



Anexo 2.- Presentaciones

TALLER 1



Autora: Gema Ramírez Guerrero
Grupo de Planificación y Gestión de Destinos Turísticos
Departamento de Historia, Geografía y Filosofía.
Universidad de Cádiz (UCA)

Turismo de cruceros y desarrollo sostenible

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Índice

- 1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS
 - 1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades
 - 1.2 La navegación a vapor (S. XIX)
 - 1.3 Compañías transatlánticas
 - 1.4 El crucero elitista
 - 1.5 El transporte marítimo en el siglo XX.
- 2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
 - 2.1 Las fuentes de información
 - 2.2 Evolución de la demanda
 - 2.3 Perfil socioeconómico del crucerista
 - 2.4 La estructura empresarial del sector
 - 2.5 Compañías globales y grupos multimarcas
 - 2.6 Segmentación del mercado
- 3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS
 - 3.1 Tipología de los cruceros
 - 3.2 Clasificación de los lugares: acomodación y tonELAJE
 - 3.4 El gigantismo.
- 4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
 - 4.1 Tipos de servicios como oportunidad
 - 4.2 Cruceros alternativos
 - 4.3 Destino potencial. Caso de Manta

G. Ramírez Guerrero

¿Qué es el turismo de cruceros?

Un viaje de recreo en una embarcación.
Marc Mancini

A ship making roundtrip with paying costumers, calling at different ports scheduled intervals, offering entertainment on board and ashore.
Ferry de Goey



Un viaje de **recreo** en una **embarcación**
con un **itinerario programado** que se
compone de una o más **escalas** turísticas

G. Ramírez Guerrero

ÍNDICE
1. EVOLUCIÓN DE LOS CRUCEROS
1.1 El origen marítimo. Concepto y modalidades
1.2 La navegación a vapor (S. XIX)
1.3 Campañas transatlánticas
1.4 El crucero aéreo
1.5 El transporte marítimo en el siglo XX
2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Los factores de información
2.2 Evolución de la demanda
2.3 Perfil socioeconómico del crucerista
2.4 La estructura empresarial del sector
2.5 Campañas globales o grupos multinacionales
2.6 Segmentación del mercado
3. ANÁLISIS DE UN SUBSECTOR DE CRECIMIENTO
3.1 Tipología de los cruceros
3.2 Clasificación de los buques: nomenclación y tamaño
3.4 El gobierno
4. ESPACIO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipos de servicios como oportunidad
4.2 Circuitos alternativos
4.3 Destino potencial: Cádiz de Mar de

¿Cuándo y por qué nace el CRUCERO?



G. Ramírez Guerrero

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN TURISTAS
1.1 El turista marítimo. Concepto y características.
1.2 La navegación a vapor (S. XIX)
1.3 Compañías transatlánticas.
1.4 El crucero elitista.
1.5 El transporte marítimo en el siglo XX

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Las fuentes de información.
2.2 Evolución de la demanda.
2.3 Perfil socioeconómico del turista.
2.4 La estructura organizativa del sector.
2.5 Campañas globales y grupos multinacionales.
2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS
3.1 Tipología de los cruceros.
3.2 Clasificación de los buques según tamaño y función.
3.4 El itinerario.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipos de servicios como oportunidad.
4.2 Cruceros alternativos.
4.3 Destino potencial: Caya de Manta.

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN TURISTAS
1.1 El turista marítimo. Concepto y características.
1.2 La navegación a vapor (S. XIX)
1.3 Compañías transatlánticas.
1.4 El crucero elitista.
1.5 El transporte marítimo en el siglo XX

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Las fuentes de información.
2.2 Evolución de la demanda.
2.3 Perfil socioeconómico del turista.
2.4 La estructura organizativa del sector.
2.5 Campañas globales y grupos multinacionales.
2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS
3.1 Tipología de los cruceros.
3.2 Clasificación de los buques según tamaño y función.
3.4 El itinerario.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipos de servicios como oportunidad.
4.2 Cruceros alternativos.
4.3 Destino potencial: Caya de Manta.

¿QUÉ IMPLICA EL MOTOR?

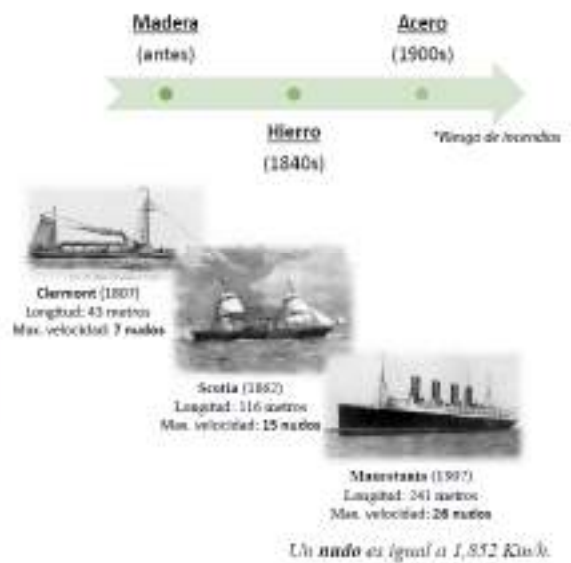
1. Cambio de materiales de construcción

2. Barcos de mayor tamaño

3. Barcos más veloces

4. Regulariza el tiempo del viaje

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros



Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

La regularización de la duración del viaje da lugar a la creación de las primeras **COMPAÑÍAS MARÍTIMAS DE LÍNEA**



Empresa que proporciona un **servicio regular** de transporte marítimo sujeto a un calendario preestablecido con fechas y horarios
Ejemplo: **Compañía Transmediterránea**



ÍNDICE
1. EVOLUCIÓN CRUCEROS
1.1 El crucero marítimo. Concepto y realidades.
1.2 La navegación a vapor (1.800)
1.3 Compañías transatlánticas
1.4 El crucero aéreo
1.5 El transporte marítimo en el siglo XX
2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Los fuentes de información
2.2 Evolución de la demanda
2.3 Perfil socioeconómico del viajero
2.4 La estructura organizativa del sector
2.5 Campañas globales y grupos multinacionales
2.6 Segmentación del mercado
3. ANATOMIA DE UN BARCO DE CRUCEROS
3.1 Tipología de los cruceros
3.2 Clasificación de los buques por tamaño y función
3.4 El capitán
4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipos de servicios como oportunidad
4.2 Cruceros alternativos
4.3 Destino personal. Case de Manila

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Servicio regular de larga distancia:

LÍNEAS MARÍTIMAS TRANSATLÁNTICAS

Las **COMPAÑÍAS TRANSATLÁNTICAS** transportaban pasajeros y mercancías entre Europa y América; Europa y Asia; América y Asia, etc.



