

# TURISMO DE CRUCEROS EN GIJÓN



CURSO  
2012/2013

*UN ANÁLISIS ECONÓMICO*

MÁSTER EN ECONOMÍA: INSTRUMENTOS DEL ANÁLISIS ECONÓMICO

Emma Zapico Fernández

Tutor: José Francisco Baños Pino

## Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....</b>	<b>3</b>
<b>3. TURISMO DE CRUCEROS EN ESPAÑA .....</b>	<b>4</b>
3.1. CONTEXTUALIZACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL .....	4
3.2. Evolución histórica para el caso español.....	8
3.3. Principales puertos españoles. ....	10
3.4. El puerto de Gijón. ....	12
3.5. El turismo de cruceros en el Puerto de Gijón.....	16
<b>4. CUESTIONARIO Y DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS .....</b>	<b>20</b>
<b>5. METODOLOGÍA .....</b>	<b>30</b>
<b>6. RESULTADOS EMPÍRICOS .....</b>	<b>35</b>
<b>7. RESUMEN Y CONCLUSIONES .....</b>	<b>39</b>
<b>8. ANEXO .....</b>	<b>41</b>
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>42</b>
<b>WEBS CONSULTADAS.....</b>	<b>43</b>

# Turismo de cruceros en Gijón

## UN ANÁLISIS ECONÓMICO

### 1. INTRODUCCIÓN

Este Trabajo Fin de Máster recoge el estudio que he realizado durante mi periodo de prácticas en el Sistema de Información Turística de Asturias (SITA). El objetivo principal del mismo es analizar el turismo de cruceros en Gijón, comentar su evolución reciente y valorar algunas propuestas en términos de su desarrollo futuro. Más concretamente se intentará determinar, en primer lugar, el nivel de gasto de los cruceristas que llegaron a Gijón durante 2013 para, a continuación, poder elaborar un patrón de consumo que facilite identificar los factores que le afectan positiva o negativamente.

De esta forma, los objetivos específicos del estudio consistirán en obtener el perfil de los pasajeros de cruceros (características sociodemográficas, nivel educativo, edad...), conocer su patrón de gasto, determinar cuál fue su organización en tierra (medios de transporte usados para moverse por la ciudad, contratación de excursiones...) y conseguir de esta forma una visión económica concreta de esta actividad.

En definitiva, se trataría de cuantificar el gasto de los turistas de crucero a partir de la realización de una encuesta. La información suministrada por la misma permitirá concretar los diversos componentes del gasto, así como definir las características más relevantes de los cruceristas. Una vez examinados los resultados de la encuesta, se propondrá un modelo de regresión que explique el nivel de gasto de los cruceristas en función de sus variables socioeconómicas individuales. Las conclusiones alcanzadas podrían servir para realizar un posterior estudio de impacto económico y apoyar una estrategia de diversificación de las actividades portuarias y de desarrollo local ligada al sector del crucero.

En este sentido debe resaltarse que pese a una situación de crisis económica generalizada, las cifras de cruceros, tanto nacionales como internacionales, que pasan por los puertos españoles muestran que esta industria sigue estando en auge y con muchas posibilidades para explotar dentro del panorama turístico español.

En el caso concreto de Gijón, desde el año 2006 hasta la actualidad, el número de cruceros que han recalado en su puerto ha ido aumentando de forma paulatina. Este año se esperan diez cruceros, con un total aproximado de 21.000 pasajeros.

Para poder alcanzar sus objetivos, el proyecto se ha estructurado en seis apartados, además de esta introducción. Así, en el siguiente apartado se realiza una revisión de la literatura relacionada con el turismo de cruceros, mientras que en el tercero se lleva a cabo una breve descripción de este sector a nivel mundial, centrándose luego en el caso de España y más especialmente en el de Gijón. Las siguientes secciones se encargan de hacer una presentación del cuestionario, la metodología econométrica empleada y los resultados de las estimaciones. Para finalizar, se presentan los resultados del estudio y las principales conclusiones.

## 2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

La literatura económica que analiza el turismo de cruceros es bastante escasa. Los trabajos suelen dividirse en dos tipos de estudios: aquellos que buscan determinar cuál es el impacto económico de los pasajeros de cruceros sobre la región de escala de los buques, y por otro, los que se centran en caracterizar la conducta de gasto de los cruceristas.

En línea con este segundo tipo de literatura, se encuentran algunos trabajos de Brida *et. al* que se describen de forma breve a continuación, y que han servido de referencia para la elaboración del presente estudio.

De esta forma, Brida *et. al* (2010) realizan un análisis del gasto de los pasajeros de cruceros que visitan Costa Rica, con el objetivo de descubrir los perfiles de los viajeros que hacen que sean más proclives o menos a gastar en el destino. Consideran que el gasto de los pasajeros y tripulantes es una variable esencial para determinar el impacto económico del turismo de cruceros en un territorio determinado.

La existencia de algunas observaciones nulas les lleva a emplear un modelo tobit, con el fin de usar toda la información disponible. Los resultados que obtiene de este estudio incluyen, entre otros, que el gasto total es mayor para los individuos que tienen un nivel de renta superior, y también que estar más tiempo fuera del crucero en los distintos destinos en los que hace escala el buque impacta de forma positiva en el gasto. Sin embargo, ser soltero incide de forma negativa en el gasto, así como poseer nacionalidad alemana, británica o canadiense.

En otro trabajo, Brida *et. al* (2010) llevan a cabo un estudio acerca del comportamiento de los pasajeros que embarcan en el puerto de Cartagena de Indias. Al igual que en el anterior, la muestra se obtuvo de un cuestionario y constó de 402 entrevistas. En esta ocasión se definen tres categorías distintas de gasto: alojamiento, comidas/bebidas y transportes.

También se construye un modelo tobit censurado para ver cómo influyen las variables independientes en la decisión de cuánto gastar. En dicha investigación se incluyen un mayor número de variables explicativas que en el anterior trabajo, considerando, entre otras, variables sociodemográficas como el nivel educativo y la renta.

Algunos de los resultados obtenidos indican que poseer un nivel educativo alto y alojarse en Cartagena de Indias tienen un elevado poder explicativo del gasto e inciden de forma positiva en el mismo.

Siguiendo esta línea de investigación, Brida *et. al* (2012) dividen el gasto que puede realizar el turista en las siguientes categorías: Comidas y bebidas, transporte, excursiones y compras. También estiman un modelo tobit para tratar de analizar cuáles son las características de los pasajeros que mejor definen el nivel de gasto en cada una de sus categorías.

Para ello se sirven de los datos obtenidos a partir de una muestra de 1.803 individuos, obtenida mediante la elaboración de entrevistas personales a los pasajeros de cruceros. Las variables independientes empleadas se centran, principalmente, en diferenciar el lugar de residencia, la edad (para la que se distingue entre tres intervalos), el empleo y el sexo de los encuestados.

La principal implicación de este estudio radica en que permite llevar a cabo una estimación del gasto medio que haría un pasajero tipo, al llegar a los puertos de Uruguay.

Entre sus resultados encontraron que el tamaño del grupo es una variable que determina de forma importante el comportamiento del gasto individual, que ser miembro de la tripulación y poseer nacionalidad estadounidense hace que se sea más proclive a gastar en la categoría de “comidas y bebidas” o que los menores de treinta años son los que más tienen más incentivos a gastar en transporte.

Finalmente, Riso (2012) analiza el gasto de los cruceristas en Uruguay, utilizando una encuesta del Ministerio de Turismo y Deporte de ese país. Combinan en su estudio la estimación de un modelo Tobit con la de un modelo de selección de Heckman para analizar las características del visitante que determinan su probabilidad y nivel de gasto. Encuentran que las diferentes nacionalidades del crucerista tienen una influencia decisiva al explicar el gasto, así como las relativas a la profesión y sexo de los turistas

### 3. TURISMO DE CRUCEROS EN ESPAÑA

#### 3.1. CONTEXTUALIZACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL

El turismo de cruceros nace de la fusión de la industria del ocio y del transporte marítimo de pasajeros y, aunque habitualmente es considerado un producto novedoso, tiene su origen en la década de los treinta y cuarenta del siglo XIX. En esos años aparecen en Hamburgo las primeras ofertas de viajes relacionadas con esta modalidad turística (Garay y Cànoves, 2012).

A principios del siglo XX algunas compañías navieras se atrevieron a comercializar un producto que consistía en navegar hacia zonas cálidas en invierno, a la vez que permitía llevar a cabo actividades recreativas dentro del barco. Sin embargo, habría que esperar hasta los años sesenta para que se conformara el turismo de cruceros tal y como se conoce ahora. Es en ese momento cuando comienzan a aparecer los buques diseñados exclusivamente para el turismo de cruceros (Esteve y García, 2012), que realizaban desplazamientos entre Miami y el Caribe destinados principalmente al mercado estadounidense (Fernández Miranda, 2012).

El tremendo potencial turístico de la industria de cruceros no pasó desapercibido a las compañías navieras, por lo que comienzan a adoptar distintas estrategias y aumentar el tamaño de los buques con el objetivo de aprovechar sus economías de escala y ofrecer así precios mucho más asequibles. De esta forma, la clase media iba incorporándose poco a poco a este tipo de turismo, claramente elitista hasta entonces.

En este contexto, 2004 representa también una fecha importante dado que marca el inicio del período de las megas embarcaciones de crucero con la entrada en servicio del “Queen Mary 2”, un trasatlántico con capacidad para 2.600 pasajeros. Siguiendo esta línea, la compañía Royal Caribbean -dentro de su “Proyecto Génesis”- pone en funcionamiento en 2009 el crucero “Oasis of the Seas”, con capacidad para 6.400 pasajeros y 2.100 tripulantes, y en 2010 comienza a operar el buque “Allure of the Seas”, capaz de transportar hasta 7.400 pasajeros. Todo esto consagra lo que se ha denominado *crucerismo de masas* (Aecit, 2010).



Crucero "Queen Mary 2"

En 1975 se creó la Cruise Lines International Association (CLIA) con el objetivo de promocionar los beneficios del turismo de cruceros. En 2012 estaba conformada por 25 empresas de cruceros marítimos, aglutinando a 205 embarcaciones (véase Tabla 1). Es importante destacar también que esta modalidad turística presenta una elevada concentración empresarial. Los principales grupos industriales son Carnival Corporation & PLC, Royal Caribbean Cruises Lines y Star Cruises, que detentan más del 80% de la oferta mundial de cruceros.

Carnival Corporation & PLC se fundó en 1972 como Carnival Cruise Lines, y ha llegado a convertirse en el mayor operador mundial de cruceros gracias a las adquisiciones de la Holland America Line en 1989, Seabourn Cruise Line en 1982, Cunard Line en 1998 o Costa Cruceros en el año 2000, contando además con la marca Princess Cruises.

En cuanto a Royal Caribbean Cruises, el segundo operador mundial, está configurada por las navieras *Royal Caribbean International* y *Celebrity Cruises*. La tercera línea de cruceros en orden de importancia la constituye el grupo Star Cruises, con navieras que dominan el mercado de Asia y Pacífico y la *Norewegian Cruise Line*, caracterizada por crear cruceros de "clase única".

Tabla 1. Empresas y número de buques de la Cruise Lines International Association, 2012.

EMPRESA	Nº DE BUQUES	EMPRESA	Nº DE BUQUES
Ama Vías	9	Norwegian Cruise Line	11
American Cruise Line	6	Oceania Cruises	3
Avalon Vías	10	Paul Gauguin Cruises	1
Azamara	2	Pearl Seas Cruises	1
Carnival Cruise Line	22	Princess Cruises	17
Celebrity Cruises	10	Regent Seven Seas Cruises	3
Costa Cruceros	15	Royal Caribbean International	22
Crystal Cruises	2	Seabourn Cruise Line	5
Cunard Line	3	Seadream Yacht Club	2
Disney Cruise Line	2	Silversea Cruises	6
Holland America Line	15	Uniwold	11
Hurtigruten	13	Windstar Cruises	3
MSC Cruises	11	<b>TOTAL</b>	<b>205</b>

Fuente: Fernández Miranda (2012) y CLIA([www.cruising.org](http://www.cruising.org))

En lo que se refiere a la demanda, y según información elaborada por la CLIA, el número de turistas que viajaron a bordo de un crucero pasó del medio millón en 1970 a los 7.4 millones en 2002, cifra aún bastante pequeña si se compara con el récord alcanzado en 2011, cuando 20 millones de personas en todo el mundo optaron por esta modalidad para pasar sus vacaciones.

Europa y Norteamérica son los principales mercados emisores y, aunque este último sigue dominando, lo cierto es que la diferencia entre ambos se ha ido reduciendo de forma sustancial con el paso del tiempo. Así, en el año 2011 unos siete millones de europeos realizaron al menos un crucero, lo que supone una cuota del mercado mundial cercana al 30%, habiendo efectuado algo más de 28 millones de visitas a 250 ciudades europeas. Los principales emisores dentro de Europa son, por este orden, Reino Unido (cuota del 28%), Alemania (23%), Italia (15%), España (12%) y Francia (7%), seguidos, a bastante distancia, por los que se consideran mercados secundarios: Bélgica, Países Bajos, Escandinavia y Suiza.

En la Tabla 2 se expone el grado de penetración del turismo de cruceros en los principales países demandantes, destacando la importancia de esta modalidad de turismo durante el año 2011 en las economías de Estados Unidos, Canadá y Reino Unido.

**Tabla 2. Índice de penetración del turismo de cruceros. 2011.**

PAÍS	% PENETRACIÓN
Estados Unidos	3,4%
Reino Unido	2,5%
Canadá	2,4%
España	1,5%
Australia	1,5%
Italia	1,4%
Alemania	1,3%
Escandinavia	0,9%
Francia	0,6%

Fuente: European Cruise Council, 2012

Por último, en la Tabla 3 se muestran los principales países europeos de destino de los cruceros en el año 2011, apreciándose el destacado papel que juega el Mediterráneo en los casos de Italia, España y Grecia. Resaltar asimismo que en España desembarcaron más de 5 millones de cruceristas, lo que significa haber alcanzado una cuota del mercado europeo próxima al 19 %.

