estos inconvenientes, la Autoridad Portuaria de Valencia ha elaborado un Plan Director de Cruceros que prevé en el futuro próximo la construcción de dos nuevos muelles (uno de ellos ya se inauguró en agosto del año 2013), destinados exclusivamente al tráfico de cruceros, en los cuales podrán atracar “mega cruceros”, además de la construcción de una explanada de 4.350 m² con capacidad para albergar varias decenas de vehículos para transportar los pasajeros desde el puerto.

b) Oferta turística para los pasajeros de crucero en Valencia

Parte del trabajo de Turismo Valencia consiste en diseñar diferentes rutas turísticas en la ciudad para que las compañías navieras incluyan al destino en sus itinerarios (Caletrío, 2013). Las diferentes opciones destinadas a varios públicos e intereses, representan en gran parte el amplio abanico de atractivos turísticos de los que dispone la capital del Turia. La elaboración de dichas rutas orientativas se hace necesaria, dado que la estancia de los cruceros que hacen escala en Valencia suele oscilar entre las 5-12 horas (Rodríguez, 2013). Entre las rutas destacan las siguientes: “Valencia en Vanguardia”, “Ruta Histórica”, “Lladró”, “Albufera”, “Valencia entre viñedos” y “Valencia y Golf” (Caletrío, 2013). La ruta por el centro histórico de Valencia y la Ciudad de Las Artes y Las Ciencias son las más populares entre los cruceristas. Las visitas a la Albufera no suelen ser muy numerosas, a diferencia de las excursiones organizadas a la fábrica Lladró, que genera interés entre los cruceristas procedentes de Estados Unidos. Otra de las rutas que está adquiriendo importancia en los últimos años es la de los viñedos, lo que se podría explicar con la creciente demanda de enoturismo a nivel mundial (Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia, 2010).

Por otro lado, resulta interesante estudiar la oferta de excursiones que ofrecen las navieras, ya que cerca del 40 % de los cruceristas que desembarcan en Valencia optan por contratar su visita en el destino y/o sus alrededores con la misma compañía del crucero (Caletrío, 2013). El cuadro 2 muestra las principales excursiones en tierra que ofertan las compañías de crucero a los pasajeros. Tal y como queda reflejado en el cuadro, la mayoría de las compañías ofrecen un tour por el centro histórico de la ciudad junto con una visita panorámica de Ciudad de las Artes y las Ciencias. La visita al Oceanográfico, el Museo de Lladró en Tavernes Blanques y la Albufera son

otras excursiones ofertadas por una buena parte de las navieras que operan en Valencia.

Cuadro 2. Oferta de excursiones en Valencia de las compañías navieras

Tipo de excursión	Compañía naviera que la ofrece
Centro histórico + vista panorámica de CAC	MSC, Seabourn, Costa Cruceros, Windstar, Aida, Oceania, Regent Seven Seas, Royal Caribbean, Pullmantur, P&O Cruises, Holland America Lines
CAC	Costa Cruceros, Seabourn, Holland America Lines
Oceanográfico	MSC, Pullmantur, Costa Cruceros, Seabourn, Aida, P&O Cruises, Oceania, Regent Seven Seas
Bioparc	MSC, Aida
Fábrica de Lladró + Museo de Cerámica	Royal Caribbean, Seabourn, Windstar, P&O Cruises, Oceania, Thomson, Holland America Lines, Regent Seven Seas
Visita en bicicleta	Royal Caribbean, Celebrity, Aida, Oceania, Thomson, Holland America Lines, Regent Seven Seas
Paella Cooking Show	Windstar, Oceania, Regent Seven Seas, Windstar
Cavernas de San José + centro histórico (corto)	MSC, Royal Caribbean, Pullmantur, Celebrity, Aida, P&O Cruises, Holland America Lines
Centro histórico + Cata de vinos	Pullmantur, Regent Seven Seas
Transfer a la playa de Valencia	MSC, Royal Caribbean, Celebrity, P&O Cruises
Parque Natural de la Albufera	Pullmantur, Costa Cruceros, Aida, P&O Cruises, Holland America Lines, Regent Seven Seas
Madrid (AVE)	MSC, Costa Cruceros
Requena (degustación de vinos)	P&O Cruises, Oceania, Holland America Lines
Visita en coche o minibús privado con guía personalizado	Royal Caribbean, Seabourn, Windstar, Holland America Lines, Regent Seven Seas

Fuente: Elaboración propia a partir de la información proporcionada por las compañías navieras en sus páginas web.

