

# CRUCEROS:

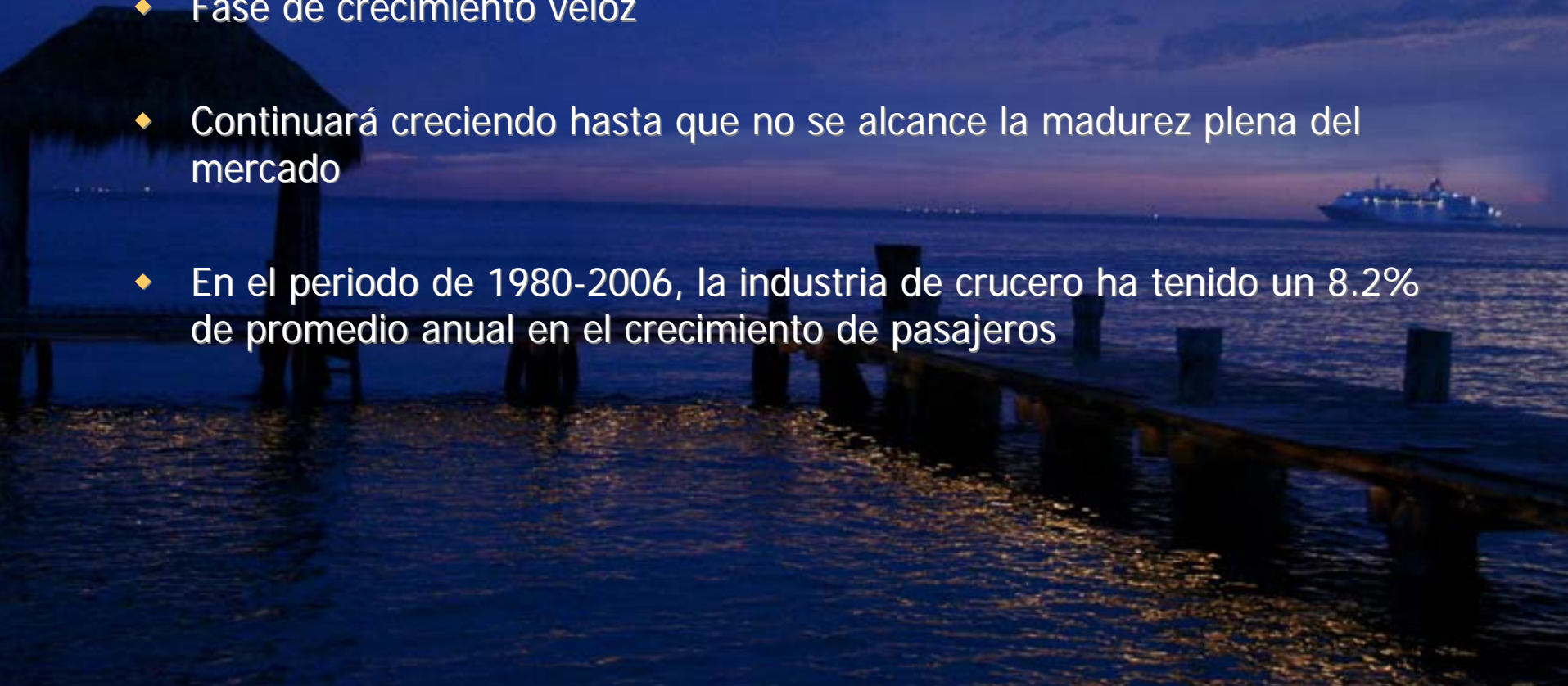
CRECIMIENTO GLOBAL Y REGIONAL

Gestion Estrategica Portuaria, Herramienta para el Desarrollo

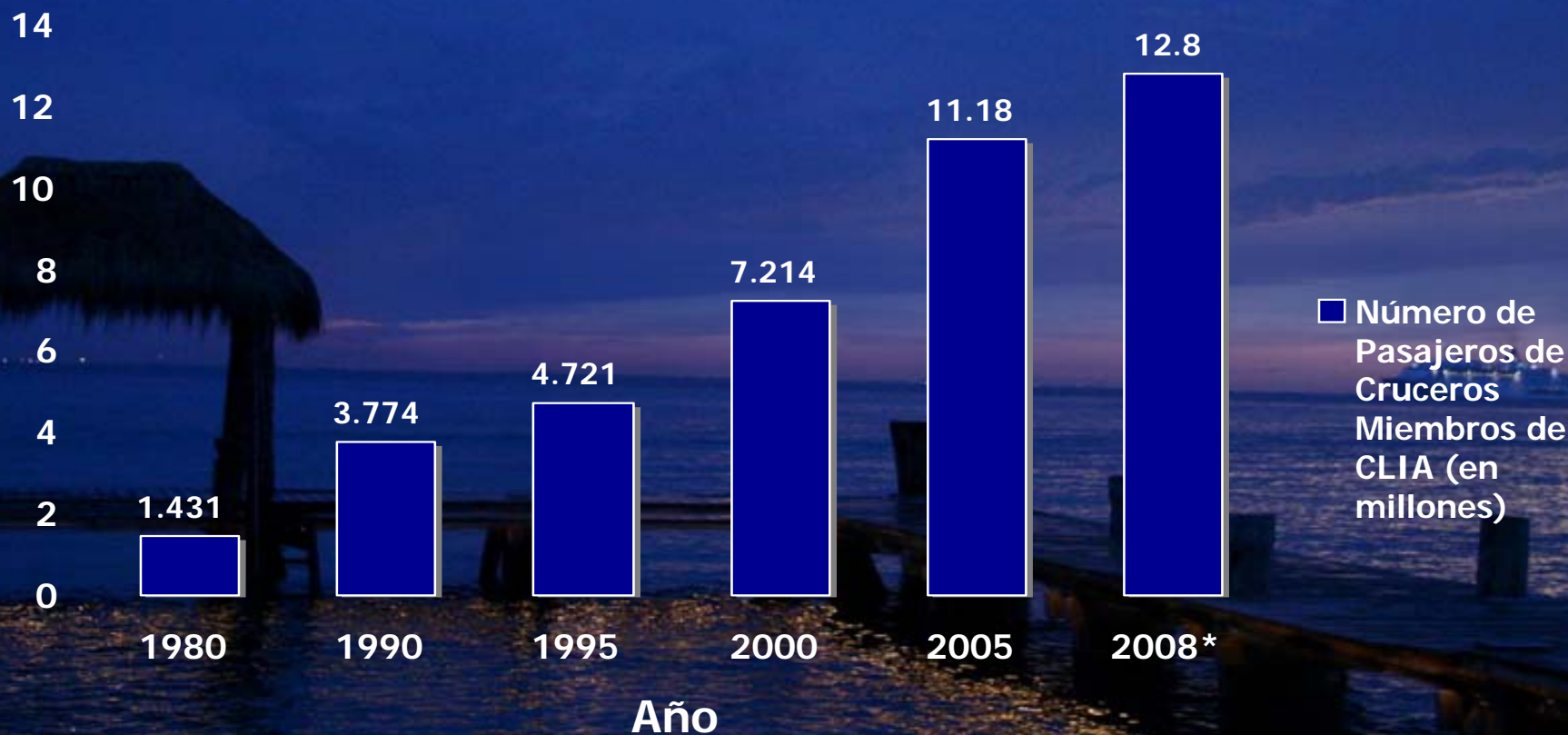
Santiago, Chile Abril 2008

# LA INDUSTRIA DE CRUCEROS

- ◆ Reciente desarrollo de la industria de cruceros
- ◆ Fase de crecimiento veloz
- ◆ Continuará creciendo hasta que no se alcance la madurez plena del mercado
- ◆ En el periodo de 1980-2006, la industria de crucero ha tenido un 8.2% de promedio anual en el crecimiento de pasajeros



