

Estudios de Prefactibilidad y Factibilidad técnica, Ambiental, Financiera y Económica-Social para la Construcción, Puesta en Marcha, Operación y Mantenimiento, Bajo la Modalidad de Alianza Público-Privada, del Proyecto Construcción y Operación de la Marina y Terminal de Cruceros en la Terminal Hernán Garrón Salazar



**SEGUNDO INFORME
PARCIAL:
ESTUDIO DE MERCADO**

**Entidad Financiadora de los Estudios:
Fondo de Preinversión de MIDEPLAN**

VERIFICACIÓN DE DOCUMENTOS

Cliente	JAPDEVA
Nombre del Proyecto	Estudios de Pre-Factibilidad y Factibilidad técnica, Ambiental, Financiera y Económica-Social para la Construcción, Puesta en Marcha, Operación y Mantenimiento, Bajo la Modalidad de Alianza Público-Privada, del Proyecto Construcción y Operación de la Marina y Terminal de Cruceros en la Terminal Hernán Garrón Salazar
Título del documento	Segundo informe parcial – Estudio de mercado
Fecha	31 de Enero de 2022
Número del proyecto	211518

Rev. N	Fecha	Preparado por	Revisado por	Aprobado
A	03/12/2021	S. Lagueux R. Goncalves E. Cardona N. Villamizar J.I. Gamboa	B. Nathan J. Hurwitz R. Goncalves D. Valbuena J. González	B. Nathan J. González
B	07/01/2022	S. Lagueux R. Goncalves E. Cardona N. Villamizar D. Valbuena J.I. Gamboa	B. Nathan J. Hurwitz R. Goncalves D. Valbuena J. González	B. Nathan J. González
C	26/01/2022	S. Lagueux R. Goncalves E. Cardona N. Villamizar D. Valbuena J.I. Gamboa	B. Nathan J. Hurwitz R. Goncalves D. Valbuena J. González	B. Nathan J. González
D	31/01/2022	N. Villamizar D. Valbuena	D. Valbuena J. González	J. González



Producido por Moffatt & Nichol

Avenida Cra. 9 No. 113-52, Of. 1201, Bogotá D.C., Colombia | T +57
1213-1149

227 W Trade Street, Suite 310, Charlotte, NC, 28202, USA | T +1
704-550-3430

501 East Kennedy Boulevard, Suite 1910, Tampa, FL 33602 USA |
T (813) 258-8818

2nd Floor, 93 Southwark Street, London, SE1 0HX, UK | T +44 20
3206 1062

1300 Clay Street, Suite 350, Oakland, CA, 94612, USA | T +1 510-
645-1238

Alonso de Córdova 5320, oficina 1804, Las Condes, Santiago, Chile
| T +56 2 3223 9777

www.moffattnichol.com

Tabla de Contenidos

Verificación de documentos	i
Tabla de Contenidos.....	iii
Glosario	x
Objeto del estudio de mercado.....	1
1. Conceptualización del mercado	2
1.1. Caracterización Económica	5
1.1.1. Previsiones macroeconómicas de la región	8
1.2. Características principales de Limón y desarrollo turístico	9
1.3. Posicionamiento estratégico y relevancia en el plan de desarrollo de la región	12
1.3.1. Articulación del proyecto dentro del objetivo de desarrollo regional	13
1.4. Tendencias de consumo y consideraciones.....	15
1.4.1. Cruceros	15
1.4.1. Marinas.....	16
2. Definición y características del servicio	18
3. Identificación de la población objetivo	24
3.1. Población Local	24
3.2. Usuarios de la infraestructura	27
3.2.1. Cruceros	27
3.2.2. Marinas.....	28
4. Estimación de la demanda	33
4.1. Cruceros	33
4.1.1. Estado del mercado de cruceros.....	33
4.1.2. Profundización en el mercado del caribe	45
4.1.3. Profundización en el mercado de Limón	57
4.1.4. Profundización en la Flota de cruceros global.....	64
4.1.5. Principales conclusiones de la demanda de cruceros	72
4.2. Marina.....	75
4.2.1. Usuarios transeuntes	77
4.2.2. Usuarios homeport.....	88
4.2.3. Desarrollo inmobiliario con orientación turística en Costa Rica	90
4.2.4. Evolución de la flota mundial de megayates y cartera de pedidos	93
4.2.5. Posibles atractivos de Limón como marina	95
4.2.6. Principales conclusiones de la demanda en el sector de las marinas	97
4.3. Estimación de Proyecciones	97
4.3.1. Cruceros	98
4.3.2. Marinas.....	102
5. Estimación de la oferta.....	108
5.1. Cruceros	108
5.1.1. Puertos de cruceros en la región	108

5.1.2. Principales conclusiones de la evolución de la oferta en el sector de cruceros	118
5.2. Marinas.....	119
5.2.1. Análisis de marina representativa	124
5.2.2. Requerimientos para la Oferta como marina homeport.....	125
5.2.3. Principales conclusiones de la oferta en el sector de las marinas	127
6. Demanda insatisfecha (Potencial) del proyecto	129
6.1. Cruceros	129
6.2. Marinas.....	130
7. DOFA y recomendaciones estratégicas para el proyecto.....	131
7.1. Mercado de Cruceros	131
7.2. Mercado de Marinas	133
7.3. Recomendaciones generales.....	137
8. Análisis de precios y tarifas.....	138
8.1. Cruceros	138
8.2. Marinas.....	140
9. Canales de comercialización	143
9.1. Cruceros	143
9.1.1. Cómo los cruceros se comercializan a sí mismos.....	143
9.1.2. Esfuerzos de comercialización para Limón	144
9.1.3. Aspectos clave.....	147
9.2. Marina.....	149
10. Estrategias de información y divulgación.....	151

Tabla de Figuras

Figura 1.1. Localización de Limón y principales parques naturales.....	3
Figura 1.2. Población de Costa Rica por edades y proyección con base al censo 2011	3
Figura 1.3. Distribución de La población - provincias	4
Figura 1.4. Distribución de La población de la provincia de Limón por edades (% , 2011) ..	4
Figura 1.5 Índice de desarrollo Humano Costa Rica (2019)	4
Figura 1.6. Evolución PIB Costarricense y PIB turístico (2011-2020).....	5
Figura 1.7 Visitantes por vía de acceso y pernoctaciones (2014-2018).....	5
Figura 1.8. Evolución del PIB Estadounidense (Bn USD, 2010-2020).....	7
Figura 1.9. Viajeros estadounidenses por región de destino (% , 2014-2020).....	7
Figura 1.10. Turistas estadounidenses por país Centroamericano y visitantes totales (2010-2020)	7
Figura 1.11. Crecimiento del PIB esperado (%) en países de la zona de influencia	8
Figura 1.12. Localización de Limón con respecto a zonas de interés turístico	9
Figura 1.13. Atractivos turísticos de la provincia de Limón.....	10
Figura 1.14. Tendencias de consumo en mercado de cruceros	16
Figura 2.1. Estimación de turistas que ingresan por vía aérea (2019).....	18
Figura 2.2. Relevancia de servicios de marinas en función del tipo de mercado	22
Figura 3.1. Distribución de población de la provincia de Limón por ciudades (% , 2011) ..	24
Figura 3.2 Sueldo per cápita de los hogares por región (2021)	25
Figura 3.3 Tasa de desempleo por región (2021).....	25
Figura 3.4 Distribución de población por etnia en Limón y en el resto de las provincias de Costa Rica	26
Figura 3.5. Tipologías de demanda para la marina de Limón.....	28
Figura 3.6. Gasto promedio diario de turistas no residentes que ingresaron vía aérea	30
Figura 3.7. Lugares más visitados por los turistas de pesca deportiva.....	31
Figura 4.1 Pasajeros de cruceros en todo el mundo (medido por la ubicación de capacidad y pasajeros)	34
Figura 4.2. Cuotas de mercado del consorcio de cruceros para finales de 2020.....	35
Figura 4.3. Capacidad desplegada (2015-2019)	36
Figura 4.4. Capacidad desplegada y velocidad de recuperación esperada en 2021/2022	37
Figura 4.5. Programación de cruceros y órdenes de capacidad (inicios de 2021, camas estándar)	38
Figura 4.6. Cartera de pedidos más allá de 2025.....	39
Figura 4.7. Resiliencia del consumidor: Una historia de superación de adversidades.....	41
Figura 4.8. Resiliencia de consumidores: Un sentimiento a largo plazo	42

Figura 4.9. Proyección global de cruceristas y capacidad – Escenario de recuperación uno	42
Figura 4.10. Proyección global de cruceristas y capacidad – Escenario de recuperación dos	43
Figura 4.11. Estimación de la capacidad de cruceros desplegada en el mercado del caribe	46
Figura 4.12. Cambios en la capacidad desplegada en el caribe.....	46
Figura 4.13. Principales zonas del mercado caribe	48
Figura 4.14. itinerarios típicos del caribe.....	49
Figura 4.15. Itinerarios típicos con recalada en Limón	52
Figura 4.16. Itinerarios típicos sin recalada en Limón	53
Figura 4.17. Estacionalidad en el Caribe por Áreas Primarias de Desarrollo.....	54
Figura 4.18. Pronóstico de capacidad y pasajeros de cruceros en el Caribe – Escenario de recuperación uno	55
Figura 4.19. Pronóstico de capacidad y pasajeros de cruceros en el Caribe – Escenario de recuperación dos	56
Figura 4.20. Recaladas de cruceros en Limón, temporadas 2011/2012 a 2019/2020	58
Figura 4.21. Llegadas de pasajeros a Limón, temporadas 2011/2012 a 2019/2020.....	58
Figura 4.22. Desglose de pasajeros de cruceros de limón por línea de cruceros, temporada 2019/2020	59
Figura 4.23. Capacidades promedio y máximas de embarcaciones de cruceros por número de camas	64
Figura 4.24. Capacidades promedio y máximas de embarcaciones medidas por LOA	65
Figura 4.25. Entregas de cruceros: Últimos 5 y próximos 5 años.....	66
Figura 4.26. Embarcaciones atendidas marinas de Costa Rica (2011-2019)	75
Figura 4.27. Embarcaciones atendidas marinas de Costa Rica (2019)	75
Figura 4.28. Promedio mensual de embarcaciones atendidas por tamaño	75
Figura 4.29. Nacionalidad embarcaciones atendidas en marinas de Costa Rica (2019) ..	76
Figura 4.30. Mapa de calor de rutas de navegación de mega yates en el caribe (2018-2021)	78
Figura 4.31. Número de Mega yates mensuales por zonas de navegación.....	78
Figura 4.32. Mapa de calor de rutas de navegación de mega yates en el Caribe (2018-2021)	79
Figura 4.33. Número de Mega yates mensuales por ruta de navegación (a) 2018-2019 (b) 2020-2021	80
Figura 4.34. Número de yates en ruta de las Antillas menores	81
Figura 4.35. Principales marinas en Norteamérica-Caribe por número de mega yates (2018-2021)	81
Figura 4.36. Embarcaciones registradas en la marina Shelter Bay (2018-2021)	83

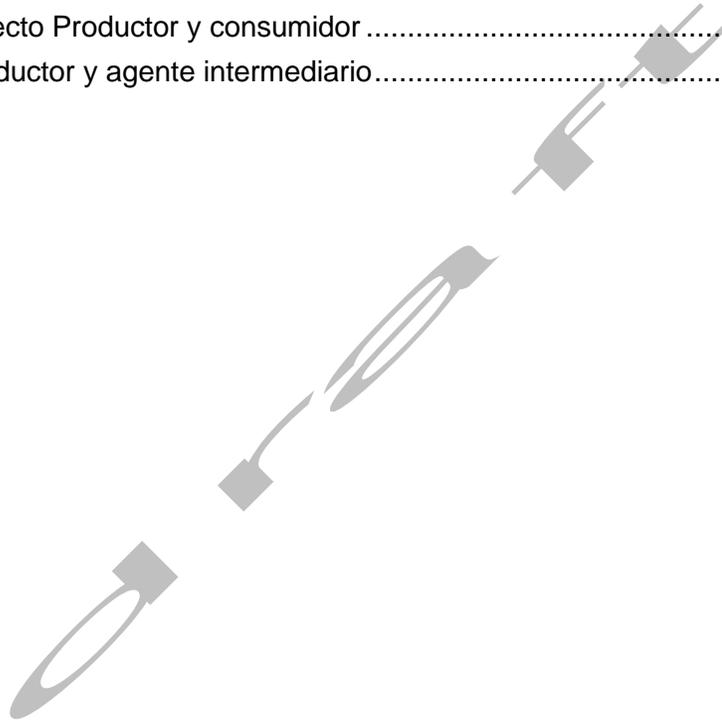
Figura 4.37. Embarcaciones registradas en marina Red Frog (2018-2021)	83
Figura 4.38. Embarcaciones registradas en marinas de Costa Rica Pacífico (2018-2021)	83
Figura 4.39. Estadísticas de embarcaciones de recreo transitando el canal de Panamá .	85
Figura 4.40. Estadísticas de mega yates transitando el canal de Panamá	85
Figura 4.41. Posicionamiento en distancia de la marina de Limón con respecto a otras marinas (250km)	85
Figura 4.44. Megayates con estancias superiores a 10 días en la zona de influencia de Limón (Pacífico y Caribe)	87
Figura 4.45. Histograma de duración de estancias en marinas de la zona (Promedio de 2018 a 2020)	87
Figura 4.42. Razón número de embarcaciones totales vs PIB per cápita	88
Figura 4.43. Razón PIB per Cápita vs Buques por persona	88
Figura 4.46. Actividades turísticas por las embarcaciones atendidas en las marinas (2019)	93
Figura 4.47. Ratio embarcaciones para tours y aActividades turísticas por número de cruceros -2019	93
Figura 4.50. Evolución de botaduras de nuevas embarcaciones de recreo	94
Figura 4.51. cartera de pedidos por tamaño de embarcación (m)	94
Figura 4.50. Fases temporales requeridas para inicio de operación	98
Figura 4.51. Pronóstico de pasajeros de cruceros para limón por escenario	100
Figura 4.52. Mercado potencial de mega yates en el caribe (2018-2021)	102
Figura 4.53. Registros anuales de mega yates caribe (2018-2021)	102
Figura 4.54. Cuota de mercado marinas actuales	102
Figura 4.55. Distribución Amarres por usos	105
Figura 4.56. Niveles de utilización esperados por tipo de servicio	106
Figura 4.57. Niveles de utilización de la marina esperados (2025-2055)	107
Figura 5.1. Principales terminales de cruceros en la zona de influencia de Limón	111
Figura 5.2. Ubicación de Marinas en Costa Rica y Panamá	119
Figura 5.3. Histórico de oferta de amarres y marinas en (A) zona Caribe (B) Pacífico de Panamá y Costa Rica	121
Figura 5.3. Layout Marina Red Frog – Panamá	124
Figura 5.4. Ubicación Marina Red Frog	125
Figura 5.5. Actividad anual de ciclones tropicales en el caribe	126
Figura 5.6. Cinturón de huracanes	126
Figura 5.7. Caracterización de la oferta de servicios en marinas homeport y de transeúntes	127
Figura 8.1. Comparativo de tarifas por pasajero (USD/pax)	138
Figura 8.2. Comparativo de tarifas por Atraque	139

Figura 8.3. Comparativo de tarifas portuarias promedio por pasajero según tamaño de cruceros	139
Figura 8.4. Evolución de tarifas mensuales y diarias.....	141
Figura 8.5. Evolución de tarifas por tamaño de embarcacion en Costa Pacífica	141
Figura 8.6. Evolución de tarifas por tamaño de embarcacion en costa Caribe	141
Figura 10.1. Estratégias de información y divulgación	152

Tabla de Tablas

Tabla 1.1. Articulación con los objetivos de la región Huetar Caribe	14
Tabla 2.1 Servicios Sustitutos y Complementarios – Terminal de Cruceros.....	20
Tabla 2.2 Número de cruceristas por destino turístico temporada 2019-2020.....	21
Tabla 2.3 Servicios Sustitutos y Complementarios – Marinas	21
Tabla 4.1 Capacidad alcanzada en el Mar Caribe por compañía de cruceros (2019).....	47
Tabla 4.2 Capacidad estimada en el Mar Caribe por compañía de cruceros (2021)	47
Tabla 4.3. Itinerarios tipo con recalada en el puerto de Limon	52
Tabla 4.4. Itinerarios tipo en la zona sin recalada en Limón.....	53
Tabla 4.5. Resúmen de estadísticas del puerto de limón, temporadas 2011-12 a 2019-2057	
Tabla 4.6. Cálculos de velocidad / distancia entre puertos seleccionados, 16 horas a 12 y 15 nudos	62
Tabla 4.7. Cálculos de velocidad / distancia entre puertos seleccionados, 40 horas a 12 y 15 nudos	62
Tabla 4.8. Carnival Corporation por clase de buque, 2015-2027.....	67
Tabla 4.9. Royal Caribbean por clase de buque, 2015-2027.....	68
Tabla 4.10. Norwegian Cruise Line por clase de buque, 2015-2027	69
Tabla 4.11. MSC Cruises por clase de buque, 2015-2027	70
Tabla 4.12. Pedidos de otras compañías por clase de buque, 2015-2027	71
Tabla 4.13. Mega yates registrados por Marina (2018-2021)	82
Tabla 4.14. Distancias entre marinas de la zona Caribe	86
Tabla 4.15. Proyectos de marinas y condominios de referencia.....	91
Tabla 4.16. Cartera de pedidos de embarcaciones de recreo por año y tipología de embarcación	94
Tabla 4.17. Proyeccion de pasajeros y de cruceros para limón por escenario	101
Tabla 4.18. Estimación de amarres por tipo de servicio	104
Tabla 5.1 Puertos base de cruceros y puertos de escala más concurridos (2016/2017)	109
Tabla 5.2. Principales puertos de cruceros en el caribe	110
Tabla 5.3. Puertos próximos a Limón.....	116

Tabla 5.4. Características de Marinas en el área de influencia	120
Tabla 5.5. Evolución histórica de oferta de marinas en la zona de influencia	120
Tabla 5.5. Características de las marinas en la zona de influencia de Limón.....	122
Tabla 5.6. Zonas de Fondeo del Caribe	123
Tabla 5.7. Características de las marinas en la costa Pacífico de Costa Rica.....	124
Tabla 6.1. Principales servicios actuales y futuros en la terminal	129
Tabla 7.1. Análisis DOFA para actividades de cruceros en Limón	131
Tabla 7.2. Resumen de servicios y dotaciones necesarias y priorización de las mismas	136
Tabla 8.1 Tarifas estándar japdeva.....	140
Tabla 8.2 Ingresos comerciales pasajeros y tripulación	140
Tabla 8.3 Gastos promedio de usuarios de marinas	142
Tabla 9.1. Canal Directo Productor y consumidor	149
Tabla 9.2. Canal productor y agente intermediario.....	150



GLOSARIO

PIB	Producto Interior Bruto
M&N	Moffatt & Nichol
CIMAT	Comisión Institucional de Marinas y Atracaderos Turísticos
SETENA	Secretaria Técnica Nacional Ambiental
ICT	Instituto Costarricense de Turismo
BCCR	Banco Central de Costa Rica
INEC	Instituto Nacional de Estadística y Censos
USD	Dólar estadounidense
Bn	Billón
MIDEPLAN	Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica
EEUU	Estados Unidos de América
HURDAT	Base de datos de huracanes (Sigla derivada del término en inglés, Hurricane Database)
NOAA	Oficina Nacional de administración Oceánica y atmosférica
Max	Máximo
LOA	Eslora (Siglas derivadas del término inglés Length Overall)
N/A	No aplica
m	Metros
ft	Pie (unidad de medida)
pax	Pasajero
TRB	Tonelada de registro bruto (GRT en inglés)
MEH	Tarifa de uso de muellaje
VR	Realidad Virtual
GNL	Gas Natural Licuado
NCL	Norwegian Cruise Lines
RCG	Royal Caribbean Group
MSC	Mediterranean Shipping Company
HVAC	Sistema de climatización (Siglas derivadas de términos ingleses)
CCL	Carnival Corporation

OBJETO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Actualmente la Terminal de Cruceros en la Terminal Hernán Garrón Salazar de Limón cuenta con una limitada operación de recepción de cruceros, obedeciendo a una baja explotación del turismo en la zona. En previos estudios de mercado de Moín y Limón se menciona la proyección potencial de la Terminal de Limón para incrementar el turismo en la zona, así como mantener la Terminal de Moín para el transporte de carga. Atendiendo esta necesidad, **el objeto del proyecto es promover e incentivar un plan de negocio, que, bajo el mejor esquema de implementación de una estructura de APP permita identificar los posibles inversionistas para la formalización del proyecto.**

El estudio busca evaluar en conjunto todas las variables y aspectos que, a nivel técnico, económico, legal, social, ambiental, turístico y geológico, **permitan viabilizar el desarrollo de una nueva marina deportiva y potencializar la actual terminal de cruceros en la ciudad de Limón. El proyecto percibe su factibilidad en evaluar cual sería la oferta y la demanda para la zona,** realizando un sondeo del mercado que permita visualizar el tipo de servicios que se deben ofrecer, así como la clase de turismo y el potencial usuario de los servicios que se espera captar, entre otras variables que deben ser analizadas en el presente documento siguiendo la guía de MIDEPLAN.

La terminal de cruceros de Limón cuenta con **dos posiciones de atraque y servicios muy limitados en tierra** para la atención de los cruceristas; sin embargo, se conoce que **su posición es privilegiada en Centroamérica,** lo cual le permite **ser un puerto de parada** en la zona sur de diferentes rutas de cruceros provenientes de la costa Este y Oeste de Estados Unidos, Centroamérica, las Islas del Caribe y Sudamérica. No obstante, es importante destacar que Puerto Limón no es visitado frecuentemente por los itinerarios cortos de en torno a 7 días que parten de Texas o Florida en Estados Unidos.

En referencia al sector turístico para las Marinas, se destaca que la actividad hotelera de Costa Rica se concentra en la zona del Pacífico y Guanacaste, mientras que en la zona de Caribe se dispone de muy poca oferta en la actualidad. Además, la oferta en esta zona está muy por debajo de la media nacional y de las zonas más turísticas. Por otra parte, el usuario potencial de la marina, considerando que actualmente no existe, sería principalmente la población de mayor poder adquisitivo del país y extranjeros a ser atraídos con múltiples servicios que deben crearse en la región. Se debe destacar que, al desarrollar el proyecto, **la Marina de Limón sería la única en toda la costa del Caribe de Costa Rica,** siendo muy factible que no llegue a tener competencia, considerando que en la zona de playa de la costa caribeña predominan las zonas ambientales protegidas y de reserva natural, que impedirían/limitarían el desarrollo de cualquier tipo de infraestructura portuaria o turística en la costa.



1. CONCEPTUALIZACIÓN DEL MERCADO

El proyecto sobre el que se realiza el presente estudio de mercado es “Estudios de prefactibilidad y factibilidad técnica, ambiental, financiera y económica-social para la construcción, puesta en marcha, operación y mantenimiento, bajo la modalidad de Alianza Público Privada, del proyecto Construcción y Operación de la Marina y Terminal de Cruceros en la Terminal Hernán Garrón Salazar”. El presente análisis de mercado es el punto de inicio del estudio de factibilidad que se debe emitir a la Junta de Administración Portuaria y de Desarrollo Económico de la Vertiente Atlántica (JAPDEVA). Para ello, este proyecto, impulsado por el Gobierno Central de Costa Rica junto con JAPDEVA y el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (MIDEPLAN), busca transformar la Terminal Hernán Garrón Salazar en un puerto de referencia para el turismo de la región de Limón y de Costa Rica, generando el desarrollo económico de la región a través de la promoción de empleo e impulsando actividades recreativas para el turismo. Este trabajo brindará las herramientas de demanda esperadas para proceder con el análisis técnico, legal y administrativo para la estructuración de la ingeniería básica y estudios de ingeniería costera, ambientales, definición de equipamientos, edificaciones y demás facilidades que se deben planificar.

Estos trabajos deben desarrollarse siguiendo los criterios y lineamientos establecidos por parte de la Comisión Interinstitucional de Marinas y Atracaderos Turísticos (CIMAT) quienes otorgarán la viabilidad técnica de la Marina; así como los términos de referencia que emite la Secretaría Técnica Nacional Ambiental (SETENA) para obtener la viabilidad ambiental del proyecto. En las siguientes etapas también se contará con la participación de organismos públicos como el Instituto Costarricense de Turismo, la Comisión de Marinas y Atracaderos Turísticos, la Municipalidad del Cantón Central de Limón, el Instituto Nacional de Vivienda y Urbanismo y demás instituciones del gobierno central pertinentes.

Aspectos geográficos

El proyecto se ubica en Limón en el cantón central de la provincia de Limón siendo esta una de las 7 que conforman el país. La ciudad se encuentra ubicada a una distancia de 163 kilómetros (a 4 horas) al este de la capital San José, en la costa del Mar Caribe. Su área de influencia, la provincia que lleva su mismo nombre (Ver Figura 1.1), tiene una extensión de 9.188 km² (18 % del territorio nacional) y una población de 449.781 habitantes (8 % de la población total). La provincia se subdivide en 6 cantones: Limón, Pococí, Siquirres, Talamanca, Matina y Guácimo. Limita al noroeste con Nicaragua, al norte y este con el Mar Caribe, al oeste con las provincias de Heredia y Cartago, al suroeste con la provincia de San José, al sur con la provincia de Punta Arenas y al sureste con Panamá. Esta región cuenta como principal atractivo, con el hecho de tener toda la costa caribe de Costa Rica, alrededor de 336 km de playas rodeadas de parques naturales que cubren el bioclima de bosque tropical húmedo propio de la zona, hecho que le permite conservar flora y fauna endémica. El área de influencia de Limón, se caracteriza por contar con numerosos parques naturales, reservas forestales y marinas como se indica en la Figura 1.1.



FIGURA 1.1. LOCALIZACIÓN DE LIMÓN Y PRINCIPALES PARQUES NATURALES



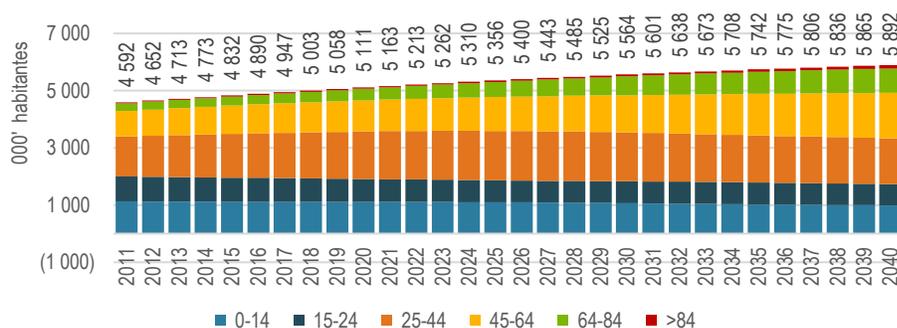
Fuente: M&N

Debido a su fortaleza ecológica, el Parque Nacional Tortuguero para la observación de fauna y flora así como el avistamiento de diversidad de tortugas y aves hacen de este sitio un punto ecológico clave del país. Otros parques como Cahuita, Manzanillo y la Amistad son un gran atractivo de la zona. Se destacan las reservas y refugios naturales de Hito Cerere. Los principales ecosistemas marinos también se encuentran en esta zona, en particular en Punta Uva y Gandoca-Manzanillo.

En el sistema hidrográfico principal se destacan los ríos Reventazón y Parismina. El sur de la provincia, la cordillera de Talamanca cuenta con las cumbres más altas del país, entre las que destaca el cerro Chirripó, a 3.820 msnm.

Demografía y Aspectos Sociales

FIGURA 1.2. POBLACIÓN DE COSTA RICA POR EDADES Y PROYECCIÓN CON BASE AL CENSO 2011



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)

Costa Rica es un país de tamaño pequeño, con una población para 2021 de alrededor de 5,2 millones de habitantes (Figura 1.2). Según los datos del Censo de 2011 en Costa Rica se espera que para el 2040 la población de Costa Rica se acerque a los 6 millones de habitantes.

La población predominantemente hace parte del grupo etario entre los 25-44 años que paulatinamente pasará a ser de 45-64 años a 2040. Esto es positivo dado que el grupo etario predominante para las actividades de la marina y de cruceros es similar, lo cual implica un aumento en la población objetivo para la tipología de usuario del proyecto.

FIGURA 1.3. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN - PROVINCIAS

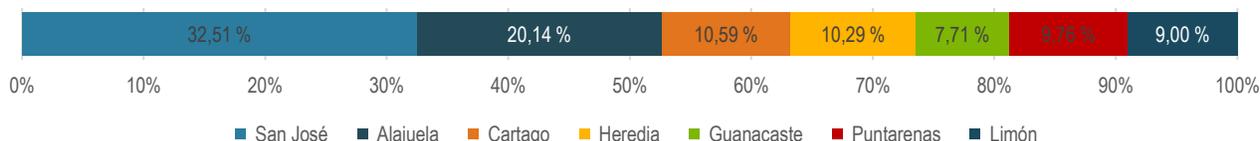
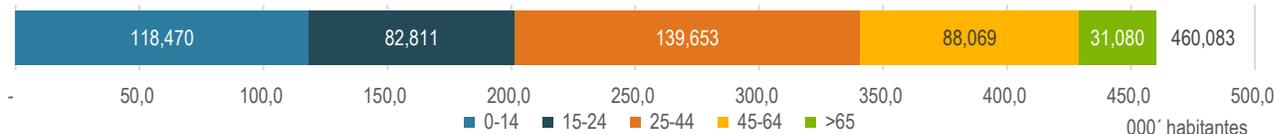


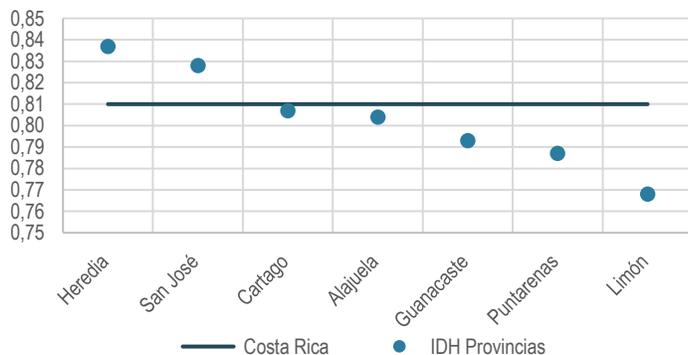
FIGURA 1.4. DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE LIMÓN POR EDADES (% , 2011)



Fuente: M&N derivado de la información de INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)

La provincia de Limón contaba en el 2011 con alrededor del 9 % de la población del país. Para el año 2020, la población mayoritaria de Limón sigue la tendencia etaria a nivel país al contar con el mayor grupo poblacional dentro del rango de 25 y 44 años, la cual también se convertirá en un grupo etario relevante para el mercado de marinas y de cruceros en el mediano plazo al pasar a ser mayores de 45 años para 2040. Así mismo, el hecho de contar con un grupo poblacional joven significativo de alrededor de 118.470 personas, 25 % de la población de la provincia de Limón, indica un crecimiento futuro de la fuerza laboral y por ende, del desarrollo de iniciativas que permitan el crecimiento económico de la región.

FIGURA 1.5 ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO COSTA RICA (2019)



Fuente: Naciones Unidas

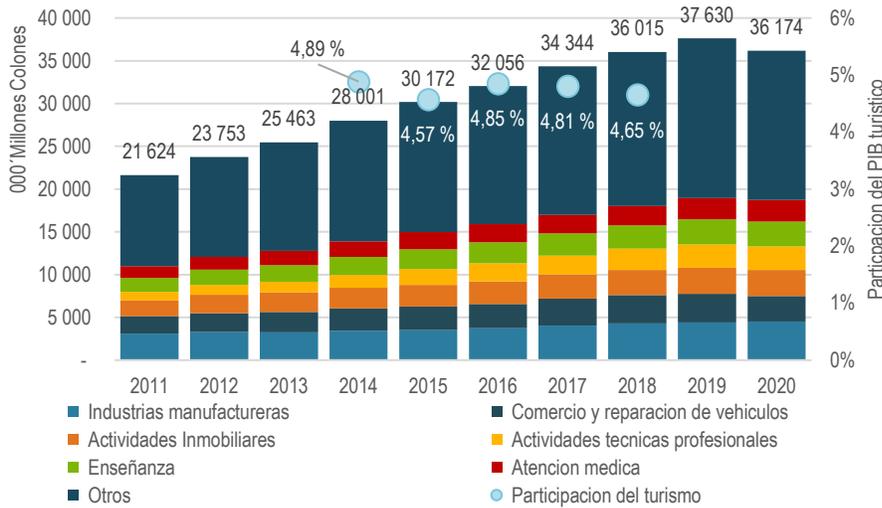
La población de Limón es mayoritariamente de origen afrocaribeño, chino e indígena, lo que influye ampliamente en sus tradiciones, cultura, gastronomía y otros factores que la diferencian del resto de provincias del país, que mantienen costumbres y rasgos más homogéneos. La provincia presenta el Índice de Desarrollo Humano más bajo a nivel nacional y se ubica en los lugares más altos en desempleo, inseguridad y en los más bajos en cuanto escolaridad y oportunidades de desarrollo en general. Mayores detalles de esta población objetivo se presentan más adelante en el desarrollo del estudio, ver sección 3.1.



1.1. CARACTERIZACIÓN ECONÓMICA

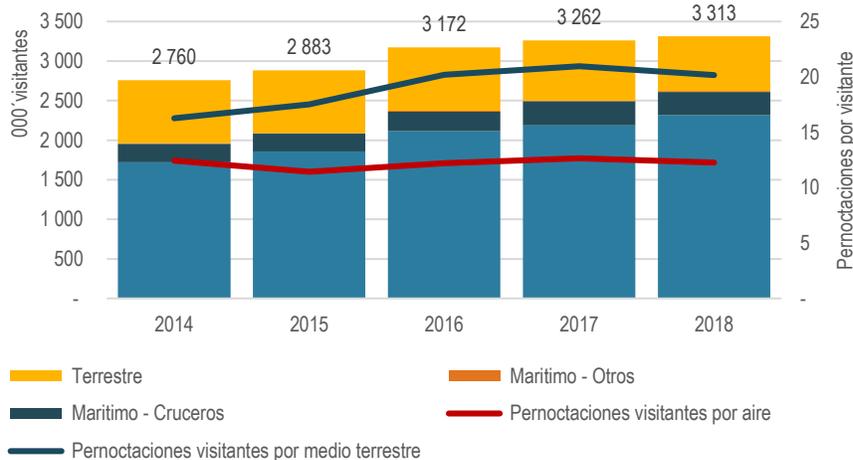
De acuerdo con el Banco Central de Costa Rica (BCCR), la economía costarricense evolucionó de manera favorable hasta la irrupción de la pandemia en 2020, donde cayó un 3,9 %. Hasta ese año, la economía había mostrado crecimientos interanuales durante toda la década, con un crecimiento promedio de entorno al 7,2 % por año.

FIGURA 1.6. EVOLUCIÓN PIB COSTARRICENSE Y PIB TURÍSTICO (2011-2020)



Las actividades de industrias manufactureras, inmobiliarias, actividades técnicas profesionales y comercio, y reparación de vehículos son las actividades generales que más aportan al Producto Interno Bruto (PIB) nacional (Figura 1.6). No obstante, en el caso de las industrias manufactureras su aporte ha venido disminuyendo a lo largo de los últimos años pasando de casi un 15 % a un 12,5 %. Las actividades de información y comunicaciones, actividades técnicas o científicas y de servicios, son las que más han crecido en su participación recientemente.

FIGURA 1.7 VISITANTES POR VÍA DE ACCESO Y PERNOCTACIONES (2014-2018)



El turismo supone cerca del 5 % del PIB nacional en Costa Rica de acuerdo con las estimaciones del Banco Central de Costa Rica (BCCR). La cuenta satélite de turismo publicada por el BCCR estudia el impacto de turistas internacionales, turistas internos y turistas emisores. La actividad que más aporta dentro de la categoría de turismo es el alojamiento para visitantes, seguido de la provisión de alimentos y el transporte de pasajeros.

Fuente: BCCR (2018)

Evidentemente, gran parte de lo que se estima como PIB turístico está relacionado con el beneficio indirecto que supone para otras industrias. La información recopilada por el BCCR indica que el turista internacional que visita Costa Rica ha ido ampliando su consumo medido en colones. El turista interno muestra un gasto mucho más estable.¹

De acuerdo con la misma fuente, el número total de turistas internacionales visitando el país ha mostrado un desarrollo continuo, con crecimientos interanuales entre el 1,6 % y el 10 %. La mayoría de los turistas internacionales entran al país a través del transporte aéreo.

La mayoría de los visitantes que acuden por medio terrestre provienen de otros países centroamericanos y no lo hacen por motivos turísticos, si no por otros aspectos.

La información también muestra que el número de turistas que acceden al país vía marítima distinta a cruceros ha mostrado un comportamiento relativamente estable, variando entre 8.100 y 10.320 visitantes anuales. Las estadísticas de cruceros serán analizadas en mayor detalle en capítulos posteriores.

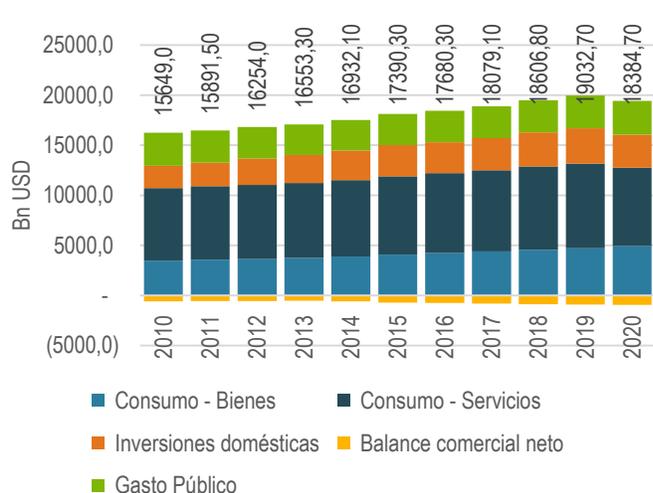
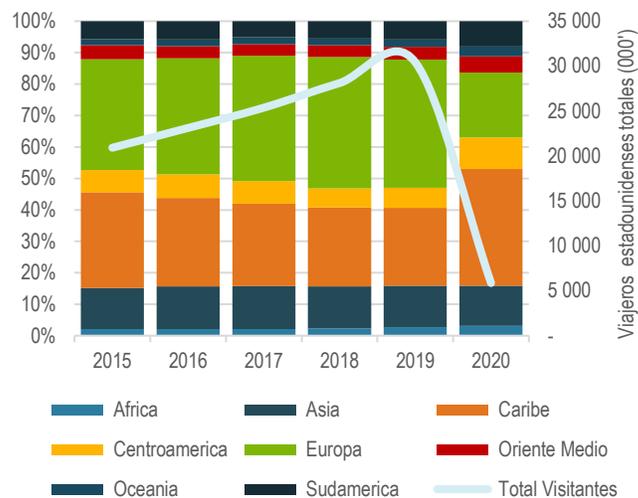
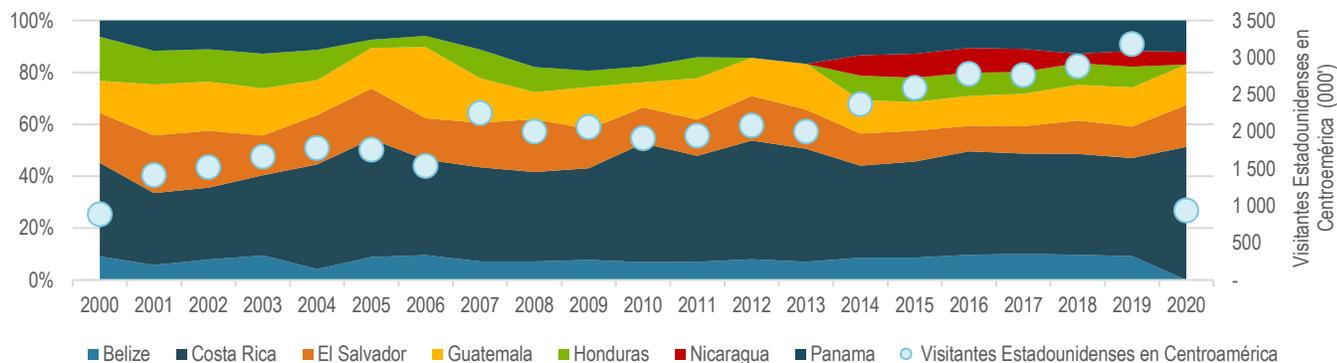
Según el Anuario Estadístico de Turismo 2019 del Instituto Costarricense de Turismo², el país fue visitado por aproximadamente 3,2 millones de turistas en el año en mención. De los cuáles el 53,1 % provenían de Norteamérica, en especial de Estados Unidos (42,5 %). Exceptuando el grupo de los nicaragüenses, venezolanos, colombianos y centroamericanos que en su mayoría ingresan al país por otros motivos distintos al turismo. Los siguientes grupos de importancia a nivel de turístico provienen de los siguientes países: Canadá (7,5 %), México (3,10 %), Alemania (2,6 %), Reino Unido (2,5 %), Francia (2,5 %) y España (2,2 %). Al analizar la importancia de los turistas que visitan Costa Rica debido al turismo relacionado con cruceros o marinas, el impacto de los visitantes estadounidenses es todavía mayor. Los valores absolutos se detallarán en los siguientes apartados, no obstante, se considera importante analizar la economía estadounidense como parte de la conceptualización del mercado.

Incidencia economía estadounidense

La economía estadounidense ha mostrado un crecimiento continuado a lo largo de la última década únicamente retrocediendo en torno a un 3,4 % en 2020 debido a la pandemia del Covid-19. Actualmente se estima que la economía estadounidense pueda crecer en torno a un 6,1 % y 4,4 % en 2021 y 2022 respectivamente.

¹ Datos obtenidos de la cuenta satélite de turismo del BCCR

² El año 2020 no se tomó como referencia para este estudio por las restricciones sanitarias producto de la pandemia y el cierre de fronteras a nivel local e internacional. El país fue visitado en este período por 1 millón de turistas y las composiciones de origen y otros datos fueron muy similares en términos relativos a los del 2019

FIGURA 1.8. EVOLUCIÓN DEL PIB ESTADOUNIDENSE (BN USD, 2010-2020)

FIGURA 1.9. VIAJEROS ESTADOUNIDENSES POR REGIÓN DE DESTINO (% , 2014-2020)

FIGURA 1.10. TURISTAS ESTADOUNIDENSES POR PAÍS CENTROAMERICANO Y VISITANTES TOTALES (2010-2020)


Fuente: Elaboración de M&N con datos del Departamento de Comercio de Estados Unidos -US Department of Commerce y el Instituto Costarricense de Turismo

El destino internacional más común entre los estadounidenses hasta la irrupción causada por la pandemia era Europa. Dicho destino llevaba unos años ganando cuota de mercado en contraposición del Caribe, el cual se mantenía como el segundo destino preferido por un amplio margen.

Los países centroamericanos se han mantenido en torno a un 7 % aunque durante los últimos dos años han descendido ligeramente su cuota de mercado. Dentro de este contexto, Costa Rica se ha mantenido como el destino preferido en la región. Durante 2020 a pesar de la gran reducción en el total de turistas debido a la pandemia, Costa Rica amplió su cuota de mercado demostrando la confianza depositada por los turistas en el país. Las cifras de visitantes totales han crecido prácticamente todos los años.

1.1.1. PREVISIONES MACROECONÓMICAS DE LA REGIÓN

El Fondo Monetario Internacional (FMI) ha aprobado un acuerdo para apoyar la recuperación económica de Costa Rica tras el impacto del Covid-19 con un presupuesto de 1,7 billones de dólares.

La pandemia impactó a Costa Rica, y a toda la región centroamericana y caribeña por su fuerte dependencia en el turismo. En 2020, las principales contracciones pudieron observarse en países como Belice, Guatemala, Honduras o El Salvador, donde la falta de capacidad para gestionar la pandemia supuso un reto todavía mayor.

FIGURA 1.11. CRECIMIENTO DEL PIB ESPERADO (%) EN PAISES DE LA ZONA DE INFLUENCIA



Fuente: FMI

En lo que respecta a Costa Rica, a pesar de la fuerte dependencia en el turismo, la producción de algunos bienes para exportación permitió mitigar la caída de la economía. En 2021 se espera que Costa Rica termine el año con un crecimiento de 3,9 % en el PIB nacional. Otros países de la región pueden esperar crecimientos mayores, pero especialmente debido al efecto rebote tras sufrir caídas superiores a lo largo del 2020. La región del Caribe espera un crecimiento más pronunciado en 2022, fuertemente asociado al levantamiento de restricciones de viajes de recreo.

El país espera recuperar los niveles de PIB pre-pandémicos hacia el final del año 2021, también se espera que el crecimiento continúe siendo fuerte en 2022 y que posteriormente se vuelva a crecimientos en torno al 3 %, en línea con su potencial. El crecimiento en el corto-mediano plazo se espera que venga de la mano del regreso del turismo.

Durante la pandemia, el Gobierno de Costa Rica llevó a cabo una serie de medidas de apoyo a sectores en riesgo y amplió el gasto social. Sin estas medidas se estima que el índice de pobreza podría haber aumentado en 3,4 puntos porcentuales. Se espera que tras las negociaciones previamente descritas con el FMI el país pueda reconducir el crecimiento de la deuda pública hacia un escenario más sostenible.

El país y los organismos internacionales consideran que la recuperación del turismo permitirá la reapertura de servicios que requieren mucha mano de obra, lo cual puede generar la recuperación de la demanda doméstica y mejorar el mercado laboral. En general, se espera que las reformas que ya comenzaron en Costa Rica tras su adhesión a la OCDE (Organization for Economic Co-operation and Development) pueden ayudar al país a tener una pronta y sólida recuperación.

1.2. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LIMÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO³

La provincia de Limón se ubica dentro de la región de desarrollo Huetar Caribe. La principal actividad económica de la región está relacionada con el sector agropecuario, destacando las plantaciones de banano, piña, cacao y otros, así como la ganadería. También destacan las actividades logístico-portuarias debido a la presencia de las Terminales de JAPDEVA y la Terminal de Contenedores de Moín, por la que salen cerca del 80 % de las exportaciones nacionales. No obstante, cabe destacar que el estado de la infraestructura de la provincia es deficiente, exceptuando los puertos. Sus carreteras, puentes y caminos presentan un alto deterioro y carecen del mantenimiento adecuado. Situación que no permite un adecuado desarrollo de la región en general. Tanto la terminal de cruceros de JAPDEVA y el aeropuerto requieren de inversiones importantes para poder atender y atraer mayor cantidad de turistas y fomentar el desarrollo del turismo en la zona.

La influencia de las costumbres afrocaribeñas ha marcado definitivamente la cultura, la gastronomía y la música. En la gastronomía se destacan los platos cocinados a base leche de coco, como el arroz y frijol o el rondón, o salsas con curry y otras especies que acompañan a los pescados y mariscos. En la parte cultural el evento más importante es el Día del Afrocaribeño que se lleva a cabo en el mes de agosto. En este día se aprecia lo mejor de la cultura afrocaribeña por medio de desfiles, trajes autóctonos, conciertos musicales y otros eventos culturales.

La provincia cuenta con potencial para el desarrollo de la pesca deportiva, especialmente la que se refiere al Sábalo Real y al Róbalo que se pescan a orillas de la costa y hasta unas 3 millas mar adentro. Se sabe que por la zona se encuentran Marlins, Vela, wahoo entre otros, sin embargo, no hay datos fidedignos ni puntos de pesca conocidos para estas especies, solo estimaciones sobre su posible existencia y de que estos puntos de pesca estarán a más de 50 millas mar adentro y en condiciones de navegación complejas. Las más de 600 especies de aves identificadas (ebird.org) hacen de esta provincia uno de los lugares predilectos para los entusiastas de las aves y para el turista en general.

FIGURA 1.12. LOCALIZACIÓN DE LIMÓN CON RESPECTO A ZONAS DE INTERÉS TURÍSTICO



Fuente: M&N

Con respecto a su interés turístico, la región Huetar Caribe sobresale por su riqueza natural y cultural. Entre sus principales atractivos naturales destacan a nivel internacional los Canales de Tortuguero, la Reserva de Gandoca – Manzanillo, el Parque Nacional Cahuita, Puerto Viejo, el Parque Nacional Braulio Carrillo y la gran variedad de playas y zonas protegidas por los parques nacionales. A continuación, se presenta una breve reseña de dichas zonas cerca del área de influencia del proyecto:

³ Considerar para esta sección como fuente: JAPDEVA, ICT, SINAC Costa Rica y M&N.

FIGURA 1.13. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE LA PROVINCIA DE LIMÓN



Fuente: govisitcostarica.co.cr

Canales de Tortuguero

Los canales de Tortuguero son el segundo humedal más grande de Costa Rica, destacándose por su riqueza en biodiversidad. El parque protege la zona de anidación de tortugas verdes. Está conformado por una red de ríos y canales cuyo único acceso es mediante lancha pequeña, comunicando el puerto de Moín con Barra del Colorado en la frontera con Nicaragua. El parque es de amplio uso para el ecoturismo, avistamiento de aves (Jacana), disfrutar de la diversidad en flora y fauna, se pueden visitar áreas silvestres protegidas como la barra del Tortuguero y San Francisco. No sobra decir que el área es utilizada en un 100 % para la conservación de 734 especies de plantas, 442 especies de aves, 138 especies de mamíferos, 118 especies de reptiles, 58 especies de anfibios y 460 especies de artrópodos.

Cahuita

El Parque cubre 1.100 hectáreas terrestres y un área marina protegida de 22.300 hectáreas. Las principales actividades para realizar son caminatas, buceo, canyoning y snorkeling en el arrecife de coral. Su gran variedad de flora y fauna que incluye: tortugas marinas, anguilas, cohombros de mar, mantarrayas, tres especies de tiburones y los erizos, se pueden ver en el arrecife coralino.

Hay al menos 35 especies de corales, 123 especies de peces y muchos moluscos y crustáceos. Los mejores meses para visitar son entre febrero y abril. Las aguas son de color azul cristalino y las playas de arena blanca son ideales para todo tipo de actividades.

Algunos de los mamíferos que se pueden observar son: tamandúas del norte, perezosos y monos aulladores. Algunas de las aves más brillantes y coloridas del mundo se pueden ver en este Parque Nacional, por ejemplo, ibis verdes, tucanes de quilla y garzas. En cuanto a la flora hay orquídeas y hongos salvajes además de gran variedad de especies de plantas. La playa del sur es un lugar de anidación protegido para las tortugas marinas. Otras playas tienen fuertes corrientes que hacen que la natación no sea segura.

Gandoca Manzanillo

Esta reserva de vida silvestre es muy importante desde un punto de vista ecológico porque contiene el único pantano de manglar intacto en el Atlántico, y la pequeña selva tropical primaria de tierras bajas que se encuentra aquí es la única de su tipo en la región. Un hábitat único, esta reserva incluye una franja de playa de 10 kilómetros, un bosque de 300 hectáreas, un arrecife de coral y 2 pantanos. El Refugio Gandoca Manzanillo es también el área de anidación de varias especies de tortugas marinas, manatíes, cocodrilos, caimanes, delfines y más. Entre la gran cantidad de vida silvestre que habita la zona, se puede encontrar; cocodrilos, pacas, manatíes de las Indias Occidentales, caimanes, tapires, delfines, tortugas marinas, fragatas, pájaros carpinteros, periquitos, águilas, pelícanos, tucanes y motmots, peces loro azul, pez ángel, anémonas de mar, erizos, abanicos de Venus, camarones, ostras, pepinos de mar, langostas y esponjas. Los mejores momentos para visitar el refugio es entre marzo y abril y de septiembre a octubre, que se consideran meses más secos.

Pueblo Manzanillo

Su playa de arena blanca y su variedad de restaurantes son un punto ideal para el ocio y disfrutar de la gastronomía local, fusión e internacional.

Reserva Biológica Hitoy-Cerere

El parque está ubicado aproximadamente a 60 km al sur de Puerto Limón y está al suroeste del Valle de La Estrella en la provincia de Limón. Las reservas indígenas de Talamanca, Taynín y Telire están adyacentes a la reserva. La UNESCO declaró esta reserva como Patrimonio de la Humanidad en 1993. Esta reserva forma parte del Área de Conservación La Amistad Caribe y alberga aproximadamente 380 especies de plantas, varias de las cuales sólo se encuentran en esta ubicación. Más de 40 especies de mamíferos: monos, ciervos, zarigüeyas, ardillas, agutíes y jaguares se alojan aquí, también hay especies en peligro de extinción como el oso hormiguero de seda, al oso perezoso de tres dedos, ocelotes, tapires, nutrias de río, entre otros. Más de 300 especies de aves que viven en la zona. Los observadores de aves podrán encontrar al búho con gafas, la oropéndola Montezuma, el martín pescador, tucanes y buitres.

El mejor momento para visitar la reserva es durante la estación seca que va de febrero a abril para que sea más fácil caminar por el parque. Las instalaciones son mínimas e incluyen una estación de guardaparques, estacionamiento, áreas de observación de aves, senderos, área de servicios sanitarios y agua potable. Información y primeros auxilios están disponibles también en la estación de guardabosques.

Visitas reservas indígenas y otras actividades

Los visitantes de esta zona tienen a su disposición múltiples servicios y facilidades que complementan los atractivos existentes en los litorales y en las áreas silvestres. Algunos ejemplos de otros lugares que se pueden visitar son: mariposario, plantación de cacao, reservas indígenas de Keköldi y Bribri.

En resumen, en Limón los turistas podrán realizar las principales actividades que buscan los extranjeros en Costa Rica (sol y playa, caminatas por senderos, observación de flora y fauna, observación de aves, pesca, buceo, entre otras), convirtiéndola en un destino potencialmente muy interesante.

La infraestructura turística y general, está en proceso de desarrollo para atender adecuadamente las actividades de turismo. A nivel de provincia solo hay 4 hoteles de categoría 4-5 estrellas y cuentan con 257 habitaciones en total, estando ubicadas a una distancia entre 65 y 130 km de Limón Centro. A pesar de esto, se pueden encontrar hospedajes; en los últimos años se ha observado algo de crecimiento en este aspecto.

Principales playas

Las playas del norte que son del Parque Nacional Tortuguero se enfrentan al océano, con oleaje de rompientes fuertes, las cuales por el color oscuro de sus playas atraen a las tortugas para la anidación, haciéndolas fundamentales para el ecosistema marino.

Por su parte, en la zona sur, las playas se acomodan de forma más directa con la cultura afrocaribeña. El mejor tiempo para visitar la zona es entre septiembre y octubre. Allí se destacan las playas de Punta Uva, Cahuita, Puerto Viejo, Gandoca Manzanillo y Playa Cocles.

1.3. POSICIONAMIENTO ESTRATÉGICO Y RELEVANCIA EN EL PLAN DE DESARROLLO DE LA REGIÓN



La posición de Limón dentro de la costa caribe de Costa Rica es privilegiada por ser ese un punto de acceso del turismo ecológico a la zona de influencia de su puerto. En ese sentido, si bien Limón cuenta con una situación social que necesita mejorar, es claro que potencializar la posición de su puerto de cruceros y la idea de instalar la marina, pueden convertir a Limón en un área de referencia clave de la zona. Considerando esto, existen algunas características del entorno competitivo de Limón para tener en cuenta, entre las cuales se destacan las siguientes:

- Competencia de servicios para cruceros: Roatán cuenta con un complejo portuario exclusivo para atender las necesidades de los cruceristas y de la tripulación. Belice si bien cuenta con una posición de atraque, la llegada de los cruceristas a la ciudad para la oferta de servicios está sujeta al uso de medios de transporte intermedios. Sin embargo, la construcción del *Stake Bank Cruise Ship Docking Facility* dará instalaciones que amplíen el portafolio de servicios de cruceros al tener una isla para el desarrollo de sus actividades. Colón presenta infraestructura limitada para dar una oferta de servicios a los cruceros en su terminal y Cartagena permite el atraque de cruceros en su terminal de carga, limitando su competencia para ampliar la oferta de servicios de cruceros.
- Ubicación con respecto a otros destinos: El puerto de Limón se ubica en la zona sur del Caribe, tiene presencia en trayectos Pan-Caribes de 10 a 24 días, pero no en *roundtrips* en el sur del Caribe o con puertos estadounidenses en el norte. Esto pasa debido a las rutas que resultan en el norte de Sudamérica que suelen tener como puerto de origen y destino al puerto de Colón en el primer caso y en el segundo, por la distancia de Limón de las ciudades americanas. Roatán cuenta con una mejor ubicación por su cercanía con Estados Unidos y Colón por su ubicación cerca al canal. Belice presenta una situación un poco más favorable que Limón pero similar en el comportamiento general, mientras que Cartagena cuenta con su posicionamiento estratégico en el sur del Caribe.
- Servicios turísticos en el destino: Actualmente el puerto de Limón cubre poco las necesidades de la gran mayoría de cruceristas. Otros puertos de la zona, excepto Colón, ofrecen centros comerciales, restaurantes, resorts y servicios turísticos en su propia terminal.
- Seguridad: El puerto de Limón requiere un manejo social importante que permita mejorar las condiciones de seguridad de la zona de influencia, partiendo de una planeación urbana que aproveche el desarrollo de la infraestructura portuaria del terminal de cruceros y la marina. Colón y Cartagena cuentan con una posición en sus ciudades de establecimiento que es favorable para garantizar condiciones de seguridad. Roatán al encontrarse en zona no urbana y presentar un desarrollo portuario en tierra favorable, cuentan con condiciones adecuadas de seguridad. Belice al presentar una distancia importante entre el atraque del crucero y la zona del terminal, genera intermediaciones que pueden tener implicaciones de seguridad.