Nota: No ha sido posible encontrar las excursiones que ofrece cada compañía de crucero que opera en el puerto de Valencia, ya que como requisito para poder visualizarlas en las webs, se pedía un número de reserva de crucero

c) Servicios turísticos destinados a los pasajeros de crucero en Valencia

Debido al creciente número de turistas de crucero que visita la ciudad, se hace necesaria la creación de ciertos servicios específicos para este visitante. La primera acción que se hizo por parte de Turismo Valencia fue la apertura de un Punto de Información Turística en la terminal de pasajeros del puerto siempre cuando se prevé una escala. Además, desde agosto del 2011 se ha lanzado la Valencia Cruise Card – una tarjeta turística creada especialmente para los cruceristas. La falta de transporte público adecuado que conecte el puerto con el centro de la ciudad, ha sido la razón por la cual se ha lanzado un shuttle bus para realizar este trayecto y

trasladar a los cruceristas a tres puntos neurálgicos del destino: (1) Oceanogràfic; (2) Ciudad de las Artes y las Ciencias; (3) centro de Valencia (Navarro Reverter). Asimismo, Turismo Valencia organiza actos de bienvenida ante la llegada de buques destacables por su capacidad o que realizan por primera vez escala en Valencia (degustaciones de horchata, grupos de danza regional, gigantes y cabezudas, etc.) (Caletrío, 2013).

3.-Papel de los principales agentes del turismo de cruceros en el destino Valencia

Los agentes implicados en el producto crucerístico son múltiples debido al concepto del crucero, que se encuentra “a caballo entre la actividad naviera y la industria de ocio” (Torres et al., 2006). Con objeto de conocer mejor cuál es la situación del turismo de cruceros en Valencia es importante analizar el rol de los principales actores en el destino, de cuyas actuaciones depende el atractivo de la ciudad para las compañías navieras.

3.1.-Autoridad Portuaria de Valencia

Uno de los agentes indispensables para el desarrollo del turismo de cruceros en la ciudad es la Autoridad Portuaria de Valencia (APV). Su labor en este ámbito empieza en el año 1998 con la firma del acuerdo entre la Sociedad gestora de la Ciudad de las Artes y las Ciencias, Turismo Valencia Convention Bureau, y la Federación Valenciana de Hosteleros sobre el fomento y desarrollo del crucerismo en la ciudad. A partir de ese momento, han tenido lugar varios acontecimientos relacionados con el tráfico de cruceros en el puerto de Valencia, que recogemos por orden cronológico en el siguiente cuadro (véase cuadro 3).

Cuadro 3. Principales acontecimientos relacionados con el tráfico de cruceros en el puerto de Valencia

Año	Acontecimiento
1998	Convenio de colaboración entre CACSA (Sociedad gestora de la ciudad de las Artes y las Ciencias), Turismo Valencia Convention Bureau, Autoridad Portuaria de Valencia y la Federación Valenciana de Hosteleros
1999	La Autoridad Portuaria de Valencia se hizo miembro de la Asociación MedCruise (Asociación de Puertos de Crucero del Mediterráneo), cuyo fin es promover el tráfico de cruceros en dicha área.
1999	Desde el año 1999 se asiste a las Ferias de Cruceros más importantes del sector junto con Turismo Valencia Convention Bureau
2002	Acto de Hermanamiento entre el puerto de Miami Dade y la Autoridad Portuaria de Valencia
2002	Transmediterránea inaugura su nueva terminal de pasajeros

2006	Cierre de transversales de la dársena interior. Permite alargar el actual atraque en el muelle del poniente exterior (de 180 a 379 m).
2007	32ª Edición Copa América
2010	Elaboración Plan Director de Cruceros
2012	Creación de Valencia Passengers Services (VPS) – una iniciativa empresarial, que pretende gestionar la antigua Estación Marítima para convertirla en una “terminal remota” de pasajeros

Fuente: Elaboración propia a partir de la información de la Autoridad Portuaria de Valencia (2010) y Rodríguez (2013)

Como se desprende del cuadro 3, el papel principal de la APV consiste, por una parte, en invertir en instalaciones específicas que este tipo de tráfico requiere y, por otra, en promocionar el puerto para así atraer a las compañías navieras.

