



UN MODELO DE ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD CRUCERISTA. APLICACIÓN AL CASO DE VIGO

Informe Final

31/01/2011



Equipo G4plus de Análisis,
Diagnóstico y Diseño Estratégico
Universidade de Vigo

Equipo G4plus
(Universidade de Vigo)



IGAPE
INSTITUTO GALEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA

Equipo de Investigación:

Prof. Dr. Pedro Figueroa Dorrego (Director)

Prof. Miguel González Loureiro (Coordinador)

Prof. Dr. José Pita Castelo

Margarita Villaverde Lorenzo

Ana Otero Lima

Daniel Gallego Ortigueira

Dr. Jorge González Gurriarán (Asesor Científico Técnico)

Índice

1	OBJETIVOS, ALCANCE Y FASES DEL PROYECTO.....	4
2	ASPECTOS CONCEPTUALES	7
2.1	GASTO TURÍSTICO, PRODUCCIÓN, VALOR AÑADIDO Y CADENAS EMPRESARIALES	7
2.2	IMPACTO ECONÓMICO	13
3	LA INDUSTRIA DEL CRUCERO.	17
3.1	LA INDUSTRIA DEL CRUCERO EN EL MUNDO.....	17
3.2	LA INDUSTRIA DEL CRUCERO EN LA UE.....	20
4	DEFINICIÓN DEL MODELO DE ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD CRUCERISTA	27
4.1	VARIABLES PARA LA DEFINICIÓN DEL MODELO	27
4.2	MODELO DE ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO DE CRUCEROS.....	30
5	CONTRASTE Y APLICACIÓN DEL MODELO AL ÁREA DE INFLUENCIA DEL PUERTO DE VIGO ...	38
5.1	CONTEXTO DEL PUERTO DE VIGO	38
5.2	VALORES INICIALES INTRODUCIDOS EN EL MODELO PREVIO PARA LA ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO.....	40
5.2.1	<i>Características del gasto turístico de un típico crucerista.....</i>	<i>41</i>
5.2.2	<i>Gasto de los pasajeros en tránsito.....</i>	<i>42</i>
5.2.3	<i>Gastos de los pasajeros en origen/destino.</i>	<i>43</i>
5.2.4	<i>Los gastos de la tripulación: visitas en tránsito y origen/destino.</i>	<i>45</i>
5.2.5	<i>Gastos del buque – en tránsito y origen/destino.</i>	<i>45</i>
5.2.6	<i>Valores iniciales a contrastar para el ajuste final del modelo</i>	<i>46</i>
5.3	ESTIMACIÓN FINAL DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL TURISMO DE CRUCEROS EN EL ÁREA DE INFLUENCIA DEL PUERTO DE VIGO	49
6	CONSIDERACIONES FINALES SOBRE LA APLICACIÓN DEL MODELO DE ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO AL ÁREA DE INFLUENCIA DEL PUERTO DE VIGO.....	54
7	FUENTES DE REFERENCIA Y BIBLIOGRAFÍA	59
8	ANEXOS	62
8.1	DATOS DE VISITAS DE BUQUES DE CRUCERO APORTADOS POR LA AUTORIDAD PORTUARIA DE VIGO.....	62
8.2	ENTREVISTAS REALIZADAS	66

1 OBJETIVOS, ALCANCE Y FASES DEL PROYECTO

El **principal objetivo** del proyecto es la **obtención de un modelo** que permita estimar el impacto que tiene la actividad crucerista desarrollada en un Puerto sobre su área de influencia. Para su identificación, se ha aplicado a un puerto de referencia (en este caso, el Puerto de Vigo), con objeto de contrastar la validez empírica de dicho modelo.

De esta forma, se ha obtenido información cuantitativa y cualitativa sobre el **efecto económico que actualmente tiene la actividad crucerista en el año 2010**, permitiendo tener una estimación de su impacto económico, así como la identificación de su **repercusión sobre diversas actividades empresariales** relacionadas (hostelería, restauración, comercio detallista...).

Alcance del modelo.

Este estudio está **centrado en el diseño de un modelo** para la **evaluación del impacto económico derivado del turismo de cruceros** para un puerto dado. En concreto, se ha realizado el **contraste** para el turismo de cruceros en el **entorno del área de influencia del Puerto de Vigo**, definido éste como la **distancia de 15 km. de la zona del puerto**, tomando como referencia las principales fuentes bibliográficas consultadas y el European Cruise Council.

Los objetivos fundamentales de investigación para el desarrollo de este modelo han sido las siguientes:

- a. ¿Cómo se debe determinar el impacto económico del turismo de cruceros en un puerto?

Para ello se ha desarrollado un modelo previo que posteriormente fue contrastado al caso concreto del Puerto de Vigo.

Por lo tanto se responde a esta cuestión:

- b. ¿Cuál es el impacto económico del turismo de cruceros en el Puerto de Vigo?

Dicho modelo determinará los siguientes impactos:

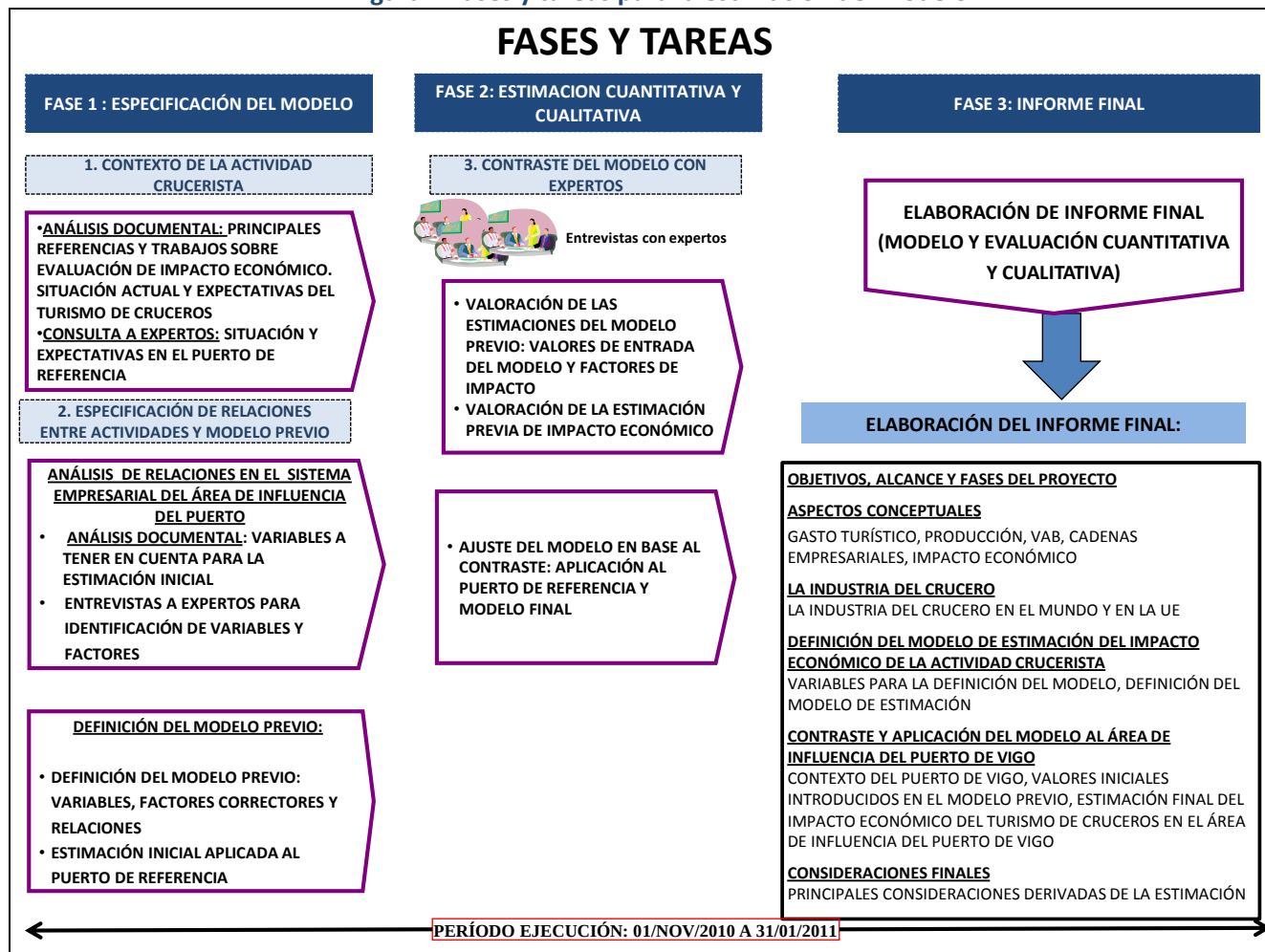
- El impacto económico directo;
- El impacto económico indirecto;
- El impacto inducido (efectos sobre el empleo).

Escala temporal

Todos los cálculos en este informe se basan en una escala temporal de un año, de enero a diciembre de 2010. Las actividades de cruceros (número de salidas-llegadas al Puerto de Vigo) se basan en datos proporcionados por el propio Puerto de Vigo. Para la construcción del modelo económico se utiliza la base de datos de la Dirección General de Asuntos Marítimos y Pesqueros de la UE con datos de octubre de 2008 a septiembre de 2009, que contiene itinerarios de 177 buques de crucero a distintos destinos europeos.

La Figura 1 ilustra las fases y las principales tareas llevadas a cabo para la determinación final del modelo de evaluación del impacto económico de la actividad crucerista sobre un puerto determinado.

Figura 1 Fases y tareas para la estimación del modelo



Fuente: elaboración propia

2 ASPECTOS CONCEPTUALES

2.1 Gasto turístico, producción, valor añadido y cadenas empresariales

Previamente, deben establecerse un conjunto de conceptos que serán aplicados durante el desarrollo del modelo, cuyas definiciones se recogen de forma sintética a continuación. Adicionalmente, también se ha considerado oportuno comentar los conceptos relativos a producción y valor añadido, así como el enfoque de cadenas empresariales empleado para la estimación del impacto económico a través de la cadena de valor.

Conceptos clave sobre turismo de cruceros

- **Turismo de cruceros:** Se define así a un viaje por mar de al menos 60h de duración en un buque que transporta solamente pasajeros y visita al menos dos puertos, excluido el puerto de embarque.
- **Región costera:** Área de influencia de un puerto. En este caso, se aplicará al Puerto de Vigo
- **Destino de cruceros:** Puerto de destino de buques de crucero (p.ej. Vigo).
- **Destino turístico:** Destino de visita de turistas de crucero (p.ej. Santiago de Compostela)
- **Atractivo turístico:** Grado en el que un destino/región es atractivo para los turistas.
- **Atracción turística:** Objeto o conjunto de objetos que atrae/n turistas a un destino.
- **Impacto económico:** impacto generado por una entidad debido al gasto directo realizado en su área de presencia.

- **Gasto directo:** Gasto bruto total generado por una entidad (turista, empresa de cruceros) en su área de presencia.
- **Impacto económico directo:** Valor añadido y empleo creado directamente por el gasto directo de una entidad en su área de presencia.
- **Valor añadido:** Valor atribuido a productos y servicios como resultado de un proceso concreto de una empresa.
- **Compras intermediarias:** Bienes y servicios comprados a los proveedores para su procesamiento o reventa.
- **Impacto económico indirecto:** Valor añadido y empleo creado por los proveedores (y proveedores de proveedores) gracias a las compras intermediarias.
- **Impacto económico inducido (empleo):** personas empleadas de determinada región para atender a las necesidades de los cruceros, que a su vez realizan gastos en bienes y servicios domésticos.

La Organización Mundial de Turismo (UNWTO) ha realizado relevantes esfuerzos para la homogeneización de las estadísticas turísticas y la conceptualización terminológica. Estos términos han sido ampliamente adoptados por los principales organismos encargados de la realización de informes y estadísticas relacionadas con el turismo. En concreto, se define **“Gasto Turístico”** como *“todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino”*.

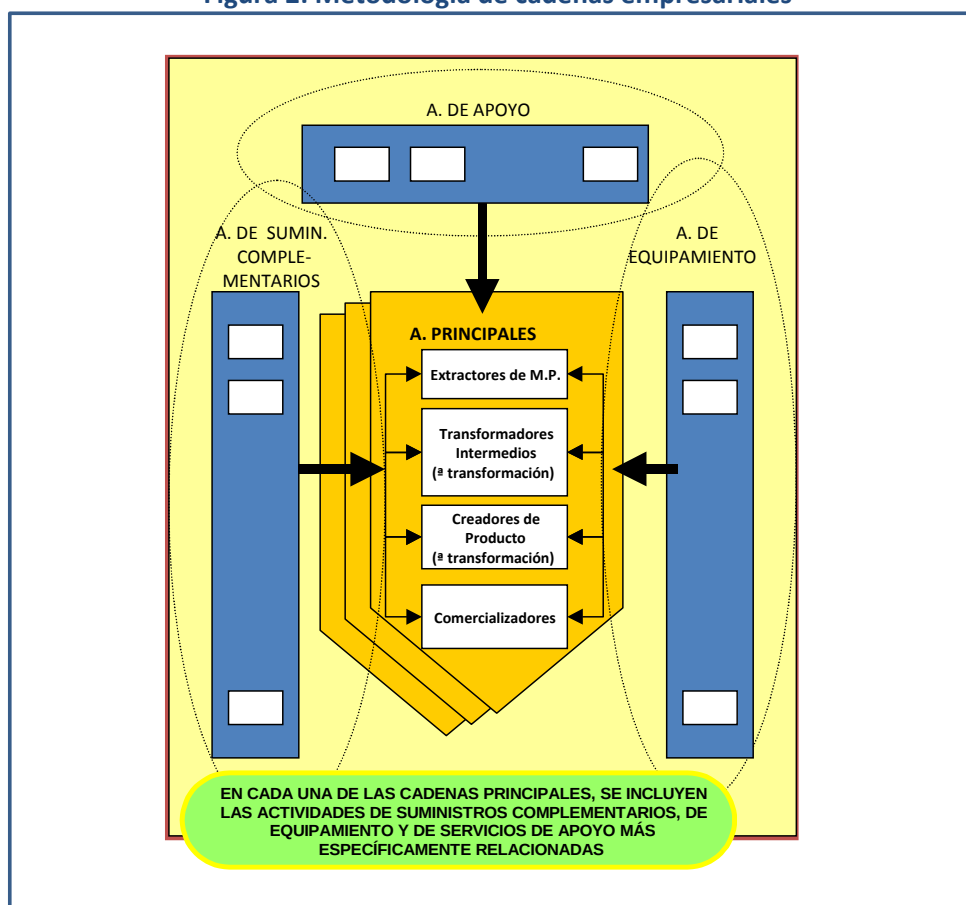
Desde una perspectiva amplia, incluye también todos los que, haciéndose antes de la partida, sean necesarios para la preparación y realización del viaje, así como gastos hechos tras la llegada que estén relacionados con el viaje. Estas categorías pueden incluir pagos por transporte, seguros, guías de viaje, etc. Desde una perspectiva más limitada, solo se incluirían los gastos realizados en el/los lugar/es de

destino del viaje y otros pagos realizados durante el transcurso del viaje (O.M.T., 1.994 y W.T.O., 1.995). Por lo tanto, esta terminología adopta la visión del demandante (gasto que le supone al turista). Pero no es la visión del oferente, puesto el valor económico que paga el turista es distribuido entre los diferentes eslabones de una cadena de valor. Por lo tanto, parece oportuno comentar sintéticamente el concepto de cadena empresarial, así como las diferencias entre Producción y Valor Añadido en este tipo de estimaciones.

Metodología de cadenas empresariales

La **metodología de análisis de cadenas empresariales** se ha demostrado muy útil a la hora de **interpretar las complejas interrelaciones** que se dan entre **empresas** que se aglutinan en torno a una **materia prima, producto o servicio** (ver Figura 2).