1.3.1. ARTICULACIÓN DEL PROYECTO DENTRO DEL OBJETIVO DE DESARROLLO REGIONAL

Es importante destacar que el terminal de cruceros y la marina de Limón encajan dentro de los planes regionales de desarrollo y están en sintonía con algunos de los principales proyectos que se quieren desarrollar o fomentar en la zona. A continuación, se destacan las áreas o aspectos del Plan de Desarrollo 2030 de la región Huetar Caribe (preparado por el Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica) que está en línea con la promoción de este proyecto.

El objetivo principal es “impulsar el desarrollo de la región para el año 2030 con una visión de competitividad y ordenamiento territorial, mediante la implementación de operaciones estratégicas en cada una de las dimensiones identificadas como prioritarias, con el fin de generar los cambios deseados y mejorar la calidad de vida de la población objetivo⁴”.⁵ Los problemas priorizados en dicho plan para los cuales el proyecto ayudaría a resolver y a minimizar son la pobreza, el desempleo, la baja eficiencia en el uso de recursos, la deficiente accesibilidad y el insuficiente desarrollo institucional.

TABLA 1.1. ARTICULACIÓN CON LOS OBJETIVOS DE LA REGIÓN HUETAR CARIBE

Dimensión	Prioridad temática	Articulación con el proyecto
Producción y competitividad	Generar espacios de recreación turística con diversas opciones de esparcimiento al visitante nacional e internacional	<p>El proyecto espera desarrollarse como uno de los principales motores turísticos regionales. Actualmente ya es el principal puerto de cruceros del país y se espera que así continúe. Además, en lo referente a marinas se espera posicionar a Costa Rica en la costa caribe, algo que todavía está pendiente.</p> <p>Está en línea con otros proyectos de la zona que tratan de fomentar distintas áreas naturales o actividades en la región (por ejemplo: plan de pesca en la zona de cieneguita, el desarrollo del eje costero, desarrollo del Parque Vargas, el embellecimiento del casco histórico, complejo comercial Jamaica Town y la rehabilitación de la Isla Uvita, desarrollados por la Municipalidad del Cantón Central de Limón).</p> <p>En general, el proyecto de la terminal de cruceros y la marina de Limón es fundamental para continuar desarrollando el mercado turístico regional.</p>
Pobreza	Luchar contra el desempleo – Promover el acceso a empleos de calidad	<p>El proyecto empleará a un gran número de personas de manera directa.</p> <p>Además, se espera que el proyecto genere un gran número de empleos indirectos en la región (Según el ICT, el turismo suele generar en torno a 2,5 empleos indirectos por empleo directo).</p>
Pobreza	Seguridad ciudadana – Fortalecer el servicio de seguridad pública	<p>El objetivo de reducir la tasa de criminalidad está en línea con las necesidades del proyecto. Desarrollar el proyecto de la marina y terminal de cruceros contribuirá en reducir la criminalidad, ya que garantizar la seguridad será imprescindible para el éxito del proyecto</p>
Inclusión de la comunidad	Hacer parte del proyecto a la población y a los	<p>Limón es la provincia más pluricultural de Costa Rica, sin embargo, esta condición la convierte en la mayor desventaja social que tiene la provincia. El proyecto permitiría fomentar</p>

⁴ La población objetivo será analizada en mayor nivel de detalle en la sección 3 del informe.

⁵ Plan de desarrollo 2030. Región Huetar Caribe.

Dimensión	Prioridad temática	Articulación con el proyecto
	grupos étnicos de la zona de influencia.	los niveles de escolaridad y de trabajo en la población Limonense. Se espera con el proyecto brindar la oportunidad a la cultura afrocaribeña de mostrar y promocionar sus alimentos autóctonos, su música y bailes, vestuarios y artesanías, por medio de plazas culturales y desfiles que harían parte del atractivo para recibir a los turistas.
Accesibilidad y conectividad	Mejora de la accesibilidad y la conectividad regional externa e interna	En este caso, el proyecto requiere que este objetivo también se cumpla ya que una mejor conectividad con el interior del país permitiría a la terminal de cruceros y especialmente a la marina ganar radio de influencia. El proyecto mejoraría el acceso internacional de la región por vía marítima, permitiendo el acceso a embarcaciones de recreo privadas de modo seguro.
Fortalecimiento institucional y territorial	Modificar la tenencia de tierra, aprovechar adecuadamente el potencial	El plan de desarrollo busca generar nuevos planes de ordenamiento, promover las participaciones público-privadas y otros aspectos que mejoren el posicionamiento institucional en la región. Evidentemente, se plantea el proyecto como una concesión, lo cual se alinea con los objetivos del plan. Además, incorporar a un privado en esta materia puede ayudar a otros aspectos muy fuertemente ligados, como es el mejor aprovechamiento de los recursos o la introducción de herramientas tecnológicas entre actores del sector turístico. Acciones que ya se están llevando a cabo por la Municipalidad del Cantón Central de Limón, como el plan regulador costero que busca garantizar la seguridad jurídica de inversores en la zona, y pueden beneficiar el desarrollo.

Fuente: M&N

A lo largo del proyecto se hará referencia a la importancia de la conectividad con otros nodos o infraestructuras, no obstante, en el presente apartado se quiere destacar la importancia que el avance de dos principales desarrollos de infraestructura puede tener para el presente proyecto:

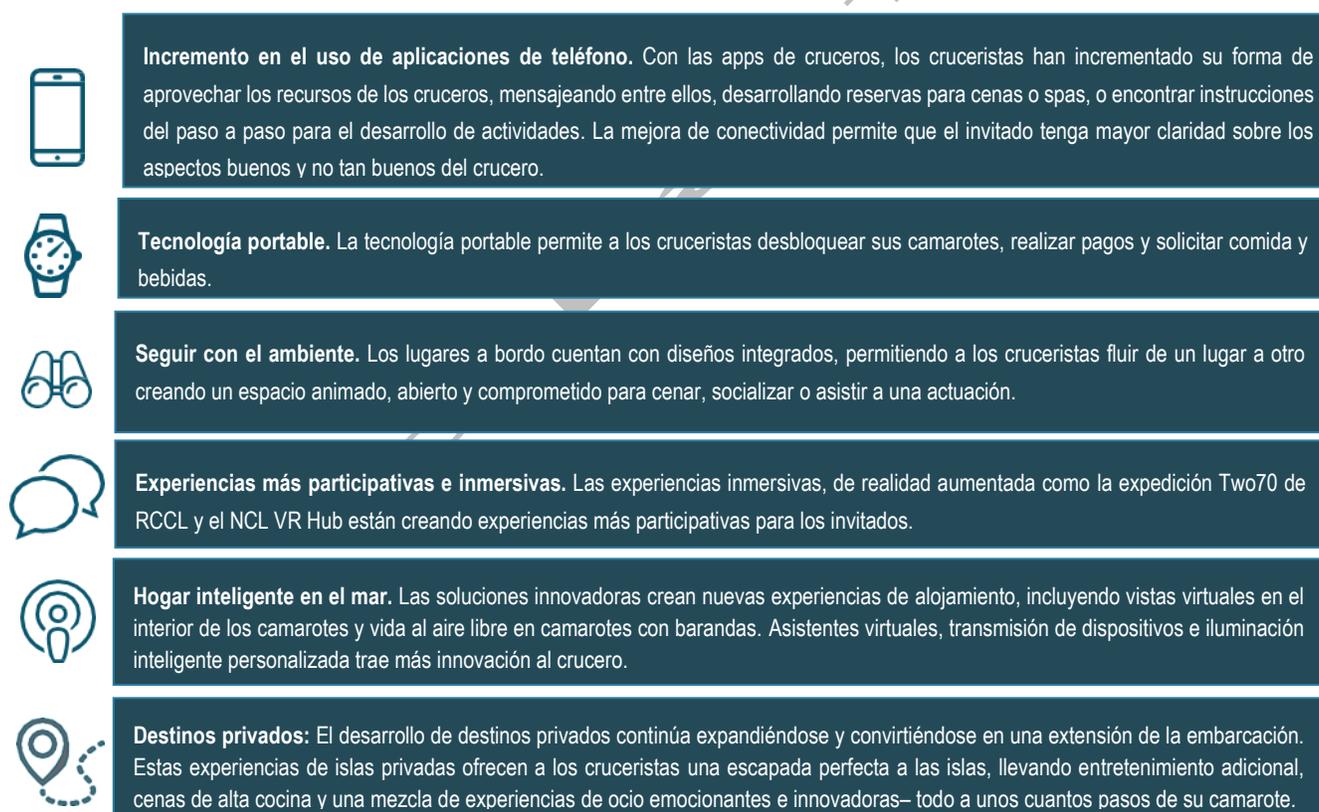
- La ampliación y rehabilitación de la Ruta Nacional N°32 permitirá mejorar la comunicación del centro del país con la región Huetar Caribe. El objetivo principal del proyecto es garantizar un acceso apropiado a los puertos del Caribe que movilizan la gran mayoría de la carga de comercio exterior nacional. El proyecto de la marina y el terminal de cruceros se beneficiará de tener un mejor acceso al aeropuerto de San José y a destinos del centro del país.
- El aeropuerto de Limón se prepara ya para recibir vuelos turísticos provenientes del extranjero, ya que los presupuestos de la Dirección General de Aviación Civil para el año 2022, contemplan el financiamiento para estudiar el diseño y los desarrollos necesarios para construir una terminal de pasajeros que potencie el turismo regional.

1.4. TENDENCIAS DE CONSUMO Y CONSIDERACIONES

1.4.1. CRUCEROS

De acuerdo con el *Cruise Lines International Association (CLIA)*, las tendencias de la industria del mercado de cruceros invitan a la resiliencia y el optimismo propio de este tipo de mercado. A pesar de un 2020 difícil, hay razones para tener expectativas positivas para los próximos años. La resiliencia del consumidor es alta, el CLIA reporta que el 74 % de los cruceristas están dispuestos a navegar en los próximos años. La confianza continúa en el sector de cruceros, es una base de referencia para la recuperación de la industria en los próximos años. Las líneas de cruceros tienen una fuerte demanda consolidada y reportan continuamente volúmenes de demanda optimistas desde el inicio de 2021. Además, según las noticias de la industria de cruceros, 2 de cada 3 cruceristas están dispuestos a navegar en el próximo año y el 58 % de los vacacionistas internacionales que nunca han estado en un crucero están dispuestos a usar este servicio en los próximos años. Carnival reportó ventas sólidas por demandas anticipadas, Oceanía reportó ventas absolutas en un solo día. Royal Caribbean reportó en febrero de este año ganancias en sus registros que subieron alrededor de un 30 % con respecto a noviembre y diciembre de 2020. Estas demandas tan significativas resultaron en incrementos de precios de los cruceros desplegados en el mundo por las distintas líneas. El mercado de cruceros está en un constante proceso de innovación de los servicios y de mejora de la experiencia de los cruceristas. En ese sentido, el mejoramiento en los servicios se liga al desarrollo de nuevas tendencias de consumo, a las cuales los puertos deben alinearse.

FIGURA 1.14. TENDENCIAS DE CONSUMO EN MERCADO DE CRUCEROS



Fuente : Cruise Lines International Association (CLIA) y M&N

1.4.1. MARINAS

M&N destaca las siguientes tendencias en el mercado de las marinas:

- En general se viene mostrando un crecimiento en el número de embarcaciones privadas, lo cual implica un crecimiento en la demanda de lugares de almacenamiento, bien en seco o en amarres en marinas. De acuerdo con la NMMA, la Asociación Americana de Manufactureros Marinos, 2020 fue un gran año para el mercado de embarcaciones con un incremento de 12 % en ventas comparado con 2019. Se espera que estos niveles de venta continúen creciendo en 2021. Evidentemente gran parte de estas embarcaciones no son para largos trayectos, pero se observa un interés en el sector de la navegación.⁶

- En lo referente al mercado de las marinas, se observan los siguientes aspectos clave:
 - o Mayor énfasis en la integración de la marina en su contexto local.
 - o Concepto Charter en crecimiento.
 - o Consolidación en grandes grupos de gestión de activos.
 - o Importancia del medio ambiente, tanto en materia de energía limpia y reciclaje, como en el interés en destinos turísticos medioambientalmente atractivos.
 - o Importancia de la tecnología en el sector con aplicaciones y herramientas que permitan reservas digitales, comunicación con clientes, etc.

⁶ <https://www.nmma.org/press/article/2352>

2. DEFINICIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

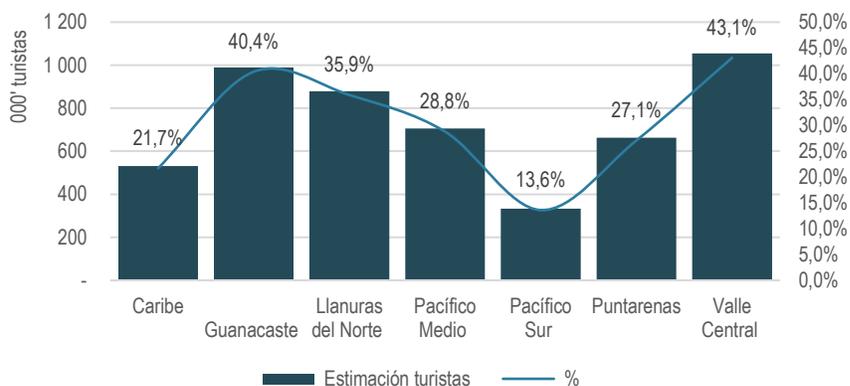
MIDEPLAN establece la necesidad de definir correctamente el problema o necesidad que origina un proyecto determinado. En el caso del desarrollo de la terminal de cruceros y la marina de Limón el problema a cubrir es la necesidad de satisfacer una demanda creciente en el sector turístico, uno de los pilares económicos que permite el desarrollo de Costa Rica y en particular de la provincia de Limón.

La ejecución y puesta en marcha de este proyecto permitirá la entrada de recursos a la región, debido a los empleos directos e indirectos producto de las inversiones en infraestructura que se deben desarrollar para las instalaciones del terminal de cruceros y de la marina. En el caso del terminal de cruceros, el desarrollo de facilidades como el muelle para permitir el amarre de cruceros de diferentes tamaños, facilidades en tierra como establecimiento de zonas comerciales y culturales, facilidades para desarrollar actividades portuarias de ocio/turismo, logística de la operación para el crucerista y abastecimiento de los cruceros, son los principales servicios.

En el caso de las instalaciones de las marinas, el principal servicio que se suministra es el acceso a amarres de diferentes tamaños, los cuales son pronosticados en los siguientes capítulos. Tales amarres se colocan sobre un muelle que da acceso a distintos tipos de utilidades, en particular agua potable, energía, combustible, aceite, internet, lavandería, comunicaciones, provisiones náuticas, mantenimiento y almacenamiento de botes (en agua y en seco), además de contar con acceso a facilidades en tierra como zonas comerciales, restaurantes y hospedaje. Es usual que la marina maneje amarres para el desarrollo de actividades de turismo en el mar o en tierra en la zona de influencia a la marina. Este portafolio de bienes y servicios se desarrolla claramente considerando la disposición de una infraestructura asociada que permita la implementación de esta operación.

Actualmente, de los turistas que entraron en Costa Rica por modo aéreo, la región del Caribe es la segunda zona menos visitada del país. El desarrollo de una infraestructura que permita el crecimiento de distintas actividades turísticas beneficiará a la región Huetar Caribe, permitiendo captar un mayor número de turistas predominantemente extranjeros.

FIGURA 2.1. ESTIMACIÓN DE TURISTAS QUE INGRESAN POR VÍA AÉREA (2019)



Fuente: ICT

La Terminal de Cruceros y Marina desarrollará servicios que permitan potenciar el turismo en la zona de Huetar Caribe para un amplio número de turistas. Además de los beneficios directos para cruceristas y propietarios de embarcaciones de recreo; la marina dará servicio a turistas que ingresen al país por modo aéreo y quieran realizar actividades deportivas y comerciales en la zona del Caribe.

En el presente apartado se van a definir los motivos que hacen necesario el desarrollo del proyecto para ambos negocios (terminal de cruceros y marina) de manera separada, aunque existe un gran número de sinergias entre los dos desarrollos.

Además, siguiendo la metodología MIDEPLAN es necesario caracterizar los servicios en cuanto a identificar que otros productos sustitutos o complementarios existen actualmente. Se entiende por producto sustituto aquel otro servicio que compita por el mismo mercado. Los servicios complementarios son aquellos cuya existencia condiciona la existencia del servicio que se está analizando. M&N ha analizado los servicios sustitutos y complementarios independientemente para la terminal de cruceros y la marina, aunque como se mencionó, existen muchas sinergias entre ambos.

Terminal de cruceros

La terminal multipropósito de Limón ya recibe recaladas de cruceros en la actualidad, no obstante, las características de la terminal están lejos de los principales puertos de cruceros de las regiones Centroamérica y del Caribe. JAPDEVA debe desarrollar un terminal completo donde se ofrezca todo tipo de servicios turísticos si quiere competir con dichas terminales. En caso de no realizar un desarrollo apropiado, Limón puede sufrir un estancamiento en cuanto a su posición como puerto de cruceros, incluso con el riesgo de perder cuota de mercado y volumen de pasajeros. Algunas características típicas de los servicios que deben ofrecerse en terminales de cruceros se enlistan a continuación:

- Las terminales de cruceros deben ofrecer atractivos turísticos para los cruceristas. La localización debe garantizar lugares de interés a distancias relativamente cortas para que los turistas puedan visitar mientras se encuentran desembarcados. En este sentido Limón tiene lugares de interés natural y cultural, lo cual ha permitido a Costa Rica ser un destino demandado por cruceristas.
- Se debe ofrecer una gama de servicios comerciales y de ocio en las terminales para cruceristas. Limón no cuenta actualmente con un entorno y una infraestructura adecuada para satisfacer esta demanda.
- Se debe garantizar unos servicios mínimos para la tripulación. Actualmente, el puerto de Limón requiere un manejo social importante que permita mejorar las condiciones de seguridad de la zona de influencia, partiendo de una planificación urbana que aproveche el desarrollo de la infraestructura portuaria de la terminal de cruceros y la marina. Otras terminales cuentan con una posición más favorable para garantizar condiciones de seguridad, ya que se encuentran ubicadas en ciudades más turísticas o en zonas exclusivamente dedicadas a cruceros.
- Un Homeport, conocido también como puerto base, puerto de embarque o puerto de retorno, consiste en una instalación marítima/ciudad de destino, que sirve como base de operaciones desde donde comienzan y/o terminan los cruceros. En general, los puertos de origen tienen varias características clave más allá de un muelle de crucero del tamaño para satisfacer las necesidades de los posibles cruceros que arriben; necesitan de un edificio para la recepción y manipulación del equipaje principal y las instalaciones de embarque / desembarque. En particular, los puertos de

origen se ubican en mercados en los que (1.) hay disponible un transporte aéreo extenso, confiable y programado (o para operadores europeos, vuelos contratados), (2.) el aeropuerto normalmente está muy cerca del puerto, (3.) disponibilidad de hoteles de tres y cuatro estrellas con habitaciones disponibles; (4) las características logísticas y específicas del sitio permiten que el tiempo de respuesta del barco se produzca en un solo día; entre otros factores. Las líneas de cruceros también prefieren seleccionar puertos base que brinden acceso a una sólida base de consumidores; generalmente, un puerto base que tenga acceso al destino. Si bien Limón históricamente ha dado la bienvenida a un sólo barco como puerto base, el Pullmantur Monarch, esta operación no tuvo éxito más allá de una sola temporada de cruceros.

TABLA 2.1 SERVICIOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS – TERMINAL DE CRUCEROS

Servicios Sustitutos	Servicios complementarios
<p>No existe otra terminal de cruceros en la costa caribeña de Costa Rica. No obstante, otras terminales en otras regiones sí que pueden ser considerados como servicios sustitutos.</p> <p>En el caso de que Limón no satisfaga la demanda del turista, otros terminales en la región podrían tratar de captar parte del mercado.</p> <p>Es importante destacar que la presencia de otras terminales de cruceros es necesaria para poder realizar los recorridos que visitan Limón.</p> <p>Las secciones 4.1 y 5.1 del informe hace un análisis detallado de los principales terminales relevantes del caribe que pueden tener una influencia directa sobre el desarrollo del proyecto en Limón.</p>	<p>El turismo de cruceros tiene un gran número de servicios complementarios que están presentes en Costa Rica. Dependiendo del tipo de puerto de cruceros que se desarrolle, es posible tener diferentes prioridades con respecto al tipo de servicios que permita fortalecer la actividad de cruceros. En caso de puertos de llamado (port-of-call), el acceso del crucerista a actividades y destinos ecoturísticos y culturales interesantes en la zona de influencia del puerto. La <i>Tabla 2.2</i> indica el número de cruceristas que visitaron sitios de interés cerca de Limón en 2019-2020, destacándose los canales de Tortuguero, el Tour del Tren y el Veraguas Rain Forest Park. La ¡Error! No se encuentra el origen de la referencia. indica puntos de interés ecoturísticos relevantes a la información brindada en la tabla. En el caso de puertos tipo Homeport, resulta prioritario que servicios complementarios como el aeropuerto, red carretera, las empresas de turismo, el desarrollo hotelero y comercial del puerto sea de nivel internacional, para tener la capacidad de acomodar a cruceristas para su llegada a puerto de la manera óptima y confortable posible como una plataforma turística. En un puerto de llamada, el tener servicios de turismo y una red vial de calidad son servicios importantes que permitan acercar al crucerista a la actividad ecoturística que tiene gran peso en la economía de Costa Rica. El éxito del terminal de cruceros dependerá en gran medida de la existencia de excursiones a parques naturales de interés ecológico, acceso a zonas de interés cultural y actividades turísticas y deportivas. En la actualidad, Costa Rica cuenta con una importante oferta que cubre estos aspectos y el terminal de cruceros puede sustentarse en ellas para ofrecer un destino único. Información específica acerca de estas instalaciones a disposición del proyecto se puede encontrar en la sección 4.1 y 5.1.</p>

TABLA 2.2 NÚMERO DE CRUCERISTAS POR DESTINO TURÍSTICO TEMPORADA 2019-2020

Destino	# Visitantes	Descripción
Canales Tortuguero	28.466	Tour por los canales
Tour de tren	19.200	Recorrido en tren por la zona
Veragua Rain Forest Park	19.081	Tour completo selva tropical, mariposario, canopy, río, cascada, restaurante, senderos, tranvía aéreo
Ciudad de Limón	8.896	City tour por Limón
Parque Nacional Cahuita	7.073	Visita a las playas del parque nacional Cahuita
Puerto Viejo	7.044	Lugar apto para el surf, disfrute de playa y compartir con los lugareños
Sloths- Santuario	4.970	Visita al santuario de perezosos. Ubicado en Cahuita
Brisas de la jungla - Liverpool	3.810	Restaurante que ofrece canopy y turismo de aventura
Coffee tour - Turrialba	3.033	Visita a finca para visitar plantación de café
Teleférico Rain Forest Guápiles	2.811	Teleférico y visita a plantación banano
Río Reventazón - Rápidos	2.547	Tour por los rápidos del Río Reventazón
Manzanillo	2.533	Tour de playa
Bananito - City Tour	1.377	Tour a plantación de banano y city tour
Punta Uva	970	Mariposarios
Playa Bonita	965	Tour de playa y surf
Colón	826	Rápidos y visita al hotel
Water Front	756	Viaje en lancha para ver el puerto desde el mar
Punta Lanza	543	Visitan Trapiche y senderos para caminar
Piuta	110	Tour para turistas y tripulación a un bar
Hone Creek	40	Tour del Cacao

Fuente: JAPDEVA

Marinas

TABLA 2.3 SERVICIOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS – MARINAS

Servicios Sustitutos	Servicios complementarios
Actualmente no existe una Marina en la zona del caribe costarricense, razón por la cual no existe una infraestructura que ofrezca los servicios que podría tener la Marina de Limón.	Las marinas ofrecen un portafolio de servicios que puede variar dependiendo del objetivo que se tenga al posicionarse en el mercado. Las marinas que actúan como homeport son aquellas con una fuerte demanda local. En este caso, las marinas basan su mercado en el usuario que mantienen sus embarcaciones en la marina de manera continua. Para este tipo de marinas, la existencia de personas residentes o veraneantes en la zona es indispensable. Adicionalmente,



De hecho, gran parte de Costa Rica – Caribe, corresponde a una zona de reserva ambiental, razón por la cual la Marina de Limón tiene una posición competitiva única muy favorable dado las limitaciones de desarrollo de servicios sustitutos.

En ese sentido, las Marinas más cercanas a Limón son las de Bocas del Toro, Carenero y Red Frog, en Panamá. Más que considerarse sustitutas, son lugares necesarios para que los navegantes tengan como parte de su itinerario visitar a Limón.

La sección 4.2 y 5.2 del informe hace un análisis detallado de las principales marinas relevantes del caribe que pueden tener una influencia directa sobre el desarrollo del proyecto en Limón.

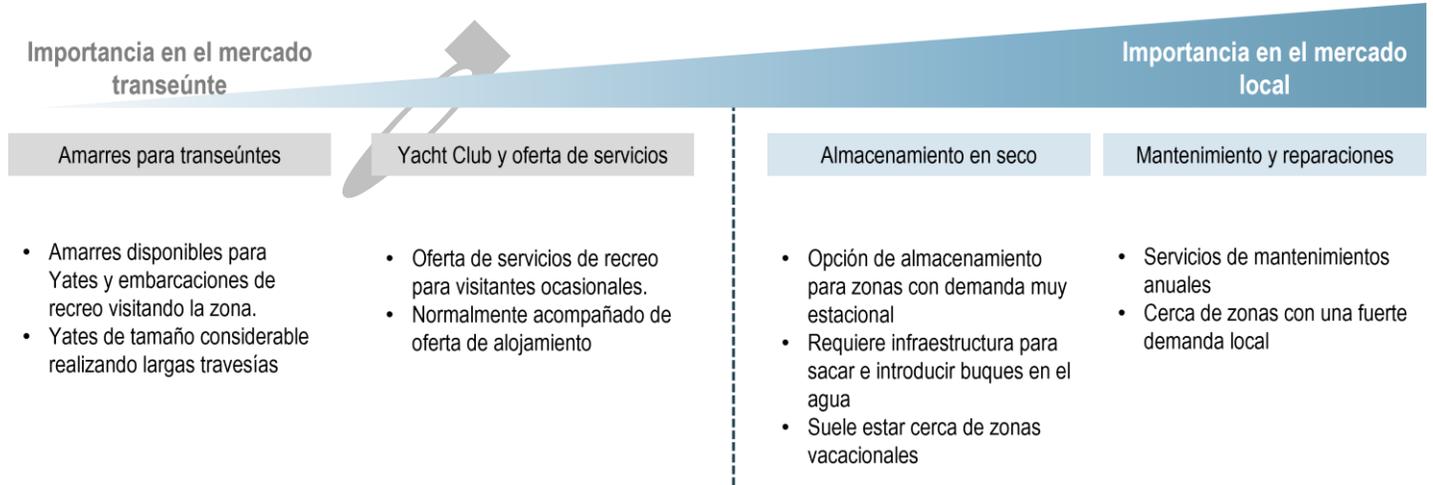
un valor agregado importante de la marina para este tipo de usuarios será ofrecer servicios de *Haul-out* (Sacar el bote del agua a almacenamiento en seco) para ofrecer servicios de mantenimiento y reparación a embarcaciones que permanezcan durante un largo periodo de tiempo en la marina.

En el caso de la marina dedicada a usuarios transeúntes o turistas, se debe contar con servicios comerciales que capturen ese tipo de demandas; debe presentarse infraestructura hotelera correspondiente a una planta turística de alto nivel, entre otros amenities que permitan al usuario de mega yates transeúntes consumir y generar ingresos en la zona. En el caso de Limón ya existe un interés por la naturaleza de la zona, no obstante, se debe desarrollar *el área* de la marina para crear un atractivo que lo convierta en un destino en sí mismo. Cabe destacar que generar lo anterior, puede atraer a embarcaciones transeúntes y a turistas que visiten la zona, pero entren al país por vía aérea. No obstante, se debe tener en cuenta que ambos consumidores tienen un perfil de gasto y unas demandas diferentes.

Así mismo, el turista o navegante interesado en el ecoturismo debe tener las facilidades de desplazamiento a sitios turísticos cercanos al área de influencia, así como actividades náuticas en la zona. Debido al tipo de actividades de la zona, se espera que el usuario típico provenga del extranjero y no local.

Dicho lo anterior, los servicios complementarios específicos para tener en cuenta en la marina son las siguientes *amenities*: Electricidad, agua, lavandería, combustible, seguridad, taller, Wi-Fi, hoteles, restaurantes y amarres flexibles. El análisis de estos servicios se profundiza en las secciones 4.2 y 5.2 de este documento.

FIGURA 2.2. RELEVANCIA DE SERVICIOS DE MARINAS EN FUNCIÓN DEL TIPO DE MERCADO



Fuente: M&N

Posteriormente a los apartados donde se analiza la demanda potencial y el tipo de oferta necesario en la marina, se describirán los servicios que deben estar garantizados en la marina de Limón en la sección “7. DOFA y recomendaciones estratégicas para el proyecto”.

Sinergias entre servicios

Es importante destacar que existen sinergias entre los servicios que pueden demandar cruceristas y usuarios de la marina. La demanda de un crucerista se puede asemejar a la demanda del turista convencional que busca tours y actividades en la zona. Por otra parte, el navegante de embarcaciones privadas tiene un perfil de gasto más elevado y suele demandar servicios más exclusivos.

Un ejemplo de éxito de marina donde embarcaciones transeúntes y megayates conviven con cruceros es la marina de Yacht Haven Grande USVI, ubicada en la bahía de Carlota Amalia en Saint Thomas (Islas Vírgenes de EE. UU.). Se trata de una marina privada operada por IGY marina, situada junto al muelle de cruceros de la isla. Este destino se encuentra entre los principales 5 puertos de escala de cruceros del Caribe. Resulta un ejemplo de especial interés para Limón por ser un caso de éxito para las dos tipologías de turistas: Turista convencional que llega al destino a bordo de un crucero y navegante privado con un perfil de gasto más elevado.

La marina está compuesta por 46 amarres que pueden dar servicio a todo tipo de megayates. Junto al muelle de cruceros y a los amarres se puede encontrar un centro comercial, restaurantes, yacht club y demás servicios turísticos característicos.

3. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

El desarrollo del terminal de cruceros y marina de Limón tendrá un impacto considerable en dos grupos de individuos diferenciados:

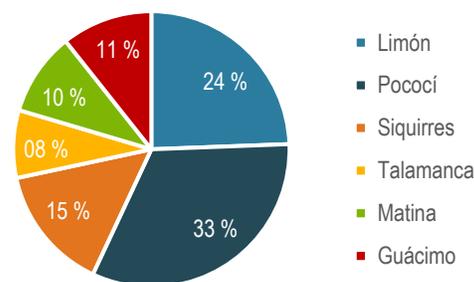
- **Población local:** El desarrollo de ambas iniciativas traerá un beneficio económico y social para la población de Limón ligado a la generación de puestos de trabajos directos e indirectos y a la potencial atracción de nuevas inversiones en el área. En general, permitirá mejorar las condiciones laborales de la población de Limón.
- **Usuarios de la infraestructura:** Con base en el actual tipo de usuario de las terminales de cruceros de Costa Rica, el principal beneficiado del proyecto será el turista internacional que visita Costa Rica de ambos géneros en el rango de edad que en promedio supera los 40 años de edad (Ver capítulo 0). Es posible que turistas costarricenses puedan beneficiarse de tener acceso a un mayor número de cruceros con recalada en su país. En el caso de la marina, actualmente los principales usuarios de las marinas de Costa Rica son visitantes norteamericanos interesados en la pesca deportiva o, en menor escala, otras actividades turísticas de la zona pacífica. El desarrollo de la marina de Limón beneficiará a turistas que deseen explorar la zona caribe de Costa Rica u otras regiones de Centroamérica.

M&N considera que toda la población de Limón puede enmarcarse como población afectada en base a la definición de MIDEPLAN. No se trata de población que vaya a utilizar la marina, pero sí es población que va a verse beneficiada al mejorar el posicionamiento de la región Huetar Caribe en el sector turístico. La población objetivo será directamente el número de personas empleadas directa o indirectamente como consecuencia del proyecto.

3.1. POBLACIÓN LOCAL

Los datos más recientes estiman que la población de la provincia de Limón está en torno a los 460.000 habitantes, de los cuales la mayoría se encuentran en los cantones de Pococí y Limón. Aunque el proyecto se desarrolle en la ciudad de Limón, se considera que tendrá un impacto positivo en la provincia completa e incluso en toda la región de Huetar Caribe, ya que fomentará un mayor número de turistas en la región Caribe, con todos los beneficios que ello conlleva en la económica costarricense. La población que pueda verse beneficiada de manera directa mediante la creación de puestos de trabajo directo será la población de la ciudad de Limón y parte del cantón de Talamanca. Estas dos zonas urbanas suponen el 24 % y 8 % de la población total de la provincia. La población directamente beneficiada está asociada al número de puestos de trabajos fijos y estables que se puedan generar de la operación. No obstante, en la zona de influencia previamente identificada también se espera un impacto positivo con la generación de empleos indirectos fuertemente asociados con el aumento de gasto de visitantes extranjeros.

FIGURA 3.1. DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE LIMÓN POR CIUDADES (% , 2011)



Fuente: INEC

Según información de la CIMAT, en el año 2019, las marinas ofrecieron a sus usuarios un total de 751 puestos de atraque, para este año se atienden un promedio de 525 embarcaciones generando 2.745 empleos directos. Considerando la estabilidad del mercado de marinas, la tendencia de 1 empleo directo por cada 4 puestos de atraque es un criterio razonable para adoptar en Limón para la operación de la marina. Actualmente no existen servicios de marina en Limón, por lo que todos los empleos directos derivados de esta actividad serán nuevos empleos. Con respecto a los cruceros, JAPDEVA ya opera cruceros en la terminal, no obstante, no se dispone de servicios diversos para el turista, como restauración o tiendas. La generación de empleo directo de estos servicios en Limón será un claro beneficio para la población local.

Además de la generación de puestos de trabajo directos, ambos desarrollos, la marina y la terminal de cruceros se espera que pueda potenciar la generación de empleos indirectos. El proyecto busca mejorar el posicionamiento de costa rica en el turismo de la costa Caribe, lo cual reportara beneficios potenciales en los distintos destinos de la zona (ver apartado 1.1 para mayor detalle de dichos atractivos).

Con base en la información publicada por INEC, es posible analizar el perfil de la población de Limón y su situación con respecto al resto del país. Se observa como la tasa de desempleo real (considerando también el porcentaje de personas ocupadas con empleo informal) en la región de Huetar Caribe es inferior a la de muchas otras zonas del país. No obstante, al comparar los ingresos de hogares per cápita se aprecia que la misma región está siempre en la última posición en todos los quintiles poblaciones. En general se observa que la población que más directamente se beneficiará del proyecto corresponde a parte de la población que actualmente dispone de menos ingresos. De acuerdo con el Instituto Costarricense de Turismo (ICT), los salarios más bajos por turismo se encuentran en el orden de 300 mil colones por mes hasta 700 mil colones para cargos de asesoría no profesional y profesional en turismo. En el caso de cargos directivos y administrativos, los salarios podían estar en promedio entre los 700 mil y 3 millones de colones por mes. En ese orden de ideas, el proyecto al promover el desarrollo de actividades turísticas en el área de influencia de Limón puede generar una progresión de los niveles de ingreso promedio de la región con respecto a lo presentado actualmente.

FIGURA 3.2 SUELDO PER CÁPITA DE LOS HOGARES POR REGIÓN (2021)

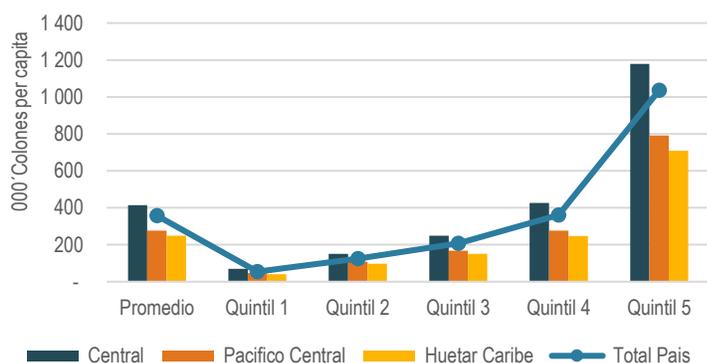
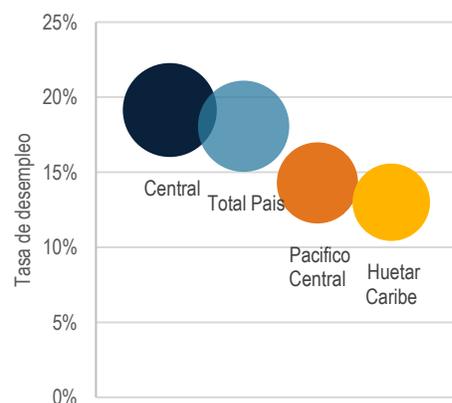


FIGURA 3.3 TASA DE DESEMPEÑO POR REGIÓN (2021)

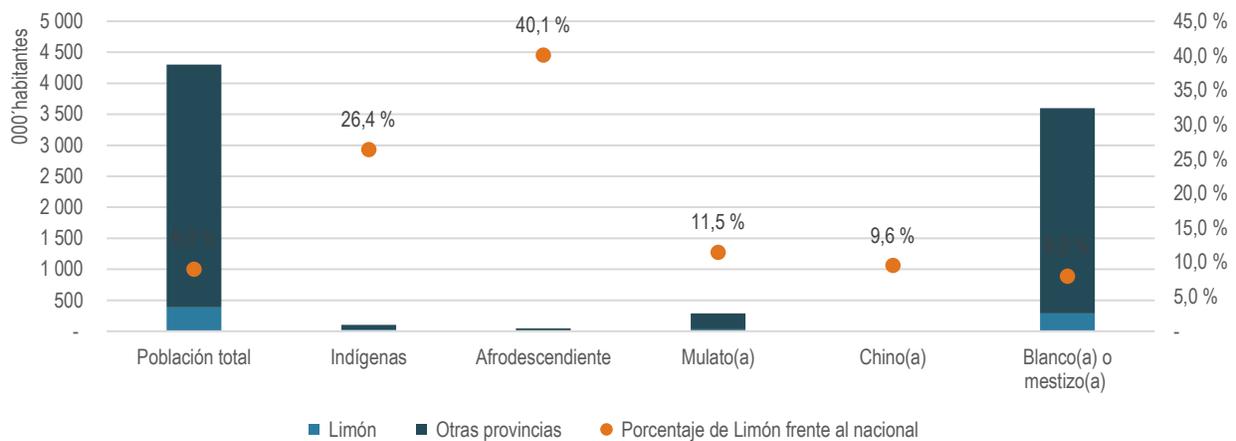


Fuente: M&N derivado de INEC

Dentro de la realidad sociodemográfica costarricense es importante evaluar la diversidad cultural y étnica de la población local afectada por el desarrollo de iniciativas en infraestructura. Los datos del INEC recogidos en el X Censo Nacional de población recogieron dicha diversidad. En el momento del censo, se registraron un total de 4.5 Millones de habitantes.

Limón es la provincia de Costa Rica con mayor población de descendientes africanos, representando hasta un 40 % de la población nacional. La siguiente figura muestra la distribución de la población total de Limón y del resto de regiones de Costa Rica. Puede observarse como a pesar de contar únicamente con el 9 % de la población total, en Limón se concentra el 26 % y 40 % de las poblaciones indígenas y afrodescendientes, lo cual destaca la importancia de estas comunidades en el área de influencia del proyecto.

FIGURA 3.4 DISTRIBUCIÓN DE POBLACIÓN POR ETNIA EN LIMÓN Y EN EL RESTO DE LAS PROVINCIAS DE COSTA RICA



Fuente: M&N derivado de INEC

La población referida en Costa Rica como “Negra”, incluye a afrodescendientes y mulatos. Dicho grupo poblacional proviene de dos ramas principales, en primer lugar, los descendientes directamente de países africanos que llegaron al país durante la época colonial. En segundo lugar, los inmigrantes de Jamaica y otras regiones del caribe que ingresaron en Costa Rica hacia finales del siglo XIX. Toda esta rama de la población costarricense tiene una cultura propia que incluye música, gastronomía, trajes tradicionales, cantos y danzas.

Un informe realizado en el mismo periodo que el censo nacional indica que la población afrodescendiente mayor de 25 años o más, de la zona urbana tiene en promedio 8,3 años de escolaridad y en zonas rurales 5.9 años. El mismo informe señala que sólo el 5,5 % de los hombres afrodescendientes del país posee un nivel de trabajo profesional o científico, mientras que el 57,3 % se dedica a actividades artesanales o de baja calidad. La baja escolaridad y la falta de trabajo digno tienen una repercusión directa en la condición social y económica del limonense⁷.

⁷ Universidad Tecnológica de Panamá, Omar Wright, Noviembre 2013

La provincia de Limón es hogar de un estilo de vida que no puede encontrarse en otras zonas del país, ya que se trata de la región más pluricultural de Costa Rica. Es importante que los desarrollos en la región permitan mantener y fomentar las tradiciones, las costumbres y todos aquellos símbolos tan arraigados de la cultura limonense como la vida en torno al malecón, venta de la comida típica, platos y artesanías realizadas a base de coco, restablecer la historia con eventos culturales mostrando las vestimentas, lengua y música representativas.

Los proyectos de desarrollo en la región deben buscar dotar de nuevas industrias a la zona que mejoren las condiciones económicas de la población, pero respetando las culturas y tradiciones, de manera que se alcance un desarrollo socialmente sostenible.

3.2. USUARIOS DE LA INFRAESTRUCTURA

3.2.1. CRUCEROS

Tanto la proximidad del Caribe a Estados Unidos como su clima templado durante los meses de invierno han sido factores importantes en el crecimiento de la industria de cruceros en la región. Sin embargo, la región también tiene un gran atractivo para los cruceristas de todo el mundo. Datos obtenidos de la encuesta a los pasajeros de cruceros indicaron que el 76 % de los pasajeros encuestados eran residentes de Estados Unidos, 13 % de Canadá, 3 % del Reino Unido y 4 % de Alemania. El 4 % restante de los pasajeros procedía de un amplio abanico de países, como Australia, Italia, España, México, Filipinas y Sudáfrica. Según este mismo estudio el 85 % de los pasajeros de cruceros desembarcan en los puertos escala del viaje mientras que únicamente un 30 % de los tripulantes suelen hacerlo.

Según un estudio de la Florida Caribbean Cruise Association, Costa Rica ocupa la posición número 25 entre los 36 destinos del Caribe. A nivel de la región centroamericana el principal destino es Honduras (9 a nivel general), seguido por Belice (10) Costa Rica (25), Panamá (27), Guatemala (32) y Nicaragua (33). En términos absolutos Honduras recibe 3 veces más personas que Costa Rica. Una de las razones para que esto suceda es el reconocimiento de Roatán (Honduras) como un lugar novedoso y de grandes atractivos naturales y por el desarrollo de un puerto privado por parte de la Carnival Corporation en la zona y dos puertos más en el Caribe. El promedio de gasto de los pasajeros de todos los destinos en el Caribe fue de \$99,69USD cerca de un 30 % del gasto promedio en Costa Rica \$136.63 USD⁸ Y cuando el destino es un Homeport, el gasto promedio es de \$144.88 USD por pasajero.

De los 36 destinos estudiados en el informe de prefactibilidad, Costa Rica se encuentra en la posición #10 en cuanto a satisfacción con el destino. Con una nota de 92 % de satisfacción general. La nota máxima en este estudio la tuvo Cozumel con un 97 %.

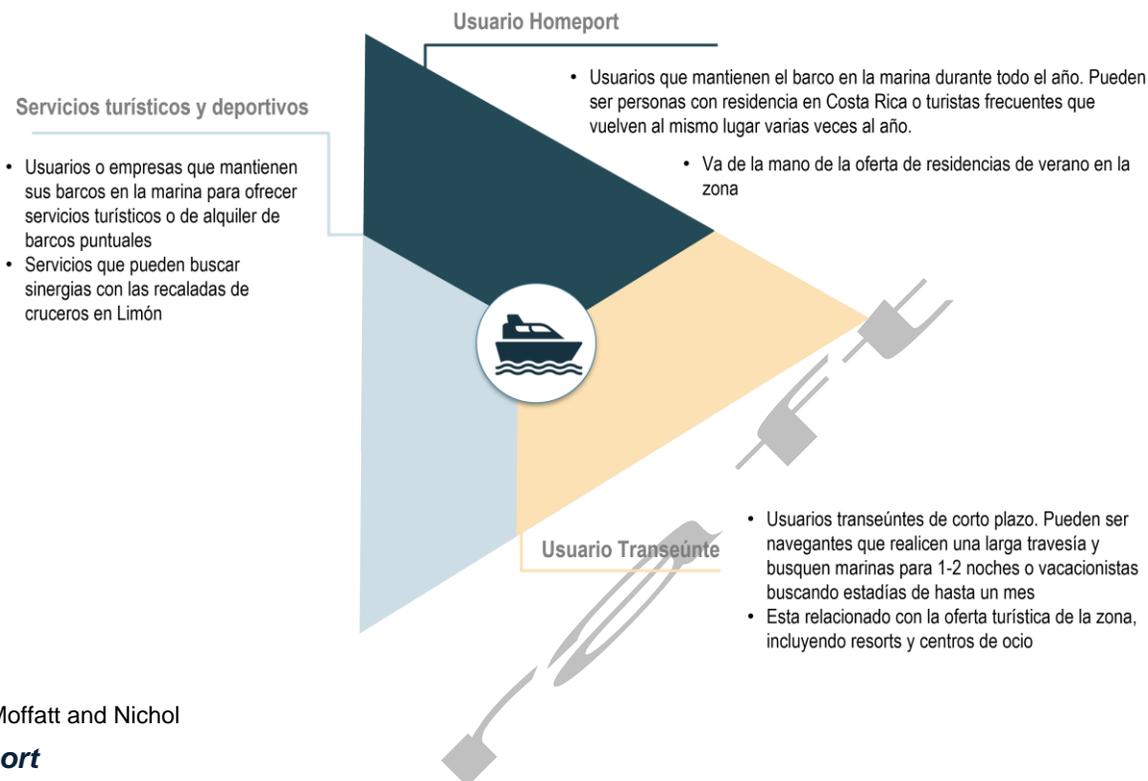
En general, el perfil de crucerista es tan variado como la modalidad de cruceros que se ofertan. En el caso del mercado del Caribe, la dependencia del mercado norteamericano es evidente.

⁸ Fuente: JAPDEVA / Florida-Caribbean Cruise Association

3.2.2. MARINAS

En el caso de las marinas, se van a destacar las características de los usuarios de las distintas tipologías de demanda.

FIGURA 3.5. TIPOLOGÍAS DE DEMANDA PARA LA MARINA DE LIMÓN



Fuente: Moffatt and Nichol

Homeport

Este tipo de usuario se considera en marinas donde las tarifas anuales por ocupaciones de amarres o almacenaje en seco resultan económicas para mantener sus embarcaciones allí por un período prolongado de tiempo. Si bien este tipo de usuario puede relacionarse con turistas locales que presenten propiedades en la zona como producto de desarrollos inmobiliarios, dependiendo del atractivo de la marina y su posición para navegar a diferentes zonas de fondeo o sitios de interés, es posible que se puedan presentar usuarios homeport de distintas regiones del país o internacionales que, por la ubicación de la marina, las comodidades que se manejen allí para el mantenimiento de los botes puede generarse mayor interés.

En general, las marinas con un gran número de usuarios homeport son típicas de zonas donde existen muchas segundas residencias o grandes ciudades con un alto nivel de desarrollo económico en las cuales los habitantes tienen una embarcación privada para su uso y disfrute personal. En la zona del Caribe son comunes las marinas homeport en puertos de Florida y Cartagena (Colombia).

Las necesidades típicas de marinas sirviendo usuarios tipo Homeport son los siguientes:

- Seguridad
- Servicios de reparación
- Estacionamiento para autos particulares
- Combustible
- Alojamiento cercano, incluyendo: hoteles, condominios, casas particulares

Servicios turísticos y deportivos

Los usuarios que utilizan los servicios turísticos son una tipología de usuarios tipo Homeport enfocados a ofrecer un servicio adicional a los turistas que visitan la zona. No suelen ser usuarios privados, si no empresas o autónomos que ofrecen servicios a los turistas. Se trata de usuarios que buscan estar bien posicionados frente a los principales intereses turísticos y que tratan de encontrar precios competitivos. Esta tipología de usuario es muy frecuente en las marinas de la costa pacífica de Costa Rica y en otros puertos de cruceros que ofrecen excursiones a zonas de gran riqueza natural. También es común que embarcaciones deportivas tipo “Charter” busquen marinas donde mantener sus embarcaciones durante temporadas bajas.

Las necesidades típicas de marinas sirviendo usuarios turísticos son los siguientes:

- Seguridad
- Estacionamiento para autos particulares
- Combustible
- Alojamiento cercano, incluyendo: hoteles, condominios, casas particulares
- Restaurantes y otros centros de actividades de ocio
- Acceso al aeropuerto y carreteras cercanas

Para los operadores de chárter también son recomendados acceso a piezas de repuesto y talleres de reparación.

Transeúnte

Es importante tener otros destinos a distancias razonables que permitan estar dentro de rutas típicas de navegación. Normalmente los usuarios transeúntes pueden tener distintos tamaños de embarcaciones, no obstante, la falta de otras marinas en la costa centroamericana del Caribe puede hacer que Limón únicamente pueda captar embarcaciones de recreo de gran tamaño que puedan navegar durante periodos de tiempo más largos de lo habitual.

Los navegantes de paso que hacen parte de este grupo de usuarios son los propietarios de las embarcaciones más grandes, pasan la mayor parte de su tiempo viajando dentro o fuera de un circuito y sólo pagan tarifas diarias, ya que no necesitan un almacenamiento a largo plazo en la instalación de amarre.

Es muy común la contratación de embarcaciones tipo “Charter”, las cuales se alquilan durante los meses pico del año (noviembre a abril) con el objetivo de realizar rutas turísticas alrededor de islas o destinos del Caribe. Para captar este tipo de clientes, Limón debe desarrollarse como un destino en sí mismo, vendiendo sus principales cualidades y desarrollando todos los servicios necesarios dentro de la marina.

Las necesidades típicas de marinas sirviendo usuarios transeúntes son los siguientes:

- Seguridad
- Combustible
- Alojamiento cercano, incluyendo: hoteles, condominios, casas particulares
- Restaurantes y otros centros de actividades de ocio, creando un rango diverso desde modesto hasta de lujo

Las necesidades para usuarios transeúntes de mega yate son de un calibre más específico, incluyendo:

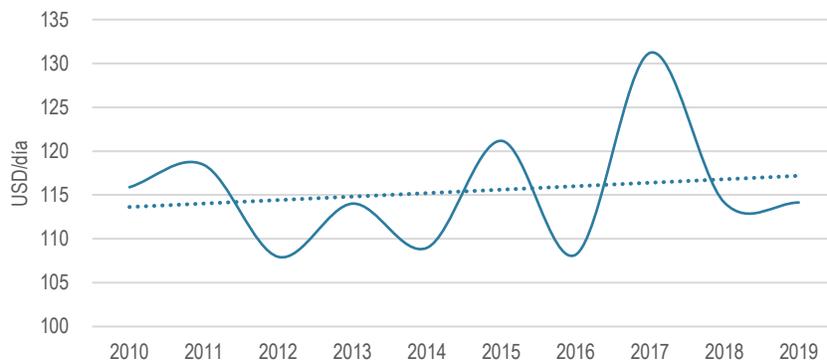
- Seguridad
- Combustible (lo cual también se lo puede traer en camión)

- Acceso a transportación aérea (helicópteros, aviones particulares y/o comerciales) para llegada/salida de dueños e invitados y para el entrega de suministros
- Alojamiento cercano, incluyendo: hoteles, condominios, casas particulares (pero muchas se quedarán a bordo del mega yate)
- Actividades de interés (la novedad de una marina en Limón sin duda atraerá el interés de algunos, pero los capitanes compartirán observaciones e opiniones y a lo largo plazo serán necesario atracciones para crear visitas de regreso y recomendaciones de los capitanes.
- Servicios para los trabajadores de los mega yates (alojamiento, restaurantes, suministros, etc.)

Usuario típico de turismo

En Costa Rica, cerca de un 73 % de los visitantes realizan actividades de turismo acuático. Esto indica que la mayoría de los visitantes del país podrían estar interesados en realizar tours o actividades que pueden ofrecerse desde la marina.

FIGURA 3.6. GASTO PROMEDIO DIARIO DE TURISTAS NO RESIDENTES QUE INGRESARON VÍA AÉREA



El gasto promedio de los usuarios muestra un comportamiento bastante estable que oscila entre los 110 USD y 130 USD por jornada. Este gasto promedio está bastante en línea con el gasto que realizan los cruceristas al bajar en el puerto de destino.

Fuente: ICT

Usuario típico de pesca deportiva

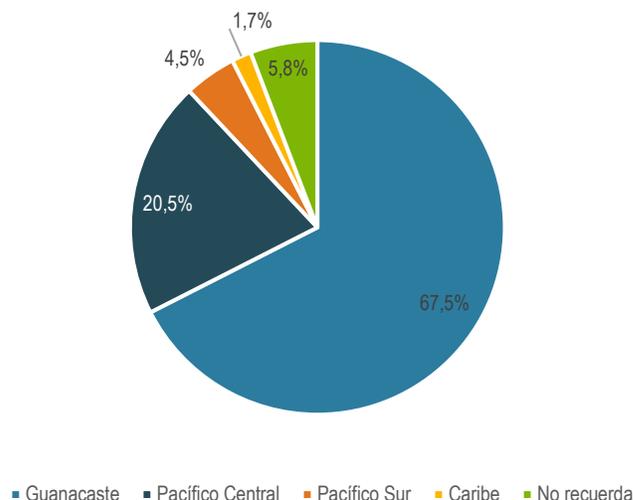
El pescador deportivo es un tipo de turista muy conocido en Costa Rica que tiene un perfil intermedio entre usuario transeúnte y turista convencional. De acuerdo con información de CIMAT e ICT, sólo el 1,7 % de los pescadores deportivos que visitaron Costa Rica, estuvieron en la zona del caribe.

Como ya se ha indicado previamente, la pesca deportiva es uno de los principales alicientes turísticos de Costa Rica, especialmente para el sector de las marinas. El 93,3 % de los encuestados por el ICT son de nacionalidad estadounidense, 87,5 % son del género masculino y con un ingreso superior a los \$100 mil anuales. El 80 % de los entrevistados viajó acompañado ya sea por amigos, esposa, hijos, novia o familiares (pescador pasivo). En promedio 1,7 de los pescadores pasivos también fueron de pesca y el tiempo de permanencia en Costa Rica fue de 8,9 días. La incidencia de la pesca deportiva en el 2011 se estimó en 8,7 % del total de visitantes al país. Sin embargo, para el 2019 este porcentaje bajó a 4,9 %.⁹

⁹ Información derivada de Anuario Estadístico de Turismo 2019 del Instituto Costarricense de Turismo

El 47,5 % de los encuestados por el ICT mencionó a Costa Rica como el país preferido para realizar pesca deportiva. El 41,7 % dijo no haber visitado Costa Rica antes de este viaje, 13,3 % lo había hecho una vez, 14,2 % lo había hecho 2 veces y un 30,8 % lo han hecho tres veces o más. Previo a este viaje de pesca un 53,3 % no había realizado viajes de pesca a Costa Rica, 19,2 % había realizado al menos un viaje, un 13,2 % entre 2 y cinco viajes y un 13,3 % más de cinco viajes. Esto indica que el turista de pesca deportiva es un turista de hábitos establecidos. Además de la pesca, las actividades que más realizaron fueron las de sol y playa, de descanso y observación de flora y fauna. Las especies que más pensaban pescar o buscaban son: el Dorado, Pez Vela, Marlin, Pez Gallo y Bottomfish.

FIGURA 3.7. LUGARES MÁS VISITADOS POR LOS TURISTAS DE PESCA DEPORTIVA



Fuente: Datos CIMAT

El 100 % de los pescadores que ingresaron por el aeropuerto de Liberia pescaron sólo ahí, mientras que los que ingresan por el de Alajuela realizan la pesca tanto el Pacífico Central como en Guanacaste y menos de un 19 % lo hizo en el Caribe o Pacífico Sur.