Como anteriormente se ha explicado, en la actualidad el puerto de Valencia no dispone de una infraestructura destinada únicamente a los cruceros, por lo que la Autoridad Portuaria Valenciana realiza una labor complicada en compaginar el tráfico crucerístico con el de contenedores (Rodríguez, 2013). En vista del crecimiento y el potencial de esta actividad económica en Valencia, en el Plan Director de Cruceros confeccionado en el 2010, ya se incluye entre sus acciones la ampliación norte del puerto.

Además de aprovisionamiento de infraestructuras, la Autoridad Portuaria de Valencia también realiza importantes acciones de promoción del puerto, las cuales se pueden resumir en los siguientes puntos:

- Participación en las ferias líderes del sector (Sea trade Cruise & Shipping Convention en Miami, Sea trade MedCruise & Shipping Convention: en Cannes, etc.);
- Asistencia a diferentes jornadas de promoción en las cuales contactar con los armadores de cruceros;
- Pertenencia a la asociación MedCruise desde el año 1999- asociación de puertos de crucero del Mediterráneo- cuyo objetivo es promover los intereses de los puertos de dicha región como destino de cruceros;
- Participación en proyectos europeos como Ctur y Seatoland, que tienen como objetivo promover el turismo de cruceros;
- Reuniones con diferentes consignatarios, armadores, etc. y visitas de inspección.

Es importante destacar el hecho de que muchas de las acciones de promoción llevadas a cabo por la APV se realizan en colaboración con Turismo Valencia. Dicha cooperación entre ambos agentes es beneficiosa para el destino, ya que permite mejorar su atractivo frente a las compañías navieras y, además, contribuye a mejorar la experiencia crucerística que el destino proporciona (Rodríguez, 2013).

3.2.-Turismo Valencia Convention Bureau

Turismo Valencia es una fundación privada sin ánimo de lucro presidida por el Ayuntamiento de Valencia y en la que participan varias organizaciones empresariales.

En cuanto a la labor de promoción de Valencia como destino de cruceros, las acciones realizadas por Turismo Valencia se pueden clasificar en tres grupos:

-*Comunicación del destino.* Incluye la elaboración de material promocional (guías de cruceros, folletos, etc.), la organización de viajes de prensa y la realización de inserciones publicitarias.

-*Acciones inversas.* Se realizan “famtrips” (viajes de familiarización) y visitas de inspección por parte de representantes de las principales compañías de cruceros, se organizan actos de bienvenida y entrega de metopas a los buques que recalán por primera vez en el puerto.

-*Acciones directas.* Participación en las principales ferias y foros del sector- Sea trade Miami, Sea trade-Med, Sea trade Europe, etc.

Considerando el turismo de cruceros uno de los productos turísticos “estrella” (Caletrío, 2013) de la capital de Turia, Turismo Valencia ha elaborado un plan específico para este tipo de turismo, dentro del “Plan Estratégico de Turismo 2012 – 2015” de Valencia. Los objetivos de dicho plan consisten en atraer a nuevas compañías navieras y popularizar Valencia como destino de cruceros. Otros servicios diseñados especialmente por Turismo Valencia para los turistas de crucero y que ya han sido comentados anteriormente son: la Valencia Cruise Card, el shuttle bus, y la habilitación de una oficina de información turística en el puerto.

