



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO  
UNIDAD ACADÉMICA COZUMEL  
DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE  
MAESTRÍA EN GESTIÓN SUSTENTABLE DEL TURISMO

---

**INFLUENCIA DEL COMPORTAMIENTO DE LOS  
TRIPULANTES DE CRUCEROS EN LA GESTIÓN  
SUSTENTABLE DE COZUMEL, MÉXICO**

---

TESIS

Que para obtener el grado de

**Maestro en Gestión Sustentable del Turismo**

PRESENTA

**Erick David García González**

INTEGRANTES DEL COMITÉ DE ASESORÍA DE TESIS

DIRECTOR DE TESIS

**Dr. Oscar Frausto Martínez**

CO-DIRECTORA

**Dra. Anne Marie Van Broeck**

ASESORA

**Mtra. Claudia Inés Martínez**

ASESORA

**Dra. Lucinda Arroyo Arcos**

ASESOR

**Dr. Alfonso González Damián**

Cozumel, Quintana Roo, México, Enero de 2017



UNIVERSIDAD DE QUINTANA ROO  
DIVISIÓN DE DESARROLLO SUSTENTABLE

Cozumel, Quintana Roo, a 12 de diciembre de 2016

Con fundamento en el artículo 13, fracción III y IV, artículo 45 fracción IV del Reglamento de Estudios de Posgrado de la Universidad de Quintana Roo, los miembros del Comité de Asesores del trabajo de tesis denominado: *"Influencia del comportamiento de los tripulantes de cruceros en la gestión sustentable de Cozumel, México"*, elaborado por el Lic. **Erick David García González** (14-17683) de la Maestría en Gestión Sustentable del Turismo, tenemos a bien informar que otorgamos nuestra anuencia y aprobación del tema de tesis presentado (artículo 48), como requisito parcial para obtener el grado de:

**Maestro en Gestión Sustentable del Turismo**

Atentamente

Dr. Oscar Frausto Martínez  
Director

Dra. Anne Marie Van Broeck  
Co-Directora

M en G. Claudia Inés Martínez  
Asesora

Dra. Lucinda Arroyo Arcos  
Asesora

Dr. Alfonso González Damián  
Asesor

## AGRADECIMIENTOS

“Gracias a la vida que me ha dado tanto,  
Me ha dado la risa y me ha dado el llanto.  
Así yo distingo dicha de quebranto,  
Los dos materiales que forman mi canto  
Y el canto de ustedes que es el mismo canto.  
Y el canto de todos que es mi propio canto.”

Violeta Parra, “Gracias a la vida” (Fragmento).

Primeramente, agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de continuar preparándome profesionalmente y por colmarme todos los días de bendiciones y enseñanzas que han contribuido en forjar la persona que ahora soy.

A mis padres, Rubén y Ángeles, a quienes no tengo forma de recompensarles su amor y apoyo en todos los aspectos durante esta etapa, gracias infinitas también por sus consejos, puesto que siempre iluminaron mi camino en los momentos de obscuridad. Gracias por emprender junto conmigo esta experiencia a pesar de que ello representara distanciamiento, dificultades, angustias y obstáculos, ya que a pesar de todo, aprendí de ustedes que siempre al final aguarda una gran recompensa. Los amo a ambos.

A Andrés. Como mi hermano mayor, eres y serás siempre mi ejemplo a seguir, siempre te he admirado como persona por tus logros e inteligencia. Muchas gracias por siempre haberme brindado tu apoyo y transmitirme ese ánimo que te caracteriza.

A Naomi, con quien tuve la dicha de compartir este viaje. No pude haber pedido mejor compañera para esta aventura que nos ha dejado tantos aprendizajes. Gracias por cada momento, pues siempre me das la fuerza necesaria para dar lo mejor de mí. Te amo.

También quiero agradecer a mi director de tesis, Oscar, quien compartió conmigo su tiempo, paciencia y conocimientos durante la elaboración de este trabajo. Gracias también por haberte convertido en un gran amigo del cual he aprendido y espero seguir aprendiendo del apasionante mundo de la investigación.

Agradezco también a mi codirectora de tesis Anne Marie, pues sus aportaciones y apoyo enriquecieron arduamente este trabajo de investigación, del mismo modo, agradezco infinitamente el tiempo invertido para recomendaciones, asesorías y trabajo de campo.

Quiero también agradecer a mis asesores: Lucinda Arroyo, Claudia Martínez y Alfonso González, por haber dedicado su tiempo y conocimientos, mismos que contribuyeron a la mejora de éste trabajo.

A mis profesores de asignatura: Alejandro Alvarado, Alejandro Palafox, Alejandro Collantes, Rafael González, Luis Mejía, Luis Santander y Adrián Cervantes, de quienes sus clases fueron clave para encontrar un hilo conductor en mi trabajo de tesis.

Finalmente, agradezco a todos los familiares que me apoyaron durante este proceso; y por supuesto, a mis amigos, quienes me han demostrado que la distancia no es un factor que rompa con los vínculos importantes que uno forma a lo largo de la vida.

## CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO 1: CRUCEROS, TRIPULANTES Y SUSTENTABILIDAD.....	13
1.1 El turismo de cruceros .....	13
1.2. Tripulantes de cruceros.....	14
1.2.1. Jerarquía de los tripulantes de cruceros .....	15
1.2.2. Género de los tripulantes .....	17
1.2.3. Ambiente laboral .....	17
1.3 El Turismo como sistema .....	18
1.4 El Sistema turístico y la segregación socioespacial.....	24
1.5 Planificación estratégica y gestión del sistema turístico .....	24
1.5.1 Planificación estratégica de los destinos de cruceros.....	28
1.6 Sustentabilidad y turismo .....	29
1.7 Sustentabilidad y turismo de cruceros .....	30
1.7.1 Efectos económicos .....	31
1.7.2 Efectos sociales.....	32
1.7.3 Efectos ambientales .....	33
1.8 Reflexiones finales .....	37
CAPÍTULO 2: COZUMEL Y LOS TRIPULANTES DE CRUCEROS Y PROBLEMÁTICA CENTRAL.....	39
2.1. Cozumel y su relación con el turismo .....	39
2.2. Turismo de cruceros en Cozumel .....	41
2.3 Tripulantes en Cozumel.....	45
2.4 La gestión sustentable en Cozumel y el tripulante de crucero .....	47
2.5 Pregunta de investigación y objetivos planteados .....	48
2.5.1. Objetivos.....	49
2.6 Procedimiento metodológico .....	50

2.7 Reflexiones Finales .....	53
<b>CAPÍTULO 3: DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL TRIPULANTE EN COZUMEL.....</b>	<b>55</b>
3.1 Perfil de los tripulantes entrevistados.....	55
3.2 Comportamiento actual del tripulante de crucero en Cozumel .....	59
3.2.1 Tripulantes y comida en Cozumel.....	59
3.2.2 Compras de los tripulantes en Cozumel .....	62
3.2.3 Tripulantes y ocio .....	65
3.2.4 Importancia del Wi-Fi para los tripulantes.....	70
3.3 Distribución geográfica del tripulante en Cozumel.....	72
3.3.1 Perfil de los dueños de negocios entrevistados .....	73
3.3.2 Sistema de información geográfica y distribución del tripulante en Cozumel .....	75
3.4 Distribución y segregación por jerarquía y nacionalidad .....	84
3.5 Reflexiones finales .....	90
<b>CAPÍTULO 4. EFECTOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES DERIVADOS DE LA VISITA DEL TRIPULANTE EN COZUMEL .....</b>	<b>91</b>
4.1 Perfil de los gestores gubernamentales entrevistados.....	91
4.2 Efectos económicos del tripulante en Cozumel.....	92
4.2.1 Negocios dirigidos al tripulante.....	92
4.2.2 Tripulantes y joyerías .....	96
4.2.3 Percepción del tripulante como cliente.....	97
4.2.4 El tripulante ¿gasta?.....	103
4.3 Efectos sociales del tripulante de crucero en Cozumel .....	106
4.3.1 Horario de los negocios .....	106
4.3.2 Exclusión y apoyo .....	108
4.3.3 Intercambio gastronómico .....	111
4.3.4 Más allá del tripulante como cliente.....	115

4.3.5 Festividades del tripulante en el puerto de escala.....	119
4.3.6 Atender al tripulante, un negocio generacional .....	121
4.3.7 El Tripulante como residente de Cozumel .....	122
4.3.8 Labor social del tripulante .....	127
4.4 Efectos ambientales del tripulante.....	127
4.4.1 Participación ambiental del tripulante .....	127
4.5 Reflexiones finales .....	130
CAPÍTULO 5: DISCUSIÓN .....	131
5.1 Sobre el comportamiento del tripulante .....	131
5.2 Sobre la distribución y segregación del tripulante.....	132
5.2 Sobre la influencia económica del tripulante .....	132
5.3 Sobre la influencia social.....	133
5.4 Sobre la influencia ambiental .....	134
5.5 Sobre la influencia del tripulante en la gestión sustentable del turismo en Cozumel .....	135
5.6. Limitaciones del estudio.....	137
5.7 Conclusiones.....	137
REFERENCIAS .....	141

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Jerarquía del tripulante de crucero .....	16
Figura 1.2 Clasificación de turistas, viajeros y visitantes .....	20
Figura 1.3 Modelo del sistema turístico de Neil Leiper .....	22
Figura 1.4 Modelo del sistema turístico de Alfonso Jiménez .....	22
Figura 1.5 Modelo del sistema integral de la teoría y planificación turística.....	26
Figura 1.6 Planificación estratégica de destinos turísticos sostenibles .....	27

## ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 3.1 Restaurante de comida asiática Fu-Lin .....	60
Fotografía 3.2 Restaurante El Calamar.....	61
Fotografía 3.3 Lonchería del mercado municipal de Cozumel .....	62
Fotografía 3.4 Plaza i.95.....	63
Fotografía 3.5 y 3.5 a) Tripulantes de compras .....	64
Fotografía 3.6 Tripulantes caminando en Puerta Maya.....	67
Fotografía 3.7 Tripulantes comiendo en el mercado municipal .....	68
Fotografía 3.8 Tripulantes en café internet de la Plaza i95 .....	71
Fotografía 3.9 Tripulantes comiendo y utilizando dispositivos electrónicos .....	71
Fotografía 3.10 Tripulantes utilizando Wi-Fi de un local cerrado .....	72
Fotografía 3.11 Zapatería del centro frecuentada por tripulantes.....	79
Fotografía 3.12 Stand de hospital en evento de cruceros .....	79
Fotografía 3.13 Tripulantes arrendando scooter.....	80
Fotografías 3.14, 3.14 a), 3.14 b), 3.14 c) Lugares con promociones para los tripulantes .....	82
Fotografía 3.15 Restaurante El Abuelo Gerardo .....	84
Fotografía 3.16 Restaurante Chi Asian Cuisine (Puerta Maya) .....	84
Fotografía 3.17 Restaurante Rock n' Java .....	86
Fotografía 3.18 Clínica de botox Rejuvenation Clinic .....	86
Fotografía 3.19 Restaurante Drácula .....	88
Fotografía 4.1 Productos de importación en Plaza i95 .....	95
Fotografía 4.2 Spa de la Plaza i95 .....	95
Fotografía 4.3 Tripulantes comprando piedras preciosas.....	97
Fotografía 4.4 Menú del restaurante El Calamar.....	113
Fotografía 4.5 En el restaurante 10 con 15, el personal puede hacer la despensa y otros servicios para los tripulantes.....	118
Fotografía 4.6 Tripulantes pasando fiestas decembrinas en Rock n' Java .....	121
Fotografía 4.7 Nota periodística sobre tripulante filipino viviendo en Cozumel .....	123
Fotografía 4.8 Familia formada en Cozumel por tripulante .....	124
Fotografía 4.9 Acta de matrimonio entre filipino y mexicana .....	126
Fotografía 4.10 Tripulante disfrazado de Santa Claus y directora del DIF Cozumel entregando regalos a niños de escasos recursos .....	127

## ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 2.1 Ubicación geográfica de Cozumel.....	40
Mapa 3.1 Sitios de visita del tripulante .....	77
Mapa 3.2 Wi-Fi de los negocios que el tripulante visita .....	78
Mapa 3.3 Giro de las empresas con presencia de tripulantes .....	81
Mapa 3.4 Descuentos que manejan los negocios para el tripulante .....	83
Mapa 3.5 Distribución del tripulante en Cozumel en función de su jerarquía y nacionalidad.....	89
Mapa 4.1 Porcentaje de clientes tripulantes .....	94
Mapa 4.2 Número de franquicias por negocio .....	96
Mapa 4.3 Número de empleados beneficiados directamente de la visita del tripulante .....	101
Mapa 4.4 Promoción utilizada por los negocios.....	103



Mapa 4.5 Años en operación de los negocios .....	119
--	-----

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 La oferta turística.....	21
Tabla 1.2 Efectos económicos, sociales y ambientales del turismo de cruceros.....	36
Tabla 2.1 Arribo de cruceros a Cozumel tras la construcción del muelle internacional ....	42
Tabla 2.2 Porcentaje de recepción de cruceros a nivel mundial.....	43
Tabla 2.3 Los 5 destinos más visitados por el turismo de cruceros en el caribe. ....	44
Tabla 2.4 Destinos que reciben mayor derrama económica del turismo de cruceros ...	44
Tabla 2.5 Gasto promedio del tripulante en Cozumel .....	45
Tabla 2.6 Los 5 destinos en los que desciende mayor cantidad de tripulantes.....	46
Tabla 2.7 Los 5 destinos en los que más gasta el tripulante en el caribe. ....	46
Tabla 3.1 Perfil de los tripulantes .....	56
Tabla 3.2 Perfil de los gestores entrevistados.....	74
Tabla 3.3 Base de datos del SIG distribución del tripulante en Cozumel .....	76
Tabla 4.1 Perfil de los gestores gubernamentales entrevistados .....	92
Tabla 5.1 Efectos económicos, sociales y ambientales derivados de la visita del tripulante de crucero en Cozumel .....	135

## INTRODUCCIÓN

El turismo de cruceros representa un fenómeno que se ha hecho presente de manera global y que ha estado en constante crecimiento desde sus orígenes, generando con ello millones de desplazamientos humanos y ganancias millonarias tanto para los destinos como para las empresas navieras.

El crecimiento anual del turismo de cruceros, ha incurrido en diversos efectos económicos, sociales y ambientales, generalmente provocados por los cruceristas y las propias navieras. Éstos han sido identificados tanto dentro del barco, como en los puertos base y de escala que los cruceros visitan, siendo siempre abordados desde la perspectiva de las empresas de cruceros, turistas y residentes locales.

A pesar de la importancia del turismo de cruceros a nivel internacional en diversos ámbitos, muy poca atención ha sido prestada a los trabajadores del barco (también conocidos como tripulantes o *crew members*, por su denominación en el idioma inglés), sobre todo en cuestión de los efectos que genera su visita en los puertos de escala cuando descienden del barco, así como la influencia que éstos tienen en la gestión del destino.

Es por ello que el presente trabajo tiene por objetivo conocer cuál es la influencia del comportamiento de los tripulantes de cruceros dentro de la gestión sustentable del turismo en Cozumel por medio de su participación económica, social y ambiental en el destino.

A fin de explicar de manera detallada el trabajo de investigación, así como sus resultados, el escrito se divide en cinco capítulos. En el capítulo uno, se describe lo encontrado en la literatura sobre el turismo de cruceros y el tripulante, así como la relación que tiene este tipo de turismo con la sustentabilidad y la importancia que tiene el conocer el comportamiento, efectos, la distribución y segregación socioespacial del tripulante en puertos de atraque, todo ello abordado desde la Teoría General de Sistemas.

En el segundo capítulo, se describe la situación particular de Cozumel, cómo se tornó al paso del tiempo un destino turístico y uno de los puertos de cruceros más importantes a nivel mundial. Así mismo, se explica la presencia del tripulante de crucero en Cozumel identificada por las actividades que realizan en el puerto a partir de estudios previos (principalmente del trabajo de Van Broeck y Dierckx, 2011) para posteriormente recaer en la pregunta de investigación que fue el motor principal del trabajo, así como mencionar

los objetivos concretos de la investigación y el proceso metodológico que se utilizó para alcanzarlos.

En el capítulo número tres, se describe el perfil de los tripulantes entrevistados, así como el comportamiento que actualmente manifiestan en Cozumel, identificado a partir de cuatro actividades principales que realizan en la isla. Así mismo, se caracteriza el perfil de los dueños de negocios de la isla que fungieron como informantes clave, se hace referencia de los espacios y negocios a los que el tripulante suele acudir, para culminar con la diferenciación en la distribución y segregación espacial del tripulante en el destino en función de su jerarquía y nacionalidad, basándose en la realización de un Sistema de Información Geográfica.

En el capítulo cuatro, después de haber sido realizado un análisis de las entrevistas a los tripulantes y dueños de negocios, se procedió a entrevistar a gestores de Cozumel vinculados con el comportamiento del tripulante para de esta forma obtener su opinión sobre este actor. Después, se describen los efectos económicos, sociales y ambientales identificados a partir de la visita del tripulante de crucero en la isla, haciendo evidente la influencia del tripulante, tomando en cuenta los tres ámbitos relacionados con la gestión sustentable de un destino y a los actores principalmente involucrados.

En el último capítulo, se realiza una discusión sobre lo mencionado en la literatura, con lo identificado en el estudio; mostrando que si bien existe una influencia del tripulante de crucero en los puertos de escala en el ámbito económico, social y ambiental, el reconocimiento de ésta resulta parcial al no existir líneas de acción concretas en las que se contemple al tripulante como uno de los actores principales del turismo de cruceros en Cozumel, no sin también hacer mención del reconocimiento de las diversas limitantes del estudio. Finalmente, se muestran las conclusiones a las que el presente escrito ha llegado, haciendo énfasis en que el fenómeno del tripulante de crucero sigue siendo hasta la fecha poco estudiado, que representa una gama de oportunidades en la investigación y en la mejora de la gestión del turismo de cruceros, y que debe ser tomado en cuenta al formar parte un tipo de turismo que genera gran diversidad de efectos económicos, sociales y ambientales a nivel mundial.

## **CAPÍTULO 1: CRUCEROS, TRIPULANTES Y SUSTENTABILIDAD**

En el siguiente apartado, se presentará una revisión de la literatura identificada en torno al turismo de cruceros, los estudios sobre el tripulante de crucero y la relación que existe entre la teoría general de sistemas, el comportamiento y la gestión sustentable con este tipo de turismo. Finalmente, se hace una reflexión en la que se enfatiza necesidad de trabajos relacionados con la influencia del comportamiento del tripulante en la gestión sustentable de los destinos que los cruceros suelen visitar.

### **1.1 El Turismo de cruceros**

La industria de cruceros ha ido en un constante crecimiento desde sus orígenes. A partir de la década de 1980 ha mostrado un aumento anual del 7.2% (Asociación de Cruceros de Florida y del Caribe *Florida-Caribbean Cruise Association*, FCCA por sus siglas en inglés, 2015). Tan solo en el año 2015, reportó un total de 23 millones de cruceristas (FCCA, 2015), por lo que dicha industria se ha convertido en el sector de mayor demanda turística a nivel mundial (Gibson, 2008).

El principal mercado de la industria de cruceros es el Norteamericano; de los cruceristas reportados en 2014 por la FCCA, más de la mitad (12 millones) proviene de dicha región. Aunado a ello, desde la década de 1990, más de 200 millones de turistas de cruceros han partido desde puertos Norteamericanos, de los cuales, el 70% han utilizado el servicio de cruceros en los últimos diez años (FCCA, 2015; Petrick y Durko, 2015).

De acuerdo con Petrick y Durko (2015), existen dos empresas que dominan la industria de cruceros. La primera de ellas y la más sobresaliente, es Carnival Corporation, misma que posee más del 48% de los cruceros existentes alrededor del mundo y que administra diversas líneas de cruceros, tales como Holland America Line, Princess Cruises, P&O Cruises, AIDA Cruises y Costa Cruises. La segunda, es Royal Caribbean Cruises Limited, con 23.3% del total mundial de barcos en su flota, misma que opera líneas de cruceros como Royal Caribbean International, Celebrity y Azamara Cruises.

Actualmente, existen 410 cruceros alrededor del mundo, pero debido a la demanda constante, entre el 2016 y 2018, se construirán 24 nuevos barcos, lo que representará un aumento de 37,546 cruceristas en la capacidad de pasajeros total mundial, y una inversión

de cerca de 8 mil millones de dólares en la industria (Cruise Lines International Association CLIA, 2015; Petrick y Durko, 2015).

El éxito de la industria de cruceros, en cuestión de la demanda, se debe a la promoción y a la promesa de una experiencia hedonista en el barco para el crucerista, ofreciéndole grandes lujos a bordo, alimentos y bebidas internacionales, shows, actividades recreativas y excursiones a diversos atractivos en los puertos de escala (Gibson, 2008; Kerswill y Mair, 2015).

Lo anterior, no sería posible sin las personas que trabajan a bordo del crucero con el fin de administrar el barco o prestar su servicio a los cruceristas, mismas que son conocidas como tripulantes de cruceros o *crew members*.

## **1.2. Tripulantes de cruceros**

Para poder satisfacer las necesidades de los turistas, cada crucero recluta tripulantes cuyo fin es cumplir con diversas funciones a bordo. De acuerdo con la Asociación Internacional de Cruceros (*Cruise Lines International Association*, CLIA, por sus siglas en inglés, 2015), actualmente existen cerca de 891,000 tripulantes trabajando en diferentes líneas de cruceros.

La nacionalidad de los tripulantes de cruceros es diversa. Existen en promedio 99 diferentes nacionalidades en un barco, de las cuales destacan tripulantes provenientes de Filipinas, Italia, Gran Bretaña, Honduras, India, Indonesia, Alemania y Ucrania. Cabe mencionar que en su mayoría (hasta el 2005), los tripulantes eran de nacionalidad Filipina, representando el 29% de la tripulación total de un crucero (Wu, 2005).

Aproximadamente, un tercio de los camarotes disponibles en los barcos, se utiliza para albergar a los trabajadores, esto se traduce en que un tripulante debe dar servicio a dos, tres, o hasta cuatro cruceristas<sup>1</sup>, dando como resultado, extensas jornadas laborales que oscilan en un promedio de 8 a 12 horas, siete días a la semana (Wood, 200; Zhao, 2002; Weaver, 2005).

---

<sup>1</sup>La cantidad disponible de tripulantes en un crucero depende en muchas ocasiones del tamaño y categoría del mismo. Mientras más lujoso sea el crucero, habrá mayor cantidad de tripulantes por crucerista (Gibson, 2008; Véronneau y Roy, 2012).

### *1.2.1. Jerarquía de los tripulantes de cruceros*

Los tripulantes de cruceros cuentan con una jerarquía establecida (*figura 1.1*) (Gibson, 2008). La tripulación de mayor rango, generalmente se compone por el capitán, oficiales, jefes de ingeniería y el gerente de hotel. Sus funciones son meramente administrativas, son los responsables de que exista control en el barco y de que todas las actividades se lleven a cabo de manera adecuada (Lois *et. al.*, 2004).

Los tripulantes de mediano rango, suelen ser considerados los asistentes de los oficiales y los gerentes de departamentos de hotelería, los cuales tienen por objetivo asistir e informar a los oficiales, jefes y al gerente de hotel cualquier anomalía que se suscite en el crucero y resolverla de la mejor forma posible. Dentro de este rango, también se encuentran todos los animadores y personal de espectáculos y entretenimiento, los cuales deben presentar actividades y espectáculos que entretengan al crucerista (Véronneau y Roy, 2012).