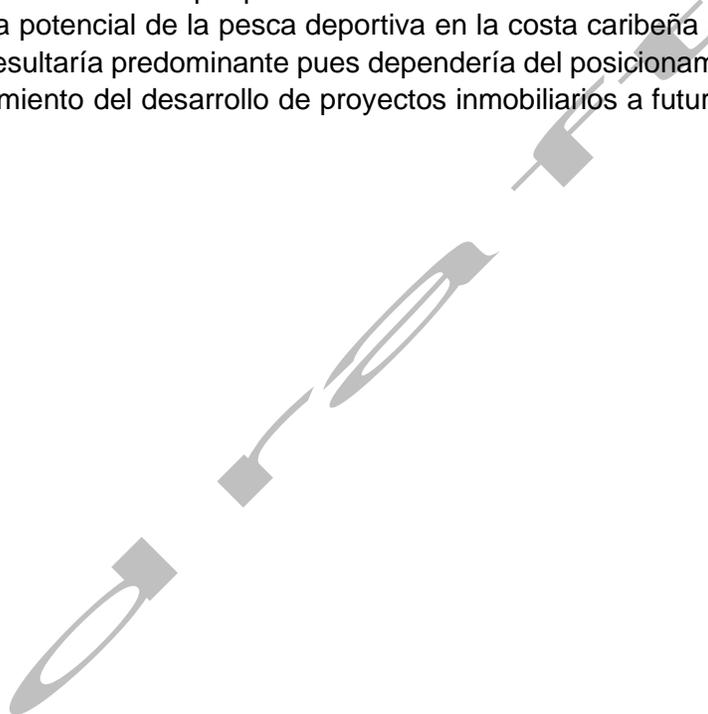
Entre las principales razones que no incentivan la pesca en la zona de la marina de Limón se destaca lo siguiente (Fuente: ICT e investigación de campo):

- Falta de interés por parte de los pescadores deportivos en la zona del Caribe.
- No hay infraestructura adecuada para atender este segmento.
- Los pescadores tienen sus yates en el Pacífico y no pueden o quieren trasladarlos.
- Desconocen lo que se puede pescar.
- No hay lugares para pasear o descansar. Casi toda el área es mar abierto (flat coast) y no hay islas o espacios recreativos naturales, salvo los islotes cerca de Manzanillo.
- Perciben ambiente de inseguridad. Impacto de narcotráfico en la zona.
- Dificultad de acceso a la zona de Limón. (carretera con cierres frecuentes y distancia) desalientan a los posibles interesados en visitar la zona.
- Se asocia únicamente la zona con la pesca del sábalo, que se pesca en zona costera (“bocas” – 3 millas de la costa).
- Razones geográficas (poca profundidad) y la “desviación” natural en la ubicación de la costa del Caribe, hace que los peces grandes viajen bastante lejos de la costa.
- Condiciones de navegación más complicadas que en el Pacífico y poca cobertura por parte de las autoridades ante una eventualidad.

Caracterización de los usuarios de Limón

Considerando las tipologías de demanda que se pueden presentar en una Marina, se ha mencionado que en el caso de Limón hay una influencia significativa por la presencia de turismo extranjero proveniente principalmente de Estados Unidos. Este tipo de turista corresponde a un potencial tipo de usuario transeúnte, interesado en visitar los principales atractivos ecológicos y de ocio de Limón y sus alrededores en períodos de estadía pequeños, contando con una disposición importante a pagar por el tipo de servicios propios del turismo. Actividades de aventura en bote pudiera incluir: salidas de atardecer, la pesca, buceo, aprendizaje de velero, u otros activades deportivos. En ese camino, la marina de Limón debe contemplar el desarrollo de un portafolio de servicios que permita capturar demandas del turismo proveniente de las líneas de cruceros, en donde los botes tipo “charter” pueden ocupar amarres de la marina para generar actividades de turismo en las zonas aledañas a Limón.

Por otro lado, debido a la poca profundidad del mar Caribe en las cercanías de Limón, se asume que la pesca deportiva no sea una actividad que permita atraer un número alto de usuarios. Está todavía por descubrir si existe o no la potencial de la pesca deportiva en la costa caribeña de Costa Rica. El usuario tipo homeport tampoco resultaría predominante pues dependería del posicionamiento a mediano plazo de la marina y del apalancamiento del desarrollo de proyectos inmobiliarios a futuro que pueden generar un mercado potencial.



4. ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

4.1. CRUCEROS

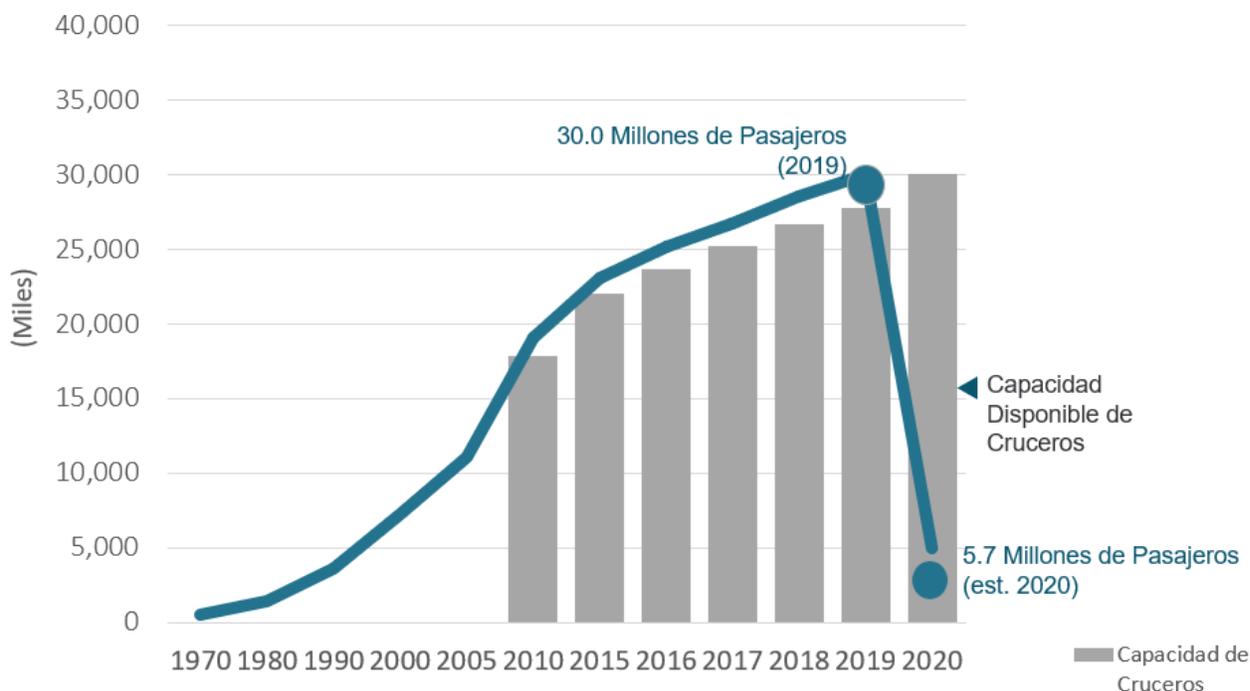
El mercado de cruceros reúne unas peculiaridades que son importantes analizar a la hora de definir demanda y oferta. La demanda teórica para este mercado viene asociada al número de pasajeros, no obstante, el número de pasajeros va fuertemente asociado al desarrollo de la flota y la capacidad de los cruceros desplegados en los distintos mercados. Este aspecto es todavía más importante si se analiza el mercado desde la perspectiva del operador portuario, como es el caso de JAPDEVA. Para comprender bien el contexto de la demanda del mercado de cruceros, M&N integra en el presente capítulo el número de pasajeros con la capacidad desplegada por las distintas navieras y algunos comentarios a alto nivel de cómo se espera que esta se desarrolle. En el apartado 5 se analizará la oferta de las terminales portuarias y se profundizará en algunos aspectos del desarrollo de la capacidad para terminales de cruceros, con la premisa que el proyecto debe proporcionar la cantidad y el tamaño de muelles de atraque necesarios (en este caso se han proyectado 3 muelles para buques grandes -informe de prefactibilidad), ofreciendo las condiciones necesarias para una operación eficiente y segura en la infraestructura portuaria.

4.1.1. ESTADO DEL MERCADO DE CRUCEROS

Las raíces de la industria moderna de cruceros se remontan a la década de 1970, donde una combinación de factores encontró un especial arraigo con los entusiastas de los viajes y del ocio. Desde la creciente popularidad de los cruceros transatlánticos orientados al ocio como el Queen Elizabeth II de Cunard Line y el encanto de América del Norte descubierta al público en la serie original "Love Boat", hasta los empresarios innovadores que desarrollaron para las masas cruceros de vacaciones en el Caribe de corta duración, cada elemento ha desempeñado un papel en catapultar la industria a su éxito actual.

En 1970, 500.000 norteamericanos se embarcaron en cruceros convencionales; en 2010, este nivel había aumentado hasta los 14,8 millones. La pandemia de COVID-19 a principios de 2020 causó un cierre global de la industria de los cruceros. Con solo dos meses de actividad de pasajeros registrada a principios de 2020 y actividades muy limitadas reiniciando en Europa y Asia, el número de cruceristas de 2020 registró una primera caída de 30 millones (2019) a 5,7 millones.

FIGURA 4.1 PASAJEROS DE CRUCEROS EN TODO EL MUNDO (MEDIDO POR LA UBICACIÓN DE CAPACIDAD Y PASAJEROS)



Fuentes: CLIA, Cruise Industry News y M&N, 2021. Tenga en cuenta que el gráfico se mide por millones de pasajeros y días por cama.

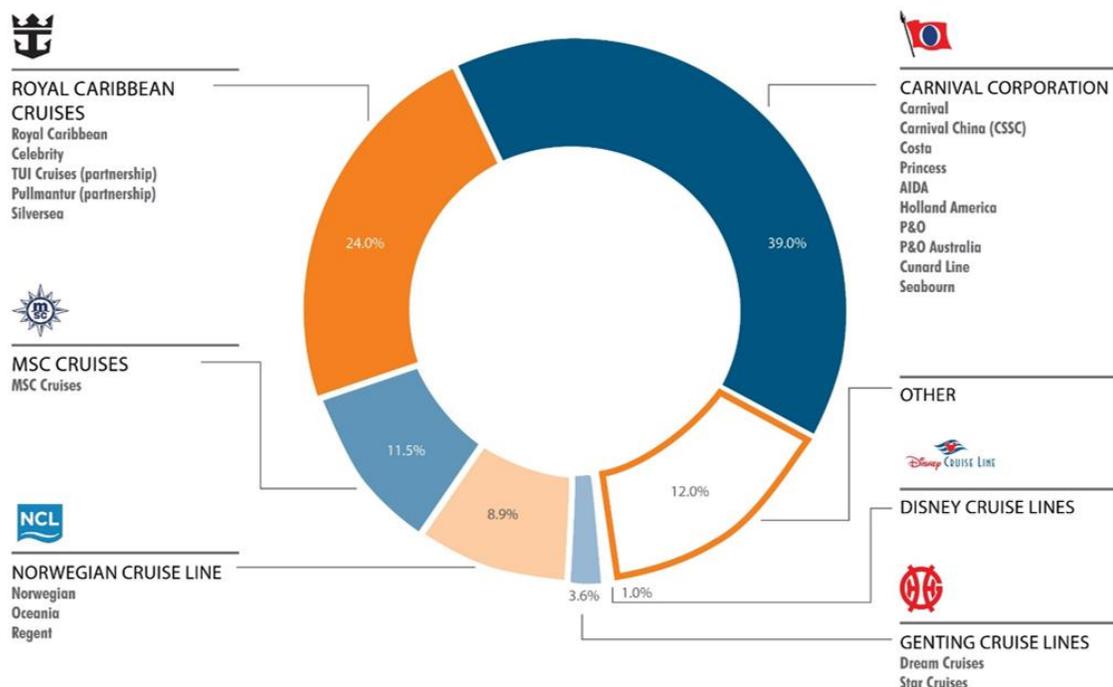
4.1.1.1. Operadores de la industria

Cuatro de los principales operadores de cruceros dominan la industria global. Entre ellos se incluyen:

- **Carnival Corporation.** Carnival Corporation, empresa que cotiza en la bolsa, controla una cartera de 10 compañías, incluidas Carnival Cruise Lines, Holland America Line, Princess Cruises, P&O Cruises (Reino Unido y Australia), Cunard Line, AIDA Cruises (Alemania), Costa Cruceros y otras. Estas compañías combinan sus servicios para ofrecer una gama de productos vacacionales a consumidores con gustos variados, distintos niveles de ingresos y orígenes nacionales diversos. Si bien Carnival Corporation eliminó varios barcos de su flota, esta corporación sigue siendo el operador más grande con el 39 % de la capacidad del mercado.
- **Grupo Royal Caribbean. (RCG).** El Grupo Royal Caribbean vendió Azamara y adquirió completamente Silversea. Royal sigue siendo el segundo operador más grande con el 24 % del mercado.
- **Norwegian Cruise Line (NCL).** NCL es el tercer operador más grande, con su flota sirviendo predominantemente al mercado norteamericano. NCL incluye las marcas Regent y Oceana.
- **MSC Cruceros.** MSC Cruceros, el único grupo líder de propiedad privada, ha hecho avances significativos en el negocio durante la última década.

A finales de 2020, los cuatro principales consorcios mundiales de cruceros controlaban aproximadamente el 83,4 % de toda la capacidad de la industria. Disney, Genting y las líneas en la categoría "otros" son más pequeñas en términos de tamaño de la flota que los cuatro conglomerados principales y controlan en conjunto un 16,6 % de la capacidad.

FIGURA 4.2. CUOTAS DE MERCADO DEL CONSORCIO DE CRUCEROS PARA FINALES DE 2020



Fuente: Cruise Industry News and M&N, 2021.

Nota: Gráfico medido por el inventario de "Lower Berths". Término que se refiere a la "cama inferior" de la cabina de un crucero como una unidad estándar para la medición de la capacidad. El inventario incluye todas las entregas y retiros de barcos conocidos hasta finales de 2020.

Similar en composición a la industria hotelera, cada grupo de cruceros principal está compuesto por varias marcas de líneas de cruceros con barcos posicionados para atraer a diferentes mercados geográficos y consumidores con distintos gustos. La mayoría de las marcas de cruceros generalmente se integran en uno de los siguientes cuatro segmentos:

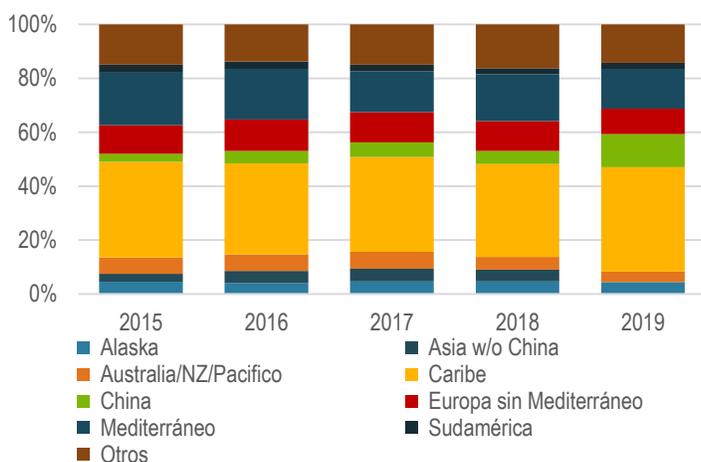
- **Contemporáneo** (68,9 % de la capacidad de la industria por tipo). Los barcos que se encuentran en el segmento contemporáneo atraen a pasajeros de todas las edades y categorías de ingresos con un enfoque en los niveles de ingresos medios.
- **Prima** (21,5 %). El segmento premium está orientado a cruceros más experimentados, a menudo de mayor edad y con un nivel económico mayor, con tiempo para pasar largos periodos en vacaciones. El servicio y la calidad de los alimentos se enfatizan en el segmento premium.

- **Presupuesto** (4,7 %). El segmento de presupuesto tiende a ser una versión menos costosa del mercado contemporáneo, con barcos generalmente más antiguos, más pequeños y que ofrecen menos comodidades. Hay muchas de estas operaciones existentes en Europa.
- **Lujo** (2,0 %). El segmento de lujo ofrece cruceros de más de siete días en barcos pequeños y medianos de alta calidad. Los barcos de lujo tienden a navegar por todo el mundo y ofrecen comida y servicio superiores. Los buques en este segmento a menudo también pueden hacer escala en puertos más pequeños y destinos inaccesibles para los buques más grandes que se encuentran en los segmentos contemporáneo y premium.

Existen varios otros segmentos del mercado secundario que comprenden el resto de los principales grupos de productos. Estos mercados secundarios incluyen exploración y cruceros de aventura suave; cruceros de nicho; cruceros fluviales y operaciones costeras. Además, varios operadores turísticos han fletado buques para sus nichos de mercado.

4.1.1.2. Regiones principales del mercado de cruceros

FIGURA 4.3. CAPACIDAD DESPLEGADA (2015-2019)



Originalmente centradas en las regiones del Caribe y el Mediterráneo, las operaciones de cruceros se realizan actualmente en todo el mundo.

Incluyendo a todos los operadores de cruceros, el Caribe sigue siendo el lugar principal donde se establece la capacidad de cruceros, seguido por el Mediterráneo, Asia / Pacífico y el resto de Europa. En total, más de 19 subregiones de cruceros primarias diferentes están presentes en el mercado global, y muchas de ellas consisten en características de implementación e itinerarios típicos aún más pequeños.

Fuente: Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA) y Cruise Industry News

El Caribe (38,7 %) siguió siendo la región principal para el despliegue en 2019. El Caribe alberga actividades de cruceros durante todo el año, sirve como un destino principal en invierno y se beneficia de su proximidad a los principales puertos de origen y de consumo de EE. UU. El Mediterráneo (14,8 %), Asia / Pacífico (12,3 %) Europa del Norte / Occidental (9,4 %) y Alaska (4,4 %) completan la lista de las cinco primeras regiones de destinos por capacidad.

A principios de 2020, se consideraba que cada una de estas regiones principales permanecería en una posición relativa similar. Se esperaba una ligera disminución en la capacidad caribeña (36,7 %) debido a ganancias en el Mediterráneo (15,8 %), Asia / Pacífico (12,6 %) Europa septentrional / occidental (9,6 %) y Alaska (4,5 %). Si bien la participación relativa de la capacidad del mercado puede disminuir para algunas regiones (por ejemplo, el Caribe), los niveles reales de pasajeros y barcos aumentaron coincidiendo con la expansión general de la industria.

De cara al futuro, tras el impacto de la pandemia de la Covid-19 y tras el reinicio de la industria de cruceros en 2021, se espera que 2022 favorezca principalmente a las regiones desarrolladas cerca de las principales bases de consumidores y con puertos de origen y a aquellos puertos de escala donde se han implementado los estándares de salud y seguridad, y que pueden atender a los cruceristas de manera confiable. Las regiones desarrolladas respaldadas por *drive-cruise* o vuelos cortos también serán más demandadas. Las líneas también buscarán implementarse en regiones que puedan generar de manera confiable flujos de caja de manera rápida/inmediata, que permita estabilizar su negocio. Las regiones de navegación de Alaska y Canadá-Nueva Inglaterra fueron efectivamente cerradas por Canadá para 2021, pero se espera que se recuperen para 2022.

FIGURA 4.4. CAPACIDAD DESPLEGADA Y VELOCIDAD DE RECUPERACIÓN ESPERADA EN 2021/2022



Fuente: M&N y noticias del sector cruceros, 2021

4.1.1.3. Desarrollo de la industria

La industria de cruceros evoluciona en función de los nuevos buques encargados por las principales compañías. Durante la crisis de COVID, los pedidos pendientes de cruceros se han mantenido casi intactos, con solo algunos cambios de entregas a partir de 2020 / 2021 / 2022 / 2023.

Un total de 111 buques están programados para su entrega hasta 2027, lo que representa un total de casi 225.000 nuevas camas estándar. La cuenta de pedidos representa la confianza continua de la industria a corto y medio plazo. La inversión total estimada por las líneas de cruceros supera los \$USD62.560 millones. Varios de los buques individuales en orden cuestan en torno a mil millones de USD.

FIGURA 4.5. PROGRAMACIÓN DE CRUCEROS Y ÓRDENES DE CAPACIDAD (INICIOS DE 2021, CAMAS ESTÁNDAR)

	EMBARCACIONES	N° CAMAS	VALOR (\$USD)		EMBARCACIONES	N° CAMAS	VALOR (\$USD)
2021	33	45,020	\$11.90 Bil.	2024	10	30,338	\$8.20 Bil.
2022	31	56,316	\$16.82 Bil.	2025	9	24,560	\$7.11 Bil.
2023	19	48,796	\$12.96 Bil.	2026+	8	19,790	\$5.55 Bil.

TOTAL 2021 - 2027

EMBARCACIONES	N° CAMAS	VALOR (\$USD)*
111	224,820	\$62.56 Billones

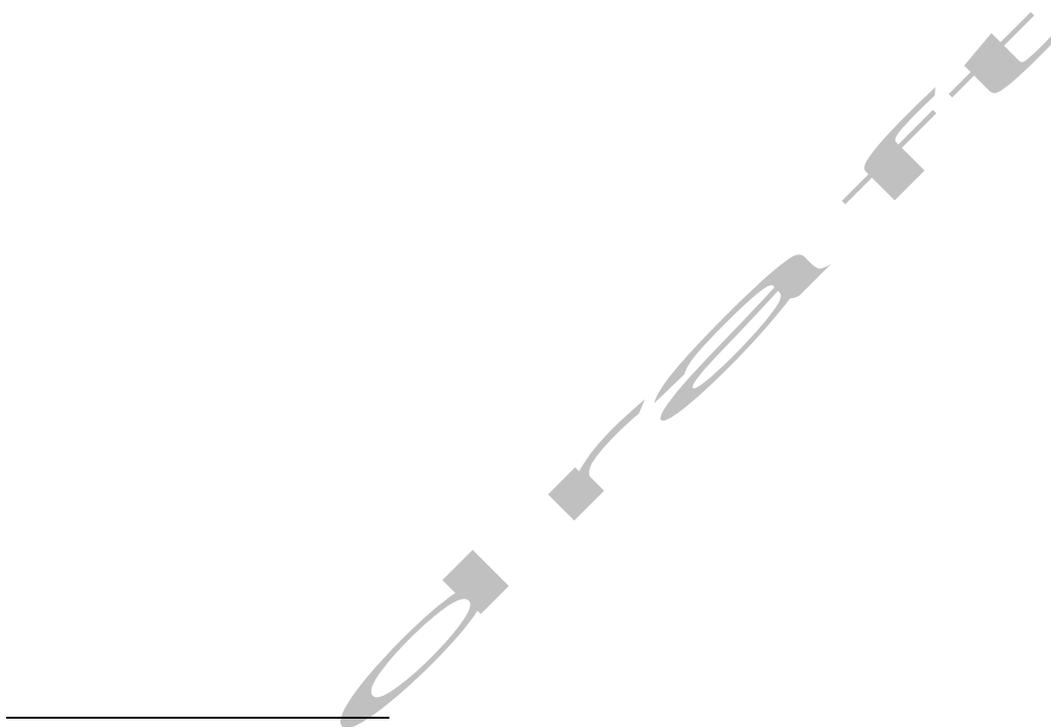
***Estimación del Comercio Marítimo.
Cifras corregidas en base a los tipos de cambio en el momento**

Fuente: Cruise Industry News, Seatrade, y M&N, 2021. Nota: La figura representa el comienzo 2021 con algunos barcos que ya se habían entregado en el momento de este informe.

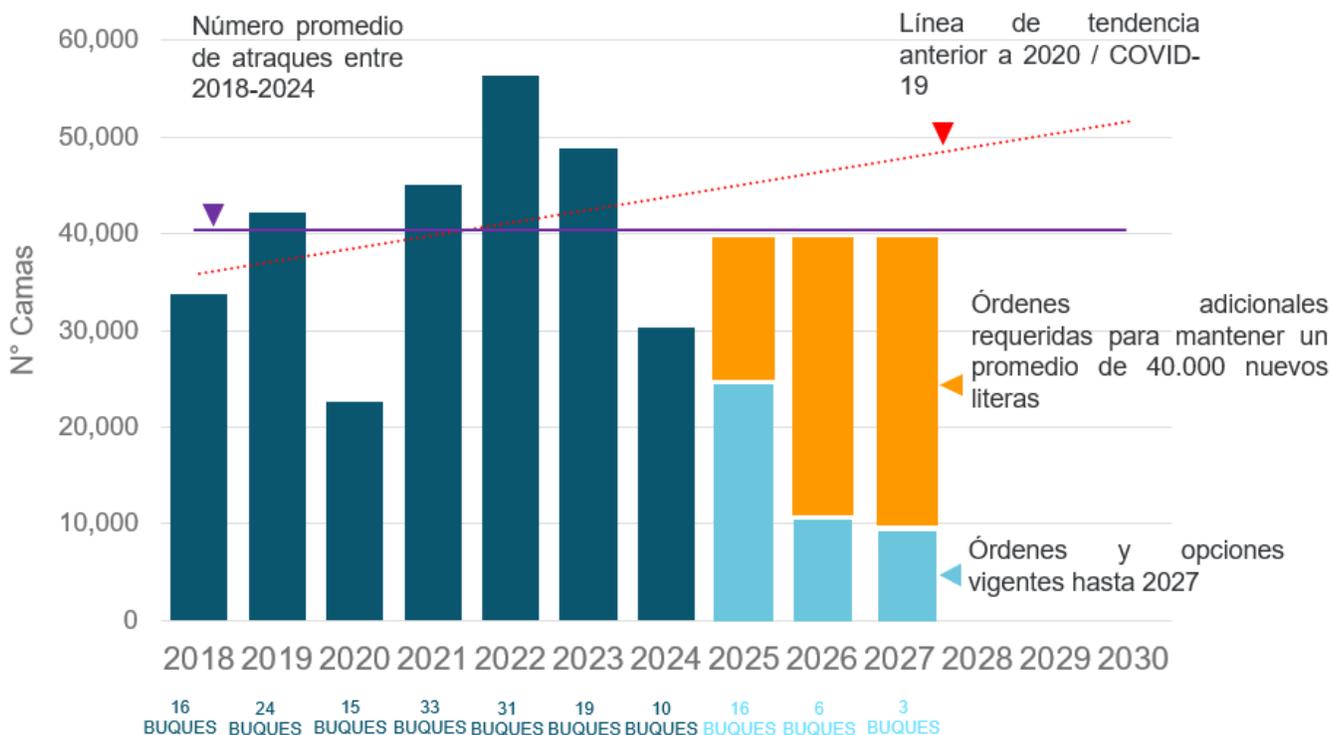
La industria de cruceros generalmente se ha considerado liderada por la oferta de las embarcaciones, con una nueva capacidad entregada cada año, que estimula el crecimiento de los niveles de pasajeros a crecer aún más. La agenda de pedidos se mantiene fuerte hasta 2024, teniendo holgura entre 2025-2027 para aceptar nuevas construcciones a medida que las líneas de cruceros buscan reemplazar los buques más antiguos y hacer crecer sus negocios (ver Figura 4.6). Los astilleros también buscarán hacer importantes concesiones de precios para llenar dicha capacidad disponible.

Es demasiado pronto para saber si veremos un retroceso en la nueva oferta, puede esperarse un impacto a mediados de la década de 2020 debido al COVID o una continuación de la línea de tendencia de la agenda de pedidos entre el 2018-2024. Si los pedidos adicionales completan el saldo para los años 2025, 2026 y 2027 (lo que equivale a 40,000 embarcaciones por año), se espera que el suministro general ayude a impulsar a la industria **al Escenario de Recuperación Uno (1)**. Si el déficit permanece y se extiende a 2027, 2028 y 2029, se podría esperar que esta caída en la oferta promedio entregada impacte a la industria y nos encontremos en **el Escenario de Recuperación Dos (2)**.¹⁰

FIGURA 4.6. CARTERA DE PEDIDOS MÁS ALLÁ DE 2025



¹⁰ ESTOS ESCENARIOS DE RECUPERACIÓN SE DETALLAN MÁS ADELANTE EN EL CAPÍTULO (VER FIGURA 4.9 &



Fuente: Cruise Industry News y M&N, 2021

4.1.1.4. Perspectiva del sector

Si bien el COVID-19 presenta un retroceso excepcional en la industria, la historia muestra que otros incidentes y recesiones económicas no impactaron a la industria de cruceros por mucho tiempo: Los ataques terroristas del World Trade Center de Nueva York (9 septiembre 2001), la gran recesión de 2007-2008, el accidente del Costa Concordia y otros eventos se enfrentaron con cierto grado de interrupción (Figura 4.7). Los pasajeros, sin embargo, regresaron rápidamente (o nunca se fueron) y el crecimiento continuó. Parte de la resistencia innata de la industria está vinculada a la capacidad de las líneas de cruceros para ajustar las ubicaciones y la duración de los recorridos. Por ejemplo, en las semanas y meses posteriores al 9/11, muchas líneas cambiaron sus ofertas brindando cruceros "en el mismo país" con paquetes que incluían el transporte terrestre, lo anterior se realizó hasta que los pasajeros volvieron a sentirse cómodos y seguros al viajar en avión.

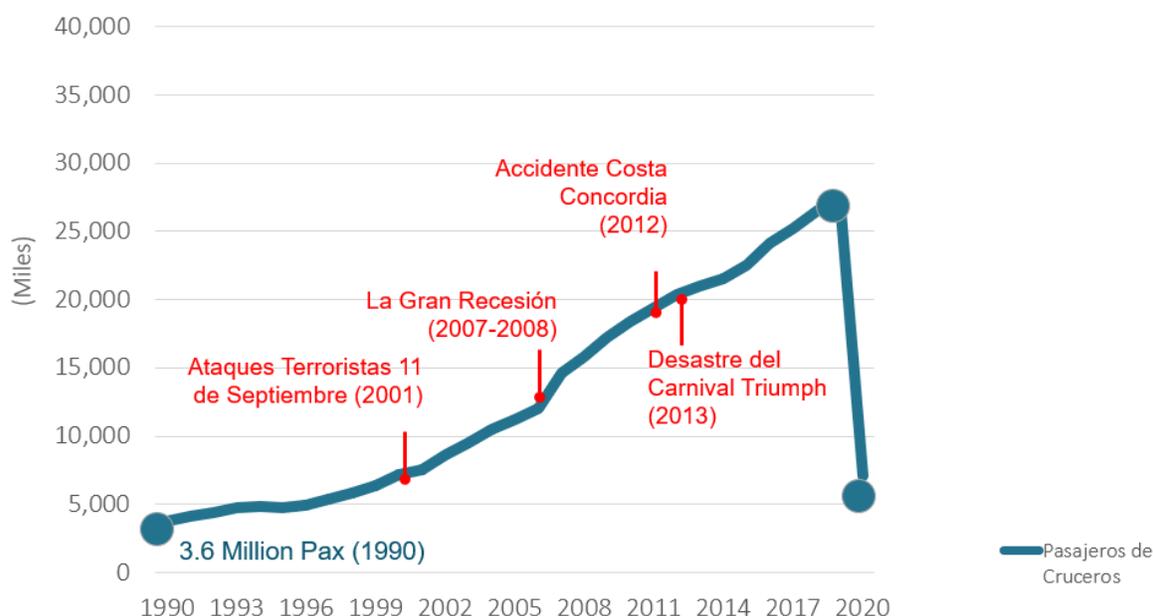
A finales de octubre de 2020, los Centros para el Control y la Prevención de Enfermedades de EE. UU., emitieron una orden de navegación condicional que permaneció en vigor hasta el 1 de noviembre de 2021. La orden establecía que las líneas de cruceros deberían adoptar un enfoque por fases al reiniciar el servicio y debían satisfacer ciertas condiciones de seguridad, y establecer requisitos para proporcionar un entorno saludable para los miembros de la tripulación y los viajeros.

En respuesta, todas las principales líneas de cruceros han agregado nuevos protocolos en sus barcos y han tomado otras acciones. Las líneas se han preparado agresivamente y están probando nuevos protocolos para garantizar la seguridad de sus huéspedes y de los puertos a los que viajan. La mayoría de

las líneas requieren prueba de vacunación COVID-19 y una prueba COVID-19 negativa antes de llegar a la terminal de cruceros para el abordaje. Los niños que no son elegibles para la vacunación se someten a pruebas antes de embarcar. Todos los tripulantes a bordo de cruceros y empleados en destinos clave que pertenecen u operen con las líneas de cruceros, están completamente vacunados y examinados con regularidad.

Las líneas de cruceros informaron ampliamente de una fuerte demanda reprimida y volúmenes récord de ventas con anuncios en los medios desde el comienzo de 2021. En abril, Carnival informó que las ventas eran sólidas debido a la demanda reprimida. En febrero, Royal Caribbean Group también registró reservas sólidas: un aumento del 30 % en comparación con noviembre y diciembre de 2020. Unas semanas antes, Oceanía de NCL vio cómo su crucero mundial se agotó en un solo día.

FIGURA 4.7. RESILIENCIA DEL CONSUMIDOR: UNA HISTORIA DE SUPERACIÓN DE ADVERSIDADES



Fuente: Noticias de cruceros y M&N

En discusiones recientes con ejecutivos de líneas de cruceros y como parte de la Convención Global Seatrade Cruise 2021 en Miami, Carnival Cruise Lines informó que “11 barcos navegaban con un 70 % de ocupación” (septiembre). Royal Caribbean Group indicaba que “esperan volver al 100 % en los mercados centrales para fin de año” (2021). MSC Cruceros indicó que las reservas de primavera de 2022 fueron “buenas y que son todavía mejores para primavera de 2023, cuando se observa que los números de pasajeros están llegando, en algunos casos, a recuperarse hasta alcanzar la curva de 2019”.

La confianza de los huéspedes de cruceros a largo plazo sigue siendo alta. CLIA (Cruise Line Industry Association), informa que es probable que el 74 % de los cruceros naveguen en los próximos años. La confianza que se deposite el sector es fundamental para la recuperación de la industria.

Trazar un camino a seguir para la industria durante los próximos años es un desafío, con una serie de variables en juego que podrían acelerar, retrasar o descarrilar la recuperación.

FIGURA 4.8. RESILIENCIA DE CONSUMIDORES: UN SENTIMIENTO A LARGO PLAZO

2020 TENDENCIAS DE LA INDUSTRIA

RESILIENCIA Y OPTIMISMO

Una de las características que definen la industria de cruceros es su capacidad de recuperación. A pesar de un año desafiante en 2020, hay motivos para mantener la esperanza y el optimismo de cara al 2021.

74%

de los cruceros es probable que lo hagan en los próximos años

2 de 3

de los cruceros están dispuestos a hacer un crucero en el año

58%

de los vacacionistas internacionales que nunca han viajado en crucero, es probable que lo hagan en los próximos años

A continuación, se presentan dos escenarios de recuperación. El escenario de recuperación uno (1) sugiere una recuperación en forma de V a los niveles de crecimiento observados antes del COVID.

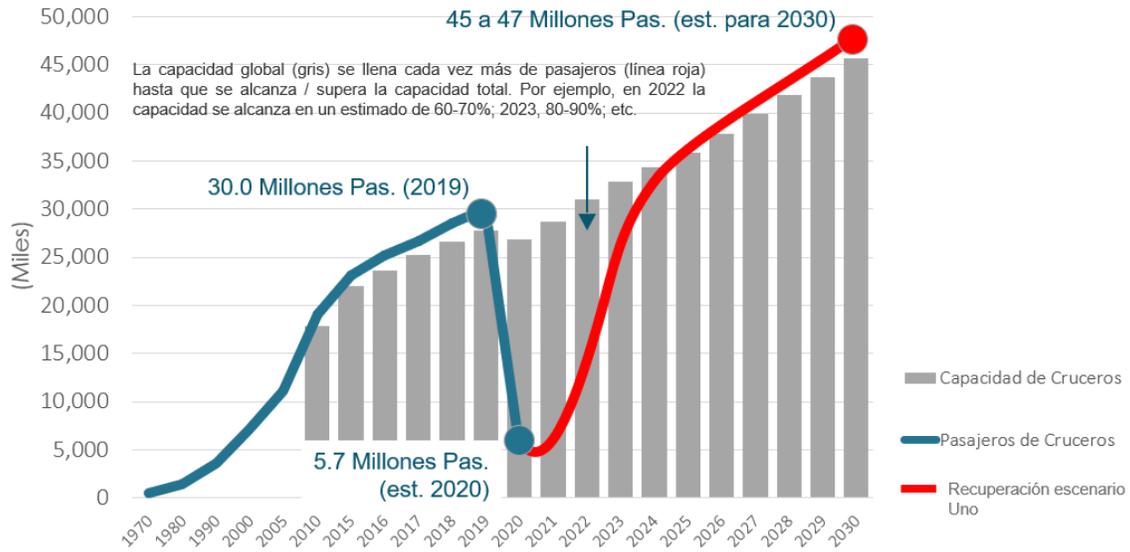
La tendencia de las entregas de nuevos buques (y por tanto mayor capacidad de camas totales) se reduce durante un tramo entre 2024-2027, pero luego se reanuda a un promedio neto estimado de 40-42 k camas por año. Los niveles de pasajeros una vez más superan la capacidad, con un crecimiento que se acerca / supera los 45 millones para 2030.

Fuente: CLIA, noticias de la industria y M&N

El siguiente modelo de proyección presentado por M&N, se construye utilizando datos conocidos de capacidad y los pronósticos de entrega dentro de la industria de cruceros, utilizando el total de embarcaciones y camas disponibles en el mercado. Con esta información se procede a extrapolar los datos a futuro, estimando las entregas y retiradas de cruceros en función de las tendencias históricas y las esperadas (ver Figura 4.9, columnas grises). Utilizando el inventario total, se pronostican los niveles totales de pasajeros, en función de los factores de ocupación de la capacidad total.

Como se muestra en la siguiente figura, la capacidad global de pasajeros aumenta cada día (línea roja) hasta llegar a su límite y exceder el inventario proyectado. En el pronóstico presentado, la capacidad global total estimada alcanza un 60-70 % en el 2022 y un 80-90 % en 2023. En general, las líneas de cruceros operan con factores de capacidad superiores al 100 %, a menudo llegando a niveles de 115 % de ocupación. Esto ocurre cuando la operación se somete a más del doble de ocupación en un camarote, a menudo representando con la ocupación de niños. Con la condición de la Pandemia se espera que los buques tarden un poco más de tiempo en llegar a operar a estas altas capacidades, sin embargo, niños están siendo vacunados contra COVID-19, sin tener restricciones para el uso de los cruceros. Se estima que un total de +/- 360 cruceros estuvieron disponibles para un despliegue operativo en el año 2020. Usando el enfoque descrito anteriormente para establecer la proyección, se estima que el número total de buques disponibles en toda la industria para operar en el 2030 será entre 480 y 530, aumentando a 590 y 690 en 2040.

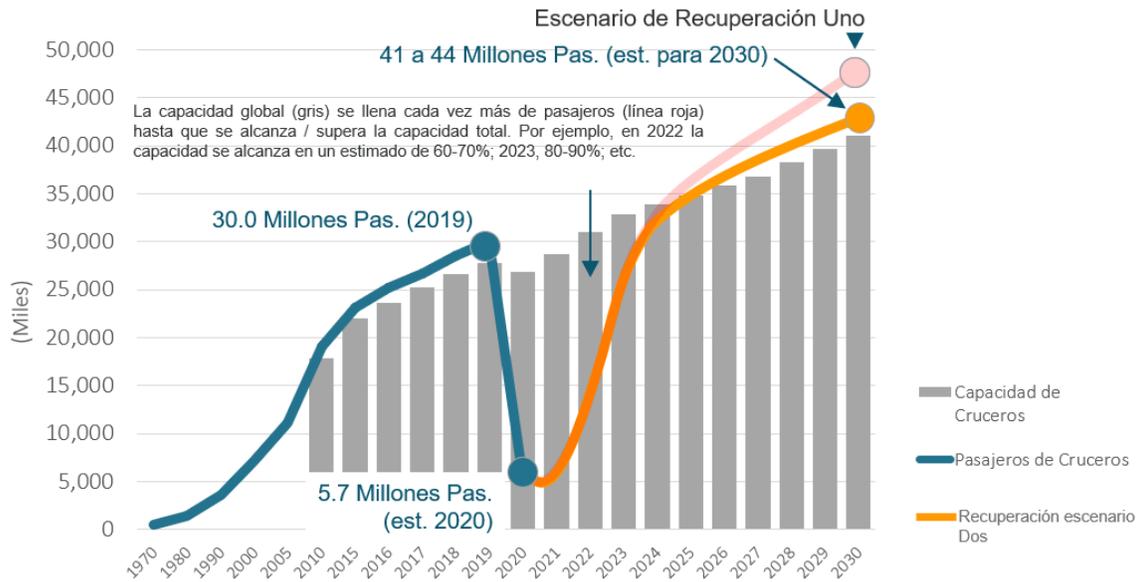
FIGURA 4.9. PROYECCIÓN GLOBAL DE CRUCERISTAS Y CAPACIDAD – ESCENARIO DE RECUPERACIÓN UNO



Fuente: Usando datos CLIA, M&N, 2021

El segundo escenario de recuperación adopta una visión más conservadora, con niveles de suministro reducidos a partir de 2024 en el futuro. Se realiza una recuperación en forma de “V” a los niveles de crecimiento observados antes del COVID, pero con un promedio neto estimado de 29 a 31 mil camas estándar por año entregadas, los niveles de pasajeros suben de 41 a 44 millones para 2030.

FIGURA 4.10. PROYECCIÓN GLOBAL DE CRUCERISTAS Y CAPACIDAD – ESCENARIO DE RECUPERACIÓN DOS



Fuente: Usando datos CLIA, M&N, 2021

En ambos escenarios de recuperación, la proyección a corto plazo (2021-2024) es idéntica. Esto se debe a la certeza a corto plazo de la capacidad programada para la entrega. A medida que avanzamos más allá de 2024, las mayores fluctuaciones en los supuestos de suministro cambian los resultados a más largo plazo.

En el modelo se construyen las proyecciones de manera incremental, por lo que a nivel global este incremento se traduce en un despliegue de las capacidades para cada una de las principales regiones de cruceros, como el Caribe. Con esos niveles regionales cuantificados, podemos estimar los despliegues subregionales y las perspectivas para puertos específicos, como Limón. Los pronósticos del tráfico de Limón se ofrecen en el apartado 7.1.

4.1.1.5. Principales conclusiones del sector

El mayor desafío para uno de los sectores de viajes y ocio más dinámicos. Lo que se había pronosticado en 2020 como otro año de expansión, se convirtió en la mayor contracción y amenaza para la supervivencia de la industria de cruceros. La pandemia de COVID-19 se trasladó desde la costa al Diamond Princess el 3 de febrero, y de allí, a un cierre global de los cruceros. Las líneas de cruceros, frente a un escenario de ingresos cero, se vieron obligadas a colocar todos los buques en reposo (una vez que los miembros de la tripulación regresaron a casa), buscar miles de millones de dólares en nuevo capital para hacer frente a la situación, hacer recortes estrictos al personal y gastos, retirar la capacidad de los barcos más antiguos y retrasar la recepción de varias construcciones nuevas.

Reinicio retrasado. A finales de julio y principios de agosto de 2020, se reinició un número muy limitado de cruceros en Europa y Asia (Singapur). La orden de no navegar de los Estados Unidos y los centros para el Control y la Prevención de Enfermedades (CDC) emitida el 14 de marzo se extendió hasta el 31

de octubre. En noviembre de 2020, la orden de no navegación de los CDC expiró, y se emitió una nueva guía que requiere que las líneas adopten un enfoque gradual de reanudación de las operaciones. A través de los medios de comunicación y las llamadas de los accionistas, la mayoría de las líneas anticiparon un regreso parcial de las operaciones de cruceros a finales de la primavera y principios del verano de 2021. Los contratiempos que no se esperaban fueron (1) Los reguladores estadounidenses se negaron en marzo a emitir los protocolos hasta al menos noviembre de 2021; y, (2) La extensión de Canadá de no permitir la navegación hasta febrero de 2022, manteniendo efectivamente restringidas/marginadas el tránsito/las ofertas para Alaska y Canadá-Nueva Inglaterra hasta 2022.

El optimismo y la vuelta a la navegación. Las vacunas y la lucha terapéutica contra la COVID se han distribuido rápidamente en la mayoría de los países del primer mundo y antes de la variante Omicron, los casos de COVID siguieron una tendencia a la baja, sin contar con la posibilidad de nuevas variantes que puedan aumentar drásticamente los contagios y cambiar las condiciones. Varias líneas de cruceros reportan una fuerte demanda de reservas para viajes en 2021 y 2022. Las encuestas de posibles pasajeros indican una fuerte intención de volver a navegar. Las principales compañías de cruceros aseguraron una ruta de financiamiento hasta 2021 y más allá, y están viendo un repunte en los precios de las acciones (para las empresas públicas). Las compañías han comenzado a operar en mercados específicos a fines de 2021, incluido el Caribe.

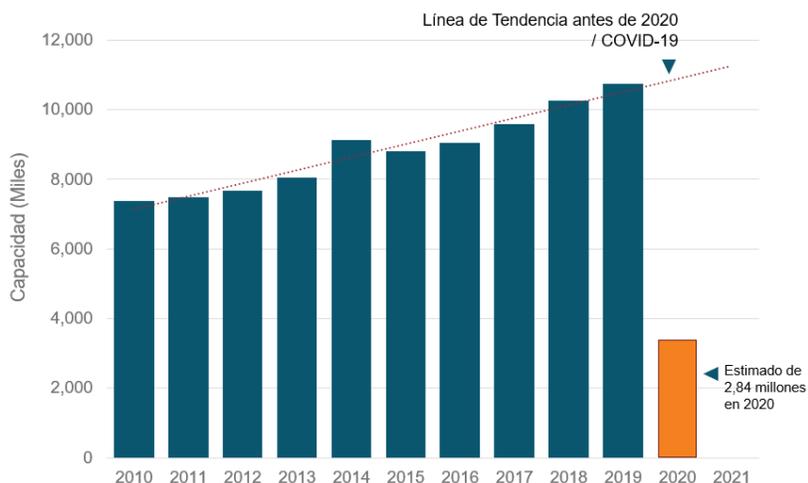
Nuevos protocolos de seguridad y salud en las líneas son clase para el retorno a la navegación. Las líneas se han preparado agresivamente y están probando nuevos protocolos de salud y seguridad para garantizar la seguridad de sus huéspedes y los puertos hacia/desde los que viajan. La mayoría de las líneas requieren prueba de vacunación contra Covid-19 y una prueba negativa de Covid-19 antes de llegar a la terminal de cruceros y abordar. Los niños que no son elegibles para la vacunación se someten a pruebas antes de embarcar. Toda la tripulación a bordo de los cruceros y empleados en destinos clave que pertenecen u operan para las líneas de cruceros, están completamente vacunados y se les realiza las pruebas regularmente.

Retorno esperado para el crecimiento en 2023-25. Se espera que las líneas continúen practicando y desarrollando lo que les ha funcionado en el pasado: innovación de nuevos barcos, destinos y experiencias de los huéspedes; entrega de la oferta de valor del crucero; desarrollo a gran escala de regiones probadas en el tiempo; productos personalizados para múltiples grupos de huéspedes; y generación de nuevos ingresos además de la venta de boletos (ejemplo: servicios y ventas a bordo del crucero). Después del reinicio, se espera un retorno a los niveles de la industria anteriores a 2020 entre 2023-2025.

4.1.2. PROFUNDIZACIÓN EN EL MERCADO DEL CARIBE

4.1.2.1. Capacidad desplegada y operadores en la región

FIGURA 4.11. ESTIMACIÓN DE LA CAPACIDAD DE CRUCEROS DESPLEGADA EN EL MERCADO DEL CARIBE



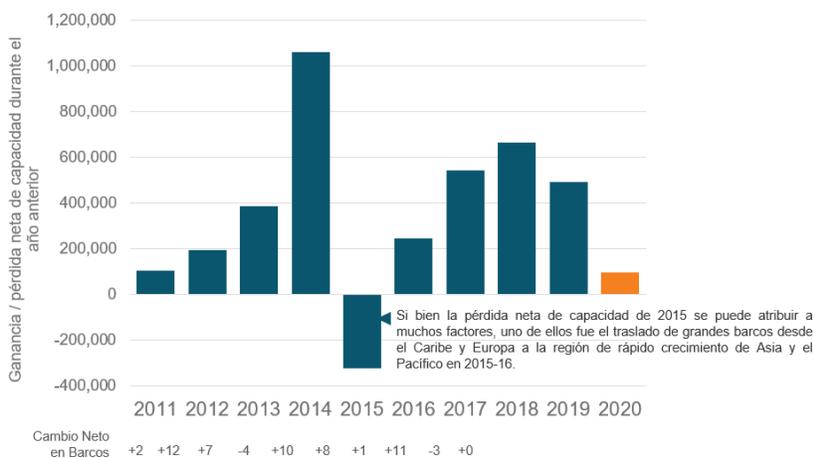
Fuente: Noticias de cruceros y M&N

El mercado del Caribe tiene el despliegue de la industria de cruceros más amplia y moderna. Entre 2018 y 2019, la región recibió entre el 36 % y el 39 % de todos los buques y camas. La región tiene un número importante de pasajeros norteamericanos, los cuales supusieron en 2018 y 2019 alrededor del 70 % de la capacidad de los cruceros desplegados en la zona.

Durante la última década la capacidad desplegada en número total de pasajeros ha crecido en el Caribe de manera progresiva.

La región del Caribe se preparó a principios de 2020 para marcar otro año récord en referencia a la capacidad lograda (ver Figura 4.11). Los niveles de la capacidad se expandieron de 7,4 a 10,7 millones de días de cama estándar entre 2010 y 2019. Se anticipó un total de 10,8 millones de días de cama estándar desplegados en 164 buques para la temporada 2020. El brote de COVID-19 resultó en una primera cancelación parcial y finalmente total de la temporada 2020. La región del Caribe fue testigo de aumentos de capacidad casi todos los años durante la última década como se muestra en la Figura 4.12.

FIGURA 4.12. CAMBIOS EN LA CAPACIDAD DESPLEGADA EN EL CARIBE



Fuente: Noticias de cruceros y M&N

Los aumentos en capacidad desplegada en el Caribe se han producido a través de una combinación de la llegada de más barcos y el reemplazo de barcos más pequeños por otros más grandes.

Curiosamente, no existe una correlación entre la ganancia/pérdida neta de capacidad y la introducción/retirada de buques en el Caribe. Esto sugiere que el tamaño de los buques introducidos en ese año supera el impacto de las retiradas de buques más pequeños.

Un total de 164 buques estaban presentes en el Mar Caribe en 2019 (Tabla 4.1). De estos, Carnival Cruise Lines ocupaba la posición de líder del mercado con más del 34 % de la capacidad total de camas disponibles en 22 buques, seguido de Royal Caribbean (21 barcos, pero con un 27 % de camas) y NCL

(14 buques y 10 % de camas). Las estimaciones preliminares sitúan 138 buques en funcionamiento a finales de 2021 (Tabla 4.2). Este número continúa cambiando en función de la variabilidad de las operaciones de reinicio de las líneas de cruceros que puedan surgir considerando las novedades del COVID-19.

TABLA 4.1 CAPACIDAD ALCANZADA EN EL MAR CARIBE POR COMPAÑÍA DE CRUCEROS (2019)

Rango	Línea de Cruceros	Barcos	Capacidad	Porcentaje en el Mercado
1	Carnival	22	3.654.596	34,0 %
2	Royal Caribbean	21	2.873.090	26,7 %
3	Norwegian	14	1.101.530	10,3 %
4	Bahamas Paradise	2	522.000	4,9 %
5	Disney	4	487.500	4,5 %
6	MSC Cruises	6	474.020	4,4 %
7	Celebrity	6	373.226	3,5 %
8	Princess	7	295.030	2,7 %
9	Holland America	9	220.664	2,1 %
10	Pullmantur	1	122.408	1,1 %
Top 10		92	10.124.064	94,2 %
	Otros	72	617.810	5,8 %
Total		164	10.741.874	100,0 %

Fuentes: Cruise Industry News y M&N, 2021;

Nota: Capacidad medida como porcentaje de la colocación de camas estándar por día.

TABLA 4.2 CAPACIDAD ESTIMADA EN EL MAR CARIBE POR COMPAÑÍA DE CRUCEROS (2021)

Rango	Línea de Cruceros	Barcos	Capacidad	Porcentaje en el Mercado
1	Carnival	19	2.452.340	33,7 %
2	Royal Caribbean	20	2.266.742	31,1 %
3	MSC Cruises	6	580.540	8,0 %
4	Norwegian	12	434.150	6,0 %
5	Disney	4	383.250	5,3 %
6	Celebrity	9	304.240	4,2 %
7	Bahamas Paradise	1	195.000	2,7 %
8	Princess	7	182.140	2,5 %
9	Virgin	2	163.020	2,2 %
10	Holland America	6	75.940	1,0 %
Top 10		86	7.037.362	96,6 %
	Otros	52	245.426	3,4 %
Total		138	7.282.788	100,0 %

Fuentes: Cruise Industry News y M&N, 2021. La capacidad se mide como una estimación del porcentaje anticipado la colocación de camas estándar /día, pero puede variar ligeramente según las fechas de reinicio de la industria

4.1.2.2. Regiones en el Caribe

Si bien las embarcaciones de las líneas de cruceros a menudo son el centro de atención, es la combinación de la embarcación y del itinerario que se ofrece, lo que realmente comprende la base de la oferta para unas vacaciones en crucero. Algunas de las preguntas clave consideradas por los equipos de desarrollo/implementación de las líneas de cruceros, incluyen:

- ¿El itinerario viaja a donde los huéspedes quieren ir?
- ¿El itinerario tiene una sólida base de operaciones con consumidores de acceso por aire, tierra (en automóvil/bus) o forma parte del mercado local vecino?
- ¿El itinerario encaja dentro de la ventana de duración clave de 3, 4, 7 y / o 10 días, preferidas por las líneas de cruceros?
- ¿El itinerario incluye de 2 a 3 puertos de escala seguros con un conjunto diverso de ofertas patrimoniales, culturales, naturales, comerciales y otras ofertas turísticas? Los buenos itinerarios son una mezcla de destinos; a los pasajeros les gusta "recoger" estos lugares y países visitados.
- ¿Hay una gran variedad de excursiones en tierra, un aspecto muy rentable de la industria de cruceros, disponibles desde el destino como parte del itinerario?
- ¿Está el itinerario y sus respectivos destinos localizados para permitir minimizar las velocidades operativas y el consumo de combustible?
- ¿El itinerario y/o región requiere un reposicionamiento significativo de la embarcación para acceder?

Los itinerarios suelen ser de "circuito cerrado", lo que significa que comienzan y terminan en el mismo puerto base. Las líneas también construirán itinerarios que son de "circuito abierto", donde comienzan y terminan en diferentes lugares.

La región del Caribe no es un único mercado de cruceros, está compuesto por tres zonas principales fuertemente ligadas a sus principales "home-ports": Caribe Oeste, Caribe Este y Caribe Sur. Los puertos principales están ubicados en Florida, Texas, Puerto Rico, Panamá y Barbados. Dentro de la región, se observan seis principales tipologías de cruceros o de itinerarios:

FIGURA 4.13. PRINCIPALES ZONAS DEL MERCADO CARIBE



Fuente: Elaboración propia de M&N

- **Caribe Este:** Predominantemente se trata de itinerarios de 7 días con origen en Florida y destino en islas de las Grandes Antillas, Saint Maarten o similares. Existen cruceros en la zona de mayor duración que alcanzan las Antillas menores o zonas del Caribe Sur.
- **Caribe Oeste:** Predominantemente se trata de itinerarios de 7 días con origen en Florida o costa del golfo y destino en la península del Yucatán y la zona de Honduras. También son frecuentes los cruceros de mayor duración que recorren toda la zona de Centroamérica, incluyendo Costa Rica.
- **Caribe Sur:** Itinerarios que cubren la zona de Panamá, Barbados y Colombia. Existen itinerarios que exploran regiones de Centroamérica (Costa Rica) o que cruzan el canal.
- **Bahamas:** Itinerarios cortos conectando Florida con las Bahamas e incluso islas Curcas y Caicas.
- **Pan-Caribe:** Cruceros de 10 días o más que recorren varias regiones del Caribe.
- **Macro-Rutas mundiales / reposicionamiento:** Itinerarios que recorren varias zonas del mundo o que aprovechan trayectos que pasan por el Caribe.

En general, tal y como se ha descrito anteriormente, los siguientes itinerarios representan los viajes e itinerarios más frecuentes en la zona de caribe:

FIGURA 4.14. ITINERARIOS TÍPICOS DEL CARIBE



Fuente: Elaboración propia de M&N

A continuación, se ofrecen ejemplos de tipos de implementación comunes en el Caribe:

- **3 y 4 noches Bahamas y destino privado (perfecto día en Coco Cay).** Cruceros de corta duración que comienzan y terminan desde los puertos base del sur de la Florida y la costa del Golfo y viajan al sur / sureste / suroeste a las Bahamas, Turcas y Caicos, México y otros puertos cercanos.
- **7 noches en el Caribe Oriental y destino privado (día perfecto en Coco Cay).** La oferta clásica de cruceros por el Caribe implica un itinerario de 7, 10 o 14 días que se origina en el sur de la Florida y viaja a destinos en el este, oeste o plan caribeño.
- **7 noches Caribe Occidental.** Los cruceros de una semana de duración ofrecen más destinos debido a la proximidad de puertos de escala adicionales en la región cercana. México, Jamaica, Roatán, Belice, Islas Caimán y otros generalmente caen en el itinerario más largo. La eventual apertura de Cuba también ampliará los lugares disponibles para viajar dentro del Caribe Occidental.
- **Reposicionamiento de varios días (Circuito abierto).** Los cruceros de reposicionamiento estacional que mueven embarcaciones hacia/desde el Caribe a Alaska (a través del Canal de Panamá) o Europa ocurren en la primavera y el otoño. Estos itinerarios pueden superar las dos semanas y viajar a varios destinos menos visitados. Estos cruceros comienzan y terminan en diferentes puertos base. Los cruceros mundiales que se mueven a través de la región también siguen operaciones similares.

La terminal de cruceros de Limón cuenta con una posición privilegiada en Centroamérica que le permite ser un puerto importante en itinerarios que transitan por el Oeste y el Sur del Caribe junto con algunos itinerarios de reposición.

No obstante, es importante destacar que Puerto Limón no es visitado frecuentemente por los itinerarios cortos, que parten Estados Unidos. Dichos cruceros en la zona oeste del Caribe suelen ser “*round-trips*” con origen o destino en los puertos americanos que alcanzan los destinos de Cozumel, Belice, San Juan de Castilla y Roatán. En la zona este, suelen ser itinerarios que parten de los puertos estadounidenses y tienen como destino las Bahamas (duración de 3 días) o las Islas Antillas (duración de 7 días). Si embargo, Limón sí cobra un papel relevante en los cruceros de mayor duración (entre 10 y 14 días) que parten de algún puerto de Estados Unidos y recorren la zona Oeste y Sur del Caribe. El origen de estos cruceros puede ser puertos en la zona de la Florida o el golfo de Texas.

