

## PERFIL Y ANÁLISIS DEL GASTO DEL CRUCERISTA: EL CASO DE BAHÍAS DE HUATULCO (MÉXICO)\*

*Manuel Cuellar-Río* (\*)

Universidad del Mar. Huatulco. México

*María Teresa Kido-Cruz* (\*\*)

Universidad del Papaloapan. Oaxaca. México

### RESUMEN

Presentamos los resultados de una encuesta aplicada a los cruceristas que desembarcaron en Bahías de Huatulco durante la temporada 2005-2006 para conocer su perfil y analizar su gasto. La descripción del perfil del crucerista incluye aspectos como: información socioeconómica, percepciones de satisfacción, gastos realizados en el puerto, un análisis de sensibilidad, entre otros. El gasto promedio de los cruceristas fue levemente superior al correspondiente a nivel nacional durante 2005. El ingreso captado por las líneas navieras por venta de tours equivalió a dos quintas partes de lo que obtuvo el destino por el mismo concepto. La aplicación del nuevo impuesto al turismo de cruceros probablemente reducirá la tasa de desembarco para Huatulco en un cuarto, lo que representaría una pérdida neta para el destino. Opuesto a lo señalado por la literatura, el comportamiento de gasto a bordo se halló positivamente relacionado con el comportamiento de gasto en el puerto. Finalmente, concluimos que a mayor nivel de satisfacción, mayor impacto del gasto a bordo sobre el gasto en el puerto.

**Palabras clave:** perfil, gasto, crucerista, satisfacción, Huatulco.

Fecha de recepción: 6 de marzo de 2008

Fecha de aceptación: 23 de octubre de 2008

(\*) Instituto de Turismo, Universidad del Mar, Avenida Ciudad Universitaria, s/n, Bahías de Huatulco, OAXACA 70989 (México). E-mail: mcuellar@hualtulco.umar.mx

(\*\*) Universidad del Papaloapan, Av. Ferrocarril s/n, Ciudad Universitaria, Loma Bonita, OAXACA 68400 (México). E-mail: tkido@unpa.edu.mx

\* Agradecemos la financiación recibida por parte del Programa de Mejoramiento del Profesorado (Promep) de la Secretaría de Educación Pública para la realización de esta investigación. Muy valiosa fue la aportación de Andrew Seidl para la elaboración de la encuesta. Apreciamos la asistencia de Blanca Chincoya, Constantino Cruz, Antonio Palacios y Ángel Soriano. Reconocemos los comentarios y sugerencias de dos árbitros anónimos. Cuellar-Río agradece los comentarios de los miembros del Cuerpo Académico de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad del Mar, Huatulco; de los participantes en *Turiciencia 2006*, Buenos Aires, Argentina; de los asistentes al Primer Encuentro Interdisciplinario de Investigación en Turismo, Universidad del Mar, Huatulco y de los colegas involucrados en el Seminario del Instituto de Turismo de la Universidad del Mar, Huatulco, en especial las sugerencias hechas por María José Fernández Aldecuá.

### Cruiser's profile and expenditure: an analysis of the case of Huatulco

#### ABSTRACT

We present the results of a survey applied to cruisers that disembarked in Bahías de Huatulco during the 2005-2006 season to gain an acquaintance with their profile and to analyze their expenditure behavior. Cruiser's description includes aspects such as: socioeconomic information, satisfaction perceptions, in-port expenditures, and a sensitivity analysis, among others. The average expenditure of cruisers was slightly greater than that for the country during 2005. The cruise lines' revenue from tour-selling equaled to two fifths of the revenue collected by Huatulco on the same concept. The application of the new cruise-tourism tax will probably reduce Huatulco's disembarking rate in one fourth, which would represent a net loss for the community. Opposed to conventional wisdom, on-board expenditure behavior was found to be positively related to in-port expenditure behavior. Finally, we conclude that the higher the level of satisfaction, the bigger the impact of on-board expenditure on in-port expenditure.

**Key words:** profile, expenditure, cruiser, satisfaction, Huatulco.

## 1. INTRODUCCIÓN

Bahías de Huatulco (Huatulco) es un Centro Integralmente Planeado (CIP) por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), una institución dependiente del gobierno federal mexicano cuya función principal es estimular la actividad turística en México mediante la planeación, creación y administración de destinos turísticos. Cancún, Los Cabos, e Ixtapa, son ejemplos conocidos de CIPs. Loreto y Huatulco, por otro lado, son CIPs relativamente nuevos y considerados por el propio FONATUR como destinos «rezagados»<sup>1</sup> (Gómez, 2007). De Sicilia (2000) presenta un detallado recuento de algunos de los problemas a los que se ha enfrentado Loreto en su desarrollo como destino turístico.

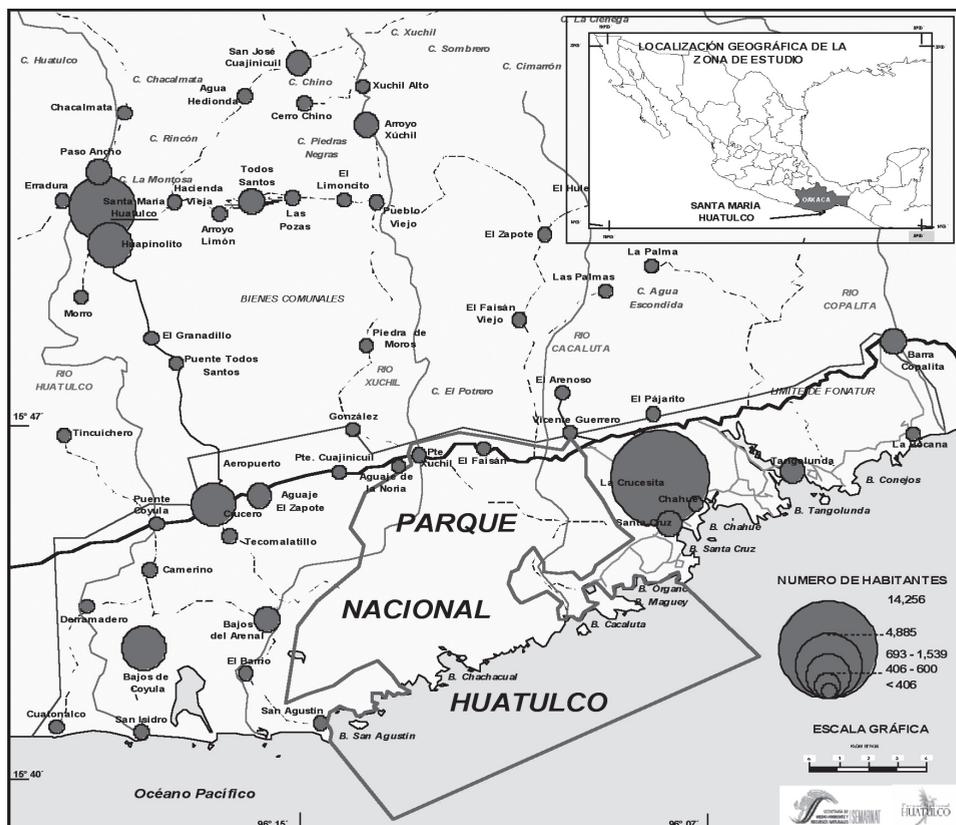
En el caso de Huatulco, una de las estrategias de *diversificación*<sup>2</sup> del turismo ha sido la recepción de cruceros. La justificación para la construcción de un muelle para tales fines es básicamente geográfica: Huatulco se encuentra entre Acapulco y Puntarenas, Costa Rica, puertos importantes en la ruta transcanal. Por otro lado, el crecimiento promedio anual de 9.8% del turismo de cruceros en el mundo durante los últimos 35 años (SECTUR, 2006), brinda fundamento económico a la incursión de Huatulco en el mercado.<sup>3</sup> Esta

1 Un tema pendiente de investigar es la dimensión del efecto de los recientes conflictos políticos y sociales del estado de Oaxaca en la actividad turística de Huatulco. Para un análisis de las posibles consecuencias de la inestabilidad política y social en el turismo de México ver Cothran y Cothran (1998).

2 Pudiendo implicar una diversificación de la actividad turística, significa, al mismo tiempo, una mayor intensificación del turismo con respecto al resto de actividades económicas.

3 Aunque de comportamiento irregular, el crecimiento promedio anual del número de pasajeros en crucero a Huatulco, de 1997 a 2006, ha sido de 6.5%. Desde 2003, el crecimiento promedio anual ha sido de 27% (CGPMM, 2007).

### LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LA ZONA DE ESTUDIO



Fuente: SEMARNAT y Parque Nacional Huatulco.

participación se formalizó en 2003<sup>4</sup> cuando fue inaugurado el muelle ubicado en la Bahía de Santa Cruz (ver mapa).

Para que la llegada de cruceros a Huatulco fructifique en un mejor posicionamiento del destino en el mercado, es necesario producir estadísticas que permitan comprender el comportamiento de los agentes involucrados y contribuyan con una mejor toma de decisiones. Nos propusimos conocer el perfil del crucerista que visita Huatulco<sup>5</sup> y analizar su

4 La disponibilidad de datos sobre el arribo de cruceros al muelle de Huatulco data de 1994, aunque en 1990 arribó por primera vez un crucero a Huatulco (Harrigan, 2007).

5 Desde 2001 SECTUR elabora estudios sobre el Perfil y Grado de Satisfacción del Turista que visita México. En dicho estudio están incluidos los cruceristas que visitan los principales puertos de México, incluido Huatulco, sin embargo los autores no disponemos de información desagregada específica sobre los cruceristas.

gasto. Con este fin, encuestamos a 365 cruceristas en el puerto de Santa Cruz durante la temporada 2005-2006 (septiembre-mayo).<sup>6</sup>

El artículo está compuesto por cuatro secciones. En la primera elaboramos una breve revisión de la literatura pertinente. En la segunda parte describimos el perfil del crucerista, que incluye una estimación de la satisfacción percibida y un análisis simple de sensibilidad a cambios en el costo del viaje. En la tercera sección presentamos un análisis del gasto del crucerista basado en modelos econométricos con variables «dummy», que nos permitió distinguir a las variables que producen diferencias significativas de gasto de las que no. Incluimos también un examen de la estabilidad del efecto del covariante sobre el gasto promedio en el puerto. Por último, señalamos las conclusiones más relevantes a las que nos condujo la investigación e indicamos posibles líneas de investigación futuras.