Figura 2: Metodología de cadenas empresariales



Fuente: elaboración propia

Dentro de cada una de las cadenas **se aglutinan las empresas de los eslabones principales** y además las empresas que provén de **suministros complementarios**, de **servicios de apoyo** y de **equipamientos** más específicamente relacionados.

De esta forma, se ha tratado de disponer de un **esquema de análisis** suficientemente **representativo** de la **estructura del sistema empresarial de las actividades de turismo de cruceros en el entorno de un puerto**.

Producción y Valor Añadido

Para valorar los **efectos económicos**, se utiliza el **Valor Añadido Bruto (VAB)**, que es una macromagnitud económica que mide el **valor económico generado por el conjunto de productores** de una zona determinada, recogiendo los valores **que se agregan a los bienes y servicios en las distintas etapas del proceso productivo**.

En la economía empresarial, el **valor añadido** de una empresa es la **diferencia** entre el **importe de sus ventas y las compras hechas a otras empresas sin incluir la depreciación del capital fijo durante el período**. Si a nivel macroeconómico se referencia esta magnitud a una determinada zona geográfica, se obtiene el sumatorio del valor añadido, es decir, la riqueza que generan todas las empresas de esa zona determinada.

A partir del valor añadido bruto de una zona se obtiene fácilmente el **Producto Interior Bruto (PIB)**, con el que mantiene una estrecha relación, pues ambos miden un mismo hecho económico aunque de forma diferente. El **PIB** se obtiene después de **añadirle al valor añadido de la zona en cuestión los impuestos indirectos que gravan estas operaciones**.

El VAB es básicamente un **indicador de la riqueza generada** por una empresa, o un conjunto de empresas en un área geográfica determinada. Según se desprende de diversos manuales de teoría económica (Mochón, F., 2001, 2005; Tamames, R., 1998;

Carriajo, J, Díaz, D. y Sánchez, C.E., 2000) puede definirse como *«el valor de las ventas de una empresa menos el valor de la materia prima y otros bienes intermedios que utiliza para producir lo que vende»*. Realmente es un indicador que trata de cuantificar en términos monetarios la capacidad de una empresa para incorporar valor a su producción por la aplicación de trabajo y capital a los insumos provenientes del exterior (suministros básicos, suministros complementarios, trabajos realizados por otras empresas...). A **efectos de cálculo** para una empresa en concreto suele **emplearse la cuenta de Pérdidas y Ganancias, restando a la facturación neta el valor del coste de aprovisionamientos consumidos y otros consumos de explotación** (servicios exteriores, tributos...). Por tanto el **VAB incluye** como grandes masas económicas el **valor de los gastos de personal brutos más la amortización de activos más los resultados generados como consecuencia de la gestión económica y financiera de la empresa**.

Este indicador también **puede aplicarse a un conjunto de empresas de una determinada agrupación de actividades de un área geográfica concreta**. La idea básica es que el VAB de una agrupación de actividades se obtendría por mera agregación de los VAB de cada una de las empresas integrantes de dicha agrupación. Teniendo en cuenta que, por la propia definición del VAB, en el cálculo individual ya se han descontado los insumos del exterior, no cabe hablar aquí de una posible doble contabilización de los productos no considerados como finales.

De este aspecto suelen ocuparse las estadísticas oficiales en los epígrafes denominados “Contabilidad Regional”. En concreto el Instituto Galego de Estadística (IGE) y el Instituto Nacional de Estadística (INE) están sujetos a lo estipulado por la normativa europea, el **Sistema Europeo de Cuentas Nacionales y Regionales (SEC-95)**, dando lugar su aplicación en España a la Contabilidad Regional Española según la norma del año 95 (CRE-95). En este sentido, en Galicia y España se detallan hasta 65 ramas de actividad, incluyendo la valoración de los denominados «servicios de intermediación financiera medidos indirectamente-SIFMI». Esto es necesario puesto que, según indica el IGE *«el SIFMI se estima como la diferencia entre los intereses cobrados y pagados por las entidades financieras residentes y se trata como un*

consumo intermedio global de la economía. Dado que la producción de esta rama ficticia es cero, esto implica un VAB negativo por el valor de estos consumos intermedios». En el Reglamento (CE) n.º 448/1998 y en el Reglamento n.º 1889/2002 del Consejo se indica el procedimiento para asignar el SIFMI a los sectores usuarios, y su repercusión en las estimaciones de la producción y de los consumos intermedios, además de su consideración en el consumo final y en el saldo exterior.

Cabría pensar que en términos globales al realizar la agregación del VAB de todas las empresas de todas las actividades de un área geográfica determinada se obtendría su PIB, que es uno de los indicadores más empleados en la medición del bienestar económico de un área. Si bien ambos indicadores son aproximadamente iguales, existen **diferencias entre ambos conceptos**. Fundamentalmente las **diferencias** se derivan de las **normas de valoración del VAB y del PIB** (uno a precios básicos y otro a precios de mercado, respectivamente). Otro motivo de diferencias en el caso concreto de esta estimación, es la no inclusión de las actividades de las Administraciones Públicas (denominado habitualmente «*servicios de no mercado*») al tratarse de una estimación para un sistema empresarial privado. Las actividades públicas sí que aparecen habitualmente en las estadísticas del PIB.

De esta forma **se excluye de la valoración del VAB, por ejemplo, los impuestos sobre los productos mientras que sí se incluyen las subvenciones sobre los productos**, ya que en definitiva, se corresponde con el valor con el que los compradores retribuyen a los productores por sus contribuciones añadidas a los insumos del exterior de la empresa productora. Según la Subdirección General de Cuentas Nacionales (Contabilidad Regional de España Base 1995) «*los precios básicos son observables directamente por el productor y son los que mejor eliminan las distorsiones que los impuestos introducen en los precios*».

2.2 Impacto económico

El fenómeno del **turismo de cruceros mueve millones de personas** en el mundo y tiene repercusiones de muy diversa índole. Más allá del impacto económico evidente, el turismo de cruceros tiene **efectos de difícil cuantificación por su inmaterialidad**. Por lo tanto hay unos **impactos tangibles** materializados a **nivel económico y otros impactos intangibles**, difícilmente cuantificables en términos monetarios, como son los **culturales y los sociopolíticos**. A continuación se hace una breve reflexión sobre cada una de estas categorías.

Impacto económico

El **impacto económico** es **muy relevante** debido al nivel de negocio que representa al nivel mundial. El **turismo de cruceros genera 18 billones de dólares al año por concepto del gasto de los cruceristas** y ha sido el segmento de más rápido crecimiento de la industria turística en los últimos 20 años con una tasa promedio anual de crecimiento en el número pasajeros de 7,4%.

Para valorar el impacto económico creador de valor del gasto de los turistas de cruceros se debe utilizar el Valor Añadido Bruto (VAB), que proporciona la magnitud de la riqueza generada; mientras que el gasto aporta el tamaño de la demanda.

Los **gastos directos de los buques de cruceros, los turistas y la tripulación terminan en distintas industrias** del destino turístico como pueden ser hoteles, tiendas, restaurantes, proveedores de alimentos frescos, *souvenirs* u otros, **generando una demanda determinada**; a su vez, cada una de estas industrias necesita comprar productos o servicios a sus proveedores antes de que un producto o servicio pueda ser entregado. En términos generales, el **valor añadido bruto** es el **valor de mercado del producto en cada etapa de su producción, menos el valor de mercado de los insumos utilizados para obtener dicho producto**.

Los flujos económicos debidos al turismo afectan tanto en términos macroeconómicos como microeconómicos, tanto en las zonas emisoras como en las receptoras (aunque especialmente en éstas). Algunas de las repercusiones económicas más importantes del turismo podrían ser las siguientes:

- **Empleo.** El turismo requiere una considerable mano de obra y, sobre todo, el mantener una reserva de trabajadores especializados. El sector turístico ocupa alrededor de un 10% de la población activa del mundo, no solo en empleo directo sino también en indirecto. El problema que plantea el turismo con respecto al empleo es la fuerte estacionalidad, pues un gran número de puestos de trabajo se crean en temporada alta. Además este empleo presenta unas condiciones particulares. Por ejemplo en España, según el INE en el 2009 el sector turístico en relación con la media de área de servicios tenía una participación mayor de la mujer. También este tipo de empleo constituye una parte más importante de los gastos empresariales (con una tasa del 64,7%) y menor tasa de valor añadido (43,7%). El turismo supone en los países eminentemente turísticos un peso específico elevado en su PIB, por ejemplo en España según el INE representó un 11% del PIB en 2009 con una facturación de cien mil millones de euros, de los cuales 45 mil millones (un 4,5% del PIB) corresponden a lo que se denomina turismo receptor (de origen internacional).
- **Distribución de la renta.** El turismo tiene un efecto multiplicador y equilibrador en los países desarrollados, puesto que al generar empleo disminuye en cierta medida las diferencias económicas entre la población.
- **Balanza de pagos.** Las regiones receptoras exportan turismo porque, aunque en realidad lo reciben, se trata de un producto de exportación, sólo que consumido en el lugar de producción. Los ingresos por turismo aumentan en relación a los pagos, por lo tanto la balanza se ve beneficiada. Además tiene un efecto positivo en las exportaciones de otros bienes, pues promociona los productos locales a través de los turistas que los han conocido *in situ*.

- **Inversiones públicas.** El desarrollo de las zonas turísticas crea inversiones por parte de las Administraciones Públicas en infraestructuras (aeropuertos, carreteras,...) para adecuar la oferta turística a la demanda. Además se embellecen y mejoran las ciudades (parques, limpieza,...) para que sean agradables para el turista. Todo ello no hace sino mejorar la vida del ciudadano y la estancia del turista en el lugar de destino.

Impacto cultural

El **turismo pone en contacto a diferentes culturas**: la local o receptora con la foránea o emisora. Esto supone un **intercambio** de pautas de conducta, formas de vida, hábitos de diversa índole (gastronómicos, lingüísticos, estéticos *etc.*). Entre los **impactos culturales del turismo** se destacan los siguientes:

- **Modificación de las estructuras sociales.** En la zona turística, las consecuencias derivan de la introducción desde fuera de una nueva realidad sociocultural a la cual tanto la población local como su sistema social tienen que adaptarse. La primera adaptación consiste en desarrollar una clase encargada de tratar a los turistas. Esto se refleja en la expansión de los servicios. Los turistas han de ser transportados, alojados, ayudados en muchos problemas que surgen y hay que proveerles de actividades recreativas.
- **Mejor conocimiento de otras sociedades y mentalidades.** Cuando dos culturas entran en contacto cada una de las dos tiende a asemejarse en parte a la otra mediante un proceso de préstamo. En el caso del turismo es característico que este proceso de préstamo sea asimétrico. Los turistas tienen menos probabilidades de tomar determinados elementos de sus anfitriones. Esto provoca una cadena de transformaciones en la comunidad de la zona turística. El turista a menudo desea enriquecer todo lo posible su viaje y su tiempo de ocio. Los motivos del turista se reflejarán en sus expectativas y en su conducta en la zona turística. Por lo tanto, mayor tolerancia y respeto hacia otras

costumbres, evitando fenómenos racistas y xenófobos. Un turista que ha crecido con estereotipos puede tener un cambio de paradigmas cuando conoce una cultura distinta.

- **Aprendizaje de idiomas extranjeros.** No sólo los turistas que viajan intentan aprender el idioma del país al que van, sino que en el país receptor se hacen esfuerzos por aprender la lengua de los países emisores para atender mejor a los turistas. La adquisición de una segunda lengua de cara a la actividad turística suele tener por resultado una mayor movilidad económica.
- **Efectos en las industrias artesanales.** En algunos casos el turismo ha servido para regenerar las industrias tradicionales, al brindarles una expansión de su mercado de productos locales. No obstante también se puede desarrollar una degradación de la estética que da lugar la comercialización de baratijas a través de tiendas de *souvenirs* a menudo de fabricación no local.

Impacto sociopolítico

El **turismo es una actividad económica más**, lo que exige un control público en distintas materias como fiscalidad, seguridad, control monetario, sanitario, o medidas de protección del medioambiente. Las **Administraciones Públicas** suelen desarrollar **políticas de sostenibilidad** que velen por una **planificación ordenada** que respete la cadena ecológica. También hay otro tipo de efectos sociopolíticos no relacionados exclusivamente con el control de las administraciones públicas.

- **Impacto tecnológico:** aquellas sociedades receptoras de flujos turísticos se benefician en general de todos los avances de la tecnología al ser solicitada por los visitantes.
- **Impacto político:** el turismo puede influir en cierta medida en la política de una región pues su imagen internacional puede afectar a los flujos turísticos.

3 LA INDUSTRIA DEL CRUCERO.

3.1 La industria del crucero en el mundo

Las **décadas entre 1970 y 1990 fueron un periodo de crecimiento moderado** de la industria, **pasando de medio millón de pasajeros en 1970 a 1,4 millones en 1980 y a 3,8 millones en 1990**. A partir de 1990 esta clase de turismo llegó a Europa, Asia y Oceanía y comenzó un período de gran crecimiento. El segmento de turismo de cruceros ha pasado de ser una pequeña parte de la industria de pasajeros oceánicos a un **negocio completo y complejo**. Y ha pasado de ser una forma de viajar inicialmente dirigida a un segmento con alto poder adquisitivo a un **producto al alcance de un mercado que abarca diferentes perfiles socioeconómicos**.

Los norteamericanos representan más del 80% de todo el mercado mundial. Algunos expertos afirman que los **mercados europeos y asiáticos prometen altas posibilidades de crecimiento**. La participación del sector de los cruceros, en el turismo internacional, es aún pequeña y corresponde al 1,6% del total de pasajeros y al 1,9% del número total de noches, pero **los ingresos de las compañías de cruceros representan el 3% de los ingresos generados por el turismo internacional** (Kester 2002).

Denominados hoteles flotantes o resort marino, los mega-barcos de cruceros comenzaron su debut en 2004 con el *Queen Mary 2* de la empresa *Cunard*. A éste le siguieron los buques *Freedom of the Seas* (2006), *Liberty of the Seas* (2007) de *Royal Caribbean*. La misma empresa tiene en marcha el **Proyecto Génesis que incluye una serie de barcos de alrededor de las 220.000 toneladas y con capacidad para más de 5700 pasajeros**. El primer buque resultado del mencionado proyecto es el *Oasis of the Seas*, que comenzó operaciones en diciembre de 2009. Las generaciones siguientes a éstos transportarían aproximadamente 12 mil pasajeros (Hickman, 2006).

Actualmente hay unas 300 líneas de cruceros navegando los mares internacionales con más de 30 nuevos barcos programados para unirse a la flota mundial en los próximos cuatro años, representando inversiones mayores a 20 billones de dólares americanos.

