



El Periplo Sustentable

Universidad Autónoma del Estado
de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Publicación Semestral

Número: 28

Enero / Junio 2015

Artículo

Título:

Perfil del excursionista
de cruceros que visita la isla
de Cozumel

Autores:

Julia Sderis Anaya Ortiz
Alejandro Palafox Muñoz

Fecha Recepción:

22/Agosto/2014

Fecha Reenvío:

21/Septiembre/2014

Fecha Aceptación:

09/Diciembre/2014

Páginas:

166 - 185

PERFIL DEL EXCURSIONISTA

de cruceros que visita la isla de Cozumel

Resumen

El turismo de cruceros se ha convertido en un sector de suma importancia para la isla de Cozumel, sin embargo se desconoce el perfil del excursionista que visita el destino, toda vez que la información que se obtiene a partir de las instancias federales como la Secretaría de Turismo (SECTUR) o bien la emitida por los informes de los organismos del ramo como la Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA) o la Cruise Lines International Association, no revelan el tipo de consumidor que llega a los destinos del Caribe. A través de la realización de 350 cuestionarios con 19 ítems aplicados en el Muelle de Puerta Maya durante el verano de 2013, permitieron conocer algunas particularidades del excursionista, entre las que destacan el mínimo gasto que realizan en el destino, el cual 50% menor al reportado por la Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo, así como el hecho de ser un visitante repetitivo.

Palabras clave:

excursionista; perfil; cruceros; Cozumel.



El Periplo Sustentable

Universidad Autónoma del Estado
de México

<http://rperiplo.uaemex.mx/>

ISSN: 1870-9036

Bi-Annual Publication

Number: 28

January / June 2015

Article

Title:

Cruise tourists profile visiting
the island of Cozumel

Authors:

Julia Sderis Anaya Ortiz
Alejandro Palafox Muñoz

Receipt:

August/22/2014

Forward:

September/21/2014

Acceptance:

December/09/2014

Pages:

166 - 185

CRUISE TOURISTS PROFILE

visiting the island of Cozumel

Abstract

Cruise tourism has become an important sector for the island of Cozumel, however profile hikers visiting the destination is unknown, since the information obtained from federal agencies like the Ministry of Tourism or the reports of line agencies such as the Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA) and the Cruise Lines International Association did not reveal the type of consumer who arrives to the Caribbean destinations. Through the application of 350 questionnaires with 19 items in the spring at Puerta Maya dock during the summer of 2013, allowed to know some particularities of the visitor, which has the minimum expenditure made on the target, which is 50% lower than reported by the Ministry of Tourism of the State of Quintana Roo, as well as being a repetitive visitor.

Keywords:

visitor; profile; cruise ship; Cozumel.

**Julia Sderis
Anaya Ortiz**

Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Departamento de Estudios Sociales y
Empresariales
juliasderis@gmail.com

**Alejandro
Palafox Muñoz**

Universidad de Quintana Roo
División de Desarrollo Sustentable
Departamento de Estudios Sociales y
Empresariales
alejandro.palafox@gmail.com

Introducción

Cozumel es un centro turístico de gran importancia en el Caribe para el turismo de cruceros. En el 2012 arribaron 909 embarcaciones con 2,744,952 pasajeros y en 2013 se recibieron 894, con 2,715,178 visitantes (APIQROO, 2013), desde el año 2010 se ha notado que el número de arribos y de cruceristas ha disminuido (Ver Cuadro 1). En promedio el número de llegadas es de mil cruceros al año, aunque en el 2009 arribaron 846 debido a la coyuntura establecida entre la Influenza AH1N1 (Frausto; 2011) y la denominada la Gran Recesión originada por la crisis alimentaria, energética, hipotecaria y crediticia en Estados Unidos de Norteamérica, lo que derivó en el crecimiento de la deuda hipotecaria y el desalojo de casas habitación y predios (CNN Expansión, 2009). A la fecha, la crisis continúa, por tanto el número de visitantes no ha alcanzado las cifras del año 2008, lo anterior puede ser atribuido al incremento en el tamaño de los barcos, ya que ha disminuido sensiblemente el arrib de navíos pero ha ido en aumento el número de pasajeros.

Cuadro 1. Arribo de Cruceros a Cozumel de 2008-2014

Año	Cruceros	Pasajeros
2008	1, 008	2,569,433
2009	846	2, 221, 728
2010	1,035	2, 911,146
2011	1,001	2, 871, 097
2012	909	2, 744,952
2013	894	2, 753, 608
2014*	972	3,016,173

Fuente: Elaboración propia con datos de APIQRoo.

Nota: El dato del año 2014 es parcial hasta el mes de noviembre.



La población cozumeleña se sustenta de la actividad turística, la cual brinda a los excursionistas una amplia gama de actividades a realizar durante su estancia, entre las más importantes destacan: tours por la selva, visitas a zonas arqueológicas, snorkel, buceo, playas, nado con delfines, leones marinos y mantarrayas, tiendas, gastronomía. Lo antes descrito se lleva a cabo en los parques naturales como Chankanaab, Punta Sur y Parque Nacional Arrecifes de Cozumel. Así mismo, entre la riqueza cultural de la localidad se pueden mencionar a: las ruinas arqueológicas de San Gervasio, Fiesta de la Santa Cruz en el pueblo del Cedral, la Fiesta de San Miguel Arcángel, la Sagrada Travesía Maya, la Fiesta de San Pedro y San Pablo, y el Carnaval.