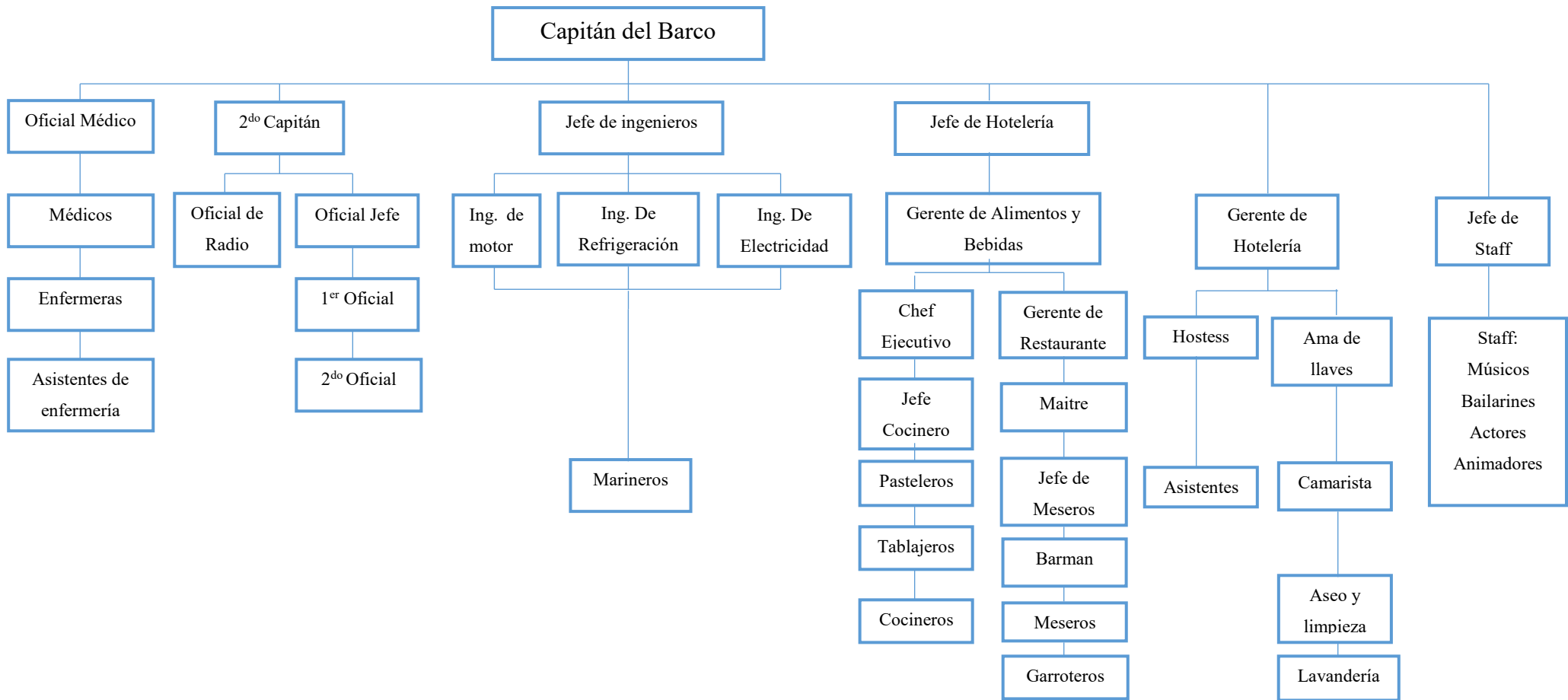
La tripulación de bajo rango, se compone generalmente por los marineros, personal de aseo y limpieza, y los trabajadores del área de alimentos y bebidas de nivel operativo (cocineros, meseros, baristas, entre otros). Las funciones principales de éstos, son dar mantenimiento al barco, así como ofrecer comida y bebida a los cruceristas (Gibson, 2008; Véronneau y Roy, 2012).

La división de jerarquías es tan evidente, que los capitanes y oficiales gozan de ciertos privilegios a los que los demás tripulantes no pueden aspirar, tales como cabinas individuales o comedores y bares exclusivos; y rara vez llegan a comunicarse y socializar más allá de situaciones laborales si no pertenecen al mismo rango (Zhao, 2002).

Generalmente, la tripulación de altos mandos, suele ser de países Norteamericanos y del oeste de Europa (Estadounidenses, Italianos, Noruegos y Británicos, principalmente), mientras que los tripulantes de medio y bajo rango habitualmente provienen de países asiáticos y de Europa del Este que se encuentran en vías de desarrollo (Indonesios, Malasios, Filipinos, entre otros) (Zhao, 2002; Weaver, 2005; Wood, 2000).

Lo anterior, se debe a que muchas compañías de cruceros ofrecen empleos para altos rangos generalmente en países industrializados, mientras que los puestos medios y bajos, son promovidos a personas de países en desarrollo o del tercer mundo (Wood, 2000).

Figura 1.1 Jerarquía del tripulante de crucero<sup>2</sup>.



Fuente: Elaboración propia, basada en Véronneau y Roy, 2012.

<sup>2</sup>La organización y ciertos puestos pueden variar en función de la línea y tamaño del crucero

### *1.2.2. Género de los tripulantes*

El oficio de tripulante de barco se ha considerado por siglos exclusivo del género masculino, por ende, existía poca presencia del género femenino en los cruceros. Es a partir de la década de los 90 que se empieza a incluir una mayor cantidad de tripulantes femeninos, debido en parte al crecimiento constante de la industria y a la globalización del mercado laboral (Zhao, 2002).

Sin embargo, existe una notable preferencia para ciertos trabajos en función del género (Gibson, 2008). Comúnmente, la mayoría de las labores administrativas y aquellas que se consideran trabajos pesados (como mantenimiento de maquinaria, equipo técnico y maniobras de navegación) son otorgadas a trabajadores del género masculino. De hecho, el género sigue dominando el mercado laboral con el 81% de los tripulantes en la industria (Wu, 2005).

Por otro lado, trabajos como servicio a cuartos, limpieza, enfermería, recepción y cuidado de infantes son, en su mayoría, para el género femenino (Zhao, 2002). Los tripulantes femeninos constituyen aproximadamente el 19% del personal total en la industria de cruceros, siendo su oficio en la mayoría de los casos en la sección de cabinas y servicios al cliente (Wu, 2005).

### *1.2.3. Ambiente laboral*

A pesar de que existe diferenciación jerárquica vinculada a la nacionalidad y el género, los tripulantes aseguran que su labor se desenvuelve en un ambiente en el que existe un fuerte sentido de comunidad. Muchos de ellos llegan a considerarse como parte de “una gran familia” dentro del barco, en la que cada miembro es importante. Incluso muchos tripulantes gustan tanto laborar en un crucero, que llegan a considerarlo un lugar al que pertenecen, tanto como a su país de origen (Gibson, 2000).

Lo anterior puede ser explicado debido a que muchos tripulantes, al trabajar lejos de sus residencias habituales y al apartarse de familiares y seres queridos, necesariamente intensifican la interacción y comunicación entre ellos, lo que lleva a que se generen fuertes vínculos sociales (Wood, 2000).



Además, entre los motivos por los que los tripulantes soportan las extensas jornadas laborales (sobre todo los de países subdesarrollados), se encuentran que ellos consideran que se sienten más cómodos trabajando alejados de conflictos sociales, y a que perciben mejores ingresos que en su país de origen (Wood, 2000), además, una razón de gran peso para muchos tripulantes, es que tienen la oportunidad de viajar y conocer el mundo (Gibson, 2008).

El tripulante de crucero forma parte fundamental del turismo de cruceros al cumplir con sus funciones laborales. Sin embargo, al desplazarse dentro de los barcos hacia distintos puertos de escala, durante su tiempo libre también descienden y realizan diversas actividades como visitantes de un destino (Van Broeck y Dierckx, 2011) y, por ende, pueden influir en el mismo al ser actores de un Sistema Turístico.

### **1.3 El Turismo como sistema**

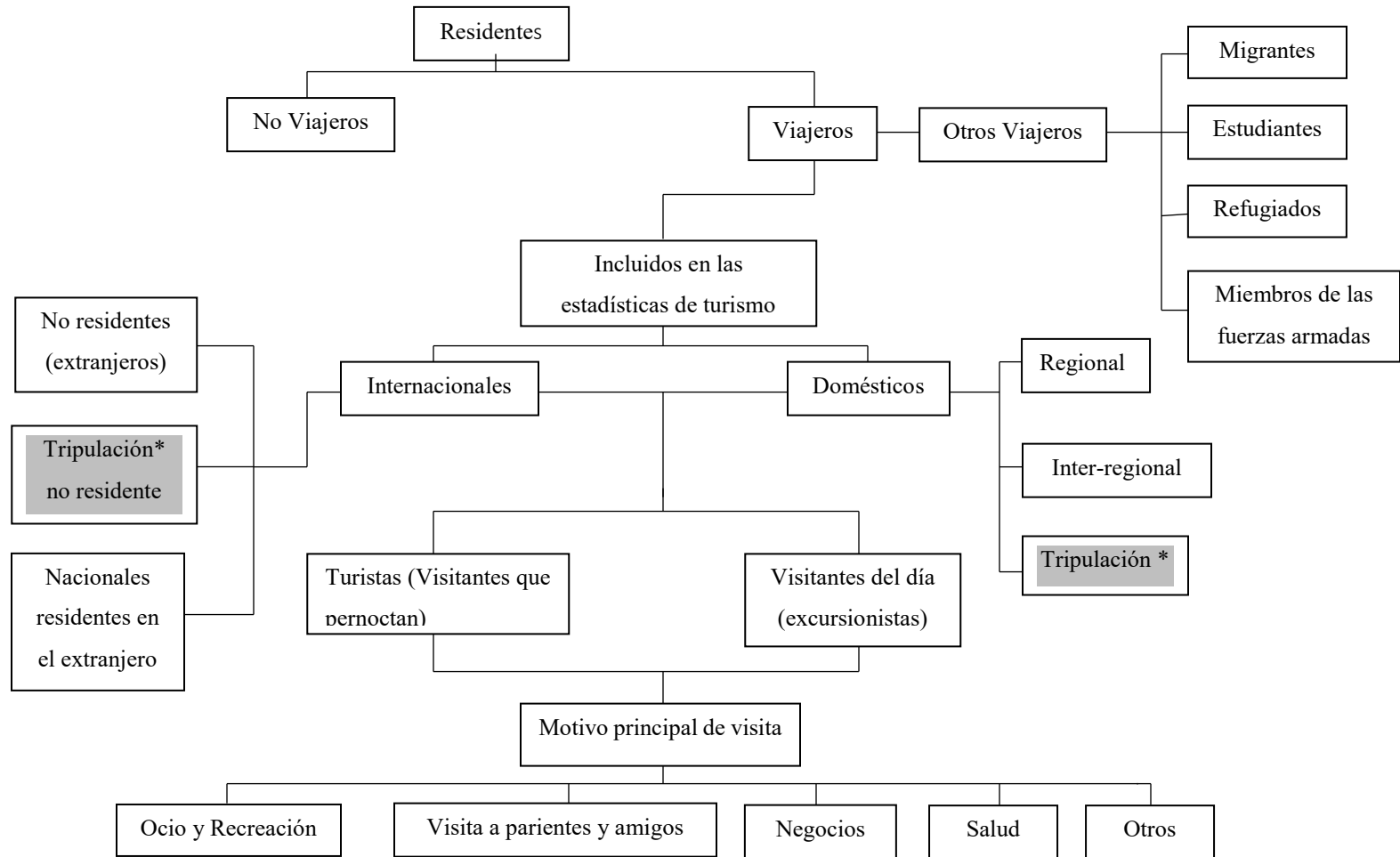
Una manera con el que se ha tratado de explicar al turismo, es desde la Teoría General de Sistemas (Jiménez, 2005; Sancho, 2008; Mason, 2008). Bertalanffy (1973), uno de los precursores de dicha teoría, considera que la organización de los elementos permite un estudio y explicación coherente de un todo. Beni (2001), argumenta que un sistema debe ver de manera holística todos sus componentes, es decir, además de que debe incluir todos sus elementos, éstos deben interactuar de forma integral para su correcta función.

Jiménez (2005), Mason (2008), Panosso (2008) y Sancho (2008), argumentan que un sistema puede ser explicado desde un modelo en el cual todos sus elementos se deben relacionar e interactuar entre sí. Un modelo puede entenderse como una simbología que implementa dibujos y/o palabras que representan las propiedades de un sistema. En este sentido, el turismo puede ser explicado a partir de la teoría general de sistemas para intentar identificar de manera precisa sus elementos a fin de comprender la dinámica y procesos complejos que lo conforman (Getz, 1986).

Sancho (2008) y Mason (2008), consideran que los elementos básicos en un sistema turístico deben ser los siguientes:

- La demanda turística: Compuesta por los turistas, viajeros y visitantes (*figura 1.2*).
- La oferta: Conjunto de bienes y servicios para goce y disfrute de la demanda turística (*Tabla 1.1*).
- Espacio geográfico: Lugar físico en donde ocurre la interacción entre la oferta y demanda, mismo donde se sitúan los residentes locales. Ésta se puede seccionar en la región generadora de turistas, ruta de tránsito y región de destino.
- Operadores del mercado: Organismos y empresas cuya finalidad es permitir la relación entre la oferta y demanda.

Figura 1.2 Clasificación de turistas, viajeros y visitantes.



\*En el presente diagrama, se entiende por tripulación a los trabajadores tanto de barcos como de aviones que visitan un destino turístico.

Fuente: Elaboración propia, basada en: Mason, (2008); Sancho, (2008).

Tabla 1.1 *La oferta turística.*

Transporte	Alojamiento	Lugares de Compra	Actividades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Barco</li> <li>• Bicicleta</li> <li>• Avión</li> <li>• Ferrocarril</li> <li>• Automóvil (arrendadoras)</li> <li>• Autobús</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoteles</li> <li>• Moteles</li> <li>• Campamentos</li> <li>• Resorts</li> <li>• Villas</li> <li>• Condominios</li> <li>• Casas de anfitriones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiendas de suvenires</li> <li>• Tiendas de artesanías</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actividades recreativas</li> <li>• Visitas a atracciones</li> <li>• Visitas a parientes/amigos</li> <li>• Negocios/convenciones</li> <li>• Festivales</li> <li>• Deportes</li> </ul>

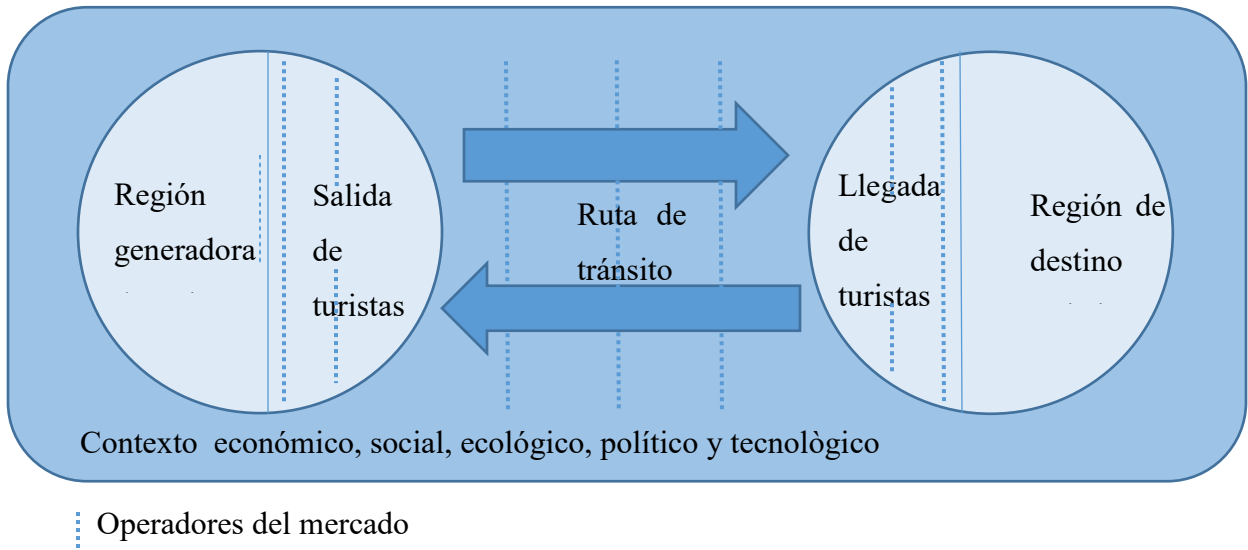
Fuente: Elaboración propia, basada en: Mason, (2008); Sancho, (2008).

El autor Alfonso Jiménez Martínez, en su obra *“Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas”* (2004), parte del modelo de sistema turístico de Leiper (citado en Mason, 2008; Panosso, 2008) (*figura 1.3*) para desarrollar uno propio de mayor complejidad (*figura 1.4*). Jiménez (2004) explica que en el turismo existen diversas escalas y fronteras, por lo que el modelo de Leiper, se vuelve un “subsistema”, una interacción básica entre un núcleo emisor y receptor (región generadora de turistas y región de destino, respectivamente) que forma parte de otros subsistemas limitados por el “sistema” nación, el cual a su vez forma parte de un “supersistema” compuesto por diversos sistemas que, en su conjunto, crean un “hipersistema mundial”.

En cada una de las escalas del sistema turístico de Jiménez, se señala que existen las siguientes acciones:

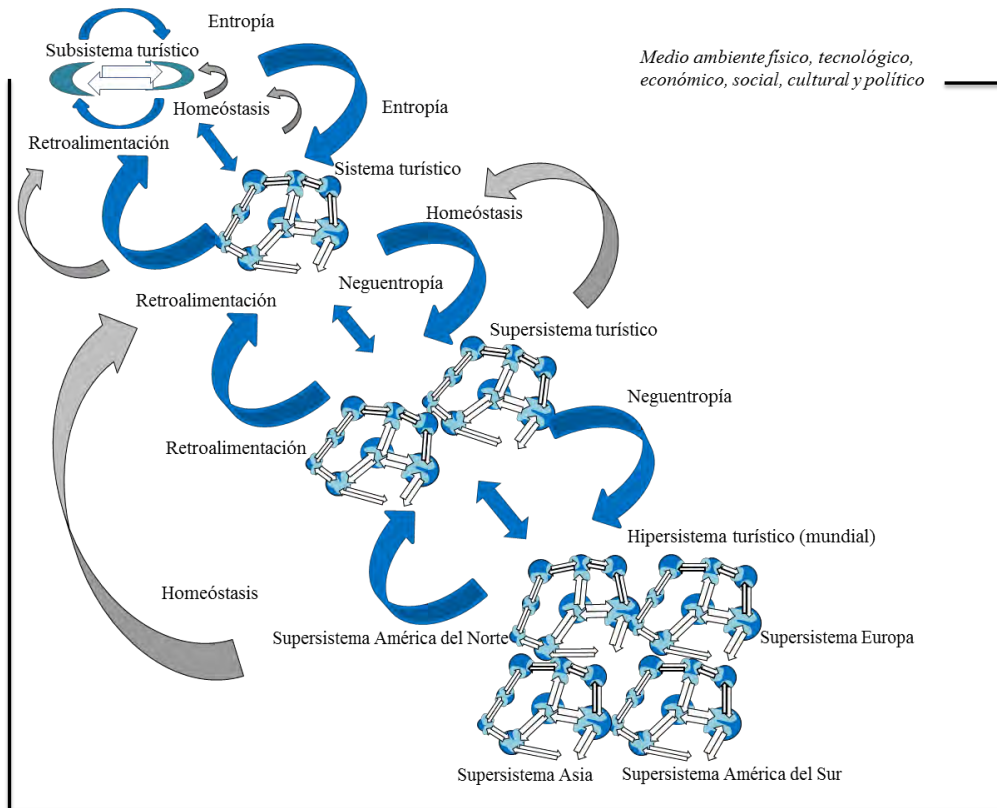
- Entropía: Nivel de transformación derivado de la interacción entre la región generadora de turistas y del destino turístico
- Homeostasis: Nivel de equilibrio existente entre los núcleos.
- Retroalimentación: Elementos que pueden afectar al sistema de manera positiva o negativa.

Figura 1.3 Modelo del sistema turístico de Neil Leiper.



Fuente: Elaboración propia, basada en: Mason, (2008); Panosso, (2008).

Figura 1.4 Modelo del sistema turístico de Alfonso Jiménez.



Fuente: Elaboración propia a partir de Jiménez, 2005

Ahora bien, derivado de las interrelaciones que existen en el subsistema, Jiménez (2004) indica que éstas no se limitan entre local y turista, sino que pueden existir otras (como una relación local-local o turista-turista) que no han sido de relevancia para la literatura. En este sentido, y considerando que el ser humano figura como elemento fundamental de un sistema turístico, ya que el turismo “es para las personas y con las personas” (Jiménez, 2004: 83), cualquier tipo de interrelación en el subsistema puede ser considerada para su comprensión y análisis.

Tomando en cuenta que el tripulante de crucero puede definirse como visitante de un destino turístico durante su tiempo libre (Klein, 2003; Sancho, 2008; FCCA, 2015), éste puede y debe ser analizado como parte de un subsistema del que se hace partícipe a través de su comportamiento en los puertos de cruceros.

El comportamiento -el cual de acuerdo con Pearce (2005) puede ser definido como las manifestaciones observables que resultan de un proceso mental previo-, es el que determina las actividades y desplazamientos del individuo dentro de un sistema turístico. Por ende, su comprensión y estudio en los destinos, es esencial para reducir efectos<sup>3</sup> negativos y alentar los positivos entre visitantes y locales (Andriotis, 2004; Archer *et al.*, 2005); así como para comprender de mejor manera la función e interrelación de las personas en cualquier escala del sistema (Jiménez, 2004).

Al respecto, el trabajo de Van Broeck y Diercx (2011), resulta fundamental al ser el único trabajo identificado en la literatura que demuestra que el tripulante, durante su tiempo libre, tiene entre sus actividades principales la búsqueda de lugares para relajarse, apartarse de los cruceristas que atiende en el barco, hacer la despensa, comer, buscar satisfacer necesidades sexuales y comunicarse con seres queridos vía internet. Así mismo, concluye que es necesaria mayor información sobre el comportamiento del tripulante en función de su jerarquía y nacionalidad, ya que estas características, pueden influir en su distribución y en las actividades que realicen en un destino turístico durante su tiempo libre.

---

<sup>3</sup> Si bien en los escritos académicos se han denominado a los cambios positivos y negativos provocados por el turismo como impactos (Mason, 2008; Klein, 2003; Brida y Zapata 2010), diversos autores también los han designado como efectos (Barrado, 2004; Pearce, 2005; Gibson y Bentley, 2006; Klein, 2011; Polat, 2015), lo que desde la perspectiva del sistema turístico de Jiménez, equivale a la acción de retroalimentación. En éste trabajo, se utilizará el término “efectos”, para denominar a las consecuencias económicas, sociales y ambientales derivadas del turismo en un destino.

#### **1.4 El sistema turístico y la segregación socioespacial**

El turismo se ha vuelto de gran interés para las ciencias geográficas al ser el espacio físico uno de los componentes esenciales del sistema turístico (Mason, 2008; Sancho, 2008), pues es el que permite la interacción entre residentes y visitantes. Los autores Barrado (2004), Hall y Page (2006) y Williams y Lew (2015), consideran al turismo como un sistema abierto que influye y es influido por el contexto político, social, económico y ambiental, lo cual coincide ampliamente con el modelo del sistema de Neil Leiper, y por ende, con la idea de sistema turístico de Jiménez (2004).

Una aportación importante de la geografía en el turismo, radica en que permite una mejor comprensión de las interacciones de los elementos del sistema mediante la elaboración de Sistemas de Información Geográfica (SIG o GIS por sus siglas en el idioma inglés) y representaciones cartográficas (Hall y Page, 2009), permitiendo conocer los efectos de esas interacciones, un mejor entendimiento de su estructura y dinámica (Hall y Page, 2006), e incluso, identificar grupos segregados en el sistema (Williams, 2006; Pérez-Campuzano-2011; Williams y Lew, 2015).

Pérez-Campuzano (2011), define la segregación socioespacial como grupos de poblaciones separados en el espacio. La segregación socioespacial, pretende determinar la distribución de dichos grupos a partir de características en común, como pueden ser nacionalidad, nivel socioeconómico o religión; esto con el fin de mostrar su heterogeneidad y tener una mejor comprensión de los efectos que estos grupos pueden causar en un sitio en particular (Castillo, 2011). En este sentido, la segregación socioespacial puede ser utilizada para determinar la distribución de los tripulantes durante su tiempo libre en puertos de escala en función de su jerarquía y nacionalidad, lo que a su vez puede ayudar a mejorar la planificación y gestión de un destino turístico (Barrado, 2004; Williams, 2006), en aras de la inclusión de todos los actores de un sistema (Marchena *et al.*, 1999).

#### **1.5 Planificación estratégica y gestión del sistema turístico**

Existen diversos modelos que han intentado explicar al turismo desde la teoría general de sistemas. Getz (1986), tras revisar en la literatura 150 diferentes modelos, concluyó que es posible identificar los efectos del turismo mediante un modelo integral en el que debe

contemplarse la planificación y la gestión. Dicho autor, retoma la “*Planificación como sistema conceptual*” de Chadwick (1971), la cual explica que un modelo sistemático debe reflejar cómo la planificación y la gestión se relacionan y a la vez, retroalimentan la teoría.

