



La Industria de Cruceros en los EEUU

Ficha Informativa

AmCham Chile¹

Perspectivas de la Industria

- La industria de los cruceros es el segmento de la industria turística internacional con mayor crecimiento, alcanzando un aumento en su actividad del 2100% desde 1970, año en el que sólo alrededor de 500 mil personas tomaban cruceros. La industria estima que alrededor de 13.5 millones de personas tomaron algún crucero en 2009, aumentando a 14.3 millones en 2010.
- El fuerte crecimiento de la industria se manifiesta en el crecimiento de su capacidad para albergar pasajeros. En los 1980s se construyeron alrededor de 40 nuevos barcos, y en los 1990s, esa cifra se duplicó. No obstante se estima que en la primera década del siglo XXI, habrán debutado alrededor de 115 nuevas naves.
- El gasto directo por parte de líneas de cruceros y sus pasajeros, en bienes y servicios estadounidenses, excedió los USD 19 mil millones. Aunque haya crecido a tan altos niveles, aun se puede destacar un enorme potencial de crecimiento para esta industria. En el caso de EEUU, solo un 20% de los adultos han experimentado alguna vacación en un crucero, lo que demuestra que existe un mercado potencial muy grande. Por otro lado, los cruceros aportan solo el 0.6% de las camas de hotel.
- El público al que sirven los cruceros responde a un patrón muy diverso. El pasajero promedio de un crucero en EEUU en 2011 ronda los 48 años, percibe un ingreso anual superior al promedio, con USD 97,000, y ha alcanzado niveles educativos superiores (76% son graduados de educación al menos terciaria). Los pasajeros provienen de todos los estados, aunque predominan los de Florida, California, Texas, Massachusetts, New York, Pennsylvania, New Jersey, Illinois, Arizona y Georgia.
- Siguiendo la encuesta más reciente de la Cruise Lines International Association (CLIA), los ciudadanos estadounidenses no sólo están más al tanto de lo que implica tomar las vacaciones en un crucero, sino que también están fuertemente interesados en tener la experiencia, o repetirla si ya la han tenido.

¹ El Departamento de Estudios de AmCham agradece la asistencia de Mariana Godoy y Milan Abovich, estudiantes en práctica de la Universidad del Desarrollo, en la elaboración de esta ficha.

- De una población de 304 millones en EEUU, 73 millones han sido pasajeros de cruceros. Un grupo de 36.1 millones (de un total de 133 millones de personas que superan los 25 años de edad y un ingreso superior a los USD 40 mil anuales), afirman que es muy probable que opten por pasar sus vacaciones en un crucero en los próximos tres años. Estos 36.1 millones han venido creciendo en los últimos años, superando los 33 millones de 2008 y 31 millones de 2006.
- Consistente con estudios de años previos, se ha hallado que una vasta mayoría de consumidores (94%) califican que los cruceros constituyen una “vacación satisfactoria”, mientras el 45% los califican como extremadamente satisfactorios, colocando a los cruceros entre las mejores opciones vacacionales.
- Setenta y siete por ciento de los individuos que han viajado en cruceros, expresaron su interés en volver a un crucero en los próximos tres años, y el 50% de los que no han viajado en crucero afirmaron lo mismo.
- Del total de la muestra (ex - pasajeros e individuos que nunca viajaron en cruceros) se obtuvo el siguiente ranking entre los temas que hacen más atractivos a los cruceros, respecto de otras categorías vacacionales:
 - Chance de visitar múltiples destinos (56%)
 - Ser “mimados” (44%)
 - Buena comida (51%)
 - Escaparse de la realidad (44%)
- Aquéllos que expresan interés en tomar un crucero en los próximos tres años, indican que la duración del crucero deseado promedia los 7.5 días; 40% de este grupo manifiesta su intención de tomar un crucero durante 3 a 5 días, más que el doble que lo indicado en el pasado
- La gran mayoría de las personas que viajan en cruceros provienen de Norteamérica. Algunos estudios sostienen que los norteamericanos constituyen un 76% del total; otros muestran un 60% del total. De los cruceros que zarpan en Norteamérica, 54% parten desde Florida, y 15% desde California. Florida posee los puertos más importantes para los cruceros, y en Florida se realizan el 33% de los gastos directos de la industria.
- Se ha observado una clara tendencia a aumentar los cruceros temáticos. Al momento, exigen cruceros con temáticas para solteros, para aventuras, para personas con discapacidades, para grupos especiales, para parejas en luna de miel, para adultos mayores, cruceros que tratan temas de “misterio”, cruceros dedicados al baile, cruceros dedicados a diversos tipos de música. Particularmente importantes son los cruceros temáticos en cuestiones gastronómicas.