3.3.-Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia

A pesar de que la Cámara de Comercio de Valencia no desempeña un papel tan central en el desarrollo del turismo de cruceros en la ciudad, a diferencia de la APV y la Fundación Turismo Valencia, su rol es importante en cuanto representa y defiende los intereses del comercio local. Una de las actuaciones de la Cámara, relacionadas con el turismo de cruceros, es la realización de informes sobre la actividad crucerística, para así informar a las empresas interesadas. Asimismo, desde el año 2011 la Cámara de Comercio informa en su página web sobre la llegada de los cruceros a la ciudad (hora prevista, capacidad, etc.) para que el sector empresarial pueda conocer de antemano los posibles flujos de demanda y ofrecer sus servicios en el momento adecuado (taxis, ampliación de los horarios de apertura de comercios, restaurantes, etc.). Esta iniciativa, que forma parte de un grupo de trabajo junto con la APV, Turismo Valencia y Valencia Terra i Mar, intenta proporcionar una experiencia agradable al crucerista, una vez haya desembarcado en el destino, asegurándole el funcionamiento de todos los servicios que necesite.

3.4.-MedCruise

La asociación de puertos de crucero del Mediterráneo MedCruise, a la que pertenece el puerto de Valencia desde el año 1999, también es un actor importante para el desarrollo del turismo de cruceros en la ciudad. Su trabajo consiste en promover los

puertos asociados como destinos cruceísticos (asistiendo a numerosas ferias del sector), aumentar su eficiencia y desarrollar y estimular buenas relaciones con las líneas de cruceiro para así contribuir al crecimiento del turismo de cruceiros en la zona mediterránea(MedCruise, 2014).Otro de los objetivos que persigue la asociación es mejorar la competitividad de los puertos miembros a través del intercambio de información y buenas prácticas, además de promover la colaboración entre ellos para la creación de rutas que resulten atractivas para los turistas de cruceiro y los armadores(MedCruise, 2010).

4.-Conclusiones

En las últimas dos décadas la ciudad de Valencia se ha ido consolidando como destino turístico y desde principios de este milenio ha empezado su andadura en el subsector de los cruceiros. Año tras año el turismo de cruceiros está adquiriendo más protagonismo, posicionando la ciudad de Valencia entre los principales puertos españoles y los de la zona del Mediterráneo. Durante la última década hemos asistido a un crecimiento espectacular tanto de la oferta, como de la demanda de cruceiros en la ciudad, cuyas previsiones para el futuro son igualmente favorables. A pesar de que actualmente Valencia se consolida como destino al alza en esta actividad turística y cuenta con varias fortalezas que le permiten posicionarse como un destino de cruceiros de primera división, la ciudad debe ampliar sus infraestructuras portuarias y mejorar algunos servicios turísticos para poder subirse al tren de gran velocidad llamado turismo de cruceiros. Sin embargo, hay que tener en cuenta que para que el destino pueda consolidar su posición en este mercado, sería imprescindible la coordinación de todos los actores involucrados, que como se ha comentado, no son únicamente del ámbito turístico, sino también del sector portuario y del tejido comercial.

Bibliografía

Andriotis, K., & Agiomirgianakis, G. (2010). Cruise Visitors' Experience in a Mediterranean Port of Call. *International Journal of Tourism Research*, 12, 390- 404.

Autoridad Portuaria de Valencia. (2010). Destinos base y escala: la perspectiva de los puertos, las navieras y los operadores de cruceiros. *Valencia Cruise Forum 11- 12 de octubre, 2010*. Valencia.

Caletrió, M. (27 de marzo de 2013). Responsable de Promoción de Cruceiros en TVCB. Valencia.

Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. (2005). *Perfil y hábitos de compra de los turistas de la ciudad de Valencia*. Valencia.

Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. (2010). *El turismo de cruceiros 2010*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, de http://www.camaravalencia.com/servicios/docs/turismo/2010/Informe_Cruceiros_2010.pdf

Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Valencia. (2010). *Informe Enoturismo 2010*. Recuperado el 28 de febrero de 2014, de http://www.camaravalencia.com/camaraonline/docs/2010/Turismo/Informe_Enoturismo_2010.pdf

Carrasco, S., & Rausell, P. (2005). Turismo, cultura y competitividad urbana: El caso de Valencia. *IV Congreso Internacional de Cultura y Desarrollo*. La Habana.

CLIA. (2011). *Cruise Market Profile Study 2011*. Recuperado el 14 de marzo de 2014, de http://www.cruising.org/sites/default/files/pressroom/Market_Profile_2011.pdf

INE. (2014). *Encuesta de ocupación hotelera*. Recuperado el 3 de marzo de 2014, de <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoh&file=inebase&L=0>

MedCruise. (2010). El turismo de cruceros en el Mediterráneo. Situación actual y perspectivas. *Jornada Monitor de Mercados Turismo de Cruceros, 14 de diciembre de 2010*. Alicante.