ÍNDICE
1. EVOLUCIÓN CRUCEROS
1.1 El crucero marítimo. Concepto y realidades.
1.2 La navegación a vapor (1.800)
1.3 Compañías transatlánticas
1.4 El crucero aéreo
1.5 El transporte marítimo en el siglo XX
2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Los fuentes de información
2.2 Evolución de la demanda
2.3 Perfil socioeconómico del viajero
2.4 La estructura organizativa del sector
2.5 Campañas globales y grupos multinacionales
2.6 Segmentación del mercado
3. ANATOMIA DE UN BARCO DE CRUCEROS
3.1 Tipología de los cruceros
3.2 Clasificación de los buques por tamaño y función
3.4 El capitán
4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipos de servicios como oportunidad
4.2 Cruceros alternativos
4.3 Destino personal. Case de Manila

Segunda mitad del siglo XIX

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Ruta marítima del Atlántico Norte

A lo largo de un año:

Mayor actividad: primavera - verano

Menor actividad: otoño - invierno



¿Cómo se podían reducir los perjuicios de la baja actividad?

- 1º reducir la frecuencia (operar con un único barco)
- 2º utilizar el segundo barco para otro mercado

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas

1.4 El crucero aéreo

1.5 El transporte marítimo en el siglo XX

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la demanda

2.3 Perfil socioeconómico del viajero

2.4 La estructura organizativa del sector

2.5 Campañas globales y grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques según relación y tamaño

3.4 El gigante

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad

4.2 Cruceros alternativos

4.3 Destino potencial: Cayo de Mantis

Segunda mitad del siglo XIX

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

COMPAÑÍAS TRANSATLÁNTICAS



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas

1.4 El crucero aéreo

1.5 El transporte marítimo en el siglo XX

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la demanda

2.3 Perfil socioeconómico del viajero

2.4 La estructura organizativa del sector

2.5 Campañas globales y grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques según relación y tamaño

3.4 El gigante

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad

4.2 Cruceros alternativos

4.3 Destino potencial: Cayo de Mantis

Segunda mitad del siglo XIX

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros



Nuevo tipo de cliente: **TURISTA**.
Nuevo producto: **VIAJES DE RECREO**, especialmente en las **épocas de menor actividad** de los servicios de línea.



1908 (Nueva York 26 de noviembre)

Anuncios de Cruceros



1910 (Nueva York 28 de enero)



1904 (Marsella 22 de octubre)

Única excepción:

Estados Unidos (1920) → Cruceros de **muy breve duración**, conocidos como los *Booze Cruise*. Navegando en aguas internacionales, los **barcos extranjeros** podían ofrecer legalmente **bebidas alcohólicas** y eludir la "Ley Seca" (1920 - 1933).



Booze: alcohol, bebida alcohólica, botrachera

Viaje más breve

Producto económico y más accesible

Se amplía el mercado. Clientela con disponibilidad limitada en tiempo y dinero

ÍNDICE
1. EVOLUCIÓN CRUCEROS
1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades
1.2 La navegación a vapor (1.800)
1.3 Compañías transatlánticas
1.4 El crucero elitista
1.5 El transporte masivo en el siglo XX
2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Las fuentes de información
2.2 Evolución de la demanda
2.3 Perfil socioeconómico del crucero
2.4 La estructura empresarial del sector
2.5 Campañas globales a gran escala
2.6 Segmentos del mercado
3. ANATOMIA DE UN BARCO DE CRUCEROS
3.1 Tipología de los cruceros
3.2 Clasificación de los buques por tamaño y función
3.4 El itinerario
4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipo de servicios como oportunidad
4.2 Cruceros alternativos
4.3 Destino personal: Case de Miami

Segunda mitad del siglo XIX

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Tipos de PASAJEROS en las líneas transatlánticas

RICOS (Élites)



POBRES (Emigrantes)



→ Años 1960 y 1970, estas empresas pierden ambos clientes

1. A finales de 1950s empieza una **gradual disminución del tráfico de emigración.**

A. Mejoría gradual de las economías europeas.

B. Desvío del tráfico hacia otros países del continente europeo.

2. Aparece la competencia de la **aviación.**

El avión convierte el barco en un medio lento.

Consecuencia: las navieras pierden también al **pasajero de primera clase.**

[Video 1](#)

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN TURISTAS
1.1 El turismo marítimo. Concepto y modalidades
1.2 La navegación a vapor (S. XIX)
1.3 Compañías transatlánticas
1.4 El turismo elitista
1.5 El transporte marítimo en el siglo XX

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Los cambios de información
2.2 Evolución de la demanda
2.3 Perfil socioeconómico del crucerista
2.4 La estructura empresarial del sector
2.5 Campañas globales y grupos multinacionales
2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN MERCADO DE CRUCEROS
3.1 Tipología de los cruceros
3.2 Clasificación de los buques: características y tamaño
3.3 El gobierno

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipos de servicios como oportunidad
4.2 Cruceros alternativos
4.3 Destino potencial: Casa de España

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Resumen:

El crucero es un VIAJE RECREO

Actividad empresarial que nace en el siglo XXI

"Invento" de las compañías navieras transatlánticas

Actividad complementaria de los servicios de línea

PASADO



PRESENTE



DIFERENCIAS

Compañías navieras como:	Empresas de transporte	Empresas turísticas
Lo más importante:	El destino	La travesía
Tipología de pasajeros:	Elitista	De masas
Duración:	Larga duración	Corta duración

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN TURISTAS
1.1 El turismo marítimo. Concepto y modalidades
1.2 La navegación a vapor (S. XIX)
1.3 Compañías transatlánticas
1.4 El turismo elitista
1.5 El transporte marítimo en el siglo XX

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Los cambios de información
2.2 Evolución de la demanda
2.3 Perfil socioeconómico del crucerista
2.4 La estructura empresarial del sector
2.5 Campañas globales y grupos multinacionales
2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN MERCADO DE CRUCEROS
3.1 Tipología de los cruceros
3.2 Clasificación de los buques: características y tamaño
3.3 El gobierno

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipos de servicios como oportunidad
4.2 Cruceros alternativos
4.3 Destino potencial: Casa de España

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Gráfico 1



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (L. XIX)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI.

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evolución de la demanda.

2.3 Perfil socioeconómico del crucero.

2.4 La estructura empresarial del sector.

2.5 Compañías globales y grupos multinacionales.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acorazados, yate y lujo.

3.3 El gobierno.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino personal. Casa de María.

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Para las compañías marítimas transatlánticas la crisis se hace **IRREVERSIBLE**.
En los años 1960-1970 desaparecen todos los servicios de larga distancia.



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (L. XIX)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI.

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evolución de la demanda.

2.3 Perfil socioeconómico del crucero.

2.4 La estructura empresarial del sector.

2.5 Compañías globales y grupos multinacionales.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acorazados, yate y lujo.