También los itinerarios que transitan por todo el Caribe (Pan-Caribe) tienen como principal origen/destino Tampa y Miami. Se trata de rutas con duraciones de más de 14 días, que cubren distintas zonas de la región. Algunas de estas rutas recalán en Limón por el gran atractivo turístico de Costa Rica.

Asimismo, se observan rutas provenientes desde México a Curazao que transitan la Costa Oeste y Sur del Caribe y *round-trips* de islas del Este del Caribe y rutas con origen en el Puerto de Cartagena. En estos trayectos se encuentran distintas tipologías, donde si bien se encuentran algunos cruceros de 8 días o más con parada en Limón (cruzando de este a sur o sur a oeste) otros homeports presentan trayectos más cortos de 4 días. Este tipo de patrones pueden ser de interés para Limón ya que, si bien el puerto hace parte de algunos de esos *round-trips*, estos pueden ser atractivos para Limón en caso de convertirse en un homeport de una línea de cruceros. Cabe destacar también que además de los grandes cruceros, Limón está ganando importancia en rutas de cruceros tipo *explorer*, con rutas menos convencionales que parten desde puertos ubicados en Islas del Caribe o que son rutas no “*round-trips*”, como el Star Legend (Montego Bay - Kingston – Cartagena – Colón – Limón – Montego Beach - 7 días) o el World Voyager (Cozumel-Progreso-Costa Maya – Beliz City – Santo Tomás de Castilla- Puerto Cortés – Roatán- San Andrés islas – Puerto Limón – Colón – Cartagena – Willemstad - 15 días).

FIGURA 4.15. ITINERARIOS TÍPICOS CON RECALADA EN LIMÓN



Fuente: Elaboración propia de M&N

TABLA 4.3. ITINERARIOS TIPO CON RECALADA EN EL PUERTO DE LIMÓN

Crucero	Duración	Itinerario
AIDA & TUI – Roundtrip Caribe- Centro America	14 días	La Romana (Republica Dominicana), Martinica, Antigua & Barbuda, St. Maarten, Tortola, Samana (Republica Dominicana), Montego Bay (Jamaica), Limón, Colon, Cartagena, La Romana
Norwegian CL – Round trip Panama	11 días	Miami, Limón, Colon, Cartagena, Aruba, Miami
Viking Cruises – Round trip Panama	10-14 días	Fort Lauderdale, Key West, Cozumel, Belize, Roatán, Limón, Colon (Montego), Fort Lauderdale
Royal Caribbean – Round trip Panama	10 días	Miami, Limón, Colon, Cartagena, Aruba, Miami
Holland America – Panamá Canal Sunfarer	10 días	Fort Lauderdale, Bahamas, Aruba, Curaçao, Panamá Colon, Limón, Fort Lauderdale
MSC – Port Canaveral to Miami	11-14 días	Port Cañaveral, Bahamas, Montego Bay, Aruba, Cartagena, Colon, Limón, Miami
Seven Seas Explorer	24 días	Miami, Costa Maya, Belice, Santo Tomas, Roatán, Limón, Colon, Cartagena, Aruba, Curazao, Grenada, Sant Lucia, Barbados, Dominica, Antigua, Saint Bethelmy, St. Maarten, Puerto Rico, Bahamas, Miami



Por otro lado, hay rutas en las zonas próximas a Costa Rica donde Limón no tiene un papel relevante. Entre estos destacan principalmente los itinerarios cortos del Caribe Oeste con origen en puertos estadounidenses. También son frecuentes los cruceros que cruzan el canal de Panamá y tienen un mayor número de recaladas en la costa centroamericana del Pacífico. Algunos de estos itinerarios son los viajes en los que los cruceros cambian de regiones durante el año y otros son itinerarios más específicos. Es cierto que Limón cubre alguno de estos recorridos, pero muchos no paran en el terminal a pesar de su buen posicionamiento. Por otro lado, existen cruceros que se centran exclusivamente en la zona sur del caribe y únicamente recalán en Panamá en Centro América, o cruceros tipo “explorer” que se centran en recorridos cortos por la zona. Antes de la crisis de la pandemia, la compañía Pullmantur operaba en Cartagena como homeport, ofreciendo cruceros de corta duración desde Colombia.

FIGURA 4.16. ITINERARIOS TÍPICOS SIN RECALADA EN LIMÓN



Fuente: Elaboración propia de M&N

TABLA 4.4. ITINERARIOS TIPO EN LA ZONA SIN RECALADA EN LIMÓN

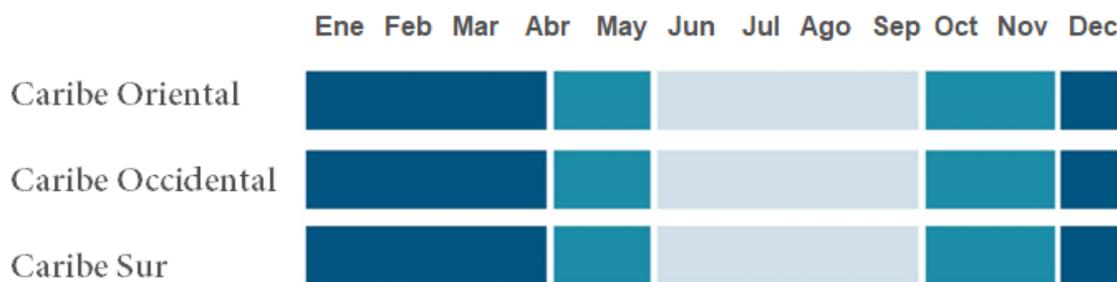
Crucero	Duración	Itinerario
Carnival Vista – Round trip West Carib	7 días	Galveston, Roatán, Belice, Cozumel, Galveston
Norwegian CL – Round trip West Carib	7 días	Miami, Roatán, Harvest Caye, Costa Maya, Cozumel, Miami
Royal Caribbean – Bridgetown to Panama	14 días	Bridgetown (Barbados), St. Lucia, Granadinas, Granada, Dutch Antilles, Cartagena, Panamá
Celebrity – Roundtrip Aruba	11 días	Fort Lauderdale, Aruba, Bonaire, Curaçao, Cartagena, Cayman, Fort Lauderdale
Celebrity – San Diego to Fort Lauderdale	15 días	San Diego, Cabo San Lucas, Puerto Vallarta, Quetzal, Puntarenas, Panamá, Colon, Cartagena, Fort Lauderdale
MSC – Roundtrip Caribe Bahamas	7 días	Miami, Ocho Ríos (Jamaica), Cayman, Costa Maya, Miami

Estacionalidad

La estacionalidad ha sido y seguirá siendo un aspecto importante de la región del Caribe. Una gran parte de la capacidad mundial está presente en el Caribe durante los meses de diciembre a abril (incluyendo el festivo de semana santa). Mientras que de junio a octubre es la temporada baja cuando gran parte de esta capacidad se traslada a regiones de crucero de verano con climas más suaves en esas fechas, como son Alaska y Europa.

Los altos rendimientos en otras regiones de despliegue de cruceros, junto con un clima más cálido, están extendiendo las temporadas de cruceros en Alaska y Europa, y podrían ejercer una presión a la baja sobre el posicionamiento general de la capacidad anual del Caribe.

FIGURA 4.17. ESTACIONALIDAD EN EL CARIBE POR ÁREAS PRIMARIAS DE DESARROLLO



Información Clave:

Temporada Alta en el Caribe

Periodo de Transición

(Reposicionamiento para/desde Mercado Estacional)

Temporada Baja en el Caribe



Fuente: Cruise Industry News y M&N, 2021

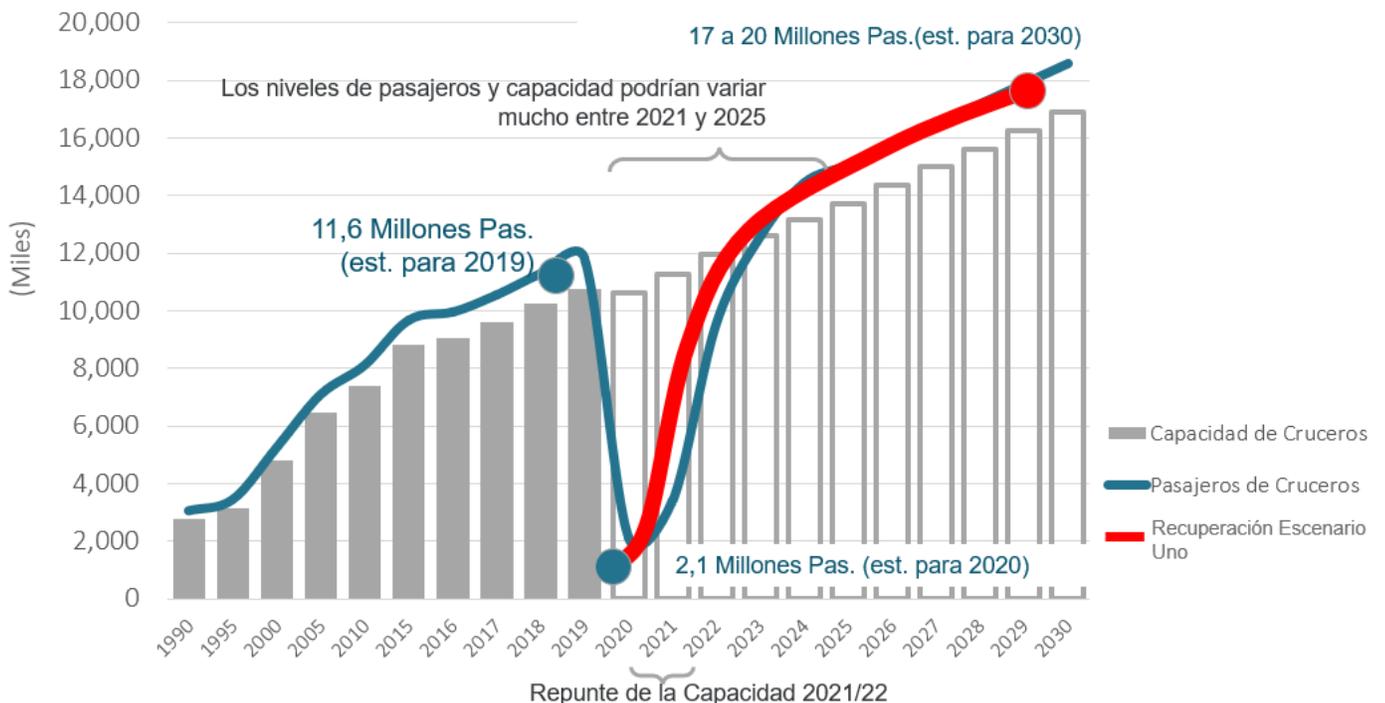
4.1.2.3. Perspectiva del sector en el Caribe

Las líneas de cruceros esperan que el Caribe sea una de las regiones de despliegue más rápida para recuperarse después de COVID-19, dadas sus fortalezas intrínsecas, capacidad de generación de ganancias, capacidad para alinear los protocolos de salud y seguridad en destinos privados y proximidad a los consumidores de cruceros en automóvil de América del Norte. Las discusiones con ejecutivos de líneas de cruceros en la Convención Global de Cruceros Seatrade 2021 y la Convención Anual Asociada a Cruceros del Caribe de Florida, sugieren que el Caribe puede superar los niveles observados en 2019 a partir de 2022 y 2023, ya que las líneas colocan un número creciente de buques en la región mientras esperan que otros mercados y el interés de los consumidores se recuperen.

Se espera que el crecimiento regrese después de los escenarios anticipados de tendencia de recuperación en forma de V descritos para la industria global de cruceros. Es probable que los barcos funcionen a niveles de ocupación más bajos que los históricos en 2021/2022, con niveles que aumentan cada año hasta 2024/25. Un riesgo para la normalización de las operaciones es el número de países soberanos (sus propias leyes) dentro de la región y la velocidad a la que se abren a los cruceros y establecen protocolos razonables de salud y seguridad.

El escenario de recuperación uno (1), se basa en el pronóstico global presentado anteriormente y asume tasas de captura del mercado caribeño del 39,5 % junto con supuestos y factores adicionales (ver Figura 4.18). Los niveles de pasajeros pasan del 20 % del posicionamiento de la capacidad prevista en 2020 al 80 % de la capacidad en 2022 y al 110 % en 2025.

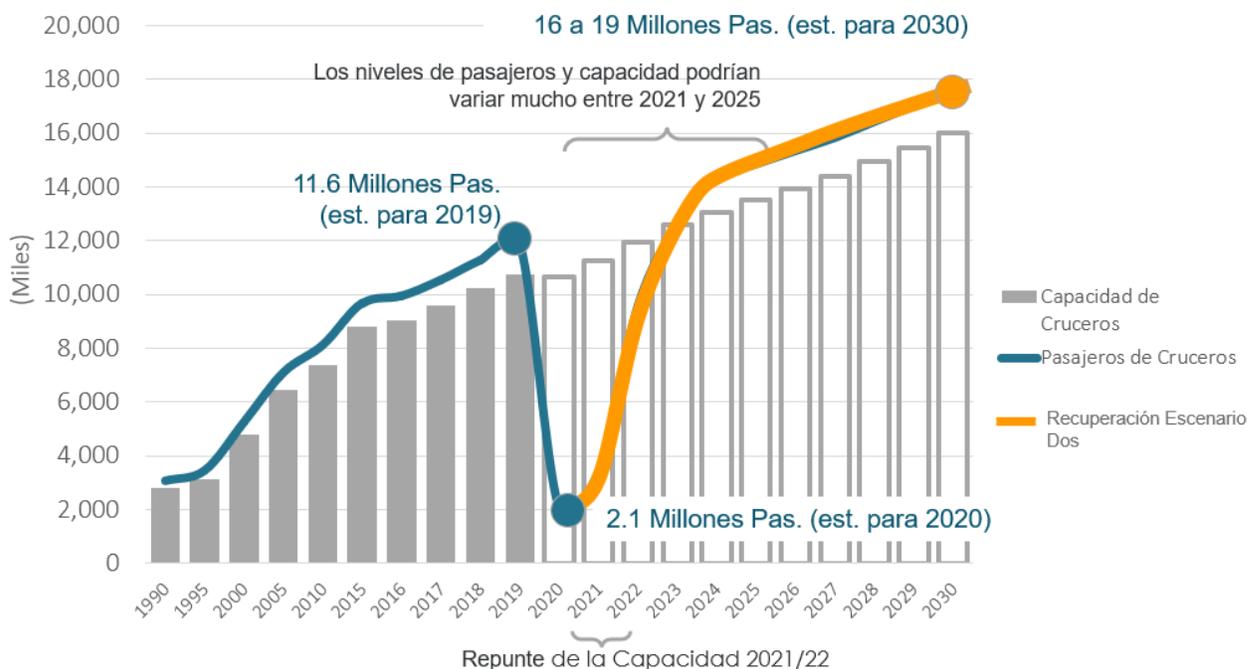
FIGURA 4.18. PRONÓSTICO DE CAPACIDAD Y PASAJEROS DE CRUCEROS EN EL CARIBE – ESCENARIO DE RECUPERACIÓN UNO



Fuente: M&N, 2021

El escenario de recuperación dos (2), adopta una construcción nueva algo más pesimista, presentado en el pronóstico global ofrecido anteriormente y asume tasas de captura del mercado caribeño del 39,5 % junto con supuestos y factores adicionales (ver Figura 4.19). Los niveles de pasajeros en este escenario están previstos entre 16 y 19 millones para 2030.

FIGURA 4.19. PRONÓSTICO DE CAPACIDAD Y PASAJEROS DE CRUCEROS EN EL CARIBE – ESCENARIO DE RECUPERACIÓN DOS



Fuente: M&N, 2021

4.1.2.4. Principales conclusiones del sector en el Caribe

Es la región más grande de la industria de cruceros en cuanto a capacidad desplegada. El Caribe es el centro histórico de la industria moderna de cruceros. En 2018 y 2019, la región acogió entre el 36 % y el 39 % de todos los buques y camas. La región también es el lugar número uno para los huéspedes de América del Norte, el grupo de consumidores más grande de la industria, dando la bienvenida a casi el 70 % de todos los cruceristas en 2018 y 2019.

Muchas subregiones, muchos destinos. El mar Caribe está comprendido por varias subregiones donde se despliegan los cruceros, donde se incluye el Caribe oriental y occidental. El Caribe Oriental generalmente incluye cruceros de 4, 5 y 7 días o más desde el sur de la Florida a destinos en las Antillas

Mayores, St. Thomas y Saint Maarten. Los cruceros a destinos del Caribe Occidental (Península de Yucatán, América Central, Islas Caimán) se originan en el sur de Florida y Galveston, Nueva Orleans y Tampa. Del mismo modo, en el Caribe Oriental, los despliegues son generalmente de 4, 5 y 7 días de duración. Ambas subregiones ven tráfico durante todo el año. Otros despliegues en el Caribe incluyen cruceros cortos a las Bahamas, itinerarios por el Caribe Sur y Pan-caribeño, cruceros de reposicionamiento del Canal de Panamá y embarcaciones que operan cruceros mundiales.

Una vuelta a la normalidad. Las líneas de cruceros esperan que el Caribe sea una de las regiones que más rápido se recupere dadas sus fortalezas intrínsecas, capacidad de generación de ganancias, capacidad para alinear los protocolos de salud y seguridad en destinos privados y proximidad a los consumidores que acuden al punto de inicio del itinerario en automóvil desde América del Norte. Esperamos que el crecimiento regrese siguiendo los escenarios anticipados de tendencia de recuperación en forma de V descritos para la industria global de cruceros. Es probable que los cruceros funcionen a niveles de ocupación más bajos que los históricos en 2021/2022, con niveles que aumenten cada año hasta 2024/2025. Los riesgos para la normalización de las operaciones es el número de países soberanos dentro de la región, la velocidad a la que abrirán las puertas estos países a los cruceros y establecen protocolos razonables de seguridad, así como los nuevos hallazgos que puedan surgir frente a la pandemia.

4.1.3. PROFUNDIZACIÓN EN EL MERCADO DE LIMÓN

4.1.3.1. Actividades de cruceros en Limón

Limón es un puerto de escala de buques establecidos y un puerto base naciente para el suroeste del Caribe. Como se muestra en la Tabla 4.5, las actividades de cruceros en el puerto operado por JAPDEVA han crecido de 112.389 pasajeros en 57 buques, en la temporada 2011/2012 a poco menos de 185.000 pasajeros en 2019/2020. El tráfico alcanzó su punto máximo en 2016/2017 con 270.154 pasajeros de cruceros registrados.

La importante expansión del tráfico observada en las temporadas 2015/2016 y 2016/2017 es el resultado de las actividades regionales de *homeporting* de la marca Royal Caribbean comercializada por la española Pullmantur. Limón sirvió como puerto base para *el Monarch* de Pullmantur en 2015/16 durante un período de 4 meses. *Monarch* operaba un itinerario de 7 días en el Sur y Oeste del Caribe que incluía paradas en Colón, Cartagena, Montego Bay y Grand Caimán. Los pasajeros se subían al crucero (vía *intraporting*) en Colón y Cartagena. La temporada siguiente, *Monarch* cambió sus funciones principales de puerto base a Colón, con Limón siendo una escala para que 400 a 600 consumidores costarricenses se unieran al crucero. Las operaciones de Pullmantur en la región se redujeron en 2017/2018. Los activos de la línea se encuentran actualmente en liquidación como consecuencia de la crisis del COVID-19.

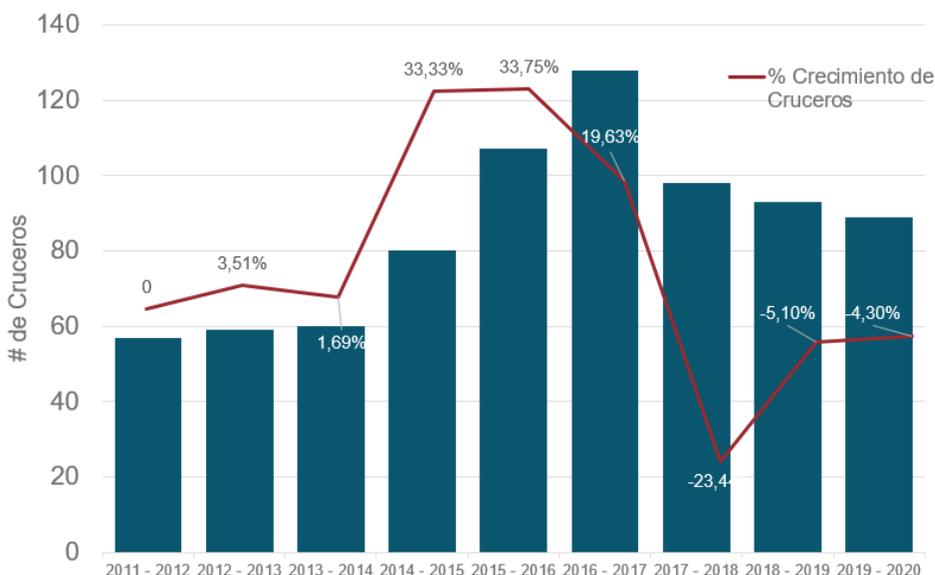
TABLA 4.5. RESÚMEN DE ESTADÍSTICAS DEL PUERTO DE LIMÓN, TEMPORADAS 2011-12 A 2019-20

Estación	2011/12	2012/13	2013/14	2014/15	2015/16	2016/17	2017/18	2018/19	2019/20
Cruceros	57	59	60	80	107	128	98	93	89
Crecimiento Cruceros %	-	3,5 %	1,7 %	33,3 %	33,8 %	19,6 %	(23,4) %	(5,1) %	(4,3) %
Pasajeros	112.389	90,373.	97.816	103.664	164.000	270.154	188.556	193.733	184.503

Crecimiento Pasajeros %	-	(19,6) %	8,2%	6,0%	58,2%	64,7%	(30,2) %	2,7%	(4,7) %
Pasajeros / Cruceros	1.972	1.532	1.630	1.296	1.533	2.111	1.924	2.083	2.073
Pasajeros / Crecimiento Cruceros %	-	(22,3) %	6,4%	(20,5) %	18,3%	37,7%	(8,8) %	8,2%	(0,5) %

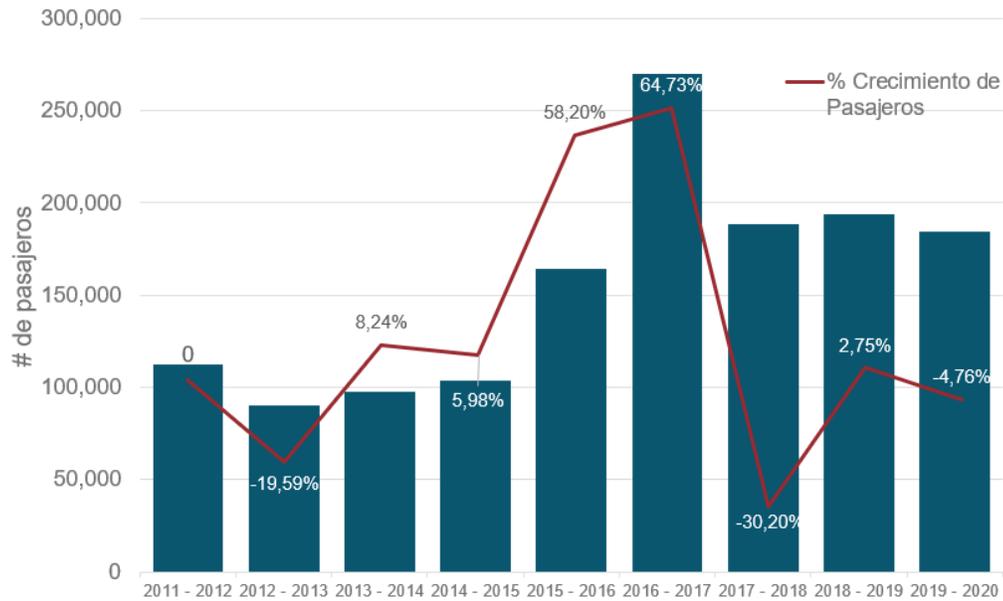
Fuente: JAPDEVA

Las siguientes figuras muestran la evolución histórica de recaladas de cruceros y número de pasajeros durante la última década. Tal y como se ha indicado antes, el tráfico de cruceros tuvo su pico más alto en la temporada 2016/17 (ver Figura 4.20 y Tabla 4.5) registrando 270.154 pasajeros. También se muestra la participación de las distintas líneas de cruceros en Limón para la temporada 19/20, donde destacan las compañías Princess y Tui Cruises.

FIGURA 4.20. RECALADAS DE CRUCEROS EN LIMÓN, TEMPORADAS 2011/2012 A 2019/2020


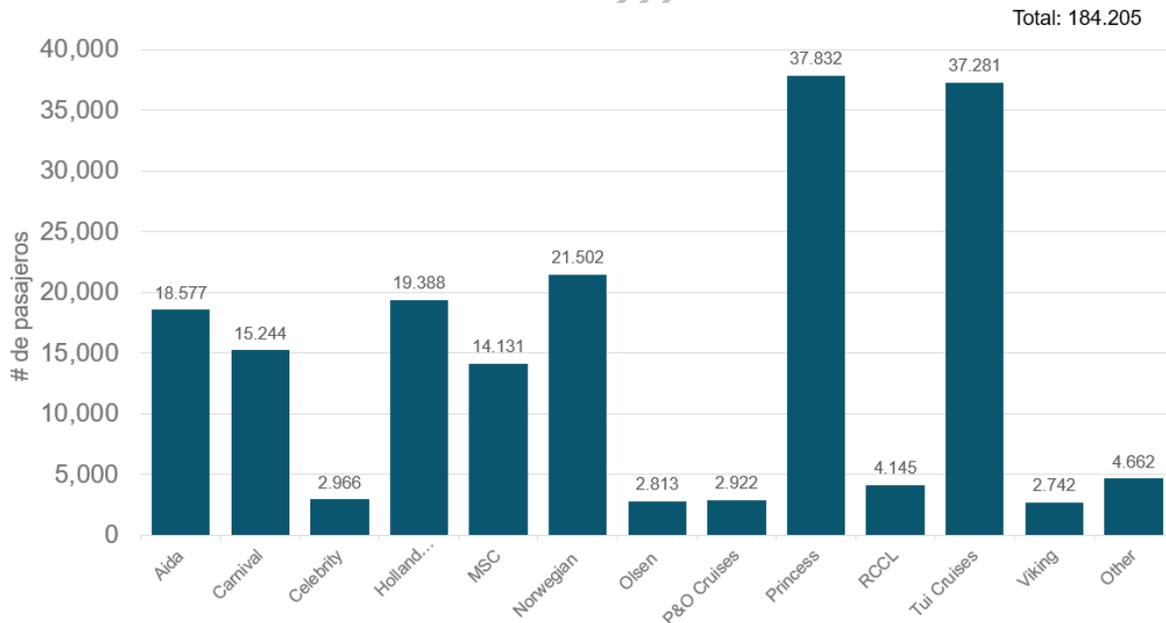
Fuentes: JAPDEVA & Moffatt & Nichol, 2021

FIGURA 4.21. LLEGADAS DE PASAJEROS A LIMÓN, TEMPORADAS 2011/2012 A 2019/2020



Fuentes: JAPDEVA & Moffatt & Nichol, 2021

FIGURA 4.22. DESGLOSE DE PASAJEROS DE CRUCEROS DE LIMÓN POR LÍNEA DE CRUCEROS, TEMPORADA 2019/2020



Fuentes: JAPDEVA & Moffatt & Nichol, 2021. Notas: Medido por los pasajeros por línea de cruceros

4.1.3.2. Competidores por tráfico¹¹

¹¹ En el capítulo 5 se describe en mayor detalle la oferta de los principales competidores de Limón

Colón, Fort Amador y Cartagena son vistos como los principales competidores para el tráfico como puertos de escala y puerto base en el suroeste del Caribe. Se revisa cada uno a continuación:

- **Colón (Panamá) / Puerto Colón 2000.** Fundada en octubre de 2000, la empresa Puerto de Cruceros Colón 2000, S.A. opera dos atraques de cruceros e instalaciones terminales relacionadas (Terminales 1 y 2). Ambos amarres soportan embarcaciones de menos de 10 metros de calado y eslora de +/- 300 metros. La Terminal 2 proporciona instalaciones con capacidad de puerto base y zonas logísticas. El comercio minorista libre de impuestos y otros servicios están inmediatamente adyacentes a las instalaciones de Port Colon 2000. El rendimiento de pasajeros de cruceros se estima en 300.000 en 2019/2020.
- **Terminal de Cruceros Amador (Panamá).** La Terminal de Cruceros Amador, ubicada en la Isla Perico de la Calzada Amador en la Ciudad de Panamá, se inaugura en 2020 y es la primera terminal de cruceros ubicada en el Pacífico. El proyecto de \$165 millones fue construido por el gobierno panameño y es administrado por la Autoridad Marítima de Panamá (AMP).
- La Autoridad Marítima de Panamá anunció su intención de desarrollar la terminal de cruceros a finales de 2016. El propósito principal de la Terminal de Cruceros de Amador es convertirse en un puerto base para los cruceros que viajan al norte y al sur a lo largo del Pacífico. Según datos de la Autoridad Marítima de Panamá, el crucero Norwegian Star, perteneciente a la Norwegian Cruise Line, ya realizó la primera reserva de puerto base para octubre de 2020. La instalación de Amador y AMP ha extendido amplios paquetes de incentivos a las líneas de cruceros para adjuntar las operaciones de puerto de escala y puerto base.
- **Cartagena, Colombia.** La Terminal de Cruceros de Cartagena de Indias atiende a 30 líneas de cruceros y da la bienvenida al 97 % de los pasajeros de cruceros que llegan a Colombia. La instalación está situada dentro del puerto de carga y utiliza hasta 4 amarres a lo largo de dos de los muelles de las instalaciones. Las facilidades para cruceros se encuentran aproximadamente a 3,2 kilómetros del centro histórico y de las zonas comerciales de la ciudad.

Colón y Cartagena compiten por el tráfico de cruceros como puerto de escala para los buques que operan en el suroeste del Caribe. Colón ofrece acceso a tours del Canal de Panamá desde el lado caribeño, pero en general, la línea de cruceros y la satisfacción de los huéspedes con el destino es mixta.

Si bien no se ha probado, la nueva Terminal de Cruceros de Amador plantea una fuerte competencia como puerto de escala para el tráfico que actualmente hace escala en Colón. También se espera que el tráfico del puerto base que se origina en Panamá se desplace a Amador (vs. Colón) dada su proximidad a la importante capacidad de transporte aéreo y hotelero que se ofrece en la Ciudad de Panamá.

Cartagena y sus monumentos de patrimonio mundial son generalmente bien considerados por las líneas de cruceros y los huéspedes. Los cruceros que viajan por la región en itinerarios largos (más de 10 días) y el reposicionamiento se detendrán con frecuencia en Cartagena.

En los casos en que sólo una escala entre Colombia, Panamá y Costa Rica sea factible dada la longitud del itinerario (y suponiendo que Limón se mejore), esperaríamos que el tráfico se divida entre los tres destinos, ya que cada uno ofrece fortalezas y debilidades. Para el reposicionamiento de las actividades de cruceros, Panamá (Colón o Amador) será sin duda un punto de escala, ya que es una característica clave del itinerario. Una escala adicional a Cartagena o Limón también es probable como parte de estos cruceros. Para los cruceros que están centrados en el sur o suroeste del Caribe, es probable que ocurra una escala en cada uno de los tres (Colombia, Panamá y Costa Rica).

De mayor importancia a lo largo del tiempo es el éxito del esfuerzo de la Terminal de Cruceros de Amador y sus respectivas operaciones como puerto base. Si esta ubicación tiene éxito en atraer actividades estacionales (invierno) de transporte de origen y aprovechar el transporte aéreo programado o chárter y su mayor número de habitaciones de hotel, vemos que la presencia de Amador brinda un beneficio directo al rendimiento esperado en Limón para los cruceros que se trasladan al lado caribeño del Canal de Panamá. No esperamos que los buques de puerto base de Amador superen los 2,500 a 4,000 huéspedes dada la gran dificultad de mover pasajeros hacia / desde Panamá y otras consideraciones logísticas.

4.1.3.3. Contribución de Limón en la capacidad desplegada

Las líneas de cruceros y sus respectivos grupos de toma de decisiones (por ejemplo, marketing y ventas, operaciones marítimas, logística) dedican un esfuerzo significativo a evaluar un destino y, congruentemente, un itinerario para garantizar que cumpla con los diversos criterios establecidos para diferenciar su oferta de productos y vender productos de cruceros deseables y rentables.

Las líneas de cruceros tienen diferentes necesidades para las operaciones en el puerto de escala y el puerto base y, en consecuencia, los equipos de toma de decisiones de las líneas de cruceros se centran en diferentes atributos para cada tipo de instalación y destino del que forma parte. Como tal, los equipos de ventas y marketing están muy involucrados en la revisión de una ciudad de origen por su capacidad para proporcionar un acceso cercano a una base de consumidores. Del mismo modo, una terminal de cruceros es un elemento de gran relevancia para el proceso de un puerto base; generalmente las terminales no son necesarias en un puerto de escala. Los equipos marítimos, de operaciones en tierra y de seguridad pasarán tiempo revisando y evaluando un destino de puerto base en cuanto a la idoneidad de su terminal de cruceros para apoyar las operaciones de buques y pasajeros.

Los destinos deben ubicarse en el contexto de cómo las líneas de cruceros toman las decisiones sobre el despliegue y las operaciones. Nunca se puede asumir que las líneas de cruceros saben todo lo que hay que saber sobre su destino; muchas líneas de cruceros se ocupan de más de 400 puertos como parte de su despliegue anual. Comprender las fortalezas y debilidades clave de su destino es esencial para conocer y comunicar cada uno de los principales componentes para la toma de decisiones dentro de la línea de cruceros. Por ejemplo, describir al equipo de implementación de una línea de cruceros, cómo su destino encaja dentro de los parámetros generales de velocidad y distancia de un itinerario. Ilustrar o mostrar cómo múltiples itinerarios pueden incluir su destino (Limón) como puerto base o puerto de escala. Además, es importante considerar que las líneas de cruceros prefieren poder lidiar con un destino que tiene sus condiciones claras, tanto en beneficios y oportunidades para ofrecer. La interacción con las líneas debe incluir a las partes clave que participan en la entrega de todo el destino (por ejemplo, el puerto, la planta turística -la oficina de turismo local y los proveedores de excursiones en tierra-).

En la revisión del ajuste de Limón dentro de las posibles ofertas de itinerarios, se preparó un análisis de velocidad y distancia de los itinerarios. Los resultados se presentan en las siguientes tablas. Las velocidades operativas se mantuvieron en 12 y 15 nudos, niveles considerados ideales por las líneas en lo que se refiere al consumo de combustible. Los períodos de operación se mantuvieron en 16 horas (contabilizando una escala en el puerto el día anterior) y 40 horas (contabilizando un día en el mar y una escala en el puerto el día anterior). Como se muestra en la siguiente tabla, hay muy pocos destinos dentro



de las 16 horas de Limón si se viaja a 15 nudos (San Andrés y Colón). Más destinos son viables cuando el tiempo de viaje se extiende a 40 horas (Cartagena, Roatán y Gran Caimán).

En general, los itinerarios de cruceros de 7 días incluyen 4 puertos de escala; Itinerarios de 10 días, 5 puertos de escala. Dadas las distancias requeridas y las velocidades mantenidas, no es factible construir un itinerario atractivo de 7 días desde el sur de la Florida o Texas. Para el crecimiento potencial de Limón, los itinerarios de mayor ajuste incluyen:

- Cruceros de 10 días o más desde el sur de la Florida y Texas.
- Cruceros de 7 días que se originan en puertos base del sur o suroeste del Caribe (por ejemplo, el puerto de cruceros de Amador).
- Reposicionamiento de cruceros que cambian de región a través del Canal de Panamá.

TABLA 4.6. CÁLCULOS DE VELOCIDAD / DISTANCIA ENTRE PUERTOS SELECCIONADOS, 16 HORAS A 12 Y 15 NUDOS

Distancias Marítimas (Millas Nauticas)										
	Limón	Colón	Cartagena	San Andrés	Falmouth	Roatan	Cozumel	Grand Cayman	Miami	Galveston
Limón	0	216	444	183	634	541	723	571	1138	1414
Colón	216	0	286	232	669	620	811	612	1205	1484
Cartagena	444	286	0	390	572	752	921	645	1092	1577
San Andrés	183	232	390	0	468	410	605	421	1009	1277
Falmouth	634	669	572	468	0	542	558	240	722	1172
Roatan	541	620	752	410	542	0	268	356	749	970
Cozumel	723	811	921	605	558	268	0	341	530	717
Grand Cayman	571	612	645	421	240	356	341	0	675	966
Miami	1138	1205	1092	1009	722	749	530	675	0	905
Galveston	1414	1484	1577	1277	1172	970	717	966	905	0

Horarios de navegación entre ubicaciones (horas)										
Ubicaciones con 16 horas o menos de tiempo de viaje (equivalente al paquete nocturno al siguiente punto de escala / puerto base)										
Velocidad a 12 Nudos										
	Limón	Colón	Cartagena	San Andrés	Falmouth	Roatan	Cozumel	Grand Cayman	Miami	Galveston
Limón	-	18,0	37,0	15,3	52,8	45,1	60,3	47,6	94,8	117,8
Colón	18,0	-	23,8	19,3	55,8	51,7	67,6	51,0	100,4	123,7
Cartagena	37,0	23,8	-	32,5	47,7	62,7	76,8	53,8	91,0	131,4
San Andrés	15,3	19,3	32,5	-	39,0	34,2	50,4	35,1	84,1	106,4
Falmouth	52,8	55,8	47,7	39,0	-	45,2	46,5	20,0	60,2	97,7
Roatan	45,1	51,7	62,7	34,2	45,2	-	22,3	29,7	62,4	80,8
Cozumel	60,3	67,6	76,8	50,4	46,5	22,3	-	28,4	44,2	59,8
Grand Cayman	47,6	51,0	53,8	35,1	20,0	29,7	28,4	-	56,3	80,5
Miami	94,8	100,4	91,0	84,1	60,2	62,4	44,2	56,3	-	75,4
Galveston	117,8	123,7	131,4	106,4	97,7	80,8	59,8	80,5	75,4	-

Horarios de navegación entre ubicaciones (horas)										
Ubicaciones con 16 horas o menos de tiempo de viaje (equivalente al paquete nocturno al siguiente punto de escala / puerto base)										
Velocidad a 15 Nudos										
	Limón	Colón	Cartagena	San Andrés	Falmouth	Roatan	Cozumel	Grand Cayman	Miami	Galveston
Limón	-	14,4	29,6	12,2	42,3	36,1	48,2	38,1	75,9	94,3
Colón	14,4	-	19,1	15,5	44,6	41,3	54,1	40,8	80,3	98,9
Cartagena	29,6	19,1	-	26,0	38,1	50,1	61,4	43,0	72,8	105,1
San Andrés	12,2	15,5	26,0	-	31,2	27,3	40,3	28,1	67,3	85,1
Falmouth	42,3	44,6	38,1	31,2	-	36,1	37,2	16,0	48,1	78,1
Roatan	36,1	41,3	50,1	27,3	36,1	-	17,9	23,7	49,9	64,7
Cozumel	48,2	54,1	61,4	40,3	37,2	17,9	-	22,7	35,3	47,8
Grand Cayman	38,1	40,8	43,0	28,1	16,0	23,7	22,7	-	45,0	64,4
Miami	75,9	80,3	72,8	67,3	48,1	49,9	35,3	45,0	-	60,3
Galveston	94,3	98,9	105,1	85,1	78,1	64,7	47,8	64,4	60,3	-

TABLA 4.7. CÁLCULOS DE VELOCIDAD / DISTANCIA ENTRE PUERTOS SELECCIONADOS, 40 HORAS A 12 Y 15 NUDOS

Distancias Marítimas (Millas Nauticas)										
	Limón	Colón	Cartagena	San Andrés	Falmouth	Roatan	Cozumel	Grand Cayman	Miami	Galveston
Limón	0	216	444	183	634	541	723	571	1138	1414
Colón	216	0	286	232	669	620	811	612	1205	1484
Cartagena	444	286	0	390	572	752	921	645	1092	1577
San Andrés	183	232	390	0	468	410	605	421	1009	1277
Falmouth	634	669	572	468	0	542	558	240	722	1172
Roatan	541	620	752	410	542	0	268	356	749	970
Cozumel	723	811	921	605	558	268	0	341	530	717
Grand Cayman	571	612	645	421	240	356	341	0	675	966
Miami	1138	1205	1092	1009	722	749	530	675	0	905
Galveston	1414	1484	1577	1277	1172	970	717	966	905	0



Horarios de navegación entre ubicaciones (horas)		Ubicaciones con 40 horas o menos de tiempo de viaje (equivalente al paquete nocturno al siguiente punto de escala / puerto base)								
Velocidad a 12 Nudos										
	Limón	Colón	Cartagena	San Andrés	Falmouth	Roatan	Cozumel	Grand Cayman	Miami	Galveston
Limón	-	18,0	37,0	15,3	52,8	45,1	60,3	47,6	94,8	117,8
Colón	18,0	-	23,8	19,3	55,8	51,7	67,6	51,0	100,4	123,7
Cartagena	37,0	23,8	-	32,5	47,7	62,7	76,8	53,8	91,0	131,4
San Andrés	15,3	19,3	32,5	-	39,0	34,2	50,4	35,1	84,1	106,4
Falmouth	52,8	55,8	47,7	39,0	-	45,2	46,5	20,0	60,2	97,7
Roatan	45,1	51,7	62,7	34,2	45,2	-	22,3	29,7	62,4	80,8
Cozumel	60,3	67,6	76,8	50,4	46,5	22,3	-	28,4	44,2	59,8
Grand Cayman	47,6	51,0	53,8	35,1	20,0	29,7	28,4	-	56,3	80,5
Miami	94,8	100,4	91,0	84,1	60,2	62,4	44,2	56,3	-	75,4
Galveston	117,8	123,7	131,4	106,4	97,7	80,8	59,8	80,5	75,4	-

Horarios de navegación entre ubicaciones (horas)		Ubicaciones con 40 horas o menos de tiempo de viaje (equivalente al paquete nocturno al siguiente punto de escala / puerto base)								
Velocidad a 15 Nudos										
	Limón	Colón	Cartagena	San Andrés	Falmouth	Roatan	Cozumel	Grand Cayman	Miami	Galveston
Limón	-	14,4	29,6	12,2	42,3	36,1	48,2	38,1	75,9	94,3
Colón	14,4	-	19,1	15,5	44,6	41,3	54,1	40,8	80,3	98,9
Cartagena	29,6	19,1	-	26,0	38,1	50,1	61,4	43,0	72,8	105,1
San Andrés	12,2	15,5	26,0	-	31,2	27,3	40,3	28,1	67,3	85,1
Falmouth	42,3	44,6	38,1	31,2	-	36,1	37,2	16,0	48,1	78,1
Roatan	36,1	41,3	50,1	27,3	36,1	-	17,9	23,7	49,9	64,7
Cozumel	48,2	54,1	61,4	40,3	37,2	17,9	-	22,7	35,3	47,8
Grand Cayman	38,1	40,8	43,0	28,1	16,0	23,7	22,7	-	45,0	64,4
Miami	75,9	80,3	72,8	67,3	48,1	49,9	35,3	45,0	-	60,3
Galveston	94,3	98,9	105,1	85,1	78,1	64,7	47,8	64,4	60,3	-

Fuentes: Moffatt & Nichol, 2021.

4.1.4. PROFUNDIZACIÓN EN LA FLOTA DE CRUCEROS GLOBAL

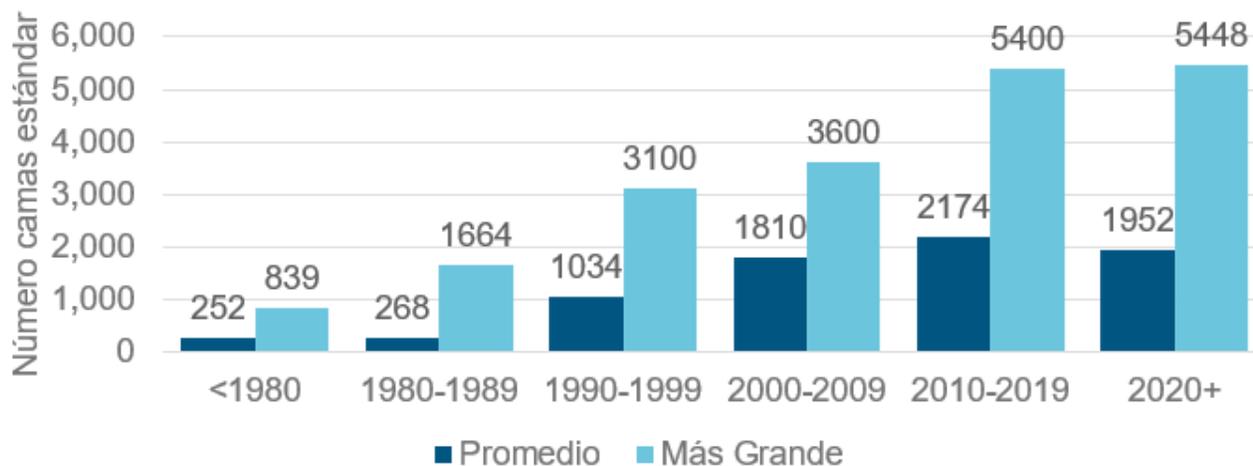
4.1.4.1. Crecimiento histórico de buques de cruceros

La evolución de las embarcaciones de cruceros ha sido uno de los principales motores que han impulsado el crecimiento de la industria. También ha requerido que los destinos de cruceros - tanto las instalaciones portuarias marítimas que manejan las operaciones de puerto base y puerto de escala, como los propios destinos- evolucionen para enfrentar los desafíos presentados por estos barcos si desean participar en el mercado a gran escala de la industria de cruceros.

Los cruceros han avanzado a través de varias fases de desarrollo, desde los pequeños buques de 500 pasajeros de la década de 1970 hasta el surgimiento de los buques Post y Super Post-Panamax de finales de la década de 1990 y principios de la década de 2000. Con la longitud promedio de los cruceros entregados cada año, la cual aumenta, y con el retiro planificado de los buques más antiguos, se espera que los cruceros con eslora de más de 300 metros se conviertan en los más comunes.

El tamaño y la capacidad de pasajeros de los cruceros recién desplegados crecieron constantemente en las últimas décadas. El promedio de buques entregados y en operación en 2010-2019 fue de 2.174 camas (ver siguientes figuras). Para 2020 y los buques en pedido, este promedio ha caído a 1.952. Si bien esto puede sugerir que los cruceros se han estancado (en promedio) en términos de tamaño, los datos de 2020 solo incluyen buques hasta 2027; se espera que la agenda de pedidos agregue barcos a finales de esta década, probablemente aumentando este promedio. Los buques de expedición también se incluyen en los promedios a partir de 2016, lo que supone una reducción de los valores promedio.

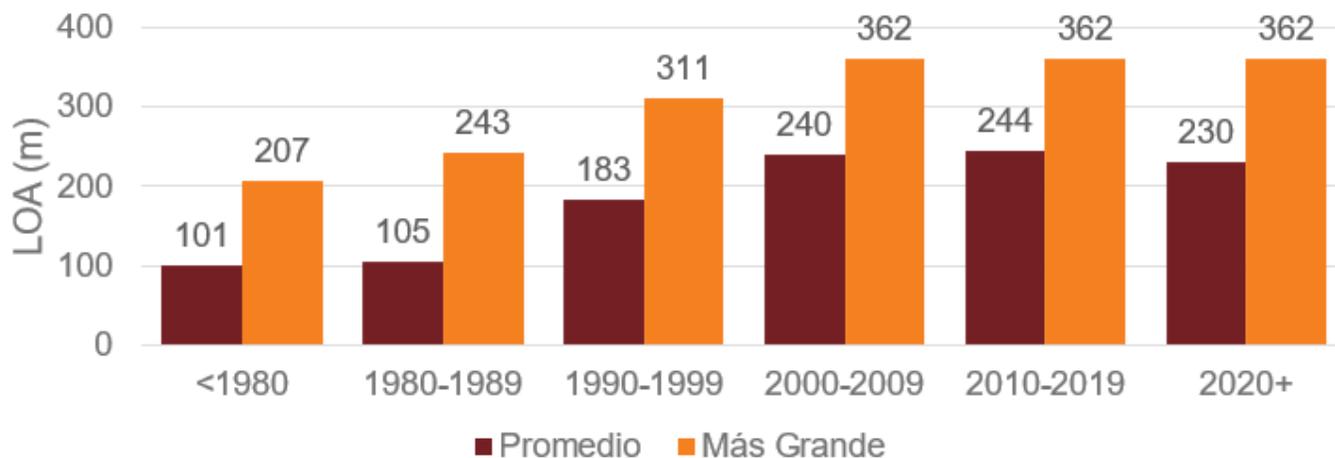
FIGURA 4.23. CAPACIDADES PROMEDIO Y MÁXIMAS DE EMBARCACIONES DE CRUCEROS POR NÚMERO DE CAMAS *



Fuente: Noticias de la Industria de Negocios y M&N, 2021.

Nota:*Es el número de camas de altura estándar en un crucero, determina la capacidad normal de pasajeros del barco. La capacidad máxima de pasajeros se refiere al número total de pasajeros que se pueden acomodar en el crucero en camas estándar y otras habitaciones flexibles (también conocidas como habitaciones superiores).

FIGURA 4.24. CAPACIDADES PROMEDIO Y MÁXIMAS DE EMBARCACIONES MEDIDAS POR LOA



Fuente: Cruise Industry News and M&N, 2021. Tenga en cuenta las esloras no publicadas de los buques para más de 2020 estimadas utilizando TRB

Varios factores han contribuido al éxito de la industria antes de la pandemia de COVID-19.

Éstos incluyen:

- Las líneas de cruceros introdujeron con éxito nuevos inventarios de embarcaciones y desarrollaron productos a bordo y en tierra que generaron un interés sostenido en los cruceros.
- Las compañías crearon productos que lograron convertir a los huéspedes de los complejos turísticos terrestres en pasajeros de cruceros.
- Los productos de la industria de cruceros ofrecieron constantemente un alto nivel de satisfacción de los pasajeros.
- El modelo de crucero fue y sigue siendo adaptable a las condiciones cambiantes del mercado. Las líneas pueden ajustar la ubicación de implementación, la duración del crucero y otros factores, así como ajustar los precios para incentivar la venta de boletos mientras se mantienen otras fuentes de ingresos (ventas a bordo, excursiones en tierra, etc.).
- Las líneas de cruceros han tenido mucho éxito en trasladar la oferta de cruceros tradicionales de América del Norte a grupos de consumidores de todo el mundo.
- Los operadores de cruceros han controlado eficazmente la competencia, los costos operativos y han generado flujos de ingresos de varias fuentes más allá de la venta neta de boletos.

4.1.4.2. Perspectivas futuras del mercado de la flota de cruceros

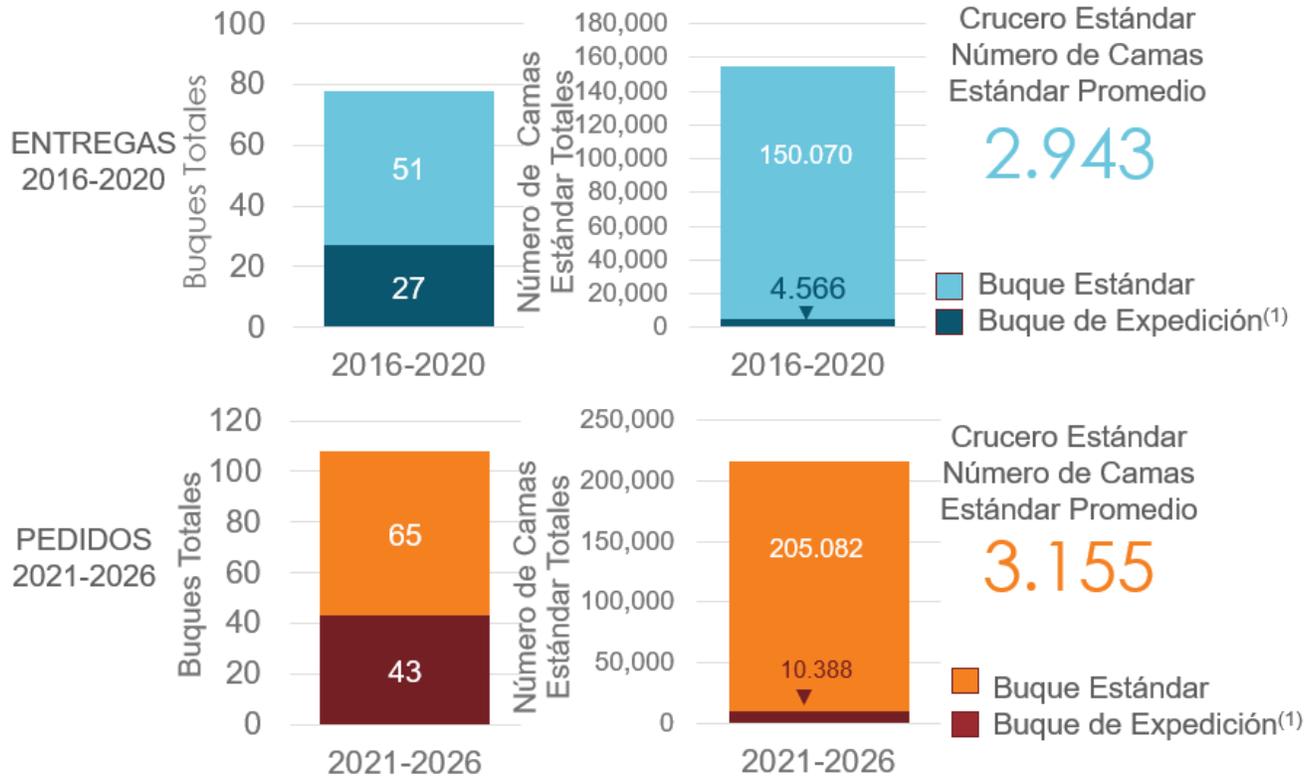
Sesenta y cinco cruceros estándar (grandes) están actualmente ordenados hasta 2026, un aumento de 14 buques en los últimos 5 años. Estos buques tienen una capacidad adicional promedio de 212 amarres bajos en comparación con los entregados entre 2016-2020.



Los buques con una capacidad de 5.000 camas estándar y con mayores capacidades, siguen siendo una fuerza importante en la industria y crecerán en número. Una vez considerados buques de una sola región de cruceros, estos grandes barcos se despliegan cada vez más en hasta dos regiones por temporada, como el Caribe en invierno y el Mediterráneo en verano. La clase Oasis de RCG, la clase de cruceros más grande en operación totalizará seis barcos en 2023/2024. La nueva clase de crucero de Carnival Corporation, Excellence Class, que ofrecerá 5.200 camas estándar. Excellence Class es un barco multiplataforma, que aparece con modificaciones en las flotas de AIDA, Costa, Princess P&O y Carnival Cruises. Nueve buques de la Clase Excellence están en operación o bajo pedido.

El número y el tamaño de los buques de Expedición (los que tienen menos de 500 camas) continúa creciendo, y estos buques se están convirtiendo en una oferta cada vez más importante en las regiones de despliegue especializado. Un total de 43 buques de Expedición están actualmente ordenados y representan más de 10.000 nuevas camas (5 % del total).

FIGURA 4.25. ENTREGAS DE CRUCEROS: ÚLTIMOS 5 Y PRÓXIMOS 5 AÑOS.



Fuente: Cruise Industry News y M&N, 2021.

Nota: (1) Buques de expedición definidos como buques de menos de 500 camas estándar

Aspectos destacables de Carnival Corporation

Carnival Corporation se centra en la entrega de varias clases de barcos multiplataforma que serán utilizados por varias de sus diez marcas, incluidas las clases Excellence y Vista.

TABLA 4.8. CARNIVAL CORPORATION POR CLASE DE BUQUE, 2015-2027

Línea de Cruceros	Clase de Buque	Construcción / Cronograma	Tonelaje	Número de Camas Estándar
Carnival Corp (AIDA)	Hyperion-Class	2016,'17	125.000	3.300
Carnival Corp (HAL)	Pinnacle	2016,'18,'21	99.500	2.650
Carnival Corp (Multiple)	Excellence	2018,'19,'20,'21,'21,'21,'22,'22,'23	183.900	5.200
Carnival Corp (Multiple)	Vista	2016,'18,'19,'19,'20,'23,'24	135.000	4.000
Carnival Corp (Princess)	Royal	2017,'19,'20,'21	142.700	3.600
Carnival Corp (Princess)	Sphere	2023,'25	175.000	4.300
Carnival Corp (Seabourn)	Encore	2016,'18	42.000	604



La Clase Excellence de Carnival (Mardi-Gras en la foto) incluye 9 embarcaciones de las marcas Carnival, AIDA, P&O y Costa. Esta clase admite hasta 6.500 pasajeros.



La Clase Vista de Carnival (Carnival Vista en la foto) se implementa con 3 marcas, incluida la empresa Corporation's Carnival China (CSSC).



La entrega del Holland America Rotterdam marcará el último buque de la clase Pinnacle. Holanda actualmente no tiene embarcaciones en orden después de 2021.

Fuente: Carnival Corporation y M&N, 2021.

Aspectos destacables de Royal Caribbean

Royal Caribbean pronto completará la construcción de embarcaciones de clase Oasis en 2023/2024 y se trasladará a una nueva clase de embarcación, la Icon. Si bien la información sobre esta clase no está disponible actualmente, se espera que sea un poco más pequeña que la de Oasis. Celebrity introdujo la clase Edge en 2018 y se espera que construya un total de 5 embarcaciones. Celebrity Edge y Apex ya están en funcionamiento.