Para la atención de la corriente turística que arriba en crucero, los prestadores de servicios ofertan una gama de productos y servicios, sin embargo es importante conocer al visitante para brindarles bienes que satisfagan sus necesidades durante su estancia en la isla, por lo tanto se requiere saber cuántos son, de dónde vienen, con quién vienen, qué esperan encontrar, qué actividades les gustaría realizar, qué tipo de alimentos prefieren, qué souvenirs prefieren comprar y cuánto dispondrán para dichos gastos. Asegurar el conocimiento de las características del turista y su consumo permitirá garantizar los productos y servicios que satisfagan su corta estancia, y estimulen su regreso, de esa forma se sustentará la economía de la sociedad local que depende del turismo de cruceros y pernocta.

En el marco de la literatura referente al perfil de los turistas, a nivel global por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y los organismos navieros han desarrollado sus propios instrumentos, sin embargo su acceso es limitado. En México, desde el año 2002 existen estudios realizados a nivel nacional elaborados por la Secretaría de Turismo (SECTUR) y diez años después, el Instituto de Competitividad Turística de la SECTUR realiza una modificación a la metodología del instrumento. En el plano local, Cozumel no cuenta con un perfil que describa al excursionista de cruceros, por lo tanto, el objetivo del trabajo es conocer el perfil del crucerista que visita Cozumel.

Asimismo, es importante reconocer a la competencia, ya que el crucero es por sí mismo un destino, es decir, el buque es el hotel, el restaurante, el entretenimiento y el transporte, ahí mismo se le provee al viajero de alimentos, seguridad, recreación, servicios médicos, souvenirs y todos lo relacionado



con su viaje; y como complemento están los destinos de arribo, es decir, los lugares en los que el visitante bajará a conocer. En este orden de ideas, Douglas y Douglas (2004) explican que el crucero es un tipo de trayecto marítimo en el que el buque viaja desde y hasta el mismo lugar, proporcionando servicios de ocio y recreo a sus pasajeros. No obstante, esta definición excluye los cruceros con itinerarios entre diferentes puertos y a los pasajeros que pudieran embarcar o desembarcar durante la ruta.

El visitante de crucero que arriba a Cozumel, durante el recorrido de su viaje ha estado en otros sitios que le han satisfecho algunas o todas sus necesidades. Por ello es importante conocer su trayecto, sus visitas y consumos con la finalidad de identificar las acciones de los excursionistas que previamente fueron expuestos al gasto de servicios. A fin de aclarar lo anterior se presentan los cruceros que arriban a Cozumel, su itinerario, servicios, atracciones y estadía en los diferentes destinos en ruta (Ver Cuadro 1).

Crucero	Itinerario	Oferta turística
Carnival Triumph	Galveston / Cozumel / Progreso / Galveston	Centros de juego, zonas históricas, parques acuáticos, museos y playas.
Carnival Conquest	Miami / George Town / Cozumel / Belize City / Mahogany Bay / Miami	Playas, bancos, sitios históricos, museos, sitios arqueológicos, actividades acuáticas.
Carnival Victory	Miami / Cozumel / Miami	Museos, centros de juego, sitios arqueológicos, playas, actividades acuáticas.
Carnival Elation	New Orleans / Cozumel / new Orleans	Museos, parques nacionales, sitios arqueológicos, zonas históricas, actividades acuáticas, playas.
Carnival Dream	Port Cañaveral / Mahogany Bay / Belize City / Cozumel / Port Cañaveral	Museos, actividades acuáticas, casino, parques nacionales, sitios arqueológicos.
Carnival Imagination	Miami / Cayo Hueso / Cozumel / Miami	Museos, centros de juego, sitios arqueológicos, playas, actividades acuáticas.



Disney Fantasy	Port Cañaveral / Gran Caimán / Cozumel / Castaway Cay / Port Cañaveral	Museos, actividades acuáticas, sitios históricos y arqueológicos / parques temáticos, actividades acuáticas.
Allure of the Seas	Fort Lauderdale / Labadee / Falmouth / Cozumel / Fort Lauderdale	Playas, parques nacionales, actividades acuáticas, sitios arqueológicos e históricos.
Freedom of the Seas	Port Cañaveral / Labadee / Falmouth / George Town / Cozumel / Port Cañaveral	Playas, bancos, parques nacionales, actividades acuáticas, sitios arqueológicos e históricos.
Oasis of the Seas	Fort Lauderdale / Nassau / Cozumel / Fort Lauderdale	Playas, parques nacionales, sitios históricos y arqueológicos, museos, actividades acuáticas.
Celebrity Constellation	Fort Lauderdale / Cozumel / Key West / Fort Lauderdale	Playas, parques nacionales, sitios históricos y arqueológicos, museos, actividades acuáticas.
Celebrity Equinox	Fort Lauderdale / George Town / Cartagena / Colón / Puerto Limón / Belize City / Cozumel / Fort Lauderdale	Playas, parques naturales y nacionales, compras, sitios históricos y arqueológicos, actividades acuáticas, museos.
Celebrity Reflection	Miami / Cozumel / George Town / Montego Bay / Labadee / Miami	Museos, casinos, actividades acuáticas, playas, sitios históricos y arqueológicos, bancos.
Celebrity Silhouette	Fort Lauderdale / Cozumel / George Town / Fort Lauderdale	Playas, bancos, sitios históricos, museos, sitios arqueológicos, actividades acuáticas.
Norwegian Pearl	Miami / Key West / Cozumel / Miami	Museos, centros de juego, sitios arqueológicos, playas, actividades acuáticas.
Norwegian Epic	Miami / Ocho Ríos / Costa Maya / Cozumel / Miami	Playas, parques naturales y nacionales, compras, sitios históricos y arqueológicos, actividades acuáticas, museos.