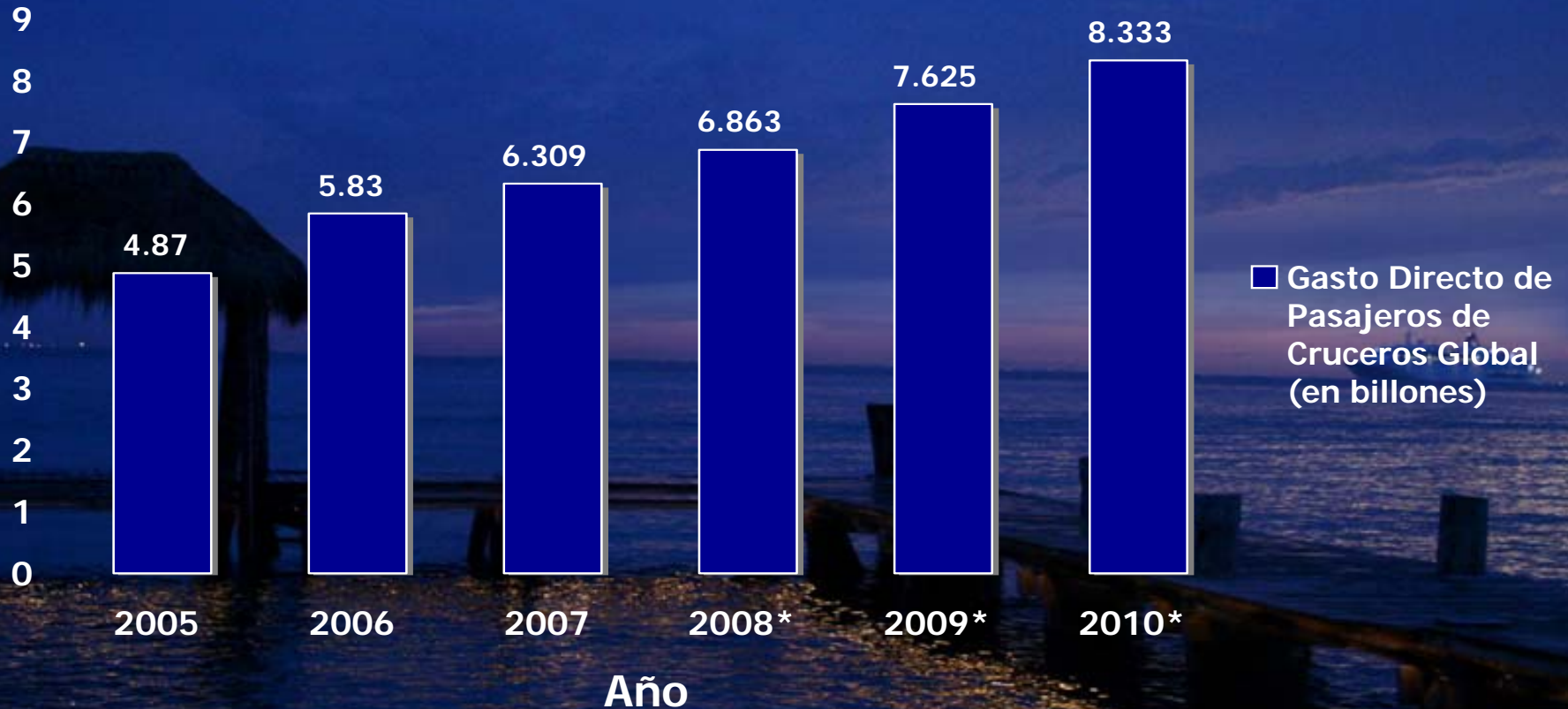
# LA INDUSTRIA DE CRUCEROS SU EVOLUCIÓN



\*Proyecciones

Fuente: Cruise Line International Association (CLIA)