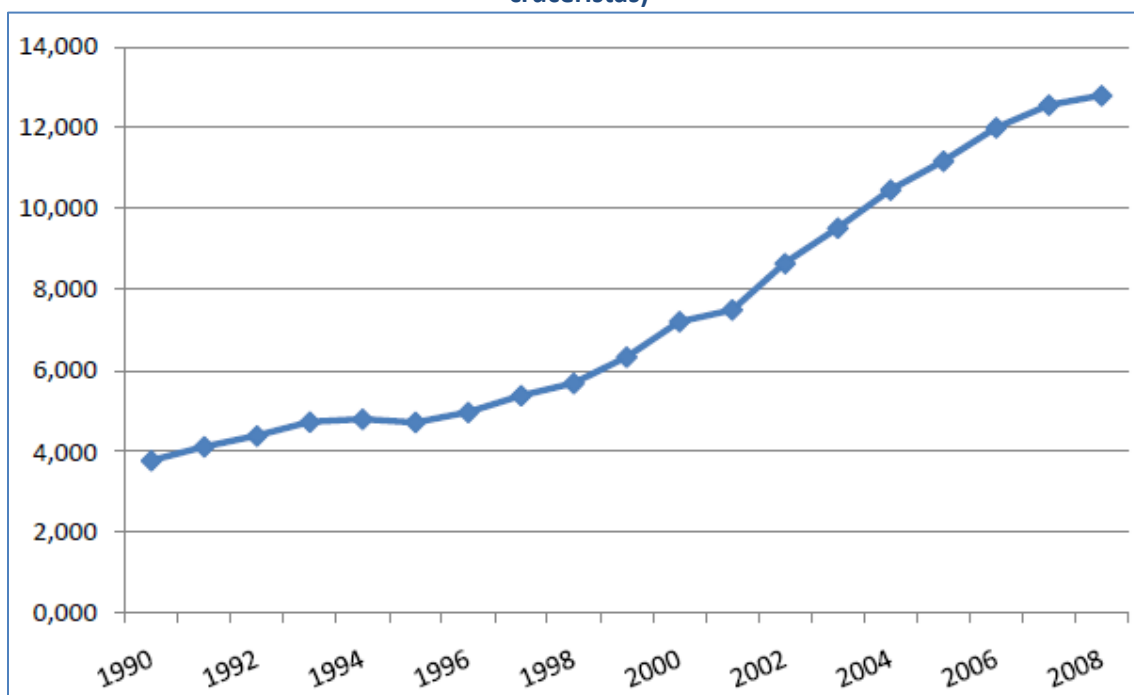
Con toda la oferta turística en un mismo sitio, **los cruceros han entrado a competir como un destino en sí mismo**. Por un lado, es de señalar que el turismo de cruceros es el **paradigma de la economía de escala** pues involucra los principales subsectores de la industria turística: transporte, alojamiento, restauración y ocio. Es así como, a día de hoy, **un crucerista puede encontrar en estos buques colosales todas las atracciones inimaginables en otros tiempos**, como pueden ser muros de escalar, cuadriláteros de boxeo, salas de teatro, simuladores de golf, pistas de patinaje sobre hielo, planetarios, entre otros.

La **competición entre las líneas de cruceros** está representada por **estrategias de mercado y diferenciación de producto**. *Carnival*, por ejemplo, diferencia sus productos mostrándose como una **compañía de bajo coste** mientras *Cunard* ofrece un **producto asociado al lujo**. Estos son ejemplos de diferenciación de calidad de producto.

Las **compañías también diferencian sus productos diversificándolos para atraer a un segmento específico del mercado** en el cual estén interesados. Por ejemplo, la *Princess* es especialista en el tema de las **bodas**, *Celebrity* ha sido reconocido por tener **la mejor comida a bordo** y *Royal Caribbean* por las **mejores instalaciones**. **Costa Cruceros** se ha destacado por el **mejor estilo europeo**; la **mejor isla privada** es propiedad de *HollandAmerica* y después se encuentra la línea de **cruceros Walt Disney** con una extensión de su famoso parque. Otro particular ejemplo se ve en el **crucero de las “maltas clásicas”** que opera el Club Mundial de Cruceros que en dos semanas de navegación recorre la costa oeste de Escocia para visitar las más importantes destilerías de whisky escocés (McBoyle y McBoyle, 2008).

El turismo de cruceros genera 18 billones de dólares al año por concepto del gasto de los cruceristas y ha sido el **segmento de más rápido crecimiento de la industria turística en los últimos 20 años** con una **tasa promedio anual de crecimiento en el número pasajeros de 7,4%**. **Crecimiento equivalente a casi dos veces el porcentaje de crecimiento del turismo internacional** y se espera que siga así en el futuro. En **2007**, los cruceros miembros de la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA por sus siglas en Inglés) **transportaron 12,56 millones de pasajeros** de todo el mundo, 4,1% más con respecto al año anterior. Para ese periodo 12,25 millones de norteamericanos realizaron vacaciones en cruceros, representando 82% del total.

Figura 3: Crecimiento del número de cruceristas internacionales (datos en miles de cruceristas)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos CLIA, 2008

Este **dinámico crecimiento** se espera que **se extienda** en el futuro si tenemos en cuenta que el **turismo de cruceros está en plena etapa de expansión**, especialmente en la región Caribe, así como también se está desarrollando fuertemente en Europa y por ese camino también va la región Asia-Pacífico. Regiones

como Centroamérica y Suramérica han sido incorporadas recientemente en los itinerarios de las rutas de los cruceros (Brida et al. 2010).

Dado el dinamismo de esta actividad, **los destinos han incorporado la recepción de cruceros como estrategia de diversificación de su oferta turística** (Cuellar-Río, M. y Kido-Cruz, MT, 2008). Gobiernos y demás actores involucrados en esta tipología del turismo han visto la necesidad de conocer más a fondo su comportamiento y la forma como impactan en los diferentes destinos. Prueba de este interés, ha sido el más reciente documento editado por la Organización Mundial del Turismo (Butler, 2008) en el que se recopila una amplia información de la industria. En este marco de intereses, **es oportuno analizar los diferentes impactos que esta modalidad turística genera en los destinos** (véase Gibson y Bentley, 2006; Brida y Zapata, 2010). Entre dichos impactos, se encuentran **los económicos, que han sido los más analizados dentro de la literatura de cruceros** (Henthorne, 2000; Chase y Alon, 2002; Douglas y Douglas, 2004; Seidl et al., 2006), aunque tenemos que señalar que la literatura académica en el tema es aún escasa.

3.2 La industria del crucero en la UE

El **Tratado de Lisboa** contempla nuevas disposiciones específicas sobre turismo con el objetivo de **convertir a la UE en el primer destino turístico mundial**.

El turismo comprende una amplia variedad de productos y destinos e **implica a muchos agentes distintos**, tanto públicos como privados, con áreas de competencia muy descentralizadas, a menudo a nivel regional y local. El **turismo cuenta con un gran potencial** en lo que respecta a la **contribución al logro** de diversos **objetivos** importantes de la UE, como el **desarrollo sostenible, el crecimiento económico, el empleo y la cohesión económica y social**.

El **turismo** es particularmente **importante a la hora de ofrecer oportunidades laborales a los jóvenes**, cuya proporción en la mano de obra es el doble en el turismo, que en el resto de la economía.

El **crecimiento del empleo en el sector turístico ha venido siendo significativamente superior al del resto de la economía**, lo que lo convierte en un elemento relevante para el objetivo de Lisboa de creación de más y mejores empleos.

El turismo es una actividad económica estratégica en la Unión Europea, cuya importancia para la economía de la UE probablemente seguirá aumentando en los próximos años.

El **sector turístico de la UE genera más del 4 % del PIB de la UE**, donde unos **2 millones de empresas dan trabajo a aproximadamente el 4 % de la mano de obra total** (unos 8 millones de empleos). Cuando se tienen en cuenta los **sectores relacionados**, la **estimación de la contribución del turismo a la creación del PIB es mucho mayor**: el turismo **genera indirectamente cerca del 11 % del PIB de la Unión Europea y representa aproximadamente el 12 % de la mano de obra**.

El European Cruise Council y sus socios encargaron en el 2008 a G.P. Wild (International) Limited and Business Research and Economic Advisors llevar a cabo un análisis profundo de las operaciones en Europa del sector mundial de cruceros, así como su contribución a la economía europea. Algunos de los puntos más sobresalientes son:

- Durante el **2008** hubo **42 líneas de cruceros domiciliadas en Europa**, operando **129 buques de crucero**, con una capacidad de más de 116.000 camas. Otros 63 navíos con una capacidad de 71.300 camas fueron explotados en Europa por líneas no europeas.
- Más de **4,4 millones de europeos realizaron un crucero**, un **incremento del 10,5%** con respecto al año anterior, representando más de un 25% de todos los turistas de cruceros en el mundo.

- Prácticamente **4,7 millones de pasajeros embarcaron en su crucero en un puerto europeo**, un **incremento del 9,1%** con respecto al año anterior, siendo más del 75% ciudadanos europeos.
- La gran mayoría de estos cruceros visitaron puertos en el Mediterráneo, el Báltico y otras regiones europeas, generando 21,7 millones de visitas a ciudades europeas con puerto, un incremento del 15% con respecto al año anterior.

Como resultado de las operaciones de cruceros en Europa y la inversión en nuevos buques de crucero por el sector mundial, esta industria generó impactos económicos por toda Europa. **En el 2008 los gastos directos de la industria del crucero se incrementaron un 10% con respecto al año anterior** y, en consecuencia, generaron un crecimiento similar en su output total, empleo y sueldos y salarios a sus empleados (por definición el output total incluye sueldos; el output incluye todos los inputs intermedios, los impuestos netos sin subvenciones, beneficios netos - beneficios, intereses netos, dividendos y otras partidas menores- sueldos y salarios)

Estos impactos económicos incluyen los siguientes:

- 14,2 miles de millones de euros en **gastos directos** de las líneas de cruceros y sus pasajeros.
- 32,2 miles de millones de euros en **output total**.
- 311.512 puestos de trabajo en **output total**, y
- 10 mil millones de euros en sueldos y salarios de **output total**.

Estos impactos son la suma de los impactos directos, indirectos e inducidos del sector de cruceros. En resumen, cada millón de euros gastado en bienes y servicios por la industria de cruceros en Europa genera:

- **2,27 millones de euros en output total.**
- **Prácticamente 22 puestos de trabajo con un sueldo medio de 32.100 €.**

Impactos económicos directos

Los impactos económicos directos incluyen la producción, el empleo y los sueldos y salarios que se generaron en los negocios europeos que proveyeron bienes y servicios a las líneas de crucero y a sus pasajeros. Los impactos directos también incluyen los sueldos pagados a los empleados europeos por las líneas de cruceros.

En 2008, la industria del crucero generó unos gastos de 14,2 miles de millones de euros. Estos gastos incluyen:

- **5,2 miles de millones de euros empleados en la construcción de nuevos buques de cruceros y el mantenimiento** y reacondicionamiento de los existentes en astilleros europeos, un **incremento del 8%** con respecto al año anterior. Esto representa aproximadamente la mitad del crecimiento experimentado en años anteriores ya que los pedidos de nuevos buques comenzaron a estabilizarse a partir del 2006.
 - Durante el 2008 hubo alrededor de 20 barcos de crucero en construcción en astilleros europeos.

- A finales del 2008, los astilleros europeos fueron contratados para construir 36 barcos de cruceros con un valor total de 16,1 miles de millones de euros hasta 2012.

- **5,1 miles de millones € de gastos de las líneas de cruceros en bienes y servicios** para el apoyo de sus operaciones de cruceros, un **incremento del 15%** con respecto al año anterior. Entre los principales gastos están:
 - Los fabricantes de comidas y bebidas produjeron 460 millones de euros en provisiones consumidas a bordo de barcos de cruceros.
 - Aproximadamente 757 millones de euros en comisiones a los agentes europeos de viajes.
 - La industria del crucero gastó aproximadamente 750 millones de euros en servicios financieros y empresariales incluyendo seguros, publicidad, e ingeniería entre otros servicios profesionales.

- **2,7 miles de millones de euros se gastaron los turistas de cruceros en excursiones por tierra, en estancias en hotel pre y post crucero, viajes de avión y otros bienes y servicios en puertos de embarque o escala.** Esto representa un 8% más que el año anterior.
 - Excluyendo los gastos en viajes en avión, los pasajeros de cruceros gastaron como media 90 € en las ciudades de puerto de embarque.
 - Como media, los pasajeros de cruceros gastaron otros 60 € en cada puerto de escala en su itinerario.

- **1,1 miles de millones de euros** se pagaron a los empleados europeos de cruceros, personal administrativo y tripulación, sin cambio desde el año anterior.
 - Las líneas de cruceros emplean a casi 4.800 personas en sus oficinas centrales y oficinas administrativas.
 - Otras 50.000 personas son empleados como oficiales y suboficiales en los barcos de cruceros.

Estos gastos generaron empleo y sueldos a lo largo de un amplio rango de sectores y virtualmente todos los países han proporcionado viajeros o han acogido una visita de un barco de crucero. Como se indica en la Tabla 1, los **14,2 miles de millones de euros en gastos directos generaron más de 150.000 trabajos directos y unos salarios de 4,6 mil millones de euros.**

Tabla 1 Impactos económicos DIRECTOS del sector europeo de cruceros, por sectores (2008)

Sector	Gastos (millones de €)	Puestos de trabajo	Sueldos (millones de €)
Agricultura, Minería y Construcción	11	107	3
Fabricación de Bienes perecederos	1.164	4.124	162
Fabricación de Bienes no perecederos	6.500	46.404	1.743
Venta mayorista y minorista	568	7.226	151
Transportes y servicios	2.622	18.799	715
Hostelería	464	4.723	120
Servicios financieros y de empresa	1.474	11.173	463
Servicios personales y públicos	263	3.072	120
Subtotal	13.066	95.628	3.477
Empleados de la línea de cruceros	1.150	54.741	1.150
TOTAL	14.216	150.369	4.627

Fuente: Contribution of Cruise Tourism to the economies of Europe. European Cruise Council, 2008

El **turismo europeo de cruceros** ha registrado un **crecimiento substancial y significativo en los últimos diez años**. Mientras que Europa como destino solía representar una pequeña fracción del mercado global, ahora se ha convertido en uno de los principales mercados, **con barcos diseñados específicamente para las distintas regiones europeas**.

La Tabla 2 muestra los **impactos económicos totales del sector europeo de cruceros sobre cada uno de los diversos sectores empresariales para el año 2008**. El European Cruise Council estimó que dicho impacto fue de **más de 32 mil millones de euros, con un impacto inducido de más de 311 mil puestos de trabajo que recibieron alrededor de 9,9 mil millones de euros en conceptos de sueldos y salarios**.

Tabla 2 Impactos económicos TOTALES del sector europeo de cruceros por sector 2008

Sector	Gastos (millones de €)	Puestos de trabajo	Sueldos (millones de €)
Agricultura, Minería y Construcción	2.018	26.369	433
Fabricación de Bienes perecederos	3.236	16.462	650
Fabricación de Bienes no perecederos	10.657	77.599	2.911
Venta mayorista y minorista	1.416	21.373	455
Transportes y servicios	6.226	93.184	2.675
Hostelería	1.059	12.930	336
Servicios financieros y de empresa	6.611	48.697	2.033
Servicios personales y públicos	990	14.898	501
Total	32.213	311.512	9.994

1.- Incluye a los empleados europeos de las líneas de cruceros y sus salarios

Fuente: Contribution of Cruise Tourism to the economies of Europe. EuropeanCruise Council, 2008

4 DEFINICIÓN DEL MODELO DE ANÁLISIS DEL IMPACTO ECONÓMICO DE LA ACTIVIDAD CRUCERISTA

4.1 Variables para la definición del modelo

Los **beneficios económicos del turismo de cruceros** en un destino provienen básicamente de tres fuentes:

- el **gasto que hacen los pasajeros en tierra**, el cual está concentrado en las excursiones y capítulos como artesanías, ropa y restauración.
- el **gasto hecho por la tripulación** que incluye, principalmente, alimentación, bebidas, ropa y entretenimiento.
- el **gasto generado por el barco mismo**, que obedece fundamentalmente a los servicios portuarios por concepto de manejo de pasajeros, atraque, pilotaje, remolcador, lanchas pasacabos, faros y boyas (uso del canal), fumigación de la basura abordo, suministro de agua potable y recolección de basuras sólidas.