El modelo creado por Getz (1986: 30), puede ser considerado como “una guía conceptual para la planificación”, de hecho, arguye que en otros modelos, no existe un vínculo entre el desarrollo, planificación, la investigación turística y el sistema; a la vez de que las metas de la planificación deben ajustarse a las políticas y necesidades locales a fin de evitar (o disminuir) impactos negativos y solucionar problemas de gestión en el destino (*figura 1.4*).

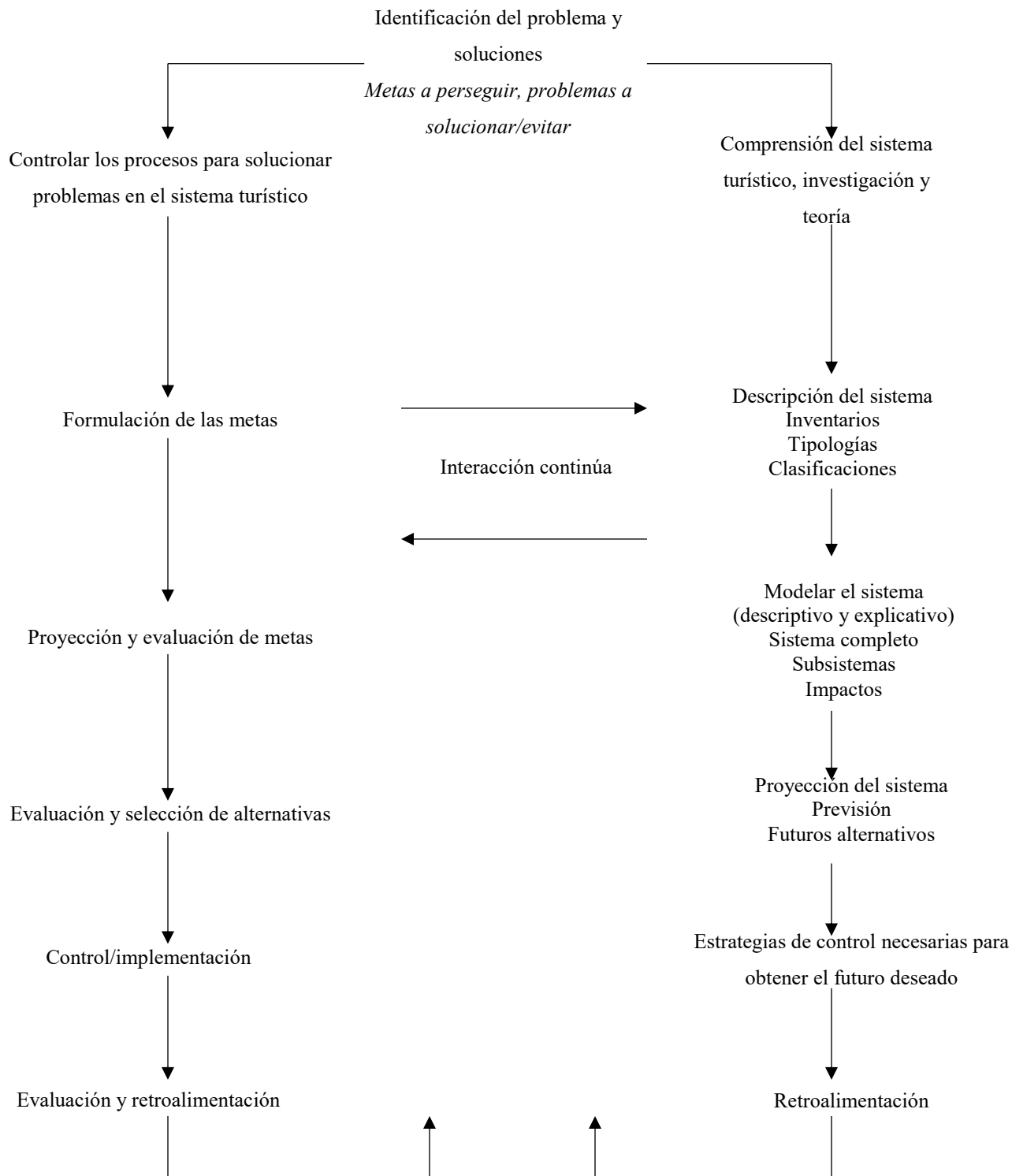
El autor sugiere los siguientes puntos como mínimos en los que el turismo, debe contribuir en la localidad a través de una planificación estratégica adecuada:

- Desarrollo de la comunidad
- Conservación del patrimonio y el ambiente
- Realce de la identidad cultural
- Proporcionar oportunidades de ocio
- Cambios demográficos y poblacionales
- Bienestar social
- Proporción de alimentación y vivienda

De hecho, esta planificación debe ser flexible en función del contexto, ya que las particularidades de cada destino deben ser tomadas en cuenta para una gestión adecuada (Marchena *et al.*, 1999); además de que Getz (1986) considera que el estudio sistematizado de las similitudes y diferencias de un contexto puede ayudar a enriquecer la comprensión de todas las consecuencias derivadas del turismo.



Figura 1.5 Modelo del sistema integral de la teoría y planificación turística.

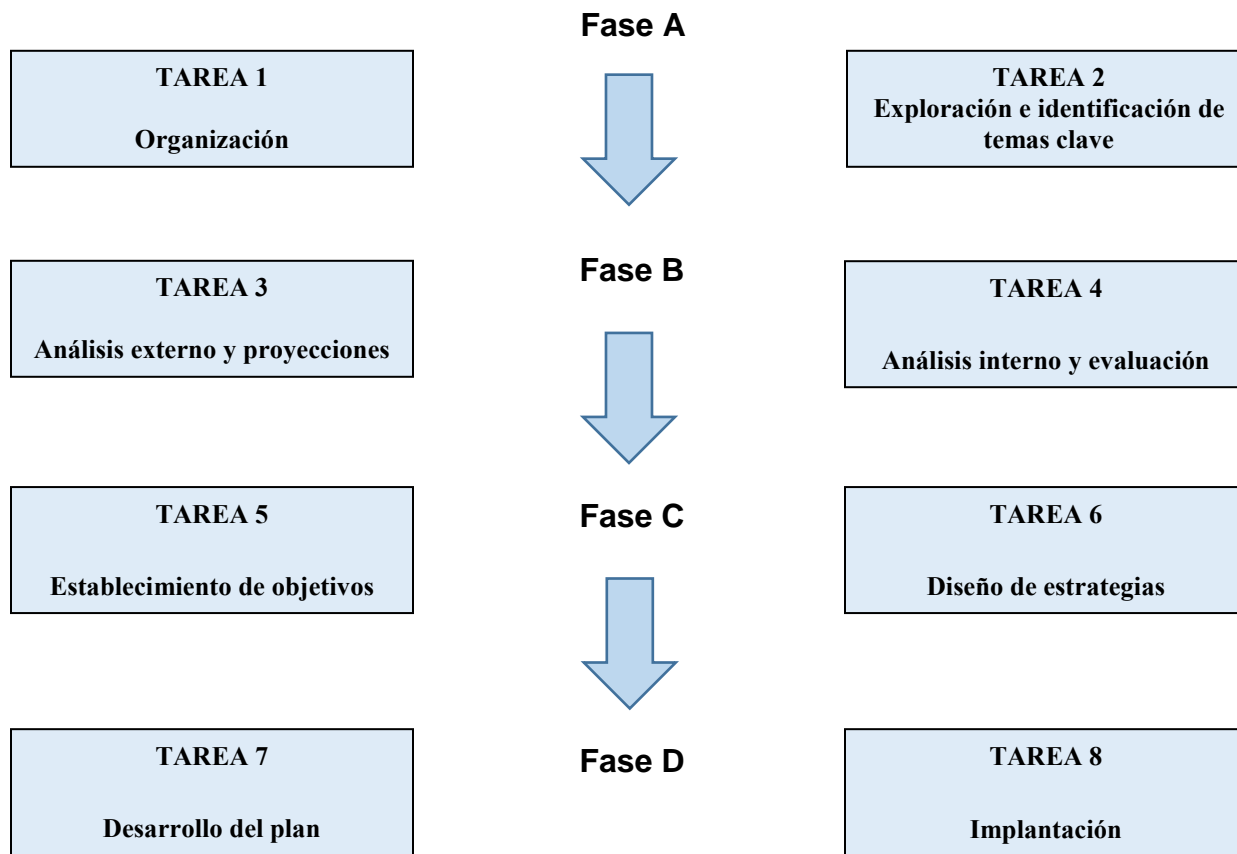


Fuente: Elaboración propia a partir de Getz, 1986.

Marchena *et al.*, (1999) retoman las ideas y el modelo de Getz (1986) para argumentar que una planificación estratégica puede conducir al desarrollo turístico sustentable, ya que permite comprender la realidad de un destino turístico mediante su implementación a nivel subsistema mediante diversas líneas de acción, denominada como *Plan estratégico local de desarrollo turístico sostenible*.

Para que dicho plan sea exitoso, debe de contemplar una serie de tareas integradoras y fases de análisis a fin de que las estrategias implementadas conduzcan a un desarrollo local sustentable (*figura 1.5*), lo cual quiere decir que la planificación no debe preocuparse únicamente por los efectos económicos, sino también de los sociales y ambientales derivados de todos los elementos involucrados en un sistema -o desde la perspectiva de Jiménez (2004) subsistema- turístico (Osorio, 2006).

Figura 1.6 Metodología de la planificación estratégica de destinos turísticos sostenibles.



Fuente: Marchena *et al.*, 1999.

Una de las tareas más importantes en el proceso de la planificación, radica en el análisis interno y externo del destino. Durante la ejecución del análisis interno, es necesario identificar las fortalezas y debilidades que presenta el subsistema turístico. Algunos de los aspectos que se deben considerar en el análisis, son los siguientes (Marchena *et al.*, 1999: 40-41):

- Cualidades y cantidad de establecimientos
- Importancia del turismo en el aspecto económico local
- Inserción local de las empresas turísticas y su participación en la toma de decisiones
- Aprobación o rechazo del turismo por parte de los residentes locales

Así mismo, para el análisis externo, se requiere puntualizar las amenazas y oportunidades que pueden surgir en el contexto. Para ello, es necesario identificar:

- Tipología del destino
- Tipos de mercado emergentes
- Demanda local real y potencial

#### *1.5.1 Planificación estratégica de los destinos de cruceros*

En el caso particular de los destinos donde el turismo de cruceros es de relevancia, es necesario que los planes de gestión contemplen en sus líneas de acción las áreas de oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas derivadas de este tipo de turismo, así como considerar a todos los actores involucrados en el subsistema.

En el caso particular del continente australiano, existen dos planes estratégicos relacionados con el turismo de cruceros donde se contempla al tripulante como actor de relevancia. Uno de ellos, es el Plan Estratégico de Cruceros de Australia del Oeste (2012-2020) (*Western Australian Cruise Shipping Strategic Plan, WACSSP por su denominación en el idioma inglés*), mismo que, debido al aumento de las visitas del tripulante en la región, estipula en sus líneas de acción trabajar en conjunto con tour operadoras y navieras de cruceros para desarrollar y promover paquetes que se ajusten a sus necesidades.

Otro, es el Plan de Activación del Sector de Cruceros del Territorio del Norte (NTCSAP 2015-2020) (*Northern Territory Cruise Sector Activation Plan, por su denominación en el idioma inglés*), el cual tiene dentro de sus objetivos fomentar el turismo de cruceros sustentable, contemplado a todos los actores involucrados, entre ellos al tripulante de crucero. De hecho, el plan cuenta con líneas de acción específicas a fin de hacer la estancia del tripulante en el destino más placentera a partir de la mejora de servicios exclusivos; además de asegurar que el tripulante es un actor vital al ser un visitante que descende en el puerto de manera más frecuente que el crucerista.

Si bien los planes anteriormente mencionados contemplan al tripulante de crucero como actor importante de un subsistema en el que el turismo de cruceros se encuentra involucrado, los estudios de Klein (2003), Gibson y Bentley (2007), Brida y Zapata (2010), así como los reportes anuales de la BREA (2015) y la FCCA (2015); solamente mencionan el número de tripulantes que descienden y la derrama económica que dejan en el destino<sup>4</sup>, situación que puede ser vista como un área de oportunidad para los destinos de otras regiones, en aras de una gestión sustentable del turismo de cruceros.

## **1.6 Sustentabilidad y turismo**

El desarrollo sustentable ha tomado vigor desde que fue definido en el Informe de Brundtland en 1987 como aquél que busca satisfacer las necesidades presentes sin comprometer a las generaciones futuras, lo anterior basándose en disminuir las problemáticas globales sobre tres puntos principales; el económico (relacionado con la distribución de la riqueza), el social (vinculado con las repercusiones de la globalización en la cultura e instituciones de un grupo social) y el ambiental (buscando la disminución de los efectos negativos ambientales) (Kates, 2011).

Cinco años después, y con la aparición de la denominada Agenda 21 (la cual enuncia 27 principios para obtener un desarrollo sustentable), comenzó el interés de diversas organizaciones por incluir la sustentabilidad en el sector turístico, dando como resultado las bases para un turismo sustentable, mismas que se incluyen en documentos como la Carta del Turismo Sostenible (1995) y la Agenda 21 para la industria turística (1996); lo anterior

---

<sup>4</sup> Esta información será descrita a detalle en el apartado 1.7 y el capítulo 2.

debido principalmente a la preocupación de las repercusiones económicas, sociales y ambientales derivadas de éste fenómeno (Van Broeck, 2005; Klein, 2011).

En el Congreso Mundial sobre Desarrollo Sustentable, llevado a cabo en el año 2002, en Johannesburgo, Sudáfrica, se tocaron temas de interés para las principales organizaciones e instituciones relacionadas con el turismo a nivel mundial, así como los retos para poder alcanzar un desarrollo sustentable. Lo anterior, dio como resultado una primera definición de turismo sustentable, que de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (*United Nations World Tourism Association*, UNTWO por sus siglas en inglés, 2005) es la siguiente:

*"Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities"*.

*"Un turismo que toma en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales presentes y futuros, abordando las necesidades tanto de los visitantes, como de la industria, el medio ambiente y las comunidades receptoras"*. (Traducción propia).

En el 2015, con la Cumbre para el Desarrollo Sostenible realizada por la Organización de las Naciones Unidas (*United Nations*, UN por sus siglas en inglés), se fijaron 17 objetivos que se buscan alcanzar a nivel mundial en el año 2030. Dentro de ellos, el número 8 contempla "conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles" a partir de la mejora en la planificación y gestión urbana (www.undp.org, 2016). Por ende, una planificación estratégica sustentable del turismo que incluya a todos los actores del sistema, es fundamental para alcanzar dicho objetivo, sobre todo si se considera que el turismo de cruceros puede generar diversos efectos sociales, económicos y ambientales en los destinos donde tiene presencia.

### **1.7 Sustentabilidad y turismo de cruceros**

Una de las organizaciones responsables en realizar el Congreso Mundial sobre Desarrollo Sustentable, fue el Consejo Internacional de Líneas de Cruceros (*International Council of Cruise Lines*, ICCL por sus siglas en inglés), misma que se destacó por hacer énfasis en la mejora de los procedimientos para manejo de desechos de la industria turística (Klein, 2011).

A partir de entonces, la industria de cruceros (desde su perspectiva) se ha preocupado por los efectos (tanto positivos como negativos) económicos, sociales, y ambientales que genera (Brida y Zapata, 2010; Klein, 2003; 2011; Polat, 2015), mismos que serán descritos a continuación.

### *1.7.1 Efectos económicos*

Si bien se ha estipulado que el turismo resulta beneficioso para los residentes locales en el ámbito económico, también es una realidad que su distribución entre las partes involucradas no siempre es equitativa (Wall y Mathieson, 2006; Mason, 2008).

Los puertos de escala reciben ganancias a partir del costo de atraque, gestión de los residuos y la generación de empleos locales a partir de la oferta de bienes y servicios para los cruceristas, tales como la venta de joyas, suvenires, artesanías, alimentos y bebidas (Brida y Zapata, 2010; Klein, 2011; Polat, 2015). Sin embargo, quienes resultan mayormente beneficiados son las agencias de viajes y las propias líneas de cruceros (Papathanassis y Klein, 2015). Esto debido a que en muchas ocasiones, las excursiones patrocinadas por las firmas se realizan con agencias de viajes en las que existen convenios preestablecidos, dividiendo las ganancias al 50%, lo cual provoca que se limite la participación de otros negocios locales (Klein, 2011; Thyne *et al.*, 2015).

Otro efecto identificado, es que en muchas ocasiones, parte de la infraestructura en los puertos (como las plazas y los espacios para negocios locales), son propiedad de alguna empresa de cruceros. Las rentas de los negocios, si bien pueden ser costeadas por residentes locales, resultan muy elevadas, dejando para ellos un beneficio económico menor del esperado. Además, en muchas ocasiones se limita el acceso al público en general cercando el espacio, reduciendo así las posibilidades de venta para negociantes tanto dentro como fuera del inmueble (Brida y Zapata, 2010; Papathanassis y Klein, 2015).

Así mismo, la expansión o renovación de los puertos de escala, en aras de una mayor recepción de cruceros y de mayor capacidad, generalmente es realizada con fondos gubernamentales locales, teniendo como consecuencia en muchas ocasiones, un mayor endeudamiento público (Kerswill y Mair, 2015).

En el caso concreto de los efectos económicos generados por el tripulante, existe información (principalmente reportes anuales) sobre la cantidad de tripulantes que descienden en los destinos de cruceros y la derrama económica que dejan anualmente (Klein, 2003; Gibson y Bentley, 2007; Brida y Zapata, 2010; WACSSP, 2012-2020; CLIA, 2013; BREA, 2015; FCCA, 2015). Así mismo, hay conocimiento acerca de las compras que realizan los tripulantes continuamente en los destinos y los tipos de servicios que llegan a solicitar, tales como la adquisición de alimentos y bebidas, joyería, servicios médicos, renta de automóviles o excursiones en el destino (Brida y Zapata, 2010; FCCA, 2015). Sin embargo, la información sobre las compras que realiza el tripulante en función de su jerarquía o nacionalidad en los puertos de escala resulta escasa (Van Broeck y Dierckx, 2011), y no se identificó información sobre el porcentaje de residentes locales que se benefician económicamente por la visita del tripulante de crucero en el destino.

### *1.7.2 Efectos sociales*

Los efectos socioculturales desde una perspectiva general del turismo han sido muy estudiados. Sin embargo, poco se ha profundizado respecto a las repercusiones socioculturales que el turismo de cruceros puede ocasionar en los puertos de escala, y no por ello dejan de ser de importancia (Gibson y Bentley, 2006; Brida y Zapata, 2010).

El intercambio cultural entre residentes y cruceristas es evidente en los contextos turísticos (Polat, 2015), pero también es una realidad que esto puede conducir a un efecto demostración (*demonstration effect* por su denominación en inglés) a partir de la adaptación del lenguaje, y por la imitación de ciertos patrones de conducta por parte del local hacia el turista y viceversa (Gibson y Bentley, 2006; Wall y Mathieson, 2006; Brida y Zapata, 2010).

Existen puertos de escala que afrontan la homogenización de los servicios para los cruceristas (Klein, 2011). Generalmente, se pueden encontrar en los destinos de cruceros joyerías, tiendas libres de impuestos (*duty free shops* por su denominación en inglés), y diversas tiendas de suvenires que, por lo general, pertenecen a las mismas empresas, tales como Little

Zwitzerland, Colombian Emeralds, o Diamonds International (Klein, 2011; Palafox *et al.*, 2015).

Así mismo, ocurre que en los puertos (sobre todo en destinos insulares) existe una saturación de los espacios públicos, ya que en un sitio reducido se debe atender gran cantidad de turistas, causando con ello dificultades para los residentes en brindar un buen servicio, reduciéndose con ello la satisfacción del crucerista en el destino (Brida y Zapata, 2010).

En cuanto a los trabajos en torno a los efectos sociales relacionados con el tripulante de crucero, existen estudios sobre las problemáticas que han surgido debido a las condiciones que exige el trabajo en alta mar, como pueden ser la búsqueda de una mejor remuneración económica para los tripulantes de jerarquías bajas y la prohibición de la sobreexplotación laboral (Polat, 2015; Klein, 2003), la exigencia de mayor cantidad de espacios recreativos en los barcos por parte de los tripulantes hacia las navieras (Boy y Neumann, 2012) y los efectos de la globalización al concentrar grupos de tripulantes de diversas nacionalidades en un mismo espacio (Gibson, 2008).

Si bien los trabajos académicos también hacen mención de la influencia del tripulante en el crucerista para elegir un atractivo del puerto de escala que los barcos visitan (Klein, 2003; Lloyd, Henry y Thyne, 2011), y de las actividades que un tripulante realiza en los puertos de escala (Van Broeck y Dierckx, 2011), no se identificaron trabajos en los que concretamente se identifiquen los efectos sociales generados por el tripulante de crucero en los destinos de cruceros.

### *1.7.3 Efectos ambientales*

Debido al constante crecimiento de la industria, el turismo de cruceros ha generado diversos efectos ambientales. Uno de los más evidentes, es la producción de aguas grises y negras. Se calcula que un barco puede producir en promedio 225,000 galones de aguas grises al día y hasta 28,000 galones de aguas negras a la semana; esto derivado del uso de agua en lavandería, regaderas, baños, lavabos y actividades lúdicas, como ocurre en el caso de las piscinas (Brida y Zapata, 2010; Klein, 2011).



El otorgar hospedaje tanto a cruceristas como a tripulantes, y tomando en cuenta que es una industria que genera el desplazamiento de millones de personas, se tiene por efecto la generación de gran cantidad de desechos sólidos, calculándose un promedio de tres kilogramos por pasajero diariamente (Polat, 2015). De acuerdo con Brida y Zapata (2010), el 24% total anual mundial de este tipo de basura, es generado por los buques de las diversas firmas en el mundo.

Aunque se desconozcan las cifras exactas, los cruceros emiten grandes cantidades de humo (principalmente dióxido de azufre y óxido de nitrógeno) al medio ambiente por el uso de los motores para el desplazamiento del barco (Polat, 2015), llegando a comparar su efecto diario en la atmósfera con el mismo producido por la emisión de 12,000 automóviles (Klein, 2011).

Los cruceros al atracar, también pueden provocar diversos efectos ambientales en el puerto de visita. El océano y el relieve marino de los destinos muchas veces resultan contaminados por un mal manejo de las aguas negras y desechos sólidos. Así mismo, existen destinos que encuentran dificultades para gestionar sus propios desechos, por lo que la recepción de los desperdicios de los barcos, se vuelve una problemática ambiental añadida para ellos y no para las navieras (Johnson, 2002).

Los cruceros pueden afectar espacios marinos aunque sean considerados como áreas naturales protegidas. Ejemplo de ello, es la zona del mar caribe, donde a pesar de que existan ecosistemas marinos frágiles, es una de las más transitadas por los cruceros. Al respecto, Johnson (2002) hace mención del caso de las Islas Caimán, en donde el casco de un crucero de Holland American Line colisionó con el arrecife, lo que causó su afectación permanente, pues aunque la misma naviera invirtió en su restauración, sólo se pudo recuperar en un 30%. De manera similar, Sánchez y Propin (2003) señalan que existe una afectación severa del arrecife en Cozumel por el tráfico naviero y la construcción de muelles de arribo, a pesar de que irónicamente el sitio se considere como área natural protegida.

Añadidos a los anteriores, se deben mencionar otros efectos ambientales que produce el turismo de cruceros a partir de la visita a los diversos atractivos que el destino ofrece, como pueden ser la erosión del suelo, daño a la vegetación y patrimonio cultural y sitios históricos

locales, así como la afectación a los arrecifes por la práctica del buceo (Klein, 2003, 2011; Brida y Zapata, 2010).

Diversas han sido las acciones por parte de la industria de cruceros para mitigar los efectos mencionados. El uso de tecnología ha sido útil para reducir la contaminación de aguas negras y grises (Brida y Zapata, 2010), así como para aminorar emisión de gases tóxicos al cambiar motores que en vez de utilizar petróleo refinado, utilicen diésel y agregando bolsas de aire en las chimeneas de los barcos (Johnson, 2002; Polat, 2015).

Así mismo, las navieras realizan evaluaciones de riesgo constantes en los cruceros con objetivo de evitar accidentes o encallamientos, además de que la tripulación recibe constantemente capacitaciones intensivas en cuestión del cuidado ambiental, para con ello optimizar los recursos y disminuir la cantidad de aguas negras y desechos sólidos (Lois *et al.*, 2004; Klein, 2011; Caric, 2016).