# LA INDUSTRIA DE CRUCEROS SU EVOLUCIÓN- GASTO TOTAL

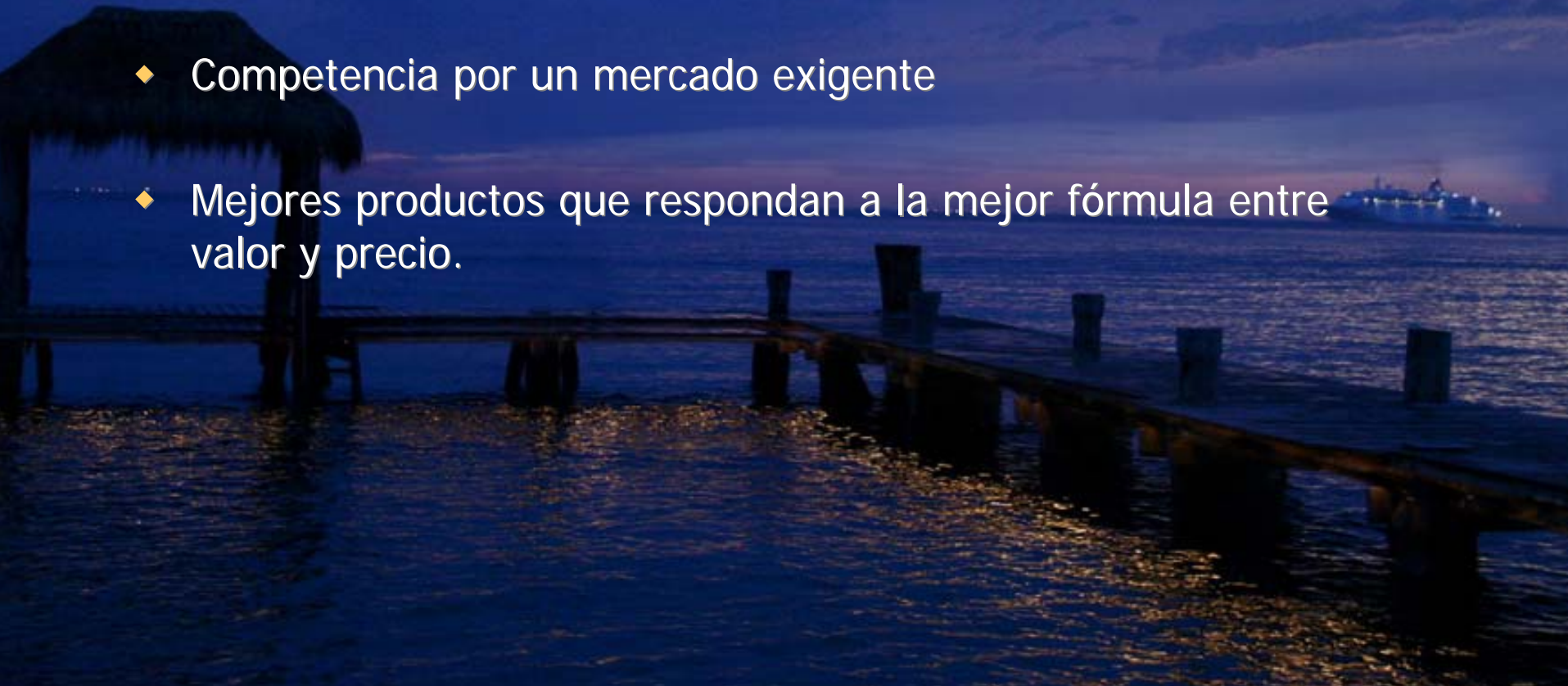


\*Proyecciones


Fuente: Business Research and Economic Advisors (BREA)

# RETOS DE LA COMPETENCIA

- ◆ Momento adecuado para reflexionar sobre los retos de una industria en pleno desarrollo
- ◆ Competencia por un mercado exigente
- ◆ Mejores productos que respondan a la mejor fórmula entre valor y precio.



# LA COMPETENCIA GLOBAL

- ◆ Caribe sigue siendo líder en recepción de cruceros en el mundo
  - ◆ Ha venido perdiendo participación en el mercado global a favor de otras regiones:
    - Mediterráneo
    - Báltico
    - Antártica
    - América del Sur
    - Alaska
    - Asia
  - ◆ Regiones en competencia no sólo entre ellas pero por la atracción de barcos en construcción.
- 