El Abastecimiento de Alimentos en la Industria de Cruceros

- La industria de cruceros tiene una alta demanda de productos alimenticios con calidad “premium”. La literatura sobre este mercado cita el ejemplo de los requerimientos de alimentos durante una *semana típica* por parte de la línea Carnival Cruises. La lista incluye 37.000 libras de lomo, 78.000 libras de pollo, 12.230 galones de leche, 210.000 papas, 426.000 botellas de cerveza, entre otros múltiples productos.
- Los cruceros se destacan por la cantidad y calidad de su comida, lo que genera enormes oportunidades de aprovisionamiento. No obstante, sus estrategias han permitido que los cruceros más masivos, puedan ofrecer ese servicio con un gasto en alimentación que ronda los 12 dólares por día y por pasajero. Las líneas que apuntan a un segmento de clase alta y mayores ingresos erogan entre 20-25 dólares por pasajero por día. Las líneas de cruceros mas grandes tienen alto poder de mercado al momento de adquirir sus provisiones.
- Muchas líneas de cruceros están contratando chefs famosos para prestar sus servicios en cruceros, lo que se une a la tendencia a los cruceros temáticos gourmet.
- Los barcos de cruceros se abastecen principalmente en su puerto principal. En general son los puertos más grandes donde se realiza el aprovisionamiento de los barcos, ya que estos puertos son aptos para recibir grandes volúmenes de alimentos en horarios específicos. Frutas y vegetales requieren ser suministrados cada 7 días y el resto de los productos cada 14 días, típicamente. Diversos estudios señalan que la mayoría de las empresas que suministran alimentos a los cruceros, lo hacen a través de alguna central de compras (distribuidora, importadora, etc.), para ser luego re-enviados desde un almacén central a los puertos correspondientes.
- Un ejemplo provisto por una firma proveedora muestra que su oferta a los cruceros incluye una amplia gama de productos (ahumados, kosher, vivos, frescos y congelados). Los alimentos provistos por esta firma, entre otros, se pueden ejemplificar con: leche entera, semidescremada y descremada, larga vida, en unidades de 200 cc.; crema ácida en unidades de 200 cc y 1lt.; leche de arroz, y libre de lactosa; queso para untar, unidades de 10 y 25 g.; carnes exóticas: pavos, ciervos, patos, gansos, etc.; carne de Kobe o Wagyu; frutas y hortalizas frescas y congeladas; hongos del tipo Champiñon, Shitaki, Enoki, Portobello, Oyster, etc.; bebidas colas en lata, ice tea, etc.; productos para celíacos; productos de mar (lenguas de erizo, langostas y bogavantes; carpaccios; abalones chilenos o locos; abalones rojos; etc)

Fuentes:

- Sitios Web

The Cruise Market Place Website <http://www.cruisemarketplace.com/>

Cruise Line International Association Website <http://www.cruising.org/>

World Cruise Industry Review, diversos números.

<http://www.worldcruiseindustryreview.com/>

- Artículos técnicos

Gulliksen, Vance: "The Cruise Industry", Springer Science + Business Media, LLC 2008

Macpherson, Cluny: "Golden goose or Trojan horse? Cruise ship tourism in Pacific development", Asia Pacific Viewpoint, Vol. 49, No. 2, August 2008,

Clancy, Michael: "Cruisin' To Exclusion: Commodity Chains, the Cruise Industry, and Development in the Caribbean", Globalizations, September 2008, Vol. 5, No. 3.

Nota

Para ver otros estudios vinculados a los nichos de mercado en EEUU, consulte www.amchamchile.cl, link al Departamento de Estudios