**Tabla 3. Destinos europeos de los cruceros. 2011.**

PAÍS DE DESTINO	Nº PASAJEROS DE CRUCERO	Cuota europea
Italia	6.471.000	23%
España	5.255.000	18,7%
Grecia	4.780.000	17%
Francia	2.167.000	7,7%
Noruega	1.947.000	6,9%

Fuente: Observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana, 2013



### 3.2. Evolución histórica para el caso español.

Las décadas de los setenta y ochenta constituyeron un periodo clave en el turismo de cruceros, pues en esos años pasó de ser un producto de lujo, destinado únicamente a una población con un elevado poder adquisitivo, a convertirse en un servicio asequible a segmentos mucho más amplios de la población. Esto se consiguió al industrializar totalmente el sector, al aplicar avances tecnológicos, a la menor duración de los cruceros y a la diversificación de los itinerarios, y a la construcción de buques de mayor tamaño, con el consiguiente aprovechamiento de las economías de escala y el abaratamiento de los precios. En consecuencia, su pasado elitista ha ido perdiendo peso en los últimos tiempos.

A continuación se resumen los casos de las primeras empresas que empezaron a operar en el mercado español. Los años ochenta en España contemplaron diversos intentos para introducirse en el sector, si bien, pese a los esfuerzos llevados a cabo en ese período, la primera incursión real en el mundo de los cruceros turísticos no tuvo lugar hasta 1984, de la mano de la Compañía **Trasmediterránea**. El buque escogido para ello fue el ferry “Las Palmas de Gran Canaria”, que efectuaba viajes por el Mediterráneo partiendo de Barcelona y en el que se ofrecía la opción de desembarcar y pasar una semana de estancia en Palma de Mallorca (Paniagua, 2005).

Un poco más tarde, en 1989, se realizó el primer crucero que llevaba por nombre “*Crown del Mar*”. Cuatro años después, se constituyó la compañía **Royal Hispania**, que reparó el “*El Crown del Mar*” y lo rebautizó con el nombre de “*D. Juan*”. Después de una la primera navegación no exenta de problemas que obligó a una segunda reparación, el “*D. Juan*” se convirtió en el primer buque español que ofreció un crucero circular por el Mediterráneo. En 1996 Trasmediterránea realizaba dos cruceros alternativos en el buque, ambos por el Mediterráneo occidental (Paniagua, 2005).

La firma de un flete con hoteles Sol Meliá y Cubacán permitió que en las temporadas de invierno 1996 y 1997, el *D. Juan* ofreciese cruceros desde Cuba. Pese a todo, los malos resultados económicos de 1998 provocaron que al año siguiente Royal Hispania anunciase el cese de su actividad.

La bonanza económica de finales de los noventa hizo que importantes empresas se unieran para crear un grupo de cruceros en España. Así, el 10 de junio de 1999, tras el acuerdo de Trasmediterránea, Norwegian Cruise Line y Barceló, nace la sociedad **Spanish Cruise Line**, la mayor apuesta española dentro de este mercado. A pesar de ello, nuevos problemas aparecieron e hicieron que durante los primeros meses del año 2000, Norwegian Cruise Line y Barceló se salieran de la sociedad, por lo que Trasmediterránea volvía a estar sola ante la “aventura” de crear una línea de crucero en España.

No obstante las experiencias e intentos empresariales descritas, había algo que seguía fallando y era que, en general, no se consiguió llegar a la mayoría de la población española, puesto que seguían estando más orientados a estratos de elevado poder adquisitivo.

Con el objetivo de remediar esta situación surgen, en la primera década del siglo XXI, distintas iniciativas que pretendían integrar los cruceros en la venta de paquetes turísticos que incluían transporte aéreo, traslados y estancias antes y después del crucero.

Ante esta nueva perspectiva, Spanish Cruise Line se pone en marcha de nuevo en octubre del año 2000, con una tarifa media de 900 euros por persona, oscilando sus precios entre los 500 euros para los pasajes más baratos y 1.800 euros para los más caros.

En 2003 **Iberojet** compró la participación de Trasmediterránea, por lo que los cruceros dejaron de comercializarse bajo el nombre de Spanish Cruise Line. Surge así la marca Iberojet Cruceros, cuyo principal objetivo era realizar una mejora importante en sus buques, a fin de lograr un producto diferenciado y atractivo (Paniagua, 2005). Todo esto permitió que a finales del año 2003 sobrepasaran los 40.000 pasajeros, permitiéndole facturar en 2005, tras afrontar nuevas compras e innovaciones, en torno a los 80.000 pasajes. Actualmente recibe el nombre de **Ibero Cruceros**, dispone de tres buques y cuenta con dos mil empleados.

Sin embargo, en la actualidad, la compañía líder en el mercado español de cruceros es **Pullmantur Cruceros**. Comenzó en este mercado en la época de los noventa y puede decirse que de la mano de esta compañía vino la popularización de los cruceros en España, puesto que ofrecía tarifas bastante asequibles que rondaba los 600 euros de media por persona. El caso de Pullmantur Cruceros fue realmente brillante porque en cinco años (2000- 2005) pasó de 18.000 a 1150.000 pasajeros, con un índice medio de crecimiento durante ese período del 62%. Opera con una flota de seis buques que tienen una capacidad diaria de doce mil personas y ofrece cien destinos distintos (European Cruise Council, 2010/2011).

Es importante mencionar también el caso de Globalia Cruceros, una nueva empresa que en el año 2003 decidió entrar en este segmento del mercado y supuso una fuerte competencia para Pullmantur e Iberojet Cruceros, puesto que ofrecía los precios más bajos y disponía de un crucero con escalas interesantes en Francia, Italia, Malta y Túnez.

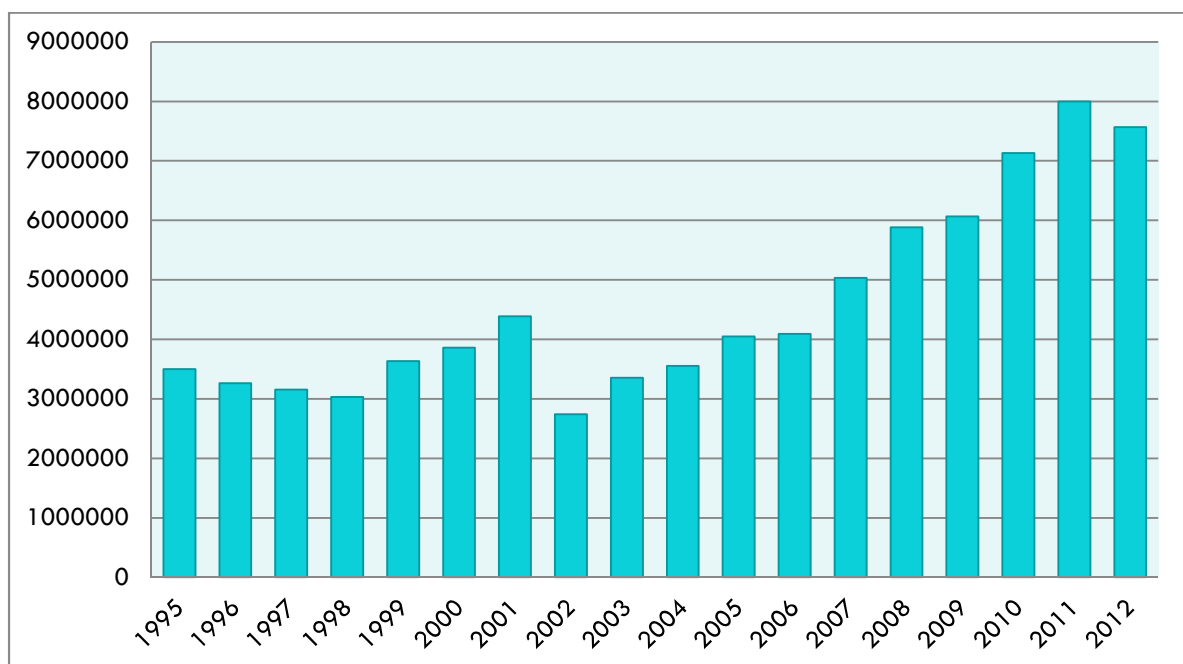
Si bien en una comparativa mundial las cifras de esta industria no son muy importantes en España, su ritmo de crecimiento ha sido el más alto de Europa en la primera mitad de la década del siglo XXI, fomentando que las grandes multinacionales del sector y operadores globales, como *Carnival Corp.* o *Royal Caribbean*, haya decidido instalarse en nuestro país. Dentro de esta tendencia cabe citar las experiencias favorables de los grupos italianos Costa Cruceros (compañía líder en Europa) y MSC Cruceros (principal empresa en el mercado del Mediterráneo), y el caso adverso de la compañía griega Festival Cruceros, cuya debilidad financiera le hizo quebrar en 2004.

Desde el punto de vista de la **demand**a, la cantidad de personas que consumían en España esta modalidad turística fue estable durante las últimas décadas del siglo pasado. El hecho de que en sus inicios fuese una actividad eminentemente dirigida a estratos sociales altos, hizo que en los años setenta la demanda ascendiese únicamente a 20.000 pasajeros, una cifra que se mantuvo más o menos estable hasta entrados los años noventa (Fernández Miranda, 2012). En consonancia con lo ya comentado en párrafos anteriores, es a mediados de los noventa cuando la industria realmente comienza a despuntar y, entre 1995 y 2000, el sector alcanza un crecimiento espectacular del 30% anual.

La entrada del nuevo siglo supuso para España un antes y un después en el turismo de cruceros, dado que era la primera vez que se superaba la barrera de los 100.000 pasajeros. Estas magnitudes se multiplican de forma llamativa para alcanzar los 391.000 cruceristas españoles en 2006 y pasar a los 703.000 en 2011, que representa un significativo 12% del total del mercado europeo.

Para finalizar este apartado se muestra en el Gráfico 1 el comportamiento del turismo de cruceros en España desde 1995 hasta el año 2012, referido en esta ocasión al total de cruceristas que llegaron a los puertos españoles durante ese período. Se puede apreciar como hasta el año 1999 la tendencia se mantuvo más o menos constante, produciéndose después un aumento que llevó a alcanzar la cifra de los cuatro millones de cruceristas en 2001. Sin embargo, en 2002 se recoge una importante caída que comienza a invertirse al año siguiente, de manera que se registra un crecimiento sostenido que perdura hasta 2011, momento en el que la cifra de cruceristas se situó muy próxima a los ocho millones de viajeros. Luego la actual crisis económica no habría afectado tanto al sector de los cruceros en España, al igual que sucede en muchas otras zonas de Europa, si bien el ligero descenso que se percibe en 2012 sería atribuible a la misma.

**Gráfico 1. Evolución de los cruceristas en los puertos españoles**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Puerto del Estado

### 3.3. Principales puertos españoles.

La importante posición que ocupa España dentro del turismo mundial ha favorecido a su industria de cruceros para que esté adquiriendo una mayor importancia. Algunos de los puertos españoles se sitúan ya a la cabeza de Europa, e incluso del ranking mundial, como es el caso de Barcelona y, en menor medida, Palma de Mallorca (Aecit, 2010).

El caso del puerto de **Barcelona** es excepcional, ya que pasó de ocupar una posición marginal a alzarse como el principal puerto europeo de cruceros, además de ser uno de los destinos líderes para los pasajeros de cruceros. En el año 2010 cerca de dos millones y medio de pasajeros llegaron a este puerto, presentando un crecimiento interanual del nueve por ciento, en plena crisis económica (Garay y Cànoves, 2012).

A la llegada de las grandes navieras norteamericanas la ciudad ya contaba con la ventaja de ser conocida por los Juegos Olímpicos de 1992, hecho que el consorcio turístico de Barcelona aprovechó correctamente para dotarla de renombre internacional.

El éxito del puerto de Barcelona queda de manifiesto en el hecho de que de los 2,6 millones de cruceristas que llegaron a algún puerto español en 2006, 1,4 millones lo hicieron en el de Barcelona y además entre un 40 por ciento y un 60 repitieron (OMT, 2008).

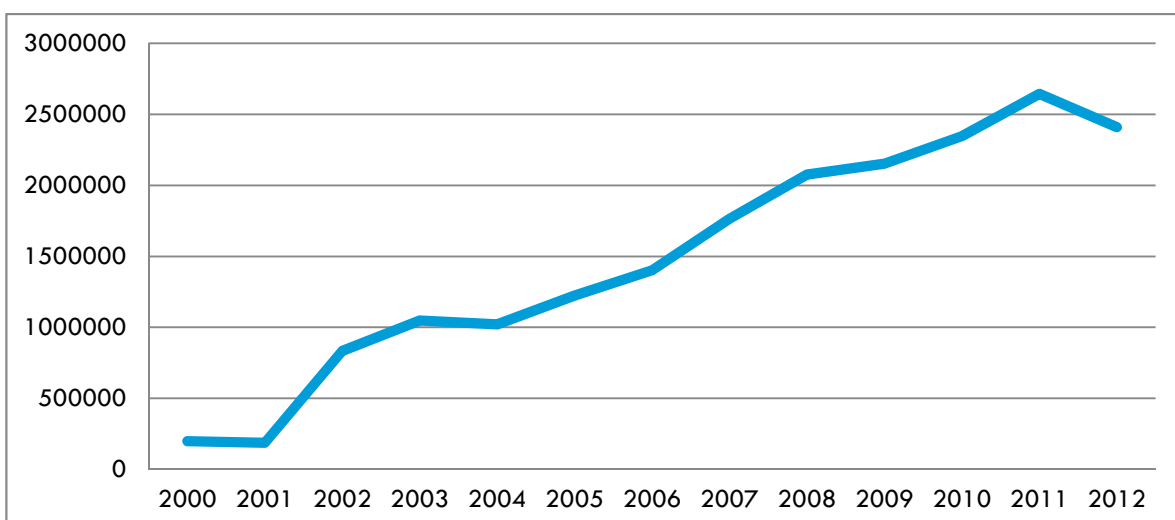
Esta situación es relativamente reciente, si bien se tiene noticia ya en el siglo XIX de las primeras navieras que operaron en el puerto. No obstante, los viajes realizados no eran por motivo de ocio, sino que básicamente era de traslado de emigrantes. No fue hasta principios del siglo XX cuando salen de Barcelona los primeros pasajeros que viajaban por motivos de ocio y en primera clase.