El **negocio de los cruceros tienen en un puerto de embarque, impactos directos sobre casi cada segmento dentro de la industria de viajes**: transporte, hoteles, restaurantes, atracciones, etc. Una **parte importante de los pasajeros gasta como mínimo una noche en el puerto antes de embarcarse**. Por ejemplo, el puerto de Seattle registra una estadía promedio de 1,6 noches y un gasto por pasajero por noche de US\$ 63 (Klein, 2005). El **impacto económico va a depender de si es un puerto base** (donde inicia y termina el viaje) **o puerto de escala** (donde se hace una parada que oscila entre seis y diez horas); de las **facilidades e infraestructura del destino** para atender las necesidades del barco en sí mismo y de los pasajeros; **factores como el**

tamaño del destino y el tiempo de escala del barco influirán en la intensidad de esos efectos económicos.

También cabe señalar que, **aunque la industria de cruceros tiene el potencial para proveer beneficios económicos a un destino**, sin embargo, **acomodar estos enormes barcos dentro de un puerto requiere de un gran esfuerzo inversionista** tanto en infraestructura como en los costos de mantenimiento. En la medida en que esta industria crece ampliamente, más inversiones serán necesarias. Este escenario turístico que implica relevantes necesidades de inversión en activos fijos, hace que su **umbral de rentabilidad sea relativamente elevado** (Gooroochurn y Blake, 2005; Nowak et al., 2003; Nowak y Sahli, 2007), por lo que **debe ser planteado desde una perspectiva de rendimiento a medio y largo plazo**, además de **suponer beneficiosos impactos intangibles difícilmente cuantificables a nivel monetario**.

El **impacto económico total** es la suma de los **impactos económicos directos, indirectos e inducidos**. Los **impactos indirectos** son el **resultado de los gastos producidos por los negocios directamente relacionados con los bienes y servicios que requieren para dar servicio a la industria del crucero**. Los **impactos inducidos** son el **resultado de los gastos de los empleados de las actividades empresariales relacionadas** (hostelería, comercio, transporte de viajeros...) en bienes y servicios domésticos. Así, los **impactos indirectos afectan en primer lugar a empresas industriales**, mientras que los **impactos inducidos afectan principalmente a los negocios al consumidor**. Estos conceptos se desarrollan en mayor profundidad a continuación.

Impacto económico directo.

Los **gastos directos de los buques de cruceros, los turistas y la tripulación terminan en varias industrias** (hoteles, tiendas, restaurantes, proveedores de alimentos frescos, etc.). Cada una de **estas industrias necesita comprar productos o servicios a sus proveedores antes de que un producto o servicio puedan ser entregados a sus clientes.**

Una tienda, por ejemplo, compra sus productos a un mayorista, el mayorista compra los productos a una fábrica y así sucesivamente. Por lo tanto, la cantidad gastada por un turista en una tienda no refleja la cantidad de impacto económico directo en esa tienda, porque una parte significativa de la cantidad pasa directamente a los proveedores de la tienda. No es la cantidad vendida, sino la cantidad de valor añadido generado por la tienda lo que debe evaluarse como el impacto directo de la tienda, por lo tanto. **El valor añadido se calcula tomando las ventas de la tienda y restando los costes de las compras de sus proveedores** (denominadas «compras intermediarias»). **Esta cifra refleja los flujos del impacto económico, comenzando con el turista, la tripulación y los gastos del barco de crucero.**

La **suma de los componentes de sueldos y salarios, depreciación y resultado/ganancia refleja el valor añadido generado** (es decir, impacto económico directo).

Impacto económico indirecto.

El ejemplo de la tienda en el párrafo anterior ilustra la importancia de no confundir gastos directos con impacto económico directo. La tienda compra bienes y servicios de sus **proveedores (compras intermediarias), que se traducirán en otra forma de impacto económico: a saber, impacto económico indirecto.** Los proveedores comprarán bienes en otras industrias, pero también crean valor añadido. **Este proceso continúa a lo largo de la cadena de valor de un producto o servicio.**

El **impacto económico indirecto**, por tanto, se expresa por la suma del valor añadido creado por todas las compras intermedias (VAB).

Impacto inducido: Efectos sobre el empleo.

Debido a la **presencia de buques de crucero en un puerto se requiere una serie de servicios** tales como practicaaje, seguridad y bunkering (provisión de combustible) que crean puestos de trabajo. **Más allá del mismo puerto se necesitan proveedores** de productos/servicios para el conjunto de las necesidades de la actividad de cruceros.

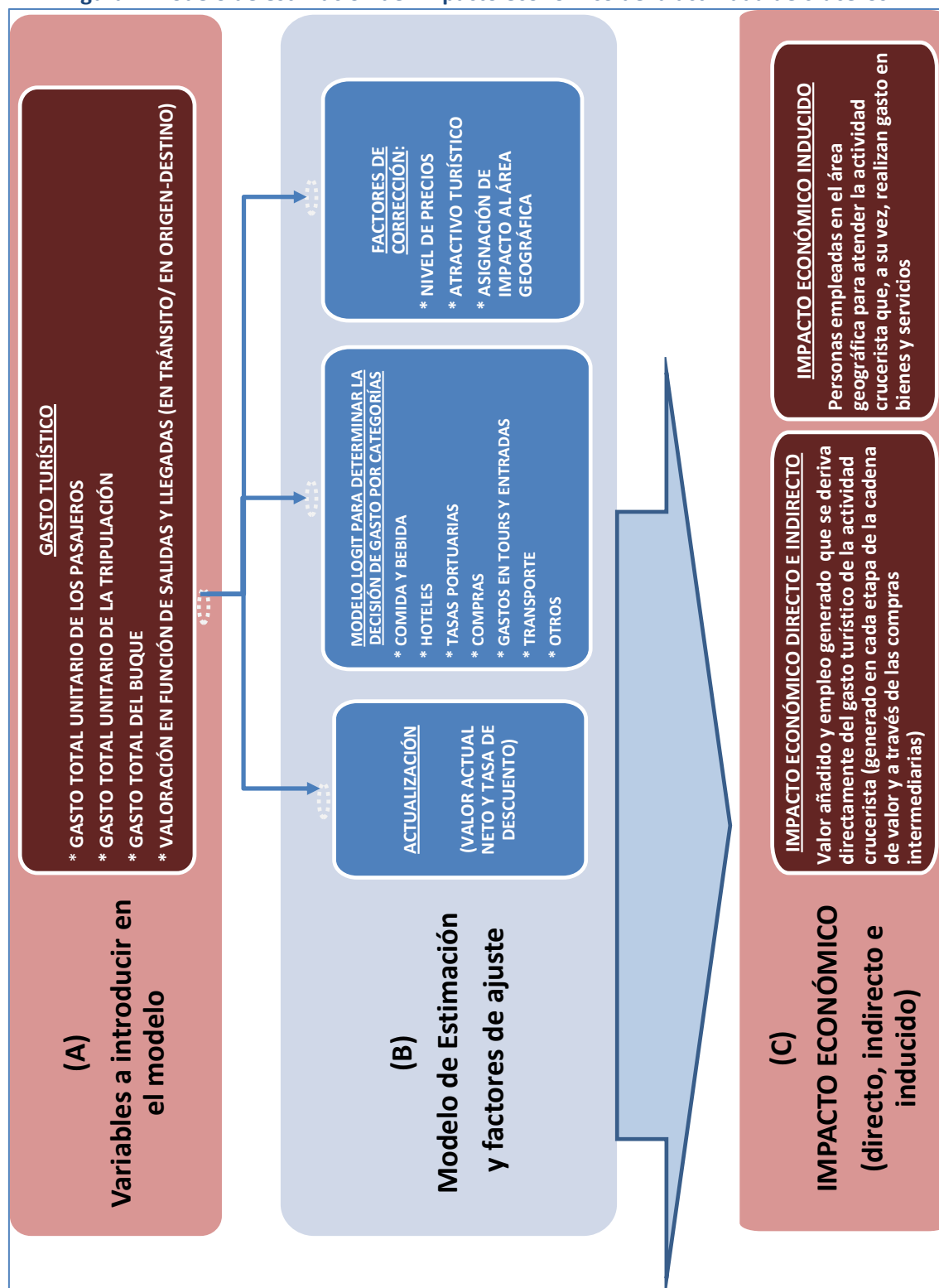
Sin embargo, **lo mismo que los turistas y la tripulación gastan dinero en una región, también serán empleadas personas de esa región para atender a las necesidades de los primeros, que a su vez realizaran gastos en bienes y servicios domésticos.** Los efectos directos de los gastos realizados por la actividad de cruceros generará empleos directos y los efectos indirectos generarán empleos indirectos.

El empleo es, por lo tanto, un importante indicador de impacto económico y se remitirán en este modelo como el "impacto inducido".

4.2 Modelo de estimación del impacto económico del turismo de cruceros

La Figura 4 muestra los **pasos y etapas para la estimación del impacto económico del turismo de cruceros**, que comienzan con los **gastos de los turistas, la tripulación y el buque de cruceros**. Posteriormente se aplica el modelo de estimación incluyendo los ajustes necesarios en base a factores de corrección y de actualización. Aplicando dicho modelo, se obtiene finalmente la estimación del impacto económico total.

Figura 4 Modelo de estimación del impacto económico de la actividad de cruceros



Fuente: Elaboración propia

Actualización: valor actual neto y tasa de descuento.

La actualización de las cantidades monetarias es otra variable tomada en cuenta en el modelo. **Se utiliza principalmente para la homogeneización temporal de variables económicas que están referidas a diversos años.** En el caso concreto de ser realizado en un mismo año, no es necesario actualizar las cantidades.

También se tiene en cuenta en el caso del cálculo de los plazos de amortización de la inversión implicada en un puerto para el servicio del turismo de cruceros. Se trata por lo tanto de tener en cuenta el valor temporal del dinero. Las inversiones tienen el objetivo de generar flujos positivos de efectivo (adicionales) en el futuro. Estos flujos de efectivo futuros deben transformarse a su equivalente a fecha actual (el valor actual de estos flujos de efectivo futuros), para evaluar si la inversión es viable económicamente. Para ello **se utiliza una tasa de descuento que incorpora la depreciación de dinero, así como una prima de riesgo en el cálculo.** La menor tasa de descuento que se utiliza (llamada tasa de riesgo libre) es igual a la tasa de interés de inversiones realizadas por las autoridades públicas. **Esta tasa de descuento se establece normalmente entre 4% y 8%.**

Modelo de estimación

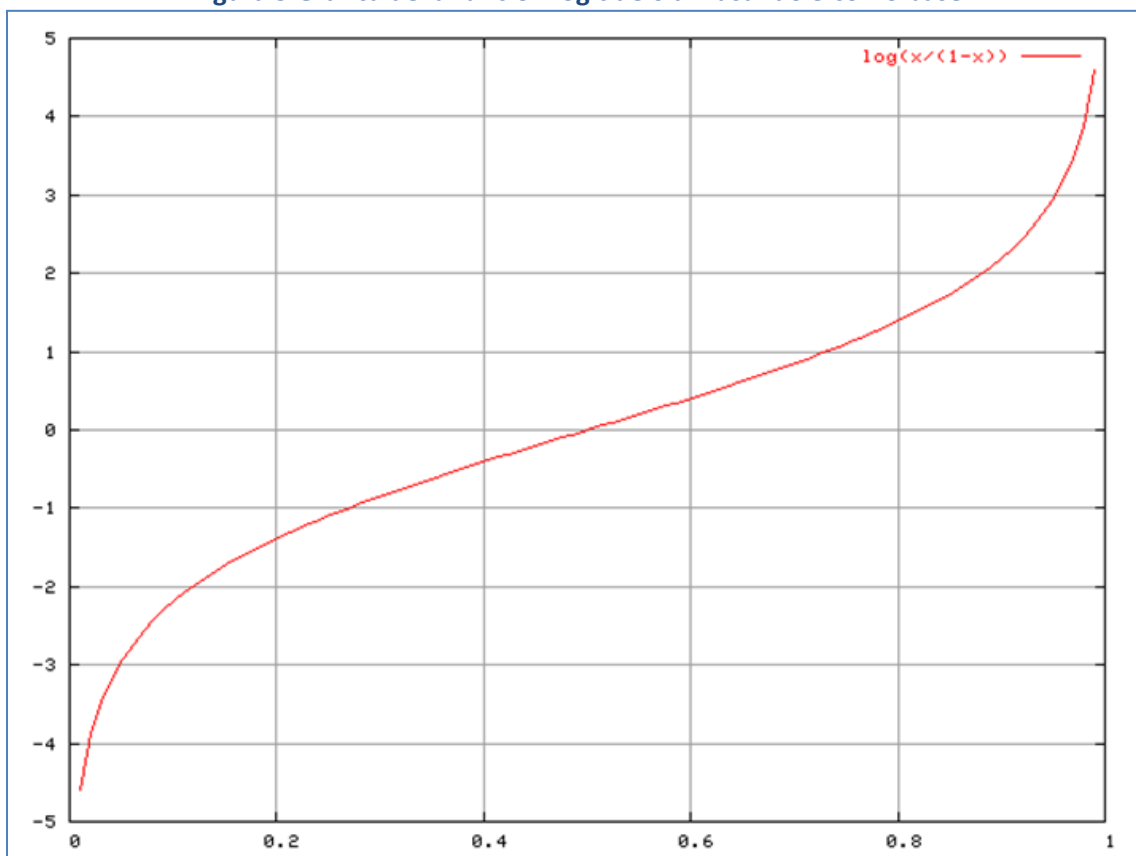
Siguiendo el enfoque utilizado por Kim et al. (2010) se asume que **la decisión de gasto en una determinada categoría es independiente de cada una de las otras.** Así se puede señalar que la probabilidad de gastar en restaurantes es independiente de gastar en souvenirs, por ejemplo. Por tanto hay que construir una variable binaria por cada categoría de gasto a analizar. **A partir de la especificación de la variable dependiente se utiliza un modelo Logit para determinar las variables que mejor explican la decisión de gasto en cada categoría.** Siguiendo a Ben-Akiva y Lerman (1993) el modelo logit toma la forma:

$$P(y_i = 1/x_i) = \frac{e^{\alpha}}{1 + e^{\alpha}}$$
$$\text{con } \alpha = x_i \beta^2$$

Donde:

- $y_i=1$ indica que el gasto en la categoría “i” toma un valor mayor que cero.
- $y_i=0$ muestra que el gasto en la categoría “i” es igual a cero.
- x_i es el vector de variables independientes.
- β es el vector de coeficientes que recoge el peso de cada categoría de gasto (vector de variables independientes) sobre el gasto total.

Figura 5 Gráfica de la función logit de 0 a 1 usando e como base



Fuente: adaptado de Ben-Akiva y Lerman (1993)

El vector de **variables independientes** (x_i), nominalmente son: **comida y bebida, hoteles, compras, gastos en tours y entradas, tasas portuarias, transporte, y otros**. Estas son las mismas variables independientes que utiliza el EuropeanCruise Council para la evaluación del turismo de cruceros. **El empleo de las mismas variables permite la comparación con otros puertos en el marco de los cálculos realizados al nivel de toda la UE.**

Factores de corrección para un puerto dado

Los supuestos siguientes se utilizan como los principales parámetros para el cálculo del impacto económico del turismo de cruceros en el entorno de un puerto.

Los parámetros que se muestran a continuación se deducen de los resultados del estudio "Instalaciones de turistas en los puertos" del European Cruise Council and Euroyards (G.P. Wild and BREA, 2009).

Tabla 3 Salidas y Llegadas

	Número de atraques	Turistas	Tripulación
Atrake en tránsito	DATOS DEL MODELO		
Atrake Origen/destino			
Total			

Fuente: adaptado a partir de G.P. Wild and BREA (2009).

Cuando el **puerto de embarque es el mismo que el puerto de desembarque** durante un viaje, **sólo se cuenta un atraque para este tour turístico**: es decir, es el número de turistas únicos que llegan al puerto durante un crucero.

Lógicamente, **sólo los pasajeros y la tripulación que vayan a tierra gastan dinero**. En el cálculo de los gastos de pasajeros y la tripulación **se tiene en cuenta el porcentaje de personas que van a tierra**.