En contraposición, se debe tomar en cuenta que el aumento de cruceristas fomenta el crecimiento de la industria y por ende, la construcción de barcos con dimensiones y capacidad cada vez más superiores, lo que puede traducirse en un incremento de los efectos negativos, así como una competencia más agresiva entre las navieras y los destinos de cruceros (Polat, 2015).

A continuación, se presenta una tabla que resume los efectos económicos, sociales y ambientales derivados del turismo de cruceros en el mundo (*tabla 1.2*).

Tabla 1.2 *Efectos económicos, sociales y ambientales del turismo de cruceros.*

	<b>Efectos Económicos</b>	<b>Efectos Sociales</b>	<b>Efectos Ambientales</b>
<b>Positivos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ganancias por costo de atraque</li> <li>• Ganancias por gestión de los residuos de los cruceros</li> <li>• Generación de empleos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intercambio cultural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de tecnología pro ambiental</li> <li>• Capacitación para optimizar recursos</li> <li>• Capacitación para disminuir accidentes ambientales</li> </ul>
<b>Negativos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inequitativa distribución de los beneficios</li> <li>• Lenta recuperación de la inversión portuaria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efecto demostración</li> <li>• Saturación del espacio público</li> <li>• Homogenización de la oferta de los puertos de escala</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de aguas negras y grises</li> <li>• Generación de desechos sólidos</li> <li>• Emisiones de humo de los barcos</li> <li>• Contaminación del ecosistema marino</li> <li>• Afectación de áreas marinas protegidas y arrecifes de coral</li> <li>• Erosión del suelo</li> <li>• Daño a la vegetación local</li> <li>• Daño a patrimonio cultural y sitios históricos</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia a partir de: Johnson, (2002); Lois *et al.*, 2004; Gibson y Bentley, 2006; Brida y Zapata, 2010; Klein, 2011; Polat, 2015.

## 1.8 Reflexiones finales

En los destinos de turismo de cruceros queda latente la duda de si los efectos positivos, superan a los negativos (Brida y Zapata, 2010). Por ello, es necesario que las partes involucradas (instituciones gubernamentales locales, colaboradores de las navieras y residentes locales) trabajen en conjunto (Johnson, 2002; Brida y Zapata, 2010; Klein, 2011). De acuerdo con Klein (2011), de esta forma se podrá conseguir una distribución de los ingresos más equitativa, se minimizará la saturación y homogenización de los destinos, y se podrán ejecutar mejores estrategias para disminuir los efectos ambientales (Johnson, 2002; Klein, 2011).

Si bien los estudios académicos relacionados con el turismo de cruceros han analizado los efectos económicos, sociales y ambientales derivados de su práctica (Johnson, 2002; Lois *et al.*, 2004; Gibson y Bentley, 2006; Brida y Zapata, 2010; Klein, 2011; Polat, 2015) éstos se centran en aquellos generados a partir de las actividades de las organizaciones públicas y privadas, así como en las realizadas por los cruceristas.

A pesar de que el turismo de cruceros es uno de los más populares a nivel mundial, la literatura existente en torno a la vida de los tripulantes, sobretodo fuera del barco, es relativamente escasa (Van Broeck y Dierckx, 2011), en este sentido, no se ha dado la importancia debida a los efectos generados por el tripulante, por lo que se cuestiona si se le considera como un actor relevante de un subsistema turístico, ya que si bien es un prestador de servicios en sus jornadas laborales, durante su tiempo libre visita los puertos de escala y puede producir diversos efectos a partir de las actividades que realiza (Klein, 2003). Así mismo, el conocimiento de su comportamiento, puede permitir a los gestores, instituciones públicas y privadas, y empresarios locales a tomar decisiones a partir de sus preferencias y con ello contribuir a un turismo de cruceros con una gestión y planificación sustentable en los contextos que visitan (Johnson, 2002; Pearce, 2005; Klein, 2011).

Los escritos académicos sobre turismo coinciden con las preocupaciones del paradigma del desarrollo sustentable al estudiar cómo los aspectos económicos, ambientales y sociales repercuten en un destino (Mason 2008; Kates *et al.*, 2005). Sin embargo, pocos son los estudios encaminados al conocimiento de lo que se entiende por sustentabilidad en el turismo de cruceros (Klein, 2011), así como aquellos relacionados con la influencia del tripulante de crucero en la gestión sustentable de los destinos (Klein, 2003; WACSSP, 2012-2020; NTCSAP, 2015-2020).

En función de la revisión bibliográfica realizada, proponer el estudio de la influencia del comportamiento de los tripulantes de cruceros a fin de reconocer su participación económica, social y ambiental en la gestión sustentable resulta factible, ya que esta información será valiosa para dar propuestas en el destino basada en los tres ejes de la sustentabilidad y que considere a los tripulantes como parte de los visitantes del lugar en cuestión (Kates *et al.*, 2005; Klein, 2003), situación que debe ser atendida por los gestores de los destinos del turismo de cruceros, entre ellos, Cozumel, México.

## **CAPÍTULO 2: COZUMEL, TRIPULANTES DE CRUCEROS Y PROBLEMÁTICA CENTRAL**

El siguiente capítulo, tiene la intención de mostrar la relación que tiene la isla de Cozumel, desde principios del siglo pasado con el turismo, así como ilustrar en orden cronológico la llegada y el crecimiento del turismo de cruceros. Posteriormente, se presenta la importancia que tiene Cozumel actualmente como destino de cruceros a nivel mundial para después indicar la trascendencia de la visita del tripulante de crucero en Cozumel, haciendo énfasis en que no sólo importa su repercusión económica, sino también la social y ambiental para una gestión sustentable y adecuada en la isla.

Además, se hace mención de la pregunta de investigación que fungió como propulsora del proyecto, se enuncian de los objetivos generales y específicos que se persiguieron, y se describe el proceso metodológico en aras de dar respuesta a dicha pregunta a través de las distintas etapas de trabajo de campo.

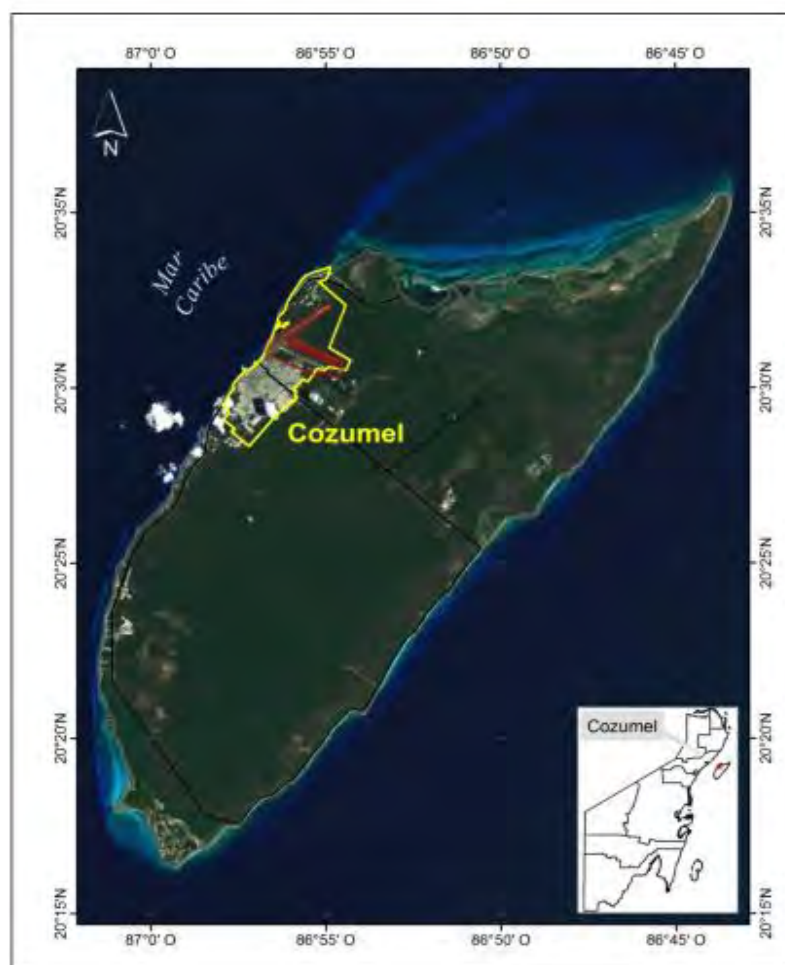
### **2.1. Cozumel y su relación con el turismo**

La isla de Cozumel, perteneciente a la entidad federativa de Quintana Roo<sup>5</sup>, se encuentra ubicada al oriente de la Península de Yucatán. Es la tercera isla más grande de México en extensión territorial y la más poblada del país (*mapa 2.1*), ya que cuenta con un total de 86,415 habitantes. De éstos, 42,577 son hombres y 43,838 son mujeres. La población económicamente activa, compuesta por 39,049 habitantes, se dedica en su mayoría al sector de servicios (industria turística con un 66.32 % del total) (Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015).

---

<sup>5</sup>Para más datos demográficos y geoestadísticos sobre la isla de Cozumel, se pueden consultar los diversos trabajos realizados por el Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2015) y la Secretaría de Turismo (SECTUR *et al.*, 2013).

Mapa 2.1 Ubicación Geográfica de Cozumel



Fuente: SECTUR *et al.*, 2013.

Los primeros pobladores de la isla datan del año 1850, mismos que llegaron desde la península de Yucatán huyendo de la guerra de castas; instalándose y fundando las primeras zonas habitadas de Cozumel (San Miguel y el Cedral), con un total estimado de 300 individuos (Santander y Ramos, 2011; Palafox *et al.*, 2015).

A inicios del siglo XX, la población de Cozumel se dedicaba a las actividades primarias, tales como la producción de copra, tabaco, algodón y plátano, así como a la exportación del henequén y el chicle, siendo ésta última la de mayor importancia al exportar para dos de las chicleras estadounidenses más importantes de la época (Palafox y Zizumbo, 2009; Santander y Ramos, 2011; Palafox *et al.*, 2015).

La crisis que sufrió la industria de la copra y el chicle, el abandono de la ganadería y agricultura tras la depresión económica de 1929, aunado al constante azote de huracanes en la zona, fueron factores que propiciaron en la isla buscar una fuente alternativa de ingresos; y debido a que Cozumel cuenta con una privilegiada ubicación geográfica y escenarios de alto valor estético, se optó por ver al turismo como una actividad de gran beneficio económico. De esta manera, los empresarios Coldwell y González compraron terrenos en las costas de la isla con el fin de sacar provecho del turismo a futuro (Palafox y Zizumbo, 2009; Palafox *et al.*, 2015).

La llegada de la segunda guerra mundial favoreció a Cozumel en cuestión de infraestructura aérea; siendo un punto estratégico para las fuerzas inglesas y estadounidenses. Al paso del tiempo, y con el fin de poder resguardar el canal de Panamá, se inauguró el aeropuerto internacional de Cozumel en 1943, lo cual facilitaría en la isla el comercio y el desplazamiento internacional (Martínez, 2008).

Hasta la época mencionada, Cozumel era vista como “una isla de aventura a la que llegaban pocos habitantes exóticos”. (Martínez, 2008: 345). Tras la segunda guerra mundial, en 1948 llegó a la isla Charles Fair en un barco carguero de bandera Panameña, el cual al quedar impresionado por la belleza del destino, convenció a su amigo y periodista Richard Humphrey de visitar el lugar (Valdés, 2008). Al volver a su país natal (Estados Unidos), el periodista escribió un artículo para la revista *Holiday* elogiando los atractivos del lugar, situación que detonó la visita al destino por aire y mar (Santander y Ramos, 2011).

## **2.2. Turismo de cruceros en Cozumel**

A principios de la década de los setenta, Cozumel ya era considerado como uno de los destinos turísticos más importantes de la república mexicana. Fue en el año de 1971 que la isla recibió por primera vez la visita del crucero *Ariadne*, mismo que realizó durante todo el año vistas esporádicas al destino. Pero no fue sino hasta 1974 que el trasatlántico *Bolero*, figuró a Cozumel en su ruta fija, dando con ello paso a la llegada de distintos cruceros a Cozumel de manera constante a partir de esa fecha, provocando así, la necesidad de la construcción de una terminal marítima (Palafox y Zizumbo, 2009).



El suceso anterior, dio paso a que en 1981 se inaugurara el Muelle Internacional con el objetivo principal de que atracaran más cruceros en Cozumel, lo cual se consiguió en el notorio aumento de arribo de cruceros. En ese año, llegaron a la isla 149 cruceros; un año más tarde, atracaron 313 barcos. Ya para finales de la década (en 1989), se contabilizaron 496 unidades, dando un total de 3,312 cruceros en tan solo una década (*tabla. 2.1*) (Martínez, 2008; Palafox y Zizumbo, 2009).

Tabla 2.1 *Arribo de cruceros a Cozumel tras la construcción del Muelle internacional*

Año	Arribo total de cruceros
1981	149
1982	313
1983	320
1984	383
1985	429
1986	416
1987	410
1988	396
1989	496
<b>Total</b>	<b>3,312</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de Martínez, 2008; Palafox y Zizumbo, 2009.

Siete años después, debido al éxito obtenido, se dio paso a la construcción e inauguración de un segundo puerto de arribo de cruceros, el cual recibió el nombre de *Puerta Maya*, mismo que es propiedad de *Carnival Cruises* (Palafox y Zizumbo, 2009). Finalmente, en 2002, se inauguró un tercer muelle ubicado más cerca del centro de Cozumel, denominado *Punta Langosta*, el cual si bien su principal función es recibir los buques de la empresa Transcribe, también recibe cruceros frecuentemente, permitiendo que puedan atracar hasta seis cruceros de manera simultánea (Palafox y Zizumbo, 2009).

Es importante mencionar que de acuerdo con la FCCA (2015), La isla de Cozumel pertenece a la zona del mundo más visitada por el turismo de cruceros, ya que la región del Caribe y Bahamas recibió en el año 2015, el 35.5% total mundial de cruceristas, lo cual se traduce en más de 8 millones de visitantes ese año en la región (*tabla 2.2*).

Tabla 2.2 *Porcentaje de recepción de cruceros a nivel mundial.*

Región	Porcentaje Recibido de Cruceros
<b>Caribe/Bahamas</b>	35.5%
<b>Mediterráneo</b>	19.5%
<b>Europa</b>	10.6%
<b>Asia</b>	6.0%
<b>Australia</b>	6.0%
<b>Alaska</b>	4.5%
<b>Sudamérica</b>	2.9%
<b>Otros</b>	15%

Fuente: FCCA, 2015.

Así mismo, Cozumel es el segundo puerto de escala más importante en la región del caribe en materia de recepción de cruceristas, ya que en 2015, recibió 1,079 cruceros (APIQROO, 2015) y 2, 538,100 visitas de este tipo de turismo. Esta cantidad sólo es antecedida por el puerto de Bahamas, el cual recibió 2, 940,000 turistas de crucero (*tabla 2.3*) (BREA, 2015).

Tabla 2.3 *Los 5 destinos más visitados por el turismo de cruceros en el caribe.*

País/Región	Número Total de Visitas (Miles)
1.- Bahamas	2940
<b>2.- Cozumel</b>	<b>2538.1</b>
3.- San Martín	1854.4
4.- Islas vírgenes	1839.7
5.- Islas Caimán	1446.3

Fuente: BREA, 2015.

Cozumel también ocupa el tercer puesto en la región en cuanto a derrama económica se refiere. Según la Business Research & Economic Advisors (BREA, 2015). La isla en 2015 recibió por la visita de cruceros 365,5 millones de dólares, cantidad únicamente superada por Bahamas con 373,1 millones, y San Martín, siendo el puerto mayormente beneficiado con 422,9 millones de dólares (*tabla 2.4*).

Tabla 2.4 *Destinos que reciben mayor derrama económica del turismo de cruceros.*

País/Región	Gasto Total De Turismo de Cruceros (Millones de dólares)
1.- San Martín	\$422.9
2.- Bahamas	\$373.1
<b>3.- Cozumel</b>	<b>\$365.5</b>
4.- Islas Vírgenes	\$344.3
5.- Islas Caimán	\$207.6

Fuente: Elaboración propia, basada en BREA, 2015.

Si bien han podido contabilizarse el número de visitantes y beneficios económicos que recibe Cozumel por el turismo de cruceros, es necesario también especificar las estadísticas existentes por la visita de tripulantes de cruceros en la isla de Cozumel.

### 2.3 Tripulantes en Cozumel

En el año 2007, la BREA contabilizó la llegada y gasto de los tripulantes de cruceros en el puerto de Cozumel. En ese año, se notificó un arribo total de 432,400 tripulantes, dejando un gasto per cápita promedio de \$48.77 dólares, y un total de 21.1 millones de dólares en derrama económica para el puerto. Comparando las cifras con las registradas en el año 2015, existe un notable incremento en el gasto de los tripulantes, ya que en este último año, la cantidad de gasto por tripulante cada que desciende del barco, oscila entre los \$52.02 y hasta \$96.98 dólares (FCCA, 2015), distribuida en la compra de diversos artículos y servicios (tabla 2.5).

Tabla 2.5 Gasto Promedio del Tripulante en Cozumel.

Compra del tripulante	Gasto promedio por tripulante
Alimentos y bebidas	\$30.00
Taxis/Transporte terrestre	\$13.10
Relojes y Joyería	\$50.40
Ropa	\$26.20
Entretenimiento	\$39.40
Otras compras	\$67.70
Excursiones	\$28.60
Perfumes y Cosméticos	\$37.10
Artesanías y Suvenires	\$17.50
Compra de Licores	\$18.20
Electrónicos	\$15.50
Telefonía e internet	\$11.80
	Total: \$52.02

Fuente: BREA (2015).

Aunado a lo anterior, la misma institución (BREA, 2015) contabilizó para ese mismo año en Cozumel la llegada total de 533,381 tripulantes, convirtiéndose hasta entonces, en el segundo destino preferido por los tripulantes de cruceros en la región del caribe, solamente después de Bahamas, que recibió la visita de casi un millón de tripulantes (944,900) (*tabla 2.6*).

Tabla 2.6 *Los 5 destinos en los que desciende mayor cantidad de tripulantes*

País/Región	Total de Visitas de Tripulantes (Miles)
1.- Bahamas	944.9
<b>2.- Cozumel</b>	<b>533.4</b>
3.- San Martín	377.4
4.- Islas Vírgenes	351.1
5.- Jamaica	244.3

Fuente: Elaboración propia, basada en BREA, 2015.

Además, debe mencionarse que existe un incremento en la derrama económica total generada por los tripulantes de cruceros en Cozumel desde 2007, ya que derivado de su visita a la isla, han dejado la cantidad de 27.7 millones de dólares en el año 2015, siendo así, el quinto puerto de escala en el que existe un mayor beneficio económico por los trabajadores de crucero en la región del caribe (*tabla 2.7*).

Tabla 2.7 *Los 5 destinos en los que más gasta el tripulante en el caribe.*

País/Región	Gasto Total De Tripulantes de Cruceros (Millones de dólares)
1.- Bahamas	\$59.7
2.- San Martín	\$45.0
3.- Islas Vírgenes	\$38.7
4.- Puerto Rico	\$35.0
<b>5.- Cozumel</b>	<b>\$27.7</b>

Fuente: Elaboración propia, basada en BREA, 2015

Las cifras anteriores, además de mostrar un aumento en la cantidad de visitas y gasto promedio del tripulante de crucero en Cozumel en los últimos 8 años, también permiten evidenciar que existe un interés por parte del tripulante de crucero en descender durante su tiempo libre y realizar diversas actividades en dicho destino, lo cual debe ser considerado por los gestores de la isla de Cozumel.

#### **2.4 La gestión sustentable en Cozumel y el tripulante de crucero**

La isla de Cozumel, desde al año 2016 es considerada como un sitio en pro del desarrollo sustentable al formar parte del programa “El hombre y la biósfera” (*The Man and the Biosphere –MAB-* por su denominación en el idioma inglés), el cual de acuerdo con la UNESCO ([www.unesco.org](http://www.unesco.org)) busca mejorar la interacción entre el hombre y el ecosistema que lo rodea a largo plazo a fin de promover un aprovechamiento de los recursos adecuados mediante la mejora en la investigación interdisciplinaria, la realización de proyectos en los que exista un equilibrio social, ecológico y económico, y el fomento en la educación sobre la biodiversidad.

Por lo anterior, Cozumel también forma parte de la Red de Reservas de la Biósfera de la UNESCO. Los sitios miembros de ésta red, además de comprometerse a cumplir con los objetivos planteados por el programa “El hombre y la biósfera”, deben contar con tres diferentes zonas interrelacionadas:

- Zona núcleo: Los ecosistemas se protegen estrictamente para con ello contribuir a la conservación de ecosistemas, paisajes, y variaciones genéticas. Sólo se permiten actividades en las que no se perturbe el ecosistema.
- Zona tampón: Sitios que rodean la zona núcleo en donde se permite la realización de actividades relacionadas con la educación ambiental, recreación, y turismo ecológico.
- Zona de transiciones: Espacios en los que se permite la realización de actividades económicas y el aprovechamiento de los recursos con un enfoque sustentable.

Así mismo, Cozumel actualmente cuenta con un Plan de Desarrollo Municipal (2013-2016), el cual fue realizado con base en los objetivos planteados por el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y el Plan de Desarrollo de Quintana Roo 2011-2016. Dicho plan, tiene por objetivo conseguir el desarrollo integral del municipio a través del fomento de la

sustentabilidad económica, social, y ambiental, creando diversas líneas de acción en las que se busque solucionar las diversas problemáticas que afronta la localidad.

Específicamente, el Eje II del Plan, tiene por temática principal el desarrollo económico sostenible; la segunda sección, se encuentra enfocada al turismo, en donde se tiene por objetivo promover a Cozumel como un destino inclusivo, fomentar el trabajo en conjunto con el sector empresarial local, e impulsar la gestión integral del turismo.

Si bien Cozumel forma parte de una red de reservas de la biósfera y cuenta con un Plan Municipal en el que la prioridad es el desarrollo sustentable, debe tomarse en cuenta que el turismo de cruceros (como bien ya se ha mencionado) genera diversos efectos tanto positivos como negativos; y aunque en el Plan Municipal se tiene prioridad hacia el turismo de cruceros, y promueve como línea de acción “Generar análisis de gustos, necesidades y tendencias del visitante de cruceros”, el documento en realidad se enfoca exclusivamente al turista de cruceros y no menciona en ningún momento acciones dirigidas a la visita del tripulante de crucero, lo cual difiere con el objetivo de inclusión y el de gestión integral al no considerar al tripulante como actor clave en la gestión de Cozumel.

Aunado a ello, aunque la BREA (2007, 2015) y el trabajo de Van Broeck y Dierckx (2011), demuestran que el tripulante no solamente beneficia al sector de alimentos y bebidas, sino que también tiene contacto constante y beneficia a otros como el transporte público, de autoservicio, joyero e incluso turístico al utilizar frecuentemente el servicio de taxi, ir de compras, rentar vehículos motorizados entre otros, la Agenda de Competitividad Turística de Cozumel (2013) -si bien menciona que tiene como objetivo fomentar el turismo sustentable- tampoco considera la actividad del tripulante como relevante en los programas de gestión, teniendo como prioridad el aumento en la derrama económica por parte de los turistas de crucero y la pernocta de los barcos en los puertos de la isla.

## **2.5 Pregunta de investigación y objetivos planteados**

En este sentido, es de remarcar que si bien en otros destinos (como en el continente australiano) se ha detectado que en los planes de gestión se contempla al tripulante de crucero como actor importante y que existen líneas de acción específicas para hacer más agradable su estancia en el destino durante su visita a los destinos (WACSSP, 2012-2020; NTCSAP,

2015-2020), al tripulante no se le contempla en planes de gestión sustentable de destinos del caribe a pesar de ser la región con mayor afluencia de cruceros del planeta (BREA, 2015; FCCA, 2015). Lo cual representa tanto una oportunidad, como una necesidad de investigación.

Así, se puede mostrar que a la fecha se desconoce la influencia del comportamiento del tripulante en Cozumel en el ámbito de su participación no sólo económica, sino también social y ambiental, y tampoco se reconoce al tripulante como uno de los actores involucrados en la gestión sustentable a pesar de la relevancia que tiene el turismo de cruceros en el destino.

Por lo tanto, al realizar una reflexión de lo descrito, surge la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuál es la influencia del comportamiento de los tripulantes de cruceros en el ámbito social, económico y ambiental en la gestión sustentable de un destino turístico como Cozumel?

Para responder lo anterior, será necesario cumplir con ciertos objetivos generales y específicos, mismos que se enuncian a continuación.