## 2. UNA REVISIÓN DE LA LITERATURA

Uno de los primeros estudios serios y completos sobre el impacto de la industria de cruceros sobre la economía local y regional es el de Mescon y Vozikis (1985), en el que mediante un modelo input-output detallan la relevancia de los efectos directos, indirectos e inducidos de dicha actividad turística sobre la región de influencia del puerto de Miami. Estiman que la industria contribuye positivamente con el desarrollo económico del área investigada.

Dwyer y Forsyth (1998) estudian las implicaciones del turismo de cruceros en Australia en su conjunto y por regiones mediante un análisis de costo-beneficio. Después de detallar las dificultades para estimar los beneficios netos captados por el país y las regiones anfitrionas, concluyen que las principales fuentes de beneficios provienen de los impuestos cobrados al gasto de los cruceros y de los efectos del tipo de cambio. Consideran que otro posible beneficio provenga de la reducción del desempleo pero se ven imposibilitados de estimarla. Finalmente, hacen hincapié en diferenciar entre impactos y beneficios netos a la hora de diseñar políticas que reasignen los recursos disponibles.

Wood (2000) utiliza a la globalización como marco de referencia para describir y analizar la estructura mundial de la industria de cruceros y sus posibles efectos sobre las economías del Caribe. De acuerdo con este autor, el Caribe puede funcionar como un *laboratorio* para entender los efectos de la globalización sobre la economía en general y sobre el mercado laboral en particular. Es posible que los beneficios netos que sobre las economías locales deje el turismo de cruceros en esa región sean ínfimos o negativos dada la poca participación de agentes locales y la limitada regulación e imposición fiscal de la actividad. Por otro lado, Weaver (2005) analiza los procesos de producción y consumo de unas vacaciones en crucero para definir hasta qué punto éstos han sido *Mcdonaldizados*; esto es, cuál es el grado de uniformidad de la producción y consumo de este producto turístico. La respuesta puede tener un importante impacto en las decisiones que deban tomar los oferentes de bienes y servicios en los puertos receptores.

---

6 Durante la temporada en cuestión arribaron 62,841 cruceristas (CGPMM, 2006, 2007). Con la muestra elegida pudimos asegurar, con un nivel de confianza del 95%, un error muestral de 5.1%. Dadas las limitaciones administrativas, financieras y de tiempo lo consideramos tolerable.

Besteiro (2004), Esteban (2000), Ferradás (2001, 2002) comentan sobre la importancia del turismo náutico, en el que el turismo de cruceros está inmerso, como estrategia de diversificación de la actividad económica de las comunidades receptoras.

McCarthy (2003) contextualiza el aparente dilema al que se enfrentan las localidades receptoras de cruceros entre los impactos económicos positivos y los impactos ambientales negativos de llevar a cabo dicha actividad turística, así como los posibles inconvenientes de homogeneizar el destino con otros con la consecuente pérdida de identidad. El punto central de su conclusión es que, dadas las dimensiones de la infraestructura de la industria de cruceros, es indispensable producir estudios que, con un enfoque más riguroso de lo normal, permitan hacer una mejor medición de los costos y los beneficios asociados.

Seidl *et al.* (2006, 2007) presentan una descripción muy completa de la industria de cruceros para el caso de Costa Rica con el fin de entender sus posibilidades reales para contribuir al desarrollo económico del país en general y de las localidades en particular. Sus conclusiones cuestionan seriamente la conveniencia de impulsar el turismo de cruceros como estrategia de desarrollo local y regional.

### 3. PERFIL DEL CRUCERISTA

A continuación presentamos una descripción del perfil del crucerista que visitó Bahías de Huatulco durante la temporada 2005-2006. Dividimos la información en seis partes en las que abarcamos desde referencias sociodemográficas del crucerista pasando por su percepción de satisfacción, hasta un escueto análisis de su sensibilidad a ciertas modificaciones en el costo del viaje.

#### 3.1. Información socioeconómica

De acuerdo con los resultados de la encuesta, 45% de los cruceristas es de sexo femenino. La edad promedio es de 61 años con una desviación promedio de 13 años. Alrededor del 60% de los cruceristas reside en EEUU, principalmente en California; otro 32% reside en el Reino Unido o en Canadá. El nivel educativo de los encuestados es relativamente alto: el 38% manifiesta acreditar estudios de postgrado y el 23% presume de estudios universitarios; menos del 20% cuenta con una calificación equivalente a bachillerato o inferior. Poco más del 64% está jubilado; empero, de este porcentaje, cerca de la mitad continúa percibiendo un ingreso por actividad económica. Los retirados promedian 30 semanas de vacaciones pagadas, mientras que los económicamente activos sólo disponen de 5 semanas. Tres cuartas partes de los encuestados conforman familias de 2 miembros. El ingreso familiar anual promedio es de, aproximadamente, US \$80,000. El nivel de ingreso más común es igual o superior a US \$140,000. Alrededor del 80% de los cruceristas tiene experiencias previas viajando en crucero y visitando México (ver Tabla 1).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> A menos que se indique lo contrario, la fuente de todas las tablas es la encuesta aplicada a los cruceristas.

### 3.2. Características del viaje en crucero

En congruencia con el número de miembros de las familias de los cruceristas, el 74% viaja en pareja. Según lo manifestaron los encuestados, la tarifa promedio del pasaje en crucero es de US \$4,273 por persona. Aunque se pueden apreciar diferencias sustanciales al respecto, el precio más frecuente es de US \$3,000. El costo de la transportación en viaje redondo de sus hogares al puerto de embarque promedia US \$684; no obstante, las respuestas son muy dispersas (el rango va de 0 a US \$5000). El gasto diario a bordo registra un promedio de US \$62, también con una variación promedio relativamente alta (US \$119) (ver Tabla 1). Por lo tanto, el crucerista que visita Bahías de Huatulco desembolsa por su viaje, en promedio, US \$4957, excluido el gasto a bordo y el gasto en los puertos visitados. Menos del 10% de los respondedores no desembarca en puertos anteriores o posteriores a Bahías de Huatulco, mientras que sólo alrededor del 20% no compró o no va a comprar un tour en otros puertos.

**Tabla 1**  
**INFORMACIÓN SOCIOECONÓMICA Y CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE**

Variable	N	Media	Mediana	Moda	Máx.	Mín.	$\sigma$
Edad	338	61	63	60	84	21	13
Vacaciones pagadas (semanas)	133	13	5	4	52	1	18
Hogar (# de miembros)	333	2	2	2	6	1	0.8
Ingreso (rangos 1-9)	267	5.5	5	9	9	1	2.5
Veces en crucero	353	4.8	4	4	11	1	3.5
Veces en México	354	4.7	4	4	11	1	3.6
Costo del crucero (US \$)	276	4273	3500	3000	20000	1000	3363
Transportación al puerto (US \$)	320	684	250	0	5000	0	1122
Gasto diario a bordo (US \$)	352	62	30	0	1000	0	119

### 3.3. Factores que influyen en la decisión de desembarque del crucerista

Tanto desde la perspectiva del mercado como del desarrollo económico es importante conocer qué motiva a la gente a desembarcar en un puerto en particular. Puesto que las encuestas fueron hechas momentos antes de que los cruceristas reembarcaran, se les solicitó que hicieran un balance entre la experiencia vivida y las expectativas que tenían al respecto. De esta manera, se obtuvo la valoración que cada encuestado otorgó a los motivos expuestos: escenarios naturales, calidad de las áreas naturales, calidad de los arrecifes, gente amigable, entre otros factores, que en general pueden contribuir a incrementar el nivel de satisfacción del visitante. Los cruceristas afirmaron que la limpieza, la seguridad personal, la gente amable, el paisaje, la calidad de las áreas naturales y la calidad de las

playas fueron las razones más importantes que consideraron al tomar la decisión de desembarcar. Mientras que en el otro extremo se encuentran el entretenimiento nocturno; la música, danza y costumbres locales; la calidad de los arrecifes de coral; las artesanías; la ausencia de multitudes y la calidad de la comida (ver Tabla 2). Estos resultados podrían estar reflejando la cada vez mayor importancia que los turistas le otorgan a la protección ambiental y al escenario urbano o, por lo menos, a los recursos naturales y escenarios que tienen a la vista (Ponce, 2004).

**Tabla 2**  
**FACTORES QUE INFLUYEN EN LA DECISIÓN DE DESEMBARQUE**

Factor	Media	Ranking
Limpieza	4.63	1
Seguridad personal	4.62	2
Gente amable	4.58	3
Paisaje	4.45	4
Calidad de las áreas naturales	4.32	5
Calidad de las playas	4.31	6
«Asequibilidad»	4.20	7
Calidad de la comida	3.99	8
Tranquilidad	3.87	9
Artesanías	3.80	10
Calidad de los arrecifes de coral	3.74	11
Música, danza y costumbres locales	3.64	12
Entretenimiento nocturno	2.82	13

### 3.4. Percepción de satisfacción

La percepción de satisfacción promedio de los cruceristas como resultado de su visita a Bahías de Huatulco fue alta: 4.26 en una escala de 1 a 5.<sup>8</sup> El 78% de la muestra dijo sentirse entre muy satisfecho y completamente satisfecho con su visita. A pesar de esto, es menos probable que un crucerista planee visitar Huatulco en un viaje por tierra o por aire (49%), a que repita su visita en crucero (65%). Asimismo, existen menos probabilidades de que un crucerista recomiende visitar Huatulco en un viaje convencional (62%), a que recomiende viajar en un crucero que incluya a Huatulco en su recorrido (85%) (ver Tabla

<sup>8</sup> Aunque existe cierta evidencia de que el «ánimo» de los encuestados puede sesgar las percepciones reales de satisfacción (Sirakaya *et al.*, 2004), hemos deliberadamente omitido cualquier referencia a controlar dicho posible efecto.