Tabla 4 Porcentaje que desembarcan

	Turistas	Tripulación
Atraque en tránsito	A ESTIMAR	
Atraque Origen/destino		

Fuente: adaptado a partir de G.P. Wild and BREA (2009).

Gastos:

- **Gastos de turistas en tránsito:** La ponderación de promedio de los gastos en caso de que el pasajero participa en una gira organizada o no.
- **Gastos de turistas Origen/destino:** Media ponderada de los gastos en caso de estancia hotelera durante la noche y en caso de no darse la misma.
- **Gastos del buque:** Estos gastos se basan en la capacidad de un buque de pasajeros. Los gastos de atraque Origen/destino de un buque se calculan como el número de pasajeros (capacidad) por €24 como media. Esto incluye todos los gastos durante el atraque de un buque en puerto (llegada más salida), incluyendo los gastos de reavituallamiento, si fuesen precisos.

Tabla 5 Gastos

	Atraque en tránsito	Atraque Origen/destino
Turistas	€	€
Tripulación	€	€
Buque	€	€

Fuente: adaptado a partir de G.P. Wild and BREA (2009).

Tabla 6 Gastos por persona y categoría de gasto

	Turistas				Tripulación				Buque			
	En tránsito	%	Origen/ destino	%	En tránsito	%	Origen/ destino	%	En tránsito	%	Origen/ destino	%
Comida y bebida												
Hoteles												
Otros												
Tasas portuarias												
Compras												
Gastos en tours y entradas												
Transporte												
Suma												

Fuente: adaptado a partir de G.P. Wild and BREA (2009).

Tabla 7 Factores de ajuste

Corrección del nivel de precios
Asignación de impacto
Atractivo turístico

Fuente: adaptado a partir de G.P. Wild and BREA (2009).

Corrección del nivel de precios

Este factor corrige los gastos para el nivel de precio del país. La línea de base es el nivel de precio medio de la EU-27 (fuente: EUROSTAT). Los gastos se multiplican con el factor para obtener los gastos corregidos.

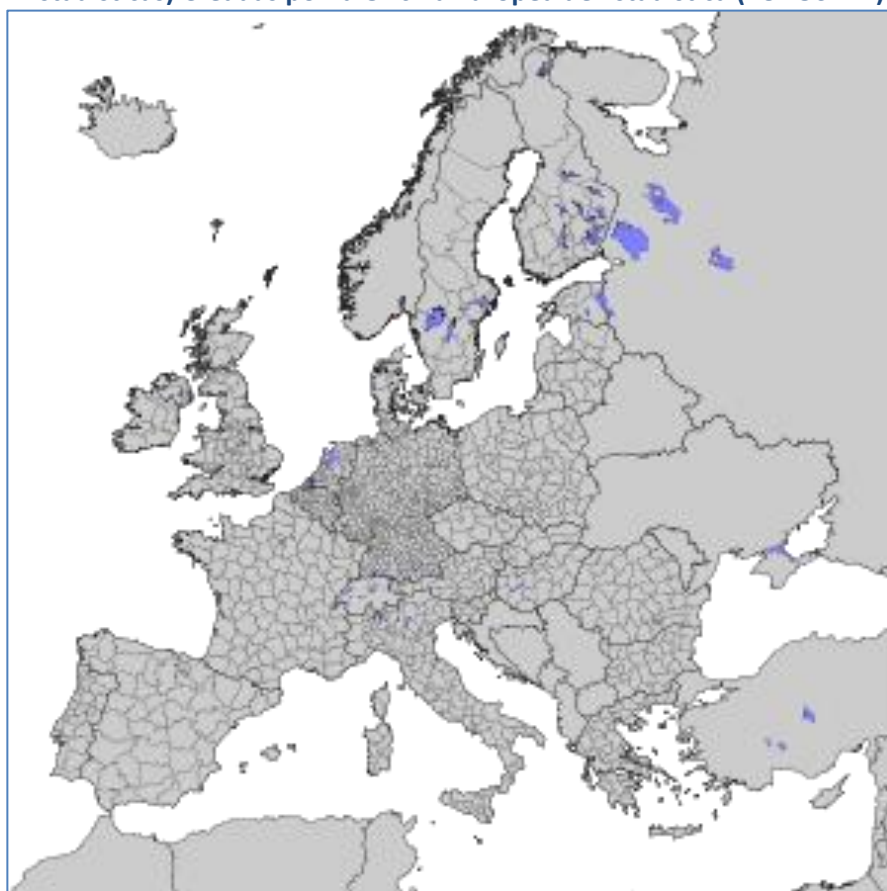
Asignación de impacto

Este factor mide el impacto económico real en el área en la que se encuentre el puerto. El área de influencia de un puerto se define como la zona en el entorno de 15 km del puerto. Como todas las repercusiones económicas se generan en este ámbito, la asignación de impacto es 100 %.

Atractivo turístico

Este factor representa el atractivo de la región para los turistas. Se basa en el precio promedio de una habitación de hotel de tres estrellas en las regiones costeras de la UE. El nivel básico de 1 es un precio de 70 €. El factor mayor es un 21% superior al promedio, mientras que el factor más bajo está 27% por debajo del promedio. El valor sugerido se basa en el área de estadística NUTS3 ES114 (Nomenclatura de las Unidades Territoriales Estadísticas). Esta nomenclatura fue creada por la Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT) para dar uniformidad en las estadísticas regionales europeas y son utilizadas, entre otras cosas, para la redistribución regional de los fondos estructurales de la UE).

Figura 6 Distribución de regiones NUTS3 (Nomenclatura de las Unidades Territoriales Estadísticas) Creadas por la Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT)



Fuente: Oficina Europea de Estadística

5 CONTRASTE Y APLICACIÓN DEL MODELO AL ÁREA DE INFLUENCIA DEL PUERTO DE VIGO

5.1 Contexto del Puerto de Vigo

La **Ría de Vigo** tiene las **características naturales** que permiten el desarrollo de un gran puerto y, paralelamente, de una gran ciudad. Proporciona abrigo seguro a embarcaciones y, además, tiene una gran riqueza piscícola y marisquera.

La Ría, además de constituir toda ella un inmenso fondeadero natural, **está dotada de una serie de ensenadas protegidas de vientos y temporales**. Precisamente, el origen del Puerto y la ciudad de Vigo se halla junto a la ensenada del Arenal y la de la Ribera de El Berbés. Sus características permitían que en estas ensenadas fondeasen y descargasen sus mercancías las embarcaciones, pesqueras y mercantes, de la época.

El **Puerto de Vigo es un punto estratégico**. De hecho **posee líneas regulares con los cinco continentes**. Es el **puerto que mueve más mercancía manufacturada de alto valor de todos los puertos gallegos**, incluso más que la suma de todos ellos. El valor industrial de esa mercancía supone 15 mil millones de euros.

El **43% de las exportaciones de Galicia se hacen desde el Puerto de Vigo**, sin contar las exportaciones del Sector Naval.

Es decir, el **Puerto está intrínsecamente vinculado con la realidad socio-económica de Vigo y su área**. De ahí que sea clave una gestión orientada a la mejora continua de la competitividad, sin dejar de lado, por su importancia económica para la ciudad, el tráfico de cruceros. En este sentido, después de conversaciones con grandes compañías navieras **se dio respuesta a sus demandas**. Estas compañías exigían **atracar en el centro de la ciudad** y no tener que desembarcar entre contenedores y automóviles.

Esta actuación, que consistió en la **construcción de los muelles Duque de Alba**, prolongando el muelle de cruceros, y el acondicionamiento del muelle del comercio,

permite que estén atracados en el centro de la ciudad los dos buques de crucero más grandes del mundo. Así, **el Puerto de Vigo se convirtió por primera vez en su historia en Puerto Base de Cruceros**. Atracaron en 2010 hasta 4 cruceros en el centro de la ciudad, de forma simultánea.

Además de lo realizado en los muelles, también se realizaron una serie de **actuaciones en superficie** como la eliminación de naves deterioradas, recuperación de otras en desuso, y urbanización de todo el entorno desde las antiguas naves “de la fruta” hasta la nave de armadores del Berbés.

Estas actuaciones han permitido el incremento de turistas de crucero en Vigo y su Área a pesar de la crisis económica. Están teniendo una **repercusión relevante en el tejido empresarial**, siendo un **planteamiento estratégico relevante para paliar los efectos de la crisis** en el comercio, la hostelería y otras cadenas de actividades empresariales relacionadas, así como **efectos intangibles vinculados a la imagen de Vigo que pueden repercutir en la captación de inversiones productivas** y en la **mayor internacionalización de su sistema empresarial**. Al mismo tiempo, el Puerto de Vigo tiene como objetivo seguir diseñando estrategias de mejora para continuar impulsando la potenciación de esta importante actividad.

La **industria del crucero, se remonta al comienzo de los años 60** coincidiendo con la caída de la industria de los barcos transoceánicos y la introducción de los primeros viajes aéreos sin escala entre Estados Unidos y Europa, y cuya versión moderna data de alrededor de los años 70 con el desarrollo de la industria norteamericana. Esta industria **ha experimentado un creciente proceso de popularización**, convirtiéndose en una parte principal del sector turístico, y alcanzando un **nivel de enorme significación como factor económico en todo el mundo**.

La **moderna industria del crucero** es también uno de los **ejemplos más sobresalientes de globalización**, con mayor número creciente de puertos y destinos alrededor del globo, una clientela y personal de a bordo multinacional proveniente de todos los continentes, y un nivel de independencia con respecto a comunidades y

naciones nunca visto hasta ahora en la historia, con importantes implicaciones económicas, legales medioambientales y sociales.

Una **industria resistente a la crisis con una diversificada oferta de opciones** de acceso a través de líneas aéreas y modernizadas estructuras portuarias que abre el crucero como alternativa vacacional accesible a una creciente y más acomodada base de clientes.

Este **dinámico sector está expandiendo continuamente su elenco de productos y servicios**, desarrollando nuevos mercados, con un promedio del **8,5% de crecimiento anual en los últimos 20 años**, y cerca de **90 millones de pasajeros desde 1980, 60% de los cuales han sido generados en la última década**. Se observa una **tendencia que no muestra signos de desaceleración**, con 13 y 13,5 millones de pasajeros en 2.008 y 2.009, comparados con los 12,6 millones en 2.007, y que se espera continúe a lo largo del siglo XXI. (Fuente: La industria del Crucero. Análisis General y Estimación. Windrosenetwork).

5.2 Valores iniciales introducidos en el modelo previo para la estimación del impacto económico

Este **estudio se centra principalmente en la evaluación del impacto económico en el área de influencia del puerto**, es decir, el impacto económico que puede atribuirse directamente al área de influencia del mismo.

Con el fin de calcular el impacto económico del turismo de cruceros en el área de influencia del puerto, **se calcularán los gastos de pasajeros, tripulantes y cruceros**.

Ya que se conoce el número de atraques y las características de los buques por puerto, la base de datos del European Cruise Council, permite un cálculo detallado del impacto económico directo a realizarse.

5.2.1 Características del gasto turístico de un típico crucerista.

El **patrón de gasto de un turista de crucero es diferente de la de un turista ordinario**. Las razones de este fenómeno son dobles. En primer lugar, **un pasajero de crucero realiza múltiples visitas a destinos** (escalas) en el itinerario de un barco de crucero (visitas en tránsito). Como un **barco de crucero proporciona el alojamiento y servicios conexos (alimentos y bebidas) durante el viaje**, los **gastos en un destino de visita son impulsados principalmente por lo que el destino tiene que ofrecer** (sitios, tiendas, etc.), es decir, su atractivo turístico.

En segundo lugar, en un momento determinado **un crucero turístico debe embarcar y desembarcar en un puerto de origen/destino**. En los **destinos de (des)embarque un turista de crucero tiende a pasar más tiempo en el área alrededor del puerto, en comparación con las visitas en tránsito**. De hecho, un porcentaje significativo de estos pasajeros tienden a pasar una noche en un hotel en el área del puerto, y significativamente esto aumenta los gastos de un turista de crucero. Según CLIA (2006) el 40% de los turistas de crucero en los EE.UU. pasan al menos una noche en el puerto/ciudad/área antes o después del crucero.

A los efectos de este estudio, **el recuento de pasajeros y posteriormente los cálculos del impacto económico, se basan en la diferencia entre las visitas que forman parte del itinerario del buque (visitas de pasajeros en tránsito) y visitas para (des)embarque (visitas de pasajeros origen/destino)**.

En los epígrafes siguientes se hace una distinción entre estos dos tipos de visitas a fin de identificar los patrones de gastos detallados por categoría de visita.

5.2.2 Gasto de los pasajeros en tránsito.

Las visitas de pasajeros de tránsito en puerto tienden a durar ocho horas. A fin de hacer esta visita relativamente corta beneficiosa para hacer turismo, muchos turistas de crucero participan en giras por tierra organizadas. Basándose en un estudio de G.P. Wild y BREA, **se supone que el porcentaje de pasajeros que participan en una excursión organizada es del 65%**. Además, se supone que **alrededor del 80% pagará la excursión en el buque, mientras que el 20% pagará la excursión en tierra**. Esto tiene consecuencias para los gastos, ya que las excursiones que se contratan en un barco de crucero tienden a ser más costosas (alrededor del 50%). Habida cuenta de estas distinciones, **es posible calcular un promedio ponderado de los gastos en excursiones para todos los pasajeros en tránsito (que van a tierra)**.

Tabla 8 Gasto estimado INICIAL de los cruceristas en tránsito (euros)

Categoría del gasto	Participan en excursiones organizadas	No participan en excursiones organizadas	Media ponderada
Comida y bebidas	10€	10€	10€
Otros	5€	5€	5€
Tasas portuarias	5€	5€	5€
Compras	15€	15€	15€
Gastos en tours y entradas	30€	10€	23€
Transporte	0€	5€	2€
Total	65€	50€	60€

Fuentes: BREA, Horwath Consulting, MarketQuest, Incentive Partners, Lisbon Port, McKenzie Wilson, TCC International and Roger Tyme& Partners.

El **total de los gastos y los gastos por categoría se basan en varios estudios llevados a cabo por las autoridades de los puertos y a las organizaciones que los representan**. Diversos estudios muestran un gasto promedio de alrededor de 50 a 70 euros, pero también muestran una variación significativa en los niveles de gasto. Este comportamiento probable del gasto debe ser contrastado en el modelo final. Por lo tanto, inicialmente han sido estimados los gastos por categorías dentro de los límites

de 50 a 70 euros. La investigación muestra un gasto promedio de 30 euros para una excursión. Las principales categorías de gastos son visitas, compras y alimentos y bebidas. El importe de las tasas de puerto (impuesto de turista) se basa en el promedio de una muestra de puertos.

Con respecto a las diferencias entre los pasajeros que van en una visita y quienes no lo hacen, deben aclararse los siguientes puntos. **Cuando un turista de crucero participa en una visita organizada, se estima un precio promedio de 30 euros** (esta cifra tiene en cuenta la diferencia entre los precios registrados en el barco y en tierra). **Cuando los pasajeros optan por no ir en una visita organizada, se estima un gasto de 10 euros, que consistirá principalmente de las entradas a las atracciones tales como museos o edificios históricos.** Los **costes de transporte también se diferencian** porque el transporte está incluido en una gira organizada. Considerando que esto no es el caso cuando turistas de crucero están visitando el área por su propia cuenta. Para aquellos que visitan una área/ciudad por cuenta propia, se supone un gasto de 5 euros para transporte público y taxis.

Tomando la media ponderada de estos dos grupos, el resultado es un gasto promedio de 60 euros para los pasajeros que desembarcan.