### *2.5.1. Objetivos*

#### *General*

Reconocer la influencia del comportamiento de los tripulantes de cruceros dentro de la gestión sustentable del turismo en Cozumel por medio de su participación económica, social y ambiental.

#### *Específicos*

Conocer el comportamiento actual de la tripulación de cruceros, a partir del análisis de las distintas actividades que los mismos realizan, en el destino turístico de Cozumel, México.

Analizar el comportamiento del tripulante de crucero a fin de poder identificar su influencia económica, social y ambiental en la gestión sustentable del destino turístico de Cozumel.



## 2.6 Procedimiento metodológico

Para poder resolver la interrogante y cumplir con los objetivos planteados, fue necesario cumplir con las etapas de investigación que a continuación se presentan:

Etapa I: Se realizó observación pasiva (Atteslander, 2008) y recorridos de campo a fin de reconocer sitios clave donde existe actividad de los tripulantes de cruceros (loncherías, restaurantes, cafés, centros comerciales, plazas públicas, joyerías, tiendas de souvenirs y peluquerías).

Posteriormente, se pasó a una observación activa en la que existió un contacto directo y convivencia con los tripulantes de cruceros y dueños de los negocios en los lugares que ellos frecuentan, para con ello poder describir y reconstruir la realidad desde su punto de vista y también para poder identificar comportamientos de los que probablemente no deseen hablar (Jennings, 2001; Atteslander, 2008).

Durante ese proceso, se entablaron conversaciones informales con los tripulantes de cruceros en las cuales se buscó conocer más sobre su vida en alta mar, las actividades que realizan durante su estancia en el destino, sus opiniones sobre Cozumel como puerto de escala y sobre su vida privada con el fin de conseguir un estado de *rapport* entre el informante y el investigador (Albelda, 2004).

Así mismo, se entablaron conversaciones informales (Albelda, 2004) con diversos dueños de negocios (arrendadoras de autos, clínicas dentales, hospitales, restaurantes, cafés) y prestadores de servicios (taxistas, meseros, baristas y encargados de los negocios), para con ello conocer la jerarquía de los tripulantes que tienen como clientes, nacionalidad, frecuencia con la que acuden a su negocio (o adquieren el servicio que prestan), porcentaje de clientela tripulante, y promociones especiales que manejan para ellos. Esta etapa fue realizada de Septiembre de 2014 a Noviembre de 2015.

Etapa II: Una vez hecho lo anterior, se procedió a realizar entrevistas semiestructuradas (Diekmann, 2007) a los tripulantes de cruceros. Para ello, fue necesaria la realización de un guion (*ver anexo I*) basado en la consulta de distintos artículos de revistas científicas

especializadas, libros, y páginas web que abordaran como temática principal la vida de los tripulantes de cruceros dentro y fuera del barco.

Dicho guion constó de tres secciones diferentes, la primer sección se centró en la obtención de los datos de identificación del informante a fin de tener un registro y perfil de los mismos, la segunda, en realizar preguntas sobre cómo es la vida del tripulante a bordo del barco y la última, en obtener información acerca de qué hacen los tripulantes durante su tiempo libre en Cozumel.

Estas dos últimas secciones persiguieron la comprensión del comportamiento actual de los tripulantes de cruceros en puertos de escala, así como su percepción sobre Cozumel para con ello obtener un primer acercamiento sobre la importancia que tienen los mismos en la participación social y económica y ambiental en la gestión sustentable de dicho puerto de escala.

Esta etapa se realizó del 29 de Enero de 2015 al 8 de Marzo de 2016, mismo periodo en el cual se obtuvieron 20 entrevistas (16 hombres y 4 mujeres) realizadas en distintas partes de Cozumel donde los tripulantes de cruceros suelen pasar su tiempo libre fuera del barco (loncherías, restaurantes, cafés, centros comerciales, y plazas públicas). De éstas, 16 informantes permitieron la grabación de sus comentarios y 4 no la permitieron (3 hombres y 1 mujer). El investigador realizó anotaciones en el diario de campo (Bryman, 2004) de lo que consideró relevante después de las entrevistas para con ello complementar las grabaciones y retener la información de los informantes que no permitieron ser grabados. Cabe mencionar, que 17 de las 20 entrevistas fueron realizadas en idioma inglés, ya que la mayoría de los tripulantes, al ser originarios de distintas partes del mundo, no hablaban el idioma español.

Así mismo, se transcribieron las entrevistas realizadas a los tripulantes y se analizó su contenido (Piñuel, 2002) (*ver anexo 2*). Esta sistematización de la información, permitió la obtención de datos actualizados sobre el comportamiento del tripulante, así como información relevante que sirvió para la realización de las entrevistas en la siguiente etapa.

Etapa III: Se realizaron entrevistas semiestructuradas a dueños y gerentes de negocios de Cozumel de diversas instituciones que se encuentran vinculadas al comportamiento de los tripulantes en el destino (tales como dueños de restaurantes dirigidos al sector, centros

comerciales, arrendadoras de autos, comercios locales, clubes de playa, bares, peluquerías, cafeterías, entre otros).

Se obtuvieron un total de 17 entrevistas, las cuales fueron realizadas del 25 de Agosto de 2015 al 8 de Marzo de 2016. De estas, 8 informantes resultaron ser 9 hombres y 8 mujeres; cabe destacar que en su mayoría, los dueños de negocios resultaron no ser originarios de la isla, sino de otras entidades federativas de la república mexicana o incluso extranjeros. Del total de las entrevistas obtenidas, sólo dos informantes masculinos y uno femenino no permitieron la grabación de sus comentarios. Debe mencionarse que en esta ocasión, todas las entrevistas (con excepción de una en idioma inglés) se realizaron en idioma español.

El guion semiestructurado (*ver anexo 1*) utilizado para las entrevistas, consistió en preguntas encaminadas a conocer datos generales sobre la empresa, años que lleva la organización abierta al público, la relación que tienen con el tripulante de crucero y la percepción que ellos como gestores tienen sobre dicho sector de la industria de cruceros, así como datos generales para poder identificar al informante.

Posterior a la recopilación de la información impartida por los dueños de negocios, se transcribió y se analizó su contenido (*ver anexo 3*), con el fin de interpretar la realidad desde el punto de vista de los informantes (Piñuel, 2002), conocer su percepción sobre el tripulante y obtener información sobre la influencia económica, social y ambiental que los trabajadores del crucero generan en la isla.

La información obtenida de los recorridos de campo, de las conversaciones informales y de las entrevistas realizadas a tripulantes y dueños de negocios, permitió la construcción de un Sistema de Información Geográfica (SIG) (Hall y Page, 2009) (*ver anexo 4*), en el que por medio de mapas georreferenciados, se muestran los negocios a los que el tripulante suele acudir, los giros, el porcentaje de tripulantes que reciben, las promociones y descuentos que manejan para ellos, la distribución del tripulante en función de su jerarquía y nacionalidad, y el número de residentes que se benefician de manera directa por su visita.

Etapa IV: Esta última etapa consistió en la realización de entrevistas semiestructuradas a distintos gestores de instituciones gubernamentales de Cozumel vinculados de manera directa o indirecta con el comportamiento del tripulante en la isla. Estas entrevistas tuvieron por

objeto conocer el punto de vista que tienen los gestores de un destino de cruceros sobre el tripulante, saber si reconocen los efectos sociales, económicos y ambientales que genera la visita del tripulante y si lo consideran como un actor importante para la gestión sustentable de la isla a partir de su comportamiento.

En esta etapa, las entrevistas fueron aplicadas del 22 de Junio al 12 de Agosto de 2016, las cuales se realizaron a: Juez del registro civil de Cozumel; Director de turismo de la isla; y al Director de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas de Cozumel (CONANP) y del Parque Nacional de Arrecifes de Cozumel.

Para efectos de la realización de las entrevistas, se siguió un guion semiestructurado para cada informante. El guion dirigido al juez de registro civil constó principalmente de preguntas acerca de la situación legal del tripulante durante su estancia en el destino y sobre la documentación que requieren para diversos trámites que el tripulante realiza en la isla, el guion para el director de turismo se centró en conocer cómo perciben la participación y distribución del tripulante en el destino, y finalmente, el guion para el director de CONANP, se centró en preguntas sobre la participación ecológica del tripulante (*ver anexo 1*).

Posterior a la grabación de las entrevistas, se transcribió y se analizó su contenido (*ver anexo 5*) para con ello recabar información sobre la percepción que tienen éstos informantes como tomadores de decisiones sobre el tripulante de crucero y saber si reconocen al tripulante como actor relevante en los destinos de cruceros.

## **2.7 Reflexiones finales**

Las características físicas, geográficas e históricas de la isla de Cozumel, han propiciado que el destino se haya convertido en uno de los puertos de cruceros más importantes no sólo en la región del Caribe, sino también a nivel internacional.

Las cifras de los reportes anuales realizados por la BREA (2007, 2015) y la FCCA (2015), demuestran que si bien en Cozumel descienden millones de cruceristas, también lo hace una cantidad considerable de tripulantes, quienes pueden originar diversos efectos sociales, económicos y ambientales.

Mediante el proceso metodológico descrito en este capítulo, se buscó dar respuesta sobre la influencia del comportamiento del tripulante en la gestión sustentable del destino. Sin embargo, debido a que fueron requeridas distintas etapas de trabajo de campo, se debe reconocer que las respuestas de los informantes pueden ser influidas por la temporada en que fueron realizadas y que el contexto puede cambiar con el paso del tiempo.

## **CAPÍTULO 3: DESCRIPCIÓN DEL COMPORTAMIENTO DEL TRIPULANTE EN COZUMEL**

El presente capítulo, tiene por intención mostrar el perfil de los tripulantes entrevistados, así como el de los dueños de negocios que fungieron como informantes en el estudio. Además de describir el comportamiento del tripulante, se da evidencia de su distribución y segregación socioespacial en Cozumel a partir de los mapas generados en un Sistema de Información Geográfica.

### **3.1 Perfil de los tripulantes entrevistados**

En la primer etapa de campo, del total de las 20 entrevistas obtenidas, siete tripulantes resultaron ser provenientes de Europa del Este (cuatro de Rumania, uno de Bulgaria y dos de Croacia) y seis de Asia (cinco de Indonesia y uno de Filipinas); corroborando con ello que la mayoría de los tripulantes provienen de dichas regiones (Wood, 2000; Wu, 2005; Gibson, 2008).

Así mismo, se pudieron identificar dos tripulantes provenientes de América central (uno originario de Guatemala y otro de Jamaica), dos de América del sur (ambos procedentes de Perú), un africano (de Islas Mauricio), uno de América del norte (proveniente de México) y un europeo del este (nacido en Inglaterra).

La mayoría de los tripulantes entrevistados tenía más de un año trabajando en la industria de cruceros (el promedio de todos los informantes es de 5.9 años), así mismo, se pudo notificar que catorce de ellos trabajaban para Carnival Corporation, dos para Royal Caribbean, uno para Norwegian Cruise Lines, dos para Disney Cruise Line, y uno para Celebrity Cruises, lo cual puede ser explicado por el dominio de Carnival Cruises en la industria (Petrick y Durko, 2015).

Se pudieron obtener entrevistas a tripulantes de distintos puestos y jerarquías. De los puestos operativos se pudieron entrevistar a trabajadores de aseo y limpieza, cocineros, un pastelero, un mesero y un marinero de cubierta.

Respecto a puestos de jerarquía media, se pudieron obtener entrevistas de técnicos, una trabajadora de spa, una asistente de oficiales, agentes de casino, un chef, un fotógrafo y una barista. De los altos mandos en el barco, se pudo entrevistar a un capitán de maniobras, a un ingeniero de motores, un jefe de meseros y a un gerente de organización de eventos.

Los perfiles mencionados se pueden corroborar a continuación (*tabla 3.1*):

Tabla 3.1 Perfil de los tripulantes entrevistados

No. de Entrevista	Lugar de Entrevista	Sudónimo	Género	Edad	País de Procedencia	Tiempo siendo tripulante	Puesto en el barco	Jerarquía	Estado Civil	Compañía en la que trabaja	Tiempo Libre Disponible	Actividades Principales en Cozumel	Lugares que Frecuenta
1	Lonchería Oasis	Ian	M	24	Indonesia	2 años	Aseo y Limpieza	Baja	Soltero	Royal Caribbean	2 Horas	Comer, comunicarse con seres queridos compra de suvenires	Mercado, Punta Langosta, Puerta Maya
2	Lonchería Oasis	Christian	M	30	Jamaica	3 años	Técnico de Sistemas	Media	Soltero	Royal Caribbean	4 Horas	Relajarse, comunicarse con seres queridos, comer, compra de suvenires	Mercado, Punta Langosta, Mega, Centro de Cozumel
3	Puerta Maya	Ed	M	36	Indonesia	5 años	Cocinero	Baja	Casado	Carnival	2 Horas	Caminar cerca del barco, comunicarse con seres queridos	Puerta Maya
4	Café Punta del Cielo	Mary	F	36	Croacia	5 meses y medio	Trabajadora en Spa	Media	-	Carnival	Medio día	Relajarse, comprar despensa, bucear	Mega, Chedraui, cafés, Centro de Cozumel
5	Plaza Puerta Maya	Anne	F	27	Rumania	4 meses	Asistente	Media	Soltera	Carnival	6 Horas	Comprar despensa, comprar suvenires, bucear, parasailing, nadar con delfines	Plazas públicas, cafés, Mega, Chedraui, Centro de Cozumel, Dolphinaris
6	Puerta Maya	César	M	42	Perú	20 años	Ingeniero de motores	Alta	Casado	Carnival	Medio día	Comer, compra de despensa y suvenires, comunicarse con seres queridos	Mega, Chedraui, Centro de Cozumel
7	Puerta Maya	Santiago	M	35	Guatemala	17 años	Capitán de maniobras	Alta	Casado	Carnival	Medio día	Comer, comunicarse con seres queridos, compra de despensa, compra de suvenires	Mega, Chedraui, Centro de Cozumel
8	Royal Village Plaza	Michael	M	45	Islas Mauricio	7 años	Chef	Media	Casado	Celebrity Cruises	6 Horas	Comer, comprar despensa, relajarse, caminar cerca del barco	Puerta Maya, Chi Asian Cuisine
9	Café Punta del Cielo	Wong	M	30	Indonesia	10 años	Aseo y Limpieza	Baja	Soltero	Carnival	2 Horas	Relajarse, caminar cerca del barco, comer	Chi Asian Cuisine, Cafés, Plazas Públicas
10	Royal Village Plaza	Jean	M	24	Rumania	4 meses	Agente de Casino	Media	Soltero	Carnival	9 Horas	Relajarse, caminar cerca del barco, comer	Plazas Públicas, Cafés, Puerta Maya



Tabla 3.1 Perfil de los tripulantes entrevistados (continuación)

11	Royal Village Plaza	Vanessa	F	24	Perú	1 mes y 1 semana	Agente de Casino	Media	Soltera	Carnival	9 Horas	Relajarse, caminar cerca del barco	Plazas Públicas, Cafés, Puerta Maya
12	Café Punta del Cielo	William	M	-	Inglaterra	6 meses	Organizador de eventos	Alta	Soltero	Carnival	Medio día	Comer, nadar con delfines	Cafés, Centro de Cozumel, Dolphinaris
13	Plaza Puerta Maya	Pedro	M	22	Bulgaria	4 meses	Mesero	Baja	Soltero	Carnival	2 Horas	Comer, relajarse, caminar cerca del barco	Plazas Públicas, Puerta Maya
14	Plaza Puerta Maya	Tuan	M	40	Indonesia	5 años	Marinero de Cubierta	Baja	Casado	Carnival	1 Hora	Relajarse, comer, comprar despensa, caminar cerca del barco	Plazas Públicas, Chi Asian Cuisine, Puerta Maya
15	Puerta Maya	Max	M	26	Rumania	3 años	Técnico	Media	Soltero	Carnival	6 Horas	Relajarse, caminar cerca del barco	Puerta Maya, Cafés
16	Mega Comercial Mexicana	Blanca	F	28	Rumania	1 año	Barista	Media	Soltera	Nowegian Cruise Line	2 Horas	Comer, comprar despensa, caminar cerca del barco	Mega, Chedraui, Punta Langosta
17	Centro de Cozumel	Liam	M	69	Filipinas	25 años	Jefe de Meseros	Alta	Casado	Carnival	Retirado	Comer, relajarse, hacer la despensa, caminar cerca del barco	Centro de Cozumel, Restaurante Palmas,
18	Internet	Uriel	M	26	México	1 año 6 meses	Pastelero	Baja	Soltero	Carnival	4 horas	Comer, hacer despensa, ir a la playa, ver a sus seres queridos	Mega, Playa Mía, Centro de Cozumel
19	Chi Asian Cuisine	Iori	M	30	Indonesia	11 años	Aseo y limpieza	Baja	Soltero	Disney Cruise Line	6 horas	Comer, hacer despensa, ir a la playa	Chi Asian Cuisine, Mega, No name Bar
20	Chi Asian Cuisine	Phill	M	35	Croacia	8 años	Fotógrafo	Media	Soltero	Disney Cruise Line	10 horas	Comer, ir a la playa, hacer despensa	Playa Azul, Mega, Chi Asian Cuisine

Fuente: Elaboración propia.

## 3.2 Comportamiento actual del tripulante de crucero en Cozumel

En este apartado se muestran las actividades de los tripulantes de cruceros durante su tiempo libre en Cozumel, mismas que se pueden dividir en cuatro comportamientos principales: comer, comprar artículos diversos, realizar actividades de ocio y buscar Wi-Fi<sup>6</sup>. Los mismos se explicarán de manera extensa a continuación:

### 3.2.1 Tripulantes y comida en Cozumel

Si bien en el barco se les ofrecen alimentos, los tripulantes gustan descender durante su tiempo libre e ir a comer. En el caso de Cozumel, dicha actividad es muy notoria, ya que en la isla encuentran diversos restaurantes en los que pueden encontrar oferta de comida de donde ellos provienen (*ver fotografía 3.1*). Tal como mencionó Ian:

*“Todo el mundo sabe cuál país o qué comida, así que nosotros, los tripulantes, a veces tenemos comida filipina, indonesia, arroz caribeño, todo mundo sabe qué comida diferente puede comer”. (Ian, aseo y limpieza, Indonesia).<sup>7</sup>*

---

<sup>6</sup> Algunos de los hallazgos y extractos de entrevistas que se incluirán en éste apartado, ya fueron presentados como ponencia congreso “Coodtur, temas pendientes y nuevas oportunidades en turismo y cooperación al desarrollo”, del cual se publicó la memoria en extenso “Comportamiento de los tripulantes de cruceros en destinos turísticos: caso Cozumel, México”, la cual se puede consultar en el siguiente link: <http://www.coodtur.org/wp-content/uploads/2016/04/II-Congr%C3%A8s.pdf>

<sup>7</sup> Extracto original: “Everybody knows which country or food so we, for the crew members, sometimes we have Philippine food, Indonesian food, Caribbean rice, so everybody knows which different food you can eat”. (Ian, housekeeping, Indonesia).

Fotografía 3.1 Restaurante de comida asiática Fu-Lin.



Fuente: Fotografía propia.

Incluso tripulantes mexicanos y latinoamericanos gustan descender a comer algo el Cozumel, ya que de acuerdo a su experiencia, comer repetidamente lo mismo dentro del barco fomenta el querer comer algo de donde uno proviene; y en Cozumel, también existen restaurantes de comida latinoamericana. Los comentarios de Uriel y César demuestran lo descrito:

*“Aunque ofrecen comida en el barco pues llega un momento en el que comer siempre lo mismo ya te asquea [...] Para nosotros como tripulante mexicano, llegar al puerto de Cozumel era como nuestra salvación al poder comer algo típico de nuestro país”.*(Uriel, pastelero, México).

*“La comida mexicana es muy parecida a la de nuestros países, entonces nos agrada, disfrutamos la comida acá porque adentro del barco hay un menú variado pero comer por ocho meses las mismas cosas por supuesto que va a cansar, entonces, siempre que bajamos acá unos tacos, una carnegita asada, una sopita, no sé, pero siempre es diferente [...] Siempre que hay tiempo y disponibilidad económica nos vamos a comer a un restaurante de comida peruana que se llama “El calamar” (ver fotografía 3.2). (César, ingeniero de motores, Perú).*

Fotografía 3.2 Restaurante de comida peruana y mexicana El Calamar.



Fuente: Fotografía propia.

Incluso existen lugares, como en los restaurantes del mercado municipal (*ver fotografía 3.3*), en los que a los tripulantes se les permite cocinar sus propios alimentos. Al respecto, Michael comenta:

*“Cozumel proporciona todo, incluso puedes encontrar restaurantes donde tú puedes cocinar tu propio pescado o tu propia comida, tú vas y cocinas tu pescado como deseas.”* (Michael, chef, Islas Mauricio).<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Extracto original: “Cozumel provides all, also you can find restaurants where you can cook your own fish or your own food, you go, you cook your fish as you wish.” (Michael, chef, Mauritius Island).

Fotografía 3.3 Lonchería del mercado municipal de Cozumel.



Fuente: Fotografía propia.

### 3.2.2 Compras de los tripulantes en Cozumel

Otra actividad muy recurrente del tripulante durante su estancia en Cozumel es realizar diversas compras, principalmente artículos de despensa. Se pudo encontrar que existen tripulantes que debido a que tienen muy poco tiempo libre, lo utilizan para comprar alimentos y enceres que necesitan en establecimientos muy cercanos al barco. En el Caso específico de Puerta Maya, muchos tripulantes compran en "Plaza i95" (*ver fotografía 3.4*), lugar en frente del muelle y que cuenta con dos restaurantes (Chi Asian Cuisine y Sam's Wok), un ciber café y un mini super con artículos asiáticos importados. Muchos tripulantes aseguran que ahí compran lo que necesitan, ya que no les da tiempo de desplazarse al centro de Cozumel. Lo anterior se ve reflejado en lo comentado por Michael:

*“-Cuando estamos en tierra, siempre vamos al restaurant Chi o Tai que están en la esquina, podemos comer algo, comprar cosas que necesitamos, podemos tener wi-fi, así que es una buena oportunidad para estar en contacto con la familia, tú sabes  
-¿Alguna vez has comprado cosas en Chedraui o en Mega?  
-No, no porque está muy lejos de aquí”.* (Michael, chef, Islas Mauricio).<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Extracto original: “-When we are ashore, we always go to Chi restaurant or Tai that is in the corner, we can have lunch, something to buy and you get free wi-fi, so is a good opportunity for us to get in touch with your family you know.  
-Have you ever bought things in Chadraui or Mega?

Fotografía 3.4 Plaza i.95.



Fuente: Fotografía propia.

Por otro lado, tripulantes con mayor cantidad de tiempo libre o que desembarcan en Punta Langosta, realizan la compra de objetos de aseo y despensa en tiendas de autoservicio como Mega Comercial Mexicana y Chedraui (*ver fotografías 3.5 y 3.5 a*). Lo anterior parece ser debido a que en otros puertos de escala los autoservicios se encuentran muy retirados del puerto y porque en dichos establecimientos encuentran un buen surtido a precios accesibles:

*“-¿Generalmente por qué los tripulantes prefieren comprar aquí la despensa que en otros lugares?*

*-Hay dos versiones, una que a veces hay tiempo aquí y el puerto americano hay mucho trabajo y no da tiempo de salir, a veces nos quedamos llamando a la familia porque a veces sale más cómodo allá y a veces depende de dónde está el barco, tal vez está lejos el mall para ir a comprar.” (Santiago, capitán de maniobras, Guatemala).*

*“-Siempre vamos ahí de compras, a comprar shampoo, jabón...*

*-¿Por qué siempre aquí?, porque siempre veo que muchos tripulantes compran específicamente aquí en Cozumel.*

---

-No, no because it's far from here.” (Michael, chef, Islas Mauricio).

*-Quizás porque es más barato que en otros puertos, Galveston, por ejemplo, y porque está más cerca al barco, tomas un taxi y vas y regresas en solo cuarenta minutos, pero en Galveston, si vas a comprar algo, necesitas tomar el autobús y sólo eso te toma como veinte minutos y sólo en horas específicas puedes ir y toma mucho tiempo, entonces a muchos tripulantes les gusta Cozumel por muchas razones, quieres comprar algo y está en cinco minutos, compras algo y es más barato, por eso muchos tripulantes quieren ir ahí". (Anne, asistente, Rumania).<sup>10</sup>*

Fotografía 3.5 y 3.5 a) Tripulantes de compras.



Fuente: Fotografía propia.