3.3 El gobierno.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino personal. Casa de María.

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

CAMBIO ESTRATÉGICO (años 1960-1970)



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la demanda

2.3 Perfil socioeconómico del crucerista

2.4 La estructura empresarial del sector

2.5 Compañías globales o grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

4. ANÁLISIS DE UN BARCO DE CRUCEROS

4.1 Tipología de los cruceros

4.2 Clasificación de los buques: nomenclación y familias

4.3 El gobierno

3. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

3.1 Tipo de servicios como oportunidad

3.2 Oportunidades alternativas

3.3 Destino potencial. Caso de Mérida

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.

2.1 Las fuentes de información



El análisis del mercado se lleva a cabo utilizando datos **oficiales** o procedentes de **fuentes fiables**.



CRUISE LINE INTERNATIONAL ASSOCIATION (CLIA)

Ofrece datos e información sobre el mercado de los cruceros en un **ámbito mundial**. Pero sobre todo, sobre el mercado **norteamericano**.

FLORIDA-CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION (FCCA)

Compuesta por 18 líneas de cruceros miembros que operan cerca de 200 embarcaciones en aguas de Florida, el Caribe y América Latina. Ofrece información y datos estadísticos.

GUÍA BERLITZ (The unique "bible" of cruising)

Ofrece datos e información exhaustivos sobre los **barcos de cruceros**, evaluando y puntuando cada uno.

COMPAÑÍAS NAVIERAS

Ofrece datos e información exhaustivos sobre sus productos (barcos, cruceros, etc.). Lógicamente hay que diferenciar la información objetiva (medidas de los barcos, destino de los cruceros, etc.) de las valoraciones subjetivas (calidad, etc.).

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la demanda

2.3 Perfil socioeconómico del crucerista

2.4 La estructura empresarial del sector

2.5 Compañías globales o grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

4. ANÁLISIS DE UN BARCO DE CRUCEROS

4.1 Tipología de los cruceros

4.2 Clasificación de los buques: nomenclación y familias

4.3 El gobierno

3. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

3.1 Tipo de servicios como oportunidad

3.2 Oportunidades alternativas

3.3 Destino potencial. Caso de Mérida

CRUISE LINE INTERNATIONAL ASSOCIATION (CLIA)

Creada en 1975, se compone de todas las principales compañías navieras de cruceros marítimos (y fluviales).

Web: <http://www.cruising.org>

Investigación: <http://www.cruising.org/about-the-industryresearch>



FLORIDA-CARIBBEAN CRUISE ASSOCIATION (FCCA)



Web: <http://www.f-cca.com/>

Investigación: <http://www.f-cca.com/research.html>

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas:

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la demanda

2.3 Perfil socioeconómico del crucerista

2.4 La estructura empresarial del sector

2.5 Campañas globales o grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

3. ANÁLISIS DE UN SUBSECTOR DE CRECIMIENTO

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques: categorización y tamaño

3.4 El gobierno

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipo de servicios como oportunidad

4.2 Ciudades alternativas

4.3 Destino potencial. Caso de Mérida.

DATOS TÉCNICOS

1) **PROPIAS COMPAÑÍAS NAVIERAS** (medidas de los barcos, el destino de los cruceros, su duración, etc).



2) **REVISTAS ESPECIALIZADAS:** Entre éstas, la más prestigiosa es la *Guía Berlitz*, que se edita anualmente desde 1986.

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas:

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la demanda

2.3 Perfil socioeconómico del crucerista

2.4 La estructura empresarial del sector

2.5 Campañas globales o grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

3. ANÁLISIS DE UN SUBSECTOR DE CRECIMIENTO

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques: categorización y tamaño

3.4 El gobierno

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipo de servicios como oportunidad

4.2 Ciudades alternativas

4.3 Destino potencial. Caso de Mérida.

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN TORQUEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evolución de la demanda

2.2 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.4 La estructura empresarial del sector.

2.5 Compañías globales y grupos multinacionales.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acorazados, yate y buque.

3.3 El gigante.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino potencial: Casa de Mando.

2.2 Evolución de la demanda

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros.

Evolución de pasajeros de cruceros en el mundo



- ❖ Tasa de crecimiento anual 1990 – 2019: **6.63%**
- ❖ Principales compañías:
 - *Carnival Corporation*
 - *Royal Caribbean*



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN TORQUEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evolución de la demanda

2.2 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.4 La estructura empresarial del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.5 Compañías globales y grupos multinacionales.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acorazados, yate y buque.

3.4 El gigante.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

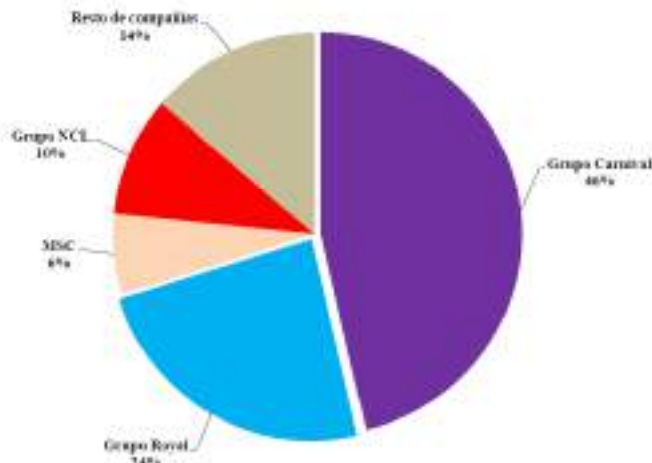
4.3 Destino potencial: Casa de Mando.

2.2 Evolución de la demanda

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Compañías globales y grupos multinacionales:

Distribución de la oferta mundial de cruceros según principales empresas (2016)



Fuente: Carnival Corporation & P.L. Annual Report, 2016; Royal Caribbean Cruises Ltd. Annual Report, 2016; Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. Annual Report, 2016; Costa Cruises, 2016

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evolución de la demanda.

2.3 La estructura empresarial del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.5 Compañías globales y grupos multinacionales.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BANCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques por tamaño y función.

3.4 El itinerario.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS.

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino personal. Case de Manila.

2.2 Evolución de la demanda

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Compañías globales y grupos multinacionales;

Objetivo:

POSICIONARSE (GEOGRÁFICAMENTE) EN TODOS LOS PRINCIPALES MERCADOS



CARNIVAL CORPORATION & P&C

«Trabajamos con diferentes productos para diferentes nacionalidades»
Michy Arison (CEO de Carnival Corp.)

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evolución de la demanda.

2.3 La estructura empresarial del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.5 Compañías globales y grupos multinacionales.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BANCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques por tamaño y función.

3.4 El itinerario.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS.

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino personal. Case de Manila.