En la década de los ochenta aún eran pocos los turistas de cruceros que llegaban a Barcelona, en parte por su escaso reconocimiento internacional. Sin embargo, en julio de 1992 con la celebración de los Juegos Olímpicos, se marca un antes y un después para esta ciudad (Garay y Cànoves, 2012).

Al ver esta oportunidad en 1987, se empieza a diseñar su *Plan Estratégico* que incluía al turismo de cruceros como un elemento clave para alzar a Barcelona como el principal destino del Mediterráneo. Este objetivo se consiguió gracias a la acción conjunta de su Autoridad Portuaria, que adaptó el puerto para el tráfico de cruceros, y al consorcio Turisme de Barcelona, que promocionó la ciudad a nivel internacional. Al finalizar la década el puerto ya contaba con cinco terminales marítimas exclusivas para cruceros, que ofrecían 15.000 metros cuadrados de áreas para servicio de buques (Garay y Cànoves, 2012).

El resultado fue un incremento sorprendente de la demanda en pocos años, pues mientras que en 1994 los cruceristas que pasaron por el puerto fueron menos de 200.000, en 2006 se situaban alrededor del millón y medio, y en 2010 ya superaban la barrera de los dos millones. En el Gráfico 2 se puede apreciar la evolución del número de pasajeros de cruceros en el puerto de Barcelona desde el año 2000 hasta el 2012. En él se puede comprobar el importante incremento de los cruceristas, sobre todo a partir del año 2002, que se ha mantenido de forma sostenida hasta 2011.

**Gráfico 2. Evolución de los cruceristas en Barcelona**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Puertos del Estado

El segundo puerto en importancia dentro de España es el de **Palma de Mallorca**, que cuenta con cinco estaciones marítimas específicas y siete muelles para el atraque de cruceros, con esloras entre 420 y 270 metros y calados de entre ocho y doce metros (OMT, 2008).

Otro de los destacados en España es el puerto de **Málaga**, para el que existe un ambicioso proyecto para transformarlo en una *ciudad-puerto*, con el objetivo de poner todo un universo de ocio para los cruceristas a pie de muelle. Además, la construcción del *Muelle de Levante* pretende servir de impulso para consolidar al puerto de Málaga como uno de los más importantes puertos-base de todo el Mediterráneo. El número de pasajeros de cruceros que recibió este puerto en 2012 ascendió a 651.517 personas.

El de **Valencia**, por su parte, ha ganado relevancia sobre todo a partir del año 2005 en el que se convirtió en el puerto base de Iberojet y Globalia. El hecho de que en 2006 albergara la regata de la Copa América y en 2007 la Copa América, también han influido de forma muy positiva en la consolidación y afianzamiento de este puerto (OMT, 2008). El número de cruceristas que recibió este puerto en el último año ascendió a 480.233 personas.

### 3.4. El puerto de Gijón.

El Puerto de Gijón es principalmente un medio de entrada de bienes intermedios y materias primas. Por esta razón juega un papel clave en las actividades productivas de muchas empresas asturianas que necesitan de la actividad del mismo como un elemento indispensable en sus cadenas logísticas, ya que les facilita tanto el aprovisionamiento como el medio de difusión de sus productos.

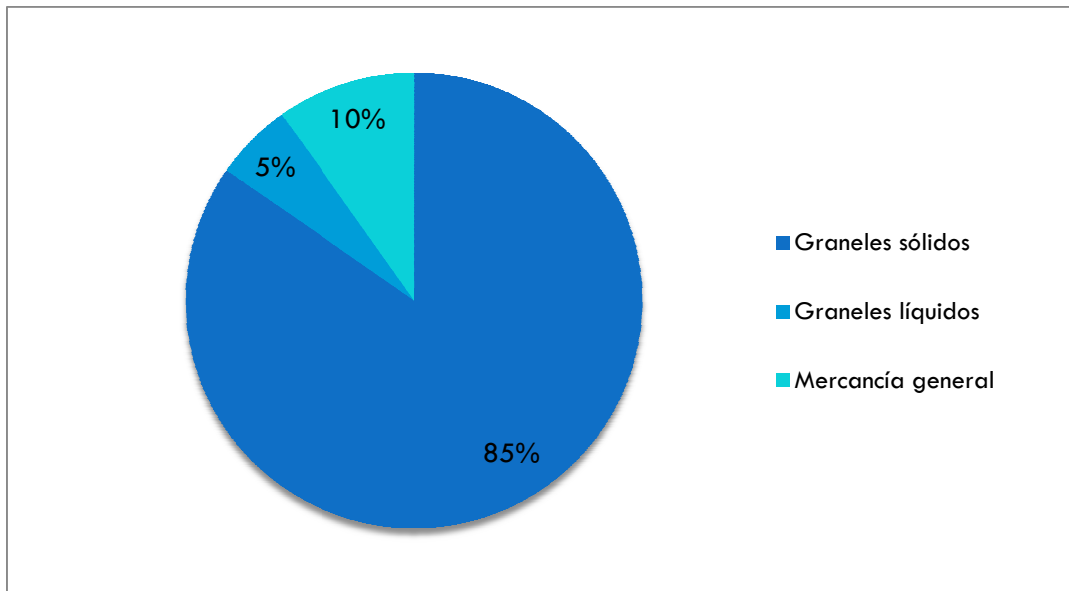
Se trata, sobre todo, de un puerto industrial en el que las actividades siderúrgicas, cementaras, energéticas y químicas, generadoras de tráficos de graneles sólidos, han sido los elementos fundamentales que le posibilitan llevar a cabo su negocio (Memoria Anual, 2012).

A continuación se realizará una breve descripción de sus principales **tráficos**. Para empezar es importante destacar que el tráfico total ascendió en 2012 a 17.127.841 Tm, lo cual supone un aumento del 13,6 % respecto al ejercicio anterior.

Un año más se presenta como puerto líder en graneles sólidos de España, con un incremento del 15% con respecto a 2011. El adelanto de suministros de las centrales térmicas, promovido con el fin de eludir un cambio en la legislación fiscal, ha hecho que las importaciones de carbón térmico fuera la partida que experimentó un crecimiento más significativo. Con respecto a los productos siderúrgicos, el crecimiento del año 2012 fue del 14,56% (528.721 Tm).

En cuanto a la mercancía en general, su incremento fue del 15,6%. El tráfico de contenedores sigue manteniendo la tendencia creciente, ya que en el año 2012 llegó a las 590.865 Tm, lo que supone un aumento del 35,5% respecto al año previo. Este crecimiento se ha visto posibilitado gracias a la consolidación de las líneas marítimas existentes y a la puesta en funcionamiento de dos nuevas.

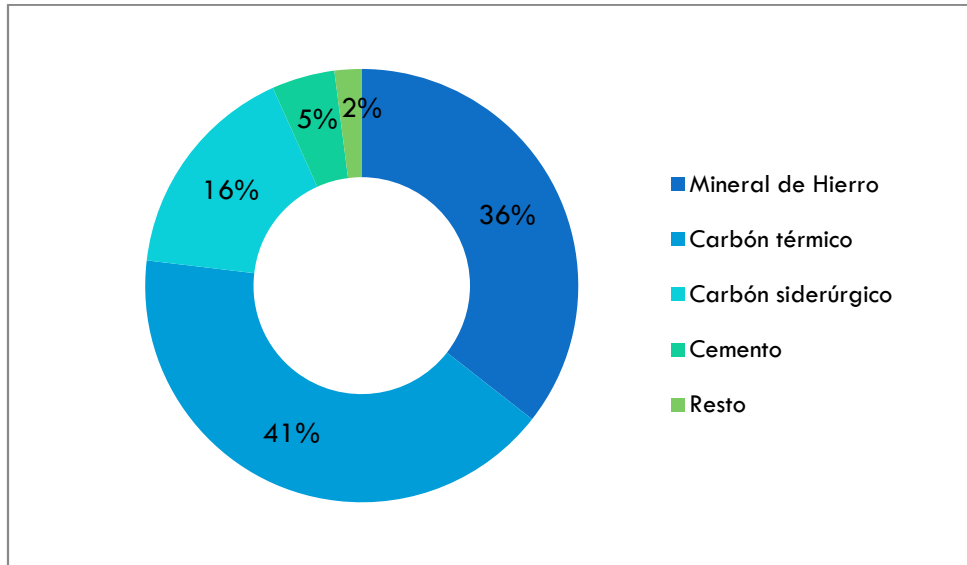
En el Gráfico 3 se presenta la importancia relativa de los distintos tipos de mercancías, apreciándose que el mayor peso le corresponde a los graneles sólidos.

**Gráfico 3. Evolución de los tráficos por tipos de mercancías**

Fuente: Elaboración propia a partir de la Memoria Anual, 2012

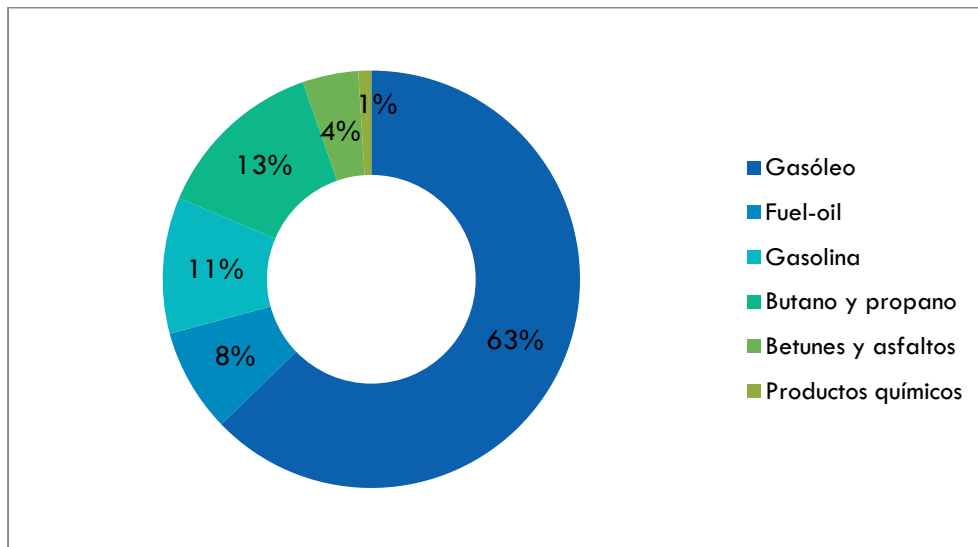
Por su parte, en el Gráfico 4 se muestra la desagregación de los graneles sólidos, destacando la importancia del mineral de hierro, del carbón térmico y del carbón siderúrgico. Mientras, el Gráfico 5 ofrece la distribución de los graneles líquidos y en el Gráfico 6 la de la mercancía general, distinguiendo entre contenerizada y no contenerizada.

**Gráfico 4. Tráfico de graneles sólidos**

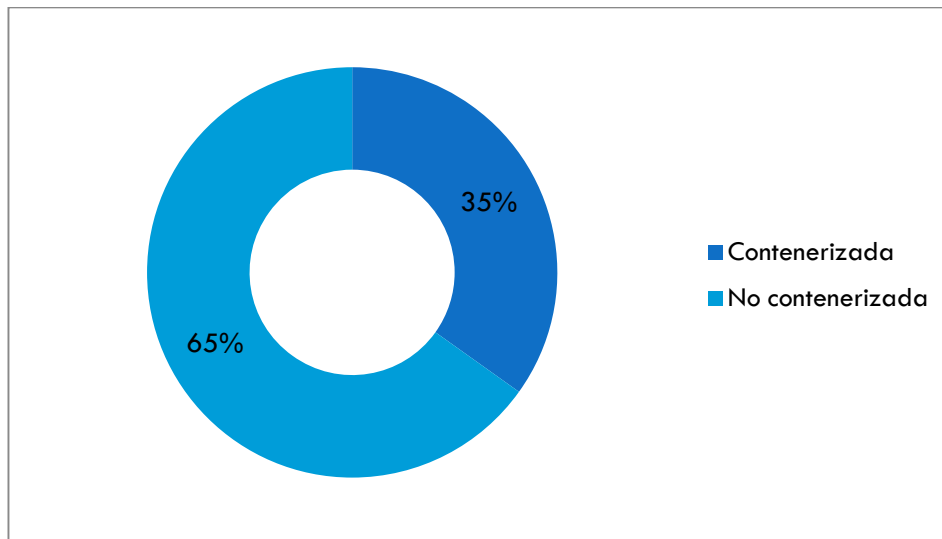


Fuente: Elaboración propia a partir de la Memoria Anual, 2012

**Gráfico 5. Tráfico de graneles líquidos**



Fuente: Elaboración propia a partir de la Memoria Anual, 2012

**Gráfico 6. Tráfico de mercancía general. 2012.**

Fuente: Elaboración propia a partir de la Memoria Anual, 2012

En marzo de 2012 finalizaron las obras de ampliación del Puerto de Gijón, con lo que se permitiría dar respuesta a las exigencias logísticas de las compañías de transporte internacionales. Éstas, en situaciones económicas normales, han venido demandando espacios y atraques mayores para la carga y descarga de buques, tanto en el negocio del granel como en el de los contenedores.

La Ampliación supone una infraestructura portuaria de primer nivel, además de ser muy importante para Asturias, dado que al dotar al Puerto de un muelle de gran calado le permitirá optar a captar tráficos internacionales de productos energéticos a los que antes era imposible acceder. Además, le permitirá la utilización del resto de muelles ya existentes con una mayor holgura y respeto del medio ambiente.



AMPLIACIÓN DEL PUERTO DEL MUSEL, 2011



En los últimos años se ha llevado a cabo una estrategia de **diversificación** de tráfico con el objetivo de aumentar el de contenedores. Esto ha permitido afianzar su terminal, además de consolidar cinco líneas marítimas que ponen en contacto a Gijón con más de doscientos puertos en todo el mundo.

Otro aspecto destacable es la llamada “*Autopista del Mar*”, que permite integrar el Puerto en los grandes corredores intermodales de la Unión Europea. Además de esto, también se está trabajando en la definición de un enlace multimodal incluido en el corredor Atlántico, orientado hacia las necesidades de los mercados logísticos e industriales de Europa.

