

La reputación del puerto de escala de cruceros: Un análisis de antecedentes y consecuencias

Manuel Angel Fernández Gámez, José Ramón Sánchez Serrano, Ángela María Callejón Gil, Ana José Cisneros Ruiz y Lucía Valcarce Ruiz

Universidad de Málaga

Abstract

Actualmente, el turismo de cruceros está teniendo un fuerte impacto económico en la región mediterránea. Los destinos de cruceros pueden ganar reputación dependiendo de las intenciones de los pasajeros de volver a visitarlos y recomendarlos. La literatura previa sugiere que la reputación percibida puede influir en el comportamiento futuro de los pasajeros y puede ayudar a identificar los factores que afectan a dicho comportamiento. Sin embargo, los estudios actuales sobre este tema sólo ofrecen un enfoque inicial sobre el rol de la reputación en esta industria.

Este estudio investiga la reputación de un puerto de escala del Mediterráneo (Málaga, España) entre los pasajeros de cruceros. Con este objetivo, se utiliza un modelo basado en los antecedentes y en las consecuencias de la reputación y una muestra de pasajeros de cruceros que han visitado el destino en el período 2015-2018. Los resultados muestran que una buena experiencia de pasajeros en el puerto de escala es un factor explicativo de su reputación, y que la reputación percibida determina la intención de volver a visitar y recomendar el puerto. También sugieren que los administradores de puertos deberían implementar estrategias que influyan en las respuestas emocionales de los pasajeros de cruceros, que mejoren su experiencia, y que diferencien la oferta en el destino para cada segmento de crucero.

Palabras clave: Turismo de cruceros; Reputación; Destino turístico; España

Keywords: Cruises tourism; Reputation; Tourism destination; Spain