TABLA 4.9. ROYAL CARIBBEAN POR CLASE DE BUQUE, 2015-2027

Línea de Cruceros	Clase de Buque	Construcción / Cronograma	Tonelaje	Número de Camas Estándar
Royal Caribbean Group (Celebrity)	Edge	2018,'20,'22,'22,'24	130.800	2.918
Royal Caribbean Group (RCCL)	Icon	2023,'25,'26	200.000	5.000 (est.)
Royal Caribbean Group (RCCL)	Oasis	2016,'18,'22,'23	227.000	5.400+
Royal Caribbean Group (RCCL)	Quantum	2015,'16	168.000	4.180
Royal Caribbean Group (RCCL)	Quantum +	2019,'21	170.000	4.200
Royal Caribbean Group (Silversea)	Evolution	2022,'23	60.000	600 (est.)
Royal Caribbean Group (Silversea)	SS NB 1 (Muse)	2017,'20,'21	40.700	596
Royal Caribbean Group (TUI)	Mein Schiff NB 1	2015,'16,'17	97.000	2.500
Royal Caribbean Group (TUI)	Mein Schiff NB 2	2018,'19,'23	111.500	2.900
Royal Caribbean Group (TUI)	Mein Schiff NB 3	2024,'26	161.000	4.000



La Clase Icon de Royal (en la foto) comenzará a operar en 2023 y funcionará con GNL. Se espera que su tamaño esté entre clases Quantum y Oasis.

La entrega del Wonder of the Seas de Royal Caribbean (en la foto) marcará la quinta (de 6) embarcaciones de la clase Oasis desde 2009. Esta clase sigue siendo muy popular y continúa siendo el tipo de embarcación más grande en operación.



Fuente: Royal Caribbean Group y M&N, 2021.

Aspectos destacables de NCL

NCL está promocionando todas las nuevas construcciones futuras dentro de una sola clase de buque: Leonardo. El barco es más pequeño que muchos de los buques de sus rivales y puede operar en múltiples regiones de despliegue. El primer buque de la clase Leonardo está programado para llegar en 2022.

TABLA 4.10. NORWEGIAN CRUISE LINE POR CLASE DE BUQUE, 2015-2027

Línea de Cruceros	Clase de Buque	Construcción / Cronograma	Tonelaje	Número de Camas Estándar
Norwegian (NCL)	Breakaway +	2015,'17,'18,'19	163.000	4.200
Norwegian (NCL)	Leonardo	2022,'23,'24,'25,'26,'27	140.000	3.300
Norwegian (Oceania)	Allura	2022,'25	67.000	1.250

	
---	---

NCL se enfoca en entregar su próxima generación de cruceros, la clase Leonardo, comenzando con la entrega de su primer barco en 2022. Estos barcos son aproximadamente 900 literas bajas más pequeños que los barcos Breakaway+. La clase Leonardo operará en una variedad de regiones, y el primer barco está programado para debutar en Europa.

La marca de lujo Oceania de Norwegian recibirá dos nuevos barcos en la próxima clase Allura. Está previsto que los barcos planeados tengan los camarotes más grandes a flote.

Los barcos y yates de lujo más pequeños siguen siendo populares entre los huéspedes que buscan vacaciones en crucero con alojamiento de lujo, centradas en el destino y en atractivos culinarios. Seabourn, Ritz Carlton, MSC Yachts y otras marcas harán grandes avances en este sector en la década de 2020.

Fuente: NCL y M&N, 2021.

Aspectos destacables de MSC

Las clases de barcos construidos después de 2015 de MSC Cruceros son todos mayores de 4.140 camas estándar, salvo sus yates de lujo MSC planeados. MSC Cruceros lanzará *World-class* en 2022, que tendrá una capacidad máxima estimada de 6.850 pasajeros.

TABLA 4.11. MSC CRUISES POR CLASE DE BUQUE, 2015-2027

Línea de Cruceros	Clase de Buque	Construcción / Cronograma	Tonelaje	Número de Camas Estándar
MSC	Meraviglia +	19, '21, '23	177.100	4.888
MSC	Seaside	17, '18, '21	154.000	4.140
MSC	Seaside +	'23	169.380	4.560
MSC	Vista / Meraviglia	17, '19	167.600	4.500
MSC	World	'22, '24, '25, '27	205.700	5.400
MSC (luxury)	Yacht / TBD	'23, '24, '25, '26	64.000	1.000



El MSC World Europe debutará en 2022. Se espera que la capacidad máxima sea de 6.850 pasajeros, lo que lo convierte en el barco más grande en operación.

La colección de yates de MSC Cruceros se lanzará en 2023 e incluirá 4 embarcaciones.



La clase MSC Seaside puede recibir hasta 5.100 invitados (capacidad máxima). Su diseño innovador coloca el paseo marítimo y otras áreas públicas en niveles más bajos.

Fuente: MSC Cruises y Moffatt & Nichol, 2021.

Otros

Otras nuevas construcciones notables de líneas de cruceros se presentan en la siguiente tabla. Virgin Voyages ha iniciado operaciones con su primer buque, *Scarlet Lady*. La línea opera exclusivamente como una experiencia de crucero "solo para adultos" para huéspedes mayores de 18 años, con el *Scarlet Lady* navegando principalmente itinerarios caribeños de cuatro a cinco noches desde Miami. Disney Cruises dará la bienvenida a su primer buque de la clase *Triton* en 2022, con un total de 3 barcos planeados en la clase hasta 2025.

TABLA 4.12. PEDIDOS DE OTRAS COMPAÑÍAS POR CLASE DE BUQUE, 2015-2027

Línea de Cruceros	Clase de Buque	Construcción / Cronograma	Tonelaje	Número de Camas Estándar
Disney	Triton	22, '24, '25	140.000	2.500
Genting	Dream	16, '17	150.000	3.400
Genting	Global	22, '23	208.000	5.000
Viking	Viking NB 1	16 Between '15 and '27	45.000	930
Virgin Voyages	Virgin NB 1	20, '21, '22, '23	110.000	2.770
Others between 2015 - 2027	Múltiples	15, '19, '19, '20, '20, '22, '23	Varios	Varios



El Genting Global Dream será el primero de los dos planeados en esta clase. Los barcos ofrecerán 5.000 habitaciones estándar y operarán en la región de Asia y el Pacífico.



Virgin Voyages entregó su primer barco, el *Scarlet Lady*, en 2020 y las operaciones están programadas para comenzar en 2021. Los barcos son sólo para adultos y ofrecen 2.770 camas estándar.



Los tan esperados barcos de la clase Triton de Disney se retrasaron en 2020 y ahora se esperan para 2022, 2024 y 2025. El *Disney Wish* será el primero de esta serie.

Fuente: Varias líneas y M&N, 2021.

4.1.4.3. Protocolos de salud e innovación

Debido al COVID-19, las líneas Navieras han tenido que cambiar fundamentalmente muchos aspectos operativos de la experiencia de los cruceros, así como introducir nuevas mejoras físicas a corto y largo plazo en los buques para garantizar la salud en el mar. Algunos de estos cambios incluyen:

- La mayoría de las líneas requieren prueba de vacunación contra COVID-19 y una prueba negativa de COVID-19 antes de llegar a la terminal de cruceros y abordar. Los niños que no son elegibles para la vacunación se someten a pruebas antes de embarcar.
- Los exámenes a la vanguardia de la tecnología son empleados en las terminales para ayudar a identificar a los pasajeros enfermos o a los miembros de la tripulación que están enfermos antes del embarque.
- Toda la tripulación a bordo de los cruceros y empleada en destinos clave que pertenecen u operan con las líneas de cruceros, están completamente vacunados y se les realiza pruebas regularmente.



- Los procedimientos de limpieza de cabinas y áreas públicas se han incrementado.
- Se fomenta el distanciamiento y las mascarillas en las zonas comunes.
- Se siguen mejorando las instalaciones médicas y se han establecido procedimientos y zonas de cuarentena de pasajeros y tripulación. Las líneas de cruceros también trabajan con los huéspedes y la tripulación para cubrir todos los costos y viajar a casa cuando alguien da positivo por COVID-19 durante el crucero.
- Las cadenas de cruceros están incorporando una filtración de aire mejorada con sistemas HVAC mejorados, tecnología sin contacto y otras innovaciones.

4.1.5. PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LA DEMANDA DE CRUCEROS

- **Base estable para las operaciones de cruceros en Limón.** Limón se ha mantenido estable en el rendimiento de los huéspedes de cruceros y embarcaciones de las últimas tres temporadas de cruceros, que van desde 184.000 a 194.000 huéspedes. Si bien la pandemia del COVID-19 redujo las llamadas y bajo el rendimiento a cero en la temporada 2020/2021, esperamos que la reanudación normal del tráfico en los próximos dos años devuelva los niveles de la demanda dentro de este rango. El tráfico se derivó principalmente de las líneas de cruceros Princess y TUI, con Aida, Carnival, NCL, MSC Cruceros y Holland America, con importantes contribuciones.
- **El éxito en el puerto de cruceros de Amador presenta una ventaja importante para Limón.** Si bien Limón competirá por los llamados de cruceros con Cartagena y Colón, es probable que la apertura de nuevas y modernas instalaciones como puerto base en el Puerto de Cruceros Amador de Panamá, brinde beneficios a todos los puertos regionales del suroeste del Caribe. Un solo buque que sea homeport desde Amador y opere un itinerario de 7 días durante una temporada de 20 semanas podría contribuir con entre 50.000 y 90.000 cruceristas adicionales en Limón.
- Adicional a lo expuesto en el párrafo anterior, la terminal de cruceros de Amador en la ciudad de Panamá servirá como referencia para Limón. Se obtendrá información que permitirá evaluar la viabilidad general a largo plazo de dicho puerto base en el extremo sur del Caribe. Debe considerarse que la ciudad de Panamá tiene un inventario de hoteles y transporte aéreo mucho mejor que Limón cerca del puerto. Dado el nivel de inversión del gobierno panameño (\$USD 165 millones), se espera que se emitan reducciones en las tarifas y otros incentivos que atraigan el uso del puerto por parte de las líneas de cruceros por algún tiempo. Lo anterior requeriría como mínimo que Limón extienda condiciones similares a las líneas de cruceros.
- **Limón se encuentra en una posición relativamente débil para la actividad de cruceros y para el punto de vista de despliegue de itinerarios.** Limón se encuentra fuera de los itinerarios principales de 7 días desde los puertos base del sur de la Florida y Texas, lo que limita el potencial de tráfico a los buques desplegados en cruceros de más de 10 días y actividades de reposicionamiento a través del Canal de Panamá. El desarrollo se verá reforzado si Amador tiene éxito y si las líneas de cruceros deciden aumentar los itinerarios de más de 10 días. A largo plazo, la posibilidad de que las operaciones del puerto base aumenten desde una ubicación más cercana (dentro de un itinerario de 7 días) incluyendo dentro del itinerario puertos que cuentan con servicios complementarios con bastante atractivo como La Habana por su parte cultural, gastronomía y

playas, y Aruba que ofrece sus hermosas playas y tours por la isla; estos dos destinos serían un gran impulso al tráfico de Limón.

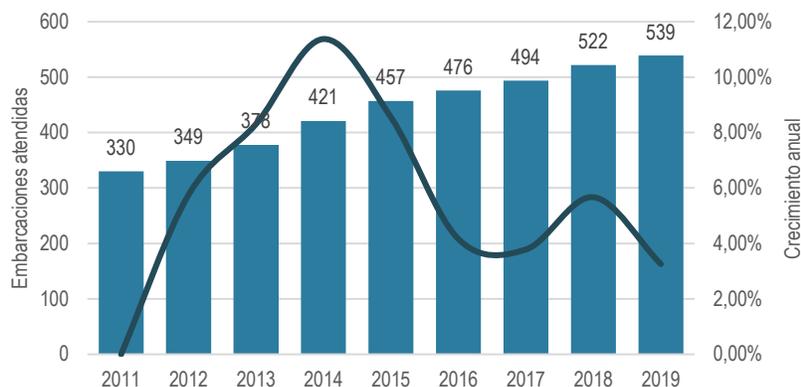
- **Servicios complementarios que ofrece Limón.** Pensando en Limón como un Homeport, considerando la descripción del servicio presentada previamente, así como lo presentado en el análisis DOFA más adelante y las discusiones con las líneas de cruceros; Limón no cumple con los criterios principales para convertirse en un gran terminal de crucero año tras año en una temporada. La logística que se requiere es abrumadora. Suponiendo que arribe un barco de 2.500 pasajeros donde 500 de estos pasajeros son consumidores costarricenses y el resto tienen origen internacional, esto requeriría 2.000 asientos de avión disponibles antes de la salida del barco y después del regreso. Debido a la falta de habitaciones de hotel en Limón, los 2.000 huéspedes necesitarían ser trasladados en autobús 3,5 horas hacia/desde Limón. Se necesitaría un estimado entre 40 y 52 encargados o personas responsables del traslado de estos invitados hacia/desde San José. Todo esto considerando que actualmente la capacidad del aeropuerto de Limón no es suficiente y no tiene la capacidad de atender vuelos internacionales.
- **Limón podría ofrecer operaciones de puerto base para embarcaciones más pequeñas (menos de 1.000 pasajeros) y cuenta con las facilidades como puerto intermedio.** El transporte interno permite a los pasajeros de cruceros embarcar y desembarcar en varios puertos a lo largo de un itinerario adoptado. En este caso, cierto grado de consumidores locales podrían unirse al crucero. Hemos incluido algunas de estas posibles actividades en los escenarios de proyección cuatro y cinco que se analizan en la Sección 7.
- **Innovación continua de buques.** El barco es un elemento muy importante al evaluar las vacaciones en crucero. Es un motivador clave para los pasajeros a la hora de seleccionar vacaciones e itinerarios de crucero. Desde el comienzo de la industria moderna, las líneas han impulsado continuamente la innovación de los buques, que ha tomado varias formas, siendo el aumento del tamaño y la diversidad de las ofertas a bordo los más evidentes. Si bien las líneas continúan avanzando en estas áreas, la reducción del impacto ambiental de las operaciones (a bordo y en tierra) y un enfoque continuo en la salud y en la seguridad de los pasajeros, requerirán una mayor facturación en la década de 2020 y en años futuros. La industria ha establecido objetivos ambientales destinados a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 40 % para el 2030 y un 50 % para el 2050. Para lograr estos resultados, las líneas están implementando combustibles alternativos, como el GNL, e investigando otros tipos de combustible, baterías, sistemas de procesamiento de agua y residuos, y otras nuevas tecnologías.
- **El reemplazo de buques impulsa el crecimiento en las regiones de implementación.** Los cruceros cada vez más grandes han seguido siendo un pilar de la industria. Estos buques más grandes y elaborados proporcionan una amplia variedad de atractivos y comodidades a los huéspedes, al tiempo que aprovechan las mayores economías de escala de los operadores. El reemplazo de buques más pequeños y antiguos por otros más nuevos y grandes ha sido un patrón común para el crecimiento del mercado dentro de las regiones de despliegue. A menudo, los buques más pequeños y antiguos se redistribuyen para servir a una nacionalidad / región de

consumidor específica. Si bien el más antiguo de estos buques finalmente se elimina gradualmente, COVID-19 obligó a la jubilación anticipada de aproximadamente 24 barcos en 2020.

- **Más de 110 nuevos buques que representan USD\$ 62,5 mil millones en inversión están en la actual cartera de pedidos entre 2021-2027.** A partir de 2020, se estima que 397 cruceros estarán en operación (o disponibles). Los buques continúan la tendencia de ser más grandes que sus predecesores. El número promedio de camas para los cruceros estándar planeados para la entrega entre 2021-2026 es de 3.155 frente a 2.943 para el período 2016-2020.
- **Clases de buques.** De los 124 cruceros estándar (no para expediciones) construidos o bajo pedido desde 2015, el 94 % se contabilizan dentro de 32 clases diferentes de buques. La clase Excellence de Carnival Corporation (9) y Viking New Builds (16) son las más prolíficas.
- **Los buques de expedición continúan expandiéndose en popularidad.** Si bien los pedidos de entrega de buques y camas siguen siendo mayores en el sector de cruceros estándar, el 40 % de los buques planeados para la entrega entre 2021-2026 son barcos de expedición, transatlánticos con menos de 500 pasajeros. El crecimiento del sector de la expedición, junto con un mayor número de ofertas fluviales, agregará una mayor diversidad a la oferta general de la industria y a los puertos / destinos de viaje.
- **Nuevas Tecnologías.** La flota del futuro marcará el comienzo de diferentes nuevas actualizaciones para la comodidad de los huéspedes y para garantizar la eficiencia operativa. Estos incluyen un mayor uso de aplicaciones móviles, tecnología portátil, asistentes virtuales e integración con experiencias en tierra.

4.2. MARINA

FIGURA 4.26. EMBARCACIONES ATENDIDAS MARINAS DE COSTA RICA (2011-2019)



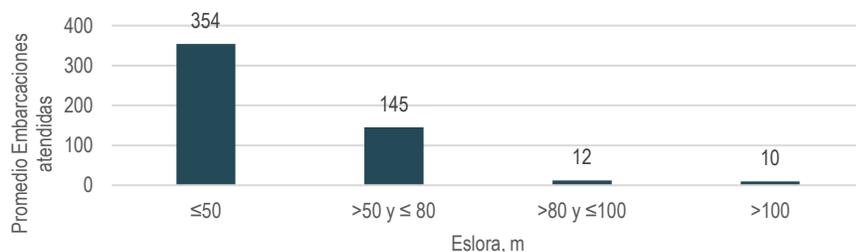
Fuente: CIMAT

FIGURA 4.27. EMBARCACIONES ATENDIDAS MARINAS DE COSTA RICA (2019)



Fuente: CIMAT

FIGURA 4.28. PROMEDIO MENSUAL DE EMBARCACIONES ATENDIDAS POR TAMAÑO



Fuente: CIMAT

El mercado de marinas en Costa Rica se ha desarrollado en su totalidad en el pacífico, el cual ha presentado un crecimiento positivo durante los últimos años, pasando de 330 embarcaciones promedio mensual atendidas en 2011 a 539 embarcaciones mensuales en 2019, indicando un crecimiento anual compuesto de 6,3%. El período de 2011 a 2015 presenta tasas de crecimiento anual de hasta 11%, mientras que desde 2015, las tasas siguen siendo positivas pero inferiores a 6%.

Dicho mercado es predominante extranjero, con el 65% de embarcaciones siendo extranjeras mientras que el nacional corresponde al 35%. En 2019, previo al inicio de la pandemia, se atendieron en promedio 341 embarcaciones extranjeras mensualmente, mientras que se atendieron alrededor de 190 embarcaciones nacionales.

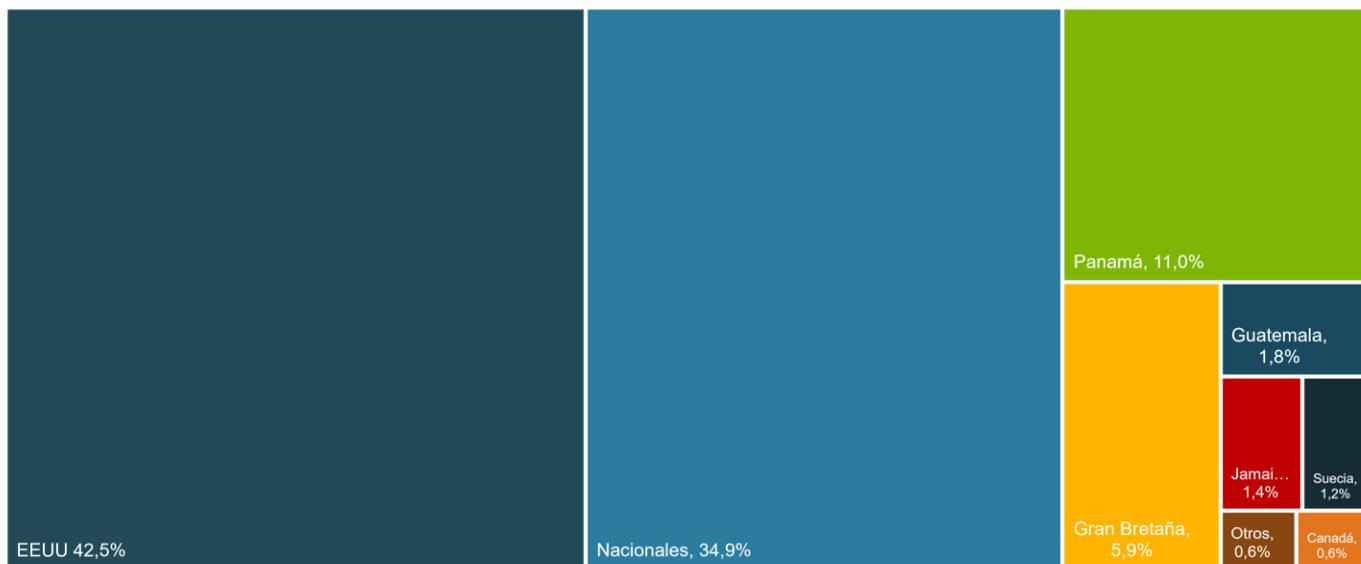
Entre inicio y final de 2019, se observa una disminución del 8,5% y del 11,8% de las embarcaciones nacionales y extranjeras, respectivamente. Es importante destacar que no se observa un comportamiento estacional tan fuerte como en otros sectores turísticos en la demanda de embarcaciones de Costa Rica durante el año, lo cual muestra que no hay una incidencia directa de la temporada de huracanes sobre este mercado posiblemente por su posición geográfica.

Al desagregar el promedio mensual de embarcaciones por eslora, se puede ver que para 2019 alrededor del 68 % de las embarcaciones son menores a 50 pies y un 28 % entre 50 pies y 80 pies. Las embarcaciones de más de 80 pies no son más del 5 % de las embarcaciones promedio en Costa Rica para 2019.

Según información de la CIMAT, durante 2019 las marinas en Costa Rica presentaron niveles de ocupación entre el 76 % y el 70 % en el primer semestre mientras que para el segundo semestre estuvo en torno al 68 %, lo cual corresponde a un porcentaje de ocupación anual promedio de 71 %.

En el mercado extranjero, la participación del 65 % de embarcaciones atendidas en marinas de Costa Rica se distribuye principalmente entre Estados Unidos y Panamá, sus mayores clientes, seguido por Gran Bretaña, Guatemala y Jamaica. Estas embarcaciones pueden derivarse usuarios de distintas tipologías, *homeport* debido a que la Ley de Concesión y Operación de Marinas y Atracaderos Turísticos N° 7744, permite largas estancias a embarcaciones extranjeras, transeúntes predominantemente de los tránsitos de Panamá y Estados Unidos hacia Costa Rica.

FIGURA 4.29. NACIONALIDAD EMBARCACIONES ATENDIDAS EN MARINAS DE COSTA RICA (2019)



Fuente: CIMAT

Considerando el tamaño del mercado de marinas en Costa Rica y la participación de embarcaciones nacionales y extranjeras en el país, se puede evidenciar el tamaño del mercado potencial del cual puede ser parte Limón con el desarrollo de la marina. En las siguientes secciones se muestra los análisis de las diferentes tipologías de usuarios que se pueden observar en Costa Rica. En ese sentido, es importante mencionar que M&N ha utilizado la información de mercado y bases de datos de comportamientos del mercado de mega yates en el Caribe para caracterizar apropiadamente el potencial de la demanda.

4.2.1. USUARIOS TRANSEUNTES

Los usuarios transeúntes son un perfil de consumidor de un nivel de gasto considerable, que realiza múltiples paradas en distintas marinas en búsqueda de ocio a través de actividades de ecoturismo y servicios de lujo. Si bien es cierto que los usuarios transeúntes pueden dejar grandes desembolsos de dinero en la marina durante sus visitas, el usuario transeúnte está en la marina durante periodos de tiempo muy cortos y suele ser menos relevante en el cómputo total de ingresos anuales. Este tipo de usuario suele realizar itinerarios según la zona en el caribe:

- **Zona Este:** La más popular por su paso desde Miami por Bahamas, Cuba, República Dominicana y las Islas Vírgenes.
- **Zona Sur:** El itinerario inicia/termina por Aruba, Cartagena, Colón y hasta Bocas del Toro, con lo cual se abre la posibilidad de expandir esa ruta. En esta ruta hasta Limón se pueden encontrar navegantes que provengan del Canal de Panamá e inicien desde Colón.
- **Zona Oeste:** Para esta zona, la marina de Limón resulta de gran atractivo ya que puede conectarse con marinas en Nicaragua, Honduras y México

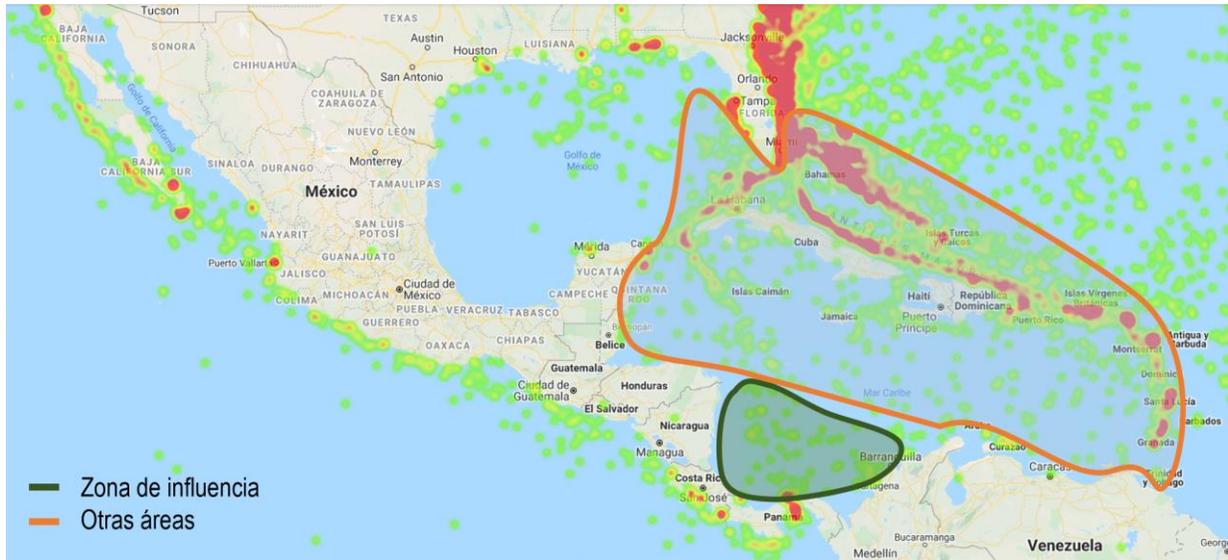
La posición de Limón al ser un potencial punto común entre marinas de la zona este y sur del Caribe resulta beneficiosa para las perspectivas de desarrollo del mercado de marinas en la zona. Como se indica más adelante, si bien es cierto que la costa caribe costarricense no tiene un tránsito de yates, veleros y demás tipos de embarcaciones, el establecimiento de Limón puede conllevar a una mejora del tránsito de turismo transeúnte en la zona.

Resulta importante también destacar que existen distintas tipologías de usuarios transeúntes en función del tipo de embarcación. Existen embarcaciones de gran tamaño y otras de tamaño mediano que realizan distintas tipologías de travesía. M&N ha realizado un análisis de las zonas más transitadas por embarcaciones de gran tamaño (24 m o más¹²), en base a datos de su geoposicionamiento AIS (Automatic identification system). Las conclusiones de este análisis se complementan con las entrevistas realizadas y el entendimiento general del mercado.

La siguiente figura muestra un mapa de calor de las principales zonas transitadas por embarcaciones de recreo de gran tamaño. Puede observarse la importancia de los flujos desde Florida hacia las Antillas menores, pasando por la zona de Bahamas y Antillas Mayores. La siguiente ruta que destaca es la zona entre la península del Yucatán México y la costa oeste de Florida. Finalmente, pueden observarse distintas zonas remarcadas en la zona sur del Caribe entre las que se destaca Cartagena, Panamá y Curazao.

¹² La regulación IMO establece que cualquier embarcación con más de 300 Gross Tonnage debe llevar integrado el sistema de identificación automática (AIS por sus siglas en inglés). La información reportada por BOAT Pro recoge la mayoría de las embarcaciones en el mercado con LOA superiores a 25m.

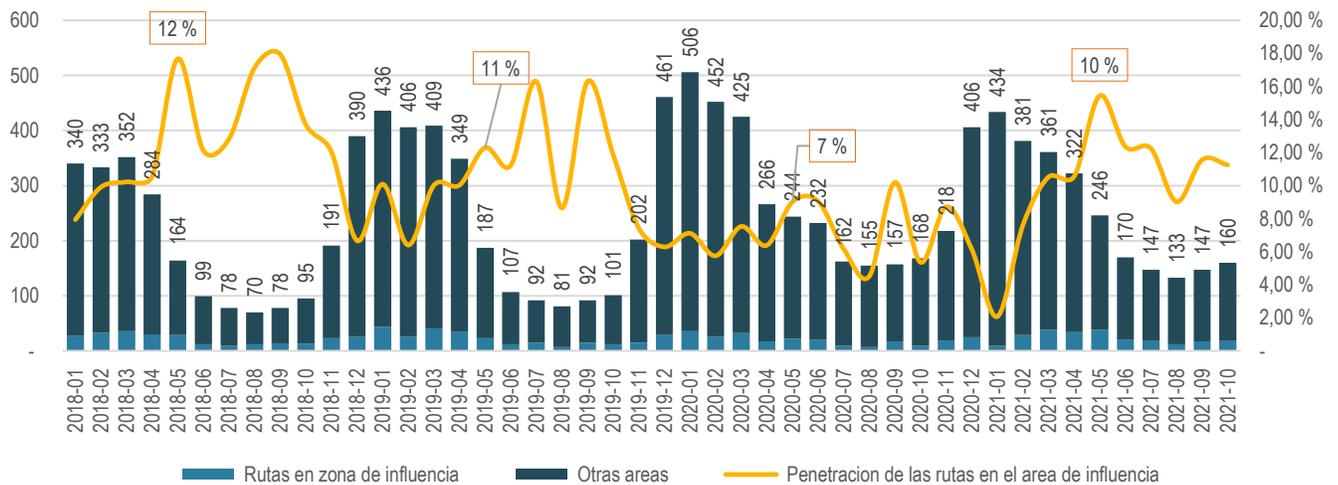
FIGURA 4.30. MAPA DE CALOR DE RUTAS DE NAVEGACIÓN DE MEGA YATES EN EL CARIBE (2018-2021)



Fuente: BoatPro

Si comparamos el número de embarcaciones que han transitado en las rutas próximas a Limón (Barras en azul claro en Figura 4.31) con el total de embarcaciones registradas en el Mar Caribe y el Golfo de México (Total en barras de Figura 4.31), se puede apreciar una penetración del mercado que no supera el 20 % para ningún mes del periodo de tiempo analizado (Línea amarilla en Figura 4.31). El comportamiento del tránsito en el Caribe es estacional, resaltándose las épocas de mayor tránsito entre diciembre y abril de cada año. De media durante los cuatro años analizados, la penetración se mantiene en torno al 10 %, siendo 2020 el año con menor cuota mercado al estar en el 7 % y la mayor en 2018 con un 12 %.

FIGURA 4.31. NÚMERO DE MEGA YATES MENSUALES POR ZONAS DE NAVEGACIÓN



Fuente: M&N derivado de BoatPro

Es importante destacar como en la zona de influencia se pueden apreciar mayores penetraciones durante la temporada baja. Únicamente no se observó este fenómeno durante el año 2020, el cual estuvo fuertemente impactado por la pandemia de la Covid-19. El posicionamiento de Limón puede dar una ventaja en la estabilidad del mercado y con ello una reducción en la estacionalidad de la demanda que le permita consolidarse en el mercado con mayor facilidad.

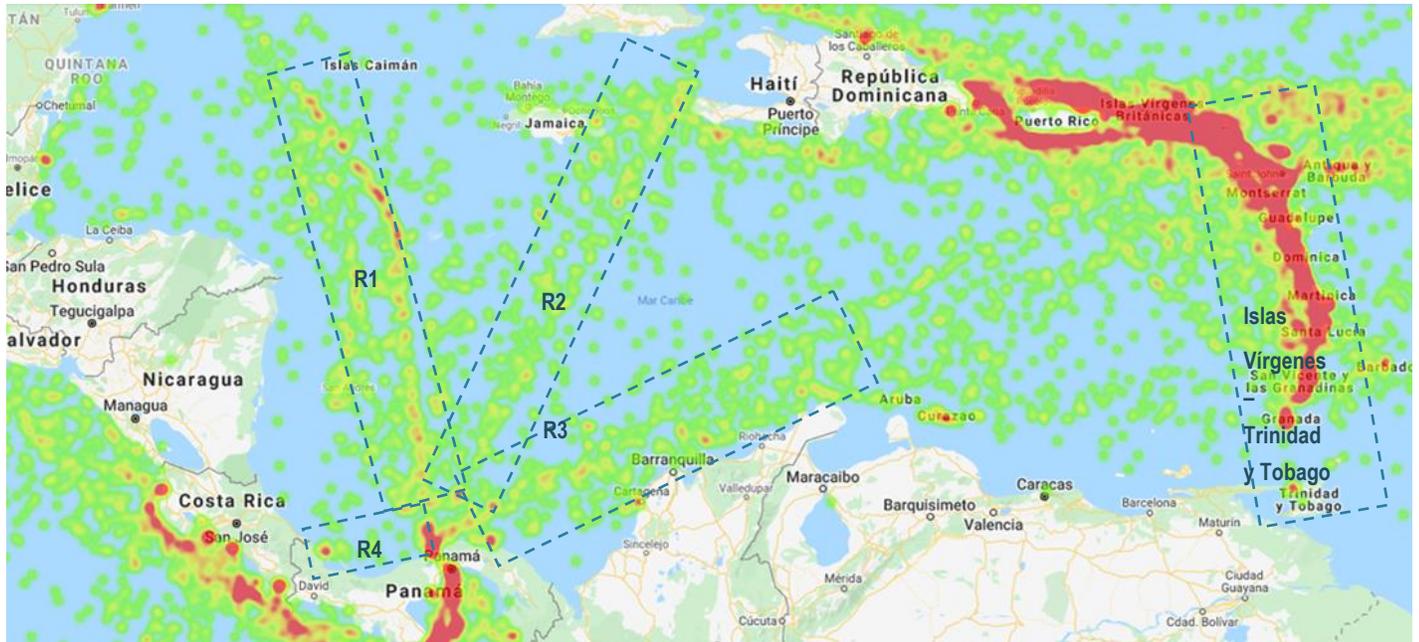
4.2.1.1. Corredores en el área de influencia

A continuación, se pasa a analizar las principales rutas de navegación en las proximidades de Limón. En la zona sur del Caribe, uno de los puntos de referencia es el canal de Panamá del cual se desprenden 4 rutas de navegación que se indican en la siguiente ilustración.

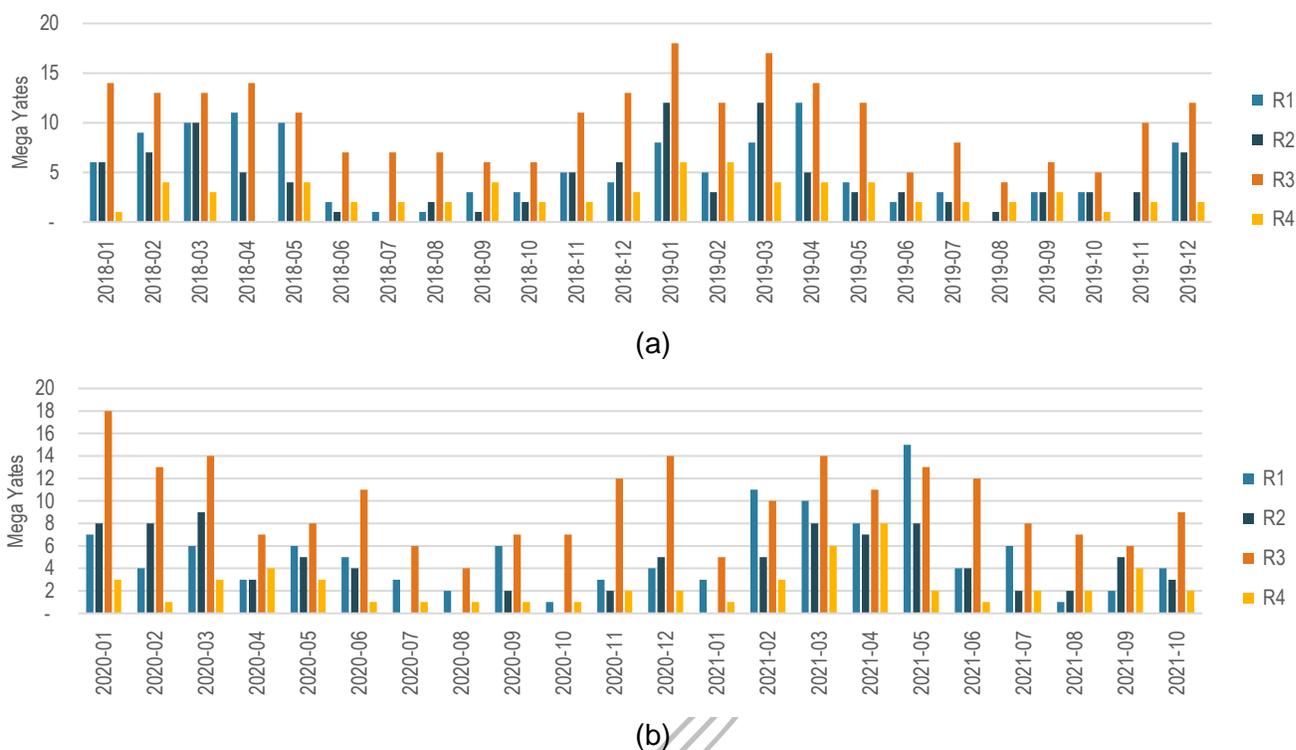
- Ruta R1: Parte de Colón hacia las Islas Caimán, Cuba (o Cozumel), conectando con Miami.
- Ruta R2: Parte de Colón hacia Jamaica y Cuba, conectando con las trayectorias de navegación del este del Caribe.
- Ruta R3: Esta ruta puede ir desde/hacia Colón pasando por la costa norte de Colombia en Cartagena y Santa Marta, luego por Aruba y Curazao para conectar con Trinidad y Tobago que se conecta con rutas de navegación del este del Caribe hacia las Islas Vírgenes.
- Ruta R4: Esta ruta puede verse como una extensión del resto de rutas, especialmente de la R3, para los navegantes de la costa norte de Sudamérica o como una ruta corta de navegación para aquellos que vienen del Canal de Panamá.

Las conexiones R3 y R4 son de gran interés para Limón dado que son rutas que al conectar con las Marinas de Bocas del Toro y Red Frog en la Costa Caribe Panameña y un poco más allá con Colón y Cartagena, éstas tienen el potencial de posicionar a Limón como una nueva parada de interés que se pueda conectar con las Islas de San Andrés, Providencia e Islas Caimán para generar un itinerario turístico atractivo para el navegante.

FIGURA 4.32. MAPA DE CALOR DE RUTAS DE NAVEGACIÓN DE MEGA YATES EN EL CARIBE (2018-2021)



Fuente: M&N derivado de Boat Pro

FIGURA 4.33. NÚMERO DE MEGA YATES MENSUALES POR RUTA DE NAVEGACIÓN (A) 2018-2019 (B) 2020-2021


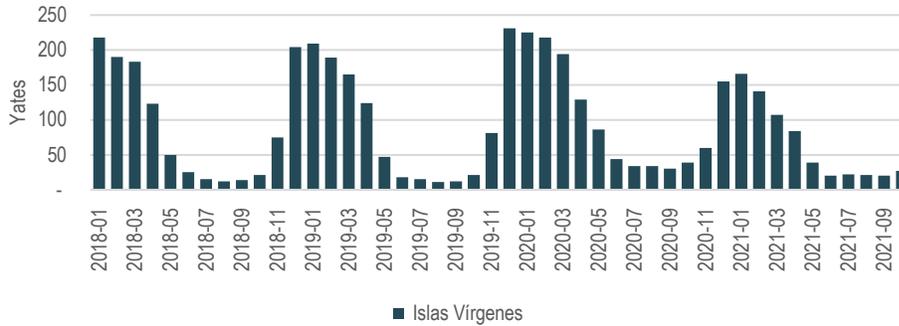
Fuente: M&N derivado de Boat Pro

Analizando el número de yates mensuales de las distintas rutas principales del sur del Caribe en los últimos 4 años es posible observar que las conexiones indicadas la ruta R3 que transita la Costa Norte Colombiana por Cartagena para luego ir hacia Curazao y Trinidad y Tobago es la más transitada de las cuatro con un promedio de 10 botes mensuales, seguida por las rutas R1 y R2 que tienen un comportamiento bastante parejo con 4 a 5 botes promedio mensuales y por último la ruta R4 con menores frecuencias que no superan en las temporadas 18-19 y 20-21 los 5 botes por mes. En el caso de la ruta R3, allí se encuentra una estacionalidad donde se observan entre 10 y 20 yates durante la época de temporada alta de diciembre, enero y febrero debido a las temporadas de vacaciones mientras que en los otros meses se observa mayor variabilidad.

Resulta interesante comparar la intensidad de la navegación de las rutas de sur del Caribe con otras que se encuentran hacia el este del caribe, como es por ejemplo la ruta de Islas Vírgenes y Trinidad y Tobago por las Antillas Menores.



FIGURA 4.34. NÚMERO DE YATES EN RUTA DE LAS ANTILLAS MENORES



Si bien esta última presenta comportamiento estacional debido a la temporada de huracanes, en temporada de operación el número de yates puede llegar a ser de 200 mensuales o más, mientras que la ruta más concurrida del sur del Caribe no supera los 20 mega yates mensuales.

Fuente: M&N derivado de Boat Pro

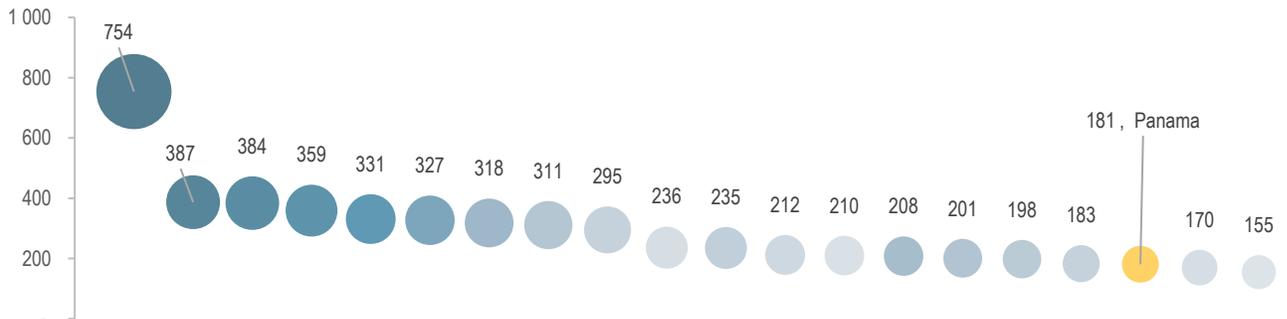
Es importante señalar que algunas rutas del sur del Caribe se encuentran fuera del cinturón de huracanes del Caribe. Esto hace que sus posibilidades de crecer sean importantes al atraer demanda en diferentes épocas del año en una escala menor, pero más constante durante el año, generando atractivo sobre el usuario transeúnte que dependiendo de las condiciones climáticas puede ver en esta zona una buena alternativa de navegación.

4.2.1.2. Presencia de mega yates en marinas

Tal y como se ha indicado previamente, los usuarios transeúntes pueden usar embarcaciones de distintos tamaños, no obstante, el número de embarcaciones de gran tamaño es un muy buen indicativo de la popularidad de ciertas regiones y del atractivo que tienen para cualquier tipo de usuario transeúnte.

La siguiente grafica muestra las 20 principales marinas en la región de Norteamérica y Caribe durante los últimos 4 años. Las principales marinas para esta tipología de embarcaciones se encuentran en la costa este de Florida, seguidas por algunas ubicadas en los países isleños caribeños más próximos a Florida. Las marinas del cinturón de las Antillas menores muestran también una gran importancia. Se destaca en un color distinto la única marina ubicada en la zona de influencia de la marina de Limón.

FIGURA 4.35. PRINCIPALES MARINAS EN NORTEAMERICA-CARIBE POR NÚMERO DE MEGA YATES (2018-2021)



Fuente: M&N derivado de BoatPro
Nota: Ver datos en Tabla 4.13

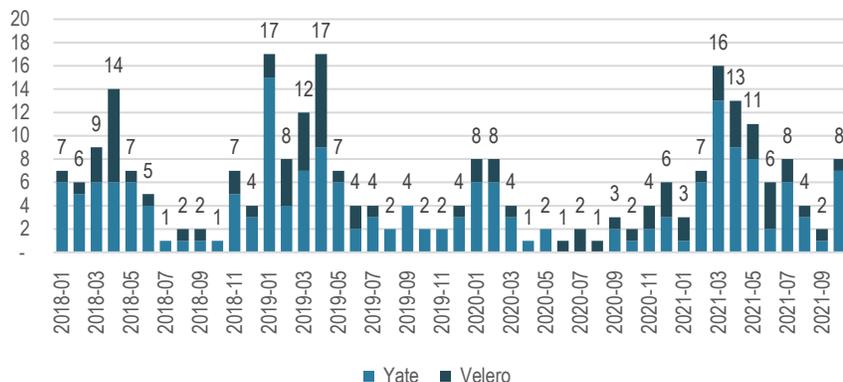


La siguiente tabla complementa la información mostrada en la figura anterior con el nombre y localización de cada una de las marinas anteriores. Es importante destacar que en la zona de influencia de Limón únicamente destaca la marina “Shelter Bay”, localizada en la salida del Canal de Panamá. En ese sentido, es claro que el número de mega yates registrados en las zonas cercanas a Limón es bajo en proporción al mercado del Caribe, sin embargo, no por ello deja de ser relevante o no presenta posibilidades de crecimiento.

TABLA 4.13. MEGA YATES REGISTRADOS POR MARINA (2018-2021)

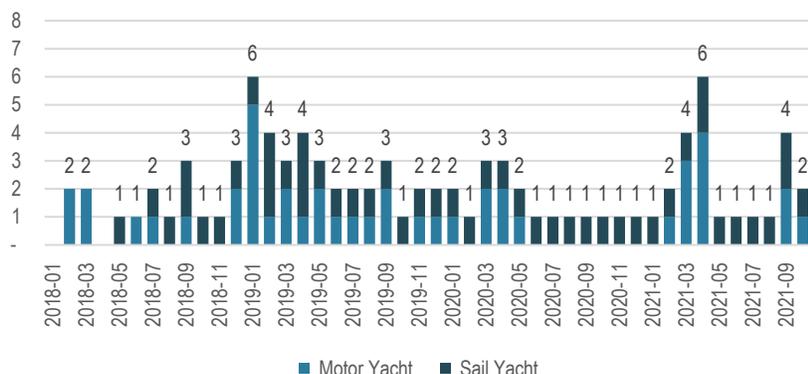
Marina	Área	Mega Yates	Marina	Área	Mega Yates
Bahía Mar Yachting Center	EE. UU. - Florida	754	Falmouth Harbour Marina	Antigua	235
Miami Beach Marina	EE. UU. - Florida	387	Newport Shipyard & Marina	EE. UU. - Massachusetts	212
Rybovich Marina	EE. UU. - Florida	384	Nelson's Dockyard Marina	Antigua	210
Charleston City Marina	EE. UU. - Florida	359	Valentine's Resort & Marina	Bahamas	208
Palm Harbor Marina	EE. UU. - Florida	331	Port Louis Marina	Granada	201
Yacht Haven Grande	Islas Vírgenes	327	Chub Cay Marina and Resort	Bahamas	198
Antigua Yacht Club Marina	Antigua	318	Christophe Harbour	San Cristóbal	183
Albany Marina	Bahamas	311	Shelter Bay Marina	Panamá	181
Island Gardens Deep Harbour	EE. UU. - Florida	295	Highbourne Cay Marina	Bahamas	170
Nantucket Boat Basin	EE. UU. - Massachusetts	236	The Marina at Marigot Bay	Santa Lucia	155
Falmouth Harbour Marina	Antigua	235			

FIGURA 4.36. EMBARCACIONES REGISTRADAS EN LA MARINA SHELTER BAY (2018-2021)



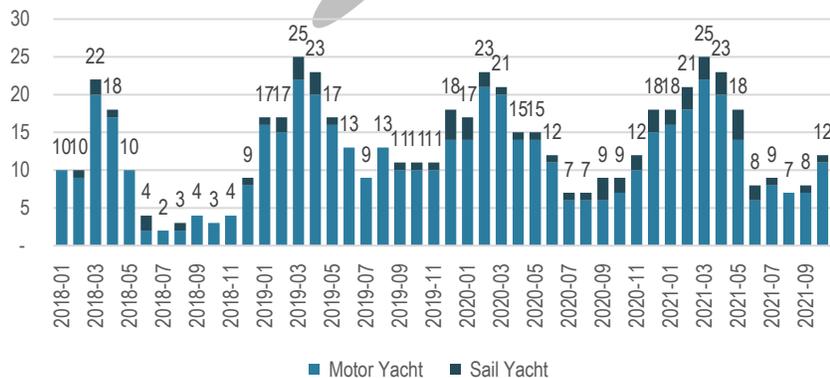
La Marina de Shelter Bay en las inmediaciones de Colón (Panamá) es una de las marinas más grandes en la zona sur del Caribe. Allí se observa que en general no se encuentran más de 20 embarcaciones de gran tamaño al año. Estas grandes embarcaciones corresponden en su mayoría a yates y una proporción menor a veleros, salvo algunas excepciones en ciertos meses del año. Su frecuencia es estacional, presentando una época pico en los meses de enero a marzo, alcanzando 17 mega yates en algunos meses.

FIGURA 4.37. EMBARCACIONES REGISTRADAS EN MARINA RED FROG (2018-2021)



En las Marinas más cercanas a Limón, el número de embarcaciones de gran tamaño disminuye respecto a Colón, como se ha mostrado en la ruta R4. En el caso de la Marina Red Frog en Panamá, se ha observado en los últimos 4 años que mensualmente el máximo número de embarcaciones ha sido de 6. El efecto estacional no es tan evidente en esta marina debido al menor número de embarcaciones, en donde se observa una posición fija de un velero en todos los meses y obteniendo las mayores variaciones en el número de yates. En esta marina se hace evidente la influencia de la pandemia en el segundo semestre de 2020 e inicios de 2021.

FIGURA 4.38. EMBARCACIONES REGISTRADAS EN MARINAS DE COSTA RICA PACÍFICO (2018-2021)



Fuente: M&N derivado de BoatPro



La situación en el pacífico es mejor. El desarrollo de actividades de pesca deportiva permite mejorar los registros de embarcaciones, siendo su mayoría de yates. El efecto de estacionalidad es notorio, teniendo los mayores registros entre enero a mayo alcanzando picos de 25 registros mensuales mientras que los menores registros se encuentran en los meses de julio a noviembre. Es importante mencionar que en los últimos tres años no se presenta crecimiento del número de registros en la temporada alta.

Los recorridos en embarcaciones entre 15 m y 25 m también son comunes en las zonas de estudio. Las distancias recorridas varían, pero las principales rutas continúan siendo las mismas. M&N ha estado en contacto con marinas y navegantes de la zona, de cara a entender sus características, recorridos y aquellos aspectos que consideran más importantes:

- Las embarcaciones de estos tamaños no suelen requerir tripulación. Los usuarios suelen realizar recorridos de 1 a 2 semanas durante la temporada alta. En sus recorridos pueden pasar las noches en fondeaderos y no siempre necesitan una marina como tal.
- Durante los meses de temporada baja, la actividad de este tipo de usuarios también se ve reducida. Las embarcaciones suelen estar almacenadas en marinas ubicadas en zonas con menores riesgos de huracán¹³.
- Los usuarios de los botes no tienen por qué vivir en la zona donde se ubica la marina. Es muy común volar desde zonas de Estados Unidos a marinas en Panamá o Costa Rica Pacífico para navegar por las zonas de interés.
- Existen recorridos típicos ya asentados en la costa de Panamá entre San Blas y Colón. Toda el área hasta las islas de San Andrés y Providencia se está desarrollando, principalmente para barcos de vela.
 - o En esta zona se ha desarrollado recientemente la marina de Linton Bay. La zona era el fondeadero más común en la ruta entre Cartagena y Colón y los propios navegantes mostraron su interés por desarrollar una marina.
 - o Navegantes y usuarios de la marina han indicado que el desarrollo de marinas en zonas auténticas poco exploradas hasta el momento es siempre de gran interés. Hay un gran interés en estos usuarios por visitar marinas que estén ubicadas cerca de zonas de interés natural y cultural.

Finalmente, como referencia se indica en las siguientes ilustraciones las estadísticas de embarcaciones de recreo que transitan por el Canal de Panamá y de Mega Yates. En general, se registran anualmente un mayor registro de embarcaciones de recreo viajando hacia la dirección sur del Canal que hacia la dirección norte, con una proporción de 2 a 3 anualmente. En el período de 2010-2016, el número de registros de embarcaciones disminuyó alrededor de un 10 %. En el mercado de Mega Yates, los cuales corresponden cerca de un 20 % de las embarcaciones de recreo en el Canal, los registros en ambas direcciones son un poco más equilibradas, teniendo en promedio entre 80 y 100 registros anuales.

¹³ Se detallará en el apartado de oferta.

FIGURA 4.39. ESTADÍSTICAS DE EMBARCACIONES DE RECREO TRANSITANDO EL CANAL DE PANAMÁ

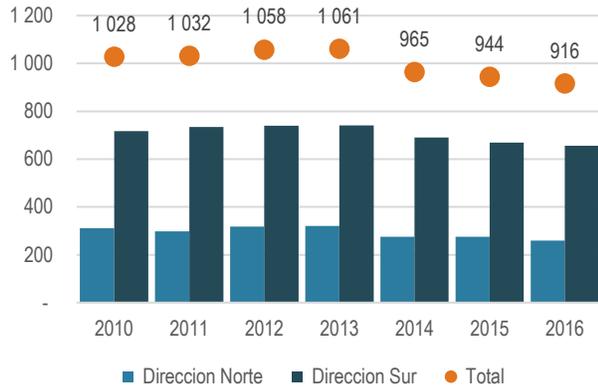
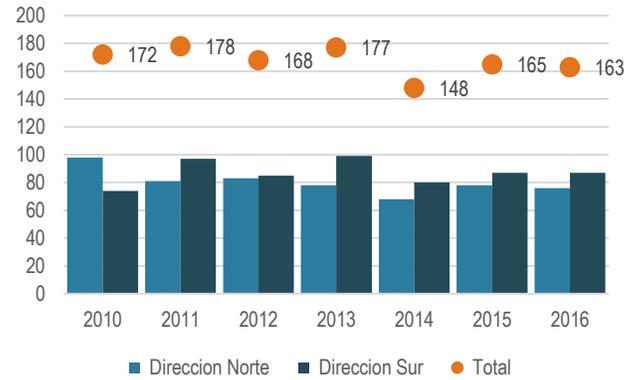


FIGURA 4.40. ESTADÍSTICAS DE MEGA YATES TRANSITANDO EL CANAL DE PANAMÁ



Fuente: M&N derivado de BoatPro

FIGURA 4.41. POSICIONAMIENTO EN DISTANCIA DE LA MARINA DE LIMÓN CON RESPECTO A OTRAS MARINAS (250KM)



Fuente: M&N

Con base en todo lo discutido anteriormente, es evidente que el posicionamiento de una marina en las rutas o corredores de navegación es un aspecto fundamental para ser atractivo a los usuarios. La siguiente figura muestra el posicionamiento de marinas de la zona de influencia de Limón con radios de 250 km.

El tiempo en recorrer la distancia entre marinas depende de las velocidades de navegación, las cuales son muy variables entre embarcaciones. No obstante, la tabla que se muestra a continuación resume el tiempo de recorrido entre una serie de posiciones referentes para Limón considerando tres velocidades distintas.

En términos generales puede considerarse que 15 nudos es una velocidad normal para embarcaciones a motor. Los veleros pueden tener velocidades menores, mientras que los grandes yates a motor pueden alcanzar velocidades de hasta 25 nudos. A dichas velocidades, la distancia de 250 km se recorrería en 14, 9 y 7 horas respectivamente. Bocas del Toro se encontraría a una menor distancia de Limón que de la marina de Colón.

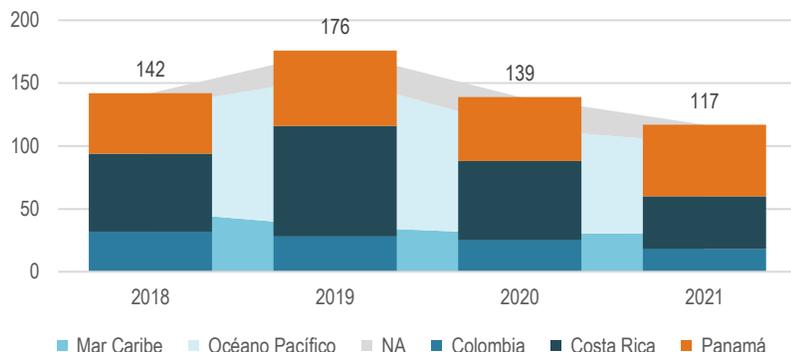
La marina en Limón se ubicaría en la ruta que incluye Colón, Bocas del Toro, la zona de Guna Yala (antiguamente conocida como San Blas) y las islas de San Andrés y Providencia. Por la zona sur del Caribe, la zona está bien conectada con otras marinas, mientras que la ruta hacia el norte está limitada por la falta de infraestructura. Usuarios de embarcaciones de recreo de la zona de Guna Yala han indicado que existiría interés en una marina en Limón que permitiese hacer trayectos desde zonas más cercanas a Nicaragua y Belice.