### 3.5. El turismo de cruceros en el Puerto de Gijón.

En el año 1907 el puerto de El Musel (Puerto de Gijón) inició su actividad comercial. Por aquel entonces, los pasajeros que atracaban en sus dársenas eran, en su mayoría, gente que se decidía a cruzar el mar en busca de una mejor fortuna. No obstante, en los buques transatlánticos también viajaban otro tipo de pasajeros: los que lo hacían por placer o negocios. Aquellos buques se caracterizaban por un nivel de confort más que destacable.

Las olas migratorias de la segunda mitad del siglo XIX y primera del siglo XX hacia América hicieron que el total de pasajeros que embarcaron y desembarcaron en Gijón fueran, según estimaciones, 100.000 personas.

Es indudable que la influencia de los puertos es muy importante para el desarrollo económico de una región. Este hecho, unido a que el turismo de sol y playa sigue siendo el principal atractivo turístico de España, no ha pasado desapercibido a la Autoridad Portuaria de Gijón y ha decidido apostar por otro tipo de turismo: el turismo de cruceros.

Esto supone un reto muy importante, en primer lugar porque Asturias no cuenta con las condiciones climatológicas del resto del Mediterráneo. Además, al contrario que Galicia, no se trata de un punto de paso obligado para el aprovisionamiento de los buques de las navieras. Otro asunto que no puede dejar de mencionarse es que Gijón se trata de un **puerto de escala** para los cruceros, lo cual significa que no es un punto de origen o final para los turistas y son muy pocos los que lo usan en este sentido. De hecho, durante el último año, solamente 23 personas iniciaron su viaje en crucero en el Puerto de Gijón y únicamente 13 finalizaron el viaje allí (Memoria Anual, 2012).

Por tanto, el tiempo que pasan los cruceristas en la ciudad es mucho menor que si fuera un puerto de origen o final del trayecto. Como es lógico esto hace que el impacto económico sea mucho menor que en aquellas ciudades en las que los turistas pernoctan.

No obstante, a finales de los años 90 la Autoridad Portuaria de Gijón decidió apostar por este tipo de tráfico como mecanismo de promoción económica. En aquella época los destinos más comunes de cruceros (Caribe y Mediterráneo) comenzaban a presentar signos de saturación, y las compañías navieras pronto fueron conscientes de este hecho. De esta forma, comenzaron a interesarse por destinos alternativos.

Para Asturias esto significaba una oportunidad excelente, sin embargo, también se trataba de un reto enorme porque se buscaba encontrar aceptación a nivel internacional, pero en ese sentido la región seguía siendo una gran desconocida. Dadas estas circunstancias se pensó que lo mejor sería promocionarla dentro de una zona más amplia y así en 1998 se firmó un convenio de colaboración con los puertos de A Coruña, Santander y Bilbao, con el objetivo de promover conjuntamente el turismo de cruceros.

La Asociación Portuaria que crearon recibió el nombre de “Costa Verde Cruise”. Entre las acciones que la Asociación llevaba a cabo destaca la participación en ferias del sector como la de Miami o la europea de Hamburgo, así como visitas a compañías de cruceros a nivel mundial.

Para El Musel el año 1999 supuso un año histórico, puesto que recibió las primeras escalas de cruceros, de mano de la compañía británica P&O con los buques “Arcadia” y “Oriana”. Durante los cinco años siguientes todos los buques que hacían escala en Gijón eran de origen europeo, sin embargo, en 2004 llegó el primer crucero norteamericano.

Con el transcurso del tiempo, la Autoridad Portuaria ha desarrollado una estrategia de promoción más individual, aunque sigue trabajando con Costa Verde Cruise.

A continuación se presenta una breve descripción de los cruceros que llegaron al puerto de Gijón desde el año 2006 hasta los que se esperan en 2013. En 2006 fueron tres los cruceros que hicieron escala en Gijón: el “Columbus”, el “Crystal Serenity” y el “Kristina Regina”.

Durante el año **2007** el puerto ratificó el acuerdo de hermanamiento con el puerto de Miami para asegurarse el intercambio mutuo de información relacionada con los cruceros. Los cruceros que hicieron escala en El Musel a lo largo de ese año fueron también tres: el “Rhapsody”, el “Saga Ruby” y el “Black Prince”. Los resultados fueron muy similares a los del año previo, en parte por la huelga de transportes que tuvo lugar en 2007. En **2008** dos cruceros más hicieron escala en el puerto: el “Balmoral”, el “Prinsendom”, el “Seabourn Pride”, y por último el “Summit”, que llegó dos veces ese año.

El Puerto de Gijón recibió siete cruceros en **2009**, una cifra bastante más importante que los tres de los años 2006 y 2007. Fueron el “Braemar”, el “Celebrity Constellation”, el “Black Prince”, el “Delphin Voyager”, el “Funchal”, el “Astor” y finalmente el “Seabourn Pride”. Durante el año **2010** nueve cruceros hicieron escala: el “Ocean Countess”, el “Amadea”, “Le Diamant”, el “Black Watch”, el “Delphin”, el “Azamara Journey”, el “Albatros” y el “Marco Polo” en dos ocasiones.



Buque "The World"

El año **2011** fue destacable por dos hechos: por la fidelización definitiva de Royal Caribbean, y porque por primera vez un crucero pernoctó en el puerto de Gijón. Se trató del que se considera el crucero más lujoso del mundo llamado “The World”, de la compañía Residence Sea. Este buque permaneció tres días en El Musel, lo que supuso un hecho muy importante para aumentar el prestigio del Puerto, dado que únicamente recalca en aquellos

lugares que considera singulares y atractivos.

En **2012** El Musel recibió 9 escalas. Royal Caribbean volvía a estar presente, así como Seabourn Cruise Lines. El "Vision of the Seas" y el "Celesty Relectación" también recalaron en Gijón, mientras que el "Seabourn Pride" hizo escala dos veces en el puerto ese año. Así mismo, por primera vez llegó el "Silver Whisper", de la compañía de cruceros de lujo Silversea Cruise Line.

La compañía alemana Hapag Lloyd atracó, una vez más, con sus buques "Bremen" y "Hanseatic". Por último, el crucero "Marco Polo" llegó de mano de la naviera Cruise & Maritime Voyages.

A lo largo del año **2013** se prevé la llegada de diez buques al Musel. La temporada se abrió con el "Delphin", de procedencia alemana. La compañía de cruceros de lujo *Seabourn Cruise Lines* ha hecho escala este año con dos de sus buques: el "Seabourn Pride" y el "Seabourn Soujourn". Es especialmente importante, por su enorme capacidad, el hecho de que el "Adventure of the Seas" vaya a hacer escala tres veces durante este año en el Puerto de Gijón.



"Adventure of The Seas" en el Puerto de Gijón

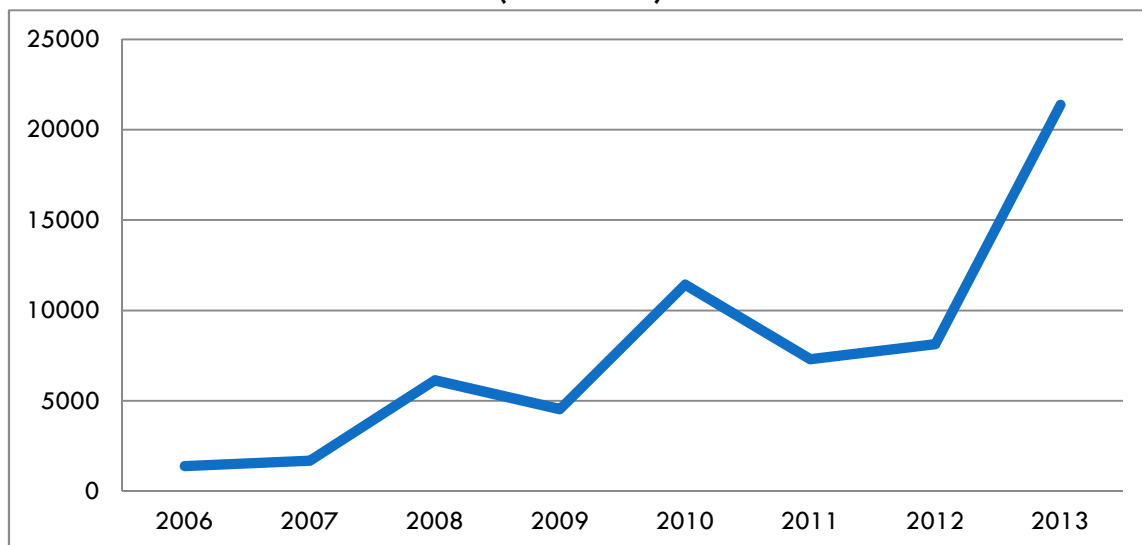
El "Silver Cloud" de la compañía de cruceros de lujo *Silversea*, el "Quest of Adventure", el "Bremen" y el "Infinity", de la compañía *Celebrity Cruises*, son el resto de buques que llegarán a lo largo de este año al Musel.

En la Tabla 4 resume la evolución de las visitas de cruceros al puerto del El Musel durante el periodo 2006 a 2013. Mientras, en el Gráfico 7 se puede apreciar mejor el importante aumento de los pasajeros de cruceros previsto para este año 2013, en relación a los años anteriores.

**Tabla 4. Evolución del tráfico de cruceros en el Puerto de Gijón**

AÑO	NÚMERO DE BARCOS	TOTAL PASAJEROS Y TRIPULANTES
2006	3	1391
2007	3	1681
2008	5	6125
2009	7	4537
2010	9	11431
2011	6	7297
2012	9	8126
2013(previsión)	10	21387

Fuente: Elaboración propia a partir de las Memorias Anuales

**Gráfico 7. Evolución de los pasajeros de cruceros en Gijón (2006-2013)**

Fuente: Elaboración propia a partir de las Memorias Anuales

El mercado de cruceros es cada día más exigente, dinámico y competitivo. Es por ello que la Autoridad Portuaria de Gijón trabaja con esmero para aumentar este tipo de tráficos. En este sentido, la Ampliación de El Musel busca crear un punto de atraque perfecto para los buques de mayor tamaño. Además participa en la Asociación *Cruise Europe*, para promocionar el Atlántico, está en las principales ferias del sector en todo el mundo y participa todos los años en numerosos foros.

## 4. CUESTIONARIO Y DESCRIPCIÓN DE LOS DATOS

Para la obtención de los datos se realizó un cuestionario que constaba de quince preguntas, algunas de ellas desglosada en más apartados, que abordaban diversos aspectos sobre los pasajeros y su escala en Gijón. Se realizaron en el período comprendido entre abril y junio de 2013.

Las entrevistas se efectuaron de forma directa en la zona del Puerto Deportivo de Gijón, lugar desde donde salían los autobuses lanzadera de vuelta a El Musel con los que ya habían visitado la ciudad, y en el propio Puerto, a pie del buque.

Otro mecanismo al que se recurrió para la recolección de los datos fue entregarles la encuesta en mano, dentro de los autobuses para que la rellenasen y la entregasen cuando llegaran al Puerto, tras haber visitado Gijón o realizado alguna excursión.

La encuesta está dividida en tres secciones. La primera parte consta de tres preguntas dirigidas únicamente a los pasajeros, y deja fuera a la tripulación. En ella se pretendía obtener información acerca de si era o no el primer crucero realizado, con quién viajaban y si habían contratado alguna excursión por Asturias o Gijón.

La segunda sección estaba encaminada a conocer las actividades que realizaron durante su escala en la ciudad para, además, ver cuál fue el comportamiento de gasto de pasajeros y tripulación.

Las últimas preguntas estaban destinadas a buscar el perfil del viajero e incluían variables socio-demográficas (edad, sexo, nacionalidad, nivel de estudios, profesión y renta).

La encuesta fue traducida al inglés y se recogieron datos de cuatro cruceros que hicieron escala en El Musel entre abril y junio. El total de cruceristas que llegaron durante ese período de tiempo fueron 6.670, habiéndose realizado **308 entrevistas**, de las que 25 fueron a tripulantes y el resto a pasajeros.

Se llevó a cabo un muestreo aleatorio, pero muy limitado a la disponibilidad del individuo para responder ante las dificultades de la situación a pie de barco, razón por la cual no puede entenderse técnicamente como un método aleatorio simple. La imposibilidad de fijar un muestreo sistemático por cuotas, debido a la escasez de tiempo, hizo que se optase finalmente por un muestreo exhaustivo.

Con ese número de encuestas realizadas el error máximo sería del 5.45%, al 95% de confianza en las estimaciones. La ficha técnica referente a los cuestionarios empleados se presenta en la Tabla 5. Así mismo, en el Anexo se puede ver un modelo de las encuestas usadas para este trabajo. Por su parte, en la Tabla 6 se muestra un resumen de los cruceros y de la población que ha servido para la realización del estudio.

Tabla 5. Ficha técnica del estudio de campo realizado

<b>Tipo de encuesta realizada</b>	Personales/ auto-completadas.
<b>Lugar de realización de la encuesta</b>	A pie de buque y en el centro de la ciudad (parada de los autobuses lanzadera)
<b>Horario de trabajo</b>	Aproximadamente dos horas después de la llegada del buque, hasta una hora antes de la salida del mismo.
<b>Universo</b>	Turistas y tripulantes del buque.
<b>Tamaño muestral</b>	308 individuos
<b>Duración del trabajo de campo</b>	Meses de abril, mayo y junio de 2013.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6. Características de la población de cruceristas con escala en el Puerto de Gijón. Abril- junio de 2013.

CRUCERO	FECHA	CAPACIDAD	SEXO		PRINCIPALES NACIONALIDADES		TAMAÑO MUESTRAL
			F	M	Norteamérica	Europa	
Seabourn Soujourn	13/05/2013	780	37,5	62,5	62,5 %	25%	24
Seabourn Pride	16/05/2013	368	52,5	47,5	62,5%	20%	40
Adventure of the Seas	27/05/2013	5018	49	51	5,5%	87%	180
Silver Cloud	02/06/2013	504	35,9	64,1	46,8%	21,7%	64
<b>TOTAL</b>		<b>6670</b>	<b>43,7</b>	<b>56,3</b>	<b>44,13%</b>	<b>38%</b>	<b>308</b>

Fuente: Elaboración propia

A continuación se presentan los resultados referentes a aspectos descriptivos de la demanda de cruceros en Gijón.