2.2 Evolución de la demanda

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

Ej. Holland America



Alaska y Valón
Canadá e Inglaterra
Norte de Europa
Costa del Pacífico
Transatlánticos
Europa
Asia y Pacífico
Mediterráneo
Las Bermudas
Caribe
Grandes viajes
Hawaii y Tahití
Canal de Panamá
Pacífico Sur
Amazonas
Australia y Nueva Zelanda
Antártida

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades

1.2 La navegación a vapor (L.100)

1.3 Compañías transatlánticas

1.4 El crucero aéreo

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la demanda

2.3 La estructura empresarial del sector

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista

2.5 Campañas globales y grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques según relación y tamaño

3.4 El gigante

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad

4.2 Cruceros alternativos

4.3 Destino potencial: Cádiz de Maris

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades

1.2 La navegación a vapor (L.100)

1.3 Compañías transatlánticas

1.4 El crucero aéreo

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la demanda

2.3 La estructura empresarial del sector

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista

2.5 Campañas globales y grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques según relación y tamaño

3.4 El gigante

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

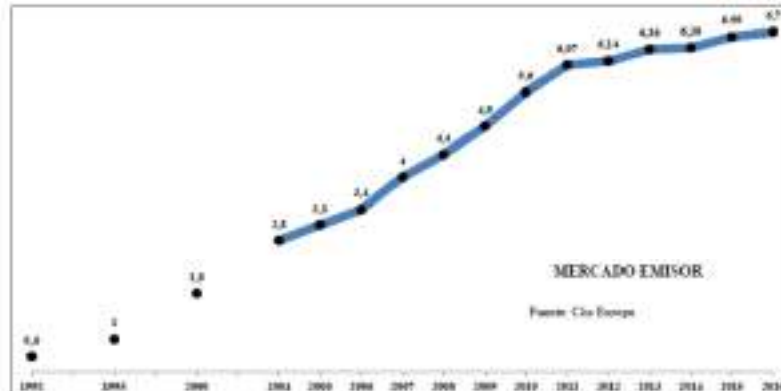
4.1 Tipos de servicios como oportunidad

4.2 Cruceros alternativos

4.3 Destino potencial: Cádiz de Maris

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.

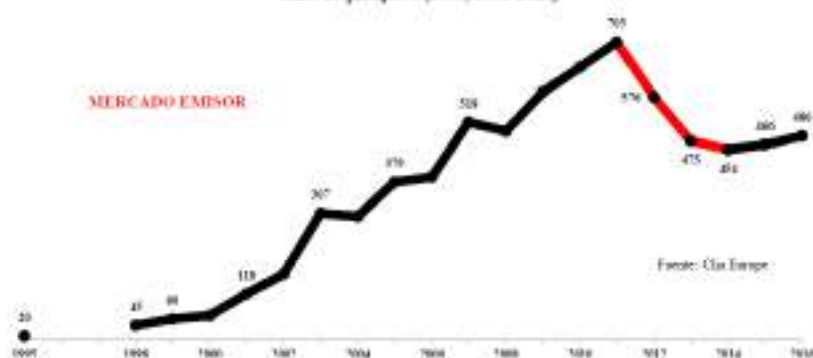
Gráfico 2. Evolución de la demanda europea de cruceros.
Millones de pasajeros (1992, 1995, 2000, 2004-2016)



1. Crucero en Europa → **producto de masas** (a partir de los años '90).
2. La demanda ha crecido **constantemente**.
3. A pesar de la crisis económica (2008), la clientela ha aumentado; si bien **la tasa de crecimiento ha disminuido sensiblemente** desde principios de esta década.

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.

Gráfico 3. Evolución de la demanda española de cruceros.
Miles de pasajeros (1995, 1998-2016)



1. Hasta finales del siglo XX, la demanda de cruceros en España era muy escasa.
2. El producto empieza a popularizarse sólo en la **primera década del siglo XXI**
3. A diferencia de la tendencia general, la clientela española ha disminuido mucho en la primera mitad de esta década (efectos de la crisis económica), si bien parece recuperarse en los últimos años.

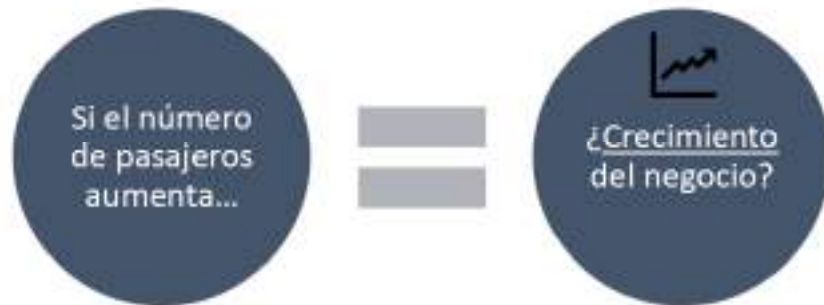
ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS
 1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.
 1.2 La navegación a vapor (1.000)
 1.3 Compañías transatlánticas.
 1.4 El crucero aéreo.
 1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
 2.1 Las fuentes de información.
 2.2 Evaluación de la demanda.
 2.3 La estructura empresarial del sector.
 2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.
 2.5 Campañas globales y grupos multinacionales.
 2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BANCO DE CRUCEROS
 3.1 Tipología de los cruceros.
 3.2 Clasificación de los buques por tamaño y tamaño.
 3.4 El gigante.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
 4.1 Tipos de servicios como oportunidad.
 4.2 Cruceros alternativos.
 4.3 Destino potencial: Cádiz de Maris.



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS
 1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.
 1.2 La navegación a vapor (1.000)
 1.3 Compañías transatlánticas.
 1.4 El crucero aéreo.
 1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
 2.1 Las fuentes de información.
 2.2 Evaluación de la demanda.
 2.3 La estructura empresarial del sector.
 2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.
 2.5 Campañas globales y grupos multinacionales.
 2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BANCO DE CRUCEROS
 3.1 Tipología de los cruceros.
 3.2 Clasificación de los buques por tamaño y tamaño.
 3.4 El gigante.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
 4.1 Tipos de servicios como oportunidad.
 4.2 Cruceros alternativos.
 4.3 Destino potencial: Cádiz de Maris.



2. NÚMERO DE PERNOCTACIONES

Ejemplo:

Demanda 200.000 pasajeros

Duración media 7,6 noches

Número de Pernoctaciones (200.000 * 7,6) = 1.520.000

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN TURÍSTICA

1.1 El turismo marítimo. Concepto y modalidades

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas

1.4 El crucero aéreo

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la flota

2.3 La estructura empresarial del sector

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista

2.5 Campañas globales y grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques según tamaño y función

3.4 El gobierno

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad

4.2 Cruceros alternativos

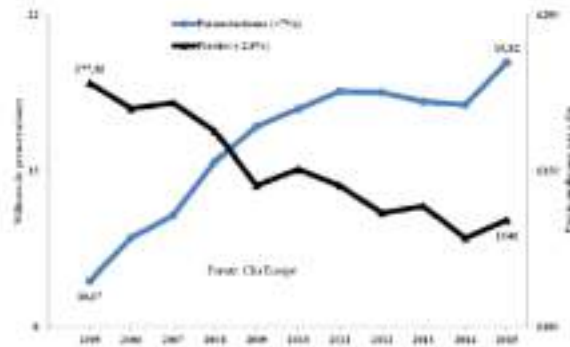
4.3 Destino potencial: Cayo de Manta

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.