5.2.3 Gastos de los pasajeros en origen/destino.

Los estudios que se utilizan para determinar los gastos de viajeros **origen/destino** muestran que el **gasto promedio por visita de pasajero origen/destino es de alrededor de 100 euros**, pero aquí también los resultados varían considerablemente. A fin de obtener una visión fiable de los gastos, se utiliza la misma metodología que la empleada para el cálculo de pasajeros en tránsito, lo que significa

que se realiza una evaluación de las categorías de gastos diferentes (basadas en estudios realizados por las autoridades portuarias individuales), teniendo en cuenta que los gastos promedio por pasajero origen/destino son alrededor de 100 euros.

La principal diferencia en los gastos entre los pasajeros origen/destino es la duración de la estancia en el área de puerto/ciudad. Para este estudio, se supone que el 40% de pasajeros origen/destino reserva un hotel y permanecer una noche en la ciudad de puerto/área. Con respecto a los gastos de hotel, supone un precio total de 70 euros por persona. Este precio se basa en el precio promedio de una habitación de hotel de tres estrellas en países de la UE con turismo de crucero. Pasar una noche en un hotel afecta también a las demás categorías de gastos, ya que estos turistas tienen más tiempo para visitar la ciudad. Alimentos y bebidas y compras, en particular, se espera que tengan mayor impacto económico al visitar la zona durante un periodo más largo. Debido a que las diferencias en los costes de transporte son difíciles de evaluar, no se hace distinción para esta categoría. Las tarifas de puerto por el embarque o desembarque se establecen en €5. El promedio ponderado total conduce a una cantidad de 95 euros por pasajeros origen/destino, que es similar a los resultados de los estudios que se examinaron.

Tabla 9 Gastos estimados INICIALES de los cruceristas en origen/destino (euros)

Categoría del gasto	Estancia en hotel	No estancia en hotel	Media ponderada
Gastos de tours y entradas	15€	5€	9€
Comida y bebidas	35€	5€	17€
Compras	20€	5€	11€
Gastos de transporte y parking	20€	20€	20€
Hoteles	70€	0€	28€
Tasas portuarias	5€	5€	5€
Otros	5€	5€	5€
Total	170€	45€	95€

Fuentes: BREA, Horwath Consulting, MarketQuest, Incentive Partners, Lisbon Port, McKenzie Wilson, TCC International and Roger Tyme& Partners.

5.2.4 Los gastos de la tripulación: visitas en tránsito y origen/destino.

En promedio, un barco de crucero tiene un miembro de la tripulación por cada dos o tres pasajeros. Cada vez que un crucero atracca en un puerto, una proporción significativa de la tripulación desembarca el barco para visitar el destino. Miembros de la tripulación que visitan el destino también gastan dinero, lo que hace interesante incluir estos tipos de gastos en este estudio. Los estudios disponibles sobre los gastos de la tripulación muestran diferencias considerables, pero en promedio la cantidad de gastos asciende a **25 euros por desembarco por miembro de la tripulación en una visita en tránsito**. Se supone que, **en promedio, un 50% de la tripulación desembarca durante una visita en tránsito**. La misma cantidad (25 euros) es elegida como el importe de los gastos en visitas origen/destino. No hay ninguna razón intuitiva, por qué tripulación debería gastar más durante las visitas origen/destino que durante las visitas en tránsito, excepto por el hecho de que una visita origen/destino es un par de horas más larga como promedio. Con respecto a la división de los gastos, **los mismos estudios sugieren el siguiente desglose: compras (50%), alimentos y bebidas (40%) y transporte (10%)**.

5.2.5 Gastos del buque – en tránsito y origen/destino.

Cuando llega un barco a un puerto, tiene que pagar honorarios y costes de **manejo**. Estos incluyen practicaaje, amarre, remolque, tasas portuarias, manejo de equipaje, abastecimiento de agua, eliminación de residuos y las facturas de luz (los costos de la terminal se incluyen en los honorarios de puerto en virtud de los gastos de pasajeros). A fin de calcular los costes de un barco cuando entra en puerto, se toman datos de la Autoridad Portuaria de Vigo.

Los **costes en puerto varían según el tamaño del buque** (en términos de arqueado bruto o pasajeros) ya sea en tránsito o una visita origen/destino. Estas variables también se tienen en cuenta para calcular los gastos del buque. Además, debido a que las tarifas de puerto para los pasajeros se incluyen en el cálculo del gasto de pasajeros, estos costes también se excluyen en el cálculo de los gastos del buque.

Para calcular los costes en puerto para cada buque individual, se hace dividiendo los costes de puerto (por categoría de pasajeros) por el número de pasajeros por categoría, para las visitas de tránsito y origen/destino.

A modo de dato de referencia, según los datos consultados (BREA, HorwathConsulting, MarketQuest, Incentive Partners, Lisbon Port, McKenzie Wilson, TCC International and Roger Tyme&Partners) al nivel internacional los resultados por puerto son prácticamente similares.

Para las visitas en tránsito los costes promedio por barco son 6 euros por pasajero, mientras que para las visitas origen/destino los costes son cerca de 24 euros por pasajero. Para los pasajeros origen/destino se incluyen los costes de embarque y desembarque (es decir manejo de equipaje), lo que da la cantidad de **24 euros por pasajero**.

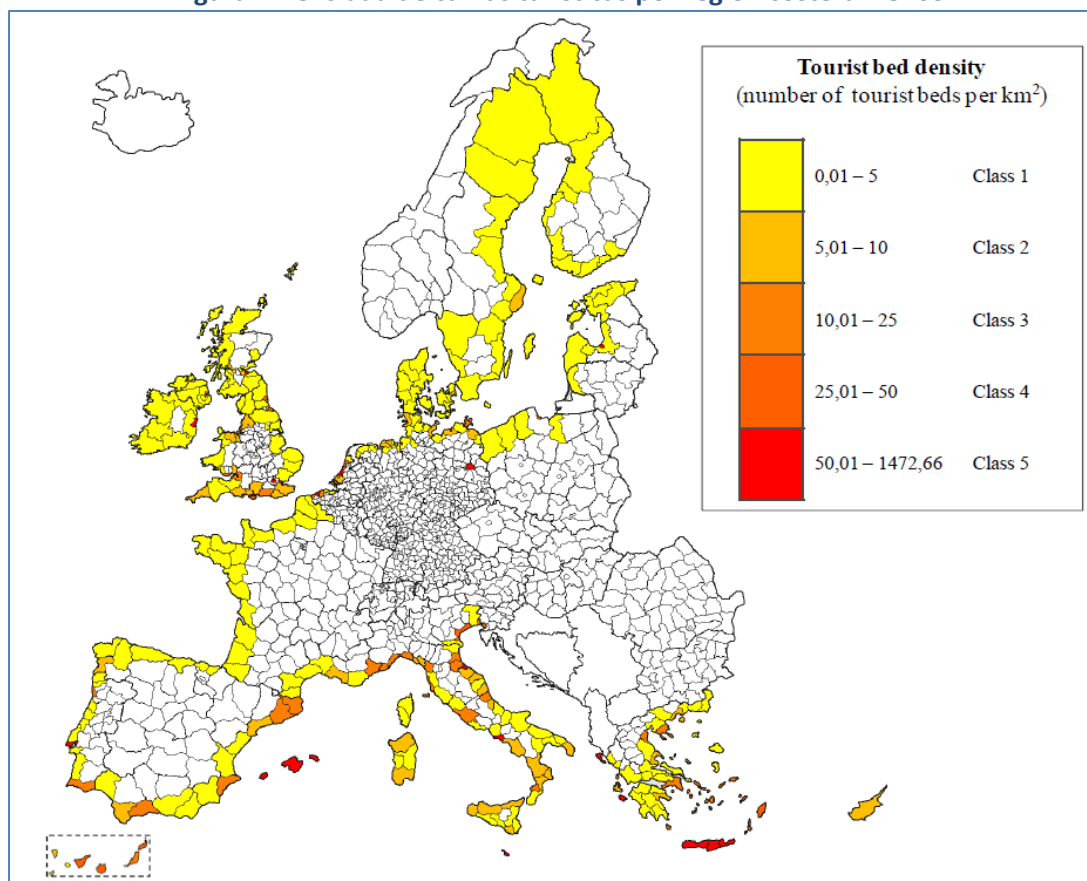
A modo de ejemplo, un barco con 2000 pasajeros tiene unos gastos de 2000 X 24 euros (el desembarco de 2000 de pasajeros y el embarque de 2000 pasajeros).

Todos estos datos serán comprobados en el área de influencia del puerto mediante entrevistas a los responsables de distintos agentes económicos interesados, como pueden ser la hostelería, comercio, agencias de viajes, entre otros. La relación de entrevistas realizadas se puede encontrar en los anexos.

5.2.6 Valores iniciales a contrastar para el ajuste final del modelo

Con todos los datos anteriores estimados, se introducen a continuación los factores de ajuste que dieron como resultado una primera evaluación del impacto económico. Posteriormente, fue **necesario contrastar con expertos** dichos datos para obtener los valores finales de impacto económico, en sus efectos directos, indirectos e inducidos que se detallarán en un epígrafe posterior.

Figura 7 Densidad de camas turísticas por región costera NUTS3



Fuente: Oficina Europea de Estadística

Según la Oficina Europea de Estadística (EUROSTAT) el valor sugerido para el área de estadística en que se encuentra el Puerto de Vigo (NUTS3 ES114) corresponde a la clase 2, lo que implica un factor de corrección de 0,94 para el atractivo turístico medio de la UE, según se muestra en la Tabla 10.

Tabla 10 Índice de precios hoteleros para cada una de las cinco clases de atractivo turístico de EUROSTAT

Categoría NUTS3	Índice de precios hoteleros (HPI) €70= 100
Clase 1	73
Clase 2	94
Clase 3	109
Clase 4	111
Clase 5	121

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de Eurostat

En consecuencia los valores de las variables sobre las que no existe observación directa son corregidos según el factor correspondiente.

Las variables introducidas en el modelo previo para el 2010 son las siguientes. Debe señalarse que en el momento de realización de esta primera estimación, **no había datos detallados sobre la desagregación “en tránsito” y “origen/destino”**, por lo que ha sido necesario realizar una estimación inicial según se muestra en las tablas. Con respecto al factor de corrección del nivel de precios, se ha tomado 0,93 según la estadística europea, puesto que los valores sobre cifras de gasto están extraídos a partir de estimaciones europeas, de ahí que sea necesario dicho ajuste. Dicha información es objeto de contraste posterior con expertos para su ajuste final.

Tabla 11 Salidas y llegadas del modelo inicial

	Número de visitas	Turistas	Tripulación
En tránsito	106	210.631	90.616
Origen/destino	6	11.509	0 (*)

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de la A.P. de Vigo
(*) inicialmente se tomará como valor “0” al no existir datos desagregados

Tabla 12 Estimación del porcentaje de visitas a tierra del modelo inicial

	Turistas	Tripulación
En tránsito	90% (65%)	50%
Origen/destino	100%	50%

Fuente: Elaboración Propia a partir del modelo inicial

Tabla 13 Estimación de Gastos en el modelo inicial

	Turistas	Tripulación	Buque
En tránsito	€60	€25	€6
Origen/destino	€95	€25	€24

Fuente: Elaboración Propia a partir del modelo inicial

Tabla 14 Factores de corrección del modelo inicial

Corrección del nivel de precios	0,93
Atractivo turístico	0,94
Asignación de impacto	1

Fuente: Elaboración Propia a partir del modelo inicial

5.3 Estimación final del impacto económico del turismo de cruceros en el área de influencia del Puerto de Vigo

Con el objetivo de corroborar la aplicación inicial del modelo al puerto de referencia (Vigo), **se realizó un primer contraste con los datos proporcionados** por el European Cruise Council, provenientes de diversas encuestas en distintos puertos europeos, entre los que se encuentra el propio Puerto de Vigo. **Adicionalmente, se realizaron un conjunto de entrevistas personales a los agentes empresariales más relacionados con la actividad de cruceros del Puerto.** La relación entrevistas realizadas fue elaborada teniendo en cuenta la diversidad de actividades empresariales sobre las que tiene impacto la actividad crucerista, tales como hostelería, restauración, transporte, comercio o agencias de viaje (ver listado en anexo).

Tabla 15. Resultados derivados de la consulta a expertos para el contraste del modelo inicial

	% Desemb turistas	% Desemb tripulac.	Gastos en transito	Gastos origen/ destino	Gastos tripulac	Gtos buque transit (€/pasaj.)	Gtos buque origen/ destino (€/pasaj.)
Media	74%	48%	63€	102€	36€	6€	28€
Máxima	85%	75%	104€	212€	350€	10€	55€
Mínima	60%	30%	40€	72€	20€	6€	27€
Percentil 50	80%	50%	62€	95€	40€	6€	27€
Datos europeos (*)	65%	50%	60€	95€	25€	6€	24€

Fuente: elaboración propia a partir de (*) European Cruise Council y consulta a expertos

Debido a que son datos de opinión sobre cifras proporcionadas **se debe utilizar el percentil 50** como medida de tendencia central al representar el dato que dividiría la muestra en dos partes iguales.

Como se puede observar en la Tabla 15, en general los entrevistados muestran su acuerdo con las cifras europeas, siendo la **coincidencia absoluta en cuanto al porcentaje de desembarco de la tripulación (50%), los gastos de los turistas origen/destino (95€) y los gastos de un buque en tránsito por turista (6€)**. Los gastos de los turistas en tránsito son muy semejantes; 60 € para los datos europeos y 62€ según los entrevistados.

En donde se aprecia mayor discrepancia es en el porcentaje de turistas que desembarcan, que según los datos europeos es el 65% y según los entrevistados el 80%. Dato justificado por las especiales características del Puerto de Vigo, que hacen de él uno de los pocos puertos en los cuales un crucerista puede desembarcar en el centro de la ciudad.

El otro dato de discrepancia es el gasto medio que realiza la tripulación cuando baja a puerto. Según los datos europeos es 25 €, mientras que los expertos entrevistados sugieren una cantidad de 40 €.

Un elemento importante a señalar es que, la corrección del nivel de precios sobre datos de las encuestas europeas se ajusta a 1 debido a que en este ajuste final se utilizan estos datos directamente de la información contrastada con los expertos consultados, por lo que no debe corregirse con respecto a una media europea.

Por consiguiente, las variables finalmente introducidas en el modelo ajustado para el 2010 son las siguientes:

Tabla 16 Salidas y llegadas AJUSTADAS

	Número de visitas	Turistas	Tripulación
En tránsito	89	208.495	82.841
Origen/destino	23	14.545	7.786

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de la A.P. de Vigo

Tabla 17 Porcentaje de visitas a tierra AJUSTADAS

	Turistas	Tripulación
En tránsito	80%	50%
Origen/destino	100%	50%

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de la A.P. de Vigo

Tabla 18 Gastos AJUSTADOS

	Turistas	Tripulación	Buque
En tránsito	€62	€40	€6
Origen/destino	€95	€40	€27

Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de la A.P. de Vigo

Tabla 19 Factores de corrección AJUSTADOS

Corrección del nivel de precios	1
Atractivo turístico	0,94
Asignación de impacto	1

Fuente: Elaboración Propia

Para valorar el impacto económico total creador de valor del gasto de los turistas de cruceros se utiliza el **Valor Añadido Bruto (VAB)**, que **proporciona la magnitud de la riqueza generada**; mientras que el gasto aporta el tamaño de la demanda. **Los gastos directos terminan en distintas industrias de la zona del puerto destino, como la hotelera, la restauración, o la comercial**, generando una demanda determinada. **Cada una de estas industrias necesita comprar productos o servicios a sus proveedores** para producir los productos o servicios demandados.