3). Una posible interpretación de este resultado es que el limitado tiempo efectivo de estancia en el puerto (4.8 horas en promedio) impide a los cruceristas obtener suficiente información para determinar la conveniencia de tomar unas vacaciones en el mismo por vía terrestre o aérea, o de recomendarlas. De hecho, de acuerdo con Wood (2000:361), la explicación puede ser más cruda: las líneas navieras se han esforzado por hacer del crucero «el destino», y por ofrecer ensueño y simulación tanto a bordo como en «islas de la fantasía» de su propiedad con el fin de ofrecer a sus clientes «la verdadera experiencia del Caribe —sólo que mejor». Seidl *et al.* (2006:217) también comentan sobre el interés de la industria de cruceros de maximizar el tiempo que los cruceristas pasan a bordo y minimizar su tiempo en los puertos.

**Tabla 3**  
**PERCEPCIONES DE SATISFACCIÓN, RETORNO Y RECOMENDACIÓN**

Concepto	Media	Mediana	Moda	$\sigma$
Satisfacción	4.26	5	5	0.85
Volver a visitar Huatulco en crucero	3.88	4	5	1.27
Visitar Huatulco no en crucero	3.22	3	5	1.48
Recomendar visitar Huatulco en crucero	4.32	5	5	0.99
Recomendar visitar Huatulco no en crucero	3.68	4	5	1.32

### 3.5. Gastos en el Puerto

Alrededor del 60% de los cruceristas realiza entre una y dos actividades durante su permanencia en Bahías de Huatulco. Dichas actividades pueden ser tours, que el crucerista compra con anticipación a bordo del crucero o directamente en el puerto, o entretenimientos llevados a cabo por el visitante de forma independiente. Las Tablas 4 a 7 muestran la oferta disponible de tours en el puerto de acuerdo con la información proporcionada por las líneas navieras Holland America, Celebrity, Regent Seven Seas y Norwegian, en sus respectivas páginas de Internet. Durante la temporada de estudio, barcos de estas cuatro empresas conformaron el 60% de arribos, así que su oferta de tours la podemos considerar representativa del total disponible. Otras líneas navieras de importancia que también visitan este puerto son: Princess, Royal Caribbean, y Cristal (Vacationstogo.com, 2007). Los tours tienen una duración que va desde 2 hasta un máximo de 4½ horas aproximadamente, y un promedio alrededor de 3 horas con 22 minutos. El rango de precios oscila entre 24 y US \$249. El precio promedio de los tours cobrados a bordo del crucero es de US \$69 aproximadamente.

Según los resultados de la encuesta, el 44% de los cruceristas que desembarcaron compró un tour, con preferencia por los que le permiten conocer la ciudad y las bahías (ver Tabla 8). El precio promedio de los tours por persona reportado por los cruceristas fue de US \$41, y el precio con mayor frecuencia de respuesta fue US \$50. Por otro lado, ninguna

**Tabla 4**  
**OFERTA DE TOURS EN HUATULCO, HOLLAND AMERICA**

Tour	Duración aproximada (hrs.)	Precio/adulto (US \$)
ATV Jungle Adventure	3½ a 4	99
Bird Watching Eco-Tour	3½	59
Copalita River Float Trip	3	79
Five Bays By Catamarán	2	59
Horseback Riding	4 a 4½	89
La Crucecita & SD	3	49
Mountain Bike Tour	2½ a 3	49
Sailing Adventure	3	59

Fuente: Elaboración propia con información de Holland America, 2007.

**Tabla 5**  
**OFERTA DE TOURS EN HUATULCO, CELEBRITY**

Tour	Duración aproximada (hrs.)	Precio/adulto (US \$)
ATV Off-Road Adventure	4	86
Bird Watching Eco Tour	3½	52
Copalita River Float Trip	3½	71
Five Bays by Catamaran	2½	48
Huatulco B&H Tour	3½	42
Huatulco Land & Sea Tour	3½	56
Huatulco Towns & Trads.	4½	64
Huatulco Walking Tour	3	24
Mexican Cooking Demo	2½	74
Ocean Discovery Beach	3	42
Sailing & Swim Excursion	3	46
SD & La Crucecita	3½	45
Two Bays Snorkeling	3	52

Fuente: Elaboración propia con información de Celebrity, 2007.

**Tabla 6**  
**OFERTA DE TOURS EN HUATULCO, REGENT SEVEN SEAS**

<b>Tour</b>	<b>Duración aproximada (hrs.)</b>	<b>Precio/adulto (US \$)</b>
Dirty and Wild ATV Tour	4	89
Free the Turtles!	2½	89
Horseback Riding	4½	82
Huatulco Towns & Trads.	4½	52
Pleasant Bays Tour	2¼	39
Robinson Crusoe Escapade	3½	249
Two Bays Snorkeling	2¾	43

Fuente: Elaboración propia con información de Regent Seven Seas, 2007.

**Tabla 7**  
**OFERTA DE TOURS EN HUATULCO, NORWEGIAN**

<b>Tour</b>	<b>Duración aproximada (hrs.)</b>	<b>Precio/adulto (US \$)</b>
Huatulco Towns & Trads.	4½	\$58
City Tour & Scenic Drive	3	\$45
Hux & La Guelaguetza	3½	\$58
Hux Discovery Combo	3	\$70
Pleasant Bays Tour	2¼	\$32
Bird Watching Eco Tour	3	\$49
Las Brisas Resort	4	\$52
Deep Sea Fishing	4	\$165
Horseback Riding	4	\$89
Habitat River Rafting	3	\$68
Biking & Hiking Tour	3	\$45
Dirty & Wild ATV Tour	4	\$75
Sail & Swim	3	\$46
Ocean Discovery Snorkel	3	\$45
Two Bays Snorkel	2¾	\$52
Diving The Bays	4	\$115
Tangolunda Golf Course	4½	\$175

Fuente: Elaboración propia con información de Norwegian, 2007.

de las contestaciones correspondió a un precio por tour superior a US \$100. Cinco tours concentran poco más del 65% del mercado (ver Tabla 8). Además, aparentemente existe un importante desconocimiento del mercado por parte de los oferentes de tours, ya que una gran cantidad de estos productos son muy poco o nada demandados, mientras que otros tours están siendo sobrevalorados. Más allá de un desajuste de mercado, la ausencia de una adecuada oferta de tours y de una buena organización del espacio que circunda al puerto, pueden tener repercusiones sobre el desarrollo sustentable del destino (Jaakson, 2004; Johnson, 2006; Weaver, 1993; Yarnal, 2004). Aproximadamente el 77% de los encuestados compró el tour en el barco<sup>9</sup>; el restante 23% lo hizo directamente en el puerto. El precio promedio por tour comprado a bordo fue de US \$46, mientras que el del comprado en el puerto fue de sólo US \$30. Así que el visitante paga un sobrepeso del 50% por un tour dado, respecto del precio que pagaría en tierra. Ese excedente lo retiene la naviera. Esta diferencia significativa en términos prácticos, también lo es estadísticamente hablando como lo muestra el resultado siguiente:

$$\begin{aligned}
 \hat{P}T_i &= 30.2857 + 15.4643 \times CT_i \\
 se &= (3.9916) \quad (4.5365) \\
 t &= (7.59) \quad (3.41)
 \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.1132, \quad N = 93$$

donde,

$$\begin{aligned}
 \hat{P}T_i &= \text{precio promedio del tour comprado en el lugar } i \\
 CT_i &= 1 \text{ si el crucerista compró el tour en el barco} \\
 &= 0 \text{ en caso contrario}
 \end{aligned}$$

**Tabla 8**  
**TIPO DE TOUR COMPRADO POR EL CRUCERISTA**

Tour	%	Ranking
City Tour	20.5	1
Boat Tour	17.7	2
Scenic Drive	14.1	3
La Crucecita	8.3	4
Towns & Traditions	5.1	5
Otros	34.3	-

<sup>9</sup> 56% de los cruceristas que sí compró un tour en Huatulco. 27% no respondió cuál fue el lugar de compra del tour.

La Tabla 9a contiene información sobre el gasto de los cruceristas durante su permanencia en el puerto descontando el gasto en tours. El desembolso promedió US \$58. Una proporción importante de encuestados (22%) reportó US \$0 de gasto. Este dato llama la atención e implica que existe una importante distancia entre que los cruceristas descendan y visiten el puerto, y que consuman bienes y servicios durante su visita, lo cual muy probablemente esté en función de si encuentran lo que buscan y con la calidad deseada. En promedio, los cruceristas gastan principalmente en artesanías, souvenirs, y alimentos y bebidas; sin embargo, son niveles de gasto relativamente bajos.

Por otro lado, la Tabla 9b intenta ilustrar de una manera muy simple las posibilidades de gasto de los cruceristas si un menor número de éstos gastara US \$0. Por ejemplo, considerando únicamente al 78% que reportó un gasto positivo, el promedio general aumentaría hasta US \$74, mientras que el gasto promedio en artesanías casi se triplicaría, y el gasto correspondiente a productos duty free se multiplicaría por siete.

Podemos establecer que, en promedio, un crucerista que desembarca y no compra un tour gasta US \$65. Por otro lado, el crucerista que desembarca y sí compra un tour efectúa un gasto parcial de US \$49 más US \$30, en promedio, por el tour comprado para un total de US \$79, aproximadamente (ver Tabla 10).

Con la información comentada hasta ahora es posible estimar el gasto total realizado por los cruceristas que desembarcaron en Bahías de Huatulco durante la temporada 2005-2006 en la que arribaron 45 cruceros con 62,841 pasajeros (CGPMM, 2006, 2007). De acuerdo con Rojas (2007) y Harrigan (2007), del total de pasajeros que arriba en crucero a Huatulco el 80% desembarca<sup>10</sup>. De esta manera, el gasto total en bienes y servicios puede estimarse en US \$2.9 millones, más US \$664 mil correspondiente a tours, para un gran total de US \$3.6 millones, aproximadamente. De este total, US \$1.8 millones corresponden a los cruceristas que no compraron un tour. Por lo tanto, el menor gasto en bienes y servicios realizado por los cruceristas que sí compraron tours fue compensado por su gasto en éstos. Considerando la compra de tours, el gasto promedio del crucerista fue de US \$72, aproximadamente, que se compara favorablemente con el gasto promedio de US \$68 de los cruceristas que visitaron cualquier puerto mexicano durante 2005 (SECTUR, 2006).