Gráfico 4. Evolución del mercado de cruceros en el Reino Unido. Número de pasajeros y precios (2005-2015)

3.



Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN TURÍSTICA

1.1 El turismo marítimo. Concepto y modalidades

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas

1.4 El crucero aéreo

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evolución de la flota

2.3 La estructura empresarial del sector

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista

2.5 Campañas globales y grupos multinacionales

2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques según tamaño y función

3.4 El gobierno

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad

4.2 Cruceros alternativos

4.3 Destino potencial: Cayo de Manta



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (L.100)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura organizativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.5 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: características y tamaño.

3.3 El gobierno.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

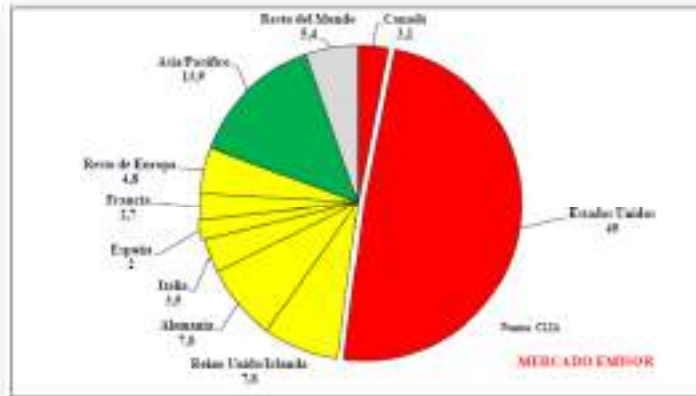
4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino potencial. Cava de Marbella.

2.4 Perfil del crucerista

Gráfico 3. Distribución de la demanda mundial de cruceros según país (región) de procedencia. Porcentaje (Datos de 2016)



- 1) Estados Unidos → 50% de la demanda mundial.
- 2) Europa → 2º mercado emisor, especialmente Alemania y Reino Unido.

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (L.100)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura organizativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.5 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: características y tamaño.

3.3 El gobierno.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

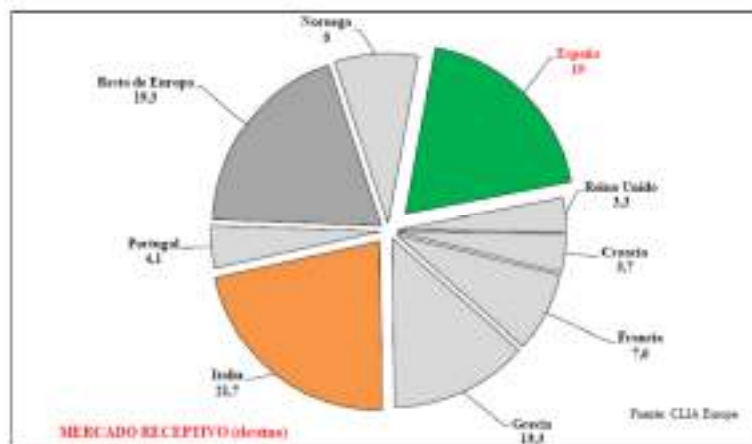
4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino potencial. Cava de Marbella.

2.4 Perfil del crucerista

Gráfico 4. Distribución del movimiento de cruceros según país europeo de destino. Porcentajes pasajeros (2016)



- España como segundo mercado receptivo europeo (en términos de pasajeros).

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.900)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura corporativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista:

2.5 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acorazados y tamaño.

3.3 El gobierno.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS:

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 destino potencial. Casa de María.

2.4 Perfil del crucerista
EDAD – MERCADO OBJETIVO

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros

→ Hasta 1990: pasajeros de edad avanzada y viaje de luna de miel.



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.900)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura corporativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista:

2.5 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acorazados y tamaño.

3.3 El gobierno.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS:

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 destino potencial. Casa de María.

2.4 Perfil del crucerista
EDAD – MERCADO OBJETIVO

Introducción, evolución e impactos del turismo de cruceros



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.900)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura organizativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.5 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: características y tamaño.

3.3 El gobierno.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino potencial. Casa de María.

2.4 Perfil del crucerista
EDAD – MERCADO OBJETIVO



Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.900)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura organizativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.5 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: características y tamaño.

3.3 El gobierno.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino potencial. Casa de María.

2.4 Perfil del crucerista
Caso: Disney Cruise Line

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros



Navío Disney Magic, Disney Cruise Line, Bahamas.

Video 2

ÍNDICE
1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS
1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades
1.2 La navegación a vapor (L.100)
1.3 Compañías transatlánticas
1.4 El crucero aéreo
1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI
2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Las fuentes de información
2.2 Evaluación de la demanda
2.3 La estructura organizativa del sector
2.4 Perfil socioeconómico del crucerista
2.6 Segmentación del mercado
3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS
3.1 Tipología de los cruceros
3.2 Clasificación de los buques: acomodación y tonelaje
3.4 El gigante
4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipos de servicios como oportunidad
4.2 Cruceros alternativos
4.3 Destino potencial. Casa de Maris

Segmentación del mercado

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros

1. Exclusivo (Luxury)
2. Preferente (Premium)
3. Estándar (Standard)

Según otros autores:

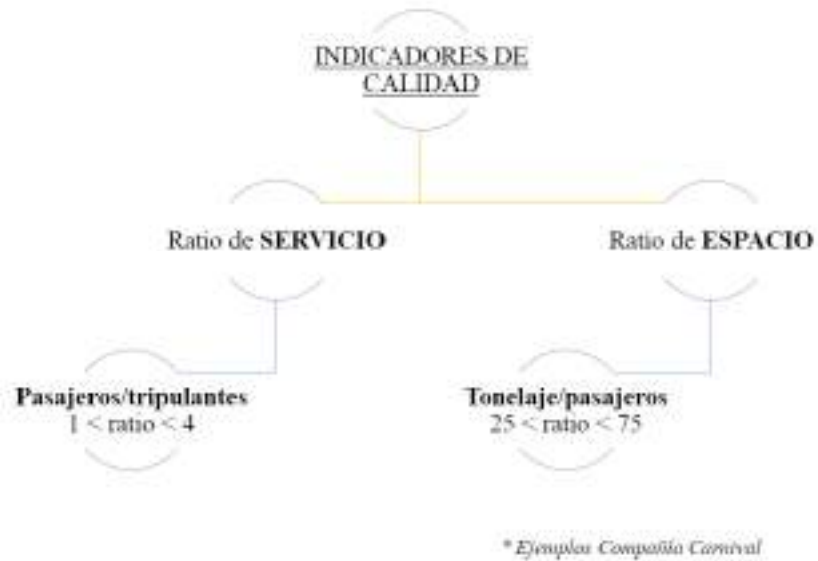
1. Luxury
2. Premium
3. Contemporary
4. Budget