TABLA 4.14. DISTANCIAS ENTRE MARINAS DE LA ZONA CARIBE

Origen	Destino	Distancia (Km)	Velocidad (Nudos)	Tiempo (Horas)
Limón	Bocas del Toro	105	15	3,8
Limón	San Andrés	320	15	11,5
Limón	Colón	350	15	12,6
Bocas del toro	Colón	250	15	9,0
Colón	Bahía Linton	50	15	1,8
Limón	Bocas del Toro	105	20	2,8
Limón	San Andrés	320	20	8,6
Limón	Colón	350	20	9,5
Bocas del toro	Colón	250	20	6,8
Colón	Bahía Linton	50	20	1,4
Limón	Bocas del Toro	105	10	5,7
Limón	San Andrés	320	10	17,3
Limón	Colón	350	10	18,9
Bocas del toro	Colón	250	10	13,5
Colón	Bahía Linton	50	10	2,7

Estimación de mega yates utilizando marinas de la zona de influencia durante largos periodos de tiempo

FIGURA 4.42. MEGAYATES CON ESTANCIAS SUPERIORES A 10 DÍAS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE LIMÓN (PACÍFICO Y CARIBE)

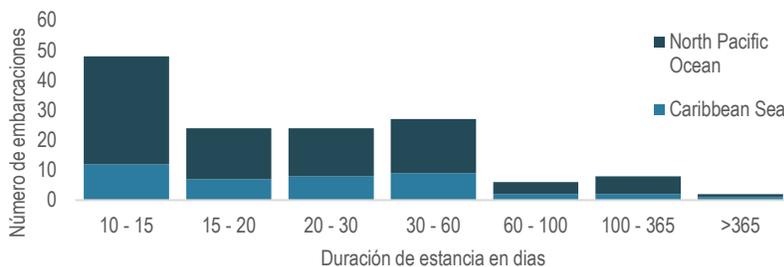


M&N ha cuantificado el número de mega yates que ha permanecido más de 10 días en la misma posición entre los años 2018 y 2021 en la zona de influencia de Limón (Colombia, Panamá y Costa Rica).

Los barcos analizados corresponden a embarcaciones privadas, no tipo Charter, ya que estas suelen cambiar de área para maximizar su utilización.

De los datos puede observarse como la mayoría de las embarcaciones permanecen en la zona del Pacífico. Si se observa el histograma, puede apreciarse como la mayoría de las estancias en promedio esta entre 10 y 15 días.

FIGURA 4.43. HISTOGRAMA DE DURACIÓN DE ESTANCIAS EN MARINAS DE LA ZONA (PROMEDIO DE 2018 A 2020)



No obstante, existe un número importante de hasta 43 embarcaciones en promedio al año que tienen estancias de más de un mes.

Fuente: M&N derivado de BoatPro International

M&N considera que resultará complicado modificar la costumbre de los usuarios nacionales en el corto plazo, sin embargo, es posible que residentes internacionales o navegantes que mantienen sus embarcaciones en marinas de la zona, puedan estar interesados en utilizar la marina de Limón en un primer plazo.

4.2.2. USUARIOS HOMEPORT

A partir de la caracterización de la demanda de usuarios homeport de la sección 3.2.2, M&N ha considerado subdividir en tres tipos esta tipología de usuarios.

Residentes a tiempo completo en Costa Rica

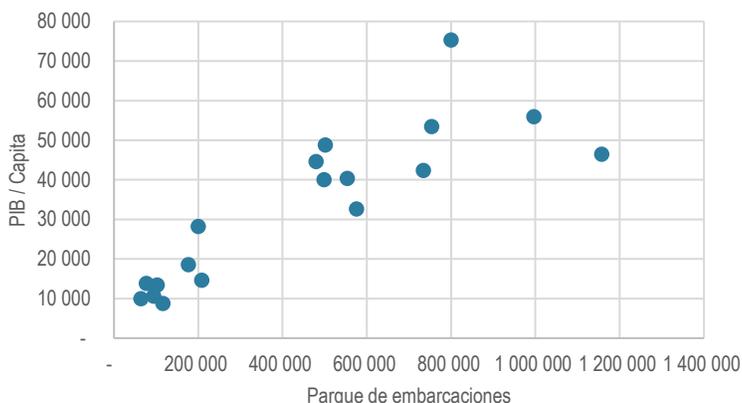
Como se ha indicado previamente, según cifras de la CIMAT, en el año 2019 se han atendido en promedio 190 embarcaciones por mes en las marinas de Costa Rica. Esta demanda local del país tiene un papel secundario en la marina de Limón debido a que la proporción de la población local interesada en este mercado es muy pequeña en comparación con el usuario transeúnte del extranjero.

La demanda para usuario homeport se basará en dos tipologías de usuarios principales. Por una parte, se tendrá a los ya residentes en Costa Rica que puedan mover su embarcación a la zona del caribe o que vayan a adquirir una embarcación por su interés en la zona. Por otra parte, se tiene la demanda asociada a los posibles nuevos desarrollos de condominios en la zona del Caribe. Dentro de esta tipología de nuevos residentes se deben resaltar los esfuerzos de Costa Rica por atraer trabajadores bien sea para labores de teletrabajo (nómadas digitales) o presenciales.

En lo referente a usuarios locales, es posible considerar que en aquellos países con mayores ingresos promedios o mayores PIB per cápita, se puede esperar un gasto mayor en actividades de ocio, como puede ser la navegación recreacional.

La siguiente figura muestra la correlación positiva entre el registro de embarcaciones conocido y el PIB per cápita de países de todo el mundo. Entre los países representados, los países con más embarcaciones por PIB per cápita son Finlandia, Italia y Australia. Estados Unidos no se ha representado en la figura, pero sus datos muestran una ratio muy superior al resto de países.

FIGURA 4.44. RAZÓN NÚMERO DE EMBARCACIONES TOTALES VS PIB PER CÁPITA



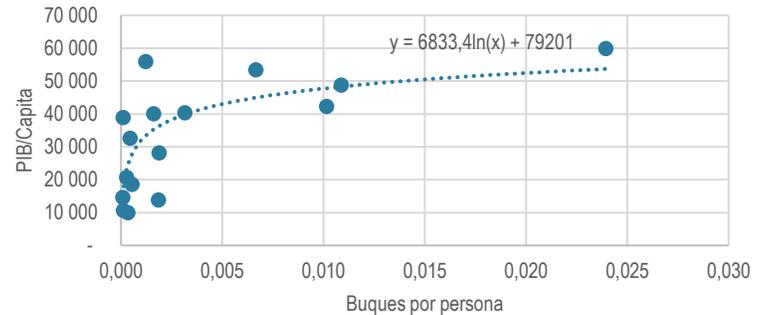
Fuente: M&N derivado de FMI & Boat Pro

FIGURA 4.45. RAZÓN PIB PER CÁPITA VS BUQUES POR PERSONA¹⁵

¹⁵ Considerando únicamente veleros y yates



Si se estudia el número de embarcaciones¹⁴ por persona en comparación con el PIB per Cápita se observa que es a partir de cierto nivel de ingresos cuando se tiene un parque de embarcaciones mayor. Existe en gran número de variables que también impacta el mercado local de embarcaciones. Hay países con mucha línea de costa, países con una tradición de navegación, u otros aspectos que hacen que el sector de embarcaciones de recreo sea más importante en algunos países.



Fuente: M&N derivado de FMI & Icomia

En el caso de Costa Rica se trata de un país con cultura de navegación importante, no obstante, su PIB per cápita se encuentra por debajo del umbral a partir del cual se empieza a observar un gran número de embarcaciones por persona y la mayoría de los usuarios están muy asentados en la zona Pacífica. En base a la correlación obtenida y el PIB per cápita de Costa Rica se puede estimar un mercado de en torno a 275-280 embarcaciones.

No residentes a tiempo completo

Existen usuarios extranjeros que dependiendo de la ubicación de la marina y de su fácil acceso a distintos sitios en el Caribe, les puede resultar atractivo mantener sus embarcaciones en marinas de Costa Rica. Si bien estos usuarios no son residentes a tiempo completo, pueden tener hábitos de uso de la marina similares a los que son residentes debido a las ventajas que esta proporciona, reflejando confianza en el mercado costarricense.

Este tipo de usuarios ya existe en la zona pacífica de Costa Rica y en otras marinas del Caribe, como es el caso de la marina Linton Bay en Panamá. Son usuarios que suelen navegar por distintas zonas, pudiendo incluso cambiar de océano al realizar travesías largas durante los periodos de temporada alta. No obstante, durante los meses de temporada baja, dejan las embarcaciones en marinas bien ubicadas para sus intereses principales. La buena ubicación puede venir determinada por un buen posicionamiento con respecto a distintas rutas de navegación o por su posicionamiento con respecto a aeropuertos que garanticen un fácil acceso desde sus zonas de residencia permanentes. Durante la temporada en la que las embarcaciones están en la marina, el gasto promedio mensual ronda entre \$1.000USD y \$1.300USD en almacenamiento.

¹⁴ Entiéndase embarcaciones de dimensiones considerables. Se excluyen lanchas hinchables, embarcaciones de tamaños muy reducidos, etc.

4.2.3. DESARROLLO INMOBILIARIO CON ORIENTACIÓN TURÍSTICA EN COSTA RICA

En Costa Rica, los residentes extranjeros pueden acceder al mercado inmobiliario sin muchas complicaciones, aunque existen ciertas limitaciones en las propiedades que están próximas a la costa. Un extranjero ha debido vivir en el país durante al menos cinco años para poder comprar una vivienda en los primeros 200 m desde la línea de marea alta. Si no se cumple dicho requisito, el comprador extranjero puede encontrar un socio local para registrar la propiedad. Además, vale la pena destacar que la compra de una vivienda permite obtener el permiso de residencia, siendo esto último un atractivo importante para el extranjero que desee radicarse en Costa Rica.

Costa Rica tiene un mercado inmobiliario abierto para los extranjeros, ofreciendo procesos de compra simples para los no residentes, así como sistemas de financiación razonables para la compra de bienes raíces. Las tasas de intereses ofrecidas a los extranjeros para sus hipotecas quizá pueden ser más altas de las que se encuentran en Estados Unidos y Europa, siendo mercados más desarrollados. Sin embargo, es posible que los compradores extranjeros de bienes raíces en Costa Rica pueden obtener mejores condiciones de financiamiento en sus mercados de origen, y que les permite utilizar dinero en efectivo para comprar en Costa Rica. De acuerdo con fuentes públicas, el retorno en inversión en Costa Rica para alquileres vacacionales y zonas próximas a la costa ha alcanzado valores de entre 12 - 23 %. En general, el mercado costarricense aparece como de interés para particulares de origen extranjero, y se han dado ejemplos de desarrollos importantes en plazos de 10-15 años zonas que anteriormente tenían un menor posicionamiento turístico.¹⁶

Relación entre desarrollos de marinas y otros tipos de desarrollos inmobiliarios

El desarrollo de condominios en zonas costeras es un aspecto importante para garantizar la demanda de usuarios de la marina, especialmente para usuarios de tipo Homeport. El atractivo turístico de Costa Rica y la facilidad para invertir con capital extranjero hace que Costa Rica sea un destino común para realizar inversiones inmobiliarias. Tomando información referencial de la experiencia en Costa Rica que será muy útil para estimar el futuro en Limón, se sabe que la zona del Pacífico Norte (Guanacaste) se desarrolló en gran medida en la década anterior, y actualmente se encuentra en una nueva fase de expansión potencial. Un estudio realizado por la firma Ranfer-Networking indicó que las áreas de playas cercanas a la marina Flamingo eran de las más demandadas por los inversores. De acuerdo con los expertos del sector inmobiliario, la marina ha resultado ser un empuje importante para la zona, ya que proporciona un servicio muy demandado por los turistas de alto nivel adquisitivo. La existencia del aeropuerto internacional también ha permitido el crecimiento de la zona y ha permitido captar el interés de inversionistas. La información estadística del mercado inmobiliario en Costa Rica es limitada y no permite cuantificar como ha sido la correlación entre desarrollos inmobiliarios y el desarrollo de las marinas en la costa pacífica, no obstante, se pueden analizar otros mercados internacionales que guardan fuerte relación con Costa Rica.

¹⁶ M&N ha presentado un resumen de tendencias en el sector de bienes raíces y ejemplos de desarrollos inmobiliarios en zonas costeras que pueden servir de referencia para el proyecto de Limón. No se han realizado análisis independientes del sector inmobiliario. La información muestra que el interés de los inversionistas inmobiliarios si se ha generado en proyectos de marinas similares; sin embargo, concretar o validar dicho interés requiere de un **estudio inmobiliario específico** en la zona, el cual esta fuera del alcance del presente estudio.

De acuerdo con ICOMIA (Consejo Internacional de asociaciones de la industria marina), el mayor parque de embarcaciones de recreo del mundo se encuentra en Estados Unidos. El país cuenta con uno de las mayores ratios de barcos por habitante, únicamente por detrás de países isleños o países nórdicos europeos con grandes perímetros costeros (Noruega, Suecia y Finlandia).

La influencia de Estados Unidos en la zona Caribe y en Costa Rica se ha demostrado en capítulos anteriores. Los visitantes y segundos residentes extranjeros son fundamentales y tienen una gran influencia en la tipología de desarrollos urbanísticos relacionados con el turismo y la oferta de servicios de ocio. Por este motivo, se muestran a continuación ejemplos de esta tipología de desarrollos en Estados Unidos.

TABLA 4.15. PROYECTOS DE MARINAS Y CONDOMINIOS DE REFERENCIA

Zona	Amarres por desarrollo inmobiliario	Descripción
Punta Gorda & Englewood (Florida)	5 % de propietarios y hasta 10 % de los visitantes del resort estarían interesados en disponer de amarres en la marina	Resort desarrollado incluyendo hoteles (300 habitaciones), 9 edificios (condominios con hasta 800 apartamentos) y zonas de ocio en una zona con un mercado líder en el país tanto para visitantes como para residentes locales. Los usuarios de la marina pueden ser propietarios, inquilinos temporales que alquilen por corto o medio plazo y transeúntes. Se trata de una zona urbana donde convencional, lo que hace que el % de propietarios interesados en la marina sea bajo.
Bahía de Tampa	De la zona residencial se espera que hasta en torno a 20-30 % de los apartamentos estén interesados en contar con amarres.	Desarrollo de una marina en zona urbana con una demanda ya existente de marinas. Junto a la marina se espera desarrollar una zona residencial adicional. En la zona de la bahía de Tampa existen listas de espera en las marinas más atractivas para amarres.
Sur de EE. UU., Golfo de México	Las ratios de amarres por apartamentos en marinas desarrolladas en esta zona están en torno al 40-50 %.	Desarrollo de una marina con zona residencial próxima en un mercado ya establecido, pero no líder en el país. Se trata de un desarrollo en una zona donde el condominio o la propiedad está asociado a vacaciones, experiencia de “aventura” u otros, lo que supone que un mayor número de propietarios buscan tener una embarcación.

Fuente: M&N en base a entrevistas y experiencia reciente

En el caso de la zona de influencia de Limón, la zona de Puerto Viejo y Manzanillo se encuentran dos proyectos con permisos para el desarrollo de alrededor de 100 viviendas. La idea es que estas sean vendidas y que luego se operen como rentals con el objetivo de participar en el mercado de nómadas digitales.

En el caso de la marina de Limón, el desarrollo tiene que venir de la mano de iniciativas regionales para potencia la economía regional y el sector turístico. Como ya se ha indicado previamente, la demanda y el éxito de una marina se ve influenciada por la existencia de otras infraestructuras y otros activos.

La marina no depende de la existencia de cruceros, pero se verá afectada positivamente por los clientes de excursiones de un día que buscan actividades diarias a realizar en embarcaciones de recreo. La marina depende de los atractivos turísticos y de ocio de la zona, así como de la existencia de segundas residencias o zonas de alquiler vacacional. En una primera instancia, el factor de curiosidad inicial no necesita bienes raíces al principio, pero dicho interés inicial eventualmente se desvanecerá a menos que se creen nuevas actividades turísticas, para las cuales el desarrollo inmobiliario es importante (hoteles, restaurantes, entretenimiento, etc.)

Finalmente, la propensión de los navegantes turísticos a utilizar el alojamiento en tierra hace que en el largo plazo la oferta de hoteles o alojamientos turísticos se vuelva más importante, tales como conexiones eficientes a redes de turismo, incluyendo aeropuertos internacionales y la carretera al San José.

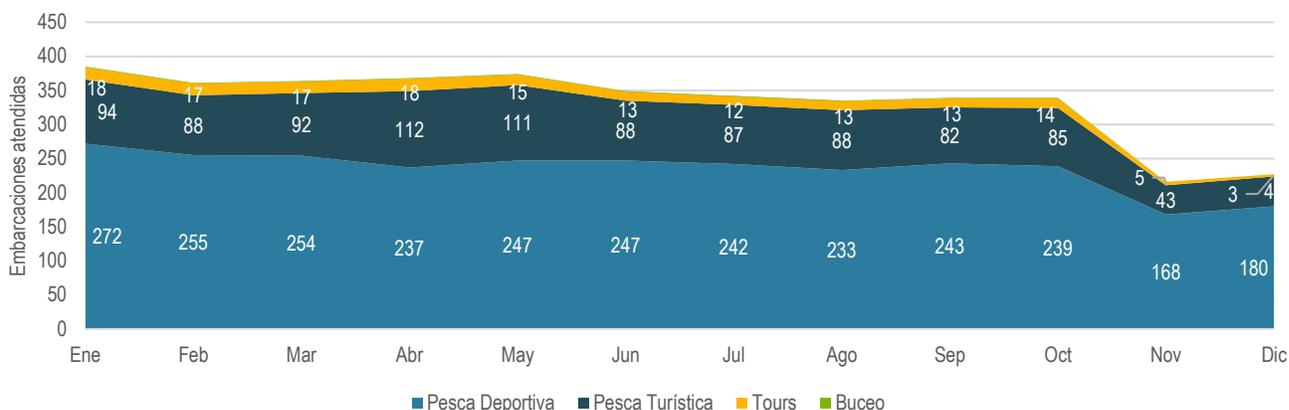
Si se analiza desde la perspectiva inversa, la promoción inmobiliaria no depende necesariamente de la existencia de terminales de cruceros o puertos deportivos, pero requiere un sentido de revitalización urbana que esté respaldado por una inversión significativa de múltiples partes, incluido el gobierno, grandes inversores, desarrolladores y operadores de puertos deportivos y otros intereses turísticos. El puerto deportivo no necesariamente soportará un hotel y / o condominio, pero la presencia de un hotel / condominio tendrá un impacto beneficioso en el puerto deportivo.

En promedio, se puede considerar que alrededor del 20-30 % de un edificio de condominios estará interesado en un slip de la marina. En cuanto a los usuarios de un hipotético hotel, en base a promedios de otros proyectos, se puede asumir que sería necesario disponer de un número de amarres que fuese el 10 % de las habitaciones.

Usuarios de turismo e indirectos de cruceros

En general, las marinas asignan algunos amarres para el desarrollo de actividades turísticas locales. En el caso de la marina de Limón, este tipo de servicios podrán ser prestados a cruceristas que deseen participar en tours o a turistas convencionales que visiten la zona Huetar Caribe de Costa Rica. Además, al ser la única marina posible en la zona del caribe, será el punto donde se puedan ofrecer todo tipo de servicios como: alquileres de día entero, clases de navegación, pesca deportiva potencial, actividades deportivas, etc. En la siguiente figura se muestran las actividades turísticas realizadas por las embarcaciones atendidas en marinas de la Zona del Pacífico de Costa Rica.

FIGURA 4.46. ACTIVIDADES TURÍSTICAS POR LAS EMBARCACIONES ATENDIDAS EN LAS MARINAS (2019)



Fuente: CIMAT

M&N ha evaluado la presencia de embarcaciones dedicadas a actividades de turismo y tours en otros puertos de cruceros que sirven también como centros turísticos importantes en sus países.

Se han seleccionado dos países centro americanos y dos países caribeños para tener una muestra representativa. La siguiente figura muestra una ratio de embarcaciones dedicadas a actividades turísticas y tours por número de crucero en el año 2019.

FIGURA 4.47. RATIO EMBARCACIONES PARA TOURS Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS POR NÚMERO DE CRUCEROS -2019



Fuente: M&N derivado de información pública

4.2.4. EVOLUCIÓN DE LA FLOTA MUNDIAL DE MEGAYATES Y CARTERA DE PEDIDOS

El mercado de las embarcaciones privadas de gran tamaño es un mercado que ha venido mostrando signos positivos de crecimiento en los últimos años. La información disponible muestra como en la última década el mercado se ha ampliado considerablemente, especialmente en lo referente a embarcaciones con motor.

La base de datos empleada por M&N cuenta con la limitación de no tener información para todos los tamaños de embarcaciones de recreo. No obstante, se puede extraer la conclusión de que se trata de un mercado al alza y con bastante resiliencia a crisis económicas. En 2021, de acuerdo con la información disponible se han realizado 257 botaduras y 74 todavía esperan ser realizadas. En general, a pesar del impacto de la pandemia, el número total de botaduras se mantiene elevado, aunque ligeramente por debajo del pico alcanzado en 2019.

FIGURA 4.48. EVOLUCIÓN DE BOTADURAS DE NUEVAS EMBARCACIONES DE RECREO



Fuente: BoatPro

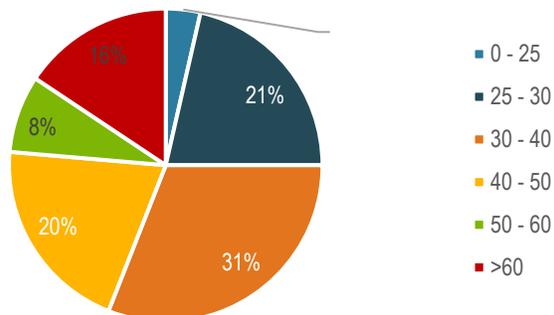
TABLA 4.16. CARTERA DE PEDIDOS DE EMBARCACIONES DE RECREO POR AÑO Y TIPOLOGÍA DE EMBARCACIÓN

	2022	2023	2024	Posterior	Total
Embarcación a motor	335	79	23	21	458
Velero	40	6	1	9	56

Cuando se analizan los tamaños de embarcación que hay en la cartera de pedidos global, se observa que los barcos entre 30-40 m suponen el 31 % de la cartera.

M&N considera que el mercado muestra un crecimiento importante sostenido, con indicios a seguir así en el medio y largo plazo.

FIGURA 4.49. CARTERA DE PEDIDOS POR TAMAÑO DE EMBARCACIÓN (M)



Fuente: BoatPro

4.2.5. POSIBLES ATRACTIVOS DE LIMÓN COMO MARINA

Tras realizar un análisis de los movimientos de grandes embarcaciones en la zona del Caribe con proximidad a Limón y al completar entrevistas con distintos actores del mercado de marinas, M&N considera que existe un potencial para desarrollar dicho negocio en Limón. No obstante, el mercado indica que para que un proyecto de estas características tenga éxito, se debe basar en promoverlo como un punto de destino en sí mismo. Dado que actualmente no existe este mercado en Limón, la marina deberá empezar a construir su posicionamiento sobre una serie de atractivos y características, entre las que se destacan:

Ecoturismo

El turismo ecológico o hacia zonas de áreas naturales y con mínimo impacto del hombre viene ganando importancia en los últimos años a nivel global. Costa Rica ha puesto la mayoría de sus esfuerzos en promocionar un perfil turístico interesado en la naturaleza, biodiversidad, diversidad cultural y la realización de actividades al aire libre¹⁷.

Pros

Costa Rica ha desarrollado planes de protección con la intención de preservar la costa Caribe y su biodiversidad. El desarrollo de la marina de Limón es la única alternativa viable en un medio plazo de manera que se minimice el impacto negativo en la costa y se fomente el turismo en la zona. Además, la marina se encuentra ubicada a distancia razonable de 3 parques nacionales de interés.

Contras

Las zonas de interés natural no están en las inmediaciones de la marina como en otros destinos de la zona (Bocas del toro o Islas de San Blas en Panamá).

Destino original y calmado

Debido a que gran parte de la Costa Caribe de Costa Rica se encuentra en zona de reserva natural, la marina de Limón puede ser visto como un destino de referencia que resalte por su originalidad, dado que no es una zona de tránsito común y que por su vocación tiene un enfoque hacia la conservación y uso adecuado de la naturaleza. También puede ser visto como un punto de referencia para usuarios que estén en búsqueda de un punto que transmita tranquilidad a sus visitantes.

Pros

Es una zona de poco tránsito y rodeada de áreas de reserva natural, lo que genera atracción sobre el usuario que tiene interés en encontrar sitios inhóspitos al estar en contacto directo con la naturaleza. Con el objetivo de mantener este atractivo en el mediano y largo plazo, el desarrollo de la marina permite que el desarrollo náutico de la zona se pueda controlar en pro del cuidado de la biodiversidad de la zona.

Contras

Las zonas de interés natural no están en las inmediaciones de la marina como en otros destinos de la zona. Se requiere mejorar las condiciones de seguridad por no ser una zona de tránsito frecuente por parte de los navegantes.

Se deben mejorar las condiciones de tránsito para la mejor circulación de los buses que lleven a los turistas a otras zonas de interés, ya que existe congestión vial en las cercanías a la Marina debido a la dinámica de la ciudad de Limón

¹⁷ Plan Nacional de Turismo de Costa Rica 2017-2021

Parte de itinerarios establecidos y punto potencial para el comienzo o final de un viaje

La Marina de Limón puede convertirse en un punto importante en itinerarios existentes de transeúntes con tamaños de embarcaciones medianas y grandes. En el mediano y largo plazo podría empezar a considerarse como punto de inicio o final de destino para viajes *charter* que naveguen por la zona sur del Caribe bien sea desde/hacia Limón, pasando por marinas de Bocas del Toro, Red Frog, Colón, Linton Bay, Cartagena y Santa Marta o incluso más allá hacia las Antillas menores. Así mismo, a medida que Limón pueda mejorar su posición, puede resultar un punto de inicio hacia destinos como San Andrés, Providencia, las marinas de Belice, Cancún y Cozumel. Esto puede interesar a compañías tipo *charter* o a propietarios que mantienen sus embarcaciones en países distintos a sus lugares de residencia habituales.

Pros	Contras
<p>Se presenta el potencial para considerarse un punto de referencia para los navegantes de las rutas tanto del sur del caribe como del oeste del caribe, capturando una demanda representativa.</p> <p>Costa Rica está bien vista dentro de la comunidad de navegantes</p> <p>Se tiene buena conexión a mercados internacionales con el aeropuerto de San José, y existen posibles desarrollos para mejorar los aeropuertos de menor tamaño ubicados en la región de Huetar Caribe.</p>	<p>Se requieren de rutas terrestres y aéreas que faciliten el tránsito de usuarios internacionales de estos <i>charters</i>.</p> <p>Los servicios tipo <i>charter</i> pueden requerir un mayor número de servicios exclusivos que navegantes convencionales.</p>

Oferta turística en la misma marina / cruceros

El Caribe sobresale por su riqueza natural y cultural, hace evidente su potencial en turismo ecológico. Entre sus principales atractivos naturales destacan a nivel internacional los Canales de Tortuguero, la Reserva de Vida Silvestre Gandoca – Manzanillo, el Parque Nacional Cahuita, Puerto Viejo, el Parque Nacional Braulio Carrillo y la gran variedad de playas y zonas protegidas. Además, la influencia de las costumbres afrocaribeñas ha marcado definitivamente la cultura, la gastronomía y la música. Esta tradición cultural, en conjunto con una oferta de servicios para visita de puntos turísticos de la zona, pueden capturar el visitante que provenga de su embarcación por la marina o del crucerista.

Pros	Contras
<p>Puntos de interés turístico por potencializar en la provincia de Limón son el Parque Cahuita para el desarrollo de actividades de avistamiento de especies, caminatas, deportes acuáticos, entre otros; el Refugio de Vida Silvestre Mandoca - Manzanillo, de relevancia para el turismo ecológico; El Pueblo Manzanillo, reconocido por sus playas y variedad gastronómica; Reserva Biológica Hitoy-Cerere</p>	<p>Condiciones de seguridad de la zona, necesidad de rutas terrestres y marítimas que permitan fácil acceso a puntos de interés.</p>

4.2.6. PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LA DEMANDA EN EL SECTOR DE LAS MARINAS

El número de embarcaciones privadas, especialmente de gran tamaño muestra un crecimiento positivo en la región y se espera que continúe desarrollándose de esta manera. Durante la pandemia, el sector se ha visto menos impactado que otros sectores del turismo. La zona de Costa Rica y Centro América está mucho menos desarrollada para la navegación de embarcaciones privadas que otras regiones del caribe o la propia costa pacífica de Centroamérica. No obstante, existe interés de los navegantes en explotar nuevas áreas y zonas que están menos explotadas.

Costa Rica y la costa caribe reúnen muchas condiciones para atraer a navegantes que tienen interés en la zona por su amplia oferta turística relacionada con naturaleza y diversidad cultural. El buen nombre de Costa Rica como destino turístico es un activo importante sobre el que basar el desarrollo de la marina de Limón, tanto para atraer usuarios transeúntes que quieran descubrir una zona menos conocida, como para usuarios que busquen un puerto homeport donde dejar su embarcación en temporada baja.

La presencia de hoteles y condominios beneficiará a la marina, especialmente en el medio - largo plazo. En una primera instancia, la demanda de usuarios transeúntes por una nueva marina puede venir marcada por la curiosidad inicial de un nuevo atractivo. No obstante, en el largo plazo para retener dicha demanda de navegantes transeúntes y consolidarla demanda de la marina es necesario desarrollar atractivos adicionales y servicios (restaurantes, bares, etc.). En el caso de Limón, el desarrollo de condominios o áreas residenciales turísticas (para turistas nacionales o internacionales) también será necesario para garantizar un número de usuarios tipo homeport que garantice la viabilidad económica de la marina. Esta práctica es común, ya ha sido desarrollada en otras regiones de Costa Rica y de la zona del caribe.

4.3. ESTIMACIÓN DE PROYECCIONES

El desarrollo efectivo de las expectativas de demanda de la marina y del terminal de cruceros se encuentra ligado directamente a varios resultados y metas, incluyendo:

- Desarrollo de la infraestructura requerida (Distritos de desembarque, central, marina, isla e infraestructura);
- Aprobación de permisos ambientales y jurídicos en conjunto con los planes de implementación de la APP

Estos resultados permiten la puesta en marcha de las facilidades que se requieren para la operación efectiva del proyecto, y que han sido mencionados en el estudio de prefactibilidad. En ese sentido, los análisis presentados en esta sección consideran el año 2025 como punto de inicio de la operación del proyecto, luego de dar cumplimiento a las etapas mencionadas en la siguiente figura.

FIGURA 4.50. FASES TEMPORALES REQUERIDAS PARA INICIO DE OPERACIÓN


Fuente: M&N

Nota: La duración de estos procesos está sujeto a cambios conforme a la evolución de las diversas etapas.

El éxito de la marina en particular, pero también de la terminal de cruceros, se encuentra ligado en lo que suele ser un ciclo virtuoso del éxito del proyecto con el desarrollo inmobiliario, con las actividades de ocio y de la seguridad que ofrezca la región de Limón. Para el terminal de cruceros ya existe un mercado, pero el éxito futuro estará influenciado en el éxito en esos factores más allá del proyecto en sí. Para la marina, considerando que no existe la infraestructura, hay dos tipos de demanda esperadas, una latente y una potencial, las dos están reforzadas por mejoras en los factores exógenos a los proyectos.

Por otra parte, lo que se pudiera llamar la revitalización urbana de Limón, tampoco requiere de los proyectos de la marina y del terminal de cruceros. Mejoras en la seguridad en Limón, la promoción de turismo, inversiones inmobiliarias y en el bienestar de la región de Limón, no son de la responsabilidad regulatoria de JAPDEVA. Sin embargo, para impulsar el éxito de la marina y potencializar el terminal de cruceros, JAPDEVA pudiera desempeñar un papel de coordinación y apoyo para movilizar a otras agencias gubernamentales, instituciones multinacionales, desarrolladores privados y partidarios del turismo para fomentar sus inversiones e interés en Limón. Este proceso puede comenzar de inmediato y continuar a medida que se completa cada etapa del proyecto.

4.3.1. CRUCEROS

Esta sección presenta los pronósticos de rendimiento de los cruceros de Limón, los cuales se basan en las previsiones de los niveles totales de pasajeros para Limón hasta 2057 – el final estimado del proyecto. Las estimaciones para Limón se construyeron utilizando como referencia los pronósticos generados en la región del Mar Caribe, tal y como se presentó en los capítulos anteriores y en el desarrollo de los escenarios de proyección propuestos, como se describe a continuación.

En todos los escenarios, se asumió que el tamaño promedio de los cruceros que hacen escala en Limón, a partir de 2025, crece un 1 % anual, considerando que el crecimiento del tamaño promedio de los cruceros en el mercado global aumentó 1.3 % entre 2010 y 2020, la cual es aplicada en el modelo propuesto. Los niveles de cruceros se adaptaron de los datos para todas las estaciones, suministrados por JAPDEVA (por ejemplo, 2019/2020) para un año calendario completo, aplicando esta serie de datos a los pronósticos globales y del Caribe.

Se prepararon los siguientes escenarios: (ver Anexo 1, Excel)

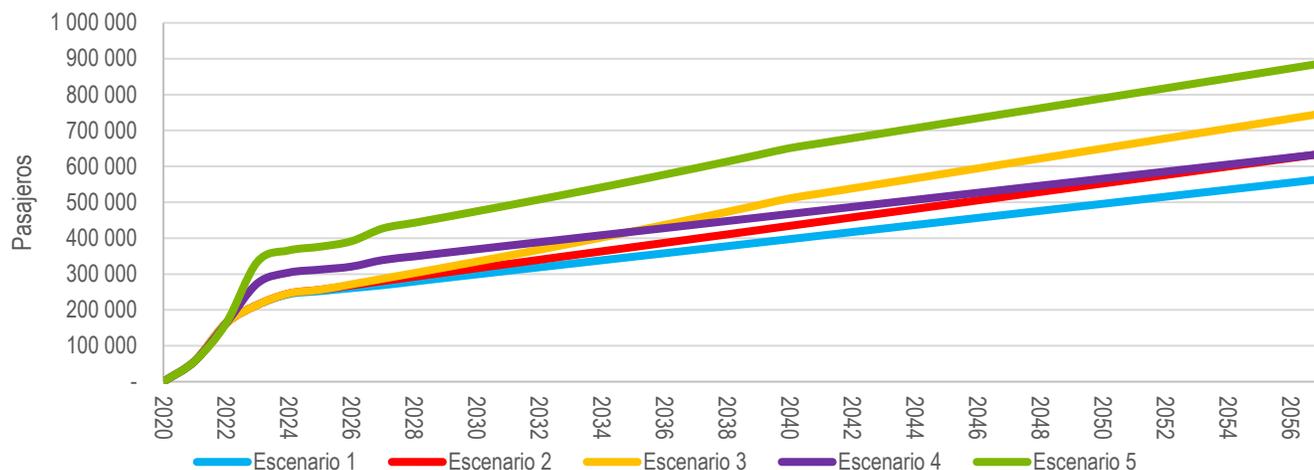
- Limón Escenario Uno. Bajo este escenario más conservador, se proyecta que el tráfico de cruceros de Limón se recuperará después del Escenario Dos del Caribe (ver Figura 4.51) y los niveles de captura del mercado (Limón vs. el Caribe) se mantuvieron constantes a una tasa de 1,7 % por año.¹⁸
- Limón Escenario Dos. Bajo este escenario, se proyecta que el tráfico de cruceros de Limón se recuperará después del Escenario Uno del Caribe y los niveles de captura del mercado (Limón vs. el Caribe) se mantuvieron constantes a una tasa de 1,7 % por año.
- Limón Escenario Tres. Bajo este escenario, se proyecta que el tráfico de cruceros de Limón se recuperará después del Escenario Uno del Caribe. Las mejoras en Limón a partir de 2025 hacen que el destino sea más atractivo para las líneas de cruceros y los huéspedes, y como respuesta, la captura de mercado del destino crece del 1,7 % en 2025 al 2.0 % para 2040.
- Limón Escenario Cuatro. Los escenarios cuatro y cinco asumen que el Puerto Amador u otro puerto base cercano tiene éxito en el desarrollo de una operación estacional de homeport/puerto base que agrega llamadas a Limón semanalmente durante 20 semanas. Para el escenario cuatro, el éxito del puerto base es moderado y genera 20 escalas de barcos adicionales por año más allá del nivel de pronóstico base bajo Limón Escenario uno. Las operaciones de puerto base comienzan en 2023 desde Amador u otro puerto base.¹⁹
- Limón Escenario Cinco. Para el Escenario cinco, el éxito del puerto base es fuerte y genera 40 escalas de barcos adicionales para Limón por año más allá del nivel de pronóstico base del Escenario Tres de Limón. Las operaciones de puerto base comienzan en 2023 desde Amador u otro puerto base.

En total, estos cinco pronósticos establecen el rango general previsto de cruceros y embarcaciones para Limón antes y después de la mejora. Se debe tener en cuenta que los niveles de pasajeros y buques tienen un alto nivel de incertidumbre entre los años 2021 a 2023 debido a la volatilidad de la recuperación; mejorando la confianza en el modelo a partir del año 2024. Se estima que para 2040 Limón podría recibir alrededor de 400.000 huéspedes (Escenario Uno) y alrededor de 650.000 huéspedes (Escenario Cinco). A medida que avanzamos hacia el año 2057, el rango incrementa a 565.000 huéspedes (Escenario Uno) a casi 900.000 huéspedes (Escenario Cinco).

¹⁸ La captura de mercado de Limón osciló entre 1.56 % y 1.79 % en las últimas tres temporadas anteriores a COVID-19.

¹⁹ El tamaño del buque de puerto base bajo los escenarios Limón 4 y 5 se expande de 2.500 pasajeros a 3.250 pasajeros para 2034.

FIGURA 4.51. PRONÓSTICO DE PASAJEROS DE CRUCEROS PARA LIMÓN POR ESCENARIO



Fuente: JAPDEVA (Histórico) y Moffatt & Nichol, 2021 (Proyecciones).

Cada escenario de proyección se describió al inicio de este numeral. Sin embargo, es importante considerar que para la construcción de los escenarios se utilizaron tasas de crecimiento de 1,7 % (considerando que las tasas de crecimiento de mercado de Limón oscilaron entre 1,56 % y 1,79 % durante las últimas tres temporadas antes de COVID-19). Los cambios en las curvas y otras tendencias consideradas reflejan el crecimiento esperado a nivel mundial y en el Caribe, como se ha descrito en los apartados anteriores.

Por favor ver que, los pronósticos de cruceros más allá de 2030 son extrapolaciones del crecimiento esperado del mercado y sus condiciones según como se observan y entienden en la actualidad. Muchas cosas pueden y cambiarán probablemente con la industria – desde innovaciones tecnológicas a nuevos puertos y destinos. Estos cambios y otros eventos imprevistos podrían empujar los niveles de movilización de pasajeros y de buques por encima o debajo de los rangos de los pronósticos ofrecidos en la Figura 4.51 y en la Tabla 4.17.

En las proyecciones se asume una inversión incremental en la infraestructura esencial necesaria para acomodar el crecimiento – muelles de cruceros, transporte en tierra y zonas logísticas, facilidades intraportuarias, entre otras. La planeación final y el diseño conceptual reflejará el monto y los tiempos de mejora requeridos para ajustarse a los pronósticos ofrecidos en este documento.

TABLA 4.17. PROYECCION DE PASAJEROS Y DE CRUCEROS PARA LIMÓN POR ESCENARIO

	2025	2030	2035	2040	2045	2050	2057
Escenario Uno							
Pasajeros	252.300	299.000	348.100	397.300	446.500	495.600	564.500
Arribos	119	134	148	161	172	182	193
Escenario Dos							
Pasajeros	256.100	316.100	375.000	434.200	493.200	552.300	635.000
Arribos	120	141	160	176	190	202	217
Escenario Tres							
Pasajeros	256.100	334.700	419.100	510.800	580.300	649.800	747.100
Arribos	120	150	178	207	224	238	255
Escenario Cuatro							
Pasajeros	312.300	369.000	418.100	467.300	516.500	565.600	634.500
Arribos	139	154	168	181	192	202	213
Escenario Cinco							
Pasajeros	376.100	474.700	559.100	650.800	720.300	789.800	887.100
Arribos	160	190	218	247	264	278	295

Fuente: Moffatt & Nichol, 2021.

De las proyecciones obtenidas para los 5 escenarios, se espera que la inversión se enfoque en las instalaciones de cruceros de la terminal de Limón, junto con un gran incentivo en el marketing, así como en otras iniciativas en la ciudad que ayuden a impulsar a Limón como un destino a experimentar niveles de tráfico más cercanos a los Escenarios tres al cinco.

4.3.2. MARINAS

A continuación, se detalla el mercado potencial de Limón y se dimensiona el número total de amarres para la marina.

Con base en lo descrito en la sección 4.2.1, el área de influencia de Limón se delimita por el desarrollo de cuatro rutas básicas. En particular, Limón se ubica cerca de las rutas R1 y R4 presentadas en la Figura 4.32 y Figura 4.33 Tales rutas provienen de los itinerarios históricos que se observan para los mega yates en el Caribe. Recapitulando, en las 4 rutas indicadas, la ruta R3 que pasa por el caribe colombiano y venezolano cuenta con el mayor tránsito de mega yates (+10 mega yates/mes), seguido por las rutas R1 y R2 con alrededor de 5-6 mega yates al mes y luego por la ruta R4 que va hacia Bocas del Toro desde el Canal de Panamá con menos de 5 mega yates al mes. Dado el tamaño del mercado caribeño definido en la Figura 4.30 esta proximidad de rutas, M&N ha considerado tal registro de mega yates como mercado potencial, lo que supone un total de en torno a 90 mega yates anuales.

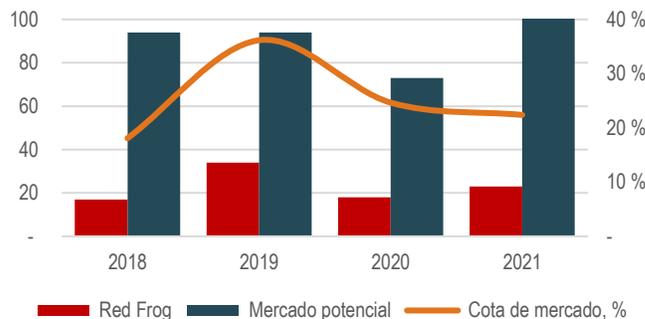
FIGURA 4.52. MERCADO POTENCIAL DE MEGA YATES EN EL CARIBE (2018-2021)



FIGURA 4.53. REGISTROS ANUALES DE MEGA YATES CARIBE (2018-2021)



FIGURA 4.54. CUOTA DE MERCADO MARINAS ACTUALES



Fuente: Boat Pro

Estimación de amarres

M&N considera que, en materia de usuarios transeúntes de mega yates, Limón reúne unas características positivas para captar un número de embarcaciones similar al que capturan marinas en Bocas del Toro. Esto supone en torno a un 25 % de los usuarios de las rutas más cercanas a la marina (Rutas R4 y R1), o un 9 % de toda el área de influencia (las 4 Rutas analizadas en la sección 4.2). No obstante, es importante destacar que se trata de un mercado que esta al alza por lo que se considera como caso base la máxima cuota de mercado observada en los últimos años en marinas de Bocas del Toro (12,5 %). El rango más alto, o escenario positivo ha sido calculado considerando que sobre el mercado actual se alcanza una cuota de mercado de 20 %. Esto supone en torno a 6-8 amarres para embarcaciones de gran tamaño.²⁰

Se considera que en torno a 18-24 amarres pueden ser necesarios para usuarios transeúntes, incluyendo los correspondientes a mega yates. Parte de esta demanda vendrá dirigida por el desarrollo de hoteles en la zona de Limón.

Tipo	Unidades	% demandando amarres	Amarres
Hotel	100	5-10 %	5-10

Fuente: M&N

Este benchmark aquí presentado representa distintas tipologías de hoteles. M&N es consciente que hoteles ubicados frente a la costa en lugares remotos del caribe pueden llegar a tener una demanda de amarres mucho mayores. La estimación de 100 camas aquí presente está basada en valores promedio o estándar del mercado, la viabilidad económica de un hotel en la región está fuera del presente alcance.

Sin embargo para el análisis propuesto, cabe destacar que para embarcaciones que ofrezcan servicios turísticos se determina el número de amarres en base al número esperado de cruceristas y un margen adicional para considerar el número de turistas convencionales. Esto supone un total alrededor a 10-12 amarres para esta tipología de embarcaciones.

En el caso de embarcaciones tipo homeport convencionales, M&N estima con base en las correlaciones obtenidas en el apartado 4.2.2 con respecto al PIB per cápita, el número de embarcaciones por habitante y la población de Costa Rica, que el mercado total de embarcaciones de recreo en marinas de Costa Rica puede estar en torno a 275-280²¹. Este valor está en línea con lo observado en las estadísticas de la CIMAT. Se estima que la marina de Limón pueda captar un mercado de en torno a un 9 %, correspondiente a la economía y población de Limón, lo que supone un total de ~25 embarcaciones. Esta tipología de usuario corresponde al residente a tiempo completo en Costa Rica que quiera utilizar la zona del Caribe en lugar de la zona del Pacífico.

Además de los propietarios, se considera que deben reservarse un mínimo de 10 amarres para la demanda de servicios tipo charter de todo tipo de embarcaciones para turistas o residentes locales sin embarcación propia.

²⁰ La información de mega yates transeúntes ha sido la fuente de datos más confiable con la que se ha podido trabajar. Por este motivo se indica en primer lugar.

²¹ Se considera la línea de tendencia mostrada en la sección 4.4.2, el PIB per cápita de Costa Rica (12,185 USD a precios corrientes) obtenido de IMF para 2017 (año en el que se realiza el estudio de ICOMIA) y la población de Costa Rica estimada en 5.1 Millones de habitantes actualmente.

Como parte del proyecto se espera que junto con la marina de Limón se puedan desarrollar condominios y áreas residenciales. Un número de en torno a 150 propiedades es una estimación racional que supone una demanda adicional aproximada de 30-45 amarres.

Tipo	Unidades	% demandando amarres	Amarres
Condominio	150	20-30 %	30-45

Fuente: M&N

En condominios cercanos a zonas de playa es común que los propietarios tengan sus embarcaciones en marinas cercanas. En el caso de Limón, el condominio asociado a la marina debe ofrecerse como una oportunidad única para disfrutar del caribe en todo su esplendor. Para este tipo de desarrollos puede ser común que hasta un 30 % o más de los propietarios busquen disponer de amarres privados.

A continuación, se muestra la distribución por tipología de usuario estimada:

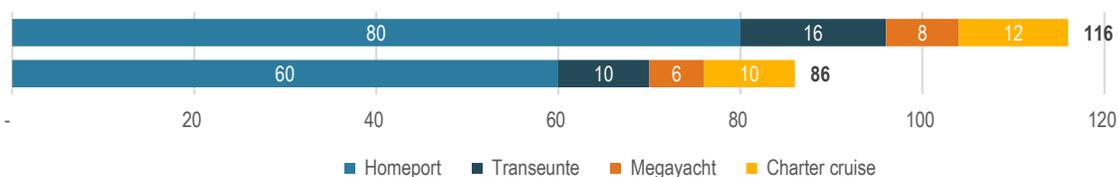
TABLA 4.18. ESTIMACIÓN DE AMARRES POR TIPO DE SERVICIO

Tipo de usuario	Mín	Máx	Racional
A. Homeport	60	80	Suma de usuarios tipo aventura, residentes en Costa Rica y condominios (sean residentes naturales, extranjeros residentes o empresas de charter, la marina sería utilizada como un estacionamiento para los botes de cada uno de estos usuarios)
Aventura - Charter	10	10	Servicios de alquiler tipo charter para una distinta tipología de usuarios, por ejemplo (<i>sightseeing</i> – recorridos turísticos, pesca, deportes acuáticos, cursos de vela, alquileres por días, etc.). Esta es una práctica común en marinas en zonas turísticas. Puede ser utilizado tanto por turistas extranjeros, como por visitantes nacionales o incluso gente local que no es propietaria de una embarcación.
Usuarios locales	20	25	Se estima con base en la relación previamente explicada del PIB per cápita, población y número de embarcaciones por persona. (9 % de la estimación total nacional de acuerdo con el porcentaje de la población regional en Limón).
Residentes - Condominio	30	45	Un condominio de 150 habitaciones con un 20-30 % de propietarios demandando slip. M&N considera que el desarrollo de esta tipología de condominios es posible si se busca impulsar el Caribe de Costa Rica como ya se hizo previamente en otras regiones del país. Aspectos como la captación de nómadas digitales (que ya se está promoviendo) pueden favorecer el crecimiento de esta demanda. Dentro de esta tipología de usuarios es posible incluir algunos extranjeros no residentes ni propietarios en Costa Rica, que dejen sus embarcaciones en zonas donde sea posible navegar. Sería un caso parecido a algunas de las marinas mencionadas en el capítulo de oferta. ²²

²² Linton bay marina

B. Transeúnte	10	16	En línea con la información disponible para mega yates, se considera que embarcaciones de menor tamaño pueden tener una demanda similar. El desarrollo del hotel de unas 100 habitaciones puede implicar un mínimo de en torno a 5-10 amarres de los 10-16 según tendencias observados en otros proyectos.
C. Mega yate	6	8	Usuarios transeúntes basándose en el perfil de las marinas de bocas del toro y a la demanda analizada
D. Servicios turísticos a cruceristas	10	12	Utilizando como referencia el benchmarking internacional de número de embarcaciones de este tipo por recalada de crucero
Total	86	116	

FIGURA 4.55. DISTRIBUCIÓN AMARRES POR USOS



Fuente: M&N

En base a las tipologías de embarcaciones, se propone la siguiente distribución de tipología de amarres:

	Mega yates	Amarres de 15-25m	Amarres inferiores a 15m	Total
Amarres	6 – 8	45-63	35 - 45	86-116

Fuente: M&N

El tamaño de la marina determinado por M&N es similar a otras marinas de la zona del caribe, incluyendo Colombia y Centroamérica. Se trata de un mercado todavía en desarrollo, pero con buenas expectativas.

Con los resultados presentados en este estudio, se considera que una evolución de la demanda pueda darse a través de las siguientes etapas:

- El desarrollo de la demanda de embarcaciones para turismo puede desarrollarse desde el principio con una elevada utilización de los amarres durante todo el año. Esto incluye embarcaciones para soportar la actividad de cruceros o embarcaciones tipo charter.
- Las embarcaciones transeúntes de grandes embarcaciones de recreo pueden darse con relativa facilidad, ya que existen rutas en la actualidad y los usuarios buscan siempre nuevos atractivos turísticos. El impacto de la estacionalidad será pequeño, como en el resto de Costa Rica.
- La demanda homeport para embarcaciones de tamaño medio puede tardar más en desarrollarse por la falta de demanda local inmediata. Al principio, se considera que el objetivo es atraer al usuario internacional que mantenga su embarcación en la zona del caribe durante todo el año. En un primer

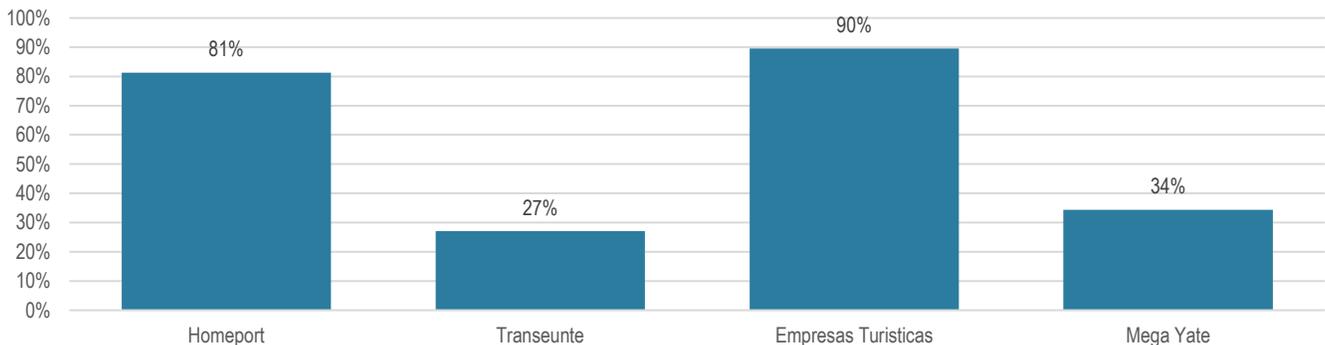
periodo de explotación, no será necesario garantizar grandes espacios de almacenamiento en seco, considerando que la marina dispondrá de capacidad suficiente en amarres.

Las marinas suelen proyectarse con periodos de entre 5-10 años de *ramp-up* hasta alcanzar niveles de utilización elevados. En el caso de la marina de Limón se puede esperar que la utilización de los primeros años sea limitada ya que es necesario generar el destino a nivel comercial para estimular la demanda. Se puede esperar alcanzar diferentes niveles de utilización dependiendo del tipo de usuario o servicio que se desarrolle.

La Figura 4.56 presenta los niveles de utilización esperados por tipo de servicio. Allí, se muestra que los usuarios homeport y las empresas de turismo que hacen charters presentarán los mayores niveles de utilización, situándose por encima del 80 % y 90 %, respectivamente. Los amarres asociados a servicios tipo homeport se analizan en dos fases. Primero se considera el período 2025 y 2026 en el cual se captan embarcaciones propias del mercado de Costa Rica y a partir de 2028 debido al desarrollo de proyectos urbanísticos que permitan el surgimiento de condominios. La estimación para servicios a cruceros asume una utilización completa en temporada alta (noviembre a mayo) y menor en temporada baja, donde se daría servicio al turista convencional.

Los amarres dispuestos para mega yates y usuarios transeúntes se esperan que manejen niveles de utilización cercanas al 30 % debido a la naturaleza propia de este servicio. En las proyecciones que se muestran más adelante, se espera que los usuarios transeúntes alcancen su potencial antes que los usuarios homeport.

FIGURA 4.56. NIVELES DE UTILIZACIÓN ESPERADOS POR TIPO DE SERVICIO



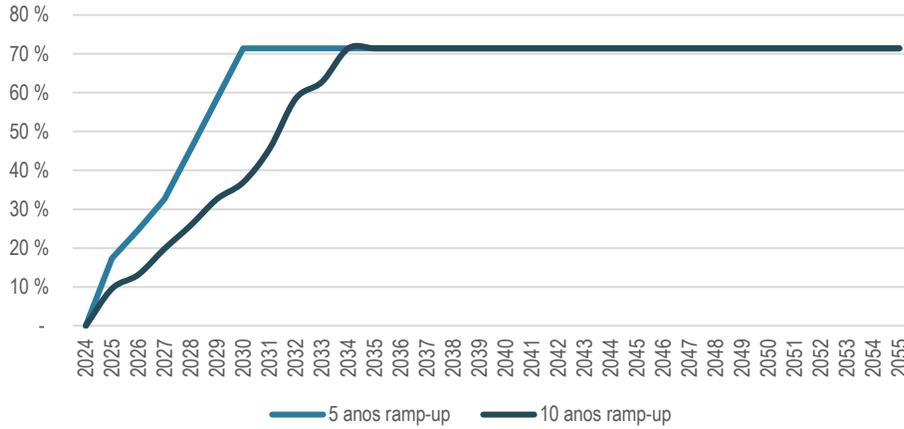
Fuente: M&N

Los niveles de utilización proyectados para los próximos años se encuentran en la siguiente figura. Vale decir que esto corresponde a niveles de utilización promedio provenientes de los diferentes tipos de servicio ofrecidos. Allí se indica un *ramp-up* de alrededor de 5 años, iniciando con un 20 % hasta el nivel esperado alrededor del 72 %. Una vez superado este *ramp-up*, se asumen los niveles de utilización para cada tipo de servicio indicados en la figura anterior. En ese sentido, es importante aclarar que para todas las tipologías de demanda se han analizado los efectos de estacionalidad, considerando la temporada alta entre noviembre y mayo.

Se debe resaltar que el desarrollo de condominios u hoteles adicionales podría incrementar la demanda de amarres de forma significativa en la zona de Limón. Considerando la etapa actual de desarrollo del proyecto, M&N considera que las hipótesis establecidas de 100 habitaciones de hotel y hasta 150 viviendas

de condominios son una estimación coherente y razonable frente al potencial desarrollo urbanístico y comercial de la zona.

FIGURA 4.57. NIVELES DE UTILIZACIÓN DE LA MARINA ESPERADOS (2025-2055)



Fuente: M&N

Por último, es importante destacar que, el costo de operación de una marina de tamaño muy pequeño suele ser muy parejo al de marinas de hasta en torno a 80-100 amarres, ya que el número de empleados fijos no suele variar en gran medida. En este contexto, la marina de Limón debe tratar de buscar alcanzar eficiencias en cuanto a los costos. El análisis detallado de estos aspectos corresponde a las siguientes fases de proyecto.

5. ESTIMACIÓN DE LA OFERTA

5.1. CRUCEROS

De acuerdo con la información indicada en el estudio de prefactibilidad, el puerto de Limón cuenta con tres estructuras principales, el muelle Alemán, el Muelle de Cruceros y el Muelle 70. El puerto en su zona en tierra cuenta con edificaciones e infraestructura cuya información específica se presentó en el anexo C del estudio de prefactibilidad (Plano V-101) entre las que se destacan casetas de control, edificios multiusos operativos y administrativos, estaciones de energía y talleres, entre otros.