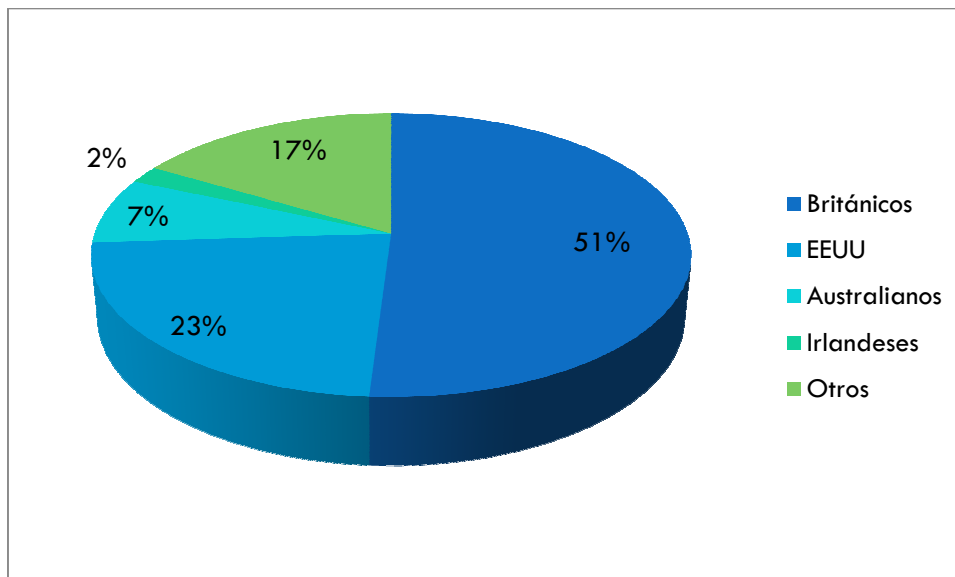
#### 4.1 Perfil de los pasajeros.

Los puntos siguientes abordan los resultados obtenidos a partir de las encuestas referentes a nacionalidad, sexo, edad y nivel de estudios de los cruceristas.

**Nacionalidad.** La nacionalidad predominante fue la europea (59% de los encuestados), seguida de la norteamericana (23% de los entrevistados). Dentro de Europa, el mercado turístico más importante es, con diferencia, el británico, ya que se representa el 51% de la muestra de entrevistados totales.

En el Gráfico 8 se puede observar con más detalle la distribución de las principales nacionalidades de los turistas de crucero.

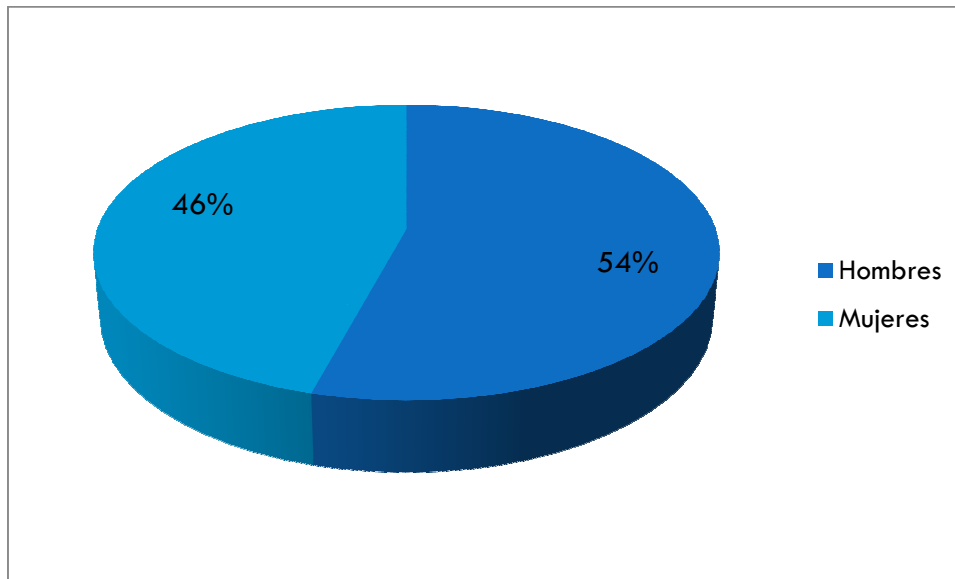
**Gráfico 8. Nacionalidades de los turistas de crucero**



Fuente: Elaboración propia

**Sexo.** La diferencia entre hombres y mujeres no es muy importante, si bien es cierto que se aprecia una mayor importancia del género masculino, que representan el 54,2% frente al 45,8% de las mujeres. En el Gráfico 9 se presenta esta diferenciación.

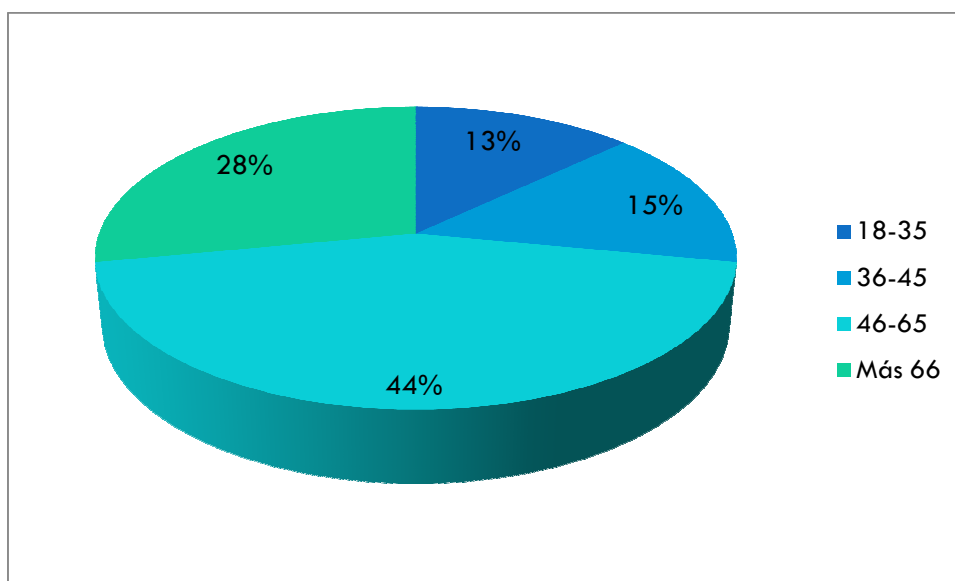
Gráfico 9. Sexo de los cruceristas



Fuente: Elaboración propia

**Edad.** Los adultos entre 46 y 65 años son el segmento de edad más numeroso entre los entrevistados, representando un 44% del total. A este le sigue la fracción de más de 66 años, con un 28%. Estos resultados muestran que, lejos de lo que muchas veces la intuición nos dicta sobre que el turismo de cruceros es más típico de la tercera edad, lo cierto es que parecen predominar los adultos de mediana edad. Al igual que en los casos anteriores, el Gráfico 10 ilustra estos resultados.

Gráfico 10. Edad de los cruceristas

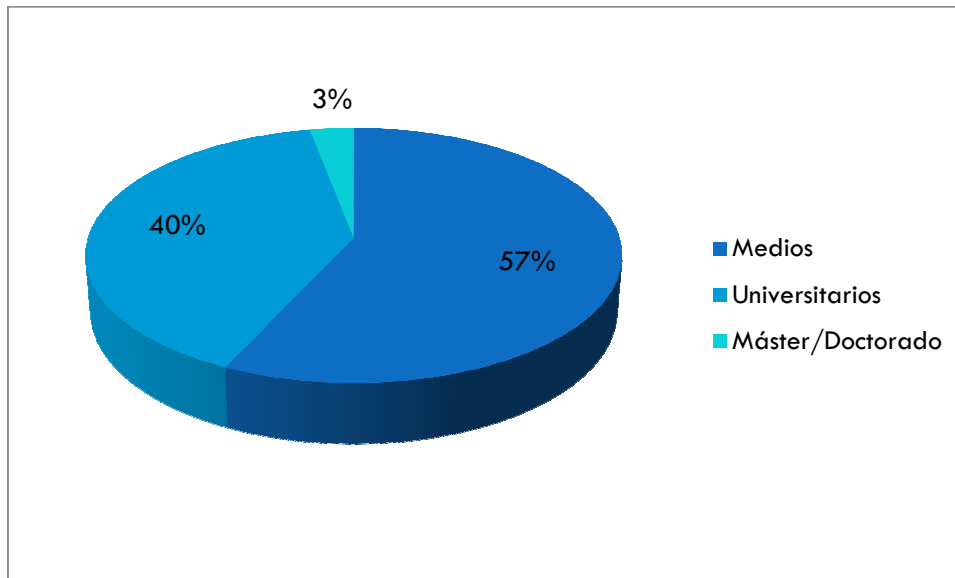


Fuente: Elaboración propia



**Nivel de estudios.** El grupo más predominante es de los individuos con estudios medios, con un 57% del total de encuestados. No obstante, el 43% restante afirma tener estudios universitarios, máster o doctorado, lo que muestra que una gran parte de los cruceristas tiene una cualificación elevada (véase Gráfico 11).

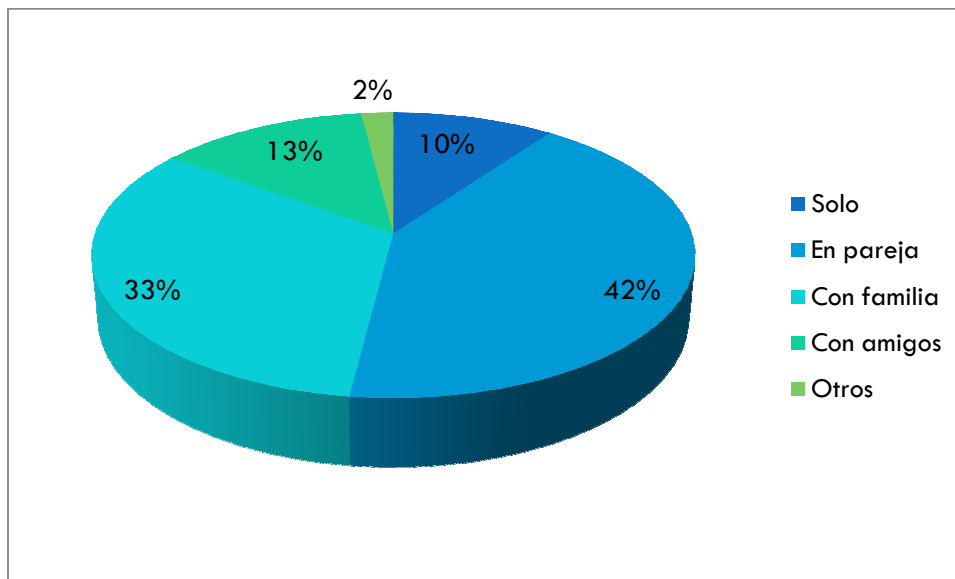
**Gráfico 11. Nivel de Estudios de los cruceristas**



Fuente: Elaboración propia

**Con quién viaja.** La gran mayoría de pasajeros realiza el crucero en pareja (42% del total). Le siguen en importancia, con un 33% del total de encuestados, los que viajan en familia. A bastante distancia de estos cruceristas se encuentran los que viajan con amigos (13%) y los que lo hacen solos (10% del total). El resto de respuestas se corresponden con casos muy aislados. Estos resultados, que en principio están muy relacionados con el motivo del viaje, se presentan en el Gráfico 12.

Gráfico 12. Compañía de los cruceristas

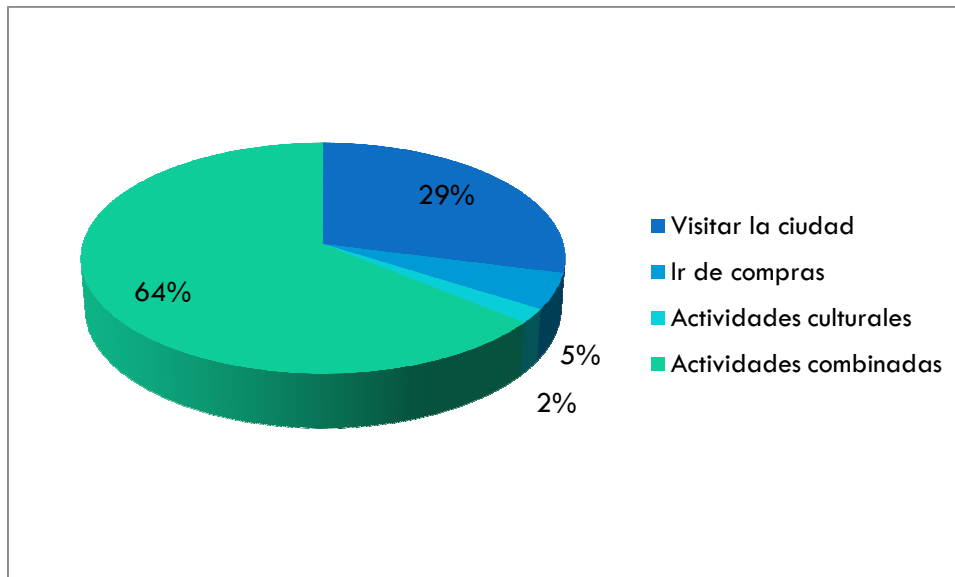


Fuente: Elaboración propia

## 4.2 Comportamiento de los viajeros en la escala

En este apartado se describirá cuál ha sido el comportamiento de los turistas durante su escala en Gijón, en cuanto a las actividades realizadas y al uso de transportes para visitar la ciudad.