Aunado a lo anterior, se pudo identificar que muchos tripulantes incluso aprovechan para comprar ropa en distintos establecimientos de Cozumel por las mismas razones:

*“-¿Y qué compras usualmente cuando estás aquí?*

*-Cosas de todos los días, tú sabes, a veces cuando estamos cerca del centro compramos un poco de ropa". (Wong, aseo y limpieza, Indonesia).<sup>11</sup>*

---

<sup>10</sup>Extracto original: “-We always go there to do shopping, to buy shampoo, soap...

-Why always here? Because I have seen that many crews buy specifically here in Cozumel

-Maybe because is cheaper than in other Ports, Galveston For example and because is more close to the ship, you take a taxi and you go and come back in just forty minutes, but in Galveston if you go to buy something you need to take the bus and it takes like twenty minutes and in specific hours you can go there so it takes a lot of time, so that's why many crew members like Cozumel for many reasons, you wanna buy something and you are there in five minutes, you buy something and is cheaper... that's why all crews want to go there.” (Anne, assistant, Rumania).

<sup>11</sup>Extracto original: “-And what do you usually buy or do when you are there?

-Daily stuff you know, sometimes when we are near to downtown we buy some clothes”. (Wong, housekeeping, Indonesia).

*“- Entonces, ¿Qué compras usualmente?  
-Bueno, compro sombreros y playeras, especialmente playeras, me encantan las playeras porque usualmente tienen frases chistosas, por eso me gustan”. (Christian, técnico en sistemas, Jamaica).<sup>12</sup>*

Así mismo, gran cantidad de tripulantes comentaron haber realizado en algún momento compra de suvenires en Cozumel, ya sea para conservarlos ellos mismos y recordar los países que han visitado o como obsequio para alguno de sus familiares. Sobre ello, Ian y César comentaron:

*-“Sí, Yo he comprado suvenires cada... compro imanes, cosas como esas... Me gusta comprar suvenires de diferentes tipos porque son de lugares que he visitado, así yo lo recuerdo, “Yo he estado en Cozumel, México”, es sólo para recordar”. (Ian, aseo y limpieza, Indonesia).<sup>13</sup>*

*“Yo recuerdo haberle llevado a mis hermanos unas botas originales de aquí de México, yo recuerdo que nos íbamos al centro y había un señor que nos vendía bastante cómodo, como me llevaba de dos, de a tres, entonces les llevaba casacas de cuero... siempre que se podía por supuesto, no era permanente pero de vez en cuando, cuando se podía lo hacía.” (César, ingeniero de motores, Perú).*

### 3.2.3 Tripulantes y ocio

Muchos tripulantes durante su tiempo libre, sólo pueden caminar cerca del barco o relajarse platicando con sus compañeros en el muelle debido a las pocas horas de descanso que tienen,

---

<sup>12</sup>Extracto original: “-So, then, what do you usually buy?

-Well, I buy hats and t-shirts, especially t-shirts, I love the t-shirts, because they usually have some funny messages on it, so I really like them”. (Christian, systems technician, Jamaica).

<sup>13</sup>Extracto original: “Yeah, I have already bought souvenirs every... I buy magnets, something like that ... I like to buy souvenirs different kind of it because I have already visited them so I just remember, “I have already been in Cozumel, Mexico so It's only to remember.” (Ian, housekeeping, Indonesia).



esto ocurre sobre todo con tripulación de puestos operativos, dejando entrever por sus comentarios, que es un tiempo libre muy limitado (*ver fotografía 3.6*). Prueba de ello, es lo que Tuan e Ian dijeron respectivamente:

*“-¿Qué haces usualmente cuando estás aquí en Cozumel?*

*-Como no tengo mucho tiempo, sólo ando por aquí, a veces voy a comer a los restaurantes de aquí en frente porque nos gusta comer alimentos de donde somos.”*  
*(Tuan, marinero de cubierta, Indonesia).<sup>14</sup>*

*“-¿Tienes compañeros que no bajan del barco?*

*-¡Yo a veces lo hago! Por ahora no... es porque tenemos diferentes horarios y solamente algunos minutos para caminar por aquí cerca y después tenemos que regresar, porque tienes que hacerlo*

*-¿Cuántas horas tienes para descansar?*

*-¡Sólo tengo 45 minutos más!, sólo tengo cuatro horas, porque tienes que regresar y cuentas los minutos en el reloj y eso es todo.”* (Ian, aseo y limpieza, Indonesia).<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Extracto original“-What do you usually do when you are here in Cozumel?

-As I don't have much time, I'm just hanging around here, sometimes I go to eat to the restaurants in front of here because we like to eat food from where we are.” (Tuan, deck department, Indonesia).

<sup>15</sup>Extracto original: “-Do you have partners that don't go off the ship?

-Sometimes I do it! But now I don't... because they have different schedules, and only some minutes to walk around here and we have then to go back, because you have to do it

-How many hours do you have to rest?

-I have just 45 minutes more! I have just 4 hours, because you have to go back and you are counting the minutes on the clock and that's all.” (Ian, housekeeping, Indonesia).

Fotografía 3.6 Tripulantes caminando en Puerta Maya.



Fuente: Fotografía propia.

También existen tripulantes (generalmente de medio o bajo rango) que prefieren desplazarse a zonas que fueron concebidas para uso de residentes locales (principalmente, la zona del mercado municipal), ya que en sus horas libres buscan relajarse y no tener contacto con turistas, además de que consideran encontrar alimentos a precios más accesibles que en los lugares del área turística (*ver fotografía 3.7*). Al respecto, Christian comenta:

*“Yo suelo visitar los lugares locales porque veo que... en el área turística... en las calles principales, en esos lugares puede ser todo un poco más caro, si vas a los restaurantes... puede ser un poco más caro, y a veces sientes que te están timando, porque vas a otros lugares y vas y obtienes las mismas cosas por un precio más bajo, así, por ejemplo, vienes al mercado y ¿sabes?, todo es como a buen precio y sientes que realmente valoran tu dinero, es por eso que voy siempre a lugares para locales [...]sin embargo yo prefiero simplemente relajarme cuando vengo a estos lugares, así que salgo del área turística y vengo a donde es más calmado y puedo relajarme absolutamente”. (Christian, técnico en sistemas, Jamaica).<sup>16</sup>*

---

<sup>16</sup>Extracto original: “I usually visit more the local spots because I find that the... back on the tourist side... on the front streets those places can be a little bit expensive, like you go to the restaurants... that can be a little more expensive, and sometimes you feel like they trying to rip you off, because you go some places and you get the same thing for way cheaper, so for example you come to the fish market you know, everything it's like “good prices” and you feel like you are get in value for your money... that's why I usually go to local places [...] however I prefer just to chill out when I come to this places so I just get out of the tourist area and I come where is more quiet I can relax absolutely!”. (Christian, systems technician, Jamaica).

Fotografía 3.7 Tripulantes comiendo en el mercado municipal.



Fuente: Fotografía propia.

Sin embargo, también existen tripulantes (principalmente de jerarquía media y alta) que realizan diversas actividades de ocio que también son dirigidas para los turistas, tales como ir a la playa, visitar ruinas mayas, navegar, bucear, realizar parasailing o nadar con delfines, lo anterior se debe a que ciertos tripulantes, al ser de un mayor rango dentro del barco, tienen mayor cantidad de tiempo libre y un mejor sueldo que les permite solventar dichas actividades (Van Broeck y Dierckx, 2011). Mary y Anne comentaron al respecto lo siguiente:

*“-¿A qué tipo de lugares has ido?”*

*-A las ruinas mayas, al submarino, a navegar y bucear*

*-¿Cuántas veces lo has hecho?”*

*-Cinco veces, cada mes, voy a bucear cada vez que puedo hacerlo, me encanta.”*

*(Mary, trabajadora de spa, Croacia)<sup>17</sup>*

*“Si tengo un almuerzo libre, tengo un almuerzo libre por semana, hago algo que no suelo hacer en mi país, por ejemplo, siempre vengo aquí a nadar con delfines, después voy al parasailing, buceo, a veces voy a ver algo, o cuando sólo tengo dos*

---

<sup>17</sup> Extracto original: “-What kind of places have you gone?

-Mayan ruins, the submarine, sailing, and diving

-How many times have you done it?

-Five times, every month, I go diving everytime I get the chance to do that, I love it.” (Mary, spa employee, Croacia)

*o tres horas de descanso, voy a comer con mis amigos.” (Anne, asistente, Rumania)<sup>18</sup>*

*-¿Qué haces usualmente cuando estás aquí?*

*-Bueno, hoy vamos a ir a ver a los delfines, pero usualmente solo salimos del barco a comer, usar el wi-fi y hacer la despensa.” (William, organizador de eventos, Inglaterra)<sup>19</sup>*

Así mismo, se pudo identificar que independientemente de la jerarquía del tripulante, es muy común que en su tiempo libre asistan a diversas playas de Cozumel, tal como comentaron Uriel y Liam:

*“Igual ir a la playa, también pues en muchos puertos del Caribe es lo que también hacemos, ir a la playa y echar una buena Chela igual, hacer ese tipo de cosas pues me sentía como en casa... comer algo típico no sé [...]*

*-¿Recuerdas el nombre de alguna playa que viniste aquí a visitar a Cozumel?*

*-Playa mía, playa mía sí, que era una de las playas más conocidas por todo el crew, porque había un crew que ya había venido años anteriores a Cozumel y nos dijo: “es que playa mía es la mejor”, y pues vamos a playa mía, igual recuerdo que comimos rico esa ocasión y pues bueno, muchos de nosotros vamos a esa parte de la isla”. (Uriel, pastelero, México).*

*“Algunos tripulantes también vamos al Señor Frogs, Carlos & Charlie’s, algunas veces vamos a la playa y a los restaurantes por algo de comer, porque tenemos que regresar a trabajar”. (Liam, jefe de meseros, Filipinas).<sup>20</sup>*

---

<sup>18</sup>Extracto original: “If I have lunch off, I have one lunch off per week, I do something that I don't use to do in my country, for example, I always come here to swim with dolphins, then I go to parasailing, scuba diving, I go sometimes to see something... or when I have just three hours break or two hours, I go to eat with my friends.” (Anne, asistente Rumania)

<sup>19</sup>Extracto original: “-What do you usually do when you are here?  
-Well, today we are going to see some dolphins but we usually just go out of the boat to eat, have wi-fi, make the pantry.” (William, event planner, England)

<sup>20</sup> Extracto original: “Some crew members also go to Señor Frogs, Carlos and Charlie’s, sometimes only they go to the beach or go to the restaurants to have something to eat, because they have to get back to work” (Liam, head waiter, Philippines).

### 3.2.4 Importancia del Wi-Fi para los tripulantes

La mayoría de los tripulantes busca durante su tiempo libre en Cozumel cafés internet (ver *fotografía 3.8*) o lugares que cuenten con Wi-Fi (ver *fotografía 3.9*) a fin de poderse comunicar con sus seres queridos por medio de diferentes redes sociales (facebook y skype principalmente). Una de las razones primordiales de ello, es que comentan que dentro del barco el servicio de internet es muy lento y costoso. Sobre ello, Wong y Christian comentan:

*“-¿El internet en el barco es caro?”*

*-¡Muy caro!, caro y muy lento, a veces necesitas pagar mucho dinero y es realmente muy lento... me he quejado al respecto pero ya sabes... ¿Qué puedo hacer? [...] Cuando estoy en tierra siempre busco internet para poder saber sobre ellos (refiriéndose a su familia) [...] en Facebook, chatear, éste es el lugar para hacerlo cuando extrañas a un amigo o a alguien, chatear en Facebook, o en messenger, a veces con nuestros amigos de Indonesia, porque usualmente ellos están en línea durante el día.” (Wong, aseo y limpieza, Indonesia).<sup>21</sup>*

*“El internet en el barco es realmente muy caro, y la simple razón es que es un internet vía satélite y debes pagar por ello, por lo tanto es realmente muy caro y como puedes imaginar es probablemente “lentejo”, es realmente lento... cuando vienes a Cozumel todo mundo baja porque hay muchos lugares a los que puedes ir, y hay algunos café-internet a los que vas y revisas en la computadora, pagas un dólar, te conectas a internet y tienen un internet súper rápido, ¡funciona!”. (Christian, técnico de sistemas, Jamaica).<sup>22</sup>*

---

<sup>21</sup> Extracto original: “-Is the internet expensive on the ship?

-Very expensive! Expensive and very slow, sometimes you need to pay a lot of money and is really very slow... I've complained about it but you know... what can I do? [...] when I'm on land I always look for internet so I can know about them (referring to his family) [...] ] on facebook, chatting, this is the place to do it when you miss a friend or someone, chatting on facebook or messenger, sometimes with our friends from Indonesia, because during the day they are usually on line.” (Wong, housekeeping, Indonesia).

<sup>22</sup> Extracto original: “Internet on the ship is really expensive, and a very simple reason is that it's satellite internet that you have to pay a lot for it , so it's really expensive and as you can imagine it's probably “slowty”, it's really slow... when you come to Cozumel everybody gets off because there are so many places that you can even go, and there are some internet cafes that you go and check on the computer, you pay a dollar and plug internet and they have like superfast internet so, it works out!” (Christian, systems technician, Jamaica).

Fotografía 3.8 *Tripulantes en café internet de la Plaza i95.*



Fuente: Fotografía propia.

Fotografía 3.9 *Tripulantes comiendo y utilizando dispositivos electrónicos.*

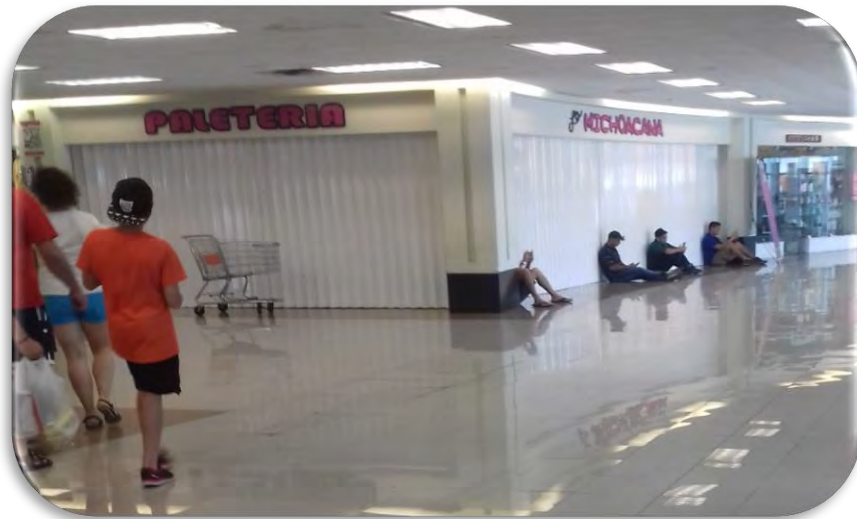


Fuente: Fotografía propia



Es tal la dependencia del Wi-Fi, que aunque los negocios estén cerrados, el tripulante de crucero se acerca a la zona donde tengan señal y puedan comunicarse con sus familiares por internet. En repetidas ocasiones, se pudo observar a tripulantes sentados cerca de negocios cerrados pero que cuentan con señal de Wi-Fi gratuito, con dispositivos electrónicos en mano y haciendo video llamadas por Skype (*ver fotografía 3.10*).

Fotografía 3.10 *Tripulantes utilizando Wi-Fi de un local cerrado.*



Fuente: Fotografía propia.

### **3.3 Distribución geográfica del tripulante en Cozumel**

Una vez descritas las actividades que el tripulante desarrolla en el puerto de escala, es importante mostrar la distribución de éste en la isla para comprender su influencia en el destino. Por ello, los recorridos de campo, así como las pláticas informales y entrevistas tanto con tripulantes de cruceros, como con dueños de negocios y prestadores de servicios relacionados con su comportamiento, fueron necesarias para la construcción de un sistema de información geográfica (SIG) (Hall y Page, 2006) que fue de vital importancia para identificar y clasificar al trabajador de crucero en función de sus características, mostrando la heterogeneidad de la distribución (Castillo, 2011) del tripulante en Cozumel, misma que puede ayudar a comprender su segregación socioespacial (Pérez-Campuzano-2011).

Por lo anterior, primeramente se describirá el perfil de los informantes de los dueños de negocios, para posteriormente mostrar la base de datos obtenida para la creación del SIG, y finalmente. Poder describir y representar cartográficamente la distribución del tripulante en el destino (Williams y Lew, 2015).

### *3.3.1 Perfil de los dueños de negocios entrevistados*

Del total de los 17 entrevistados, la mayoría (nueve) resultaron ser dueños o gerentes generales de restaurantes de diversos tipos de comida, tales como asiática, peruana y mexicana e internacional principalmente. Dos entrevistadas resultaron gestionar dos estéticas de belleza, así mismo, se logró entrevistar a un encargado de una arrendadora de vehículos, una encargada de un centro de llamadas e internet, un gerente de un centro de autoservicio, una dueña de una joyería, un encargado de un club de playa, y un dueño de un consultorio dental.

Si bien los entrevistados resultaron ser de nacionalidad mexicana (con excepción de la dueña del restaurante Rock n' Java), y la mayoría de los negocios tienen más de diez años abiertos al público, es necesario destacar que ninguno de los entrevistados resultó ser originario de la isla de Cozumel.

La información descrita, se puede apreciar en el contenido de la siguiente tabla (*tabla 3.2*):



Tabla 3.2 Perfil de los Dueños de negocios entrevistados

No. De Entrevista	Nombre del informante	Edad	Nacionalidad	Entidad de Procedencia	Puesto	Nombre del negocio	Giro de la empresa	Tiempo abierto al público	Tipo de Tripulantes
1	Jorge	53,	Mexicana	Yucatán	Encargado	Rock'n Java	Restaurante	20 años	Animadores, músicos y actores
2	Mariana	53	Mexicana	Veracruz	Dueña	Lonchería Oasis	Restaurante	12 años	Técnicos, Marineros, aseo y limpieza
3	Romina	38	Mexicana	Yucatán	Dueña	Estética Rubí	Estética	10 años	Aseo y limpieza
4	Robert	35	Mexicana	Yucatán	Gerente general	Chedraui	Centro de Autoservicio	17 años	Oficiales, Animadores, músicos y actores, Técnicos, Marineros, aseo y limpieza
5	Yessica	43	Mexicana	Ciudad de México	Encargada	Mexatel	Llamadas e internet	16 años	Técnicos, Marineros, aseo y limpieza
6	Gilberto	35	Mexicana	Veracruz	Dueño	Lonchería Santa María	Restaurante	15 años	Técnicos Marineros, aseo y limpieza
7	Melissa		Estadounidense	-	Dueña	Rock'n Java	Restaurante	20 años	Animadores, músicos y actores
8	Genaro	60	Mexicana	Ciudad de México	Dueño	El abuelo	Restaurante	25 años	Oficiales, Animadores, músicos y actores, Técnicos, Marineros, aseo y limpieza
9	Ana	40	Mexicana	Yucatán	Encargada	El Calamar	Restaurante	25 años	Técnicos, Marineros, aseo y limpieza
10	Lucy	38	Mexicana	Yucatán	Encargada	Estética Lorena	Estética Alexandra	14 años	Oficiales, Animadores, músicos y actores, Técnicos,
11	Mario	45	Mexicana	Yucatán	Dueño	Sol y Mar	Arrendadora de vehículos		Animadores, músicos y actores, Técnicos,
12	Tamara	35	Mexicana	Jalisco	Dueña	Fire Opal	Joyería	13 años	Marineros, aseo y limpieza
13	Gonzalo	36	Mexicana	Veracruz	Encargado	San Francisco Beach	Club de playa	40 años	Oficiales, Animadores, músicos y actores, Técnicos,
14	Norberto	51	Mexicana	Yucatán	Gerente	Fu-Lin	Restaurante	10 años	Animadores, músicos y actores, Técnicos,
15	David	30	Mexicana	Yucatán	Dueño	Advanced Dental care	Consultorio Dental	9 años	Técnicos, Marineros, aseo y limpieza
16	Luisa	30	Mexicana	Hidalgo	Gerente	Chi Asian Cuisine	Restaurante	15 años	Capitanes, Oficiales, Músicos, Actores, Animadores, Técnicos, Marineros, Meseros, Aseo y Limpieza
17	Karina	30	Mexicana	Ciudad de México	Dueña	10 con 15	Restaurante	6 meses	Músicos, Actores y Animadores

Fuente: Elaboración propia.

Los dueños de negocios entrevistados, además de dar su punto de vista sobre la influencia del tripulante de crucero en el destino (lo cual será abordado más adelante), compartieron información que fue utilizada para mostrar y describir la distribución del tripulante en Cozumel a partir de la construcción de la base de datos para la elaboración de un Sistema de Información Geográfica (SIG).

### *3.3.2 Sistema de información geográfica y distribución del tripulante en Cozumel*

Durante esta etapa, se tuvo como resultado la recopilación de información sobre la ubicación geográfica, nombre y giro de los sitios y negocios que el tripulante visita con frecuencia, así como el horario que éstos lugares manejan, años que tienen abierto al público, número de colaboradores, modo de propaganda, forma de difusión del negocio y descuentos que manejan para el crew member, y el tipo y porcentaje de tripulación que los visita en función de su jerarquía y nacionalidad.

La base de datos realizada para la construcción del sistema de información geográfica (SIG) se ha denominado “Distribución y Segregación del Tripulante” (ver *anexo 4*). Se muestra a continuación una muestra un ejemplo de la base de datos construida (*tabla 3.3*).

Tabla 3.3 Ejemplo de la Base de datos del SIG Distribución del Tripulante

ID	Nombre de la empresa	Coordenadas UTM E	Coordenadas UTM N	Giro de la empresa	Años abierto al público	Franquicias en Cozumel (No.)	No. de Empleados	Horario de Atención	Forma de promoción				Wí fi	Cientela Tripulante Principal										% tripulante	% Descuento		
									Internet	Facebook	Boca en Boca			Oficiales	Músicos	Actores	Animadores	Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza						
01	Rock n' Java Restaurant Bar	504522.00	2267510.00	Comida Internacional	20	1	12	06:00-22:00	Internet	Facebook	Boca en Boca		Sí		Oficiales	Músicos	Actores	Animadores							90	0	
02	10 y 15	505855.00	2268235.00	Comida Internacional	0.5	0	10	10:00-17:00			Boca en Boca		Sí			Músicos	Actores	Animadores	Técnicos							10	10
03	Noodle Sushi Bar	504500.00	2267397.00	Comida Thai	20	1	4	06:00-22:00	Internet	Facebook	Boca en Boca		Sí							Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			60	0	
04	Lonchería Oasis	505449.00	2267566.00	Comida Asiática	12	0	3	08:00-15:30			Boca en Boca		Sí						Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			90	10	
05	Lonchería Santa María	505455.00	2267556.00	Comida Asiática	10	0	4	08:00-16:00			Boca en Boca		Sí						Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			90	15	
06	Restaurante Fu-Lin	502843.00	2264346.00	Comida Asiática	10	2	20	08:00-18:00			Boca en Boca		Sí							Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			99	0	
07	Chi Asian Cuisine (Wok Group)	502806.00	2264187.00	Comida Asiática	15	2	40	08:30-18:00			Boca en Boca		Sí						Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			90	10	
08	Abuelo Gerardo	505432.00	2267912.00	Pescados y Mariscos	25	0	18	07:30-10:00			Boca en Boca		Sí			Músicos	Actores	Animadores	Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			85	15	
09	El Calamar	505574.00	2267550.00	Pescados y Mariscos	25	0	4	08:00-17:00			Boca en Boca		Sí						Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			99	20	
10	Guido's	505489.00	2268336.00	Comida Italiana	38	0	20	11:00-23:00	Internet	Facebook			Sí	Capitanes	Oficiales	Músicos	Actores								80	10	
11	Rolandí's	504420.00	2267392.00	Comida Italiana	6	0	25	13:00-24:00	Internet	Facebook	Boca en Boca		Sí	Capitanes	Oficiales	Músicos	Actores								30	10	
12	Paprika	502990.00	2264925.00	Comida Caribeña	6	0	20	07:00-23:00	Internet	Facebook	Boca en Boca		Sí	Capitanes	Oficiales	Músicos	Actores	Animadores	Técnicos						70	10	
13	Casa Denis	505265.00	2267883.00	Comida Yucateca	40	0	10	09:00-20:00		Facebook	Boca en Boca		Sí	Capitanes	Oficiales	Músicos	Actores	Animadores							30	10	
14	Drácula	504661.00	2266679.00	Comida Rumana	10	0	10	10:00-17:00			Boca en Boca		Sí	Capitanes	Oficiales	Músicos	Actores	Animadores	Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			90	0	
15	Estética Alejandra	502912.00	2264319.00	Salón de Belleza	14	0	4	08:00-17:00			Boca en Boca		Sí			Músicos	Actores	Animadores	Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			95	0	
16	Estética Ruby	505424.00	2267414.00	Salón de Belleza	10	0	2	10:00-21:00			Boca en Boca		Sí								Meseros	Aseo y Limpieza			20	0	
17	Mega Comercial Mexicana	504495.00	2267402.00	Autoservicio	10	0	200	08:00-23:00	Internet			Televisión Local	Catálogo	Sí	Capitanes	Oficiales	Músicos	Actores	Animadores	Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			40	0
18	A-Mart (Wok Group)	502806.00	2264187.00	Autoservicio	4	0	4	08:30-18:00			Boca en Boca		Sí						Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			95	0	
19	Chedraui Cozumel Centro	504399.00	2267118.00	Autoservicio	17	0	187	07:00-23:00	Internet			Televisión Local	Catálogo	Sí	Capitanes	Oficiales	Músicos	Actores	Animadores	Técnicos	Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			10	0
20	Internet Calling Center	502803.00	2264217.00	Internet	14	0	6	09:00-19:00			Boca en Boca		Sí							Marineros	Meseros	Aseo y Limpieza			10	0	

Fuente: Elaboración propia.