Norweian Dawn	Tampa / Isla de la Bahía / Belize City / Costa Maya / Cozumel / Tampa	Playas, parques naturales y nacionales, compras, sitios históricos y arqueológicos, actividades acuáticas, museos.
Aida Bella	Montego Bay / Santo Domingo / Tórtola / Baseterre / La Romana / Ocho Ríos / Cozumel / Belize City / George Town / Montego Bay	Sitios históricos y arqueológicos, museos, parque naturales y nacionales, museos, actividades acuáticas.
Aida Vita	Miami / Tampa / New Orleans / Cozumel / Key West / Miami	Manglares, actividades acuáticas, museos, sitios históricos y arqueológicos.

Fuente: Elaboración propia con información de: www.aida.de / www.carnival.com / www.es.ncl.com / www.celebritycruises.com / www.royalcaribbean.com / www.disneycruise.disney.go.com

El cuadro anterior muestra la oferta turística del segmento de cruceros, lo que permite evidenciar el aumento de pasajeros a la región, ya que en el período de 2010 a 2013 alcanzaron 63 millones de pasajero (CLIA; 2013 en Palafox, Aguilar y Escalera; 2014).

Metodología

Se aplicaron 350 encuestas a los pasajeros de los cruceros que arribaron a la Terminal de Cruceros Punta Langosta, Terminal de Cruceros Puerta Maya y Terminal de Cruceros SSA México (Muelle Internacional). El instrumento para el levantamiento de la información se aplicó de forma aleatoria simple a los pasajeros de los barcos que arribaron durante la temporada de verano 2013 (Ver Instrumento 1 y 2). Los barcos que arribaron en esa temporada fueron Carnival Triumph, Carnival Conquest, Carnival Victory, Carnival Elation, Carnival Paradise, Carnival Dream, Carnival Imagination, Allure of the Seas, Freedom of the Seas y Oasis of the Seas de la naviera Royal Caribbean y Disney Fantasy de Disney Cruise Line. Así mismo, los aplicadores realizaron una bitácora de campo, en donde se anotaron las observaciones y comentarios derivados de la aplicación de cada encuestador. La muestra se obtuvo a través de la fórmula para poblaciones finitas con un margen de error del 5% (Fisher; 1993) con base en el total de cruceristas recibidos en el año 2012.



Resultados.

La información permite afirmar que los cruceristas visitan la isla en familia. El grupo está constituido por 6 personas en promedio, la mayoría (95%) de origen norteamericano de raza blanca, afroamericanos y latinos. Los pasajeros organizan su viaje entre 3 y 6 meses de anticipación. 35% de ellos son profesionistas, 21% son empleados y en menor presencia estudiantes, y dueños de sus propias empresas. Su nivel de estudios respalda lo anterior, ya que 34% tiene secundaria y 31% estudios de licenciatura.

El cómo se enteraron del destino turístico fue principalmente por internet, agencias de viajes y por recomendación de amigos. Es importante remarcar que 40% de los visitantes ya habían visitado Cozumel vía crucero (Ver Gráfica 1), por lo menos en dos ocasiones y expresan que volverán. Es pertinente desarrollar una estrategia en esos consumidores como un mercado potencial para el segmento de turismo de pernocta, ya que la mayoría de los encuestados expresan que les gustaría quedarse por más tiempo, porque lo que han conocido del destino no ha sido suficiente, así mismo dicen que no tienen información certera acerca de adónde ir en la isla, de su cultura y otros espacios que puedan provocar interés, toda vez que únicamente las actividades acuáticas que se venden en los paquetes en el crucero y aquellos que compran en su ciudad de origen.

Grafica 1. Número de visitas previas a Cozumel



Fuente: Elaboración Propia



Lo antes expresado se puede corroborar en el Cuadro 1 (Ver Anexo), ya que son los atractivos y servicios que se promocionan y venden antes del arribo, por lo tanto una parte importante de los visitantes ya tienen definido lo que se consumirá en la isla. Los demás turistas podrán elegir de la oferta que se les presenta al pisar a tierra, ya sea en el muelle o en su vista por el destino.

Como se vio anteriormente, el consumo de los cruceristas está acaparado por empresas como: Playa Mía, Discover México, Dolphin Discovery, Stingray Beach, Chankanaab e Isla de la Pasión. Todas son empresas privadas que ya cuentan con paquetes vendidos en los cruceros, así mismo los parques y atractivos que venden servicios previamente en el crucero y a los que están destinados los viajeros son: Punta Sur, San Gervasio y Museo de la Isla.

Es importante mencionar que los cruceros a los que se les aplicó el instrumento, Cozumel es el último destino que visitan en su travesía por altamar, de manera que el turista ha ejercido la mayoría de sus gastos y aun así han preferido quedarse en las plazas de los muelles comprando regalos sin desplazarse a otros espacios de la localidad receptora, por lo que es oportuno tomar medidas para que en este su último destino bajen del barco para consumir y conocer los atractivos con los que se cuenta. Se plantea la hipótesis de que dicho comportamiento del consumidor es atribuible por la cercanía al *homeport*.