MedCruise. (2014). *MedCruise: The Association of Mediterranean Cruise Ports*. Recuperado el 20 de marzo de 2014, de <http://medcruise.com/index.php/about>

Ministerio de Fomento. (2011). *Puertos del Estado*. Recuperado el 20 de marzo de 2014, de Anuario Estadístico de Puertos del Estado 2010. Memoria de las Autoridades Portuarias: http://www.puertos.es/sites/default/files/memorias_anuales/2010/data/libros/Valencia/04_Estadisticas_de_Trafico.pdf

Ministerio de Fomento. (2012). *Puertos del Estado*. Recuperado el 30 de enero de 2014, de Anuario Estadístico 2011 Tráfico de pasaje: http://www.puertos.es/sites/default/files/anuario_estadistico2011/archivos_internos/contenidos/03/030301.html

Ministerio de Fomento. (2013). *Anuario Estadístico 2012*. Recuperado el 12 de enero de 2014, de http://www.puertos.es/sites/default/files/anuario_estadistico2012/archivos_internos/contenidos/03/030301.html

Ministerio de Fomento. (2013). *Puertos del Estado*. Recuperado el 20 de marzo de 2014, de Los puertos españoles presentan su oferta comercial para cruceros en Miami: http://www.puertos.es/sites/default/files/pdfs/seatrade_2013.pdf

Ministerio de Fomento. (2014). *Puertos del Estado*. Recuperado el 10 de enero de 2014, de Estadísticas Tráfico Portuario: http://www.puertos.es/estadisticas/estadistica_mensual/index.html

Observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana. (2011). *Turismo de cruceros - marzo 2011*. Recuperado el 5 de marzo de 2014, de http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/files/pdf/observatorio/estudios_mercado/TurismoCruceros_marzo_2011.pdf

OMT. (2003). *La actividad de los cruceros turísticos en el mundo*. Recuperado el 4 de febrero de 2014, de <http://www.e-unwto.org/content/m0u03v/fulltext.pdf>

OMT. (2008). *Organización Mundial de Turismo*. Recuperado el 4 de abril de 2013, de Turismo de cruceros- Situación actual y tendencias: <http://www.e-unwto.org/content/qu7404/fulltext.pdf>

Rausell, K. (2010). Valencia de la Huerta al Ocio en Sorribes. En J. Sorribes, *Valencia, 1937-1957. De la Riada a Copa del América*. Valencia: PUV.

Rodríguez, C. (29 de marzo de 2013). Responsable de Cruceros en la Autoridad Portuaria de Valencia. Valencia.

Torres Bernier, E., Esteve Secall, R., Fuentes García, R., & Martín Rojo, M. d. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona: UOC.

TourMIS. (2014). *Performance of Cities in Europe 2013*. Recuperado el 10 de enero de 2014, de <http://www.tourmis.info>

Turismo Valencia. (2011). *Plan estratégico 2012- 2015*. Recuperado el 20 de enero de 2014, de <http://www.turisvalencia.es/es/turismo-valencia-convention-bureau/plan-actuaciones>

Turismo Valencia. (2012). *20 años mirando al futuro*. Recuperado el 15 de abril de 2013, de <http://www.turisvalencia.es/admin/ftpPrensa/Balance%202011%20y%2020%20a%C3%B1os.pdf>

Turismo Valencia. (20 de abril de 2012). *Los cruceros dejarán más de 22.000 visitantes la próxima semana en Valencia*. Recuperado el 21 de febrero de 2014, de <http://www.turisvalencia.es/NotaDePrensa.aspx?id=394&elemento=Prensa0101&idoma=es>

Turismo Valencia. (2013). *Información facilitada por la fundación, no publicada*.

Turismo Valencia. (2013). *Estadísticas de Turismo 2012*. Recuperado el 2 de marzo de 2014, de <http://www.turisvalencia-guias.info/turisvalencia/estadisticas/>