# LAS REGIONES ANTE EL MERCADO DE NORTE AMERICA

Región	Año	Porcentaje de Mercado que atrae
Caribe	1987	52.76%
	1995	50.52%
	2003	45.70%
	2007	41.02%
Mediterráneo	1987	4.13%
	1995	9.75%
	2003	11.53%
	2007	16.44%
Europa	1987	1.75%
	1995	4.44%
	2003	10.92%
	2007	7.58%
Alaska	1987	8.42%
	1995	8.44%
	2003	7.45%
	2007	7.72%
Otros	1987	32.94%
	1995	26.85%
	2003	24.40%
	2007	27.24%

Fuente: Cruise Line International Association (CLIA)

# LAS REGIONES ANTE EL MERCADO DE NORTE AMERICA

60%

50%

40%

30%

20%

10%

0%

1987

1995

2003

2007

Año

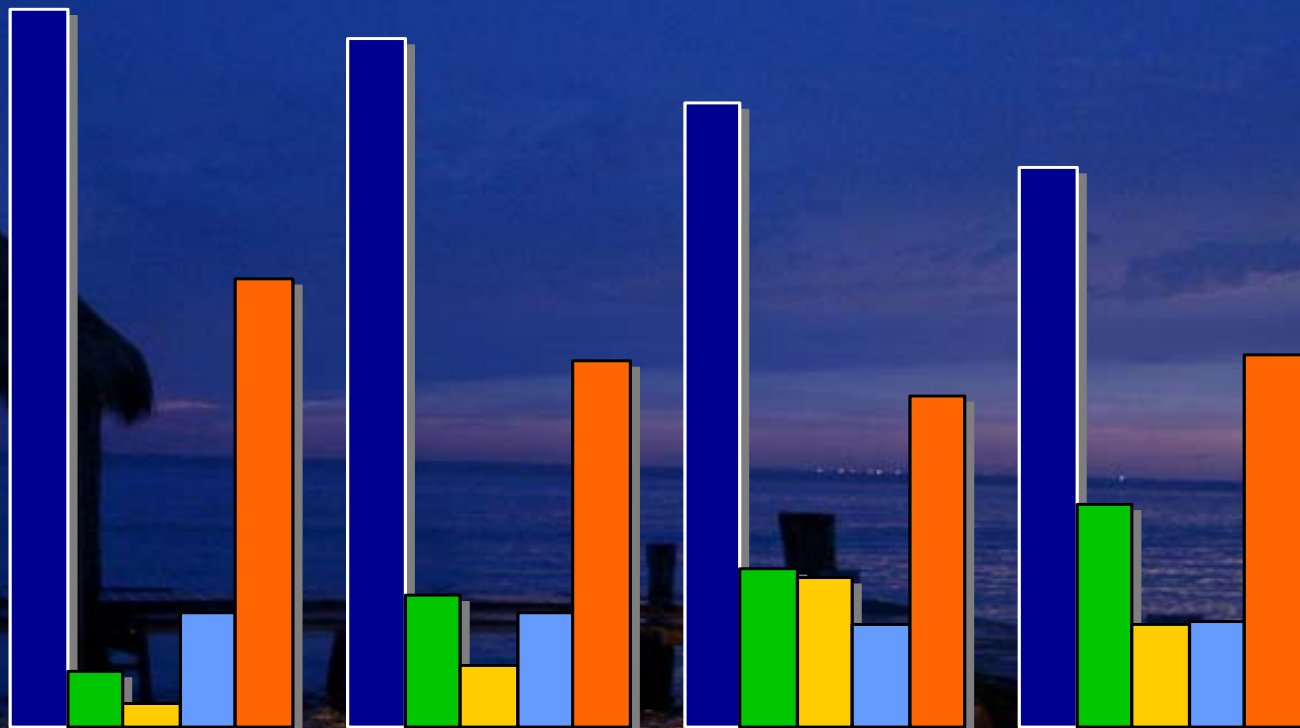
Caribe

Mediterr

Europa

Alaska

Otros





# CRUCEROS- NUEVAS OPORTUNIDADES Y DESAFIOS

- ◆ Inversiones multimillonarias en barcos nuevos
- ◆ Del 2008 al 2010, las líneas navieras asociadas a CLIA invertirán 21 billones de dólares en 35 barcos de tecnología avanzada.