Tras el análisis de la información recopilada, se pudieron notificar 79 diferentes negocios con giros variados en los que existe presencia de tripulantes de cruceros, mismos que se ubican en tres zonas denominadas: la zona norte, zona sur y zona centro, siendo en ésta última donde existe mayor concentración de sitios visitados por el tripulante con un total de 72 negocios (véase mapa 3.1). Además, se pudo corroborar la importancia del wi-fi para los tripulantes al notificar que 53 de los 79 negocios cuentan con internet gratuito para ellos (mapa 3.2).

Mapa 3.1 Sitios de Visita del Tripulante.

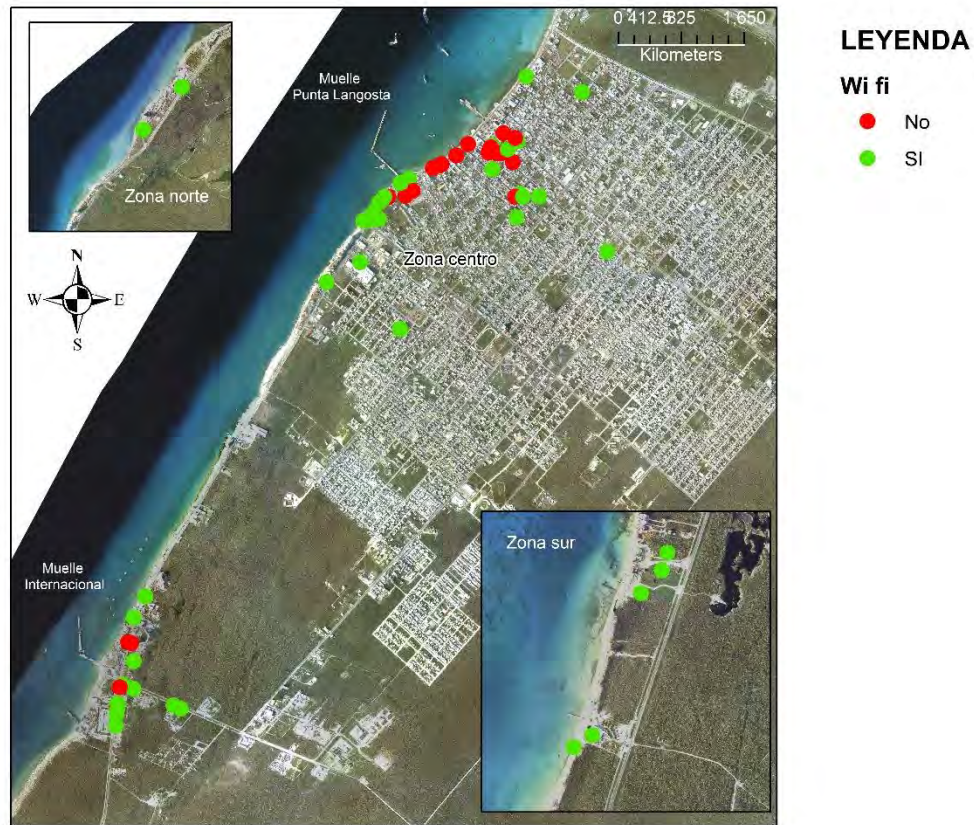


#### LEYENDA

● sitios

Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).

Mapa 3.2 Wi-Fi de los negocios que el Tripulante visita.



Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).

De los negocios identificados, se pudo encontrar presencia de tripulantes en sitios con diferentes giros comerciales y que también son utilizados por residentes locales, ya que se pudo corroborar su visita en una tienda de telas, seis tiendas de ropa (tanto interior<sup>23</sup> como exterior), dos zapaterías (*ver fotografía 3.11*), tres centros de autoservicios, un hospital (*ver fotografía 3.12*), un consultorio dental, dos estéticas y en el mercado municipal.

<sup>23</sup> Durante los recorridos de campo, se tuvieron diversas conversaciones tanto con taxistas, como con dueños de negocios en las que los informantes dieron a conocer que las mujeres tripulantes, frecuentemente compran ropa interior en tiendas departamentales de la isla.



Fotografía 3.11 Zapatería del centro frecuentada por tripulantes.



Fuente: Fotografía propia.

Fotografía 3.12 Stand de Hospital en evento de cruceros.



Fuente: Fotografía propia.

Por otra parte, se encontró que también hay presencia de tripulantes en negocios que los turistas también suelen frecuentar, principalmente en el sector restauranero con trece negocios identificados, seis clubes de playa, ocho bares, tres cafeterías, tres hoteles en los que solicitan el servicio de pases todo incluido (*day pass* por su denominación en el idioma inglés), diez tiendas de suvenires y artesanías, dos joyerías, cinco arrendadoras de vehículos (*ver fotografía 3.13*), un delfinario y una tienda de buceo.

Fotografía 3.13 *Tripulantes arrendando scooter.*

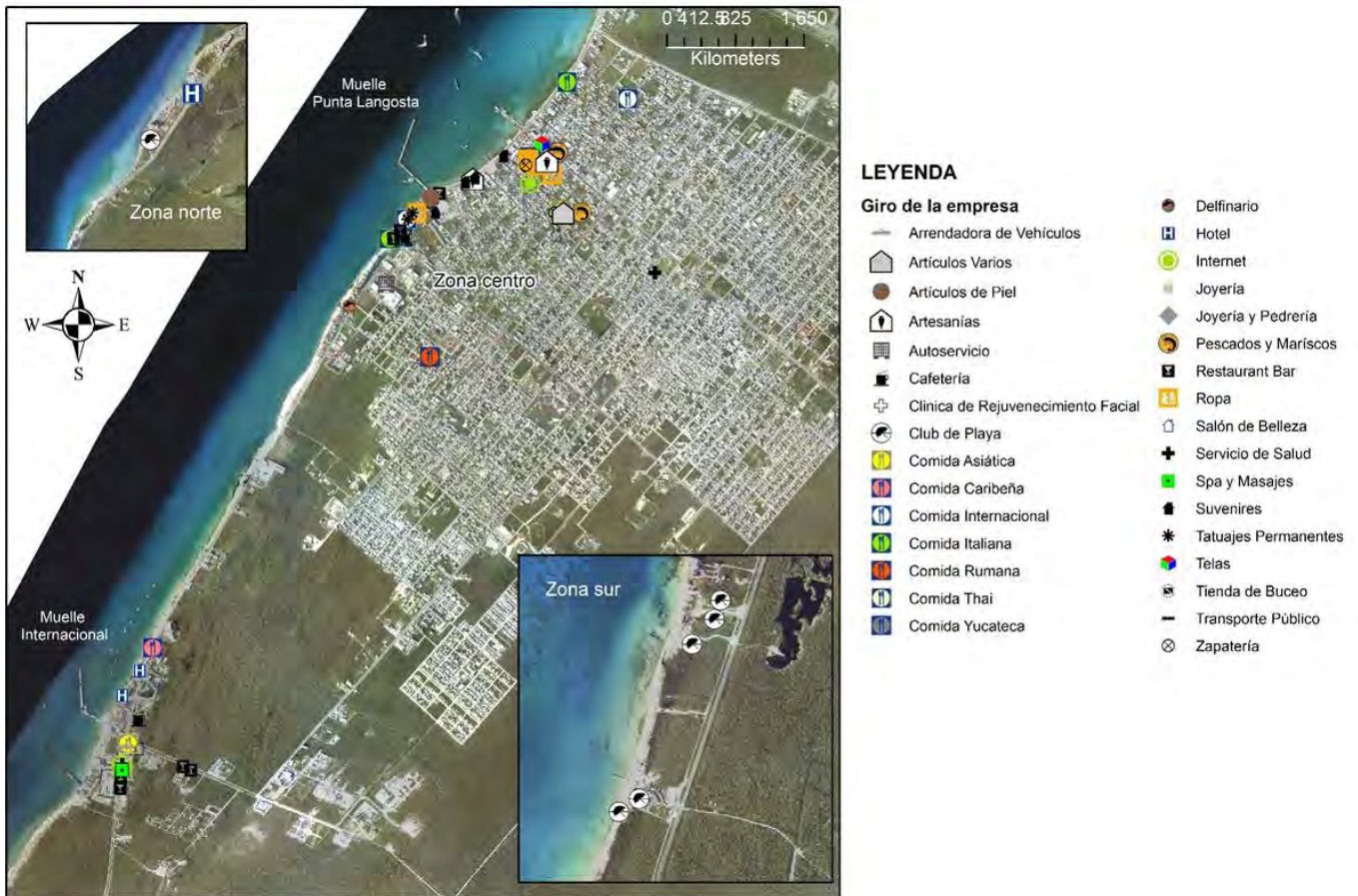


Fuente: Fotografía propia.

Para poder llegar a muchos de estos negocios, gran cantidad de tripulantes se desplazan utilizando el servicio de taxi, por lo que este sector también resulta beneficiado al trasladarlos de un punto a otro. De hecho por medio de las conversaciones informales que se pudo entablar con varios choferes de taxi, se identificó que hay convenios con ciertos negocios (sobretudo clubes de playa y restaurantes de la zona centro de Cozumel) en los que cada vez que los taxistas llevan a un grupo de tripulantes, éstos reciben una comisión a cambio.

Los diferentes giros de negocios a los que los tripulantes acuden a Cozumel, se representan en el siguiente mapa:

Mapa 3.3 Giro de las empresas con presencia de Tripulantes.

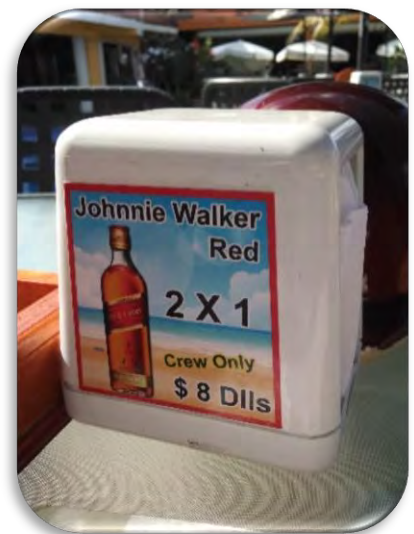


Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).



De los 79 negocios en los que se identificó presencia de tripulantes, 45 les realizan descuentos especiales, que van desde el 10 hasta el 40% de descuento en su consumo así como promociones especiales como artículos al 2x1 o rebajas por ser clientes frecuentes (ver fotografías 3.14, 3.14 a, 3.14 b, 3.14 c). Así mismo, existen lugares que no les cobran entrada; si bien el turista tiene que pagar una cuota para poder acceder a los clubes de playa, el tripulante puede entrar sin costo alguno debido a que las navieras tienen convenios con dichos clubes.

Fotografías 3.14, 3.14 a), 3.14 b), 3.14 c) Lugares con promociones para los tripulantes.



Fuente: Fotografías propias.

El mapa 3.4 muestra la distribución de los negocios y su relación con los porcentajes de descuento para tripulantes, cabe mencionar que la mayoría de ellos se localizan en la Zona Centro y que los clubes de playa de la Zona Sur, son los que no piden al tripulante un pago de admisión.

Mapa 3.4 Descuentos que manejan los negocios para el tripulante.



Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).



### 3.4 Distribución y segregación por jerarquía y nacionalidad

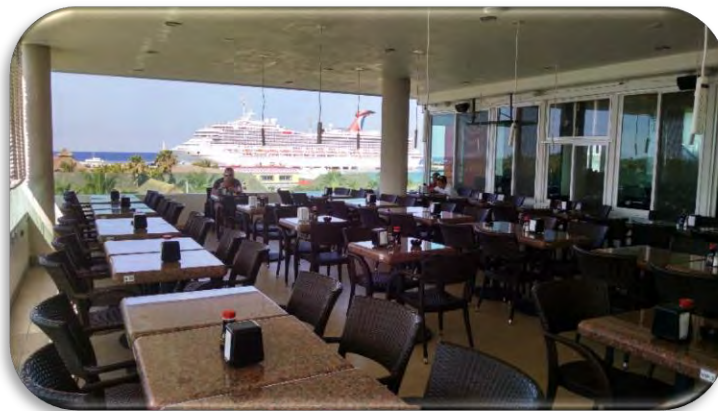
Si bien existen negocios a los que prácticamente acuden tripulantes de puestos y nacionalidades de todo tipo (como ocurre sobre todo con los centros de autoservicios Chedraui, Mega Comercial Mexicana y el hospital Cozumel Medical Center; o restaurantes como El Abuelo Gerardo y ambas sucursales del Chi Asian Cuisine) (ver fotografías 3.15 y 3.16), se reconoce que existen ciertos negocios en los que clientes trabajadores de los barcos son de nacionalidades específicas, lo cual a su vez está relacionado con la jerarquía e ingreso del tripulante.

Fotografía 3.15 Restaurante El Abuelo Gerardo.



Fuente: Fotografía propia.

Fotografía 3.16 Restaurante Chi Asian Cuisine (Puerta Maya).



Fuente: Fotografía propia.

Los negocios que se encuentran localizados en frente de Puerta Maya y el muelle S.S.A., son frecuentados por tripulantes de puestos operativos, lo cual también está relacionado con el poco tiempo libre que este tipo de tripulante posee. Un fenómeno similar ocurre cuando los cruceros atracan en Punta Langosta, cerca de la zona centro de la isla, ya que en los restaurantes de comida filipina, tailandesa, indonesia y peruana del mercado municipal, el cliente principal es el tripulante que desempeña su trabajo en área de aseo y limpieza, de mesero, cocinero o marinero (mismos que generalmente son de origen asiático y latinoamericano). Ejemplo de ello, es el comentario realizado por Ana, quien trabaja en un restaurante de comida peruana cerca del mercado:

*“-Entonces, ¿El tripulante peruano es su principal cliente?*

*-Por el momento sí, de Lunes a Sábado estamos aquí, y sí, de hecho los estamos esperando, llegan a más tardar a la una [...] Normalmente lo que ellos quieren es pasar unas horas tranquilos, nos preguntan que si pueden ir al otro lado de la isla, y cuánto tiempo tardan de ir de aquí al otro lado, pero nada mas en eso, se quedan con las ganas porque nada más bajan unas horas [...]*

*-¿Les han llegado a comentar en qué trabajan?*

*Algunos son bar tenders, otros trabajan de meseros”. (Ana, Encargada, Restaurante El Calamar).*

Así mismo, durante las conversaciones informales y las entrevistas dirigidas a dueños de negocios locales, se notificó que la tripulación de media jerarquía, encargada del entretenimiento para el crucerista en el barco, también cuenta con lugares de preferencia en Cozumel. Músicos, actores y animadores gustan asistir a restaurantes de comida internacional, como es el caso de Rock'n Java (*ver fotografía 3.17*) y 10 con 15, así como las tiendas Mayan Tatoo y Empire Tatoo y la clínica de cirugía plástica Rejuvenation Clinic con el fin de cuidar su imagen (*ver fotografía 3.18*), cabe mencionar que todos los sitios mencionados se ubican en la zona centro de Cozumel. Al respecto, Jorge dijo lo siguiente:

*“-¿Sabes de qué jerarquía son los tripulantes que vienen a comer aquí?*

*-Pues son de distintas categorías, desde un steward, hasta oficiales y los que trabajan en shows, cantantes, artistas bailarines, tenemos muchos de esos*

*-¿Consideras que los artistas son el principal sector?*

*Sí, en definitiva sí, son los que hay en su mayoría, cuando son días festivos vienen mucho”. (Jorge, Encargado, Restaurant Rock n’ Java).*

Fotografía 3.17 Restaurante Rock n’ Java.



Fuente: Fotografía propia.

Fotografía 3.18 Clínica de botox Rejuvenation Clinic.



Fuente: Fotografía propia.

Durante el estudio se pudo confirmar que los tripulantes de media jerarquía, gozan de una mayor cantidad de tiempo libre que aquellos de puestos operativos. Ejemplo de ello, es lo dicho por el informante Julian al preguntarle sobre sus horas de trabajo:

*“-¿Cuántas horas trabajas por noche?*

*-No muchas, es decir, trabajas, por ejemplo, puedes tener un día de ocho horas o quizás diez, pero cuando estás en puerto puedes trabajar como cinco horas al día, por ejemplo, los últimos dos días trabajé cinco horas y treinta minutos, eso está muy bien. Muchas veces, en este departamento puedes tener una buena vida porque tienes tiempo de salir [...] tenemos mucho tiempo para salir, como nueve horas y eso es bueno para nosotros.” (Julian, Agente de Casino, Rumania).<sup>24</sup>*

Al tener mayor disposición de tiempo libre y (independientemente del sitio en el que el barco para el que trabajan atraque), es común que los tripulantes de jerarquía media visiten playas de Cozumel de la Zona Norte de la isla, principalmente, el club Playa Azul, tal como lo ilustra el siguiente informante:

*“-¿Cuánto tiempo libre tienes?*

*-Bueno, cuando estoy en los puertos de escala, de 6 a 10 horas, considero que tengo mucho tiempo libre, porque también, dependiendo de tu puesto, puedes tener todo el día libre, o al menos el mismo tiempo que tenga el barco en el puerto, o puede que no tengas mas que un par de horas, eso es común con la gente que trabaja en lavandería o aseo y limpieza, yo tengo más tiempo libre, y es por eso que puedo salir [...] Me gusta ir a la playa [...] Me gusta mucho Playa Azul”. (Phill, Fotógrafo, Croacia).<sup>25</sup>*

---

<sup>24</sup> Extracto original: How many hours do you work per night?

Not too much, I mean, you work for example, you can have a day of eight hours, ten maybe, but you can work when you are on port five hours for a day, for example the last two days I worked for five hours and thirty minutes, that's nice. Sometimes, in this department you can have a good life because you have time to go out [...] we have a lot of time to go out, like nine hours and that's good for us.

<sup>25</sup> Extracto original: -How much free time do you have?

-When I'm in ports of call, could be from 6 to 10 hours, and I can consider that I have much free time, because, also depending on your position, you can have all day off, or at least the same time as the ship while is on port, or you cannot have more tan a pair of hours, this is common with people working on laundry or housekeeping, I've got more free time and that's why I can go off [...] Well I like going to the beach [...] I like Playa Azul too much (Phill, Photographer, Croatia).

Respecto a las altas jerarquías, es común que los capitanes y oficiales, prefieran ir a comer en lugares donde los alimentos pueden tener un costo más elevado (con un menú en el que una comida completa oscila entre los 15 y 20 dólares), como ocurre con los restaurantes de comida italiana Guido's y Rolandi's, o de comida rumana, como el caso del restaurante Drácula ubicados en la zona centro (*ver fotografía 3.19*).

Fotografía 3.19 Restaurante Drácula.



Fuente: Fotografía propia.

Mediante las conversaciones informales, también se notificó que los tripulantes de dicha jerarquía prefieren adquirir pases todo incluido en hoteles de alta categoría de la zona norte y centro. Los hoteles El Cid, Park Royal y Playa Azul, son los más concurridos por capitanes y oficiales para adquirir el servicio mencionado.

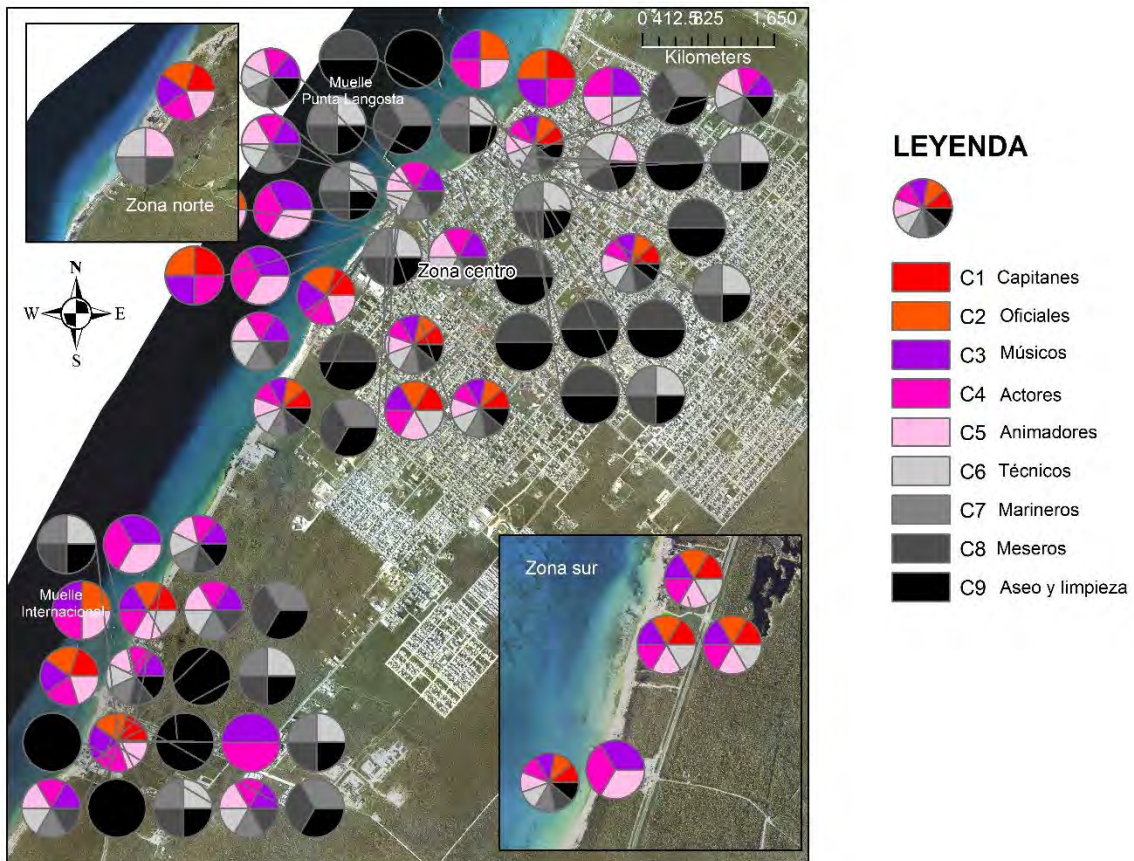
Aunado a ello, un entrevistado mencionó que incluso hay presencia de capitanes del barco en el campo de Golf de la isla, y que en su percepción, es notorio que este tipo de tripulantes tienen un buen ingreso:

*“Yo trabajé en la franquicia que se llama “La casa del habano”, y ahí llegaban todos los oficiales, ahí llegaba hasta el que piloteaba la nave, esa gente que gana mucha lana. El líder ahí llegaba, ese tipo hasta llevaba sus palos de golf y luego se iba al campo y ya regresaba, ese tipo de cuates se ve que si ganaban súper bien  
¿O sea que también llegan a ir al campo de golf?  
¡Claro!, te digo que ahí depende del sapo la pedrada y la lana que tenga la gente”.*  
*(Gonzalo, Encargado, Playa San Francisco).*



La segregación por jerarquía y nacionalidad del tripulante en la isla, puede ilustrarse de mejor manera en el mapa siguiente:

Mapa 3.5 Segregación del Tripulante en Cozumel en función de su jerarquía y nacionalidad.



Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).



### **3.5 Reflexiones finales**

Debido a la diversidad de las actividades que realizan los tripulantes de cruceros en las distintas zonas de la isla, resulta evidente la interacción que guardan con los residentes locales y turistas, lo cual habla de la relevancia que pueden tener como actores de un subsistema turístico.