Durante el levantamiento de la información, los adultos y adultos mayores que se encuestaron afirmaron en reiteradas ocasiones que ellos se paseaban en las plazas comerciales porque los miembros más jóvenes de la familia salieron a visitar Cozumel, *tour* que adquirieron previamente en el crucero. Permanecer cerca del crucero es resultado de la falta de recursos económicos para comprar algún paquete turístico, ya que al ser el final de la travesía “las actividades acuáticas son para jóvenes, y nosotros ya estamos cansados” (Ver Cuadro 2). La información de los itinerarios permite observar que la isla es el penúltimo destino dada la cercanía con el puerto de salida y de llegada, que por lo regular es Miami, así mismo la imagen de la seguridad de México es uno de los elementos considerados para quedarse en el barco, por eso prefieren no salir; así mismo está el factor tiempo, es decir, aquel que transcurre entre el arribo, el desembarque, las actividades y el abordaje, es expresado de la siguiente forma:



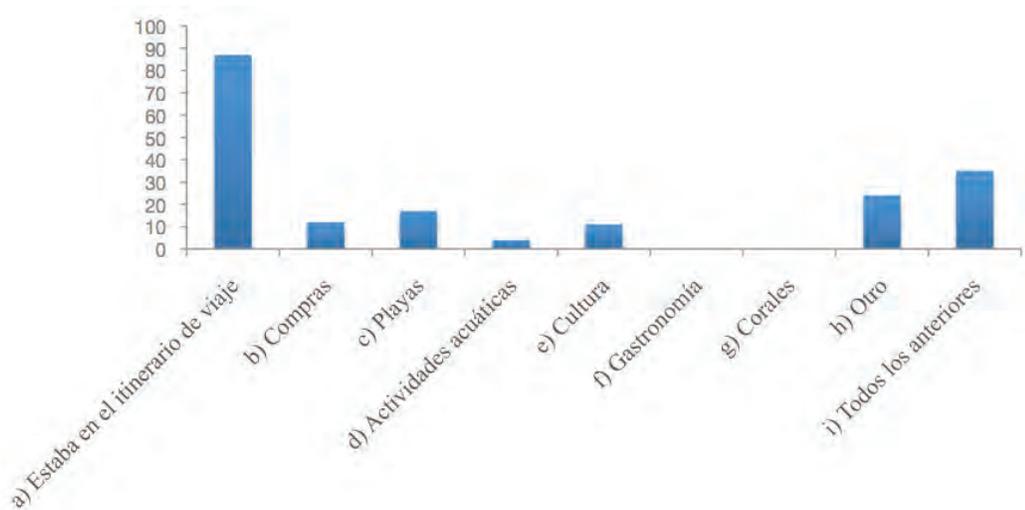
“el tiempo en la isla es muy reducido, el barco arriba aproximadamente entre 7 y 10 de la mañana, en lo que nos levantamos, aseamos y desayunamos da el medio día, después bajamos al muelle de 2 a 5 y debemos regresar de inmediato pues debemos estar arriba a las 6, por lo tanto y con poco dinero pues ya no salimos y compramos sólo algunos recuerdos, siempre preferimos comer en el barco”

Asimismo, en el Cuadro 1 (Ver Anexo) se ubican los destinos visitados y que se constituyen como competencia para la isla de Cozumel, ya que se pueden observar que presentan similitud de recursos naturales, así como de actividades recreativas, entre algunos de ellos están Fort Lauderdale (Florida), Nassau (Bahamas), George Town (USA), Ciudad de Belice (Belize), Grand Cayman y Falmouth (Jamaica), Labadee (Haiti), Mahogany Bay (Honduras) y Progreso (México). La diferencia entre las islas es la oferta de atractivos históricos en los destinos del Caribe como: museos, fuertes, castillos y artesanías típicas, parques nacionales con zoológicos, golf y casinos. Además, el único crucero que visita México y que preponderantemente oferta sus atractivos culturales es el Carnival Triumph, el cual arriba a Puerto Progreso, este último llevando a los cruceristas a la zonas arqueológicas Aké, Dzibilchaltún, Acancéh, Sayil, Chacmultún, Chichen Itza, también llega a Cozumel, pero con la oferta similar de sol y playa de las demás destinos turísticos de la región caribeña. Por lo anterior, es importante identificar el motivo por el cual decidieron visitar Cozumel (Ver Gráfica 2)

Ante el cuestionamiento, los cruceristas expresaron que su llegada coincide con el itinerario del viaje, es decir no decidieron el recorrido por el destino ni los atractivos que lo caracterizan, ante ello se deduce que Cozumel como destino en este segmento de mercado está generando atraktividad, por lo que se requiere instrumentar investigaciones al respecto.



Grafica 2. Decidí visitar Cozumel por que...