ÍNDICE
1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS
1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades
1.2 La navegación a vapor (L.100)
1.3 Compañías transatlánticas
1.4 El crucero aéreo
1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI
2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
2.1 Las fuentes de información
2.2 Evaluación de la demanda
2.3 La estructura organizativa del sector
2.4 Perfil socioeconómico del crucerista
2.6 Segmentación del mercado
3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS
3.1 Tipología de los cruceros
3.2 Clasificación de los buques: acomodación y tonelaje
3.4 El gigante
4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
4.1 Tipos de servicios como oportunidad
4.2 Cruceros alternativos
4.3 Destino potencial. Casa de Maris

Clasificación de los buques - Acomodación

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.900)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura organizativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acomodación y tamaño.

3.4 El gigantismo.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino potencial. Caso de Marbella.

El gigantismo
CLASIFICACIÓN DE LOS BUQUES DE CRUCEROS

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.



MUY GRANDES
más de 3.000 pasajeros
más de 100 mil toneladas



GRANDES
entre 1.500 y 3.000 pasajeros
entre 50 y 100 mil toneladas



MEDIANOS
entre 750 y 1.500 pasajeros
entre 25 y 50 mil toneladas



PEQUEÑOS
entre 300 y 750 pasajeros
entre 10 y 25 mil toneladas



MUY PEQUEÑOS
menos de 300 pasajeros
menos de 10 mil toneladas

Fuente: Sola Berlitz.
*Tamaño y categorías pueden variar según la fuente.

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.900)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura organizativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acomodación y tamaño.

3.4 El gigantismo.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino potencial. Caso de Marbella.

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.

DESVENTAJAS DE LOS GRANDES BUQUES:

1. Servicios:

- **COLAS** para embarcar, desembarcar, ascensores, mostradores de información, comidas, excursiones, control de seguridad, etc.
- **AGLOMERACIÓN** en los lugares públicos.
- **MENOS SERVICIO PERSONALIZADO**

2. Navegación:

- Imposibilidad de navegar en muchos canales (artificiales y naturales).
 - Imposibilidad de atracar en la mayoría de los puertos.
- **Dificulta la innovación en los itinerarios**



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura organizativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acomodación y tamaño.

3.4 El itinerario.

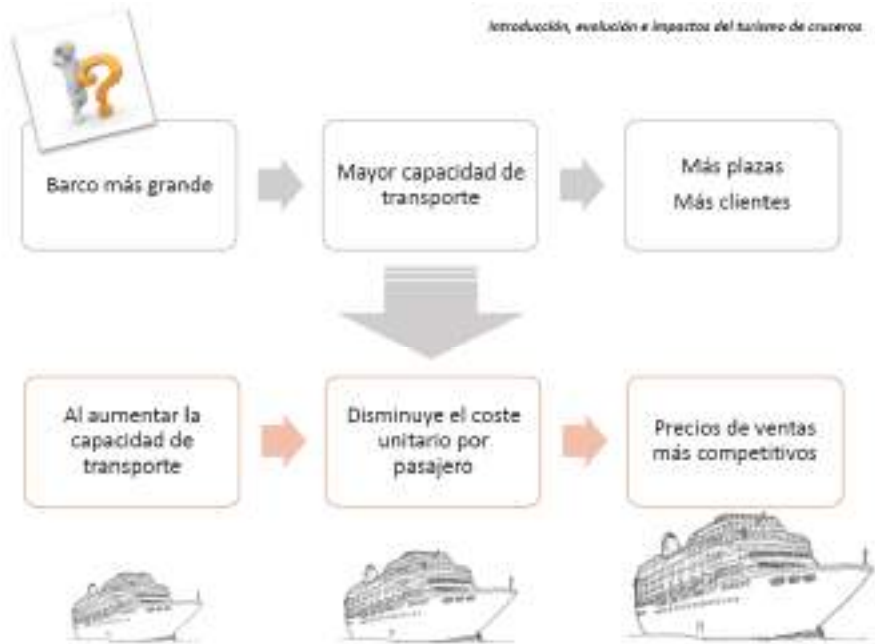
4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino potencial. Casa de Maris.

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.

1.2 La navegación a vapor (1.000)

1.3 Compañías transatlánticas.

1.4 El crucero aéreo.

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información.

2.2 Evaluación de la demanda.

2.3 La estructura organizativa del sector.

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.

2.6 Segmentación del mercado.

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros.

3.2 Clasificación de los buques: acomodación y tamaño.

3.4 El itinerario.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad.

4.2 Cruceros alternativos.

4.3 Destino potencial. Casa de Maris.

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.

4. EL IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades

1.2 La navegación a vapor (1.900)

1.3 Compañías transatlánticas

1.4 El crucero aéreo

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evaluación de la demanda

2.3 La estructura organizativa del sector

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista

2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques: acomodación y tonelaje

3.4 El capitán

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad

4.2 Cruceros alternativos

4.3 Destino potencial. Caza de Marlin

* Los impactos negativos se aprecian en los puertos de elevado índice de tráfico y con motivo del tránsito de los buques de gran tamaño.



Manifestación en contra de los cruceros en Barcelona (Junio 2016).

Datos Barcelona:

- Población (2017): 1.620.809 hab.
- Cruceristas: 2,6 M.
- Densidad de población: 15.992,2 hab/km²
- Densidad turística equivalente: 56.623,54 (Habitantes + Turistas / km²)

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN CRUCEROS

1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades

1.2 La navegación a vapor (1.900)

1.3 Compañías transatlánticas

1.4 El crucero aéreo

1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS

2.1 Las fuentes de información

2.2 Evaluación de la demanda

2.3 La estructura organizativa del sector

2.4 Perfil socioeconómico del crucerista

2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS

3.1 Tipología de los cruceros

3.2 Clasificación de los buques: acomodación y tonelaje

3.4 El capitán

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS

4.1 Tipos de servicios como oportunidad

4.2 Cruceros alternativos

4.3 Destino potencial. Caza de Marlin

La oferta de ocio de estos barcos persigue dos objetivos:
 Proporcionar **SERVICIO** y **ENTRETENIMIENTO**



ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS
 1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.
 1.2 La navegación a vapor (1.900)
 1.3 Compañías transatlánticas.
 1.4 El crucero aéreo.
 1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
 2.1 Las fuentes de información.
 2.2 Evaluación de la demanda.
 2.3 La estructura organizativa del sector.
 2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.
 2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS
 3.1 Tipología de los cruceros.
 3.2 Clasificación de los buques: alojamiento y tonelaje.
 3.4 El capitán.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
 4.1 Tipos de servicios como oportunidad.
 4.2 Cruceros alternativos.
 4.3 Destino potencial. Caso de Manta.