Dado que el 77% de los cruceristas compró el tour a bordo, las líneas navieras captaron por este concepto en su visita a Huatulco US \$783 mil. Si estas empresas retienen cerca del 35%, significa que obtuvieron un ingreso neto de US \$274 mil, equivalente al 41% del total captado por el destino por venta de tours en la misma temporada. Un negocio poco riesgoso y bastante fructífero para las líneas navieras. Éstas ejercen un amplio poder monopólico como punto de venta de los tours disponibles en el puerto. Por ejemplo, Carnival (2007) «recomienda a sus huéspedes no involucrarse en excursiones, tours o actividades que no sean adquiridos directamente a través de Carnival ya que la empresa no está familiarizada con estos servicios o sus operaciones». A pesar de este tipo de advertencias, la compañía no ofrece ninguna garantía de buen servicio por parte del tour operador que sí reconoce; de hecho, «no se hace responsable» por problemas que padezcan sus clientes durante una excursión, entiéndase «pérdidas, daños, muerte, lesiones o quejas».

---

10 En otros destinos el porcentaje llega a ser del 90% (Seidl *et al.*, 2007).

**Tabla 9a**  
**GASTO PROMEDIO DEL CRUCERISTA (US \$)**

Concepto	N	Promedio	Mediana	Moda	Máx.	Mín.
Total	356	58	30	0	1000	0
Artesanías	329	15	0	0	400	0
Duty free	329	9	0	0	700	0
Souvenirs	329	12	0	0	250	0
Alimentos y bebidas	329	10	0	0	200	0
Transporte local	329	3	0	0	90	0

**Tabla 9b**  
**GASTO PROMEDIO DEL CRUCERISTA (sólo valores > 0, en US \$)**

Concepto	N	Promedio	Mediana	Moda	Máx.	Mín.
Total	279	74	40	50	1000	1
Artesanías	116	41	25	10	400	2
Duty free	47	63	30	20	700	2
Souvenirs	101	39	25	20	250	1
Alimentos y bebidas	148	21	15	10	200	1
Transporte local	48	18	11	10	90	1

**Tabla 10<sup>11</sup>**  
**GASTO PROMEDIO DEL CRUCERISTA SEGÚN DECISIÓN DE COMPRA DE TOUR (US \$)**

Concepto	Gasto promedio sin tour	Gasto promedio con tour
Sí compra tour	49	79
No compra tour	65	65
Gasto promedio total	58	72

11 María José Fernández Aldecua merece crédito por esta tabla por sugerirnos su elaboración e inclusión.

### 3.6. Análisis de sensibilidad a cambios en el costo del viaje

La encuesta respondida por los cruceristas incluyó preguntas que nos permiten hacer una estimación de su sensibilidad a un cambio en el costo de su viaje en crucero, a un cambio en el costo de visitar el puerto Bahías de Huatulco, y para contribuir a la protección del capital natural y cultural de dicho puerto. Para el primer caso se les presentaron rangos de pago que iban desde 0 hasta US \$2300 por persona. Después se les hizo la misma pregunta respecto a su decisión de desembarcar en Huatulco, con rangos que variaron de 0 a US \$500 (ver Tablas 11 y 12). Como puede observarse, cerca del 30% de los pasajeros se mostró renuente a aceptar incremento alguno en el costo del viaje en crucero y todavía realizarlo; no obstante, el restante 70% manifestó estar dispuesto a pagar alguna cantidad. Cerca del 50% se encuentra en el rango que va de 50 a US \$250 y poco menos de 10% pagaría US \$400 o más.

**Tabla 11**  
**MÁXIMO INCREMENTO QUE EL CRUCERISTA ESTÁ DISPUESTO A PAGAR Y AÚN VIAJAR EN CRUCERO**

US \$	N	%	% acumulado
0	102	28.7	28.7
25	22	6.2	34.8
50	32	9.0	43.8
100	55	15.4	59.3
150	25	7.0	66.3
250	55	15.4	81.7
400	31	8.7	90.4
600	10	2.8	93.3
850	10	2.8	96.1
1100	7	2.0	98.0
1400	2	0.6	98.6
1800	1	0.3	98.9
2300	4	1.1	100.0

Con respecto a la sensibilidad ante un incremento en el costo del viaje para desembarcar en este puerto, podía esperarse un comportamiento similar pero con magnitudes inferiores. Las respuestas a esta pregunta resultan de singular importancia para, por ejemplo, el establecimiento de impuestos. Alrededor del 26% se niega a pagar más del costo actual, pero el restante 74% manifiesta estar dispuesto a erogar cierto monto. El grueso de

la muestra (poco más de 50%) manifiesta soportar un incremento de entre 25 y US \$100, mientras que una pequeña proporción (menos del 9%) estaría dispuesta a pagar más de US \$100 para poder visitar Bahías de Huatulco.

**Tabla 12**  
**MÁXIMO INCREMENTO QUE EL CRUCERISTA ESTÁ DISPUESTO A PAGAR Y AÚN DESEMBARCAR EN HUATULCO**

US \$	N	%	% acumulado
0	94	26.4	26.4
5	15	4.2	30.6
10	29	8.1	38.8
25	58	16.3	55.1
50	65	18.3	73.3
75	11	3.1	76.4
100	53	14.9	91.3
150	13	3.7	94.9
200	3	0.8	95.8
300	6	1.7	97.5
400	2	0.6	98.0
500	7	2.0	100.0

La definición de una política impositiva de desembarco en el puerto de Bahías de Huatulco es más complicada de lo que parece. Por ejemplo, podríamos considerar un rango que fuera de 25 a US \$100 por persona, pero en ambos casos el universo de contribuyentes se reduciría considerablemente. Si el impuesto fuera de US \$25, cerca del 40% de los cruceristas que solía desembarcar muy probablemente ya no lo haría. Qué decir en el caso de establecer un impuesto de US \$100 donde más del 75% del mercado desaparecería. La misma consideración tendría que hacerse en el caso de fijar un monto en función de un promedio. Lo ideal sería, si se estudia que es conveniente aplicar un impuesto, que el cobro fuera discriminatorio, pero ésta es una política más difícil de implementar. El Senado mexicano (Comisiones Unidas de Hacienda y Crédito Público, y de Estudios Legislativos, 2007) aprobó el 23 de octubre de 2007 la aplicación, a partir del 1º de julio de 2008, de un impuesto de desembarco de \$56 pesos mexicanos por crucerista, equivalente US \$5. De acuerdo con nuestros resultados, esta política reducirá en poco más de un cuarto el mercado del que actualmente dispone Bahías de Huatulco. Con una tasa de desembarco del 80%, la medida provocará que desembarque sólo el 60% de los pasajeros en crucero. Bajo las condiciones predominantes durante la temporada a la que se refiere este estudio, el gasto estimado durante la misma disminuiría a US \$2.7

millones, y la recaudación impositiva sería de apenas US \$189 mil; una pérdida neta de aproximadamente US \$711 mil.

Respecto a la disposición de los cruceristas de apoyar financieramente la protección del entorno natural y cultural que ofrece Huatulco las respuestas arrojaron conclusiones interesantes (ver Tabla 13). Por un lado, la disposición promedio de pago fue menor que la de desembarco, resultado cuya interpretación podría ser que el crucerista considera que si ya paga un impuesto por desembarcar, éste debería ser empleado para financiar parte de los requerimientos de mantenimiento del lugar. En otras palabras, la conservación ambiental y cultural no es algo con lo que deberían contribuir directamente los visitantes y menos

**Tabla 13**  
**MÁXIMO INCREMENTO QUE EL CRUCERISTA ESTÁ DISPUESTO A PAGAR PARA CONSERVACIÓN NATURAL Y CULTURAL**

US \$	N	%	% acumulado
0	58	16.3	16.3
5	11	3.1	19.4
10	69	19.4	38.8
25	81	22.8	61.5
50	77	21.6	83.2
75	18	5.1	88.2
100	25	7.0	95.2
150	4	1.1	96.4
200	6	1.7	98.0
300	3	0.8	98.9
400	0	0.0	98.9
500	4	1.1	100.0

**Tabla 14**  
**RESUMEN DE MEDIDAS DE SENSIBILIDAD (US \$)**

Concepto	Media	Mediana	Moda
Sensibilidad a vacaciones en crucero	207	100	0
Sensibilidad a desembarco en Huatulco	56	25	0
Sensibilidad a conservación	43	25	25
% cultura	41	50	50
% naturaleza	59	50	50

los cruceristas. Por otro lado, sólo el 16% de los encuestados dijo no estar dispuesto a efectuar contribución alguna para la conservación. En conclusión: es mayor la porción de cruceristas que está dispuesta a aportar dinero para la protección ambiental y cultural del destino que la correspondiente a aceptar un mayor costo por realizar ese mismo viaje en crucero y que la propia por desembarcar en Bahías de Huatulco, aunque la disposición de pago promedio de la primera porción es inferior que la de las dos últimas (Ponce, 2004) (ver Tabla 14).

#### 4. ANÁLISIS DEL GASTO DEL CRUCERISTA

El perfil descrito brinda un panorama general del tipo de cliente que recibe Bahías de Huatulco vía los cruceros. En este apartado presentamos los resultados de realizar una mayor y mejor explotación de la información obtenida en las encuestas. En particular nos interesó estudiar el gasto del crucerista en el puerto.

Una manera simple, pero efectiva, de estimar los beneficios que el turismo provee a la economía anfitriona es analizar el comportamiento del gasto por visitante. Es más conveniente para los destinos el incremento del gasto por turista a través del tiempo, que sólo el aumento en el número de turistas. Lo primero ejercería una menor presión sobre la capacidad de carga del destino, en general, y de sus atractivos, en particular. Nuestro análisis no estudia el comportamiento temporal del gasto por crucerista, pero sí permite distinguir entre las variables que afectan el gasto promedio de las que no. Esta información podría ser útil para definir políticas que modifiquen positivamente el gasto por crucerista en el futuro.