- ◆ Solamente en el 2008, 8 barcos nuevos, de Carnival Cruise Lines, Celebrity Cruises, Holland America Line, MSC Cruises (USA) Inc., Pearl Seas, Princess Cruises and Royal Caribbean International, con capacidades para pasajeros desde 210 a 3,642, navegarán los océanos por primera vez.
- ◆ Consumidores de más altos ingresos → barcos de menor tamaño, menos pasajeros, cabinas más amplias con servicios exclusivos
- ◆ El mercado se comporta con entusiasmo ante la oferta de:
  - más destinos
  - mejores barcos
  - experiencias diversas
  - productos de precio y valor accesibles

# CRUCEROS- UNA INDUSTRIA GLOBAL

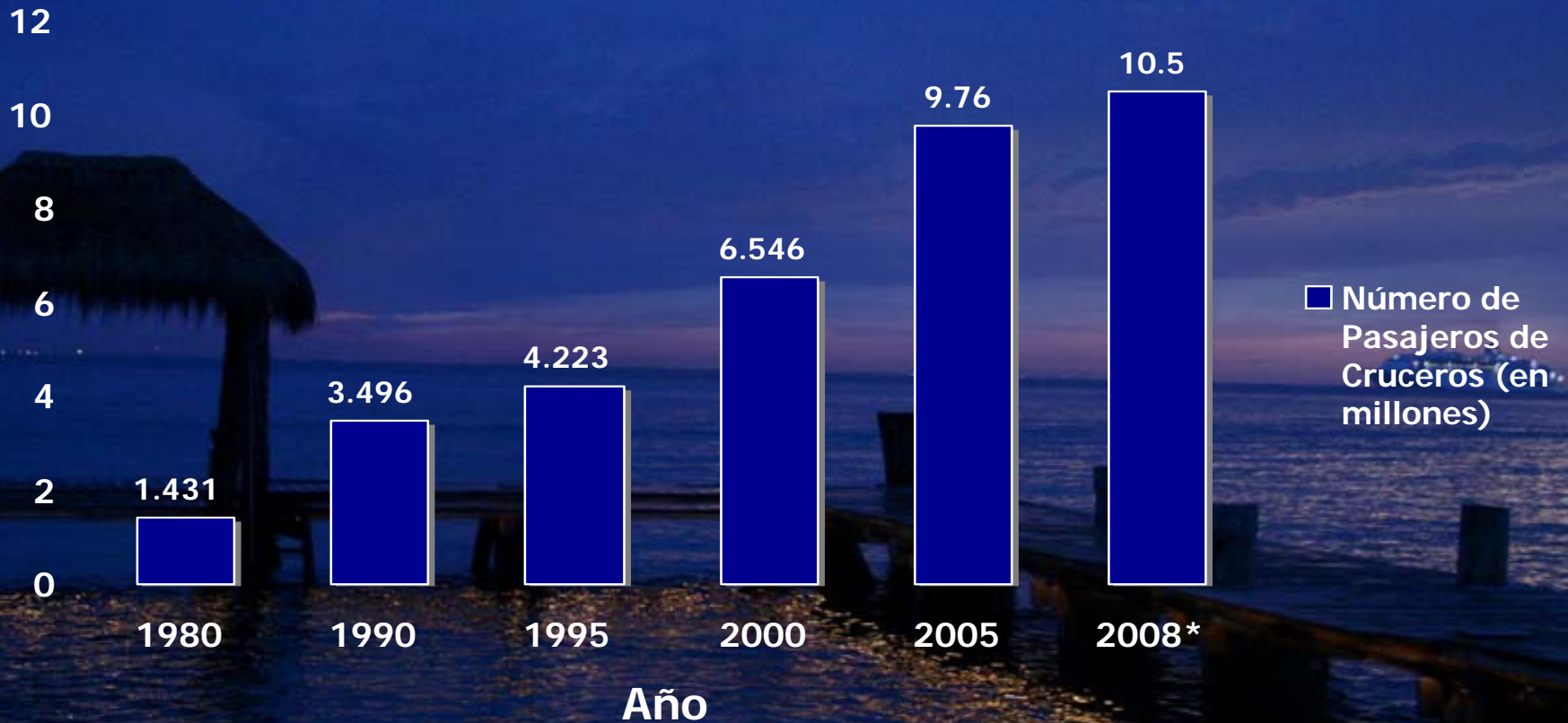
- ◆ IMPORTANTE: El número de puertos nuevos o el de aquellos que se preparan para recibir cruceros en la década por concluir.
- ◆ Inversiones en puertos.