TIPOS DE CRUCEROS:

- Vacacionales (familiar - standard)
- Temáticos (golf, gastronomía, etc)
- Expedición
- Fluviales
- Lacustres



[Video 4](#)

Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.

ÍNDICE

1. EVOLUCIÓN T. CRUCEROS
 1.1 El crucero marítimo. Concepto y modalidades.
 1.2 La navegación a vapor (1.900)
 1.3 Compañías transatlánticas.
 1.4 El crucero aéreo.
 1.5 El transporte marítimo en el siglo XXI

2. LA INDUSTRIA MODERNA DE LOS CRUCEROS
 2.1 Las fuentes de información.
 2.2 Evaluación de la demanda.
 2.3 La estructura organizativa del sector.
 2.4 Perfil socioeconómico del crucerista.
 2.6 Segmentación del mercado

3. ANATOMÍA DE UN BARCO DE CRUCEROS
 3.1 Tipología de los cruceros.
 3.2 Clasificación de los buques: alojamiento y tonelaje.
 3.4 El capitán.

4. IMPACTO DEL TURISMO DE CRUCEROS
 4.1 Tipos de servicios como oportunidad.
 4.2 Cruceros alternativos.
 4.3 Destino potencial. Caso de Manta.

DESTINO POTENCIAL: El caso de Manta



Introducción, evaluación e impactos del turismo de cruceros.



- Turismo de cruceros → Turismo comunitario
 - Impulsar la economía emprendedora.
- EMPODERAMIENTO**

RECURSOS:

- Áreas de reserva ecológica protegidas
- Parque Nacional Machalilla
- Rico patrimonio cultural y etnográfico
- Playas
- Riqueza gastronómica

BUSCADORES DE TRABAJO EN EL SECTOR

Información sobre trabajo en el sector:

Web especializadas:

All Cruise Jobs, Cruise Ship Job, Cruise Lines Jobs.

Webs oficiales de la compañías navieras:

Por ejemplo, NCL, COSTA, RCI o RCL



Gracias por su atención

Autora: Gema Ramírez Guerrero

Grupo de Planificación y Gestión de Destinos Turísticos.

Departamento de Historia, Geografía y Filosofía.

Universidad de Cádiz

Email contacto: gema.ramirez@uca.es



La utopía está en el horizonte. Camino dos pasos, ella se aleja dos pasos y el horizonte se corre diez pasos más allá. ¿Entonces para qué sirve la utopía? Para eso, sirve para caminar.

Eduardo Galeano

TALLER 2



UCA Universidad de Cádiz

UNIVERSIDAD DE CÁDIZ
Campus de Jerez

ANÁLISIS DE LOS ESTUDIOS DE TURISMO

PRESENTACIÓN ULEAM 2018

Rosario Díaz Ortega

www.ccsocialesuca.es

Cambio de paradigma en la docencia universitaria LRU / LOU / LOMCE

- | | |
|--------------------------------------|--|
| ▶ Aprendizaje vs. enseñanza | - A la universidad se va a aprender |
| ▶ Estudiante vs. profesor(a) | - El agente del aprendizaje es el estudiante |
| ▶ Orientación vs. Transmisión | - El profesor(a) no repite los conocimientos |
| ▶ Competencias vs. saberes | - Destacar las habilidades y las destrezas profesionales |
| ▶ Estrategias vs. repetición | - Importancia de las estrategias y metodología del aprendizaje |

El estudiante universitario debe aprender a aprender, y el Profesor universitario tiene que orientar su aprendizaje

¿Qué es el sistema europeo de educación superior? (Bolonia 1999)

- 1.- Adopción de un sistema de Títulos de fácil legibilidad: emisión del Suplemento Europeo al Título
- 2.- Establecimiento de una estructura de estudios basada en 2 niveles principales. Grado y Postgrado
- 3.- El establecimiento de un mismo sistema de créditos, basado en ECTS
- 4.- La promoción de la movilidad mediante la eliminación de los obstáculos para el pleno ejercicio de la libre circulación.
- 5.- La promoción de la colaboración europea para garantizar la calidad y para desarrollar criterios y metodologías comparables.
- 6.- La promoción de la *dimensión europea de la educación superior*, y en particular en lo que hace referencia a: desarrollo curricular, colaboración interinstitucional, esquemas de movilidad y programas integrados de *estudios, formación e investigación*.



- ▶ **Dos niveles de la enseñanza superior:**
- ▶ **GRADO:** Enseñanza Universitaria de Primer Ciclo
 - ▶ Título para lograr una formación académica y profesional que les capacite tanto para incorporarse al ámbito laboral europeo como para proseguir su formación de postgrado, pero con carácter GENERALISTA
 - ▶ 180 créditos ECTS/240 créditos ECTS (no es homogéneo UE)
- ▶ Acceso al **POSTGRADO** (Máster 60 crédt. ECTS y/o doctorado (3 años tiempo completo o tiempo parcial 5 años -600 horas-)
 - ▶ Especialización Profesional/Iniciación a la Investigación
 - ▶ Requisitos para el Doctorado: ≥ 300 Créditos de Grado y Posgrado

Crédito Europeo Educación Superior (ECTS)



ECTS debe ser un nuevo enfoque y desarrollo de las actividades y las metodologías docentes por parte del profesorado

ECTS = 25 ó 30 horas de trabajo del alumno.
1 curso = 60 ECTS = 1800 horas de trabajo del alumno

EEES: ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR en 2010 Aprobado con la firma de Declaración de Bolonia

OBJETIVOS GENÉRICOS DEL EEES





ECOMUSEO DE LA
PESCA ARTESANAL
Puerto López



FACULTAD de CIENCIAS SOCIALES
y de la COMUNICACIÓN

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación: Oferta académica.