##### 4.1. Metodología

Los datos arrojados por las encuestas fueron utilizados para intentar explicar el comportamiento del gasto promedio del crucerista<sup>12</sup>. Decidimos utilizar varios modelos de Mínimos Cuadrados Ordinarios (MCO) con variables «dummy» (Gujarati, 2003:297-312; Pindyck y Rubinfeld, 1998:122-128). Después de realizar numerosas pruebas escogimos las variables que influyen en forma estadísticamente significativa a la variable en cuestión (*GH*) y algunas otras que no. Las variables explicativas incluidas fueron: nivel de satisfacción (*NS*), nivel de ingreso (*NI*), nivel educativo (*NE*), decisión de compra de tour en Huatulco (*CTH*), decisión de compra de tour en otros puertos (*CTO*), número de actividades realizadas (*NOA*) y gasto a bordo (*GB*). *NS* y *NI* fueron divididas en tres categorías: alto, medio y bajo. *NE* fue dividida en postgrado, superior y media superior. Así, las variables se redefinieron para quedar como sigue:

$$D_{2i} = \begin{cases} 1 & \text{si el nivel de satisfacción del crucerista es medio} \\ 0 & \text{en caso contrario} \end{cases}$$

$$D_{3i} = \begin{cases} 1 & \text{si el nivel de satisfacción del crucerista es bajo} \\ 0 & \text{en caso contrario} \end{cases}$$

---

12 Este gasto excluye el desembolso correspondiente a la compra de tours.

- $D_{4i} = 1$  si el nivel de ingreso del crucerista es medio  
 0 en caso contrario  
 $D_{5i} = 1$  si el nivel de ingreso del crucerista es bajo  
 0 en caso contrario  
 $D_{6i} = 1$  si el máximo nivel educativo del crucerista es el superior  
 0 en caso contrario  
 $D_{7i} = 1$  si el máximo nivel educativo del crucerista es el medio superior  
 0 en caso contrario  
 $D_{8i} = 1$  si el crucerista compró un tour en Huatulco  
 0 en caso contrario  
 $D_{9i} = 1$  si el crucerista compró o va a comprar un tour en otros puertos  
 0 en caso contrario

La representación del modelo en la columna 1 de la Tabla 15 es la siguiente:

$$GH_i = \beta_1 + \beta_2 D_{2i} + \beta_3 D_{3i} + \varepsilon_i$$

Así que:

$$E(GH_i) = \begin{cases} \beta_1 + \beta_2 & D_{2i} = 1, \quad D_{3i} = 0 \\ \beta_1 + \beta_3 & \text{si } D_{2i} = 0, \quad D_{3i} = 1 \\ \beta_1 & D_{2i} = 0, \quad D_{3i} = 0 \end{cases}$$

La representación del modelo en la columna 1 de la Tabla 16 es como sigue:

$$GH_i = \beta_1 + \beta_2 D_{2i} + \beta_3 D_{3i} + \alpha GB_i + \varepsilon_i$$

De modo que:

$$E(GH_i) = \begin{cases} \beta_1 + \beta_2 + \alpha E(GB_i) & D_{2i} = 1, \quad D_{3i} = 0 \\ \beta_1 + \beta_3 + \alpha E(GB_i) & \text{si } D_{2i} = 0, \quad D_{3i} = 1 \\ \beta_1 + \alpha E(GB_i) & D_{2i} = 0, \quad D_{3i} = 0 \end{cases}$$

Como último ejemplo tenemos al modelo en la columna 1 de la Tabla 20:

$$GH_i = \beta_1 + \beta_2 D_{2i} + \beta_3 D_{3i} + \gamma (D_{2i} GB_i) + \lambda (D_{3i} GB_i) + \alpha GB_i + \varepsilon_i$$

Lo cual implica que:

$$E(GH_i) = \begin{cases} \beta_1 + \beta_2 + (\gamma + \alpha) E(GB_i) & D_{2i} = 1, \quad D_{3i} = 0 \\ \beta_1 + \beta_3 + (\lambda + \alpha) E(GB_i) & \text{si } D_{2i} = 0, \quad D_{3i} = 1 \\ \beta_1 + \alpha E(GB_i) & D_{2i} = 0, \quad D_{3i} = 0 \end{cases}$$

## 4.2. Resultados

### 4.2.1. Análisis de covarianza

*NOA* y *GB* fueron probadas como variables de control; sin embargo, únicamente *GB* resultó útil. Este primer resultado es importante en cuanto que algunos argumentan que los destinos compiten directamente contra las líneas navieras por el gasto de los cruceristas (Seidl *et al.*, 2006:217). No intentamos aquí rechazar tal hipótesis, pero es relevante el hecho de que, de acuerdo con nuestros datos, tenderá a gastar más en el puerto el crucerista que tiende a gastar más a bordo: el crucerista que suele gastar a bordo US \$5 más que otro, gastará en el puerto, en promedio, US \$1.50 más que ese otro crucerista (ver Tabla 15, columna 7). A Bahías de Huatulco le conviene que desembarquen cruceristas con una fuerte propensión a gastar a bordo, ya que existe evidencia de que ese comportamiento lo reflejan positivamente en su gasto en el puerto.

Una vez incluido *GB* como variable de control, únicamente *NS* y *CTH* producen diferencias estadísticamente significativas en el gasto medio de los cruceristas (comparar Tabla 15 con Tabla 16). Concretamente, un crucerista que se percibe bajamente satisfecho gastará, en promedio, casi US \$32 menos que el que se percibe altamente satisfecho. Mientras que un crucerista que sí compró un tour en Huatulco gasta, en promedio, US \$19 menos que el que no compró un tour (ver Tabla 16, columnas 1 y 4).

Los resultados que se muestran en las Tablas 17 a 19 permiten confirmar la importancia estadística de *NS* y *CTH* para explicar diferencias en el gasto promedio, y verificar la irrelevancia de *NI*, *NE*, *CTO* y *NOA*. Dependiendo de la especificación<sup>13</sup> del modelo, la reducción en gasto medio de un crucerista bajamente satisfecho respecto del altamente satisfecho va de 30 a US \$42 (ver Tabla 17, columna 5; y Tabla 19, columna 1). En el mismo sentido, el menor gasto efectuado por un crucerista que sí compró un tour respecto del que no lo compró oscila entre 18 y US \$28 (ver Tabla 18, columna 14; y Tabla 19, columna 4).

Debemos aclarar que aunque *NI*, *NE*, *CTO* y *NOA* no generan diferencias estadísticamente significativas en el gasto medio del crucerista, no deben descartarse por completo sobre todo si las diferencias son relativamente grandes, ya que éstas podrían ser importantes en términos prácticos (Gujarati, 2003:297-312). Por ejemplo, considere el caso de *NI*. El modelo de la Tabla 15, columna 2, indica que el crucerista de ingreso bajo gasta US \$39 menos y el de ingreso medio US \$28 menos, en promedio, que el de ingreso alto, diferencias significativas al 5 y al 10%, respectivamente. No obstante, si incluimos a *GB* en el modelo (si lo mantenemos constante), las diferencias en el nivel de ingreso se vuelven estadísticamente insignificantes para explicar divergencias en *GH* (ver Tabla 16, columna 2). Mas las diferencias como tales, de 15 y US \$28, respectivamente, podrían seguir teniendo relevancia práctica; o sea, aun así, a Huatulco le podría convenir el desembarco

---

13 La Tabla 15 presenta modelos con una sola característica (satisfacción o ingreso) o variable (gasto a bordo) para explicar *diferencias* en el gasto promedio, en el primer caso, o el *comportamiento* del gasto promedio de los cruceristas, en el segundo caso. Los modelos de las Tablas 16 a 19 presentan diversas especificaciones con más de una característica y, en todos los casos, con el gasto a bordo como variable de control.

de un mayor número de cruceristas con un nivel de ingreso alto. Un análisis similar puede ser aplicado al resto de variables.

**Tabla 15**  
**VARIABLE DEPENDIENTE: GASTO PROMEDIO EN HUATULCO**

Variable independiente	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Constante	70.7090 (9.13)*	84.3981 (7.90)*	56.5515 (6.67)*	64.9647 (8.85)*	49.0405 (4.08)*	41.3429 (3.84)*	39.3198 (6.70)*
$D_{2i}$	-13.9955 (-1.07)						
$D_{3i}$	-38.2860 (-2.73)*						
$D_{4i}$		-28.5052 (-1.93)**					
$D_{5i}$		-39.2346 (-2.13)*					
$D_{6i}$			5.9298 (0.43)				
$D_{7i}$			-3.2581 (-0.26)				
$D_{8i}$				-16.2339 (-1.47)			
$D_{9i}$					11.1226 (0.82)		
$NOA_i$						6.9518 (1.92)**	
$GB_i$							0.2993 (6.85)*
$R^2$	0.0211	0.0216	0.0012	0.0061	0.0019	0.0108	0.1179
$N$	351	267	337	354	356	340	353

\*Significativo al 5%. \*\*Significativo al 10%.

**Tabla 16**  
**VARIABLE DEPENDIENTE: GASTO PROMEDIO EN HUATULCO**

Variable independiente	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Constante	50.6269 (6.38)*	58.1843 (5.03)*	39.4050 (4.63)*	47.5771 (6.42)*	35.1769 (3.05)*	30.7047 (2.96)*
$D_{2i}$	-12.3912 (-0.99)					
$D_{3i}$	-31.5233 (-2.37)*					
$D_{4i}$		-14.7380 (-1.01)				
$D_{5i}$		-27.6035 (-1.54)				
$D_{6i}$			1.4909 (0.11)			
$D_{7i}$			-0.3492 (-0.03)			
$D_{8i}$				-19.4146 (-1.85)**		
$D_{9i}$					5.3436 (0.42)	
$NOA_i$						3.8830 (1.12)
$GB_i$	0.2901 (6.60)*	0.2490 (5.06)*	0.2737 (6.42)*	0.3028 (6.93)*	0.2981 (6.80)*	0.2896 (6.40)*
$R^2$	0.1313	0.1093	0.1123	0.1265	0.1184	0.1189
$N$	348	264	334	351	353	337

\*Significativo al 5%. \*\*Significativo al 10%.