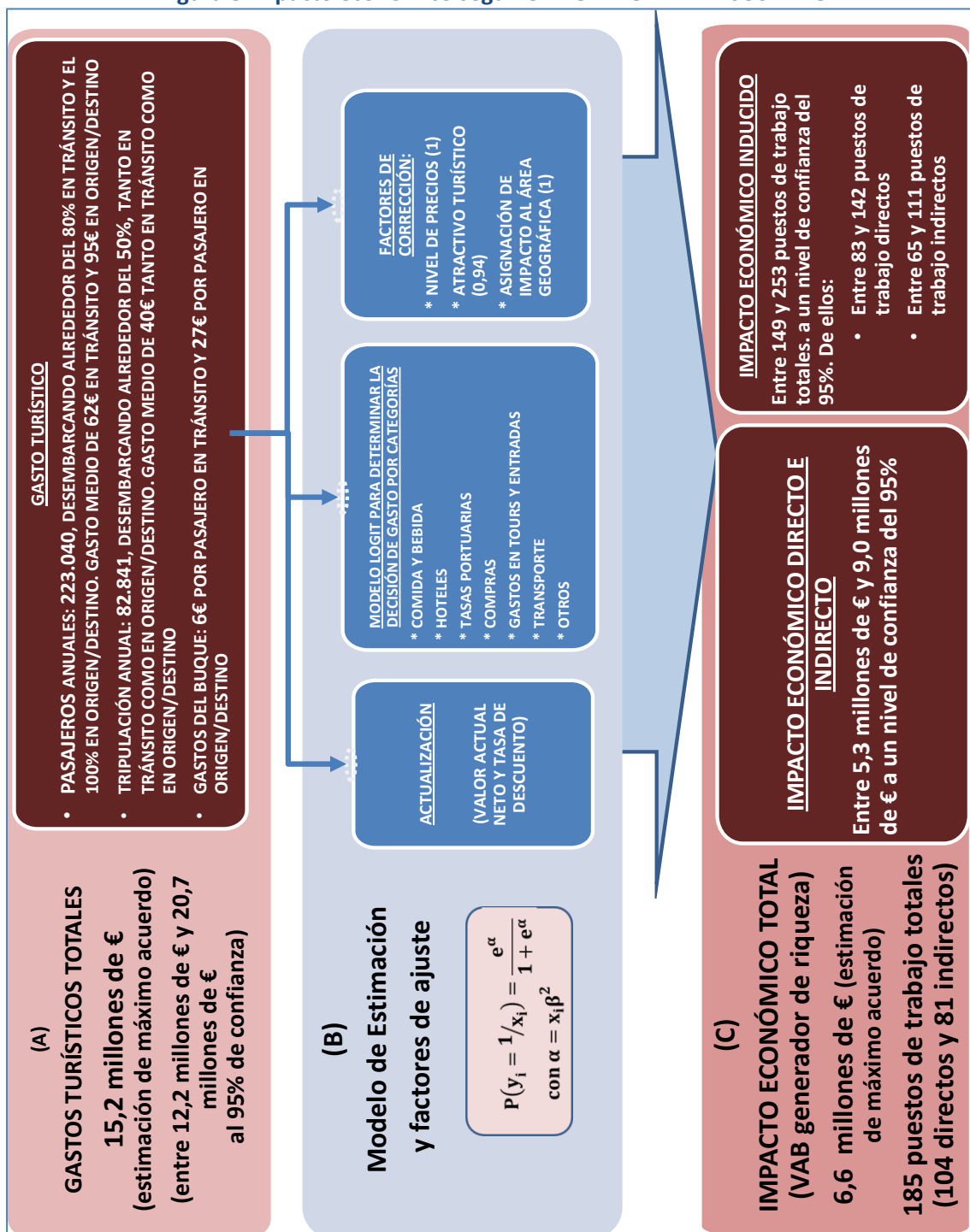
Se debe tener en cuenta lo ya señalado de que, en términos generales, el valor añadido bruto es el valor de mercado del producto o servicio en cada etapa de su producción, menos el valor de mercado de los insumos utilizados para obtener dicho producto, proporcionando así la cantidad de riqueza generada en la zona.

Según los valores de las variables introducidas en el modelo, y mostradas en las tablas anteriores, **la Figura 8 ofrece la estimación del modelo final**. En dichos datos, se incorporan los **valores medios estimados de máximo acuerdo**, así como el rango de valor mínimo y máximo en el cual se estima que el valor medio real puede oscilar. Ello es así a causa de que se trata de **valores estimados** no observables directamente y, por lo tanto, la propia aproximación y metodología estadística **aconsejan ofrecer un intervalo en el cual es probable que se encuentre la media al 95% de confianza**.

Con todo ello, se estima que el **valor medio de máximo acuerdo** es que en el año 2010 los cruceristas realizaron un **gasto total derivado de la actividad crucerista de 15.179.352€**. El **impacto económico medio total de máximo acuerdo estimado** en el área de influencia del Puerto de Vigo, **tomado en términos de VAB o riqueza generada**, es de **6.625.132€**. Dentro de impacto económico total, cabe mencionar el **impacto económico inducido** (los efectos sobre el empleo): personas empleadas en el área de influencia del puerto para atender a las necesidades de los cruceros, que a su

vez realizan gastos en bienes y servicios domésticos. En el caso concreto del área de influencia del Puerto de Vigo, se estima que el impacto inducido son **185 puestos de trabajo** (valor medio de máximo acuerdo), **de los cuales 104 son puestos de trabajo directos**.

Figura 8 Impacto económico según el MODELO FINAL AJUSTADO



Fuente: Elaboración Propia a partir de datos de la AP de Vigo y entrevistas a expertos

En consecuencia, según los datos introducidos en el modelo de estimación, podemos decir que, con un nivel de confianza del 95%, los turistas de cruceros y la tripulación realizan un gasto, según los datos obtenidos, de **entre 12,2 millones de € y 20,7 millones de €**, siendo el **valor de estimación medio de máximo acuerdo** de **15,2 millones de €**.

En el mismo sentido, el impacto económico del turismo de cruceros en el Puerto de Vigo se encuentra **entre una cifra mínima de 5,3 millones de €, y una máxima de 9,0 millones de €**, siendo el **valor de estimación medio de máximo acuerdo** de **6,6 millones de €**.

Esta estimación de impacto económico **genera entre 149 y 253 puestos de trabajo**, siendo el **valor de estimación medio de máximo acuerdo** de **185 puestos de trabajo**.

6 CONSIDERACIONES FINALES SOBRE LA APLICACIÓN DEL MODELO DE ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO AL ÁREA DE INFLUENCIA DEL PUERTO DE VIGO

Una de las principales consideraciones derivadas de la aplicación de este modelo es la **importancia de incidir en aquellas variables fundamentales para la determinación del impacto económico** (directo, indirecto e inducido) de la actividad crucerista en el área de influencia de un puerto dado. Esto es, el **desembarque** de cruceristas y tripulación, la **oferta disponible** de actividades relacionadas con los principales conceptos de gasto (hostelería, restauración, comercio, transporte, visitas organizadas...), el **grado de atractivo turístico** y el hecho de que sea considerado un **puerto de origen/destino** o un **puerto en tránsito**. En definitiva, el gasto turístico realizado está en función de las interrelaciones en las principales variables del modelo comentadas. El hecho de que un crucerista y la tripulación puedan acceder al centro de la ciudad nada más desembarcar también es un factor determinante.

A **corto plazo**, y a pesar del crecimiento potencial de la industria del crucero y su capacidad para trasladar barcos y modificar itinerarios para adaptarse a la demanda en evolución, **la subida en los precios del combustible, la actual crisis económica y diversos conflictos armados e inestabilidad política que afectan a diversas partes del mundo están teniendo su efecto en este sector.**

Durante las últimas décadas, **las compañías de cruceros han encargado nuevos e innovadores barcos año tras año. Los nuevos buques de crucero en proceso de entrega en los próximos años** están valorados en más de 20 mil millones de dólares para aportar 85.480 plazas adicionales a un mercado con una estimación anual total de 4,2 millones de pasajeros para 2012. **En consecuencia, algunas compañías están actualmente reduciendo sus flotas y revisando a la baja sus planes de pedido** tras esa

fecha, lo que podría llevar a estimar un mantenimiento o menor crecimiento para años posteriores a los registrados en la década anterior.

No obstante, **otras empresas de cruceros**, tales como la Royal Caribbean International, **han realizado pedidos para barcos más grandes, lujosos e innovadores** jamás construidos, incluidos en los buques de la clase Génesis, **con un coste de 1.650 millones de dólares, 220.000 toneladas de registro bruto y una capacidad de 5.400 pasajeros y alrededor de 2.100 tripulantes**, incluyendo una serie de innovadores servicios e instalaciones a bordo en los próximos años.

En general, **la actual situación económica ha obligado a las empresas del sector a reconsiderar sus planes de negocio**, controlando gastos y reduciendo parte de su personal.

No obstante, **estos ajustes y cambios económicos no tendrán efectos significativos en los consumidores y su acceso a servicios de crucero de alta calidad**. Así, **la posible falta de nuevos barcos de crucero a partir de 2.012 ha sido ya compensada** por muchas empresas en el marco de ambiciosos programas de reforma para mantener sus flotas equipadas con ofertas innovadoras a bordo para proporcionar una experiencia memorable a sus pasajeros; junto con el diseño y construcción de buques de tamaño reducido con unos pocos cientos de plazas, equipados con un completo conjunto de servicios de lujo, **compitiendo por ofrecer un entorno más íntimo**.

Más aún, muchos ejecutivos de estas empresas están convencidos de que **la actual situación comporta un cierto efecto positivo sobre la industria, basado en la actual diferencia de costes con otras alternativas vacacionales**. Así, las vacaciones de crucero son más accesibles que otras alternativas en tierra, incluyendo transporte, alojamiento, comidas y entretenimiento en el precio final; así hay cada vez más turistas interesados en contratar unas vacaciones de crucero año tras año.

Siguiendo esta tendencia, **la industria del crucero busca nuevas iniciativas para incrementar su clientela a la vez que mantiene su actual cuota de mercado**, y cada

compañía muestra su propia estrategia para hacer frente a estos desafíos, ofreciendo, por ejemplo, viajes familiares multigeneracionales, más innovación en sus ofertas de entretenimiento, y agresivos modelos de precios y descuentos para atraer a potenciales viajeros.

En este mismo sentido, **se espera una progresiva concentración en el sector**, amenazando la supervivencia de compañías regionales no especializadas en un concreto nicho de mercado, **incluyendo también la previsible aparición y desarrollo de nuevas organizaciones de gran envergadura en competencia por los emergentes mercados asiáticos**. Mientras **mercados menores y novedosos** en Europa y Oriente Medio, Amazonía y Brasil, Groenlandia y regiones antárticas **ofrecen también perspectivas de crecimiento a largo plazo**.

Por otro lado, **muchas economías y puertos en todo el mundo ven a la industria del crucero como una potencial fuente de desarrollo y crecimiento económico**. Consecuentemente, **muchas compañías han anunciado ya planes para añadir nuevos puertos de destinos a los existentes y nuevos itinerarios, incluyendo cruceros costeros y fluviales**. Además ofrecen opciones adicionales desde los más de treinta puertos locales sólo en los Estados Unidos y Canadá, proporcionando un mejor acceso por carretera a los puertos de destino, y el consiguiente ahorro en gastos de desplazamiento aéreo.

Aunque no inmunes contra la actual situación económica, **la mayoría de las empresas de cruceros y agentes de viajes expresan su optimismo por las perspectivas económicas en el sector con la vista puesta en los años venideros**. En todo caso, **la industria tiene que afrontar diversos problemas y desafíos que afectan de forma adversa a la demanda de vacaciones en crucero** y, consecuentemente, a sus márgenes de operación y rentabilidad. Así, **cuestiones medioambientales y preocupaciones referentes a las condiciones de vida y trabajo a bordo de barcos cruceros, seguridad y sanidad a bordo, y muchos otros temas pendientes reclaman una aproximación ética y responsable** si la industria del crucero quiere mantener su calidad en el servicio en un marco de sostenibilidad y competitividad en las próximas décadas.

Con respecto a las economías de entornos próximos a puertos, existen **conceptos e impactos difícilmente medibles y cuantificables a nivel económico**, por ser de carácter intangible y por tener un carácter fundamentalmente cualitativo. No obstante, si se reconoce que la actividad crucerista tiene un impacto muy positivo sobre dichos aspectos.

Por ejemplo, **sobre el valor de la marca “Vigo”**, en el sentido de que más personas la conocerán gracias a la actividad crucerista, **generando de esta manera más turismo**. Dicha imagen **también impacta de forma positiva en la captación de inversiones empresariales**, así como también puede generar un efecto de apalancamiento positivo sobre las relaciones comerciales con el exterior a nivel de exportación/ importación. Todo ello, favorece **también el emprendimiento derivado de un mayor conocimiento de la marca “Vigo” en otras zonas geográficas**, ayudando a incrementar la actividad empresarial en el área.

Otro de los impactos intangibles se deriva del **mayor conocimiento** por parte de las empresas del entorno del puerto (sobre todo hostelería, alojamiento, restauración, comercio, industria cultural y de ocio...) **de la forma de ser de otras culturas**, que estimula un **proceso de aprendizaje colectivo** y ayuda a generar sinergias entre todas las actividades empresariales relacionadas.

Por eso, es importante desarrollar iniciativas estratégicas de potenciación del turismo de cruceros con el horizonte temporal del medio y largo plazo. En concreto, el **Puerto de Vigo está realizando inversiones para facilitar y optimizar el incremento de atraque de grandes cruceros**, tanto en dimensión como en frecuencia y simultaneidad de los buques, (reacondicionamiento de la Estación Marítima, Duque de alba y pasarelas, ampliación de calados y plataformas). Paralelamente, se está desarrollando el reacondicionamiento del entorno portuario para mejorar la imagen y el aprovechamiento socio-económico (adecuación de naves para servicios y restauración, reacondicionamiento de instalaciones para el transporte de la Ría, realización y acondicionamiento de viales, paseos, parques y jardines, adecuación de puertos deportivos y, en general, la apertura de espacios para mayor integración

ciudad-mar). **Todo ello con el impulso de un constante esfuerzo de marketing estratégico** para la captación de importantes Compañías de Cruceros para su escala en Vigo, logro de puerto-base para determinadas líneas, reordenación portuaria para optimizar la fachada central al mar, facilitación del desembarco de turistas de crucero y su visita y consumo en el Área de Vigo.