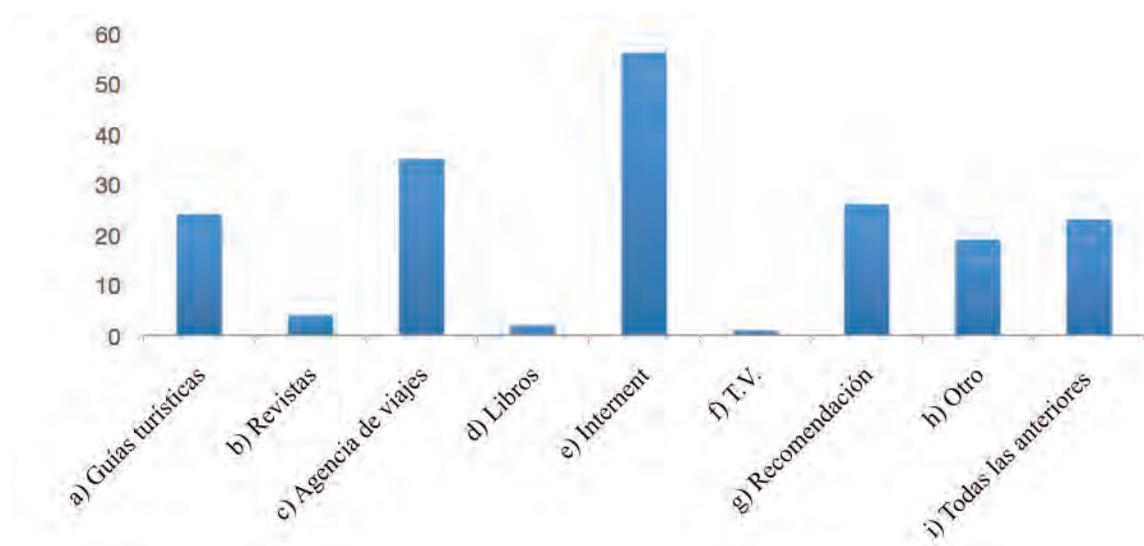


Fuente: Elaboración Propia

Como se puede ver en el Grafico 3, los viajeros saben de Cozumel a través del Internet, sin embargo el consumidor continúa haciendo uso de las agencias de viajes. Es relevante observar que los pasajeros de crucero toman como referencia la experiencia turística vivida por algún amigo como una recomendación para la toma de decisión del viaje. Se pudo observar que los visitantes interpretan como tourist destination sus vacaciones el viaje en crucero, es decir como un todo, no visitan a las islas por separado, es por eso que siempre cuentan como posibilidad el comer, divertirse y descansar en el crucero, no importando si han llegado a puerto.



Gráfica 3. Medios de información utilizados para aprender sobre el destino turístico

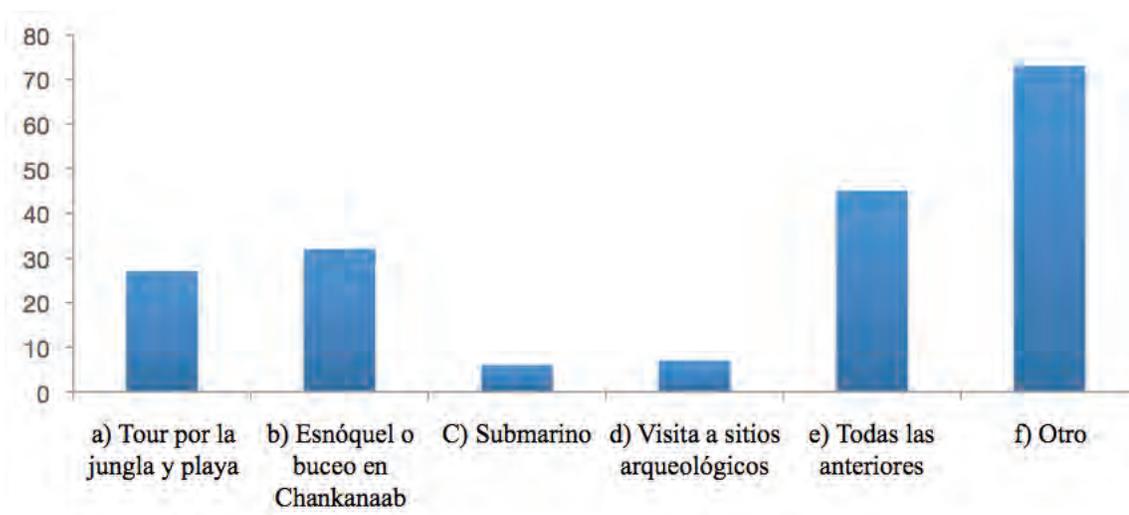


Fuente: Elaboración propia.

Los cruceristas realizan actividades recreativas en Cozumel tales como: caminatas por la ciudad, nadar con delfines, disfrutar de la tranquilidad de las playas y comprar recuerdos de viaje (Ver Gráfica 4), sin embargo la visita al Parque natural Chankanaab para esnorquelear y bucear, así como las visitas a la selva son las actividades que por excelencia se llevan a cabo en la Isla.



Cuadro 4. Actividades realizadas en Cozumel incluidas en el paquete de viaje.



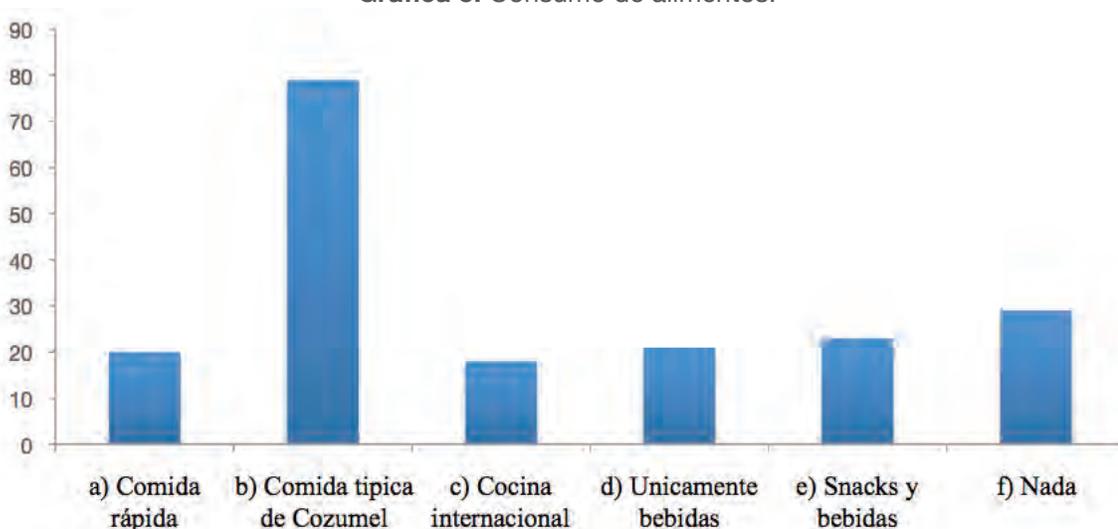
Fuente: Elaboración propia.