**Tabla 17**  
**VARIABLE DEPENDIENTE: GASTO PROMEDIO EN HUATULCO**

Variable independiente	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Constante	69.6231 (5.39)*	52.6592 (5.31)*	62.5604 (6.56)*	48.0331 (3.68)*	42.3663 (3.55)*	53.2157 (4.15)*	67.2600 (5.23)*
$D_{2i}$	-18.4217 (-1.18)	-22.3759 (-1.81)**	-13.5512 (-1.08)	-12.3531 (-0.99)	-11.7348 (-0.91)		
$D_{3i}$	-34.4825 (-2.04)*	-33.1417 (-2.54)*	-35.7728 (-2.67)*	-31.4132 (-2.36)*	-30.1080 (-2.14)*		
$D_{4i}$	-14.4119 (-0.99)					-14.0665 (-0.94)	-13.6508 (-0.94)
$D_{5i}$	-25.4275 (-1.39)					-26.0620 (-1.39)	-26.7837 (-1.50)
$D_{6i}$		3.2932 (0.25)				8.4462 (0.51)	
$D_{7i}$		1.2077 (0.10)				5.2352 (0.34)	
$D_{8i}$			-24.3637 (-2.29)*				-21.9054 (-1.70)**
$D_{9i}$				3.2710 (0.25)			
$NOA_i$					3.4667 (1.00)		
$GB_i$	0.2448 (4.96)*	0.2648 (6.21)*	0.2928 (6.68)*	0.2894 (6.57)*	0.2824 (6.21)*	0.2465 (4.98)*	0.2527 (5.14)*
$R^2$	0.1244	0.1318	0.1442	0.1314	0.1300	0.1085	0.1191
$N$	261	330	346	348	333	260	263

\*Significativo al 5%. \*\*Significativo al 10%.

**...continuación Tabla 17**  
**VARIABLE DEPENDIENTE: GASTO PROMEDIO EN HUATULCO**

Variable independiente	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Constante	56.5190 (3.14)*	48.9824 (3.07)*	46.0098 (4.77)*	36.9720 (2.84)*	30.9071 (2.53)*	40.4481 (3.42)*	39.7355 (3.48)*
$D_{2i}$							
$D_{3i}$							
$D_{4i}$	-14.7536 (-1.01)	-12.7183 (-0.85)					
$D_{5i}$	-27.4436 (-1.53)	-28.1897 (-1.52)					
$D_{6i}$			1.4992 (0.11)	1.4478 (0.11)	1.7317 (0.13)		
$D_{7i}$			0.2145 (0.02)	-0.2747 (-0.02)	-1.1422 (-0.09)		
$D_{8i}$			-16.0357 (-1.54)			-20.9866 (-1.97)*	-21.6086 (-1.98)*
$D_{9i}$	2.0207 (0.12)			3.1215 (0.25)		10.0870 (0.77)	
$NOA_i$		3.4411 (0.84)			3.9284 (1.16)		4.1603 (1.20)
$GB_i$	0.2489 (5.05)*	0.2435 (4.84)*	0.2773 (6.49)*	0.2731 (6.39)*	0.2633 (5.95)*	0.3006 (6.86)*	0.2918 (6.45)*
$R^2$	0.1094	0.1115	0.1187	0.1124	0.1135	0.1281	0.1293
$N$	264	258	332	334	318	351	335

\*Significativo al 5%. \*\*Significativo al 10%.

**Tabla 18**  
**VARIABLE DEPENDIENTE: GASTO PROMEDIO EN HUATULCO**

Variable independiente	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Constante	77.0193 (4.97)*	65.4859 (3.31)*	54.2091 (3.02)*	75.8410 (3.90)*	73.9370 (4.04)*	60.5616 (2.74)*	58.5801 (4.01)*
$D_{2i}$	-23.7399 (-1.51)	-21.7192 (-1.38)	-22.0134 (-1.37)	-20.7342 (-1.33)	-20.7744 (1.31)	-18.4487 (-1.16)	-23.3656 (-1.88)**
$D_{3i}$	-41.6607 (-2.39)*	-36.3404 (-2.10)*	-35.0035 (-1.98)*	-39.5531 (-2.32)*	-37.8059 (2.18)*	-33.0934 (1.91)**	-37.3334 (-2.82)*
$D_{4i}$	-13.6146 (-0.91)	-14.3299 (-0.95)	-12.6015 (-0.82)	-13.2823 (-0.91)	-11.9124 (-0.80)	-12.9534 (-0.86)	
$D_{5i}$	-23.7432 (-1.25)	-24.5863 (-1.29)	-24.7008 (-1.26)	-23.2539 (-1.27)	-23.8086 (-1.27)	-25.6099 (-1.36)	
$D_{6i}$	9.0995 (0.54)	9.8901 (0.59)	9.8360 (0.58)				3.2351 (0.24)
$D_{7i}$	11.5473 (0.73)	9.3179 (0.59)	8.9879 (0.55)				2.2853 (0.19)
$D_{8i}$	-26.0911 (-1.97)*			-28.0134 (-2.10)*	-27.4556 (-2.07)*		-22.3410 (-2.09)*
$D_{9i}$		-1.1231 (-0.07)		8.7944 (0.51)		0.4763 (0.03)	6.0269 (0.47)
$NOA_i$			3.9040 (0.94)		3.4107 (0.83)	3.2248 (0.78)	
$GB_i$	0.2456 (4.97)*	0.2422 (4.87)*	0.2358 (4.66)*	0.2477 (5.03)*	0.2427 (4.84)*	0.2397 (4.75)*	0.2672 (6.26)*
$R^2$	0.1393	0.1259	0.1273	0.1393	0.1397	0.1250	0.1432
$N$	256	257	252	260	255	256	328

\*Significativo al 5%. \*\*Significativo al 10%.

**...continuación Tabla 18**  
**VARIABLE DEPENDIENTE: GASTO PROMEDIO EN HUATULCO**

Variable independiente	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Constante	55.4031 (3.83)*	46.0796 (2.69)*	51.8822 (3.10)*	57.8856 (3.05)*	50.6971 (2.79)*	44.2925 (2.03)*	36.9101 (2.25)*
$D_{2i}$	-23.5824 (-1.83)**	-22.2190 (-1.73)**	-13.2242 (-1.02)				
$D_{3i}$	-36.2902 (-2.59)*	-31.7904 (-2.29)*	-34.5911 (-2.44)*				
$D_{4i}$				-13.2139 (-0.88)	-10.7463 (-0.70)	-11.6646 (-0.76)	
$D_{5i}$				-25.2641 (-1.34)	-25.4778 (-1.31)	-26.5528 (-1.36)	
$D_{6i}$	3.4426 (0.25)	3.5871 (0.26)		7.4284 (0.44)	7.6243 (0.45)	8.6668 (0.51)	1.6014 (0.12)
$D_{7i}$	1.9080 (0.15)	0.6790 (0.05)		6.3059 (0.40)	5.7169 (0.36)	4.6312 (0.29)	-0.2598 (-0.02)
$D_{8i}$	-23.5633 (-2.15)*		-26.8581 (-2.41)*	-21.0771 (-1.58)	-20.9048 (-1.57)		-18.3995 (-1.68)**
$D_{9i}$		-2.5113 (-0.18)	4.8084 (0.33)	4.9827 (0.29)		-2.2394 (-0.13)	1.8216 (0.13)
$NOA_i$	3.9245 (1.16)	3.7434 (1.09)	3.5996 (1.03)		4.2483 (1.02)	4.0368 (0.97)	4.1446 (1.21)
$GB_i$	0.2584 (5.86)*	0.2563 (5.78)*	0.2832 (6.24)*	0.2500 (5.04)*	0.2432 (4.80)*	0.2399 (4.73)*	0.2658 (5.99)*
$R^2$	0.1436	0.1308	0.1452	0.1174	0.1205	0.1115	0.1218
$N$	313	315	331	259	253	254	316

\*Significativo al 5%. \*\*Significativo al 10%.

**Tabla 19**  
**VARIABLE DEPENDIENTE: GASTO PROMEDIO EN HUATULCO**

Variable independiente	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Constante	72.8936 (3.62)*	66.8122 (3.46)*	56.3527 (2.48)*	68.9029 (3.07)*	54.5001 (3.09)*	48.8826 (2.21)*	64.4740 (2.79)*
$D_{2i}$	-23.8348 (-1.51)	-24.2776 (-1.51)	-22.0241 (-1.37)	-20.8925 (-1.31)	-23.5694 (1.83)**		-24.3104 (-1.51)
$D_{3i}$	-41.9487 (-2.40)*	-40.4794 (-2.27)*	-34.9193 (-1.97)*	-38.2680 (-2.19)*	-36.3110 (2.59)*		-40.6780 (-2.27)*
$D_{4i}$	-13.5665 (-0.90)	-11.9003 (-0.77)	-12.5896 (-0.82)	-11.9369 (-0.80)		-10.7793 (-0.70)	-11.9161 (-0.77)
$D_{5i}$	-23.3059 (-1.22)	-23.4925 (-1.20)	-24.8238 (-1.26)	-23.3827 (-1.25)		-25.3342 (-1.30)	-23.3349 (-1.19)
$D_{6i}$	8.6581 (0.51)	8.7016 (0.51)	9.9755 (0.58)		3.4316 (0.25)	7.4398 (0.44)	8.5054 (0.50)
$D_{7i}$	11.4749 (0.72)	11.0776 (0.68)	9.0113 (0.55)		1.9492 (0.16)	5.6954 (0.35)	11.0760 (0.68)
$D_{8i}$	-26.9485 (-1.99)*	-26.8220 (-1.99)*		-28.3794 (-2.10)*	-23.6930 (-2.14)*	-21.2586 (-1.57)	-27.2616 (-1.99)*
$D_{9i}$	5.6407 (0.32)		-2.8049 (-0.15)	7.0292 (0.39)	1.2776 (0.09)	2.6185 (0.14)	3.3691 (0.18)
$NOA_i$		4.1384 (1.00)	3.9693 (0.95)	3.2784 (0.80)	3.8907 (1.14)	4.1885 (1.00)	4.0605 (0.97)
$GB_i$	0.2454 (4.95)*	0.2389 (4.73)*	0.2358 (4.65)*	0.2426 (4.83)*	0.2583 (5.84)*	0.2432 (4.80)*	0.2390 (4.73)*
$R^2$	0.1397	0.1414	0.1274	0.1403	0.1436	0.1206	0.1415
$N$	256	251	252	255	313	253	251

\*Significativo al 5%. \*\*Significativo al 10%.