La oferta actual del terminal de Limón está condicionada a la infraestructura existente, así como a la operación y a los servicios que se ofrecen. La capacidad instalada en muelles permite mantener dos embarcaciones simultáneamente en puerto, permitiendo duplicar ampliamente el máximo de recaladas alcanzadas en temporada alta (30 a 35 recaladas en un mes, considerando estadías de 24 horas por buque). Sin embargo, no se espera que Limón con su actual oferta de servicios, como lo son los amenities en el terminal y dentro de la ciudad, puedan atraer o generar el interés de las líneas de cruceros. Para esta oferta la capacidad requerida y ofrecida en tierra es reducida, contando con instalaciones de aproximadamente 2.000 m² que sólo satisfacen las actividades de cruceros que son imprescindibles dentro del puerto para el recibo/despacho de pasajeros.

Expuesto lo anterior, se puede concluir que Limón cuenta con una capacidad de infraestructura marítima instalada bastante competitiva comparada con otros terminales de cruceros en el Caribe, pero con una limitada oferta de servicios que hagan de Limón un destino atractivo para las líneas de cruceros.

El proyecto considera una mejora en la infraestructura que permitirá ampliar la capacidad de atraque a 3 posiciones, disponiendo dos posiciones en el muelle de cruceros y llegar a 4 posiciones con la reconstrucción del muelle 70. Esto permitirá al terminal de Limón seguir superando ampliamente la capacidad actual instalada de otros terminales de cruceros en el Caribe en cantidad de muelles operativos. Además, el proyecto busca garantizar la disponibilidad de una amplia gama de servicios y amenities a través de una planta turística que satisfaga las necesidades de los cruceristas. Ampliar la oferta de dichos servicios a través de instalaciones de recibo de pasajeros, actividades de ocio y restaurantes, tours turísticos, comercio, eventos culturales, etc., que permitirá a Limón complementar su oferta como destino turístico.

5.1.1. PUERTOS DE CRUCEROS EN LA REGIÓN

Siendo la región de cruceros más grande, el Caribe también alberga los puertos base y puertos de escala más concurridos del mundo. En la Tabla 5.1 se ofrece un desglose de los principales puertos de origen de cruceros y puertos de escala. Como se muestra, los puertos marítimos de Florida de Port Miami, Port Canaveral y Port Everglades, ocupan los tres primeros lugares tanto en el Caribe como en todo el mundo.

De los + 50 puertos de escala en el Caribe, la mayoría de la capacidad se mueve a través del Caribe Oriental. Siete de los diez principales puertos de escala se encuentran en este subsector de cruceros, incluido Nassau (# 2), Bahamas Out Islas (# 3), y las Islas Caimán (# 4). No hay puertos base y puertos de escala cercanos a Costa Rica, Limón, Colón, Cartagena, San Blas, se encuentran dentro de este ranking o están en la lista de los 100 mejores.



Las líneas de cruceros han realizado y continúan haciendo grandes inversiones en la región en islas / destinos privados, reforzando el número de Bahamas Out Island, así como las crecientes operaciones en Roatán, Gran Turca, Belice y otros lugares. Si bien las líneas siempre han recibido huéspedes en islas privadas, la inversión y la expansión han aumentado significativamente en los últimos 5 años. Los huéspedes están respondiendo positivamente a estos proyectos en términos de calificaciones de favorabilidad y aumentando el gasto de los pasajeros en los precios de los boletos y en las ofertas de destinos privados en tierra. Se espera más inversión en los próximos 5 a 7 años, con nuevos proyectos por parte de cada una de las marcas líderes.

La oferta esperada para Limón se asume que sería la atraída por los nuevos servicios y usos, ofreciendo una capacidad de atraque de 3 o posibles 4 posiciones, garantizando la disponibilidad en infraestructura portuaria y terrestre, con las condiciones de seguridad y limpieza en la terminal, así como una adecuada y eficiente planta turística, que sea atractiva para los cruceristas. No se visualiza que una inversión significativa en infraestructura sea un valor agregado o excepcional que atraiga más tráfico al puerto y la cual pueda medirse en un escenario de proyección; lo anterior al considerarse que Limón está lejos de los principales homeports y de las fuentes de suministro. Al considerar lo anterior, la capacidad inicial esperada de la terminal se esperaría/proyectaría sólo para actividades de cruceros dentro del puerto y, como tal, las instalaciones necesarias requeridas son de aproximadamente 2.000m². Un desarrollo y planificación futura tendría amplia disponibilidad en área lo que permite que los futuros inversores proyecten la implementación de una terminal mucho más robusta y sofisticada, que se desarrollaría de acuerdo con la demanda, hasta lograr atraer en el mejor escenario el tráfico para ser un homeport/puerto base. Actualmente con las proyecciones estimadas no se ve una demanda que lo amerite, ya que Panamá está siendo demasiado competitivo para Limón como homeport.

TABLA 5.1 PUERTOS BASE DE CRUCEROS Y PUERTOS DE ESCALA MÁS CONCURRIDOS (2016/2017)

Puertos Base				Puertos de Escala			
Rango en el Caribe	Rango Global	Localización	Pasajeros (millones)	Rango en el Caribe	Rango Global	Localización	Pasajeros (millones)
1	1	Puerto de Miami	4,98	1	4	Cozumel (Mx.)	3,64
2	2	Puerto Canaveral	4,25	2	5	Nassau (Bahamas)	3,52
3	3	Puerto Everglades	3,83	3	8	Afuera de las Islas (Bahamas)*	255
4	11	Puerto de Galveston	1,73	4	12	Cayman	1,71
5	16	New York/New Jersey	1,54	5	13	USVI (St. Thomas)	1,69
6	25	Puerto de New Orleans	1,05	6	14	St. Maarten	1,67



7	29	Puerto de Tampa	1,00	7	15	Jamaica	1,65
8	65	Puerto de Palm Beach	0,48	8	21	San Juan (*)	1,38
9	74	Puerto de Boston	0,39	9	26	Roatán (Honduras)	1,04
10	94	Puerto de Jacksonville	0,17	10	30	Costa Maya (Mx.)	1,00

Fuentes: Wikipedia, Multiple Media Sources y M&N, 2021. Tenga en cuenta que varios puertos admiten despliegues fuera de la región del Caribe; San Juan es a la vez un puerto base y un puerto de escala.

Nota: *Generalmente se refieren a destinos de propiedad privada o alquilados visitados por las líneas de cruceros, como Half Moon Cay y Coco Cay Islands.

Además de los puertos de Estados Unidos en la costa de Texas y Florida, los principales puertos son:

TABLA 5.2. PRINCIPALES PUERTOS DE CRUCEROS EN EL CARIBE

Puerto	País	Área del Caribe	Pasajeros
Cozumel	México	Oeste	3.637.321
Nassau	Bahamas	Este	2.034.865
US Islas Vírgenes	EE. UU.	Este	1.776.685
Islas Caimán	Reino Unido	Este	1.711.849
St. Maarten	Países Bajos	Este	1.668.863
Jamaica	Jamaica	Este	1.655.565
San Juan	Puerto Rico (EE. UU.)	Este	1.401.866
Bahamas otras islas	Bahamas	Este	1.199.073
San Cristóbal	San Cristóbal y Nieves	Este/Sur	941.252
Islas Turcas y Caicos	Reino Unido	Este	846.963
Otros	Otros		10.919.600

Fuente: Wikipedia, Multiple Media Sources, and Moffatt & Nichol, 2021

Evaluar la evolución histórica exacta de la capacidad de líneas de atraque de cruceros en el Caribe es complejo y puede aportar poca precisión ya que en la actualidad algunos destinos ni siquiera disponen de puntos de atraque fijos y emplean zonas de fondeo. No obstante, sí que es posible destacar algunos de los desarrollos más importantes. Durante los últimos 5 años se ha ampliado la oferta de destinos de cruceros privados. Las navieras ofrecen itinerarios con paradas en sus islas privadas, a los cuales los clientes han respondido de manera positiva. Algunos de los ejemplos más recientes son Coco Cay (Royal Caribbean), Ocean Cay (MSC) o Harvest Cay (Norwegian CL). Es importante destacar que no todos los proyectos resultan ser nuevas terminales en zonas antes inexistentes para los itinerarios de cruceros. Royal Caribbean completó una remodelación de un destino ya existente (Coco Cay) en 2019, mientras que Harvest Caye (Belice) o Ocean Cay (Bahamas) añadieron nuevos destinos privados en mercados ya existentes. Los dos últimos grandes desarrollos aquí descritos han tratado de ofrecer experiencias respetuosas con el medio ambiente y donde se pueda disfrutar de experiencias de inmersión en las culturas afrocaribeñas (Belice) o en reservas naturales de elevado valor ambiental (Ocean Cay).

Del mismo modo, se tienen varios proyectos en proceso, por ejemplo: Grand Bahama (CCL), Freeport (Royal Caribbean) o Disney Lighthouse Point (Disney). Además del desarrollo de nuevos destinos, así como terminales y puertos ya establecidos están llevando a cabo las ampliaciones y mejoras de infraestructura necesarias para dar servicio a embarcaciones de gran tamaño y ofrecer todo tipo de servicios al pasajero. Como es el caso de los proyectos de restauración y ampliación de los terminales de Nassau y Cozumel anunciados en los últimos dos años.

A continuación, se detallan los puertos de competencia más importantes y sus características principales en concepto de infraestructura, servicios y clientes: Puertos de competencia directa

FIGURA 5.1. PRINCIPALES TERMINALES DE CRUCEROS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE LIMÓN



Fuente: Moffatt & Nichol





CARTAGENA (SPRC)²³



Fuente: Google Earth

Infraestructura

La terminal de cruceros cuenta con una plataforma de 709 metros de líneas de atraque y un calado de 12 metros. El Puerto de Cartagena puede recibir la escala de los buques más grandes existentes en la actualidad, puede albergar escalas simultáneas de dos cruceros de hasta 330 metros de eslora. Asimismo, ofrece una explanada de más de 4.500 metros cuadrados y dos duques de alba para el amarre de los buques.

Servicios típicos

Participa en la mayoría de los trayectos de la región sur del Caribe que se centran en la zona de Barbados y no alcanzan a Limón. Por ser puerto homeport tiene trayectos que inician y/o terminan desde allí, conectándose a Panamá o a las islas del este caribeño. Participa en round trips pan-Caribe y en algunas rutas específicas del suroeste caribeño, al igual que Limón

Los servicios típicos a las motonaves incluyen suministro de agua potable, manejo de residuos sólidos, embarque y desembarque de pasajeros, provisiones, reparaciones menores, relevos de la tripulación, aprovisionamiento de combustible.

La terminal de cruceros ofrece diferentes atracciones: Un oasis portuario, con plantas nativas y aves, almacenes de artesanías, centros de negocios, internet, puntos de información turística, servicios postales y servicios médicos.

Número Posiciones de atraque	Puede atender hasta 5 cruceros simultáneamente. Debe considerarse que estas posiciones se comparten con la carga del Puerto
Capacidad	10.000 pasajeros diarios
Max LOA	350m

Principales Clientes

La empresa Pullmantur, subsidiaria de Royal Caribbean, tiene un posicionamiento muy fuerte en Colombia, con servicios continuos desde 2008 hasta que fueron cancelados por la pandemia de la Covid-19. Otras navieras como Royal Caribbean, Variety cruises y Azuka han operado en el puerto también. Las principales líneas de cruceros que han anunciado su conexión con Cartagena luego de su reapertura por la pandemia son Royal Caribbean, Princess Cruises, Carnival, Holland America, Celebrity Cruises, Norwegian Cruise Line, MSC Cruises, Marbella Cruises y Regent Seven Seas.

²³ <https://www.puertocartagena.com/es/servicios/motonaves>

Zonas de ocio

Por otro lado, la ciudad de Cartagena es uno de los principales puntos de referencia turísticos en Colombia y el Caribe, declarada por la Unesco como Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad. La ciudad amurallada, las calles empedradas, las fachadas coloridas hacen de la ciudad un memorial de la época Colonial, esto sin dejar de lado la riqueza cultural que posee. Restaurantes que ofrecen gastronomía típica colombiana e internacional, monumentos históricos, hoteles, actividades acuáticas y deportivas, cercanía a sitios tradicionales como Islas del Rosario, Barú, Playa Blanca y Cholón hacen de esta ciudad un referente del turismo internacional.

COLÓN 2000



Número Posiciones de atraque	2
Capacidad	N/A
Max LOA	La terminal tiene un calado máximo de 8.5 m en los muelles de cruceros

Fuente: Información pública y Google Earth

Infraestructura y zonas de ocio

El puerto de Colón tiene dos terminales, Colón 2.000 y Cristóbal. Está ubicado en la ciudad homónima, la segunda del país. La terminal comenzó sus operaciones en el 2.000, ampliando su capacidad en 2008 con la construcción del segundo puesto de atraque. En este segundo punto se desarrolló también una nueva terminal de pasajeros conocida como “Homeport”

La ciudad de Colón ha realizado actividades de restauración de centros culturales y atracciones turísticas a lo largo de los últimos años.

El puerto de cruceros de Colón y la Plaza Colón 2000, tienen una superficie combinada de en torno a 70.000 m² donde se ofrecen servicios típicos de terminal homeport y servicios comerciales. Actualmente se dispone de algunas tiendas tipo duty free, hoteles, restaurantes, casinos y zonas de alquiler de vehículos o parkings. Además, se está desarrollando en las inmediaciones de las dos terminales una zona comercial nueva que espera mejorar el nivel de servicio en relación con las compras y el entretenimiento de turistas y locales. El Puerto de Colón busca crear un icono para el turismo en la zona del Caribe que espera crear una zona de “Puerto Libre” para embarcaciones privadas. En el año 2016 se inauguró la zona destinada a lanchas comerciales, disponiendo de 12 espacios para embarcaciones de hasta 60 pies de eslora.

En el Puerto de Colón se ofrecen excursiones a cruceristas a zonas de interés como son la fortaleza de San Lorenzo, el bosque lluvioso, Barro Colorado, Parque nacional de Portobelo o las obras de ingeniería del canal. Además, durante los últimos años se ha tratado de promover el turismo en las zonas urbanas de Panamá con proyectos de restauración de centros históricos. La mayoría de los destinos fuera de la ciudad se encuentran a distancias de en torno a una hora.

Principales Clientes / Estructura vertical con Naviera

El puerto Colón 2000: Un gran número de cruceros recalán en Colón, principalmente las compañías de Holland America, Princess cruises, Royal Caribbean y Norwegian. Pullmantur operaba hasta julio 2021 como puerto base, junto con algunos otros itinerarios de Celebrity cruises, Norwegian CL y Princess. Royal Caribbean y Cruise West utilizaban el puerto como puerto base. Por su posición clave, es punto de parada de trayectos de larga duración de Costa Este- Costa Oeste Estados Unidos, Golfo de México y Norte de Estados Unidos a pacífico centroamericano y sudamericano. Suele estar en los *roundtrips* del caribe en los que se encuentra Limón como parada. Es homeport de cruceros de viaje hacia el pacífico de Sudamérica.

SAN BLAS ISLANDS



Número Posiciones de atraque	No aplica
Capacidad	No aplica
Max LOA	No aplica

Fuente: Google Earth

Infraestructura y zonas de ocio

Las islas de San Blas es un archipiélago con cerca de 370 islas y cayos de las cuales 49 son inhabitadas y otras ocupadas por los indígenas Kuna. El archipiélago de San Blas no cuenta con una infraestructura portuaria, las embarcaciones que pasan de visitan deben anclarse a una distancia significativa de la isla principal y movilizarse en botes. Debido a que muchas de las islas no son habitadas, las actividades de ocio más usuales corresponden a la visita de estas islas inhabitadas, hacer camping, conocer la cultura indígena Kuna y desarrollar actividades náuticas.

Principales Clientes / Estructura vertical con Naviera

No tiene una estructura integrada con ninguna naviera, pero recibe recaladas de un gran número de cruceros y embarcaciones de diferentes tamaños.

BELICE



Fuente: Google Earth

Infraestructura y zonas de ocio

El puerto de cruceros Belize City está ubicado en la ciudad homónima. Aunque en la propia ciudad existen pocas atracciones turísticas, hay un gran número de destinos a distancias entre 50 km y 130 km.

El principal atractivo de la terminal es la Tourism Village, propiedad de la empresa Feinstein Group, un conglomerado de empresas que promueve el desarrollo del país a través de proyectos inmobiliarios relacionados con los cruceros, resorts y turismo en general.

Desde esta terminal se pueden contratar servicios de excursiones que transportan al turista a un gran número de zonas. Se destacan las siguientes actividades:

- Actividades acuáticas y deportivas
- Visitas a reservas naturales, como el santuario de babuinos
- Visita a las reservas mayas
- Visitas a cuevas
- Visitas a museos o fábricas de productos artesanales

Se destaca que estas actividades turísticas están ofrecidas tanto por las compañías de cruceros como por operadores privados locales, algunos de ellos gestionados por el mismo grupo que gestiona la zona comercial. En general, todas las compañías de cruceros ofrecen entre 10 y 30 excursiones para realizar cuando se desembarca en Belize, la mayoría de ellas a través de embarcaciones de menor tamaño que trasladan a los cruceristas a playas y zonas de Belize.²⁴ La ciudad tiene una importante oferta cultural (Ruinas Mayas, ciudad de Belize, etc.), ecoturismo, actividades deportivas. Los cruceristas son transportados al centro de la ciudad mediante un servicio de embarcaciones rápidas.

Número Posiciones de atraque	1, pero la mayoría de los cruceros no atracan en el puerto, si no que fondean en la zona de Belize (2 millas desde la costa) y se transporta a los cruceristas con embarcaciones de menor tamaño que tardan 20 minutos en llegar a puerto
Capacidad	No aplica
Max LOA	No aplica

²⁴ <https://belizecruiseexcursions.com/> , <https://www.iqcruising.com/ports/caribbean/belize-city/overview-main-review-for-cruise-travelers-to-belize-city-port.html>

Principales Clientes / Estructura vertical con Naviera

No tiene una estructura integrada con ninguna naviera, pero recibe recaladas de un gran número de cruceros. Hace parte de la mayoría de roundtrips de corta duración (8 días o menos) de Miami y Tampa en el occidente del Caribe, así como de los viajes en los que Limón participa si el trayecto se conecta con el Caribe sur. Actualmente la misma empresa está desarrollando el proyecto de Port Coral o Stake Bank cruise port en las inmediaciones de la ciudad de Belice. Se trata de un complejo dedicado a cruceros parecido a Harvest Caye, el terminal privado de Norwegian CL ubicado al sur del país. Se podrán atracar simultáneamente cuatro cruceros y se dispondrá de todo tipo de servicios comerciales y turísticos para los cruceristas.

La nueva terminal tendrá un área de 100.000 m² y podrá albergar cruceros de hasta 311 m. En la propia isla se ha diseñado una marina con 60 puestos de atraque, alojamientos de hasta 80 habitaciones y parques de atracciones temáticos. Se preparará un servicio de interconexión regular con Belice y líneas que permitan a los cruceristas visitar los atractivos turísticos de Belice.

Puertos principales cercanos a Limón

Para el puerto de Limón, los puertos más importantes en materia de pasajeros son Cozumel, Roatán y Colón. Además, Limón compite con puertos como Cartagena y Colón en la captación de cruceros que transitan la zona. En el presente apartado se van a presentar las características de los puertos en la zona Oeste y Sur del Caribe. Es importante destacar, tal y como se ha indicado en el apartado de demanda que la captación de buques de cruceros depende de la duración del itinerario que estos ofrezcan. Limón no podrá captar los mismos cruceros que Cozumel o Roatán, ya que estos se encuentran muy próximos a las zonas de *homeports* más importantes. No obstante, sí que puede captar cruceros que actualmente recalén sólo en Panamá o en Cartagena, por lo que se va a profundizar en estas zonas principalmente.

TABLA 5.3. PUERTOS PRÓXIMOS A LIMÓN

Puerto	País	Descripción	Comparación Itinerarios tipo con Limón
Cozumel	México	San Miguel de Cozumel es la principal ciudad de la isla homónima, en el estado mexicano de Quintana Roo. Es el puerto más visitado del caribe oeste, y tiene una gran importancia para los viajes "round trip" de corta duración. Es visitado principalmente por cruceristas de Estados Unidos. Presta todo tipo de ofertas relacionadas con actividades culturales, actividades marítimas y también compras en la terminal. El puerto tiene tres terminales o puntos de atraque para cruceros.	Hace parte de la mayoría de roundtrips de corta duración de Miami y Tampa en el occidente del Caribe. Incluye trayectos de ida y vuelta de unos 4 días. Debido a su proximidad a las zonas de origen principales se tienen cruceros durante todo el año, aunque con una estacionalidad muy marcada. Suele participar en los viajes en los que Limón participa si el trayecto se conecta con el Caribe sur.
Costa Maya	México	Es el primer puerto del Oeste del Caribe que se ha establecido para la industria de cruceros. Se ubica en Mahahual, al sur de la península de Yucatán, ideal para el turismo cultural y ecológico. La parada es utilizada por turistas	Tiene un posicionamiento muy similar al de Cozumel. La recalada en uno u otro está fuertemente asociada con las compañías de cruceros.



		para la visita de playas, ruinas mayas y deportes marítimos. El puerto cuenta con 3 puertos de atraque grandes y uno pequeño, permitiendo LOA de 362m.	
Roatán	Honduras	Roatán es una isla centrada en el sector del turismo. Consta de 2 puertos de cruceros operados: Mahogany y Coxen Hole. Mahogany Bay es una terminal exclusiva de Carnival Corporation. Coxen Hole es la terminal ubicada en la capital de la isla y se trata del puerto original de la zona, donde recalán principalmente buques de Royal Caribbean y Norwegian CL.	Hace parte de la mayoría de roundtrips de corta duración (8 días o menos) de Miami y Tampa en el occidente del Caribe, así como de los viajes en los que Limón participa si el trayecto se conecta con el Caribe sur.

Fuente: Moffatt & Nichol con base en información pública

En el presente apartado no se ha incluido una proyección de la oferta de puestos de atraque o puertos de cruceros en la zona de influencia al considerarse esta poco relevante para el posicionamiento de Limón. La realidad del sector de cruceros es que la capacidad limitante está determinada por las embarcaciones de cruceros y por el número de itinerarios que se destinan a cada zona. Los principales destinos adaptan su infraestructura para permitir a las nuevas embarcaciones recalar en sus terminales, pero también se han visto operaciones en fondeaderos para permitir a los cruceros recalar en zonas donde la infraestructura o las condiciones de navegación son limitantes.

Otros aspectos relevantes en cuanto oferta

En el apartado de demanda se ha indicado el nuevo puerto de Armador (Panamá) entre los terminales de cruceros que pueden influenciar en el mercado potencial de Limón. Panamá Cruise Terminal es un nuevo terminal de cruceros desarrollado por la Autoridad Marítima de Panamá y que entro en operación a finales de 2021. Su primera operación se realizó con éxito con el crucero Viking Star de la compañía Viking Cruises. El objetivo principal del puerto es servir como puerto homeport al mercado del pacifico, pero como bien se ha indicado en la sección de demanda, su posicionamiento como homeport podría llegar a traer un volumen adicional de pasajeros a Limón en caso de tener éxito.

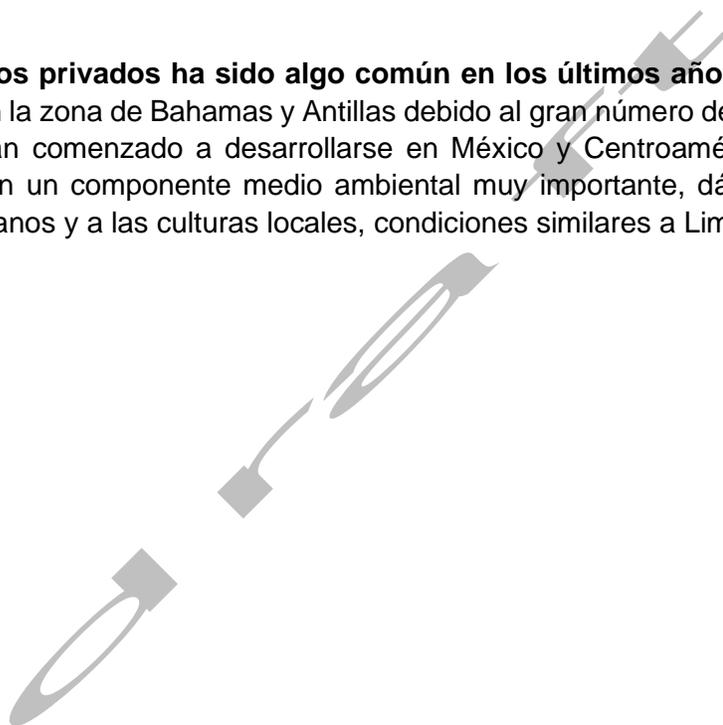
El terminal se ha desarrollado con un presupuesto de 165 millones de dólares y cuenta con un muelle único que permite hasta dos posiciones de atraque simultaneas. Consta de tres edificios. El edificio principal con forma de “v” funciona para el tránsito de personas, control de seguridad y embarque/desembarque. Tiene una superficie de en torno a 5,500 m² y dos plantas. Además, se dispone de un edificio de instalaciones y un edificio de conexión con 2370 m² y 960 m² respectivamente.

El crucero de diseño utilizado fue una embarcación de 360 m de eslora y 47 m de manda, similar al crucero “Oasis of the Seas”.

5.1.2. PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LA EVOLUCIÓN DE LA OFERTA EN EL SECTOR DE CRUCEROS

La expansión de los destinos del Caribe Occidental y el apoyo a los puertos base ayudarán a avanzar en el crecimiento. El Caribe Occidental da la bienvenida a entorno el 20 % al 30 % del despliegue en el Caribe, por detrás de zonas como Bahamas y el Caribe Oriental. Una razón para esto es el número limitado de destinos disponibles. En el caso de Belice y las Islas Caimán, las instalaciones carecen de muelles fijos para dar la bienvenida a los buques más grandes de la industria (más de 5.000 pasajeros). Ya se están realizando mejoras para ampliar las instalaciones en Roatán y Belice para ayudar a aumentar la disponibilidad de atraques. Se proponen amarres fijos adicionales en Belice y Caimán, aunque los esfuerzos en este último destino están estancados ante la resistencia de la comunidad. También se anticipan mejoras para Cozumel y otros destinos de México. La apertura de Cuba eventualmente también ampliará la oferta del Caribe Occidental. En conclusión, el crecimiento del Caribe Occidental ayudará a Limón.

El desarrollo de destinos privados ha sido algo común en los últimos años. Estos desarrollos han estado más presentes en la zona de Bahamas y Antillas debido al gran número de islas de menor tamaño, no obstante, también han comenzado a desarrollarse en México y Centroamérica. La mayoría de los últimos desarrollos tienen un componente medio ambiental muy importante, dándole importancia a los atractivos naturales cercanos y a las culturas locales, condiciones similares a Limón.



5.2. MARINAS

La oferta actual de Marinas en el Caribe Costarricense no se ha desarrollado aún, frente a lo cual el desarrollo de la Marina en Limón permite la apertura de oportunidades comerciales, turísticas y económicas que permitirán el desarrollo no sólo de la ciudad sino de la Provincia en general por las potenciales oportunidades que se puedan desprender de allí. En ese sentido, para efectos de la guía de MIDEPLAN, es importante aclarar que no existe una oferta desarrollada en Costa Rica.

La oferta de marinas en la región centroamericana de Costa Rica y Panamá se concentra en la costa del Pacífico. En la costa caribeña existen una serie de marinas en la zona de Bocas del Toro (Panamá), las marinas de la zona de Colón (Panamá) y unos posibles desarrollos en Costa Rica. Sin embargo, la posición más representativa del mercado de yates se encuentra en Florida, seguida por República Dominicana y Bahamas. Por otro lado, la zona del Pacífico tiene una alta densidad de Marinas en la zona cercana a ciudad de Panamá y a lo largo de toda la costa costarricense. Además, existen posibles marinas en fase de estudio en las regiones occidentales y centrales.

FIGURA 5.2. UBICACIÓN DE MARINAS EN COSTA RICA Y PANAMÁ



En este sentido, es importante mencionar que el 70 % del mercado de marinas en el pacífico está relacionado con la actividad de pesca deportiva (Fuente: F3 Marina). En ese sentido, los dueños de embarcaciones buscan cada día nuevos destinos que les permita el acomodo de sus botes (cada vez más grandes), el acceso a buenos puntos de pesca y a atractivos turísticos más completos. El crecimiento del mercado mundial de yates, especialmente en yates de gran tamaño que son los que presentan el mayor porcentaje de crecimiento, ha producido un cambio en el diseño de las marinas y presenta una oportunidad para los nuevos proyectos, ya que serán estos los que estén en capacidad de atender y albergar dichas embarcaciones.

Actualmente la gran mayoría de los nuevos proyectos de Marinas han modificado sus configuraciones de amarres para incursionar en el mercado de mega yates y para poder atraer a los clientes a todo nivel.

TABLA 5.4. CARACTERÍSTICAS DE MARINAS EN EL ÁREA DE INFLUENCIA

Nombre de la Marina	País	Costa	Ciudad/ Localización	Amarr es	Max LOA (eslora)
Bocas Yacht Club and Marina	Panamá	Caribbean	Bocas del toro	100	120 pies
Careening Cay Resort and Marina	Panamá	Caribbean	Bocas del toro	40	110 pies
Shelter Bay Panamá	Panamá	Caribbean	Colon	194	245 pies
IGY Red Frog	Panamá	Caribbean	Bocas del toro	95	90 m (~300 pies)
Linton Bay	Panamá	Caribbean	Colon	80	100 pies
The Royal Jamaica Yacht Club	Jamaica	Caribbean	Kingston	120	50 pies
Banana Bay Marina	Costa Rica	Pacífica	Golfito	14	120 pies
Los Sueños Resort and Marina	Costa Rica	Pacífica	Herradura	232	180 pies
Bahía Golfito	Costa Rica	Pacífica	Golfito	45	350 pies
Flamingo Marina	Costa Rica	Pacífica	Flamingo	184	120 pies
Marina Papagayo	Costa Rica	Pacífica	Liberia	180	240 pies
Pez Vela	Costa Rica	Pacífica	Quepos	195	200 pies
Flamenco Marina	Panamá	Pacífica	Flamenco Island	237	210 pies
Vista Mar Marina	Panamá	Pacífica	San Carlos	200	350 pies
Buenaventura Marina and Resort	Panamá	Pacífica	Rio Hato	60	60 pies

En América Central es posible encontrar un número total de amarres que oscila entre 1.700 y 2.000, el 40 % de las embarcaciones/los amarres son menores o iguales a 39 pies, un 40 % de las embarcaciones/los muelles tienen entre 39 pies y 65 pies y el 20 % de las embarcaciones / muelles faltantes son mayores de 65 pies.

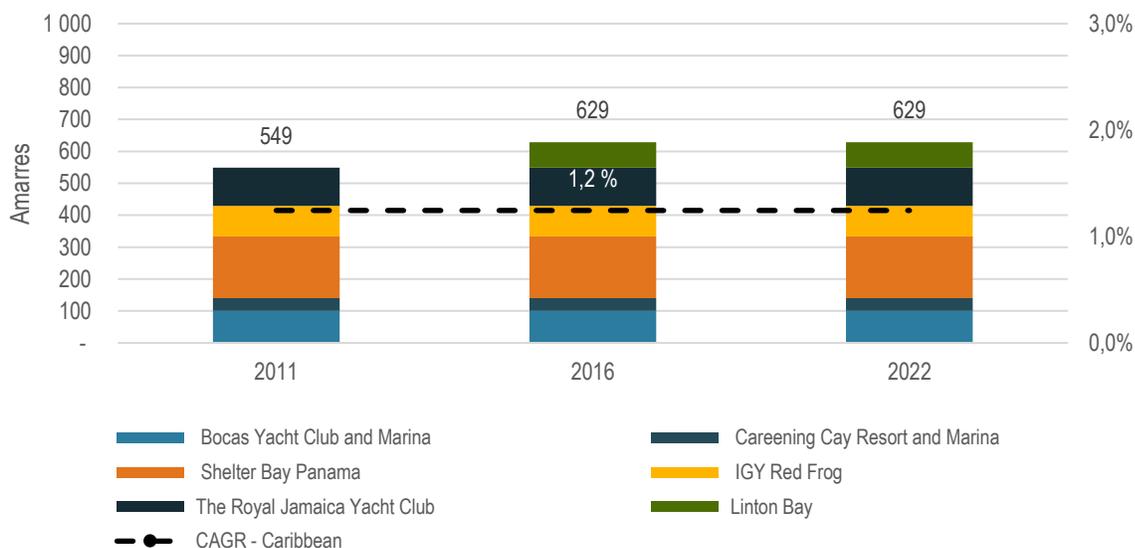
La metodología MIDEPLAN indica la necesidad de estudiar la evolución histórica de la oferta para el servicio estudiado. En el caso de las marinas, la oferta viene determinada por el número de amarres que se ofrecen en el mercado. Es complejo cuantificar la evolución de amarres por año ya que no existe un base de datos exhaustivo, no obstante, se puede identificar que en los últimos 5-10 años se han completado muchos proyectos en la zona del Caribe y en el pacífico costarricense.

TABLA 5.5. EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE OFERTA DE MARINAS EN LA ZONA DE INFLUENCIA

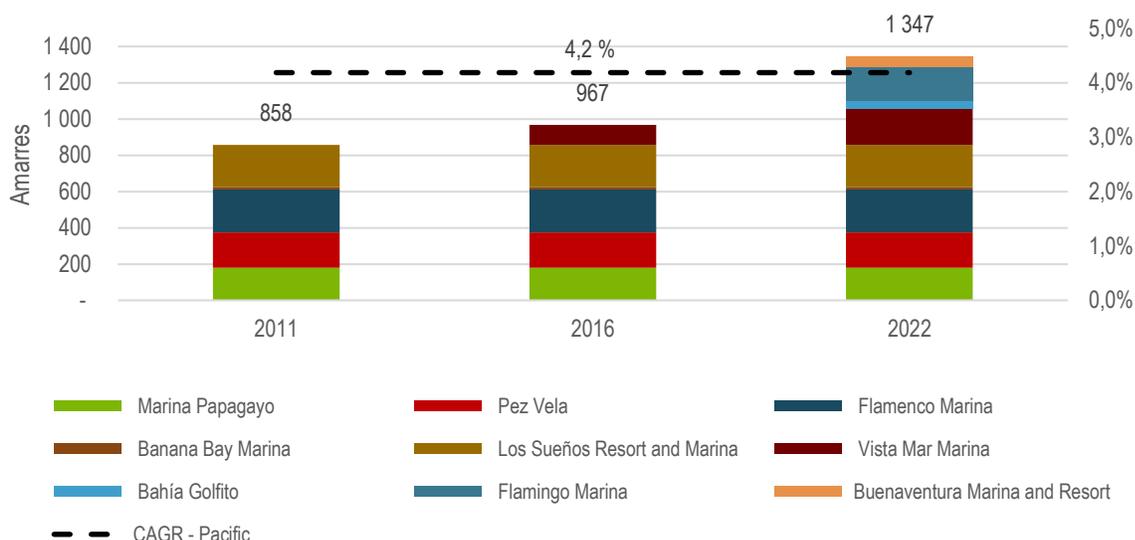
Zona	Principales marinas	Descripción
Pacífico	Marina Pez Vela y Golfito	Como ya es sabido, la zona del pacífico de Costa Rica es ya un destino bien establecido entre los navegantes. En los últimos 5-10 años se han desarrollado dos marinas que han añadido en torno a 240 amarres al mercado. También se encuentra en desarrollo el complejo Crocodile Bay de Puerto Jiménez (Puntarenas), en el cual se vende el concepto del ecoturismo y la pesca.
Caribe Este	Bermuda, San Cristóbal y Nieves, Bahamas y Florida	Es el mercado principal del caribe por excelencia. En los últimos años se han desarrollado marinas como: Cristopher Harbour en Nieves, Caroline Bay en Bermuda y hay un gran número de proyectos en marcha para continuar añadiendo capacidad a la zona. Christopher Harbour se desarrolló en una zona donde las embarcaciones solían fondear, pero en la cual no existía una marina para mega yates. Proyectos como Hurricane Hole (Bahamas) buscan acomodar embarcaciones de hasta 420 ft
Caribe Oeste	Linton Bay	Desarrollada entre 2014 y 2015, la marina de Linton Bay añadió 80 amarres al mercado en una zona donde las embarcaciones ya fondeaban.

Como lo muestra las siguientes gráficas, en la última década se han generado desarrollos tanto en la costa pacífica como en la zona del caribe próxima a Costa Rica, presentando crecimientos anuales compuestos entre el 2 % y 6 % anual para el número de amarres. Los principales servicios o amenities ofrecidos por las marinas en la región se encuentran resumidos en la siguiente tabla.

FIGURA 5.3. HISTÓRICO DE OFERTA DE AMARRES Y MARINAS EN (A) ZONA CARIBE (B) PACÍFICO DE PANAMÁ Y COSTA RICA



(A)



(B)

Fuente: Información pública de marinas

TABLA 5.6. CARACTERÍSTICAS DE LAS MARINAS EN LA ZONA DE INFLUENCIA DE LIMÓN

País	Marina	Amarres	Servicios (Gas, Energía, Agua, Internet)	Amenities			
				Alojamiento /Hoteles	Guía Turística	Deportes	Mantenimiento
Panamá-Caribe	Bocas Yacht Club and marina	100	X				X
Panamá-Caribe	Careening Cay Marina	40	X	X	X		X
Panamá-Caribe	Shelter Bay Marina	194	X	X	X	X	X
Panamá-Caribe	Red Frog Marina	95	X	X	X		
Panamá-Caribe	Linton Bay	80	X			X	X
Nicaragua-Caribe	Roatán Marina & Resort	18	X	X	X	X	
Colombia-Caribe	Cartagena	180	X		X	X	X

Fuente: Información pública de marinas

En general, las marinas tienen la particularidad de ser puntos de reunión de navegantes que requieren de un portafolio de servicios que les permitan continuar con sus actividades de navegación, acceder a servicios básicos y dependiendo del tipo de usuario, desarrollar actividades de ocio y turismo. Debido a la naturaleza de este mercado, es importante tener presente también la presencia de fondeaderos que

resultan puntos de referencia para los navegantes. De hecho, la Marina de Linton Bay proviene del crecimiento de la demanda de una zona de fondeo en el cual los mismos navegantes incentivaron a los dueños del terreno a construir la Marina. Linton Bay se ha estado desarrollando en un plan maestro de 5 etapas en el cual se encuentran progresando en la segunda etapa debido a que era fondeadero para los navegantes de trayectos Cartagena - Colón – San Blas - Linton Bay.

De hecho, en conversaciones de M&N con propietarios de la Marina se considera a Limón como una parada adicional de gran potencial para el tipo de usuario de los fondeaderos por las características ecoturísticas de la zona que resultan similares a las de Linton Bay que en conjunto con San Andrés y Providencia pueden convertirse en un recorrido interesante para el navegante. Antes de la pandemia de la Covid-19, el club de yates y pesca de Cartagena organizó una serie de regatas anuales para veleros con el siguiente itinerario: Cartagena – Cayo Serrana – San Andrés – Providencia – Portobello (Panamá) – Linton Bay – San Blas – Cartagena.

Viendo la relevancia de los fondeaderos en el desarrollo de las rutas de navegación de veleros y yates, a continuación, se presenta las posiciones de algunos puntos relevantes en las rutas de navegación de interés del Caribe.

TABLA 5.7. ZONAS DE FONDEO DEL CARIBE

Zona de Fondeo	País	Área del Caribe
Klein Bonaire	Bonaire	Sur
Sandy Island	Anguilla	Este
Tobago Marine Park	Trinidad y Tobago	Sur
Petite St. Vincent	The Grenadines	San Vicente y las Granadinas
B-Line Bar,	Islas Vírgenes Británicas	Este
The Baths	Islas Vírgenes Británicas	Este
Harbour Island	Bahamas	Este/Norte
Pine Cay	Islas Turcas y Caicos	Este
Inganess Bay Wreck	Islas Vírgenes Británicas	Este
Isla Canoua	Granadinas	Este
Restaurante Aquearium	Antigua	Este
Punta Uva	Costa Rica	Oeste
Johnny Cay	Colombia	Oeste/Sur
Archipiélago de San Blas	Panamá	Sur
Cholón, Islas del Rosario y Tayrona	Colombia	Sur

Adicionalmente, es importante mostrar como referencia algunas de las marinas fuera de la influencia de Limón que son de gran relevancia en Costa Rica. En ese sentido, es claro que las marinas de la costa pacífica de Costa Rica son reconocidas por su uso para la pesca deportiva y desarrollo de actividades de ocio y turismo. En la siguiente tabla se presentan los principales *amenities* que presentan algunas de las más destacadas de la zona.

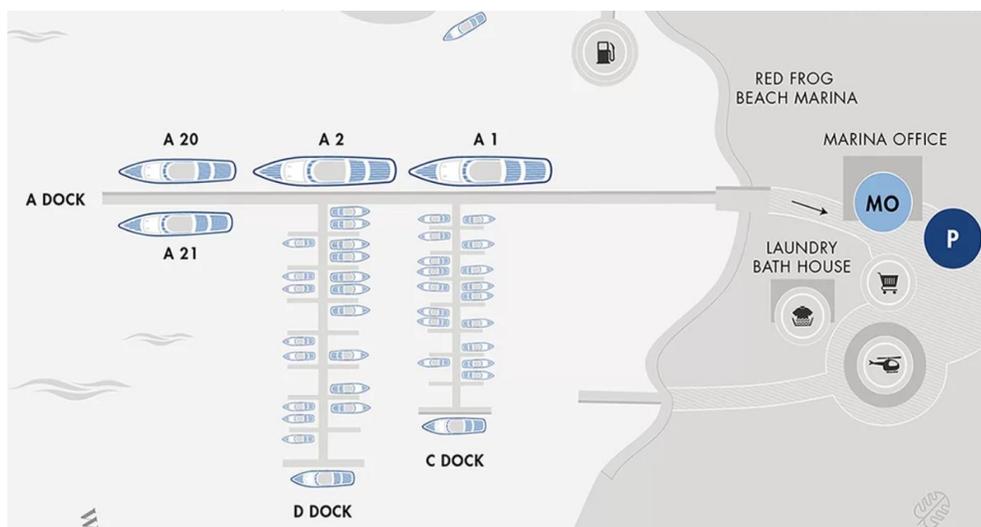
TABLA 5.8. CARACTERÍSTICAS DE LAS MARINAS EN LA COSTA PACÍFICO DE COSTA RICA

Marina	Utilización	Amarres	Servicios y comodidades				
			Servicios (Electricidad, Gas, Agua, Internet)	Alojamiento /Hotel	Seguridad	Tiendas	Mantenimiento
Golfito	-	45	X	X	24h	X	
Pez Vela	65 %	195	X	X	24h	X	X
Los Sueños	+90 %	200	X	X	X	X	X
Papagayo	-	180	X	X	24h	X	X
Flamingo	65 % 25	175	X	X	24h	X	X

5.2.1. ANÁLISIS DE MARINA REPRESENTATIVA

Las marinas pueden organizar la distribución de sus amarres para la demanda de atraques de botes y mega yates para las diferentes temporadas del año de diferentes maneras. Pensando en brindar a la marina de Limón un punto de referencia para la estimación del número de slips, se ha considerado la marina de Red Frog de Panamá como una marina de referencia para la determinación de algunos indicadores en cuanto a tamaños, números de amarres y demandas potenciales. La cercanía de esta marina con Limón y la configuración de la marina, son las razones principales para considerar el análisis detallado de Red Frog, ya que pueden tener cuotas de mercado en el caribe relativamente similares.

FIGURA 5.4. LAYOUT MARINA RED FROG – PANAMÁ



²⁵ Aún no ha iniciado funciones, pero tiene instalado el 65 % de los primeros 90 amarres que entrarán en operación

Fuente: IGY Marinas

FIGURA 5.5. UBICACIÓN MARINA RED FROG



Fuente: Google Earth

La Marina Red Frog se encuentra en Bocas del Toro Panamá. Es una marina que cuenta con un total de 95 amarres donde 12 de ellos son usados para mega yates mientras que los 83 restantes son usados para botes de menor tamaño. En ese sentido, esta marina tiene una ratio de un slip de mega yates por cada 7 slips para botes de menor tamaño. Considerando de la sección de demanda presentada anteriormente, que Costa Rica puede manejar tasas de ocupación del 65 % de forma conservadora, estas relaciones permiten estimar un número de amarres ocupados aproximado tanto para mega yates como para botes de menor tamaño. Esto se verá más adelante en la sección de estimación de potencial de mercados para el análisis de la demanda proyectada.

Esta marina cuenta con distintos tipos de servicios y de ocio: Servicios de abastecimiento de combustible, aprovisionamiento, reparación y mantenimiento de buques, restaurantes, acceso a playa privada, conectividad, lavandería, entre otros que generan un gran atractivo para sus visitantes. Limón al ser parte de un posible punto del itinerario de los navegantes que visitan Red Frog, puede tener como referencia el de esta marina para el potencial número de amarres, agregando los puntos positivos adicionales que podría tener Limón y considerando las tipologías de usuario que se pueden generar allí.

5.2.2. REQUERIMIENTOS PARA LA OFERTA COMO MARINA HOMEPORT

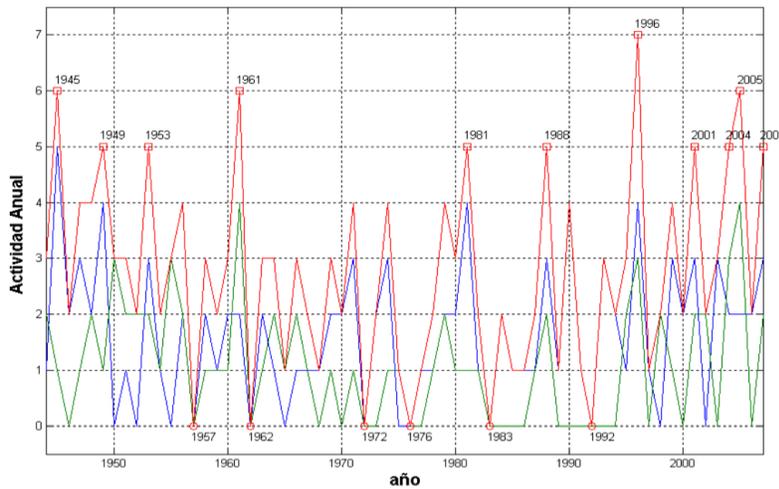
Las marinas pueden desarrollar diferentes tipos de servicios dependiendo del tipo de usuario que predomine en sus instalaciones. Existen factores clave como la ubicación, los *amenities*, el portafolio de tarifas y los puntos turísticos de referencia que permiten perfilar la vocación principal de la marina. En el caso del caribe, es usual que las marinas utilizadas como homeport por los navegantes de la zona reúnan los siguientes rasgos.

En el Caribe, los usuarios de marinas ubican sus mega yates considerando la estacionalidad de la temporada de huracanes con su trayectoria correspondiente. La Figura 5.6 muestra la frecuencia anual de ciclones tropicales en el Mar Caribe, de acuerdo con la base de datos HURDAT, entre 1944 y el 2007.

La línea verde representa la ocurrencia de ciclones tropicales menores, es decir, tormentas tropicales y huracanes cuya categoría máxima no fue superior a tres. La línea azul son los huracanes que alcanzaron una categoría superior a tres y la línea roja es la suma de las anteriores. Se resaltan los once años de

mayor actividad y los seis años con cero actividades. Es importante aclarar que los huracanes de categoría mayor o igual a 3 se les denominan mayores y cuentan con un alto poder destructivo.

FIGURA 5.6. ACTIVIDAD ANUAL DE CICLONES TROPICALES EN EL CARIBE

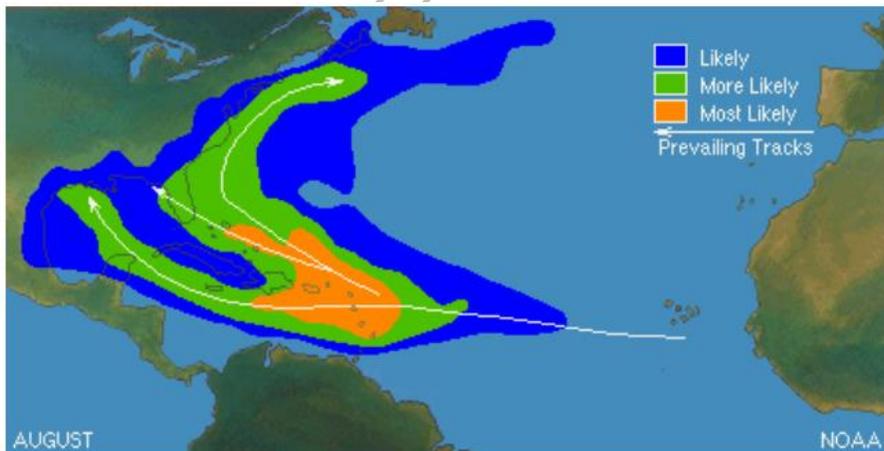


Históricamente, Costa Rica no se ha encontrado dentro de las trayectorias principales de huracanes propios del cinturón de Huracanes cuyas trayectorias se muestran en la Figura 5.6. Sin embargo, es importante mencionar que la afectación por cercanía de los ciclones categoría 2 ha sido importante por fenómenos como inundaciones, deslizamientos y otros daños. Considerando lo anterior, marinas como las de Panamá en el Caribe resultan de gran atractivo por encontrarse fuera del cinturón de huracanes.

Fuente: HURDAT

En el caso del Caribe de Costa Rica, existen una oportunidad de ser un punto de referencia, por no estar en la trayectoria de los ciclones de categoría mayores, y de establecerse como otro punto de referencia de homeport por sus características geográficas.

FIGURA 5.7. CINTURÓN DE HURACANES



Tropical Cyclone Climatology

La tipología de servicios y el portafolio de tarifas en las marinas son elementos clave de la caracterización de la vocación que puede tener una marina. Las marinas homeport tienen una tendencia a ofrecer servicios de manejo de las embarcaciones asequibles para los navegantes mientras que los transeúntes manejan una tendencia de servicios que pueden estar enfocados al turismo y al desarrollo de actividades de ocio.

Fuente: NOAA

FIGURA 5.8. CARACTERIZACIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIOS EN MARINAS HOMEPORT Y DE TRANSEUNTES

Homeport	Transeúnte
<ul style="list-style-type: none"> • Servicios de almacenamiento en seco y mojado con tarifas bajas para estancias prolongadas. • Servicios de mantenimiento económicos. • Ubicación geográfica central, cercana a zonas de residencia, aeropuertos, centros turísticos, spots o fondeaderos. • Pueden tener un club central para navegantes, pero pueden no disponer de tantos servicios adicionales a turistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Marinas de enfoque turístico. Tarifas altas para uso de slips para estancias cortas. • Ubicadas en puntos de alta demanda de turismo o inhóspitos (Ej: Linton Bay o Limón). • No necesariamente se encuentran servicios de mantenimiento o de Haul in/out. • Se presentan amenities para el ocio en la marina. • Pueden presentarse amenities básicos para sitios de ecoturismo (Ej: Linton Bay) o de alto nivel (Ej: Red Frog) • Pueden desarrollarse junto a hoteles

Fuente: M&N

Se debe destacar que no se ha evaluado la evolución histórica de la oferta en la zona de influencia de Limón porque no existe hasta la fecha otra marina en la zona del Caribe Costarricense. M&N ha descrito como ha sido la evolución de distintos proyectos en la región, pero sin cuantificar exactamente el número de amarres en la zona. Finalmente, la metodología MIDEPLAN indica la necesidad de cuantificar la demanda insatisfecha del proyecto. En este caso, más que una demanda insatisfecha, el no desarrollo del proyecto privaría a Costa Rica de participar en un mercado creciente. Al no haber una marina en la actualidad, el no desarrollo del proyecto implicaría que se seguiría sin dar servicio a ninguna demanda turística de embarcaciones privadas en la zona.

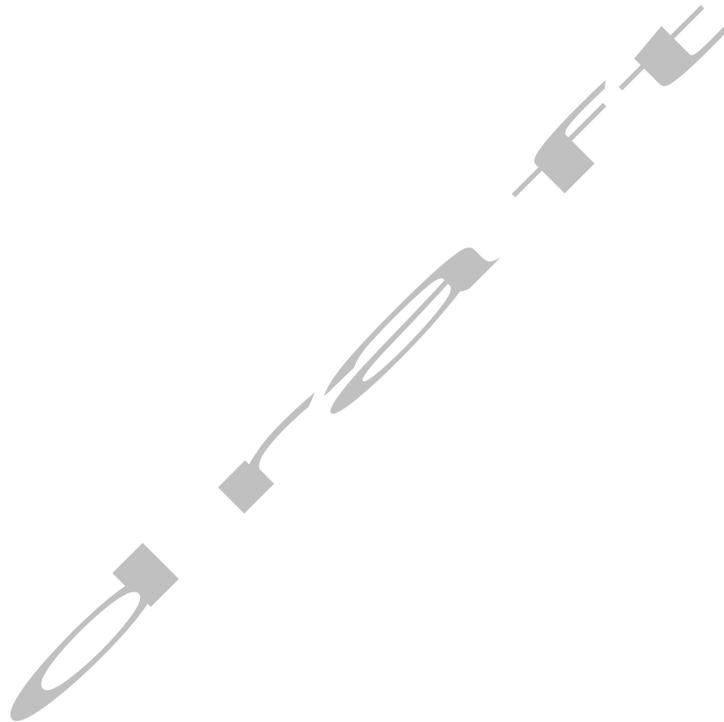
5.2.3. PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LA OFERTA EN EL SECTOR DE LAS MARINAS

Las marinas en la zona caribe de Centroamérica son de menor tamaño que las de la costa pacífica. Mientras que las marinas ubicadas en la costa pacífico de Panamá y Costa Rica suelen cubrir todo tipo de servicios, en la zona caribe algunas no ofrecen servicios de alojamiento, mantenimiento, guías turísticas, etc.

Debido a las restricciones medioambientales de Costa Rica, la zona de Limón se presenta como la única alternativa para desarrollar una marina próxima a todos los destinos turísticos de la zona.

Costa Rica se ubica fuera de las zonas con mayor ocurrencia de huracanes mayores del caribe, algo que puede favorecer mucho a la hora de ofertar amarres para larga estancia, servicios de almacenamiento en seco o servicios de mantenimiento durante temporada baja. En este sentido, se ve un

potencial a medio plazo para que usuarios interesados en el Mar Caribe dejen su embarcación en Costa Rica durante la temporada baja y vuelen directamente al país en caso de querer navegar. Este tipo de sistema existe en otras regiones del Caribe bien comunicadas.



6. DEMANDA INSATISFECHA (POTENCIAL) DEL PROYECTO

La demanda insatisfecha (potencial) es definida como la diferencia entre la cantidad demandada por los consumidores y la cantidad ofrecida por los competidores de un proyecto en específico. En el presente apartado se compara la demanda analizada en los capítulos 4 y 5 del presente estudio.

6.1. CRUCEROS

El terminal de cruceros de Limón maneja actualmente una operación que no supera el 15 % de su capacidad al año. En el caso de no desarrollarse el proyecto, es posible que la demanda aumente con una tasa de crecimiento orgánico, la cual puede ser cubierta con la infraestructura marítima actual²⁶. Algunos aspectos, independientes al proyecto de Limón como el nuevo homeport en Panamá puede llevar a que se generen nuevos itinerarios para Limón. Sin embargo, las implicaciones del proyecto en Panamá no son todavía lo suficientemente certeras para Limón.

Considerando los elementos mencionados anteriormente, podría pensarse que la terminal de cruceros no tiene una demanda insatisfecha en lo que se refiere a capacidad, ya que la infraestructura puede utilizarse para la demanda futura.

Actualmente el terminal cuenta con 2 posiciones de atraque operativas, una en el muelle Alemán y otra en el muelle de cruceros. No obstante, el proyecto contempla una mejora de la infraestructura marítima y la posibilidad de aumentar hasta llegar a 4 atraques en función de la evolución de la demanda. Es posible que con los escenarios de demanda planteados se alcancen tasas de ocupación inferiores a 75 % contando únicamente con la infraestructura para 3 posiciones de atraque. Lo expuesto, no significa que el proyecto no sea necesario, ya que se basa en ampliar la gama de servicios adicionales ofrecidos al crucerista, más allá de los servicios marítimos de embarque y desembarque que actualmente se desarrollan. La puesta en marcha de estos servicios se considera clave para fortalecer el posicionamiento de Limón como destino de cruceros, siendo uno de los motores de crecimiento en las proyecciones de pasajeros presentadas en el estudio.

En ese sentido, hay una demanda insatisfecha de servicios para los pasajeros actuales. Esta demanda supone una fuente generadora de ingresos, así como de empleos directos e indirectos. La siguiente tabla presenta los principales servicios frecuentemente prestados en un terminal de cruceros y que, como se ha indicado previamente, no se prestan en el terminal de Limón en la actualidad.