En el Gráfica 5 se detalla la información sobre el consumo de alimentos que realizan los visitantes durante la estancia, sin embargo, no es lo único, por lo que era necesario saber ¿cuáles habían sido los productos y servicios adquiridos fuera de los paquetes comprados en el crucero?, es decir desde su lugar de origen, las respuestas fueron: renta de calezas, parasailing, descansar en las playas, caminar por el malecón. En menor porcentaje se mencionó comer en algún restaurante o tomar alguna bebida, sin embargo la que más destacó fue ir de compras. Como se puede ver en la gráfica no se mencionan servicios acuáticos ni consumo en restaurantes, sin embargo aquellos que asisten a los antes mencionados prefieren probar la cocina local, aunque es de resaltar que la opción es nada, lo cual es congruente en cuanto a los consumos fuera del paquete comprado en el crucero, en donde no aparecen los restaurantes como parte de su consumo en su visita, los visitantes hacen uso de los servicios de alimentación previamente pagados a bordo, así como la compra de bocadillos y bebidas, o sólo bebidas y comida rápida. La cocina internacional que ofrecen los restaurantes de Cozumel no es una prioridad para los cruceristas, lo que llevaría a replantear, a quienes se está ofreciendo los



servicios de restauración y que por supuesto sería una oportunidad para plantear otra investigación en beneficio de estos, toda vez que el segmento de turismo de pernocta no está siendo considerado en el presente estudio.

Gráfica 5. Consumo de alimentos.

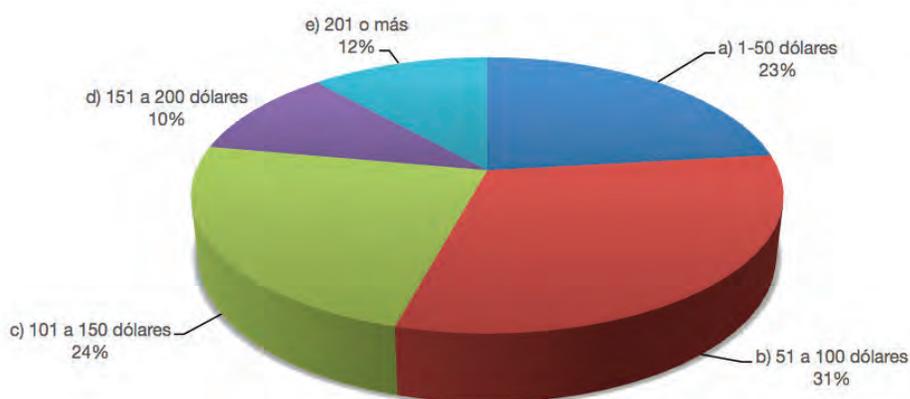


Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los datos conseguidos durante el trabajo de campo, las tiendas de artesanías son las que finalmente se benefician de aquellos cruceristas que salen de los muelles a caminar y recorrer Cozumel, 74% de ellos compran artículos varios y ropa con el logotipo de Cozumel. Es importante observar que 30% del gasto se realiza en productos y servicios hechos en la localidad. Lo anterior se ve relacionado con el costo de los tours que vende el crucero, los cuales son entre 50 y 100 dólares, pero 24% y 23% del gasto está en rangos que van de 101 y 150 dólares y 201 dólares o más, entre los cuales solo existe una diferencia de un punto porcentual. Lo anterior nos lleva a inferir que los cruceristas pueden adquirir productos y servicios que los empresarios isleños pueden ofrecer (Ver Gráfico 6).



Gráfico 6. Gasto promedio en actividades recreativas en el destino.



Fuente: Elaboración propia.

Aun cuando la isla no es el primer destino de arribo en los itinerarios de los barcos que sirvieron como objeto de información, destaca que Cozumel es un atractivo para la decisión de compra del viaje por el Caribe de los cruceristas, ya que 81% de ellos eligieron ese viaje por el hecho de arribar en la isla. Es pertinente resaltar que 40% de los visitantes ya habían estado en la isla, por lo que se podría suponer un nivel de repetición que debería cuidarse y mantenerse. Además, 88% de los encuestados expresó que regresarían a la localidad dado que disfrutaron de las actividades realizadas, algunos de ellos (11%) también regresarán por que el tiempo de estadía no permitió conocer lo suficiente.

Conclusiones

Desde la perspectiva económica, es importante observar los datos sociodemográficos del visitante, específicamente en cuanto a su composición familiar y su fuente de recursos, ellos viajan en familia de 6 personas en promedio, aunque se obtuvieron datos de hasta grupos de veinte. La mayoría son profesionistas y dueños de sus propios negocios, con educación secundaria y universitaria respectivamente. En su mayoría, se han enterado del viaje en crucero por amigos y 40% son turistas



repetitivos al menos en una ocasión y existe un potencial importante de convertir estos visitantes de cruceros en turistas, ya que expresan que dado el poco tiempo que tienen para visitar Cozumel no lo han hecho a profundidad, por lo que no descartan venir por otro medio a quedarse más tiempo. Se identifica un segmento de adulto mayor con potencial de viajar por tiempo indefinido.