#### 4.2.2. Examen de la estabilidad estructural de los modelos

Aunque  $GB$  y  $GH$  se encuentren positivamente asociados, es posible que su vinculación cambie en función de las características del crucerista. El  $GH$  de US \$0.30 por cada dólar de  $GB$  podría ser mayor o menor según se trate de un crucerista alta o bajamente satisfecho, de ingreso alto o bajo, o con un nivel educativo elevado o medio, por ejemplo.

**Tabla 20**  
**VARIABLE DEPENDIENTE: GASTO PROMEDIO EN HUATULCO**

Variable independiente	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Constante	40.8998 (4.95)*	48.1468 (3.94)*	52.8546 (5.58)*	32.5873 (4.28)*	40.3476 (3.14)*	45.0845 (3.05)*	57.6499 (2.62)*
$D_{2i}$	6.6357 (0.48)					6.5591 (0.39)	4.8386 (0.30)
$D_{3i}$	-8.9822 (-0.60)					2.8708 (0.16)	-7.0294 (-0.38)
$D_{2i} * GB_i$	-0.2801 (-2.97)*					-0.3114 (-2.66)*	-0.4166 (-3.48)*
$D_{3i} * GB_i$	-0.4196 (-2.93)*					-0.7221 (-4.58)*	-0.5133 (-2.47)*
$D_{4i}$		6.1436 (0.36)				3.5900 (0.22)	-19.4755 (-1.14)
$D_{5i}$		-10.8502 (-0.55)				-10.1304 (-0.53)	-33.0002 (1.66)**
$D_{4i} * GB_i$		-0.3008 (-2.08)*				-0.1877 (-1.28)	0.1279 (0.74)
$D_{5i} * GB_i$		-0.2087 (-1.80)**				-0.1580 (-1.10)	0.1814 (1.01)
$D_{6i}$			-32.7840 (-2.23)*				-43.4053 (-2.43)*
$D_{7i}$			-3.1756 (-0.24)				6.9404 (0.40)
$D_{6i} * GB_i$			0.4721 (4.43)*				0.6334 (4.73)*
$D_{7i} * GB_i$			0.0135 (0.12)				0.0120 (0.06)
$D_{8i}$				9.9986 (0.88)		0.7304 (0.05)	-0.1262 (-0.01)
$D_{8i} * GB_i$				-0.4670 (-5.54)*		-0.3776 (-2.98)*	-0.3896 (-3.16)*
$D_{9i}$					-0.8082 (-0.06)		18.2469 (0.96)
$D_{9i} * GB_i$					0.1258 (0.92)		-0.2923 (-1.81)**
$GB_i$	0.4306 (7.41)*	0.3431 (5.50)*	0.0599 (0.69)	0.5593 (8.95)*	0.1869 (1.45)	0.7068 (8.53)*	0.5711 (2.91)*
$R^2$	0.1652	0.1301	0.1910	0.1975	0.1205	0.2737	0.3602
$N$	348	264	334	351	353	260	256

\*Significativo al 5%. \*\*Significativo al 10%.

Este tipo de modelos se presentan en la Tabla 20. La columna 1, por ejemplo, muestra que por cada dólar de gasto a bordo, un crucerista altamente satisfecho gastará en el puerto US \$0.43, pero el medianamente satisfecho sólo gastará US \$0.15, y el bajamente satisfecho únicamente US \$0.01; todos los resultados son estadísticamente significativos. En otras palabras, el posible efecto positivo de *GB* sobre *GH* pierde relevancia conforme el nivel de satisfacción del crucerista disminuye. Esta es una razón más para que la comunidad del destino tome decisiones que ayuden a garantizar la mayor satisfacción posible a la mayor cantidad de cruceristas.

En otro caso, por cada dólar de *GB*, el crucerista con un *NE* de postgrado apenas gastaría US \$0.06, pero el crucerista con un *NE* universitario gastaría US \$0.53 (ver Tabla 20, columna 3). Finalmente, el crucerista que no compra un tour en Huatulco genera un *GH* de US \$0.56 por cada dólar de *GB*, en cambio, el que sí compra un tour gasta sólo US \$0.09 por cada dólar de *GB* (Tabla 20, columna 4). Junto con los resultados antes indicados respecto al efecto de *CTH* sobre *GH*, y el comparativo de gasto promedio según la decisión de comprar o no un tour (ver Tabla 10), este último contribuye a confirmar la siguiente interpretación: la verdadera competencia por el gasto del crucerista se da entre los oferentes locales de bienes y servicios y los oferentes locales de tours, y no entre las líneas navieras y el conjunto de empresas del destino. Los resultados de las columnas 6 y 7 de la Tabla 20 permiten confirmar todas las conclusiones anteriores.

## 5. CONCLUSIONES

El artículo ha presentado los resultados de una encuesta aplicada a los cruceristas que desembarcaron en Huatulco durante la temporada 2005-2006 con el fin de conocer su perfil y analizar su gasto. En la literatura existen pocos estudios donde estos dos factores sean analizados con suficiente detalle y se consideren relevantes por sí mismos. Seidl *et al.* (2006, 2007) son una excepción, aunque su análisis del crucerista es más sencillo y dentro de un contexto más amplio del que aquí se propuso.

De acuerdo con Harrigan (2007) y Rojas (2007), en Huatulco desembarca, en promedio, el 80% de los pasajeros a bordo. La descripción del perfil del crucerista incluyó los siguientes aspectos: información socioeconómica; costos del viaje y otras características; factores determinantes en la decisión de desembarque; percepciones de satisfacción, retorno y recomendación; gastos realizados en el puerto y un análisis de sensibilidad a cambios en el costo del viaje.

Algunas características que consideramos más relevantes sobre el perfil del crucerista son las siguientes:

- 1) El 80% de los cruceristas tiene experiencias previas viajando en crucero y visitando México. Este dato significa que el pasajero es, en general, un viajero experimentado y exigente, lo cual implica un reto para los empresarios del puerto y para la comunidad local en general.
- 2) En promedio, alrededor del 90% de los pasajeros tiende a desembarcar en los puertos de la ruta, mientras que en Huatulco sólo lo hace el 80%. Aproximadamente el 80% compra un tour en las localidades visitadas durante su viaje, cuando existe

- evidencia de que en Huatulco lo hace únicamente el 44%. En otras palabras, el mercado de cruceros no está siendo suficientemente aprovechado por este puerto.
- 3) Elementos como la limpieza, la seguridad personal, el trato de la gente, el paisaje, la calidad de las áreas naturales y la calidad de las playas fueron las razones más importantes que los cruceristas consideraron al tomar la decisión de desembarcar. Menos importantes fueron factores como el entretenimiento nocturno; la música, danza y costumbres locales; la calidad de los arrecifes de coral; las artesanías; la ausencia de multitudes y la calidad de la comida.
  - 4) En una escala de 1 a 5, los cruceristas percibieron una satisfacción de 4.26 por su visita a Huatulco. Sin embargo, las probabilidades de visitar Huatulco o de recomendar su visita en unas vacaciones convencionales, son menores que las de repetir la visita o de recomendarla en crucero, respectivamente. La recepción de cruceristas no garantiza de forma alguna a futuros clientes del destino en un viaje vía terrestre o área.
  - 5) Cinco tours concentran poco más del 65% del mercado. Además, aparentemente existe un importante desconocimiento del mercado por parte de los oferentes de tours, ya que una gran cantidad de estos productos son muy poco o nada demandados, mientras que otros tours están siendo sobrevalorados.
  - 6) El 77% de los cruceristas que compró un tour lo hizo a bordo. No obstante, un tour comprado a bordo conlleva un sobreprecio del 50% en promedio. Este diferencial es significativo también en términos estadísticos.
  - 7) El 22% de los encuestados reportó US \$0 de gasto —tours excluidos— durante su visita a Huatulco. El gasto promedio de US \$58 podría elevarse hasta un máximo de US \$74 si un menor porcentaje de cruceristas gastara US \$0. Incluidos los tours, el gasto promedio de los cruceristas fue de US \$72, que se compara favorablemente con el gasto promedio de US \$68 registrado para el conjunto de puertos mexicanos durante 2005.
  - 8) El gasto hecho por los cruceristas en bienes y servicios durante la temporada de estudio se estima en US \$2.9 millones, más US \$664 mil en tours, para un gran total de US \$3.6 millones. Este gasto se divide por igual entre el efectuado por los cruceristas que sí compraron un tour y los que no.
  - 9) El ingreso captado por las líneas navieras por venta de tours equivalió al 41% de lo que obtuvo el destino por el mismo concepto. Las líneas navieras ejercen un amplio poder monopólico como punto de venta de los tours disponibles en el puerto.
  - 10) Cerca del 30% de los pasajeros no estaría dispuesto a aceptar incremento alguno en el costo del viaje. Alrededor del 26% no haría pago alguno por poder desembarcar en Huatulco. La aplicación del nuevo impuesto al turismo de cruceros a partir de julio de 2008, probablemente reducirá la tasa de desembarco en Huatulco en un cuarto. Bajo las condiciones de la temporada en análisis, el ingreso recibido por el destino caería a US \$2.7 millones, y la recaudación impositiva sería de sólo US \$189 mil; una pérdida neta de US \$711 mil. Podría ser más conveniente aplicar un impuesto ambiental, ya que sólo el 16% de los cruceristas no estaría dispuesto a hacer ninguna contribución para tales fines.