TABLA 6.1. PRINCIPALES SERVICIOS ACTUALES Y FUTUROS EN LA TERMINAL

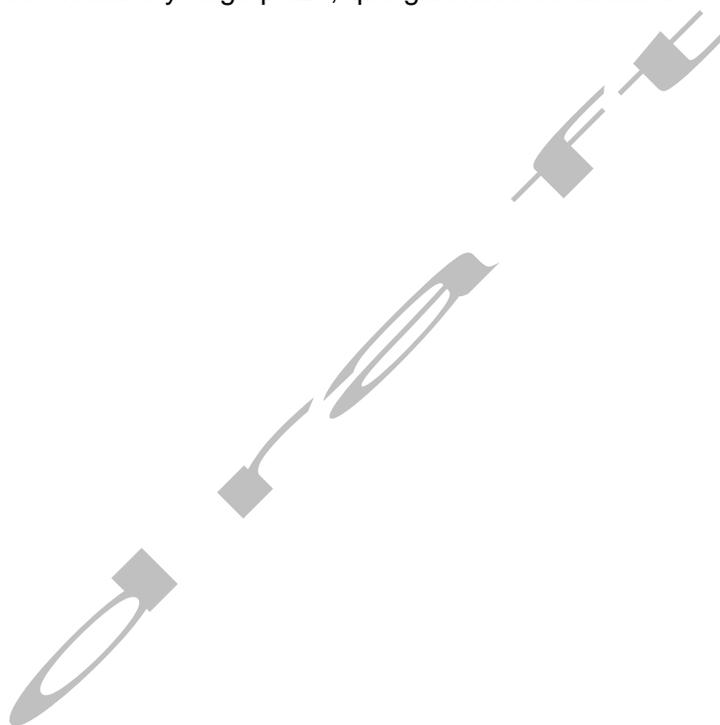
Servicios	Alojamiento	Áreas recreativas	Zonas comerciales	Excursiones marítimas	Espacios abiertos de ocio	Áreas de abastecimiento
Actual	-	-	-	-	-	-
Futuro	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido	Incluido

²⁶ El estudio de mercado y los escenarios de proyección planteados por M&N se han basado en que el proyecto sí se ejecuta, no se ha realizado una proyección sin dicho proyecto.

6.2. MARINAS

En el caso de la marina, la demanda caracterizada en el capítulo 4 puntualiza los usuarios tipo Homeport, transeúnte, de megayates y los consumidores de servicios turísticos a cruceristas que permitirán constituir la operación de la marina.

Del lado de la oferta, es claro que en la costa caribe de Costa Rica no existe una oferta desarrollada ya que no existen marinas en la zona. En consecuencia, la demanda insatisfecha o potencial definida como la diferencia entre la demanda y la oferta, conlleva a que en este caso particular, a que la demanda caracterizada en el mencionado capítulo 4 sea la misma a la demanda insatisfecha, en especial a la demanda conformada por visitantes transeúntes, a los mega yates y a los consumidores de servicios turísticos. La demanda tipo Homeport dependerá de la ejecución de proyectos inmobiliarios que permitan consolidar una demanda de mediano y largo plazo, que garantice estabilidad en ingresos a la marina.



7. DOFA Y RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS PARA EL PROYECTO

El análisis DOFA es un acrónimo de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas y es un método de planificación utilizado para evaluar esos cuatro elementos. Esta herramienta de planificación es útil para ayudar a comprender el ajuste estratégico general de Limón como destino de cruceros e informar la preparación de supuestos y apoyo cualitativo para los pronósticos y recomendaciones de rendimiento de cruceros.

Las fortalezas son características de Limón y las instalaciones de cruceros planificadas del proyecto que le dan una ventaja competitiva sobre otros. Las debilidades son elementos que colocan al destino en desventaja. Las oportunidades son aquellos elementos en el entorno que Limón, JAPDEVA y otros podrían explotar a su favor. Las amenazas son aquellos elementos que podrían plantear desafíos para el destino. Las fortalezas y debilidades son internas al destino; las oportunidades y amenazas son externas. Por ejemplo, una oportunidad para Limón podría ser una idea que vale la pena perseguir porque tiene el potencial de atraer tráfico adicional de cruceros en el puerto de escala. Las amenazas, por otro lado, son circunstancias o tendencias que podrían erosionar la posición competitiva de Limón.

7.1. MERCADO DE CRUCEROS

El siguiente análisis DOFA para Limón y las instalaciones de cruceros planificadas del proyecto se construyó a partir del análisis presentado en las secciones anteriores, así como la información recopilada de publicaciones comerciales de la industria, entrevistas con líneas de cruceros y usuarios, visitas al sitio y otras fuentes. También se obtuvieron ideas de trabajos de viabilidad previamente realizados bajo el esfuerzo de Planificación Maestra del Puerto de Limón. Los elementos que son específicos de 'Limón' o 'Proyecto' se mencionan en la siguiente tabla.

TABLA 7.1. ANÁLISIS DOFA PARA ACTIVIDADES DE CRUCEROS EN LIMÓN

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Limón se encuentra fuera de los itinerarios principales de 7 días desde los puertos base del sur de la Florida y Texas, lo que limita el potencial de tráfico a los buques desplegados en cruceros de más de 10 días y actividades de reposicionamiento a través del Canal de Panamá. - La falta de destinos entre Roatán / Honduras y Limón crea un tiempo significativo 'un mar' y / o aumenta la necesidad de que las líneas aumenten la velocidad (combustible de salmuera) para hacer los objetivos deseados de velocidad-distancia. - El tiempo de conducción desde San José y los hoteles relacionados y el transporte aéreo programado reduce significativamente la conveniencia de Limón como puerto base para la mayoría de los operadores de embarcaciones / líneas de cruceros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se espera que el crecimiento de la industria de cruceros continúe a nivel mundial y caribeño, creando oportunidades para la región y Limón. - La inversión continua en la infraestructura de viajes y ocio de Costa Rica y Limón trae consigo a los consumidores y la exposición al mercado de las actividades de cruceros regionales. - Las nuevas instalaciones del puerto base en Panamá (Fort Amador) y el importante puente aéreo (Copa) prestan a esta ubicación un mejor conductor del tráfico de cruceros a las costas este y oeste de Costa Rica, y específicamente a Limón - La asociación estratégica con una línea de cruceros y operadores de terminales puede reducir el riesgo del proyecto, al bloquear el rendimiento y la ayuda de buques y pasajeros.



- El costo de la infraestructura de cruceros en el agua y en tierra, puede crear la necesidad de una estructura de tarifas portuarias (mucho) más alta en comparación con las instalaciones existentes, que podrían desincentivar las escalas de cruceros.

- Capacidad para crear experiencias únicas y personalizadas para cruceros y otros huéspedes debido a la disponibilidad de terrenos, esencialmente una pizarra limpia para los inversores del sitio y las líneas de cruceros. Las experiencias personalizables de los huéspedes están en línea con el deseo continuo de crear experiencias privadas y personalizadas.

Fortalezas

Amenazas

- Más de 10 años de experiencia consagrada recibiendo a pasajeros de cruceros y embarcaciones
- Posición fuerte para dar la bienvenida a cruceros de reposicionamiento ().
- Transitabilidad desde el puerto hasta la ciudad de Limón junto con diversidad de excursiones en tierra de alto valor y áreas naturales muy cercanas.
- Alto nivel de conciencia del consumidor de Costa Rica como destino de viajes y ocio.
- El crecimiento de la población y los ingresos discrecionales en Costa Rica crean oportunidades para una pequeña cantidad de actividades importantes (dando la bienvenida a 300 a 400 huéspedes para comenzar / finalizar su crucero en Limón).
- Facilidad de acceso a las mejores planificadas, incluidas las compras, alimentos y bebidas, y otros elementos (Proyecto).
- Nuevas instalaciones modernas y de última generación para el atraque de cruceros y destino.

- Los problemas relacionados con COVID-19 pueden impedir el crecimiento del mercado a corto plazo.
- Los precios más altos del combustible tienden a reducir las distancias recorridas por las líneas de cruceros en un corto período de tiempo.
- Es posible que los destinos de cruceros adicionales del Caribe Occidental y Sur no se materialicen, lo que limita la capacidad general del mercado al alza de estas regiones de despliegue
- Precio activo y destino para el tráfico en puertos de escala dentro del borde suroeste del Caribe, esfuerzos inclusivos de Cartagena Colombia y Colón, Panamá.
- La cantidad de obras planificadas en el agua y en tierra, requerirá un amplio capital y tiempo para completarse.



7.2. MERCADO DE MARINAS

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Falta de usuarios locales que garanticen un nivel de ocupación estable durante todo el año. No existen usuarios costarricenses en la zona ni grandes zonas de segundas residencias por el momento - Falta de conectividad con la zona Oeste del Caribe y Golfo de EE. UU., los principales mercados de embarcaciones privadas de la zona - Falta de hoteles y resorts en las proximidades - Zona históricamente insegura. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer slip a los nuevos desarrollos de condominios hoteles. - Incorporarse a rutas de navegación secundarias que actualmente visitan zonas de Bocas del Toro o San Blas en Panamá. Se puede tratar de capturar a transeúntes del canal de Panamá, o a aficionados a la vela que navegan por la zona durante la temporada alta. - Capturar el interés de navegantes y turistas que buscan explorar zonas menos conocidas y desarrolladas del Caribe - Servir como puerto homeport a embarcaciones tipo Charter que frecuentan la zona del Caribe o a embarcaciones con propietarios residentes en países extranjeros que almacenan sus buques en marinas seguras durante la temporada baja. - Sinergia con las actividades de cruceros - Existencia de la zona apta para desarrollar las instalaciones de la Marina, sin necesidad de expropiaciones o adquisición de terrenos adicionales. Uso de los terrenos del Estado.
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Única opción viable para desarrollar una marina en la costa caribe de Costa Rica debido a las fuertes medidas de protección medioambiental en el resto de la costa - Zona con una oferta cultural y medioambiental característica - Próximo a zonas secundarias de navegación. Los veleros suelen navegar por las zonas del caribe sur, y grandes embarcaciones suelen transitar el canal de Panamá. - Ubicación fuera de los principales recorridos de huracanes de la zona Caribe - Costa Rica tiene una gran reputación dentro del sector de las marinas y continúa promoviendo el sector. 	<ul style="list-style-type: none"> - El sector en Costa Rica está muy establecido en la costa pacífica - No diferenciar entre las necesidades de los distintos tipos de usuario de la marina puede provocar una falta de interés de los mismos. Los usuarios de mega yates de lujo tienen unos requisitos distintos del navegador aficionado común, o del turista que busca actividades deportivas

Como se ha mencionado en anteriores apartados, uno de los principales aspectos para tener en cuenta en el desarrollo de la marina es el hecho que actualmente no se cuenta con una demanda constituida en el Caribe, razón por la cual no existe una demanda insatisfecha en el sentido estricto de su definición.

A pesar de ello, es importante tener en cuenta que la ubicación de Limón en el Caribe, su proximidad a rutas significativas, su posible conexión con marinas cercanas y sus atractivos ecoturísticos son características que permiten reconocer el potencial de Limón para el desarrollo del proyecto.

La marina de Limón debe entenderse como un elemento clave en el desarrollo de la región que puede promover Limón y la región del Caribe como destino turístico. No obstante, para garantizar su viabilidad económica es importante que se busque el apoyo de desarrollos inmobiliarios, ya que nuevos hoteles y condominios pueden generar una demanda estable de mediano y largo plazo que soporte la viabilidad económica del proyecto.

En base al análisis DOFA anterior, se muestran las siguientes recomendaciones estratégicas para captar la demanda de los distintos tipos de usuario:

Recomendaciones generales

- El primer punto por desarrollar es conseguir que la zona de Limón y de la marina tengan una seguridad garantizada.
- La marina de Limón debe desarrollarse en torno a los conceptos turísticos de la región: cultura afrocaribeña única, ecoturismo y acceso a parques y reservas naturales, acceso a playas y zonas remotas del Caribe. Destino y medioambiente deben de ser los principales atractivos de la marina.
- Debe existir una zona de ocio más exclusiva que en el caso de los usuarios de cruceros para atraer al usuario de mega yates a la marina. Al considerar la distribución de espacios de la marina, es importante tener en cuenta que el perfil de gasto de turistas transeúntes en embarcación privada es distinto al de la mayoría de los cruceristas.
- Se deben garantizar las necesidades básicas propias de las marinas en cuanto a condiciones de seguridad, requerimientos de combustible, alojamiento cercano incluyendo hoteles, condominios o casas particulares, acceso a servicios de restaurante y proveer algunos centros de actividades de ocio.

Usuario transeúnte convencional

- Se deben desarrollar acuerdos y colaboraciones con otras marinas del sur del Caribe para atraer a sus usuarios a la zona de Limón.
- El usuario transeúnte debe tener un mínimo de servicios como “Casa Club” o zonas de descansos. Un mínimo de servicios turísticos como tiendas y restaurantes son también bien recibidos por esta tipología de usuarios.
- Además de garantizar las condiciones básicas mencionadas anteriormente, sea seguridad y combustible, es importante tener en cuenta que el alojamiento tenga un enfoque de satisfacer requerimientos de ocio que permita atraer a mayores usuarios, así como facilidades para acceder a planes de entretenimiento y turismo en la zona.



Usuario de mega yates

- Usuarios transeúntes de mega yates requieren servicios más exclusivos que los convencionales como restaurantes y hoteles de lujo.
- Al ofrecer servicios a mega yates, es importante que se tengan en cuenta las necesidades de la tripulación. Estos usuarios tendrán unos perfiles de gasto más parecidos al turista convencional
- Además de garantizar las condiciones básicas mencionadas anteriormente, el acceso a transporte aéreo (helicópteros, aviones particulares o comerciales) para llegada o salida de clientes o entrega de suministros puede ser relevante. El alojamiento con un enfoque de satisfacer requerimientos de ocio resulta importante pues si bien muchos se quedarán en el mega yate, la propensión al uso de las facilidades de la marina dependerá de la diversificación de la oferta que posean allí. Una oferta hotelera puede ayudar a que este usuario tenga mayor atracción por la zona en conjunto con las atracciones turísticas intrínsecas de Limón y la región.

Usuario homeport

- Actualmente existe una demanda muy limitada de usuarios costarricenses que busquen desplazarse a la zona del Caribe. No obstante, existe un perfil de usuario internacional que busca dejar sus embarcaciones en países cercanos a sus zonas de navegación preferidas. La marina de Limón puede aprovechar el buen nombre de Costa Rica en el sector turístico y posicionarse como una marina *homeport* para esta tipología de usuarios.
- Se deben garantizar condiciones adecuadas de seguridad, mantenimiento de embarcación, estacionamiento, combustible y alojamiento cercano a la marina durante todo el año, independiente de la temporada, para dar estabilidad.
- Se deberán ofrecer unos servicios técnicos mínimos para embarcaciones que permanezcan en la marina durante la temporada baja
- Se debe desarrollar la opción de ofrecer almacenamiento en seco para embarcaciones de tamaño pequeño-medio. Este tipo de infraestructuras tienen un coste reducido y son un valor añadido que fortalece la oferta de la marina en Limón, especialmente para usuarios internacionales que busquen dejar la embarcación en temporada baja.

Usuario turístico convencional

- Se deben ofrecer servicios turísticos convencionales, con tiendas y restaurantes que tengan precios accesibles para el turista medio. Existen sinergias importantes con los cruceristas.
- Se debe desarrollar una estrategia con los organismos públicos correspondientes (ICT, Esencial Costa Rica) que incluya la marina de Limón como punto clave en las rutas turísticas del caribe.

En general, M&N considera que la marina de Limón debe centrar sus primeros esfuerzos en desarrollar una demanda para usuarios turísticos nacionales y usuarios transeúntes. Se debe estar preparado para dar servicio a un número pequeño de mega yates, cuyos usuarios tendrán un gran interés en descubrir nuevas áreas, sin requerir todos los servicios convencionales de esta tipología de usuario.

Para atraer a usuarios homeport extranjeros, se deberá apoyar proyectos de mejora de infraestructura en el interior del país que permitan reducir tiempos de tránsito entre aeropuertos o grandes ciudades. Ya existen proyectos de este tipo en los planes de desarrollo regional, por lo que M&N entiende que se está avanzando en una buena dirección para desarrollar esta demanda en el medio plazo. La siguiente tabla resume los servicios que deben estar presentes en la marina:

TABLA 7.2. RESUMEN DE SERVICIOS Y DOTACIONES NECESARIAS Y PRIORIZACIÓN DE LAS MISMAS

Servicio o dotación ²⁷	Fase	Comentario o descripción
Oficinas y Casa Club	1	Se deberá garantizar la existencia de un punto de recepción a visitantes transeúntes en la marina. Deberá dar servicio a todos los usuarios de la marina y mantener distintos niveles de servicio en función del tipo de cliente. Salas y club para propietarios de amarre u usuarios transeúntes, oficinas de atención y áreas de descanso para cualquier usuario, etc.
Aseos, vestidores, suministros y servicios de todo tipo	1	Las oficinas y casa club deben tener todo tipo de comodidades. Se debe preparar una zona de aseos y vestidores para usuarios de distinta categoría.
Locales de ocio y restaurantes	1	La oferta de ocio y restauración ofertada en la marina debe ser para los usuarios con un mayor perfil de gasto por visita. Aquellos usuarios de la marina con un perfil medio de gasto podrán encontrar servicios adaptados a sus necesidades en la zona de cruceristas. Dicha oferta de ocio y restauración debe estar próxima a la casa club y actuar de manera conjunta como una zona de bienvenida al visitante.
Aparcamiento público	1	Este servicio encontrara sinergias con las necesidades de cruceristas.
Servicio de mantenimiento básico, avituallamiento y repostaje	1-2	Desde un primer momento la marina debe ser capaz de ofrecer los servicios mínimos de avituallamiento a las embarcaciones, así como limpieza, reparaciones pequeñas y repostaje de combustible.
Aparcamiento privado marina	2	En primera instancia, el número de usuarios locales de Costa Rica se espera que sea muy limitado, es por ello que no existe necesidad de disponer de un gran aparcamiento privado
Capacidad de reparaciones en seco	2	En el análisis de demanda se ha identificado la posibilidad de servir como hubs para embarcaciones de gran tamaño (charter) y la existencia de marinas para almacenar embarcaciones de navegantes extranjeros durante todo el año. Estas demandas requerirían de servicios de mantenimiento de mayor nivel. Se considera una oportunidad potencial, pero a realizar únicamente por el operador si se comprueba que existe una demanda suficiente.
Almacenamiento en seco	2 - 3	El almacenamiento en seco es común en marinas muy transitadas con mucho usuario local que utiliza su embarcación únicamente en temporada alta. En la actualidad existe una demanda muy limitada de este servicio, pero se deberá considerar una rea para un uso futuro potencial.

²⁷ La definición de áreas de dotación para servicios necesarios corresponde a la fase de diseño técnica, no al estudio de mercado como tal.

7.3. RECOMENDACIONES GENERALES

Finalmente, se quieren destacar una serie de recomendaciones generales para desarrollar con éxito el proyecto de la terminal de cruceros y marina de Limón:

- **Un servicio turístico exclusivo debe ser algo único y distinto.** Costa Rica ya tiene una amplia experiencia como país de destino turístico y debe continuar dicho desarrollo. Para conseguir el desarrollo de un nodo turístico alrededor del puerto de Limón, JAPDEVA deberá asegurarse de que todas las actividades no relacionadas con actividades turísticas sean reubicadas y no ocupen zonas portuarias.
 - Esto se encuentra alineado con el programa de reorganización impulsado por JAPDEVA en los últimos años ya que se trata de continuar especializando las terminales en manejo de carga y manejo de pasajeros. La reubicación de toda esta tipología de actividades deberá completarse cuando el proceso de la marina y la terminal de cruceros se encuentre en fase más avanzadas. En base a los pasos dados por JAPDEVA hasta el momento, debería ser una transición sencilla y sin demasiadas complicaciones.
- **Los atributos inherentes de Limón y los planes de renovación frente al mar son fortalezas significativas.** La proximidad del puerto a la ciudad de Limón, la variedad de tours disponibles de las áreas naturales circundantes y los planes para la costanera son fortalezas / oportunidades considerables del destino.
- **La distancia de Limón de los puertos base de EE. UU. es un peso importante en la viabilidad general del mercado de cruceros.** Como se describe en el capítulo 5, la posición del suroeste del Caribe de Limón impide que se incluya en itinerarios de cruceros de 7 días o menos desde los Estados Unidos. Este factor constituye la principal debilidad del destino y limita significativamente el alza del mercado de cruceros. La captura primaria de buques se derivará de los buques en cruceros más largos (más de 10 días), el puerto base desde Panamá y los cruceros de reposicionamiento de buques que utilizan el Canal de Panamá para moverse a los mercados en los meses de primavera y otoño.
- **Los fundamentos generales del mercado de cruceros para el Caribe son positivos.** Se espera que el Caribe en general vea un crecimiento continuo y fuerte durante la próxima década. Esto creará oportunidades para aumentar las actividades de cruceros en Limón.

8. ANÁLISIS DE PRECIOS Y TARIFAS

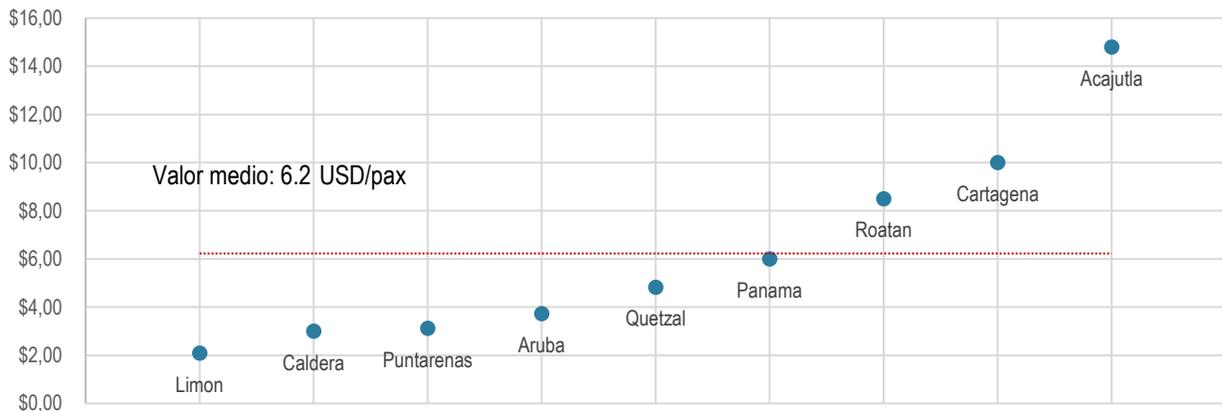
8.1. CRUCEROS

Los ingresos de terminales en la zona de influencia en Limón provienen de tres áreas básicas. Se suele incluir la tarifa por atraque de navío, por pasajero y un impuesto municipal adicional.

Ingresos derivados del buque	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso unitario por atención a naves y por remolcaje • Ingreso por estadía de nave
Ingresos derivados de los pasajeros	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso unitario por pasajero en tránsito
Ingresos adicionales derivados de pasajeros	<ul style="list-style-type: none"> • Se espera que la terminal permita ampliar el número de servicios ofrecidos a los cruceristas por lo que se incluyen los siguientes ingresos: Ingresos comerciales por compras, transporte a centros turísticos, souvenirs y consumo de bienes y servicios

La tarifa por pasajero del Puerto de Limón es menor que la del resto de puertos de cruceros de la zona. El desarrollo de la terminal puede permitir a Limón cobrar una tarifa superior a la actual. Si se considera la tarifa de atraque, la estadía y la tasa por pasajero se puede encontrar una aproximación del ingreso promedio por pasajero y tipo de embarcación. La siguiente gráfica muestra dicha comparación para un crucero de tamaño medio con capacidad para 1.970 pasajeros. Como puede observarse, el ingreso obtenido en el puerto de Limón está por debajo de la media. En una fase posterior del proyecto durante el estudio, como parte del modelo financiero se identificarán los cargos portuarios adecuados y competitivos para el contexto de la operación en la región y utilizando los pronósticos de rendimientos de pasajeros y capacidad presentados en este informe.

FIGURA 8.1. COMPARATIVO DE TARIFAS POR PASAJERO (USD/PAX)



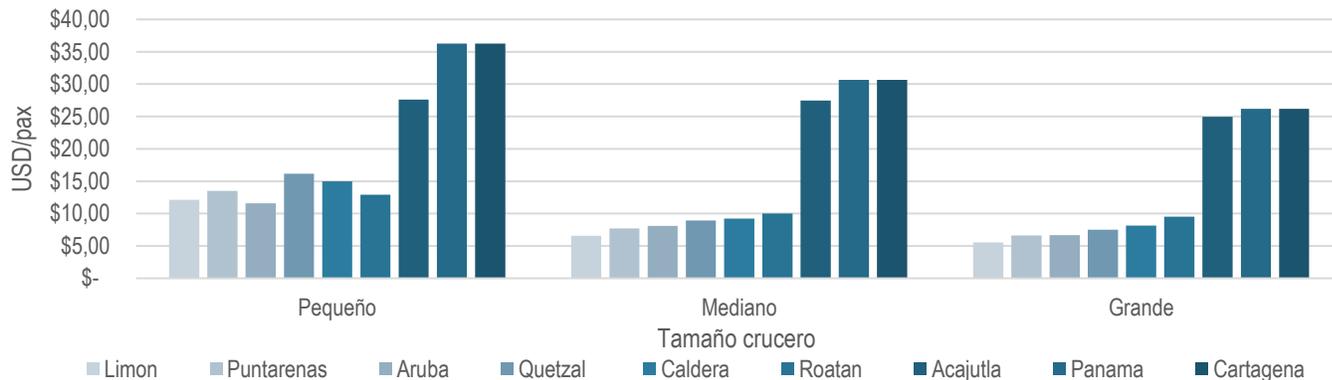
Fuente: JAPDEVA y páginas web de puertos de referencia

FIGURA 8.2. COMPARATIVO DE TARIFAS POR ATRAQUE



Fuente: JAPDEVA y páginas web de puertos de referencia

FIGURA 8.3. COMPARATIVO DE TARIFAS PORTUARIAS PROMEDIO POR PASAJERO SEGÚN TAMAÑO DE CRUCEROS



Fuente: JAPDEVA y páginas web de puertos de referencia

Los ingresos de las terminales de cruceros de Limón provienen de las mismas tres áreas básicas. Las tarifas para los ingresos derivados de pasajeros y buques están basadas en el desglose actual de tarifas de JAPDEVA. Actualmente, a los cruceros se les realiza un único cobro por atención a buques de pasajeros de USD \$5.864/buque, valor que es menor al promedio de la región por ser subvencionado. Adicionalmente, debe considerarse el hecho que esta tarifa ya incluye los cobros de estadía y remolcaje, lo cual conlleva a niveles de ingreso por estos elementos que no son suficientemente altos para las expectativas y el alcance de este proyecto. Ahora bien, considerando que la construcción de este pliego tarifario será elaborado en etapas posteriores del proyecto conforme a los niveles de inversión y costos del proyecto, previa aprobación de la ARESEP, para efectos del análisis del estudio se han tomado de forma separada los cobros de estadía de buques y de remolcaje de referencia de JAPDEVA de tal tarifa subvencionada que se indican en la siguiente tabla. Es importante tener en cuenta que dado el tipo de mercado al cual se puede acercar Limón al momento de posicionar la terminal de cruceros, las tarifas pueden acercarse a valores como los presentados en terminales cercanos como pueden ser los de Panamá o llegar al valor medio de los terminales de cruceros de la región.

TABLA 8.1 TARIFAS ESTÁNDAR JAPDEVA

Concepto	Unidades	Tarifa JAPDEVA
Atención a buques de pasajeros	USD \$/unidad	5.864
Estadía de buques	USD \$/MEH	1,27
Remolcaje de buques (1,2,3 remolcadores)	USD \$/TRB	0,27 – 0,53 – 0,8
Ingreso por pasajero en tránsito	USD \$/unidad	2,09

Fuente: JAPDEVA

Por otro lado, para los ingresos comerciales derivados del gasto de pasajeros en la nueva terminal y en la zona comercial, se ha estudiado el gasto promedio de cruceristas en Costa Rica. Para ello se han considerado las principales actividades generadoras de gasto a partir del análisis turístico, la cual puede estar alrededor de 85 USD por persona. Así mismo, se ha considerado que alrededor del 40 % de estos gastos puedan realizarse en la terminal y las zonas de comercio contiguas.

TABLA 8.2 INGRESOS COMERCIALES PASAJEROS Y TRIPULACIÓN

Concepto	Gasto Cruce- ristas (USD/Persona)	Gasto Tripulación (USD/persona)
Tours	27	5
A&B Bares & Restaurantes.	13	15
Transporte Terrestre	10	18
Souvenirs y artesanías	17	7
Compras licor	18	9
Total	85	54
Total en terminal	34	21

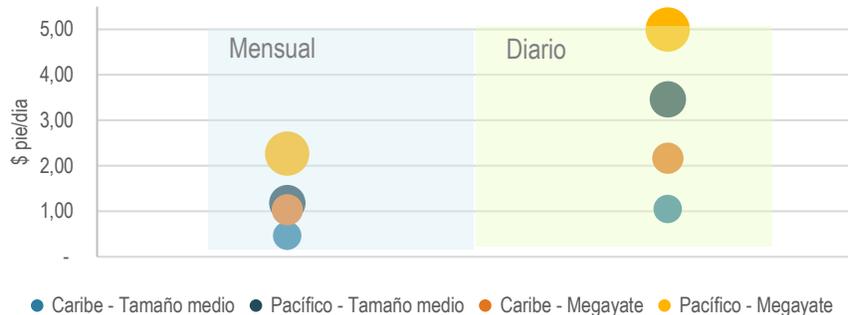
Fuente: derivado de ICT

8.2. MARINAS

Los ingresos de las marinas provienen fundamentalmente de los muellajes de embarcaciones, de servicios prestados a la embarcación y de servicios prestados a los tripulantes. Las marinas cobran tarifas a las embarcaciones que dependen principalmente de tres aspectos:

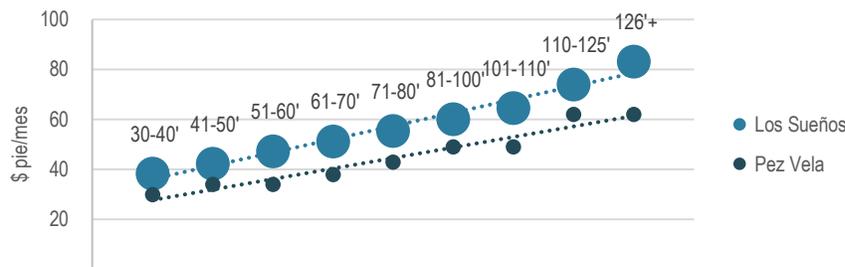
- Duración de la estancia o contrato de la embarcación. Las embarcaciones que permanecen en la marina durante largos periodos de tiempo tienen tarifas más económicas que aquellos que únicamente están durante días sueltos.
- Tamaño de la embarcación. Todas las tarifas suelen ser por metro lineal de embarcación, no obstante, existen distintos escalones tarifarios en función del tamaño de embarcación. En algunos casos, las embarcaciones del tipo catamarán tienen tarifas superiores a las embarcaciones monocasco.
- Temporada del año. La estancia de embarcaciones transeúnte suele ser más costosa en temporada alta que baja, no obstante, esto varía en base al perfil estacional de cada marina.

FIGURA 8.4. EVOLUCIÓN DE TARIFAS MENSUALES Y DIARIAS



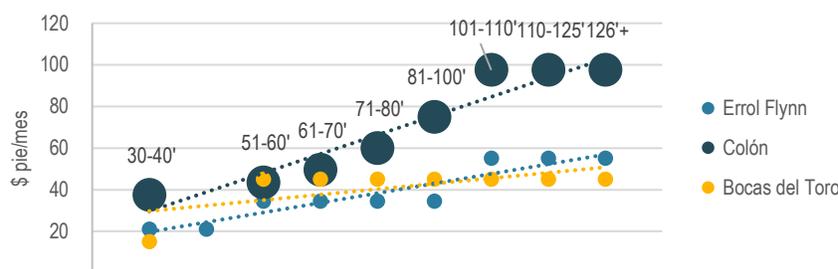
Las marinas consideradas están dentro de la zona de influencia de Limón. Para la costa Caribe se han comparado marinas de Panamá y Jamaica mientras que para la costa pacifico se han considerado las de Costa Rica y Panamá.

FIGURA 8.5. EVOLUCIÓN DE TARIFAS POR TAMAÑO DE EMBARCACION EN COSTA PACÍFICA



En la costa Pacifico se observan incrementos de la tarifa de 120 % y 190 % para embarcaciones grandes y medianas cuando se consideran estancias diarias versus estancias mensuales. Para los mismos tamaños, las marinas de la zona caribe muestra incrementos de 130 % y 110 % respectivamente.

FIGURA 8.6. EVOLUCIÓN DE TARIFAS POR TAMAÑO DE EMBARCACION EN COSTA CARIBE



Al considerar las tarifas para embarcaciones de 120 ft en comparación con las de 60 ft, las marinas de la costa Pacífica incrementan sus precios un 80 %, mientras que las de la zona Caribe lo hacen por 60 %. En la marina de Colón, el incremento de precios por tamaño es superior a otras zonas del caribe, probablemente influenciado por el canal de Panamá.

Fuente: Incluye las tres figuras. M&N derivado de información pública de marinas

En cuanto al impacto por la estacionalidad, se ha estudiado el efecto en la zona pacifica de Costa Rica, ya que en la zona Caribe la estacionalidad es mucho más marcada. La marina Los Sueños incrementa su tarifa de estancia mensual en torno a un 20 % en temporada alta. La tarifa de transeúntes diarios se mantiene constante a lo largo de todo el año.

En general, en el mercado se observan una serie de características claras:

- Las marinas de la costa pacífica de Costa Rica tienen unas tarifas mayores que las de la costa caribeña.
- Las estancias de menor tiempo tienen un coste mayor que aquellos contratos de mayor duración.
- Las embarcaciones de mayor tamaño tienen una tarifa mayor por metro lineal.

El valor de las tarifas que puede cobrarse también depende en gran medida de la tipología de marina a la que se accede. Las entrevistas con operadores de marinas y propietarios de mega yates indicaron que se han observado tarifas de hasta 10 USD/ft/día en marinas donde se ha creado un destino y unas atracciones específicas. En los ejemplos analizados, las marinas de la costa Pacífica de Costa Rica son las que tienen mayores tarifas. Dichas marinas han invertido en generar ese destino, lo cual les ha permitido aplicar tarifas superiores a otras marinas más remotas y con una oferta de ocio más basada en el atractivo natural.

En este sentido, las líneas de negocio más comunes en marinas que proporcionan los ingresos de los operadores se pueden agrupar de la siguiente manera:

- Atraque convencional: Cobro de tasa de alquiler con base en el tamaño de la embarcación y la duración de los contratos
- Atraque seco: Cobro de tasa de alquiler por tamaño de buque y configuración del almacenamiento seco, así como cobro por las actividades de botadura.
- Ingresos comerciales por pasajeros
- Ingresos comerciales por buque, principalmente relacionados con suministros de combustible y otros.

En entrevistas con propietarios de yates de las zonas se encuentra que las tarifas esperadas de los usuarios son de alrededor de 1000-1300 USD/mes/LOA para embarcaciones de tamaño medio. Este corresponde a un tipo de usuario que puede realizar viajes cuya duración puede variar entre 1 semana si se hacen viajes a San Blas y Colón o de un mes si se viaja desde Tahití hasta Panamá-Caribe (Colón, Bocas del Toro y Marina Carenero).

Considerando lo anterior y evaluando las tarifas de las marinas de la zona de influencia a Limón, es posible encontrar un gasto promedio mensual por embarcación del tamaño de embarcación según lo indicado en la siguiente tabla.

TABLA 8.3 GASTOS PROMEDIO DE USUARIOS DE MARINAS

Gastos	Unidad	Rango esperado
Botes tamaño pequeño	USD/Mes	400 - 900
Yates tamaño mediano	USD/Mes	1000 - 1500
Mega yates	USD/Mes	4000 – 10000+

Fuente: Marinas del Caribe, entrevistas y análisis M&N

9. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

De acuerdo con la guía MIDEPLAN, la comercialización es la combinación de actividades en la cual las materias primas se preparan para el consumo y llega al usuario final en el momento y lugar oportuno. Los canales de comercialización constituyen por lo tanto el conjunto de relaciones organizacionales que permitirán colocar el bien o servicio entre productores y usuarios finales. En este caso, el servicio ofrecido es un servicio turístico, el cual debe comercializarse al turista (usuario final) y a los agentes intermediarios que puedan dirigir a dichos turistas al puerto de Limón.

9.1. CRUCEROS

9.1.1. CÓMO LOS CRUCEROS SE COMERCIALIZAN A SÍ MISMOS

La comercialización de una detención de cruceros para atraer y mantener líneas y huéspedes generalmente ocurre en dos niveles. A nivel de destino (micro), es el puerto individual, el operador, la ciudad o el consorcio de marketing localizado similar que se dedica a comercializar sus propias fortalezas, características y ofertas. La micro comercialización es realizada por agencias del sector público (por ejemplo, autoridad portuaria), entidades privadas (por ejemplo, un operador portuario), así como proveedores de productos turísticos y de comercio de viajes individuales (por ejemplo, empresas de transporte, operadores turísticos). A nivel estatal, provincial y / o nacional (macro), los departamentos del sector público y las organizaciones sin fines de lucro participan en la comercialización de regiones enteras y una integración más amplia del turismo, la infraestructura y otras características de las que forma parte el destino de cruceros.

El éxito de atraer y hacer crecer las actividades de cruceros a un destino depende de los esfuerzos de marketing alineados tanto a nivel micro como macro. A través de esta alineación, se entrega un mensaje consistente a audiencias objetivo-externas: los operadores de cruceros, los huéspedes de cruceros y otros. La alineación de mensajes también es útil para las audiencias objetivo-internas, incluidas las partes interesadas locales, regionales y nacionales que buscan comprender y validar los beneficios económicos y sociales de tener cruceros en sus respectivas comunidades y aquellos asociados con la toma de decisiones para extender la inversión de capital y operativa.

También es importante a nivel micro y macro la evaluación comparativa de destinos. La evaluación comparativa es un proceso continuo de medición del éxito del destino a través de varias categorías de criterios. Los criterios pueden ser altamente enfocados y localizados (por ejemplo, ¿los huéspedes de cruceros gastan más dinero mientras están en el puerto?) así como en comparación con otros puertos (por ejemplo, ¿qué puertos de escala están gastando más dinero los pasajeros de cruceros en la región?). La evaluación comparativa adecuada puede resaltar lo que se necesita para mejorar la eficiencia y medir el éxito en comparación con los objetivos establecidos. También ayuda a abordar las necesidades y brechas que requieren atención para evitar la pérdida de negocios y la insatisfacción de los huéspedes.

Las líneas de cruceros comparan continuamente los destinos utilizando encuestas de satisfacción a los huéspedes en cada crucero. Estos funcionan para ayudar a las líneas a abordar rápidamente los problemas en un barco, tour y / o destinos específicos. Las líneas a menudo se acercan a los destinos con

los resultados de la encuesta para que los puertos y las comunidades sepan de sus fortalezas y debilidades. A medida que las líneas de cruceros recopilan esta información para todos los puertos, los datos se utilizan como uno de los muchos elementos en el proceso de toma de decisiones de agregar, reducir o eliminar el tráfico a un destino respectivo.

9.1.2. ESFUERZOS DE COMERCIALIZACIÓN PARA LIMÓN

El Puerto de Limón requerirá una comercialización continua y organizada del destino de cruceros para lograr el éxito. El marketing efectivo requerirá centrarse en los aspectos organizativos, las herramientas y los productos de marketing, y centrarse en otras mejores prácticas. Destacamos varias de estas áreas en la siguiente sección.

9.1.2.1. Características de comercialización

Como se discutió, el marketing de destinos de cruceros se observa a nivel micro y macro. Las organizaciones que realizan actividades de marketing suelen involucrar:

- Representantes del sector público, como autoridades portuarias, ciudades y patronatos de turismo.
- Actores del sector privado, a menudo representados por operadores de terminales y concesionarios de cruceros / frente al mar.
- Oficinas de Marketing de Destino (DMO) y no-para-ganancias creadas con el único propósito de atraer cruceros. Estas entidades organizativas existen a nivel localizado, como Cruise Copenhagen y sus 60 socios que consisten en puertos, destinos, atracciones, hoteles y proveedores locales en Dinamarca. También están regionalizados, como la Asociación de Cruceros del Atlántico de Canadá (ACCA). La ACCA opera como Cruise Atlantic Canadá y es una asociación regional entre los intereses portuarios, turísticos y de cruceros en cada una de las cuatro provincias atlánticas, la Agencia de Oportunidades del Atlántico de Canadá y Parks Canadá.

Para Limón, JAPDEVA y el Instituto Costarricense de Turismo (ICT) actualmente avanzan en los esfuerzos de comercialización de turismo de cruceros a líneas y audiencias relacionadas. Con la probabilidad de que las instalaciones de cruceros del Puerto de Limón cambien a la inversión y la gestión por parte de una entidad privada (a través de una concesión), JAPDEVA y ICT deberán garantizar que se forme una sólida asociación público-privada para alinear todas las herramientas de marketing, mensajes y evaluación comparativa necesarios.

9.1.2.2. Mensajería

Como primer paso esencial, la(s) entidad(es) que avanzan en la comercialización de cruceros deberán formular un Plan de Destino de Turismo de Cruceros (CTDP). El CTDP debe identificar la visión, los valores, los objetivos, las tácticas de implementación y las herramientas utilizadas de manera demasiado

afectiva para comercializar Limón como destino de cruceros, así como identificar formas en que se puede mejorar y financiar la infraestructura del destino. El CTDTP también debe identificar los métodos y modos para las actividades anuales de evaluación comparativa.

El CTDTP deberá centrar la atención en las audiencias críticas que requieren actividades de marketing continuas. Los operadores de cruceros son un grupo pequeño y especializado que requiere información enfocada y actividades de marketing a lo largo del tiempo para tener éxito. Las líneas de cruceros tienen varios departamentos (por ejemplo, comercial, marítimo, operaciones, *shorex*) y cada uno está buscando datos específicos sobre el destino para ayudar en su determinación de extender las operaciones de crucero.

En términos más generales, el CTDTP debe identificar formas en que los huéspedes de cruceros pueden aprender más sobre las ofertas de Limón. Las líneas a menudo tomarán decisiones de implementación informadas sobre dónde quieren viajar sus huéspedes. El reconocimiento positivo de la marca de Costa Rica como un destino deseable de viajes y ocio ayuda en gran medida en este sentido. Los esfuerzos de marketing también deben dirigirse a los especialistas / grupos de agentes de viajes responsables de las ventas entrantes y salientes. Estos grupos pueden generar una demanda local de cruceros que pueden generar interés en los cruceros, y posiblemente unirse a un itinerario de cruceros en Limón (a través de *intraporting*).

Finalmente, los mensajes deben contemplar la recopilación de datos y la comunicación al público en general sobre las actividades de cruceros en la comunidad y la región. Los grupos de interés buscarán información sobre los impactos ambientales, económicos y sociales asociados con las actividades de cruceros a Limón. Los mensajes localizados pueden dirigirse a oportunidades para que los residentes participen en la industria a través del empleo, la capacitación, la creación de pequeñas empresas y los embajadores generales de destinos. Cuanto más disponibles y transparentes sean estas actividades de divulgación, menor será la oportunidad de que el sentimiento local se vuelva negativo en el deseo general de cruceros en una comunidad.

9.1.2.3. *Herramientas de marketing, productos y actividades*

El CTDTP describirá las herramientas de marketing y los productos necesarios para las actividades de marketing de Limón a cada una de las audiencias identificadas anteriormente. Entre las herramientas que se espera utilizar se incluyen las siguientes:

- Un sitio web dedicado a los cruceros. Buenos ejemplos son los sitios web de Cruise Copenhagen y French Riviera Ports. El sitio web debe cubrir todas las operaciones portuarias, ofrecer comunicados de prensa relacionados con cruceros, una galería de medios, aspectos destacados de la asistencia a conferencias, oportunidades de capacitación e información, y otra información. Los sitios web también suelen incluir un calendario de cruceros o funcionalidad de buscador de cruceros.
- Un conjunto de herramientas de información digital y / o física para su uso con audiencias específicas especializados, como profesionales de cruceros y viajes, pasajeros y periodistas. La información debe incluir detalles sobre las instalaciones portuarias disponibles para servir a los cruceros, tales como las dimensiones del muelle y la capacidad de los atracaderos, así como las políticas del puerto (por ejemplo, regulaciones ambientales y de seguridad, política de precios).

También se deben presentar otras infraestructuras e instalaciones de destino disponibles (venta al por menor, excursiones, lugares, hoteles). Debe destacarse la información sobre los servicios que se ofrecen a los pasajeros, las líneas de cruceros y la tripulación. Sobre este último punto, la tripulación es un grupo importante y deben ser incluidos en la proporción de la información. La tripulación de la línea de cruceros puede estar en un puerto base y en un puerto de escala semanalmente. Si los servicios están disponibles para ellos, a menudo gastan una buena cantidad de tiempo y dinero en tierra.

- Se debe reunir información sobre las actividades en tierra, incluidos los tipos de recorridos, el calendario de los recorridos, la capacidad de carga de los lugares visitados y otra información. Esta información se puede utilizar en todas las audiencias. Destaque la gama completa de actividades en tierra disponibles en el destino (por ejemplo, atracciones para visitantes famosos, itinerarios de varios días antes / después del crucero), así como la idoneidad de las instalaciones portuarias para satisfacer las necesidades de accesibilidad de los huéspedes.
- La asistencia a la conferencia y la membresía de la asociación es muy útil para interactuar con las líneas de cruceros y otros dentro de la industria. La Convención anual de Navegación de Cruceros Seatrade en Miami y la Convención de la Asociación de Cruceros del Caribe de Florida (FCCA) deben ser el objetivo. Se debe considerar la membresía dentro de la FCCA por PARTE de JAPDEVA, la asociación público-privada reunida o una DMO centrada en Limón.
- Lo más importante para las actividades de marketing es tomarse el tiempo para visitar personalmente a los departamentos y ejecutivos de líneas de cruceros en el sur de la Florida, Seattle y Europa. Estas reuniones, preferiblemente lejos de las reuniones más activas (y típicamente breves) en las conferencias, permiten una inmersión más profunda en las fortalezas de la oferta de destino de cruceros y la alineación con el huésped de una línea de cruceros en particular. Estas reuniones deben ofrecer información clara sobre las tasas portuarias, los itinerarios, los acuerdos de atraque (según existan), la seguridad, los incentivos disponibles y otros temas.
- Los destinos deben trabajar con líneas a una gama de viajes de familiarización para permitir que los ejecutivos de cruceros, periodistas y otros se familiaricen más con Limón y la región.
- Involúcrese en el desarrollo de productos. Proponer nuevos itinerarios de cruceros a lugares fuera de lo común en todo Costa Rica, cruceros temáticos y oportunidades de intra-portabilidad.

9.1.2.4. Evaluación comparativa

Como se ha descrito, la evaluación comparativa es el proceso esencial para medir el éxito del destino en varias categorías de criterios. Para Limón, la evaluación comparativa debe ser un aspecto crítico del CDTP y debe identificar los métodos y modos para las actividades anuales de evaluación comparativa. La

evaluación comparativa debe realizarse mensualmente y anualizada utilizando encuestas y otras técnicas. Los criterios de evaluación comparativa para su consideración por Limón incluyen:

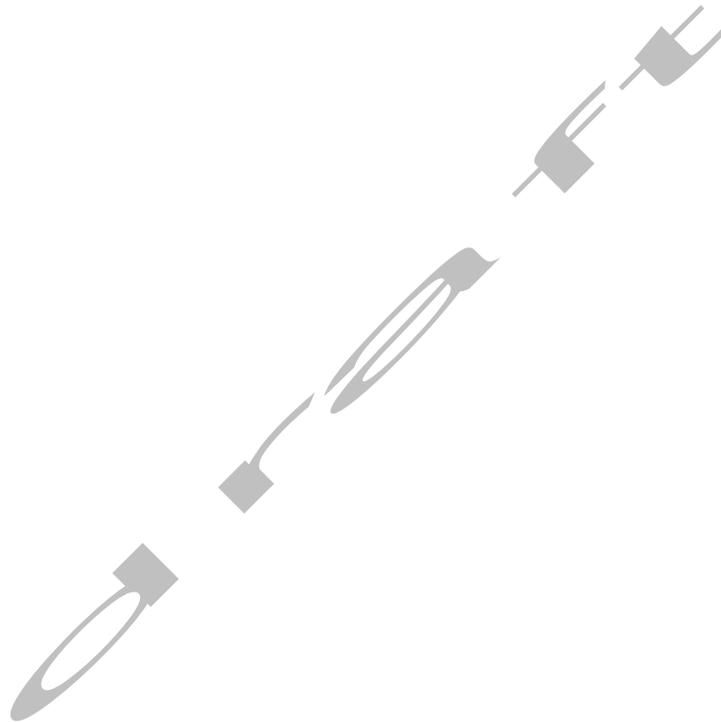
- Satisfacción general de los huéspedes del crucero en tierra.
- Calificaciones específicas y puntajes de satisfacción de los huéspedes en áreas clave, como baños, disponibilidad de información, limpieza, servicios de transporte terrestre, calidad y variedad de compras, tours, traductores y otros.
- Gasto en cruceros en general y por categoría.
- Calificaciones de satisfacción de los huéspedes de la línea de cruceros y otros datos recopilados por la línea.
- Información comparativa regional, incluidas las tasas portuarias, el número y la calidad de los tours, y otros.

9.1.3. ASPECTOS CLAVE

- Involucrar a la comunidad en el proyecto. Parte del éxito del proyecto tanto para el terminal de cruceros como la marina es fomentar el favoritismo de este dentro de la comunidad, buscando su apoyo y soporte en el desarrollo e implementación. Deben proyectarse inclusiones de la comunidad en los eventos de socialización del proyecto, incluir y alinear los planes/proyectos de la municipalidad con el proyecto, promocionar la cultura afrocaribeña de la zona como atractivo para el turismo, fomentar el crecimiento económico en la zona que incluye el aumento de la oferta laboral y los niveles de escolaridad de la población.
- El marketing a nivel micro y macro es esencial. La comercialización de destinos se produce tanto a nivel localizado (micro) como regionalizado/nacional (macro). Es esencial que el marketing en ambos niveles esté alineado para garantizar la consistencia del mensaje a las audiencias objetivo-identificadas.
- Un primer paso esencial de marketing es la formulación de un plan de destino de turismo de cruceros. Este plan debe identificar la visión, los valores, los objetivos, las tácticas de implementación y las herramientas utilizadas de manera demasiado afectiva para comercializar Limón como destino de cruceros, así como identificar formas en que se puede mejorar y financiar la infraestructura del destino. El CTDTP también debe identificar los métodos y modos para las actividades anuales de evaluación comparativa.
- Crear la organización de marketing adecuada. Las instalaciones de cruceros del Puerto de Limón requerirán mensajes coordinados del sector público y privado. JAPDEVA y otros deberían considerar la creación de una nueva Oficina de Marketing de Destino especializada para centrarse exclusivamente en el mercado de cruceros. Este grupo debe involucrar a una amplia gama de partes interesadas de los sectores público y privado. Es necesario involucrar al sector público para

asegurar la financiación, garantizar que los beneficios económicos y sociales se acumulen para la comunidad y ayudar a movilizar al sector privado.

- Haga tiempo para reuniones enfocadas con los operadores de líneas de cruceros. JAPDEVA y los implementadores/desarrolladores del Plan de Turismo de Destino de Cruceros deben visitar personalmente las líneas de cruceros en el sur de la Florida, Seattle y Europa. Estas reuniones permiten una inmersión más profunda asociada con las fortalezas del destino de cruceros. Estas reuniones deben ofrecer información clara sobre las tarifas portuarias, los itinerarios, los acuerdos de atraque (según existan), la seguridad, los incentivos disponibles y otros temas.



9.2. MARINA

TABLA 9.1. CANAL DIRECTO PRODUCTOR Y CONSUMIDOR

#	Cliente objetivo	Descripción
1	Usuario transeúnte	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar acuerdos comerciales y colaboraciones con otras marinas del sur del Caribe, especialmente con Bocas del Toro y marinas de San Blas. Conseguir que desde esas marinas se vea la opción de recalar en Limón como parte de la ruta típica de navegación de estos usuarios - Apoyarse en otras marinas de Costa Rica para promover que, si se cruza el canal de Panamá, se visite esta otra región de Costa Rica - Participación comercial en el desarrollo de actividades: Ferias de botes, Shows y eventos similares en el Caribe. - Configuración de sitios web en los cuales los navegantes puedan acceder fácilmente a reservas de amarres o de uso de facilidades y <i>amenities</i> de la marina. - Participación de la marina en <i>boat shows</i> como los de Fort Lauderdale y Miami
2	Usuario homeport residente Costa Rica	<p style="text-align: center;">no en</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer y promover el uso de la marina de Limón como marina Homeport para los usuarios que navegan recurrentemente por la zona. Contactar una vez visiten la marina de Costa Rica como usuario transeúnte. - Configuración de sitios web en los cuales los navegantes puedan acceder fácilmente a reservas de amarres o de uso de facilidades y <i>amenities</i> de la marina. - Participación de la marina en <i>boat shows</i> como los de Fort Lauderdale y Miami

Fuente: Análisis M&N

El análisis de mercado indica que para que la marina alcance niveles de utilización elevados será necesario incrementar la presencia de usuarios homeport en el área.

Se considera que Limón reúne las características necesarias en atractivo natural y como destino único e inexplorado que puede atraer el interés de un amplio tipo de usuarios. La marina debe de venir acompañada de la creación de condominios o áreas, parte de ellos pueden estar en la propia zona de la marina, pero también puede servir a otros desarrollos más lejanos con los cuales se puede hacer una promoción conjunta.

Aquellos condominios que se desarrollen en la zona de la marina deberán de ser comercializado como toda una experiencia en el caribe, y no únicamente como una vivienda con vistas.

**TABLA 9.2. CANAL PRODUCTOR Y AGENTE INTERMEDIARIO**

#	Agente intermediario	Descripción
1	Compañías charter	- Alcanzar acuerdos con empresas tipo charter para promover el destino entre sus usuarios que busquen destinos menos convencionales.
2	Agentes turísticos	- Alcanzar acuerdos con operadores turísticos nacionales para ofrecer servicios, tours, excursiones y demás desde la marina de Limón
3	Revistas de botes y mega yates	- Una vez se cuenten con las instalaciones para de amarres de las marinas, se puede acudir a publicaciones como “Superports” para anunciar disponibilidad de instalaciones de mega yates. Otras publicaciones pueden ser “Yachts international”, “Boats International”, “Superyachts world”, “PMY”, “Superyachts business”
4	Marca país “Esencial Costa Rica”	- Acudir a los programas de desarrollo turístico para la comercialización de la Marina puede resultar una buena alternativa para la captación de demandas potenciales de turismo náutico y ecoturístico interesado en experiencias como las que se pueden ofrecer en Costa Rica con el apoyo de programas gubernamentales. - Esencial Costa Rica es un programa que trata de promover los atractivos propios, naturaleza y experiencias para promocionar el turismo en Costa Rica. Se destacan destinos y rutas de distinta duración alrededor del país. Las playas del caribe sur, Limón y los parques naturales aparecen dentro de los destinos interesantes, pero existen pocas rutas conectando los puntos. La marina de Limón debe promocionarse en este tipo de espacios para captar el interés del turista.
5	Marinas cercanas	- Se pueden plantear medidas de promoción y comercialización con marinas cercanas para definir itinerarios de navegación que se puedan ofrecer en las marinas con componentes turísticos o de ocio para el navegante. Trayectos desde Santa Marta, Cartagena, Linton Bay, San Andrés, Providencia, Islas Cayman, Roatán o Jamaica.

Fuente: Análisis M&N

10. ESTRATEGIAS DE INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN

Los mercados de marinas y de cruceros corresponden a sectores bastante específicos del turismo internacional. En ese sentido, la promoción de este proyecto bajo la marca “Costa Rica Esencial” es clave dentro del contexto del desarrollo turístico de la región de Limón. El posicionamiento de la terminal de cruceros y de la marina dentro de las actividades del Instituto Costarricense de Turismo pueden permitir que Limón pueda convertirse en un punto de referencia en el caribe costarricense.

En el caso de las marinas, como se ha mencionado previamente, existen intermediarios que pueden permitir la divulgación y promoción de la Marina de Limón. Publicaciones como “Superports”, “Boat International”, “Superyachts world”, “PMY” o “Superyacht Business” pueden ser referencias en las que la Marina de Limón para divulgar sus principales atractivos a los navegantes interesados. Adicionalmente, ser partícipe como patrocinador de eventos náuticos deportivos del caribe puede contribuir dentro de ese proceso estratégico de promoción. Es importante tener en cuenta que el plan de marketing debe configurarse previo a la construcción de la marina y que su implementación debe desarrollarse luego de que las instalaciones estén terminadas o de forma progresiva conforme al plan de implementación que se genere.

En el caso de las terminales de cruceros, existen una gran variedad de asociaciones y líneas de cruceros que pueden permitir dentro de sus medios de mercadeo que la terminal de cruceros de Limón pueda reconocerse como un spot de referencia en el mercado. El establecimiento de acuerdos comerciales con las líneas navieras, la promoción de la terminal en guías de cruceros “Cruising Ports” o “The Panama Cruising Guide” y vincularse a asociaciones como el CLIA (Cruise Lines International Association) o al “Florida-Caribbean Cruise Association”.

Un aspecto que se debe tener en cuenta es el posicionamiento en redes sociales para promocionar la marina y la terminal de cruceros dentro de los puntos clave del turismo en Costa Rica.

FIGURA 10.1. ESTRATÉGIAS DE INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN



Fuente: M&N



moffatt & nichol

Alonso de Córdova 5320, oficina 1804.
Las Condes. Santiago. Chile
Phone: +56 2 3223 9777

Avenida Cra. 9 No. 113-52, Of. 1201
Bogotá D.C., Colombia
Phone: +57 1213-1149

227 W Trade Street, Suite 310
Charlotte, NC 28202
Phone: 704-550-3430

Second Floor, 93 Southwark Street
London SE1 0HX, United Kingdom
Phone +44 20 3206 1062

1300 Clay Street, Suite 350
Oakland, CA 94612 NY 10017, USA
Phone +1 510-645-1238