En el entendido de que los cruceristas interpretan como “tourist destination” al crucero, es decir como un todo, no como primer producto de consumo la visita a las islas, debido a que siempre cuentan con la alternativa de comer, divertirse y descansar en el crucero, no importando si han llegado a algún puerto, por lo que se sugiere integrar los servicios que se venden en tierra para beneficiar el comercio local, tanto de servicios estructurados como paquetes u opcionales de manera individual.

Los viajes en crucero incluyen otros destinos del Caribe como: Progreso (México), George Town (Isla Caimán), Belice, Honduras, Haití, Jamaica, Bahamas y Cozumel, los cuales ofrecen otros recursos naturales y culturales diferentes y atractivos para el goce del turista. Se encontró que la estadía en promedio es de dos horas, y es relevante mencionar que la oferta turística de las otras islas es similar a la de Cozumel, sin embargo los otros destinos cuentan con una geografía que les permite realizar actividades como senderismo en montañas, rafting, visita a cavernas, nado en cascadas y culturalmente tienen una oferta más consolidada en cuanto a actividades se refiere, es decir tienen contacto con las comunidades, gastronomía, bailes, elaboración de artesanías, entre otros.

Algunas empresas de la isla tienen acaparadas las actividades de los cruceristas en las breves horas en las que permanecen en tierra, por ejemplo: Dolphin Discovery, Stingray Beach, Discover México, Playa Mía e Isla de la Pasión, Punta Sur, Chankanaab, San Gervasio y el Museo de la Isla. En futuras investigaciones habrá que encuestar a los demás servicios que atienden a los cruceristas para saber cuál es su forma de comercialización hacia este segmento y su participación del mercado, entre otras relaciones que se deriven de esta relación con esta corriente turística.

Asimismo, se debe hacer énfasis en que tanto para los norteamericanos como para los cruceristas de otras naciones abordar el crucero en Florida, Luisiana o Texas, les permite disfrutar de los atractivos y amenidades del barco al inicio y al final del viaje. A partir de continuos comentarios recibidos



los cruceristas continúan haciendo turismo en el lugar, de manera que esto pudiera repercutir en el consumo del último destino del itinerario del crucero; en la mayoría de los cruceros es la isla de Cozumel para ser reservado para los gastos de viaje de regreso a Florida, por lo que se propone a posteriori, revisar el perfil del crucerista para identificar esta actividad o en su caso conocer algún estudio de la actividad turística en el sitio de embarque.

Hay un grupo potencial para el turismo de pernocta: los cruceristas de la tercera edad en reiteradas veces mencionaron que Cozumel es un destino ideal, por su naturaleza, seguridad, cercanía geográfica y por las comodidades que ofrece el paraíso cercano a su domicilio habitual.



Bibliografía

APIQROO (2013). Totales por tipo de embarcación. Administración Portuaria Integral de Quintana Roo, México. [En Línea]. México: Administración Portuaria Integral de Quintana Roo. Disponible en: <http://www.apiqroo.com.mx/web/ApiqrooVE/tabla.php?tip=2&y=2013&port=1>

Aspe, Pedro (2009). Los orígenes de la crisis. CNN Expansión. [En Línea], Distrito Federal: CNN Expansión. Disponible en: <http://www.cnnexpansion.com/economia/2009/02/06/los-origenes-de-la-crisis>

CLIA (2013). The Overview. Cruise Lines International Association, Inc. Disponible en: http://www.cruising.org/regulatory/new/press_releases/2014/01/state-cruise-industry-2014-global-growth-passenger-numbers-and-product-o

Douglas, Ngaire & Norman Douglas (2004). Cruise Ship Passenger Spending Patterns in Pacific Island Ports. International Journal of Tourism Research 6 (4), 251-261. Disponible en: <http://www.ort.edu.uy/facs/pdf/documentodeinvestigacion58.pdf>

SEDETUR (2013). Indicadores turísticos. Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo. [En Línea]. México: Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo. Disponible en: <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/Indicadores%20Turisticos%202012.pdf>

Frausto Martínez, Oscar (Coord.) (2011). Desastres e impactos socioambientales provocados por el virus de la influenza tipo A (H1N1): experiencias compartidas México-Costa Rica. Cozumel: Universidad de Quintana Roo – Universidad de Costa Rica.

Fisher, Laura (1993). Investigación de mercados. Distrito Federal: Mc Graw Hill.

Palafox-Muñoz, Alejandro, Arturo Aguilar-Aguilar & Alejandro Escalera-Briceño (2014). El turismo de cruceros en la región de El Caribe, Revista Iberoamericana de Turismo, 4 (2): 40-53.



Anexos

The main objective of these questionnaire is to get information to build the profile of our visitors taking into account different perspectives. The on going research attempts to know our visitors based on cultural-symbolic aspects; that is, to know how remarkable have been these holidays for them.

Please, answer the following questions. They will help us to complete our research.

Instructions: choose only one of the options given.