Para analizar el gasto de los cruceristas utilizamos modelos de MCO con variables «dummy». Las variables explicativas incluidas en los modelos fueron: nivel de satisfacción, nivel de ingreso, nivel educativo, decisión de compra de tour en Huatulco, decisión de compra de tour en otros puertos, número de actividades realizadas y gasto a bordo. Nuestra variable de control fue el gasto a bordo. Su fuerte relación positiva con el gasto en Huatulco va en contra de lo argumentado en la literatura en cuanto a que un puerto no sólo compite contra otros, sino también contra los propios cruceros (Seidl *et al.*, 2006:217). Concretamente, el crucerista que suele gastar diariamente a bordo US \$5 más que otro, gastará en el puerto US \$1.50 más que ese otro crucerista.

Controlando para el gasto a bordo, únicamente el nivel de satisfacción y la decisión de compra de tour en Huatulco producen diferencias estadísticamente significativas en el gasto medio de los cruceristas. La reducción del gasto de un crucerista bajamente satisfecho respecto del altamente satisfecho va de 30 a US \$42. Por otro lado, el menor gasto efectuado por un crucerista que sí compró un tour respecto del que no oscila entre 18 y US \$28.

Al examinar la estabilidad estructural de los modelos se verificó que la fuerte relación positiva entre el gasto promedio a bordo y el gasto promedio en Huatulco está en función de las características del crucerista. Por ejemplo, por cada dólar de gasto a bordo el crucerista altamente satisfecho gasta en el puerto US \$0.43, el medianamente satisfecho US \$0.15 y el bajamente satisfecho virtualmente nada (US \$0.01). Asimismo, el crucerista que no compra un tour en Huatulco gasta en otros bienes y servicios US \$0.56 por cada dólar de gasto a bordo, mientras que el que sí compra un tour gasta sólo US \$0.09. La verdadera competencia por el gasto del crucerista se da entre los oferentes locales de bienes y servicios y los oferentes locales de tours, y no entre las líneas navieras y las empresas del destino.

Dada la interpretación anterior, una de las líneas de investigación pendientes es la estimación de los efectos multiplicadores del gasto en tours contra los efectos multiplicadores del gasto en el resto de bienes y servicios ofertados en el puerto. De esta forma, podrían tomarse decisiones de política pública que estimulen un mayor gasto de los cruceristas en uno u otro segmento.

Aunque nuestro análisis nos permitió determinar qué variables son importantes para generar diferencias significativas en el gasto promedio, hace falta investigar, por ejemplo, por qué razones en particular los cruceristas perciben diferentes niveles de satisfacción, e incorporar en dicha medición variables que nos permitan controlar el efecto del «ánimo» de los encuestados (Sirakaya *et al.*, 2004).

El gasto de la tripulación de los barcos también puede ser importante. Analizar su comportamiento, sus diferencias respecto al de los pasajeros y sus tendencias, son temas inexplorados para el caso de Huatulco. También, el lado de la oferta del mercado de cruceros en Huatulco requiere de un estudio riguroso que sirva de complemento a un análisis como el nuestro.

Finalmente, consideramos conveniente que cada cierto tiempo —dos años, por ejemplo— se realice un estudio similar al que aquí hemos presentado, y de preferencia más completo, para observar la evolución del perfil del crucerista y de su gasto. Podría ser conveniente incluir elementos dirigidos a la medición del impacto ambiental de la actividad.

**BIBLIOGRAFÍA**

- BESTEIRO RODRÍGUEZ, B. (2004): «El desarrollo del turismo náutico en Galicia», *Cuadernos de Turismo*, nº 13, pp. 145-163.
- COTHRAN, D.A. Y COTHRAN, C.C. (1998): «Promise or political risk for Mexican tourism», *Annals of Tourism Research*, vol. 25, nº 2, pp. 477-497.
- DE SICILIA MUÑOZ, R.A. (2000): «El corredor turístico Loreto-Nopoló-Puerto Escondido, Baja California Sur, en el contexto de los Centros Integralmente Planeados», *Cuadernos de Turismo*, nº 5, pp. 53-68.
- DWYER, L. Y FORSYTH, P. (1998): «Economic significance of cruise tourism», *Annals of Tourism Research*, vol. 25, nº 2, pp. 393-415.
- ESTEBAN CHAPAPRÍA, V. (2000): «El planeamiento de infraestructuras para el turismo náutico», *Cuadernos de Turismo*, nº 6, pp. 29-44.
- FERRADÁS CARRASCO, S. (2001): «La relevancia del turismo náutico en la oferta turística», *Cuadernos de Turismo*, nº 7, pp. 67-80.
- FERRADÁS CARRASCO, S. (2002): «El turismo náutico en el Mediterráneo», *Cuadernos de Turismo*, nº 9, pp. 19-32.
- GUJARATI, D. (2003): *Basic Econometrics*. McGraw-Hill. New York, 1002 pp.
- JAAKSON, R. (2004): «Beyond the tourism bubble?: cruiseship passengers in port», *Annals of Tourism Research*, vol. 31, nº 1, pp. 44-60.
- JOHNSON, D. (2006): «Providing ecotourism excursions for cruise passengers», *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 14, nº 1, pp. 43-54.
- MCCARTHY, J. (2003): «The cruise industry and port city regeneration: the case of Valletta», *European Planning Studies*, vol. 11, nº 3, pp. 341-350.
- MESCON, T.S. Y VOZIKIS, G.S. (1985): «The economic impact of tourism at the port of Miami», *Annals of Tourism Research*, vol. 12, pp. 515-528.
- PINDYCK, R.S. Y RUBINFELD, D.L. (1998): *Econometric Models and Economic Forecasts*. Irwin/McGraw-Hill. New York, 634 pp.
- PONCE SÁNCHEZ, M.D. (2004): «La calidad ambiental como factor competitivo de los destinos tradicionales de sol y playa», *Cuadernos de Turismo*, nº 13, pp. 91-105.
- SECRETARÍA DE TURISMO (2006): *Guía para facilitar el arribo de cruceros a puertos marítimos en México*. SECTUR. México D.F., 96 pp.
- SEIDL, A.; GUILIANO, F. Y PRATT, L. (2006): «Cruise tourism and community economic development in Central America and the Caribbean: the case of Costa Rica», *Pasos*, vol. 4, nº 2, pp. 213-224.
- SEIDL, A.; GUILIANO, F. Y PRATT, L. (2007): «Cruising for colones: cruise tourism economics in Costa Rica», *Tourism Economics*, vol. 13, nº 1, pp. 67-85.
- SIRAKAYA, E.; PETRICK, J. Y CHOI, H. (2004): «The role of mood on tourism product evaluations», *Annals of Tourism Research*, vol. 31, nº 3, pp. 517-539.
- WEAVER, A. (2005): «The McDonaldization thesis and cruise tourism», *Annals of Tourism Research*, vol. 32, nº 2, pp. 346-366.
- WEAVER, D.B. (1993): «Model of urban tourism for small Caribbean islands», *Geographical Review*, vol. 83, nº 2, pp. 134-140.

- WOOD, R.E. (2000): «Caribbean cruise tourism: globalization at sea», *Annals of Tourism Research*, vol. 27, nº 2, pp. 345-370.
- YARNAL, C.M. (2004): «Missing the boat?: a playfully serious look at a group cruise tour experience», *Leisure Sciences*, nº 26, 349-372.

## ELECTROGRAFÍA

- CARNIVAL CRUISE LINES (2007): [http://www.carnival.com/CMS/Static\\_Templates/ShoreExcursionsTC.aspx](http://www.carnival.com/CMS/Static_Templates/ShoreExcursionsTC.aspx), consultado en noviembre 14, 2007.
- CELEBRITY CRUISES (2007): <http://www.celebritycruises.com/search/vacationSearchResults.do;jsessionid=0000TLRzRoBOK4prj82omd4TFmj:12hdebebp?dest=T.PA.N&date=ANY&port=ANY&ship=ANY&x=37&y=9>, consultado en noviembre 14, 2007.
- COMISIONES UNIDAS DE HACIENDA Y CRÉDITO PÚBLICO, Y DE ESTUDIOS LEGISLATIVOS (2007): *Dictamen sobre la Minuta con proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley Federal de Derechos*. Senado de la República, octubre 29, 2007, disponible en: <http://www.senado.gob.mx/gace.php?sesion=2007/10/23/1&documento=7>.
- COORDINACIÓN GENERAL DE PUERTOS Y MARINA MERCANTE (2007): *Anuario Estadístico de los Puertos de México 2006*, disponible en: <http://cgpmm.sct.gob.mx/fileadmin/estadisticas/anuarios/2006/index.htm>.
- COORDINACIÓN GENERAL DE PUERTOS Y MARINA MERCANTE (2006): *Anuario Estadístico de los Puertos de México 2005*, disponible en: [http://cgpmm.sct.gob.mx/fileadmin/estadisticas/anuarios/ANUARIO\\_2005.pdf](http://cgpmm.sct.gob.mx/fileadmin/estadisticas/anuarios/ANUARIO_2005.pdf).
- GÓMEZ MONT, M. (2007): *FONATUR 2007: estrategias y proyectos*, disponible en: [http://www.fonatur.gob.mx/fonatur/presentaciones/2007/TIANGUIS\\_ACA\\_07\\_sfs.pdf](http://www.fonatur.gob.mx/fonatur/presentaciones/2007/TIANGUIS_ACA_07_sfs.pdf)
- HOLLAND AMERICA LINE (2007): <http://www.hollandamerica.com/cruise-destinations/PortDetail.action>, consultado en noviembre 14, 2007.
- NORWEGIAN CRUISE LINE (2007): <http://www.ncl.com/nclweb/shorexLanding.html>, consultado en noviembre 14, 2007.
- REGENT SEVEN SEAS CRUISES (2007): <http://www.rssc.com/ports/detail.jsp?region=TRANSC&code=HUT>, consultado en noviembre 14, 2007.
- VACATIONSTOGO.COM (2007): <http://espanol.vacationstogo.com/>, consultado en noviembre 14, 2007.

## ENTREVISTAS

- HARRIGAN GARFIAS, M. (2007): entrevista semiestructurada, Gerente Administrativo del Recinto Portuario de Bahías de Huatulco, Oaxaca, septiembre 19, 2007.
- ROJAS MILLÁN, A. (2007): entrevista semiestructurada, Delegado del Instituto Nacional de Migración en Bahías de Huatulco, Oaxaca, septiembre 14, 2007.