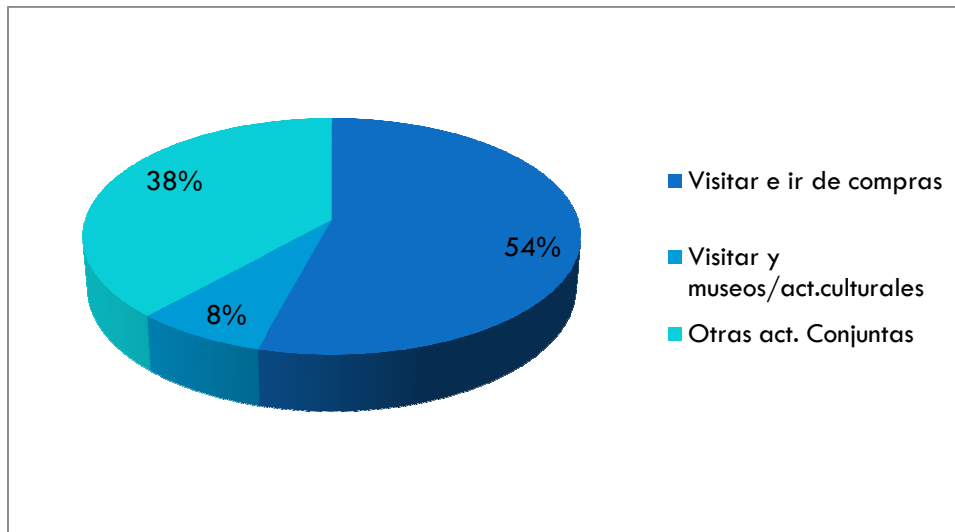
**Actividades realizadas.** En primer lugar se presenta el porcentaje de individuos que realizó, de forma exclusiva, las distintas actividades posibles por las que se preguntaba. Esto es, por ejemplo, que sólo hayan visitado la ciudad o que únicamente hayan bajado del buque con la intención de ir de compras. En el Gráfico 13 se presentan los resultados correspondientes a estas situaciones.

**Gráfico 13. Actividades realizadas de forma exclusiva por los cruceristas**

Fuente: Elaboración propia

Como se puede apreciar, el dato relativo a los que simplemente se dedican a visitar la ciudad y caminar por sus calles es bastante importante (29% del total). Sin embargo, los que sólo bajan con intención de ir de compras o de museos es prácticamente marginal (5% y 2% del total, respectivamente). Estas cifras pueden parecer poco alentadoras a priori, dado que es interesante desde el punto de vista del impacto económico, que los turistas tengan interés por comprar en la ciudad y visitar sus museos o zonas de interés cultural. No obstante, lo cierto es que la mayoría de los turistas, como era de esperar, se bajan del crucero con intención de hacer más de una actividad (64% del total de encuestados).

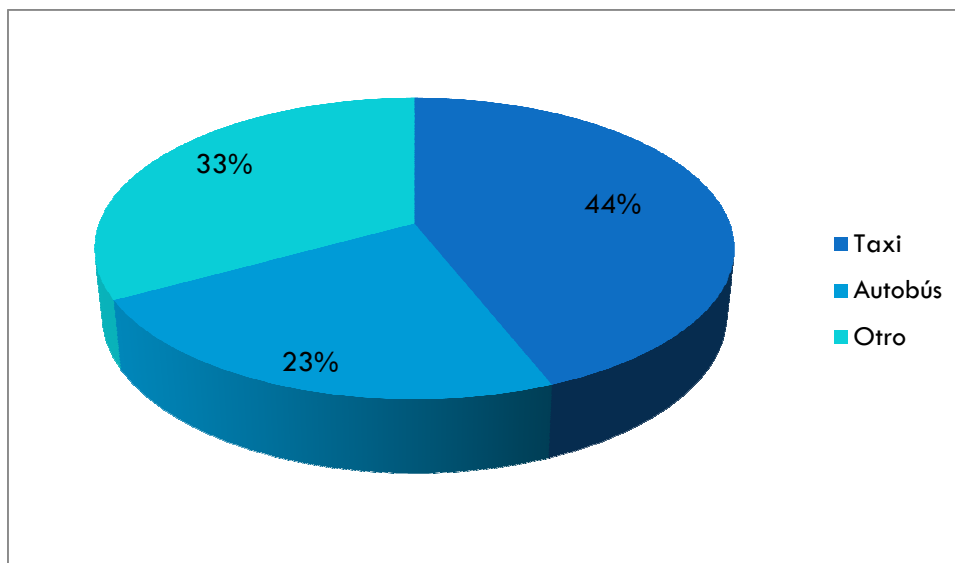
En el Gráfico 14 se presentan cuáles son las actividades conjuntas preferidas por los viajeros, destacando que la mayoría de los turistas bajan del buque en el puerto con la intención de conocer la ciudad, pero que lo complementan con otras actividades, en especial con las compras, ya que como se puede observar, más de la mitad de los entrevistados afirma haber realizado alguna de esas actividades.

**Gráfico 14. Actividades realizadas de forma combinada por los cruceristas**

Fuente: Elaboración propia

**Uso del transporte en la ciudad.** Del total de entrevistados, los que usaron un medio de transporte para moverse dentro del municipio de Gijón fueron un 22%. El resto se sirvió únicamente de los autobuses lanzadera puestos a su disposición para ir del Puerto al centro de la ciudad, y una vez decidieron pasear por la misma.

Dentro de los que sí usaron algún modo de transporte adicional a las lanzaderas, el taxi fue el que más usaron, de hecho, un 44% de ellos afirmó haber cogido alguno para moverse por Gijón. Un 23% usó un autobús de línea regular, y el 33% restante se movió mediante otro medio de transporte, en especial, el bus turístico. Hay algún caso aislado de entrevistados que alquiló un coche o bicicleta. En el Gráfico 15 se ilustra lo escrito anteriormente.

**Gráfico 15. Medios de transporte usados para visitar Gijón**

Fuente: Elaboración propia

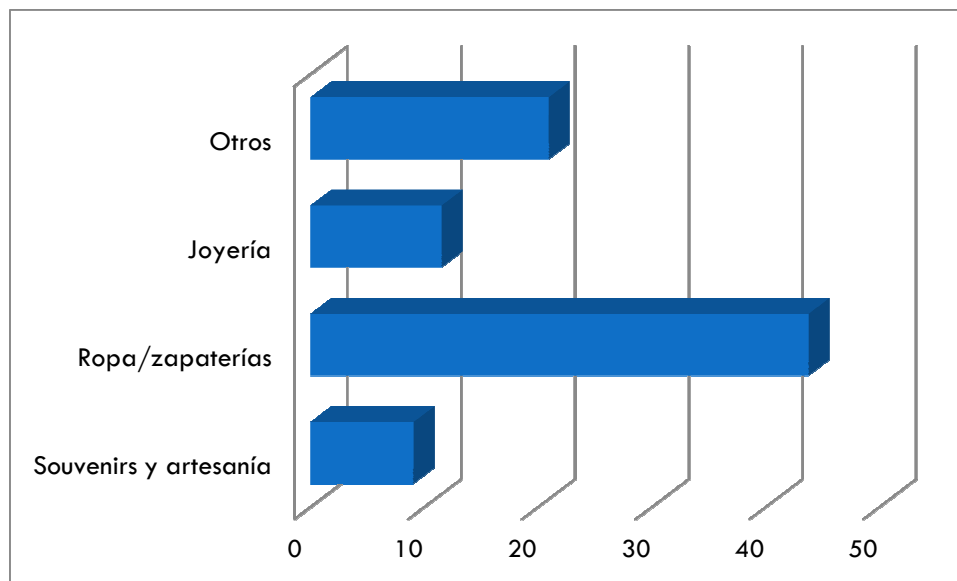
### 4.3 Comportamiento de gasto

En este epígrafe se analizará el gasto turístico realizado por los cruceristas y su desagregación en diferentes conceptos.

**Gasto en compras.** Para calcularlo se ha tomado como indicador el **gasto medio por persona** durante su escala. Dentro de este gasto se ha incluido el gasto en regalos y artesanía, ropa, joyería, etc.

Es preciso aclarar que del total de encuestados, un 59% de ellos afirma haber realizado gasto en algunas de las categorías por las que se preguntaba. De todos los que afirmaron haber realizado algún tipo de compras, la respuesta que predomina, con diferencia, es la partida de "souvenirs/artesanía", dado que el 99% del total afirmó haber adquirido algún objeto perteneciente a esta categoría. Le sigue en importancia, pero con una frecuencia mucho menor, la "ropa y calzado" (19% del total). Solamente un 6% de los cruceristas realizó compras en "joyerías" y un 12% gastó en otras categorías diferentes a las mencionadas.

El gasto medio por persona en "souvenirs y artesanía", dentro de los que realizaron compras, fue de 9 euros, en "ropa y calzado" de 43,74 euros y en "joyerías" de 11,50 euros, mientras que a la categoría "otros" le corresponde un gasto promedio de 20,90 euros (Gráfico 16).

**Gráfico 16. Gasto medio en compras por crucerista (euros)**

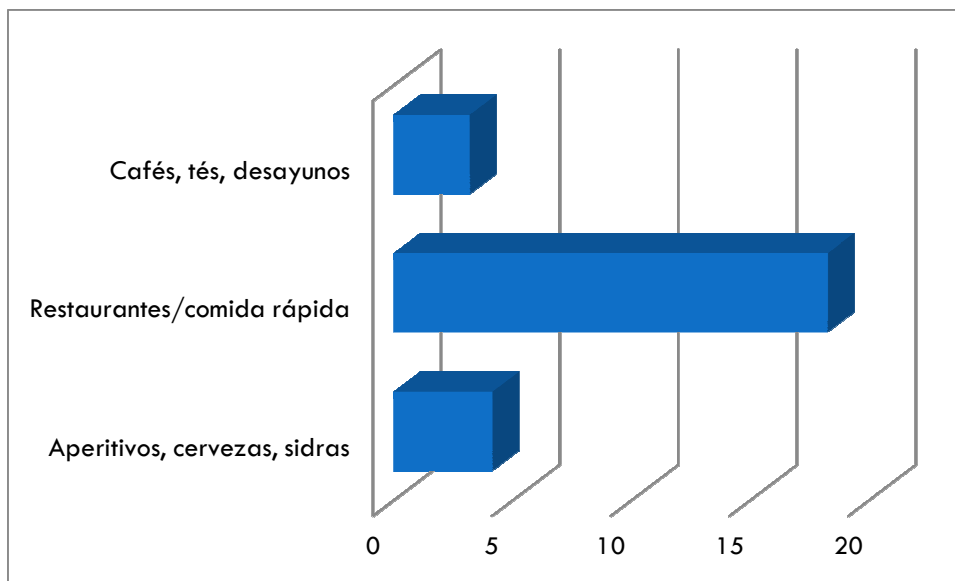
Fuente: Elaboración propia

**Gasto en excursiones.** El gasto medio en excursiones se estima en 117,17 euros por persona. Este dato representa únicamente a aquellos cruceristas que admiten haber realizada algún pago por este concepto y que suponen entorno al 16% de los que contestaron a esta pregunta.

**Gasto en cafeterías y restaurantes.** El 57% de los encuestados afirmaron haber realizado gasto en esta categoría. Esta rúbrica se dividió, a su vez, en tres apartados:

- **Gasto en bebidas: aperitivos, cervezas, sidra.** El gasto medio por crucerista en esta categoría fue de 4,15 euros.
- **Gasto en restaurantes/ comida rápida.** En esta partida, el gasto medio por individuo se situó en 18,25 euros.
- **Gasto en cafés, té, desayunos.** El gasto medio en este concepto resultó ser de 3,20 por crucerista.

El Gráfico 17 ilustra esta distribución del gasto en cafeterías y restaurantes.

**Gráfico 17. Gasto medio en restaurantes y cafeterías (euros)**

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, señalar que considerando todas las partidas de gasto en las que incurre el crucerista en la visita a Gijón, el importe medio de su gasto turístico se eleva a 44,19 euros por persona. Esta es una magnitud superior a la establecida por el SITA para el turista en alojamiento privado que visitó la ciudad en 2012 (38,12 euros por persona y día), y ligeramente más elevada a la del excursionista (41,11 euros), si bien queda alejada del gasto promedio que suele realizar el turista de alojamiento colectivo (91,32 euros), debido a la incidencia que tiene en él la hotelería.

## 5. METODOLOGÍA

En los siguientes apartados se estimará la relación existente entre el gasto total de los cruceristas y ciertas variables explicativas, relativas tanto al perfil socioeconómico de la persona como a ciertas características del crucero. Dado que se utiliza la información individual recogida en las encuestas, donde existe un número significativo de observaciones nulas de la variable a explicar, se debería proceder a la estimación de modelos censurados. Estos son aplicables cuando en la muestra alguna de las observaciones toma valor cero y el resto se distribuye de forma aproximadamente continua para valores positivos. Se supondrá que dichas observaciones nulas estarían indicando soluciones de esquina en el proceso de maximización de la utilidad del consumidor, o también no participación, esto es, que el individuo no puede ser consumidor para algunos valores de las variables explicativas.

Las tres alternativas econométricas más usuales que se plantean para datos censurados son el modelo Tobit (Tobin, 1958), el modelo de doble valla propuesto por Cragg (1971) y el de selección muestral de Heckman (1979).

El modelo tobit constituye una extensión del modelo probit desarrollado por el economista James Tobin (1958). En esencia, consiste en expresar la respuesta observada de la variable dependiente,  $y_i$ , en función de una variable latente,  $y_i^*$ , no directamente observable y que está detrás del comportamiento efectivamente observado del individuo. Así, en este trabajo,  $y_i^*$  representaría el nivel de gasto turístico deseado por el crucerista  $i$  en la región del puerto de escala, mientras que  $y_i$  mide su gasto observado. Luego el modelo tobit se podría expresar de la siguiente forma:

$$y_i^* = x_i\beta + u_i$$

$$\begin{cases} y_i = y_i^* & \text{si } y_i^* > 0 \\ y_i = 0 & \text{si } y_i^* \leq 0 \end{cases}$$

siendo  $x_i$  un conjunto de variables explicativas,  $\beta$  el vector de parámetros a estimar y  $u_i$  perturbaciones aleatorias idéntica e independientemente distribuidas,  $u_i \sim N(0, \sigma^2)$ . Esto implica que la variable latente  $y_i^*$  también sigue una distribución normal,  $y_i^* \sim N(x_i\beta, \sigma^2)$ .

La relación entre la variable latente (nivel de gasto deseado por el crucerista) y la variable observada sería:  $y_i = \max(0, y_i^*)$ . En aquellos casos en que  $y_i^* \leq 0$ , el valor de la variable latente es reemplazado por un cero.