Country and city: _____

<p>1. Who do you travel with?</p> <p>a. Alone _____</p> <p>b. My couple _____</p> <p>c. My family _____</p> <p>d. My Friends _____</p>	<p>2. What was your last educational level?</p> <p>a. Elementary school _____</p> <p>b. Junior high school _____</p> <p>c. High school _____</p> <p>d. Undergraduate _____</p> <p>e. Master's Degree _____</p> <p>f. Doctor's Degree _____</p> <p>g. Technical studies _____</p> <p>h. No studies _____</p> <p>i. Other _____</p>
<p>3. What is your occupation?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>4. I decided to visit Cozumel because I wanted to...</p> <p>a. rest _____</p> <p>b. do scuba diving _____</p> <p>c. do snorkeling _____</p> <p>d. know the culture of this place _____</p> <p>d. visit the museums in this place _____</p> <p>e. know the gastronomy of this place _____</p> <p>f. other _____</p>
<p>5. What kind of advertising did you use to learn about this tourist destination?</p> <p>a. Tourist guides _____</p> <p>b. Tourist services of guides _____</p> <p>c. Specialist magazines in tourism _____</p> <p>d. Through a travel agency _____</p> <p>e. Books _____</p> <p>f. Internet _____</p> <p>g. T.V. _____</p> <p>h. I do not know anything about this tourist destination _____</p>	<p>6. For you, which one is the most important attraction for visiting Cozumel?</p> <p>a. Beaches _____</p> <p>b. Reefs _____</p> <p>c. Archaeological sites _____</p> <p>d. Gastronomy _____</p> <p>e. Shopping _____</p> <p>f. Night life _____</p> <p>g. Other _____</p>
<p>7. From the following aspects, which one do you believe was the most important to choose the hotel while you are staying in Cozumel?</p> <p>a. Price _____</p> <p>b. Services _____</p> <p>c. Location _____</p> <p>d. Attention in the services _____</p> <p>e. Promotions _____</p> <p>f. Brand _____</p> <p>g. Facilities _____</p> <p>h. Exclusiveness _____</p>	<p>8. What services did you use in the hotel you stayed at?</p> <p>a. Restaurant _____</p> <p>b. Bar _____</p> <p>c. Discotheque _____</p> <p>d. Recreations services _____</p> <p>e. Souvenir shop _____</p> <p>f. Supply and food store _____</p> <p>g. Spa, gym _____</p> <p>h. Travel agency _____</p> <p>i. Car rental _____</p> <p>j. Exchange bureau _____</p> <p>k. Baby sitting service _____</p> <p>l. Beach _____</p> <p>m. Other _____</p>
<p>9. What activities did you practice in Cozumel? Choose the most important.</p> <p>a. To rest under the sun and swim in the hotel's beach _____</p> <p>b. To rest under the sun and swim in the public beaches _____</p> <p>c. To buy souvenirs, jewelry and perfumes _____</p> <p>d. To practice recreational in a tour with a car rented _____</p> <p>e. To visit discotheques, restaurants and bars _____</p> <p>f. To visit the downtown's city and its surrounding areas to know the place _____</p> <p>g. To buy handicrafts _____</p> <p>h. To visit the museum _____</p> <p>i. To visit the archaeological sites _____</p> <p>j. Calandria tours _____</p> <p>k. Walk along the principal avenue in Cozumel _____</p> <p>l. Other _____</p>	<p>10. Do you have any political, religious or professional position within an organization?</p> <p>No _____ Yes _____</p> <p>a) President _____</p> <p>b) Secretary _____</p> <p>c) Coordinator _____</p> <p>d) Community leader (priest, clergyman) _____</p> <p>f) Manager _____</p> <p>g) Supervisor _____</p> <p>Other _____</p>



<p>11. What has been the most remarkable experience during your holidays in Cozumel?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>12. Are there any other tourist destinations that you, your family or your friends are planning to visit but you do not know anything about them?</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. What kind of souvenirs did you buy?</p> <p>a. Some things with the logo of Cozumel _____</p> <p>b. Handicrafts or clothes from Cozumel _____</p> <p>c. Jewelry _____</p> <p>d. Perfumes and cosmetics _____</p> <p>e. Other _____</p>	<p>14. Before coming to Cozumel, what place(s) did you visit in your last vacations and how long did you stay there?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. How you prefer remembering your vacations?</p> <p>a. With photographs _____</p> <p>b. Video camera _____</p> <p>c. Postcards _____</p> <p>d. Buying handicrafts _____</p> <p>e. Buying souvenirs _____</p>	<p>16. What does Mayan Culture mean to you during your holidays in this tourist destination?</p> <p>a. Is the most important tourist attraction _____</p> <p>b. It is an important part of the tourist destination _____</p> <p>c. Is just another attraction _____</p> <p>d. I am not interested at all in the culture of this place _____</p>
<p>17. Which do you think is the most recurrent belief that people have about Cozumel before their arrival to this place?</p> <p>a. It is very expensive _____</p> <p>b. It is very cheap _____</p> <p>c. The food is not salubrious _____</p> <p>d. It is an insecure destination _____</p> <p>e. You can do whatever in Cozumel _____</p> <p>f. It is the paradise _____</p> <p>g. Scuba diving destination _____</p> <p>h. Other _____</p>	<p>18. Choose one of the following reactions that you can cause among your friends, or other people you know in your city, as a consequence of your trip to Cozumel.</p> <p>a. Happiness _____</p> <p>b. Social acknowledgement _____</p> <p>c. Better relationship among the family members _____</p> <p>d. Social status _____</p> <p>e. Personal growth _____</p> <p>f. Satisfaction _____</p> <p>g. Anger _____</p> <p>h. Envy _____</p> <p>i. Other _____</p>
<p>19. Did you obtain any benefits from any enterprise as a consequence of the planning and your visit to this tourist destination?</p> <p>a. Credit card points _____</p> <p>b. Airline miles _____</p> <p>c. Discounts to be a member of a club, association, institution or public organization _____</p> <p>d. Benefits as a result of buying an all inclusive package _____</p> <p>e. Benefits to use during next staying in this tourist destiny _____</p> <p>f. Other _____</p>	

Thank you very much for your time. Hope you come back soon.