Grados

Grado en Marketing e
Investigación de Mercados
(130 Plazas)

Grado en Turismo
(130 Plazas)

Grado en Gestión y
Administración Pública
(50 Plazas)

Grado en Publicidad y
Relaciones Públicas
(80 Plazas)

Dobles Grados

Marketing – Turismo
(20 Plazas)

Publicidad – Marketing
(20 Plazas)

Publicidad -Turismo
(20 Plazas)

Máster

Máster en Dirección
Turística (35 plazas)

Máster en Gestión y
Administración Pública (30
plazas)

Máster en Dirección de
Marketing Digital y Social
(35 plazas)

Máster Interuniversitario en
Dirección Estratégica e
Innovación en
Comunicación



FACULTAD de CIENCIAS SOCIALES
y de la COMUNICACIÓN

Características principales de los estudios de Grado

- El alumno debe cursar **240 créditos ECTS** repartidos en **4 cursos académicos**.
- El primer día tenemos el **acto de bienvenida. Proyecto compañero.**
- Cada curso académico está dividido en dos semestres.
- Los estudiantes para alcanzar el título de Graduado tienen que acreditar el nivel B1, normalmente de Inglés
- El horario de clase, aulas, calendario de exámenes, fichas de las asignaturas, etc. está publicada en la página web del Centro: <http://ccsociales.uca.es/>



PROYECTO: "ECOMUSEO DE LA PESCA ARTESANAL DE PUERTO LÓPEZ"
FINANCIADO POR LA JUNTA DE ANDALUCÍA, A TRAVÉS DE LA AGENCIA ANDALUZA
DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO (AACID)



JUNTA DE ANDALUCÍA
PROGRAMA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL



ECOMUSEO DE LA
PESCA ARTESANAL
Puerto López

GRADO EN TURISMO

Objetivos generales

- Facilitar el conocimiento de **instrumentos útiles para la toma de decisiones** en el contexto actual del turismo.
- Especialización técnica y de **gestión directiva de empresas e instituciones turísticas**.
- Formar **profesionales** que contemplen tanto las **necesidades de la gestión empresarial** como la de los **recursos humanos** y el **aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales**.
- Crear las condiciones para el desarrollo de **líneas de investigación** de carácter multidisciplinar.



¿POR QUE ESTUDIAR EL GRADO EN TURISMO?

El turismo es uno de los principales pilares sobre los que se asienta la economía de muchos países. Este hecho hace que el turismo sea un sector multidisciplinar y con numerosas oportunidades laborales. Hablamos, por tanto, de un sector moderno y dinámico que demanda profesionales con una formación específica y diferenciada.

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UCA ofrece a los estudiantes la posibilidad de cursar el Grado en Turismo, preparando al alumnado para incorporarse al mercado laboral a través de una formación integral teórico-práctica





ECOMUSEO DE LA
PESCA ARTESANAL
Puerto López

¿QUE OFRECE EL GRADO EN TURISMO?

- Un Plan de estudios especializado y adaptado a las necesidades del sector turístico
- Actividades extra-académicas de formación (conferencias, charlas, debates, visitas a empresas...)
- Un equipo de profesores con una sólida formación en estudios de Turismo y nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje
- Prácticas profesionales en las empresas turísticas más competitivas
- Realizar parte de los estudios en otras universidades europeas (Erasmus Plus) o españolas (SICUE)
- Un campus con modernas instalaciones, de fácil acceso y más de 400 plazas de aparcamiento propio
- Instalaciones deportivas (pista de joggins y pádel, piscina cubierta, zona de musculación...)
- Una gran zona de jardines para esparcimiento



SALIDAS PROFESIONALES

El Graduado en Turismo dispone de un amplio abanico de salidas profesionales que se encuadran en los siguientes ámbitos:

- ❖ Integración laboral en empresas del sector turístico, desde **cadena hotelera** hasta **agencias de viajes, centros de ocio, etc.**
- ❖ Participación en la creación de **nuevas infraestructuras turísticas.**
- ❖ Crear y conformar **su propio negocio o pequeña empresa turística.**



SALIDAS PROFESIONALES

De forma desglosada tendríamos las siguientes:

- ✓ Crear su propia empresa prestadora de servicios turísticos especializados
- ✓ Directores de empresas de transporte turístico (líneas aéreas, transporte terrestre, cruceros...)
- ✓ Trabajar en instancias gubernamentales responsables del desarrollo turístico en áreas de normatividad, concienciación turística, educación ambiental, gestión y promoción de circuitos turísticos
- ✓ Como asesor de organismos públicos, privados o sociales interesados en la promoción y desarrollo de destinos turísticos
- ✓ Como ejecutivo de organizaciones o empresas turísticas internacionales



CUALIDADES NECESARIAS

En cuanto a cualidades:

El graduado en Turismo debe ser una persona con **facilidad para el trato** con los demás ya que muchos de los trabajos que habrá de realizar son "de cara al público". Debe ser una persona con capacidad resolutoria de problemas y de toma de decisiones

En cuanto a conocimientos necesarios:

Conocimientos de idiomas (al menos dos). En esta Facultad se imparte inglés, francés y alemán.

Conocimientos básicos de matemáticas, economía, estadística e informática

Conocimientos generales de historia y cultura





UCA Universidad de Cádiz

Programas Oficiales de Posgrado de la Universidad de Cádiz
MÁSTER EN DIRECCIÓN TURÍSTICA (Tourism Management)

Planificación y gestión de los recursos turísticos
Planificación y desarrollo de Turismo, Empresarial, Marketing, Promoción y Eventos, Turismo del Mar y Ambiente, etc.

MÓDULO COMÚN

Materia	Créditos
Introducción a la Gestión Turística	4
Marketing Turístico	4
Planificación Turística	4
Desarrollo de la Infraestructura y de los Servicios Turísticos	8

MÓDULO ESPECÍFICO

Submódulo 1: Gestión Integral del Patrimonio Turístico

Materia	Créditos
Historia y Patrimonio Turístico	4
Gestión de Recursos Turísticos	4
Gestión de Recursos Humanos	4
Gestión de Recursos Económicos	4
Gestión de Recursos Ambientales	4

Submódulo 2: Gestión de Empresas

Materia	Créditos
Gestión de Empresas Turísticas	4
Gestión de Recursos Humanos	4
Gestión de Recursos Económicos	4
Gestión de Recursos Ambientales	4

Submódulo 3: Turismo Estratégico

Materia	Créditos
Planificación Turística	4
Marketing Turístico	4
Proyección y Promoción Turística	4
Desarrollo de la Infraestructura y de los Servicios Turísticos	8

MÓDULO DE APLICACIÓN

Materia	Créditos
Trabajo Final de Máster	6
Proyecto Final de Máster	8

TÍTULO DE MÁSTER EN DIRECCIÓN TURÍSTICA (Tourism Management)

Tiene carácter oficial de 60 créditos de trabajo del alumno. **Total: 60 créditos**

INTUR **SICTUR**

TABLA 1. Créditos correspondientes a las materias del Máster en Dirección Turística.

Tipo de Materia	Créditos
Módulo Común o Básica	20
Módulo Específico (3 submódulos a elegir por el alumno)	20
Módulo de Aplicación (2 submódulos a elegir: Proyección Profesional//Investigación)	14
Trabajo Fin de Máster	6
Créditos totales	60

La universidad es, a un tiempo, depositaria,
transmisora y creadora de conocimientos.

Es responsabilidad de las universidades la
búsqueda del progreso de toda la
sociedad.

Informe Delors, 1996

GRACIAS POR SU ATENCIÓN