Siempre que se cumplan los supuestos de normalidad y varianza constante de las perturbaciones, el estimador de máxima verosimilitud del modelo tobit será consistente.

El ajuste mediante un modelo univariante como el tobit parecería más limitado que las otras dos alternativas consideradas, porque impone la restricción de que el efecto de las variables relevantes sobre la decisión de participar (realizar gasto turístico) y la cantidad demandada (cuantía del gasto) sean iguales. Y podría suceder que una misma variable puede afectar de forma muy diferente al hecho de decidir realizar consumo y al nivel de gasto efectivo que se realiza.

En este sentido, los modelos bivariantes (Heckman, 1979 y Cragg, 1971), constituyen una alternativa más general al modelo tobit, al modelizar tanto la decisión de comprar como la de cuánto gastar. La propuesta de Cragg (1971) considera esas dos partes en el proceso de decisión del individuo pero presuponiendo independencia entre ambas. Así se tendrá una ecuación de participación en la que el crucerista  $i$  decide si gasta o no en la región del puerto de destino. Esta ecuación se puede especificar usando un modelo de probabilidad (modelo probit), en el que la propensión a realizar gasto turístico,  $y_{1i}^*$ , viene explicada por un conjunto de variables  $Z_i$ , de forma que:  $y_{1i}^* = z_i\gamma + u_{1i}$ ;  $u_{1i} \sim N(0, \sigma_1^2)$

La variable  $y_{1i}^*$  no sería directamente observable, pero si una variable dicotómica  $y_{1i}$  que muestra si el crucerista ha efectuado gasto o no:

$$\begin{cases} y_{1i} = 1 & \text{si } y_{1i}^* > 0 \\ y_{1i} = 0 & \text{si } y_{1i}^* \leq 0 \end{cases}$$



A continuación, si el crucerista decide hacer gasto turístico, el nivel del mismo,  $y_{2i}$ , que vendría determinado por un conjunto de variables explicativas  $X_i$  a través de un modelo de regresión truncada, tal que:  $y_{2i} = X_i\beta + u_2$  si  $y_{1i}^* > 0$ , con  $u_{2i} \sim N(0, \sigma_2^2)$ , siendo  $\gamma$  y  $\beta$  los parámetros a estimar.

Como la decisión de gasto no está correlacionada con la de cuánto gastar, la covarianza  $\sigma_{12} = 0$ . Luego este modelo conlleva la existencia de una doble valla en el comportamiento del turista. Podría suceder que el crucerista, una vez tomada la decisión de gastar (primera valla), realizase un consumo turístico nulo de acuerdo al valor de las variables explicativas  $X_i$  (segunda valla). En este sentido, el modelo de Cragg incorpora dos mecanismos para el valor cero, uno que representa no participación en el consumo y otro que representa soluciones de esquina. En definitiva, lo que se tendría es una combinación de un modelo de regresión truncado con un probit univariante.

Entonces, a diferencia de un modelo tobit, la probabilidad de que  $y_{1i}^* > 0$  y el valor de  $y_{2i}$ , dado  $y_{1i}^* > 0$ , están determinados por diferentes mecanismos (distintos parámetros  $\gamma$  y  $\beta$ ). En todo caso, debe notarse que el modelo tobit estaría anidado dentro de la alternativo propuesto por Cragg siempre y cuando  $Z_i = X_i$  y  $\gamma = \beta/\sigma_2$ . Esto podría contrastarse si se estima por separado el modelo de regresión truncada, el modelo probit y el modelo tobit, y se calcula el siguiente estadístico de cociente de verosimilitudes (véase por ejemplo Greene, 2005):

$\lambda = -2 [\ln L_T - (\ln L_P + \ln L_{TR})]$ , siendo  $L_T$  la verosimilitud del modelo tobit,  $L_P$  la verosimilitud del modelo probit y  $L_{TR}$  la verosimilitud del modelo de regresión truncada. El estadístico calculado se compararía con una distribución  $\chi^2$  con  $n$  grados de libertad (el número de coeficientes del modelo tobit).

De forma muy simple, se podría decir que el modelo de Heckman es también un modelo bivariante como el de Cragg, pero que a diferencia de este, la decisión discreta de efectuar gasto o no, y la decisión continua de escoger el nivel de consumo, sí estarían correlacionadas. Esto es, en la formulación anterior, se tendría que la covarianza  $\sigma_{12} \neq 0$ . Más concretamente, se considera que las perturbaciones  $u_1$  y  $u_2$  siguen una distribución normal bivariante, con medias cero, desviaciones estándar  $\sigma_1$  y  $\sigma_2$  respectivamente, y coeficiente de correlación  $\rho$ . Este modelo puede estimarse por máxima verosimilitud. Los resultados de este modelo pueden ser interpretados como los de la estimación simultánea de un modelo probit y tobit.

## 5.1 Datos y especificación del modelo

En este trabajo se seguirá la práctica más común de la economía aplicada cuando se enfrenta a un problema de censura muestral, que es comenzar por la estimación de un modelo tobit. Pero de acuerdo a lo comentado anteriormente, la estrategia empleada para elegir el modelo finalmente preferido debería continuar contrastando las hipótesis de normalidad y homocedasticidad del modelo tobit. En caso de rechazarlas, se estimarían los dos modelos bivariantes expuestos. Si el coeficiente de correlación  $\rho$  del modelo de Heckman no fuera estadísticamente distinto de cero, se

optaría por elegir el modelo de Cragg. En esta situación, además, se realizaría un contraste adicional para verificar si el modelo tobit se encuentra anidado en el de doble valla.

La **variable dependiente** utilizada en todas las ecuaciones es el gasto total de los cruceristas, según se ha descrito en el apartado 4.3, obtenido como la suma del gasto en compras, excursiones y transporte, y cafeterías y restaurantes. Ese gasto total se ha transformado logarítmicamente para mitigar, en lo posible, problemas de heterocedasticidad.

Por su parte, la mayoría de las variables explicativas utilizadas en las regresiones son discretas y binarias. De un lado se han considerado las que definen el perfil socioeconómico de los cruceristas, como su edad, nivel de renta, género y acompañamiento en el viaje. De otro lado, se han incluido dos variables adicionales ligadas a la logística de los cruceros y, sobre las que la autoridad portuaria o el decisor público podrían tener cierto control en un futuro. Se refieren tanto al número de horas que pasan los cruceristas en tierra, relacionado directamente con la duración de la escala en puerto de los buques, y al hecho de si los cruceros que llegan al puerto son o no de lujo.

La Tabla 7 muestra una descripción de todas estas variables, así como algunos descriptivos de las mismas. En la última columna de esa tabla se presenta el signo esperado que deberían tener las variables explicativas, de acuerdo a la evidencia reseñada en la literatura sobre el tema. En general, se esperaría que el crucerista más joven, con ingresos más elevados, que realiza el viaje en grupo y que permanece más tiempo desembarcado fuese quien debería realizar un mayor gasto.

**Tabla 7. Definición de las variables, estadísticos descriptivos y signos esperados en las ecuaciones**

<b>Variable dependiente</b>	<b>Definición</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>	<b>Signo esperado</b>
GTOTAL	Gasto total del crucerista (euros)	37,31	68,63	
Ln(GTOTAL)	Logaritmo del gasto total	2,57	1,60	
GTOTALPOS	Gasto total del crucerista (euros) cuando éste es mayor que cero	44,19	72,65	
<b>Variables explicativas</b>	<b>Definición</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>	<b>Signo esperado</b>
Edad <36	Edad inferior a 36 años = 1 ; en otro caso = 0	0,12	0,33	(a)
Edad 36-45	Edad entre 36 y 45 años = 1 ; en otro caso = 0	0,15	0,36	-
Edad 46-65	Edad entre 46 y 65 años = 1 ; en otro caso = 0	0,43	0,49	-
Edad >65	Edad superior a 65 años = 1 ; en otro caso = 0	0,28	0,45	-
Renta baja	Ingreso mensual inferior a 2.000 € = 1 ; en otro caso = 0	0,22	0,41	(a)
Renta media	Ingreso mensual superior a 2.000 € e inferior a 4.000 € = 1 ; en otro caso = 0	0,54	0,49	+
Renta alta	Ingreso mensual superior a 4.000 € e inferior a 6.000 € = 1 ; en otro caso = 0	0,19	0,39	+
Renta muy alta	Ingreso mensual superior a 6.000 € = 1 ; en otro caso = 0	0,04	0,20	+
Hombre	Hombre = 1 ; Mujer = 0	0,54	0,49	(b)
Grupo >4 personas	Viaja en grupo de 4 o más personas = 1 ; en otro caso = 0	0,29	0,45	+
Horas fuera puerto	Horas que pasa desembarcado	3,66	1,24	+
Crucero lujo	Crucero de lujo de la compañía Seabourn Cruise Lines = 1 ; en otro caso = 0	0,21	0,40	(b)

Nota: (a) Grupo de referencia

(b) Valor indeterminado a priori

## 6. RESULTADOS EMPÍRICOS

Los resultados de estimar el gasto total de los cruceristas utilizando un modelo tobit se muestran en la Tabla 7. La mayoría de las variables explicativas han resultado significativas. En particular, parece deducirse que, en relación a los turistas más jóvenes, los de más edad tienden a contraer sus niveles de consumo, especialmente aquellos comprendida entre los 36 y 45 años. Las variables “renta alta” y “muy alta” son significativas, afectando, como era de esperar, positivamente al consumo. Teniendo en cuenta que el grupo de referencia es el de las personas con menos ingresos, se infiere también que el individuo de “renta intermedia” no se comporta de manera diferente al de menores ingresos. El hecho de viajar en “grupo de más de cuatro personas” incide positivamente en el gasto total de los cruceristas, lo que apuntaría a la existencia de un efecto demostración en el consumo. De forma similar, la variable “horas fuera del puerto” también resulta significativa y con coeficiente positivo. Al contrario, el que recale en el puerto un “cruce de lujo”, *ceteris paribus* las otras variables, incide negativamente en el gasto turístico debido, seguramente, a que sus pasajeros prefieren realizar sus consumos en comidas y bebidas dentro del propio buque, donde se les ofrece un nivel de calidad muy alto. Por otro lado, el género de las personas no parece tener ninguna influencia en sus patrones de gasto turístico.

Otras variables de las que se dispone de información pero que no han resultado significativas en ningún caso, han sido la nacionalidad de los cruceristas, el controlar por el hecho de que el viajero realizara su primer crucero o el nivel de educación de los individuos.

**Tabla 7. Resultados de la estimación del modelo tobit**

Variable explicativa	Coefficientes	t-Student
Edad 36-45	-0.7862	-2.46**
Edad 46-65	-0.4672	-1.69*
Edad >65	-0.6714	-2.06**
Renta media	0.2311	0.94
Renta alta	0.6051	1.93*
Renta muy alta	1.4921	3.37***
Hombre	-0.1124	-0.59
Grupo >4 personas	0.3798	1.85*
Horas fuera puerto	0.6049	7.80***
Crucero lujo	-0.5982	-2.17**
Constante	0.5062	1.27
Log de la función de verosimilitud	-549.34	

R <sup>2</sup> /Pseudo-R <sup>2</sup>	0.064	
$\sigma$	1.623	
Nº obs.	308	
Obs. no censuradas	260	

Nota: \*, \*\* y \*\*\* indican valores significativos a niveles del 10%, 5% y 1%, respectivamente.

El siguiente paso en la estrategia de estimación consiste en contrastar los supuestos de normalidad y homocedasticidad en la distribución del error del modelo tobit. Para ello se ha aplicado la propuesta de Cameron y Trivedi (2005). Los estadísticos NR<sup>2</sup> de los contrastes arrojan valores de 73,58 para el test de normalidad y de 122,55 para el de homocedasticidad. En ambos casos, las probabilidades de aceptar las hipótesis nulas de perturbaciones normales y con varianza constante son cero. En consecuencia, el estimador de máxima verosimilitud del modelo tobit sería inconsistente, haciéndose necesario proceder a estimar los modelos bivariantes.

Así pues, los resultados de las estimaciones de los modelos de doble-valla de Cragg y de selección de Heckman se muestran en la Tabla 8. El signo y la significatividad de los coeficientes son muy similares entre ambas especificaciones, tanto para la primera valla o ecuación de selección como para la segunda valla o ecuación de consumo. En relación a los resultados del modelo tobit, debe señalarse que en la ecuación de la primera valla deja de resultar significativa la variable “crucero de lujo”, es decir, la llegada de estos buques no afectaría a la probabilidad de efectuar gasto turístico. En sentido contrario, ahora la variable de género “hombre” impactaría negativamente en la probabilidad de realizar gasto.

Por lo que se refiere a la ecuación de la segunda etapa, tan sólo cuatro variables explicativas han resultado ser significativas a la hora de explicar el nivel del consumo que hacen los cruceristas. Incidiría negativamente en el gasto turístico el pertenecer al grupo de edad intermedia, entre 36 y 45 años. También influye negativamente en el nivel de consumo el hecho de que el individuo viaje en un crucero de lujo. Al contrario, una incidencia positiva sobre el consumo se atribuye al crucerista que posee un nivel de ingresos muy alto y a la variable “horas fuera de puerto”. Estos resultados también se habían alcanzado en la estimación del modelo tobit.