# LA INDUSTRIA DE CRUCEROS Y EL MERCADO

- ◆ Mayor mercado de viajes de crucero es Norte América
- ◆ Mayoría de turistas son de Estados Unidos.
- ◆ En el año 1990, realizaron un viaje 44.6 millones de Estadounidenses.
- ◆ El mismo año, 3.5 millones de Norte Americanos tomaron un crucero.
- ◆ En el año 2000, viajaron 72.9 Estadounidenses y 9.76 Norte Americanos tomaron un crucero.
- ◆ El éxito de la industria ha generado la avidez de otras regiones y destinos de participar en este mercado
- ◆ Expansion del canal de Panama 2015.

# MERCADO NORTE AMERICANO



\*Proyecciones

Fuente: Cruise Line International Association (CLIA)

# LA INDUSTRIA DE CRUCEROS Y SU DINAMICA DE DESARROLLO

- Competencia a los destinos de una misma región y a las regiones entre sí.
- Competencia verdaderamente global.
- Nuevos mercados regionales



# VENTAJAS COMPETITIVAS

## 2) Ventajas competitivas

Generalmente ligadas a:

- calidad de las reglas de operación
- capacitación del personal
- costos de operación
- calidad de los proveedores y sus productos
- innovación y la tecnología

- ◆ Un capítulo esencial en la competitividad de los destinos es su régimen de costos ligados a impuestos, tarifas y contribuciones de todo tipo.

# LA AGENDA DE LA COMPETITIVIDAD

- ◆ Conjunto de asuntos, temas y tareas que corresponden a:
  - sector privado
  - sector público (diversos niveles de gobierno)
  - empresas nacionales y extranjeras
  - actores locales
  - compañías navieras
- ◆ La competitividad reside cada vez más en el diseño de políticas eficientes para elevar la productividad y la calidad al menor costo posible.

# COMPETITIVIDAD Y TRABAJO DE EQUIPO

- ◆ No hay competitividad sin trabajo de equipo.
- ◆ Cada uno de los actores de la industria, públicos , privados, nacionales y extranjeros, tiene responsabilidades frente a la competencia.
- ◆ Particularmente para atraer inversiones indispensables para poner los destinos en valor turístico al nivel que exige el mercado.





# COMPETITIVIDAD del CON SUR

- ¿Qué es lo que hace a un destino o región más competitiva que otra?
  - 1) Trabajar con la industria en planeacion de futuro itinerarios en forma ordenada y segura
  - 2) Contar con esquema de costos razonables y estables.
  - 3) Mantenerse en comunicacion constante con la industria ( Costa Maya)
  - 4) No hacer inversiones en facilidades para la industria sin primero consultar.
  - 5) Analizar costos de servicios como pilotos, remolcadores y otros con relacion a otros regiones competitivos.



# LA INDUSTRIA DE CRUCEROS AL SERVICIO DEL CONO SUR

- ◆ La industria de cruceros es un frente común integrado por las compañías navieras operando en el Cono Sur.
- ◆ Su objetivo principal es la promoción de la suma de esfuerzos entre ellas y las instituciones, los proveedores y las comunidades que visita.
- ◆ La industria de cruceros es una vía de acercamiento entre las compañías navieras.
- ◆ Amplios conocimientos del mercado, de sus preferencias y exigencias.
- ◆ Base de conocimiento para la incursión en el mercado de destinos emergentes como para responder a las exigencias de los tiempos.

# EL TRABAJO EN EQUIPO

- ◆ El éxito en nuestra industria solo se alcanza en equipo
- ◆ Reiteramos nuestro compromiso de formar parte del gran equipo del turismo de cruceros del Cono Sur.

GRACIAS