7 FUENTES DE REFERENCIA Y BIBLIOGRAFÍA

- Ben-Akiva, M. y Lerman, S.** (1993) *"Discrete choice analysis: theory and application to travel demand"* The MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- BREA** (2006) *"Economic Contribution of Cruise Tourism to the Caribbean Economy"*
- BREA** (2007, 2009) *"The Contribution of the North American Cruise Industry to the U.S. Economy"*
- BREA** (2007, 2009) *"The Economic Contribution of the International Cruise Industry in Canada"*
- Brida, J.G. y Zapata Aguirre, S.** (2010) "Cruise tourism: economic, socio-cultural and environmental impacts". *International Journal of Leisure and Tourism Marketing* 1(3): 205-226.
- Butler, M.** (2008) "Turismo de cruceros. Situación actual y tendencias". Organización Mundial del Turismo. Madrid.
- Carricajo, J.; Díaz, D. y Sánchez C.E.** (2000) *Diccionario de economía*. GPS. Madrid.
- Chase, G. y Alon, I.** (2002) "Evaluating the economic impact of cruise tourism: a case study of Barbados". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 13(1): 5-18
- CLIA** (2006) *Asociación Internacional de Líneas de Cruceros*
- Cuellar-Río, M. y Kido-Cruz, M.T.** (2008) "Perfil y análisis del gasto crucerista: el caso de Bahías de Huatulco (México)". *Cuadernos de turismo* 22: 47-78.
- Douglas, N. y Douglas, N.** (2004) "Cruise ship passenger spending patterns in Pacific island ports". *International Journal of Tourism Research* 6(4): 251-261
- Figueroa Dorrego, P.; Pita Castelo, J. y González Gurriarán, J.** (2002) "Empresas turísticas y calidad: el efecto atracción del alojamiento de calidad en las ciudades", en Pardellas de Blas, X. (dir.), *Estrategias turísticas urbanas*.
- G.P. Wild and BREA**, (2009) *"Contribution of Cruise Tourism to the Economies of Europe"* European Cruise Council and Euroyards.
- Gibson, P. y Bentley, M.** (2006) "A study of impacts-cruise tourism and de South West of England". *Journal of Travel & Tourism Marketing* 20(3/4): 63-77

- González Gurriarán, J.; Figueroa Dorrego, P.; González-Loureiro, M. y otros (2002)** *Visión Estratégica Del Sistema Empresarial De Vigo 2001. Volumen I: Análisis Estratégico, Diagnóstico y Algunas Propuestas*. Ed. Caixanova, Vigo.
- González Gurriarán, J.; Figueroa Dorrego, P.; González-Loureiro, M. y otros (2002)** *Visión Estratégica Del Sistema Empresarial De Vigo 2001. Volumen II: Aspectos Complementarios Del Análisis Estratégico. Cadenas Empresariales*
- González Gurriarán, J.; Figueroa Dorrego, P.; González-Loureiro, M. y otros (2004)** "Cadena De Actividades De Turismo y Ocio", *Foro Caixanova De Estrategias Empresariales. Reflexiones Sobre: Diagnóstico Estratégico, Factores Clave, Estrategias y Actuaciones*, Vol. 2, junio 2004, págs. 1-35.
- González Gurriarán, J.; Figueroa Dorrego, P.; González-Loureiro, M. y otros (2006)** *Visión Estratégica Del Sistema Empresarial Del Área Metropolitana De Vigo: Evolución 2000-2005 y Expectativas*. Ed. Fundación Caixanova, Vigo.
- González Gurriarán, J.; Figueroa Dorrego, P.; González-Loureiro, M. y otros (2007)** "Agrupación Empresarial Turismo, Ocio, Cultura y Relacionados", *Foro Caixanova De Estrategias Empresariales. Facilitadores, Barreras, Actuaciones Estratégicas*, Vol. 3, diciembre 2007, págs. 1-55.
- Gooroochurn, N. y Blake, A. (2005)** "Tourism immiserization: fact or fiction?" FEEM Working Paper 143.05. Fondazione Eni Enrico Matei.
- Henthorne, T.L. (2000)** "An analysis of expenditures by cruise ship passengers in Jamaica" *Journal of Travel Research* 38(3):246-250.
- Hickman, L. (2006)** "Is it OK to go on a cruise? The Guardian, martes, marzo 7"
- Horwath Consulting (2006, 2007)** *"The Impact of Cruise Tourism to Oslo"*
- Incentive Partners (2008)** *"Cruise Baltic Market Review 2008"*
- Kester, J.C.G. (2002)** "Cruise tourism". *Tourism Economics* 9(3): 337-350
- Kim, S. et al. (2010)** "A comparison of results of three statistical methods to understand the determinant of festival participants' expenditures". *International Journal of Hospitality Management* 29(2): 297-307.
- Klein, R. (2005)** "Playing off the ports: BC and the cruise tourism industry". Canadian Center for Policy Alternatives – Nova Scotia <http://www.policyalternatives.ca>.
- Lisbon Port (2007)** *"Questionnaire to International Cruise Passengers"*
- MarketQuest (2003)** *"Economic Impact of the Cruise Industry in Atlantic Canada"*
- McBoyle, G. y McBoyle, E. (2008)** "Distillery marketing and de visitor experience: a case study of Scottish malt whisky distilleries" *International Journal of Tourism Research*, 10: 71-80.

- McKenzie Wilson** (2004) *"Economic Impact North East England"*
- Mochón, F.** (2001) Principios de Economía, McGraw-Hill, 2ª Ed. Madrid.
- Mochón, F.** (2005) Economía: teoría y política, McGraw-Hill, 5ª Ed. Madrid.
- Nowak, J.J. y Sahli, M.** (2007) "Coastal tourism and Dutch diseases in a small island economy"
Tourism Economics 13(1): 49-65
- Nowak, J.J., Sahali, M. y Sgro, P.** (2003) "Tourism, trade and domestic welfare". Pacific
Economic Review, 8(3): 245-258
- O.M.T.** (1994) Recomendaciones sobre estadísticas de turismo,
- Seidl, A. Guillano, F. y Pratt, L.** (2006) "Cruise tourism and community economic development
in Central America and the Caribbean: The case of Costa Rica". Pasos 4(2): 231-224.
- Tamames, R.** (1998) Diccionario de economía y finanzas, Alianza, 2ª Ed. Madrid.
- TCC International and Roger Tyme& Partners** (2005) *"Southampton Cruise Tourism"*
- W.T.O.** (1995) Collection of Tourism Expenditure Statistics,
- Ward, D.** (2009) *"Complete Guide to Cruising and cruise ships"*. BerlitzPublishing, London.

8 ANEXOS

8.1 Datos de visitas de buques de crucero aportados por la Autoridad Portuaria de Vigo.

Tabla 20 Datos cruceros Puerto de Vigo (2010)

Mes	Fecha	Buque	Pasajeros	Tripulantes	Pasajeros		Tripulantes		Visitas	Nº Buses
					Emb	Des	Emb	Des		
1	06-ene-10	ORIANA	1.841	813			1	1		13
1	08-ene-10	ARCADIA	1.934	865			4			9
2	15-feb-10	ORIANA	1.743	820		2				7
4	01-abr-10	MARCO POLO	764	362	2			5		5
4	08-abr-10	VENTURA	3.209	1.231						14
4	14-abr-10	BLACK WATCH	836	333						0
4	15-abr-10	MARCO POLO	769	343						5
4	19-abr-10	SAGA RUBY	446	420	38		5			6
4	20-abr-10	VISION OF THE SEAS	750	760	24	1	1	13		11
4	23-abr-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.541	1.369	1	39			37	18
4	23-abr-10	SAGA RUBY	511	411	2	3	1	4		5
4	24-abr-10	QUEEN VICTORIA	1.795	963	96	5	36	11	52	12
4	24-abr-10	GRAND VOYAGER	1	326	639		36	11	200	
4	24-abr-10	ARTEMIS	1.165	553					2	7
4	28-abr-10	GRAND VOYAGER	634	345	627	634	7	9	40	
4	29-abr-10	AURORA	1.810	812						9
5	03-may-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.936	1.369	1		3	1		9
5	03-may-10	STAR PRINCESS	2.527	1.064	4	1		1	57	22
5	04-may-10	MSC ORCHESTRA	2.060	951	3	21	5	3	17	22
5	05-may-10	QUEEN VICTORIA	1.927	972						11
5	05-may-10	GRAND VOYAGER	615	344	706	615	1	4	13	
5	06-may-10	NORWEGIAN SUN	1.818	925			4		73	15
5	08-may-10	AZURA	3.002	1.207			1	2		17
5	09-may-10	COSTA LUMINOSA	2.286	898				2		26
5	11-may-10	DELPHIN VOYAGER	317	277	1		4			5
5	11-may-10	COLUMBUS	250	173	6		3	1	9	6

Mes	Fecha	Buque	Pasajeros	Tripulantes	Pasajeros		Tripulantes		Visitas	Nº Buses
					Emb	Des	Emb	Des		
5	12-may-10	GRAND VOYAGER	698	345	657	698	7	11	21	
5	13-may-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.978	1.360	1				26	10
5	15-may-10	ORIANA	1.795	818		1				8
5	17-may-10	VENTURA	3.268	1.215	4		1			15
5	18-may-10	MSC OPERA	1.669	686			1			9
5	19-may-10	GRAND VOYAGER	656	345	658	657	29	12	4	
5	19-may-10	KRISTINA REGINA	179	51						3
5	26-may-10	GRAND VOYAGER	659	356	644	659	5	3	2	
5	27-may-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.841	1.357			3	2		13
5	30-may-10	ECLIPSE	2.897	1.236				2	27	12
5	30-may-10	GRAND VOYAGER	613	355	613		2	9	1	
5	31-may-10	GRAND PRINCESS	2.952	1.067		2				10
5	31-may-10	ORIANA	1.762	829	1	2				7
6	01-jun-10	COSTA DELIZIOSA	2.398	895				1	72	28
6	01-jun-10	GRAND VOYAGER	150	346	369		3	15		1
6	08-jun-10	GRAND VOYAGER	536	336	244	364	6	5	5	2
6	10-jun-10	ECLIPSE	2.923	1.213		15			30	12
6	11-jun-10	NOORDAM	0	644			66			2
6	15-jun-10	GRAND VOYAGER	555	333	346	386	4	7	59	
6	16-jun-10	PRINCESS DANAE	520	217		1				13
6	17-jun-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	4.147	1.378		2			30	9
6	17-jun-10	BOUDICCA	830	352						2
6	22-jun-10	GRAND VOYAGER	566	325	289	352			68	2
6	29-jun-10	GRAND VOYAGER	492	321	298	179	1	3	13	2
7	01-jul-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	4.163	1.366			1	1	3	12
7	06-jul-10	GRAND VOYAGER	688	319	417	290	15	7	48	3
7	13-jul-10	GRAND VOYAGER	815	339	436	416	4	7	12	4
7	14-jul-10	ARCADIA	1.996	859						13
7	15-jul-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	4.240	1.350		3	2	1	131	12

Mes	Fecha	Buque	Pasajeros	Tripulantes	Pasajeros		Tripulantes		Visitas	Nº Buses
					Emb	Des	Emb	Des		
7	20-jul-10	GRAND VOYAGER	890	333	471	432	13	15	7	2
7	26-jul-10	VENTURA	3.387	1.244		1				13
7	26-jul-10	ECLIPSE	3.082	1.243	4		4	1	26	21
7	27-jul-10	GRAND VOYAGER	822	340	395	464	1	10	70	3
7	29-jul-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	4.247	1.372		2			1	13
8	02-ago-10	DISNEY MAGIC	2.525	995	5				25	22
8	03-ago-10	GRAND VOYAGER	778	332	474	373	4	6	4	3
8	05-ago-10	BLACK WATCH	864	327						3
8	09-ago-10	ECLIPSE	3.114	1.235	10	2				15
8	09-ago-10	BRAEMAR	973	373						4
8	10-ago-10	GRAND VOYAGER	863	339	461	473	11	9	2	3
8	12-ago-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	4.269	1.383		4	8		1	12
8	17-ago-10	GRAND VOYAGER	858	342	481	465			11	3
8	18-ago-10	AZURA	3.367	1.223	1	2			9	14
8	23-ago-10	ECLIPSE	3.094	1.218	2	2	2	2		13
8	24-ago-10	GRAND VOYAGER	865	340	481	500	2	3	4	2
8	25-ago-10	ORIANA	1.915	833						10
8	26-ago-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	4.262	1.373		4	4		3	13
8	31-ago-10	GRAND VOYAGER	764	343	316	483	3	10	42	2
9	05-sep-10	COSTA LUMINOSA	2.591	904	3			1	122	23
9	06-sep-10	VENTURA	3.210	1.209			1	1		14
9	06-sep-10	ECLIPSE	2.846	1.227			3		29	18
9	07-sep-10	GRAND VOYAGER	635	340	395	334	5	7		3
9	07-sep-10	COSTA MAGICA	2.891	960	1	4	1	7		26
9	07-sep-10	CONSTELLATION	2.021	958			1		27	22
9	08-sep-10	KRISTINA CATARINA	327	108						5
9	09-sep-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	4.012	1.371	3	1	2	4	2	13
9	10-sep-10	MSC POESIA	2.503	957	13	4	4		63	22
9	14-sep-10	GRAND VOYAGER	392	342	820	392	4	5	37	
9	17-sep-10	COSTA DELIZIOSA	2.310	900	1		2		51	23
9	20-sep-10	GRAND PRINCESS	2.803	1.056	4					9

Mes	Fecha	Buque	Pasajeros	Tripulantes	Pasajeros		Tripulantes		Visitas	Nº Buses
					Emb	Des	Emb	Des		
9	23-sep-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.856	1.359		2		1	27	10
9	26-sep-10	SAGA RUBY	572	373			1	1		6
9	30-sep-10	SAGA RUBY	534	380		2				4
10	06-oct-10	VENTURA	3.133	1.213						12
10	07-oct-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.839	1.374		2	4	1		15
10	14-oct-10	QUEEN ELISABETH	1.959	1.028	1	3			65	22
10	17-oct-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	4.138	1.364	1		4	3	46	10
10	18-oct-10	OCEANA	2.112	885			3		3	11
10	19-oct-10	MARCO POLO	772	338						5
10	21-oct-10	OCEAN COUNTESS	741	325			2	1		5
10	24-oct-10	THOMSON DREAM	1.405	626					4	4
10	27-oct-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	4.290	1.338	5	9	5	2		8
10	27-oct-10	AZURA	3.268	1.221						14
10	29-oct-10	ECLIPSE	2.911	1.238	10	3	1	1	40	15
11	04-nov-10	ECLIPSE	2.769	1.234	13	11	4	5	30	22
11	06-nov-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.984	1.346	4	2	6		38	9
11	16-nov-10	ARTEMIS	1.154	562	2			1		10
11	16-nov-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.836	1.362	5	2	1	3		10
11	17-nov-10	BOUDICCA	755	397						2
11	20-nov-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.884	1.358	2	3	3	2	39	7
11	25-nov-10	AURORA	1.879	847					2	9
12	01-dic-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.739	1.343			1			9
12	03-dic-10	QUEEN ELISABETH	1.915	1.013	7		2	1	33	20
12	06-dic-10	ARCADIA	1.954	875						4
12	12-dic-10	INDEPENDENCE OF THE SEAS	3.739	1.332	7	1	2	1		5
12	17-dic-10	ARCADIA	1.949	857		5	1	5		10
Totales: 112 buques			223.040	90.627	11.525	9.335	377	263	1.915	1.065

8.2 Entrevistas realizadas

Tabla 17 Entrevistas realizadas (por orden alfabético)

Nombre	Actividad	Contacto	Cargo
A. PÉREZ Y CIA S.L	CONSIGNATARIO	D. RAMIRO COBO GARCÍA-COBO	DIRECTOR
ASHOVI (Asociación de Hostelería de Vigo)	HOSTELERIA	D. SANTIAGO VILLANUEVA	PRESIDENTE
Asociación Comerciantes de Vigo	COMERCIO	D. ANTONIO REGUERA REPISO	PRESIDENTE
Asociación de Comerciantes del Mercado de la Piedra	COMERCIO	D. ANXO MÉNDEZ	PRESIDENTE
AVIPO (Asociación Provincial de Agencias de Viaje de Pontevedra)	AGENCIAS VIAJE	D. JOSÉ ÁNGEL ESPADA	PRESIDENTE
CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE VIGO	ORGANISMO	D. JOSÉ MANUEL GARCÍA OROIS	GERENTE
Centro Comercial A LAXE	COMERCIO	DÑA. PATRICIA CASTRO DE LA IGLESIA	GERENTE
CENTRO PRÍNCIPE (Agrupación comerciantes calle del Príncipe)	COMERCIO	D. ENRIQUE NÚÑEZ GARRIDO	GERENTE
VIGOVELLO (Asociación de Comerciantes e Hosteleiros)	COMERCIO	DÑA. MILAGROS DOMÍNGUEZ FERNÁNDEZ	PRESIDENTA
VITRASA	TRANSPORTE	JOSÉ LLORET	DTOR. OPERACIONES
VIAJES LOA	AGENCIA VIAJE (IBEROCRUCEROS)	LUIS OTERO	GERENTE