Tabla 8. Resultados de las estimaciones de los modelos bivariantes

Variable explicativa	Doble-valla independiente		Modelo de Heckman	
	Coefficientes	t-Student	Coefficientes	t-Student
Primera valla				
Edad 36-45	-0.5329	-1.30	-0.6132	-1.41
Edad 46-65	-0.6426	-1.90*	-0.7179	-1.95*
Edad >65	-0.8352	-2.29**	-0.8084	-2.14**
Renta media	0.1528	0.65	0.1157	0.48
Renta alta	0.5781	1.78*	0.5190	1.52
Renta muy alta	1.0653	2.06**	1.0726	1.97**
Hombre	-0.3386	-1.78*	-0.3973	-2.09**
Grupo >4 personas	0.6380	2.61***	0.6118	2.47***
Horas fuera puerto	0.3720	3.25***	0.3956	3.29***
Crucero lujo	-0.3151	-1.16	-0.4325	-1.57
Constante	0.2542	0.53	0.3218	0.64
Segunda valla				
Edad 36-45	-0.5521	-2.19**	-0.4419	-1.77*
Edad 46-65	-0.0485	-0.23	-0.0560	-0.26
Edad >65	-0.0848	-0.33	-0.0076	-0.03
Renta media	0.2162	1.12	0.1780	0.97
Renta alta	0.3340	1.34	0.2619	1.02
Renta muy alta	0.9369	2.66***	0.7743	2.18**
Hombre	0.1434	1.01	0.2237	1.45
Grupo >4 personas	-0.0781	-0.49	-0.1606	-0.89
Horas fuera puerto	0.4437	7.49***	0.3820	4.63***
Crucero lujo	-0.5359	-2.33**	-0.4651	-1.99**
Constante	1.3245	4.26***	1.6403	3.95***
Log de la función de verosimilitud	-505.26		-509.86	
$\lambda$			-0.588	
$\sigma_2$	1.118		1.155	
Nº obs.	308		308	
Obs. no censuradas	260		260	

Nota: \*, \*\* y \*\*\* indican valores significativos a niveles del 10%, 5% y 1%, respectivamente.

Por otra parte, el test de independencia de las ecuaciones del modelo de Heckman, como se comentó, se centra en el valor del coeficiente  $\rho$ . El contraste  $\rho=0$  dio lugar a un valor  $\chi^2(1) = 1.01$ , con una probabilidad de 0.314 de aceptar la hipótesis nula. En consecuencia, no se podría rechazar la independencia entre la ecuación de selección y la de determinación de nivel del gasto, lo que apoyaría la elección del modelo de Cragg frente al de Heckman.

Como ha sido explicado, el estadístico del cociente de verosimilitudes,  $\lambda$ , sirve para discriminar entre el modelo de Cragg que supone independencia entre las dos etapas y el modelo tobit. Los valores calculados para el logaritmo de la verosimilitud en los modelos probit, de regresión truncada y tobit son -114,16, -389,20 y -549,34, respectivamente. Entonces el estadístico  $\lambda = 91,93$ , y dado que se distribuye como una  $\chi^2$  con 11 grados de libertad, la probabilidad de aceptar la hipótesis nula de que el modelo de Cragg se reduce al modelo tobit tan solo es de 0.004. En conclusión, el modelo más apropiado en este trabajo para explicar el consumo turístico de los cruceristas resultaría ser el de doble-valla de Cragg.

Finalmente, se presenta una interpretación más sencilla de los resultados obtenidos de este modelo de doble-valla. Esto se consigue calculando los efectos marginales de las distintas variables explicativas sobre la probabilidad de realizar gasto, sobre el nivel condicionado del gasto (sobre el nivel de consumo una vez superada la primera valla), y sobre el nivel incondicionado del gasto o efecto total. Dichos resultados se muestran en la Tabla 9, destacando la importancia que tiene sobre el gasto turístico las personas de ingresos altos y muy altos, así como las horas que el crucerista puede pasar en tierra visitando la ciudad.

En concreto, en lo que se refiere a la variable renta, y tomando como referencia aquellos visitantes con ingresos mensuales inferiores a 2.000 euros, la llegada de un crucerista de renta media lograría incrementar el gasto turístico promedio en un 61,4% (véase la última columna de la Tabla 9). Si el crucerista que desembarca posee renta muy alta, el aumento en el gasto medio se elevaría al 138,2%. Además, cada hora adicional sobre el tiempo medio de permanencia del crucerista fuera del puerto, provocaría un aumento del consumo del 57,6%. En sentido contrario, en relación al grupo de cruceristas más joven, los de mediana edad reducen el consumo promedio en un 75,8% y los más mayores en un 56,1%. Además, si el crucero es de lujo frente a otros buques más populares, de un pasaje más número, resulta que en el puerto de Gijón se provocaría una disminución del gasto turístico medio del 61,7%.

Tabla 9. Efectos marginales

Variable explicativa	Probabilidad de participación gasto	Sobre el nivel condicionado de gasto	Sobre el nivel incondicionado de gasto (efecto total)
Edad 36-45	-0.111	-0.526**	-0.758**
Edad 46-65	-0.134**	-0.046	-0.418
Edad >65	-0.174**	-0.081**	-0.561**
Renta media	0.03	0.206	0.264
Renta alta	0.120*	0.324**	0.614**
Renta muy alta	0.222**	0.894***	1.382***
Hombre	-0.070*	0.136	-0.084
Grupo >4 personas	0.133**	-0.074	0.313
Horas fuera puerto	0.077***	0.423***	0.576***
Crucero lujo	-0.065	-0.511***	-0.617***

Nota: \*, \*\* y \*\*\* indican valores significativos a niveles del 10%, 5% y 1%, respectivamente.

## 7. RESUMEN Y CONCLUSIONES

En este Trabajo Fin de Máster se ha realizado un análisis económico de turismo de cruceros en el Puerto de El Musel. El estudio desarrollado forma parte de un proyecto más amplio que intenta cuantificar el impacto económico de este tipo de turismo para la ciudad de Gijón. El informe de la investigación que aquí se presenta se ha centrado en determinar el patrón de gasto de los cruceristas que llegaron al Puerto de Gijón durante 2013 y analizar los factores de los que depende. Para ello se realizaron encuestas individuales que trataron de delimitar, para cada turista, cuál fue su nivel de gasto y su distribución en diferentes conceptos, a la vez que permitió conocer diversos aspectos socio-económicos del crucerista.

El análisis de los datos reveló la existencia de un número significativo de entrevistados que manifestaron no haber realizado gasto alguno, lo que planteó la necesidad de estimar un modelo econométrico de datos censurados. Entre las alternativas analizadas, los diferentes contrastes llevaron a elegir el modelo de doble-valla de Cragg como el que mejor se ajustaba a la muestra obtenida. Los resultados alcanzados permiten concluir que para conseguir un gasto turístico más elevado, sería deseable un perfil de crucerista joven, menor de treinta y cinco años, y con ingresos mensuales altos o muy altos. Si bien en la probabilidad de realizar gasto también es importante el que pueda viajar en un grupo de al menos cuatro personas.

Otras variables que afectan también al gasto turístico y pueden ser moduladas en un futuro por la autoridad portuaria o por las políticas de desarrollo local, incluyen el tipo de cruceros que recalca en la ciudad y el tiempo de la escala. Los resultados obtenidos ponen de manifiesto que los cruceros de lujo acaban provocando, en relación a otro tipo de buques, un efecto negativo sobre el



gasto medio del crucerista cifrado en un 61%. Por tanto, sería aconsejable que se promoviese la llegada de cruceros menos lujosos pero con una gran capacidad de pasaje. Por otro lado, parece decisivo lograr alargar, en la medida de lo posible, la duración de la escala de los cruceros en el puerto, puesto que ello incide en un mayor tiempo que puede pasar el visitante en la ciudad y, en consecuencia, en un mayor gasto. Las estimaciones realizadas permiten estimar un incremento 57% del gasto turístico por cada hora adicional sobre la media del tiempo de escala.

Las líneas de investigación futuras incluyen ampliar la base de datos con la información recabada en las últimas encuestas, realizadas en el pasado mes de agosto. Ello facilitaría la obtención de estimaciones más robustas, así como extender los modelos censurados a la determinación de los diferentes tipos de gasto que realiza el crucerista.

8. ANEXO



Autoridad Portuaria de Gijón

Universidad de Oviedo



Somos de la Universidad de Oviedo y estamos llevando a cabo una encuesta para determinar el impacto económico del turismo de cruceros, un trabajo para la autoridad portuaria de Gijón. Apreciaríamos su ayuda para responder a unas breves preguntas.

Por favor, indique si usted es:

<input type="checkbox"/> CRUCERISTA-PASAJERO	<input type="checkbox"/>	Aproximadamente, ¿a qué hora bajó / desembarcó?	
<input type="checkbox"/> TRIPULACIÓN (Ir a la Pregunta 4)	<input type="checkbox"/>	Aproximadamente, ¿a qué hora va a volver a bordo?	

1) ¿Es su primer crucero?

No  Sí ⇒ 1.1) ¿Cuántos cruceros ha hecho? .....

2) ¿Con quién ha venido en este viaje? Marque una sola respuesta

- Solo
- En pareja Número de personas .....
- Con familia .....
- Con amigos / pandilla .....
- En grupo organizado (excursión) .....
- Con compañeros de trabajo .....
- Otros .....

3) ¿Ha contratado a bordo excursiones o visitas guiadas para visitar la ciudad o Asturias?

No  Sí ⇒ 3.1) ¿Podría indicarnos el importe de dicha excursión? ..... € por persona

4) ¿Ha utilizado algún transporte?

	Importe pagado	Número de personas
1. Taxi	..... €	.....
2. Autobús hacia la ciudad	..... €	.....
3. Autobús urbano	..... €	.....
4. Bus turístico de Gijón	..... €	.....
5. Otros	..... €	.....

5) Por favor, díganos qué cosas ha hecho durante su estancia en la ciudad/Asturias. Múltiples opciones, marque todas las que haya hecho

- Pasear por la ciudad
- Compras
- Museos / Actividades culturales
- Actividades deportivas
- Otros.....

6) ¿Ha realizado algún consumo en bares, restaurantes?

	Importe pagado	nº de personas
1. Bares, pubs, cafeterías, tabernas	..... €	.....
2. Restaurantes / Fast food	..... €	.....

7) ¿Podría decirnos si han hecho alguna compra durante la escala?

	Importe pagado	nº de personas
1. Souvenirs, artesanía	..... €	.....
2. Ropa, zapatos	..... €	.....
3. Joyas, relojes	..... €	.....
4. Alimentación / supermercados	..... €	.....
5. Otros	..... €	.....

8) ¿Ha pagado para entrar a algún equipamiento cultural, museo, instalación deportiva o ha realizado alguna actividad de ocio?

- No  Sí ⇒
- 8.1) ¿Cuál? .....
- 8.2) Importe pagado..... € nº de personas.....

9) Díganos qué ha echado en falta durante su estancia o algo que deba mejorarse.

.....

10) ¿Dónde vive actualmente / Nacionalidad?

País..... Ciudad.....

11) ¿Podría indicarnos su profesión? .....

12) Estudios: .....

13) ¿Podría indicarnos su edad? ..... años

14) Ingresos familiares mensuales:

en Euros	<input type="checkbox"/> 0-3.000 €	en Dólares	<input type="checkbox"/> 0-3.900 \$
	<input type="checkbox"/> 3.001-5.000 €		<input type="checkbox"/> 3.901-6.500 \$
	<input type="checkbox"/> 5.001-7.000 €		<input type="checkbox"/> 6.501\$-9.100 \$
	<input type="checkbox"/> Más de 7.000 €		<input type="checkbox"/> Más de 9.100 \$

---

## REFERENCIAS

Brida, JG., Pulina, M., Riaño, E. y Zapata-Aguirre, S. 2010. "Investigating the behavior of embarking cruisers in a Caribbean Homeport: A factor and a Censored- Tobit Analysis" . *CRENOS*.

Brida, JG., Giraldo Vásquez, C. y Zapata-Aguirre, S. 2010. "Un Análisis del Gasto del Pasajero de Cruceros que visita Costa Rica". *Anuario Turismo y Sociedad* vol. 11: 35-50.

Brida, JG., Bukstein, D. y Tealde, E. 2012. "Patrones de Gasto de Cruceristas en dos Puertos Uruguayos. *Estudios y perspectivas en Turismo* vol. 21: 1190-1210.

Brida, JG., Riaño, E. y Zapata- Aguirre, S. 2012. "Percepciones de los Residentes acerca de los Impactos del Turismo de Cruceros en la Comunidad: un Análisis Factorial y de Clústeres". *Cuadernos de Turismo* 29: 79-107.

Cameron A.C. y Trivedi, P.K. 2005. *Microeconometrics. Methods and Applications*. Cambridge University Press, New York.

Cragg, J.G. 1971. "Some Statistical Models for Limited Dependent Variables with Application to the Demand for Durable Goods", *Econometrica*, 39, 829-844.

Esteve, J. y García Sánchez, A. 2012. "Análisis de Coyuntura del Tráfico de Cruceros en los Puertos del Mediterráneo Español y la Costa Atlántica Andaluza". *AECIT*: 378-386.

Fernández Miranda, R. 2012. "Lo que Hunden mientras Flotan. Auge y Análisis Cruceros en la Globalización". *Alba Sud. Investigación y Comunicación para el Desarrollo*.

Garay Tamajón, L.A. y Cànoves Valiente, G. 2012. "Turismo de Cruceros en Barcelona: de la Marginalidad al Liderazgo Internacional. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* 60: 253-271.

Greene, W. H. 2003. *Econometric analysis* (5th ed.), Prentice Hall, New Jersey.

Heckman, J.J. 1979. "Sample Selection Bias as a Specification Error", *Econometrica*, 47, 153-161.

Paniagua Mazorra, A. 2005. "El Mercado de los Cruceros en España: una Perspectiva Histórica (1994-2004)". *Estudios Turísticos* 165: 131-160.

Risso, W. A. 2012. "El gasto de los cruceristas en Uruguay 2008-2010", *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(3): 393-406.

Tobin, J. 1958. "Estimation of Relationships for Limited Dependent Variables", *Econometrica*, 26, 24-36.

Autoridad Portuaria de Gijón. *Memoria Anual* (varios años).

Ayuntamiento de Gijón, Gobierno del Principado de Asturias y Autoridad Portuaria de Gijón. *La Nueva Puerta de Asturias a Europa: la Ampliación del Puerto de Gijón*. 2012.

EDEI, Consultores de Dirección. *Estudio del Mercado del Turismo de Cruceros en Canarias*. 2011.

European Cruise Council. Informe 2101/2011

Instituto de Estrategia Turística (INESTUR). *El Turismo de Cruceros en las Islas Baleares*. 2005.

Organización Mundial del Turismo (OMT). *Turismo de Cruceros. Situación Actual y Tendencias*. 2008.

## WEBS CONSULTADAS

Cruise Lines International Association (CLIA) ([www.cruising.org](http://www.cruising.org))

European Cruise Council (ECC) ([www.europeancruisecouncil.com](http://www.europeancruisecouncil.com))

Ibero Cruceros ([www.iberocruceros.es](http://www.iberocruceros.es))