El ingreso y tiempo libre de los tripulantes se encuentra relacionado con su jerarquía. Los trabajadores de puestos operativos tienen menos horas de descanso en el destino que aquellos de mediana y alta jerarquía. Así mismo, en función de los sitios que visitan, se puede demostrar que los tripulantes de mayor rango gozan de un mejor ingreso, lo cual coincide ampliamente con lo señalado por Weaver, 2005; Gibson, 2008 y Van Broeck y Dierckx, 2011.

Si bien la observación, las pláticas informales y las entrevistas fueron de utilidad para obtener información sobre el comportamiento del tripulante en el destino, el uso de un sistema de información geográfica permitió tener una mejor referenciación de la distribución y segregación del tripulante en el destino en función de su jerarquía y nacionalidad.

El tripulante puede generar diversos efectos sociales, económicos y ambientales en los puertos de cruceros, lo cual será descrito en el siguiente capítulo.

## **CAPÍTULO 4. EFECTOS ECONÓMICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES DERIVADOS DE LA VISITA DEL TRIPULANTE EN COZUMEL**

Ya descrita la distribución y segregación del tripulante en el destino, este capítulo tiene la intención de abordar en profundidad los distintos efectos económicos, sociales y ambientales que el tripulante de crucero genera en la isla de Cozumel, a fin de mostrar la influencia que tienen en la isla desde la perspectiva de los distintos actores involucrados.

### **4.1 Perfil de los gestores gubernamentales entrevistados**

Para profundizar en los efectos derivados del comportamiento del tripulante en el destino, además de retomar la información obtenida de las entrevistas realizadas a los tripulantes de cruceros y a los dueños de negocios, dicha información se complementará con los comentarios obtenidos de tomadores de decisiones del sector gubernamental de la isla, a fin de obtener una perspectiva integral de la influencia de su comportamiento.

Gestores que fungen como tomadores de decisiones de diversas dependencias gubernamentales, permitieron ser entrevistados. Uno de ellos fue el Juez del registro civil de Cozumel, el cual por medio de su cargo, se ha relacionado con los tripulantes por más de veinte años, teniendo conocimiento de su situación legal, derechos y obligaciones durante su estancia en el destino. Así mismo, el director de turismo y desarrollo económico de Cozumel, debido al puesto que desempeña, tiene conocimiento de la planeación turística de la isla y por lo tanto, del plan de desarrollo turístico en el ámbito del turismo de cruceros. Es importante mencionar que ambos informantes pertenecen al gabinete municipal del Ayuntamiento de Cozumel 2012-2016.

El director de CONANP y del Parque Nacional Arrecifes de Cozumel, fue el tercer gestor de gobierno entrevistado, el cual, compartió información sobre los proyectos relacionados con la preservación y conservación de la flora y fauna de Cozumel, asimismo hizo hincapié en aquellos proyectos en los que el tripulante ha participado y puede participar.

La siguiente tabla, muestra el perfil de los informantes del sector gubernamental mencionados:

Tabla 4.1 Perfil de los gestores gubernamentales entrevistados.

No. De entrevista	Seudónimo	Dependencia a la que pertenece	Puesto	Tiempo en el puesto	Edad
1	Simón	Registro Civil de Cozumel	Juez	20 años	47 años
2	Nayib	Director de Turismo y Desarrollo Económico	Director	4 años	40 años
3	Adrián	CONANP y Parque Nacional Arrecifes de Cozumel	Director	1 año	35 años

Fuente: Elaboración propia.

Ya descritos los perfiles tanto de tripulantes, como de dueños de negocios (*mencionados en el capítulo 3*) y tomadores de decisiones gubernamentales que fungieron como informantes, a continuación se a dará detalle de los efectos económicos desde éstas tres perspectivas.

## 4.2 Efectos económicos del tripulante en Cozumel

En éste apartado, se abordará información sobre los negocios concebidos exclusivamente para el tripulante en la isla, la percepción que tienen los dueños de negocios y gestores del sector gobierno en el ámbito económico sobre el tripulante, así como la percepción propia del tripulante sobre la derrama económica que generan en Cozumel, todo lo anterior, se contrastará con los trabajos sobre los efectos económicos del turismo de cruceros, para de esta manera poder identificar aquellos generados por la visita del tripulante.

### 4.2.1 Negocios dirigidos al tripulante

De los negocios en los que se pudo identificar presencia constante de tripulantes de cruceros a través de las entrevistas y conversaciones informales, al menos en 25 de ellos resultan ser la clientela principal, de hecho, 15 propietarios y gerentes generales de diversos negocios declararon abiertamente que dirigen su negocio al tripulante, lo cual se ve reflejado en el

porcentaje de clientes tripulantes que tienen (*ver mapa 4.1*). Esto ocurre no sólo en el sector restaurantero, sino también en negocios dedicados a la salud e higiene personal como estéticas de belleza, spas y consultorios dentales. Los comentarios de Norberto, David y Lucy, demuestran lo mencionado:

*“-¿Cómo qué porcentaje de sus clientes es tripulante?*

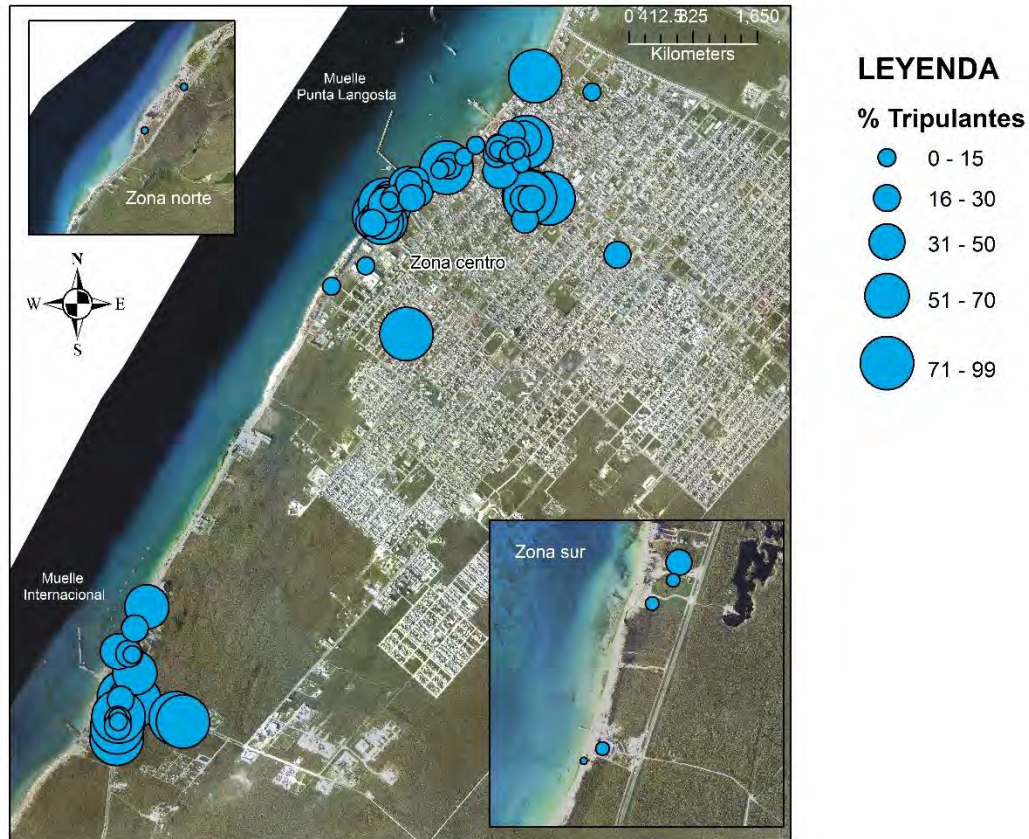
*-¡Uta!... ¡No!, pues te podría decir que hasta el 99% de los clientes que tenemos son tripulantes, es un cliente muy bueno la verdad, sino, no nos dedicaríamos a atenderlo[...]. Cuando hay barcos ven a una hora pico y vas a ver cómo el lugar se pone hasta la madre de tripulantes”. (Norberto, Gerente General, Restaurante Fu-Lin Asian Cuisine).*

*“No llevo como tal un porcentaje de clientes, pero más o menos, yo diría que un 90% de mis clientes son tripulantes, el otro 8, 9 % locales y pues... muy muy rara vez llega a solicitarme servicio dental un turista, casi no ocurre”. (David, Dueño, Advanced Dental Care).*

*“-¿Me preguntaba si a su estética llegan lo que son los tripulantes?*

*-La estética se dedica exclusivamente a eso, trabajamos con tripulantes, damas, caballeros, y algunos turistas [...] Un porcentaje, sería el 90%, 90-95%, lo demás son turistas y uno que otro de por acá, pero sí, el 90-95% son tripulantes”. (Lucy, Encargada, Estética Lorena).*

Mapa 4.1 Porcentaje de clientes tripulantes.



Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).

Varios de los negocios a los que asiste el tripulante cuentan con franquicias dentro de la misma isla, principalmente cafeterías, arrendadoras de vehículos y tiendas de suvenires con tres o más sedes, siendo que en todas ellas hay presencia de tripulantes. Algo importante a destacar, es que incluso ya existen en Cozumel negocios con franquicias que se dedican a atender exclusivamente a tripulantes de cruceros (*ver mapa 4.2*). La empresa Wok on Roll, ejemplifica lo dicho al administrar los dos restaurantes Chi Asian Cuisine, y los negocios en la Plaza i95<sup>26</sup> (ubicada justo en frente del puerto de arribo Puerta Maya), donde se pudo notificar que todos los negocios están dirigidos exclusivamente a tripulantes de cruceros. La plaza cuenta con un mini súper con productos de importación, un café internet, dos restaurantes de comida asiática y un centro de spa (*ver fotografías 4.1 y 4.2*). Al respecto, Luisa mencionó lo siguiente:

<sup>26</sup> Es de destacar que de acuerdo a los comentarios de la informante, todos los negocios dentro de la Plaza, así como los restaurantes Chi Asian Cuisine, son propiedad del mismo dueño, originario de Hong Kong.

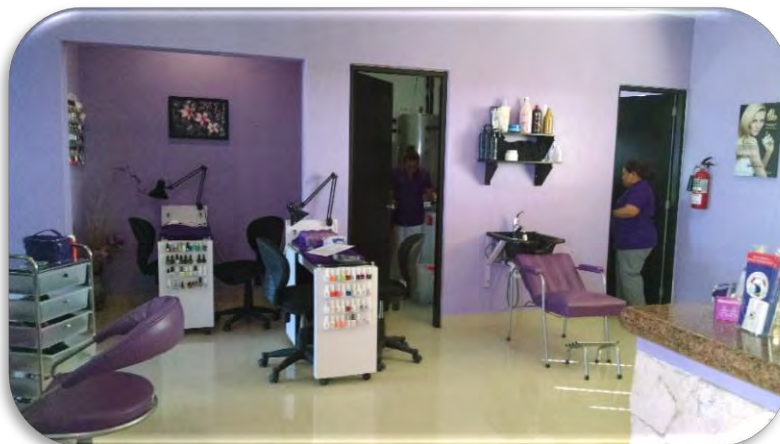
“Todo siempre enfocado a los crew members, o sea, nunca fue pensado para turistas o locales, siempre pensaron (refiriéndose a los dueños) hacer un negocio para el crew member [...] hace cerca de 4 años abrimos esta plaza, es nueva entre comillas, cuatro años, y también está enfocada totalmente al Crew Member, desde el Mini Súper, que no se si lo viste, el que está en la entrada, hay un mini super, hay un café internet, tenemos dos restaurantes, uno que estamos a punto de abrir allá arriba, y el spa, que también es dirigido para tripulantes”. (Luisa, Gerente General, Wok on Roll).

Fotografía 4.1 Productos de importación en Plaza i95.



Fuente: Fotografía propia.

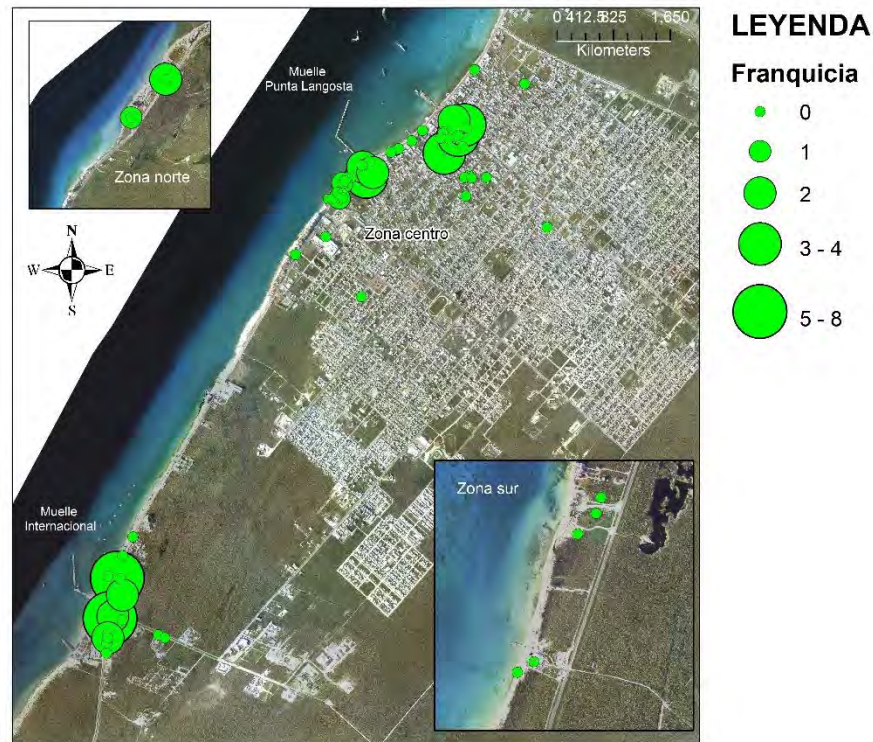
Fotografía 4.2 Spa de la Plaza i95.



Fuente: Fotografía Propia.



Mapa 4.2 Número de Franquicias por negocio.



Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).

Lo anterior evidencia de que si bien los destinos de cruceros existen negocios contiguos al muelle donde atracan los cruceros para atender al tripulante de crucero (Briza y Zapata, 2010), también se demuestra que existe una expansión de negocios dirigidos exclusivamente al tripulante de crucero, en otras zonas del destino que no son contiguas a los sitios de atraque.

#### 4.2.2 Tripulantes y Joyerías

Si bien en la isla existe gran cantidad de joyerías dirigidas principalmente al crucerista, derivado de la homogenización de los destinos de cruceros (Klein, 2011), se pudieron identificar dos joyerías en las que el tripulante es cliente frecuente. Tamara, la dueña de una de ellas, afirmó que la tripulación de cruceros es prácticamente su único cliente; ya que de acuerdo a la informante, sus compradores encuentran piedras preciosas de su agrado a precios accesibles, al parecer con objetivo de tallarlas a su gusto en su país de procedencia o simplemente porque en su tienda encuentran piedras de muy buena calidad (*ver fotografía 4.3*).

*“Al 100% prácticamente es mi cliente (refiriéndose al crew member)[...] A ellos lo que les gusta es tallarlo, entonces, se la llevan a su país y allá ellos las tallan, porque en su mayoría son tailandeses, y todo eso, entonces, por ejemplo para ellos el tallado es más barato allá en Tailandia que para ellos aquí en México, entonces, bueno, este es el ópalo australiano, manejamos la obsidiana, ellos también compran la obsidiana, y el ópalo de fuego[...] El europeo (refiriéndose al crew member) es muy difícil de engañar, de verdad, ellos conocen, y llegan acá porque quieren algo natural, por trece años hemos estado acá, y si usted pregunta la única tienda que vende ópalos es esta, aunque tenemos otras piedras igual originales, tenemos amonita y eso, pero lo que más buscan son ágatas de fuego, piedras de ópalo, buscan topacios, es lo que más ellos consumen”.* (Tamara, Dueña, Fire Opal Jewelry).

Fotografía 4.3 Tripulantes comprando piedras preciosas.



Fuente: Fotografía propia.

#### *4.2.3 Percepción del Tripulante como Cliente*

Todos los dueños de negocios entrevistados y con los que se tuvo conversaciones informales, consideraron al tripulante de crucero como buen cliente, ya que al desplazarse en grupos, muchos aseguraron tener más de cien clientes de este tipo diariamente, además de hacer un buen consumo e incluso dejar buenas propinas.



Aunado a lo anterior, los consideran como una clientela valiosa y repetitiva, ya que por las rutas establecidas por las navieras, los mismos cruceros suelen atracar en Cozumel cada 8 o 15 días durante un lapso de 6 a 8 meses, por lo que al menos durante ese tiempo, los tripulantes suelen ir a los mismos lugares cada vez que arriban a la isla. Jorge, Ana y Robert, lo demuestran a través de sus respectivos comentarios.

*“Cuando el crucero encalla en Punta Langosta generalmente estamos llenos de tripulantes, como lo ves ahora [...] Hay algunos clientes que conozco muy bien, y de hecho hay muchos que vienen muy seguido[...] En un día en el que el crucero encalla en Punta langosta... cerca de 150 o hasta 160 tripulantes por día, es difícil darte un número exacto porque a veces es difícil distinguir un tripulante de un turista, pero yo calculo más o menos esa cantidad [...] Son clientes muy buenos y parte de mi salario, sobre todo en cuestión de propinas es por ellos”. (Jorge, Encargado, Restaurante Rock n’ Java).*

*“Es un tipo de cliente que ha estado viniendo durante años, sabemos que día tenemos porque ellos mismos nos dicen “nos vemos la próxima semana” o “venimos dentro de 15 días” y ya sabemos más o menos qué día tendremos gente, qué día tendremos que preparar un poquito más [...] Normalmente vienen de 4, 5 a veces vienen de 2, a veces vienen de a 6 [...]*

*-¿Y de consumo general?*

*-Como unos 50 dólares por mesa, dependiendo el grupo de personas*

*-¿Cuándo hay barcos cuántos tripulantes vienen al día?*

*Pues como unos... se llenan las mesitas”. (Ana, Encargada, Restaurante El Calamar).*

*“Pues lo que ellos vienen a consumir son alrededor de entre 1000, 2000 pesos, un poquito más, regularmente cuando vienen a comprar [...] Cada cierto tiempo vienen, muchos de ellos son los que regularmente vienen cada 15 días [...] tenemos clientela de este tipo como 300 [...] Cuando ellos inclusive cuando vienen se nota cuando están, porque inclusive nosotros, como mencioné vienen por el fab, que tenemos no*

*para que regularmente está aquí, no para el local, regularmente es para los embarcados<sup>27</sup>, te puedo decir que hasta a veces se llevan una tarima, una tarima son como 200 bultos de 20 kilos, entonces se vende bien toda la parte institucional, lo que son galones se venden bastante bien cuando ellos vienen y ese es el producto que ellos compran” (Robert, Gerente General, Chedraui Cozumel).*

Además de considerar al tripulante como un muy buen cliente, todos los entrevistados manifestaron que representan un beneficio económico importante para la isla, ya que perciben que tienen presencia en distintos sectores económicos al asistir a diversos tipos de negocios, beneficiando con ello a muchos residentes locales. De acuerdo a los datos obtenidos en trabajo de campo, un total de 2728 residentes locales se benefician directamente de la visita del tripulante de crucero, lo que representa el 6.99 % de la PEA de Cozumel (ver mapa 4.3). Los informantes Lucy, Gilberto, Norberto, y Mariana, dijeron al respecto lo siguiente:

*“-¿Y en lo personal creé que el tripulante sea una persona que deje en la isla?*

*-Sí, ¡claro!, deja en restaurantes, en la estética, en los bares, en las tiendas, en los supermercados, porque ellos van y se surten desde shampoo, pasta dental, calcetines, ropa interior, pantalones [...] Van a la playa, está Playa Mía o San Francisco, se arman los tour, por ejemplo se van en autobús completo, inclusive Playa Mía o San Francisco... no sé si tienen quién les venda allá, pero les arman los paquetes, y salen y ya, directo al autobús y se van”. (Lucy, Encargada, Estética Lorena).*

*“Sí dejan una derrama económica, o sea, un promedio, yo calculo que un tripulante gasta un promedio de 10 a 20 dólares cada vez que baja, cuando están cerca de la zona de donde pega el muelle, ya cuando ellos se alejan de ahí, pues la derrama es mucho mayor porque ellos tienen que tomar dos taxis, uno para venir a esta zona, que al taxista le paga de 8 a 10 dólares y 8 más para regresar mas lo que ellos consumen a donde van, y si consideras el hecho de que cada semana están aquí o*

---

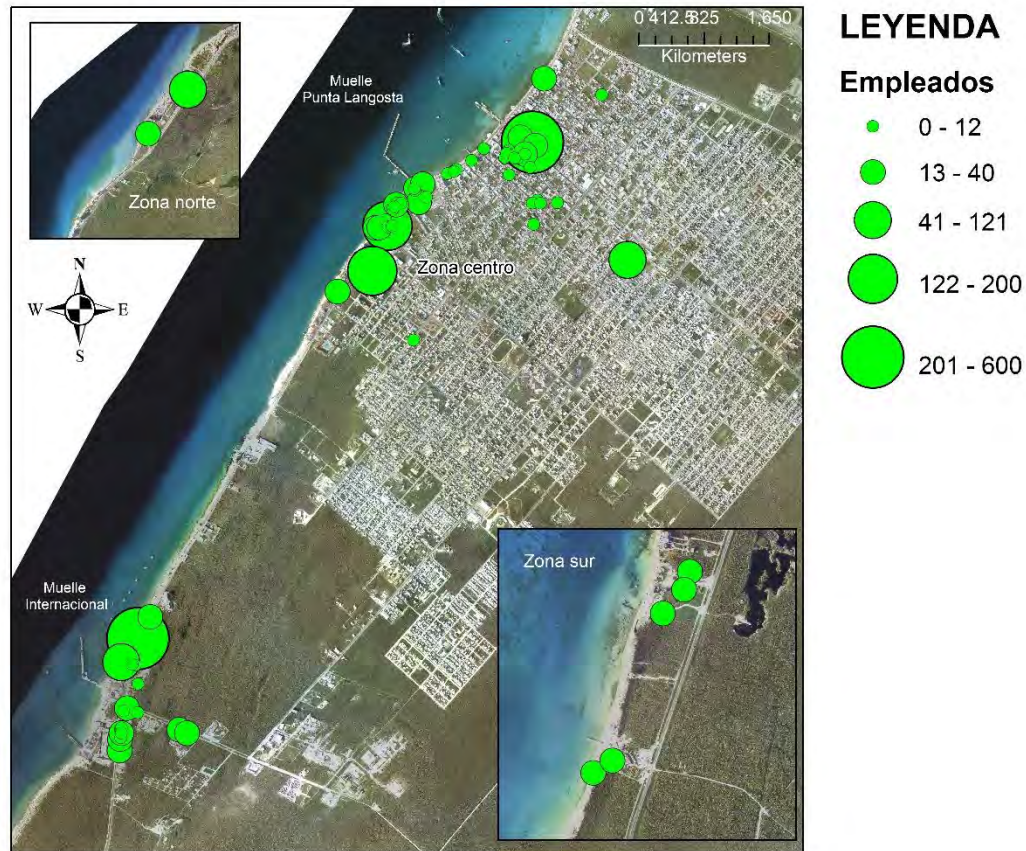
<sup>27</sup> Muchos residentes locales denominan al tripulante de crucero como “embarcado”.

*cada 15 días pues es como si fuera su día de descanso como nosotros en nuestro día de descanso salimos a pasear pues consumes en los pequeños comercios a donde vas... pues así ellos [...] Cuando ellos vienen es una cadena de beneficios, de hecho muchos de ellos compran cosas en el mercado, frutas, verduras, carne, mariscos... y si ellos no lo vendieran tampoco a nosotros nos beneficiaría, porque ellos vienen buscando lo que te digo, vegetales... es una cadenita, en parte todos salimos beneficiados de alguna u otra manera”. (Gilberto, Dueño. Lonchería Santa María).*

*“¡Uta! ¡Por supuesto!, porque muchos no vienen sólo aquí, que van al mercado, a la mega, al Chedraui... muchos, sobre todo los que ganan más, van a la playa o rentan un jeep y le dan la vuelta a la isla y hacen todo lo que quieran, pero pues entonces están dejando aquí y allá, y pues como es un cliente de cada 8 días, pues por supuesto que representa un beneficio para muchos de los negocios de la isla”. (Norberto, Gerente, Restaurante Fu-Lin).*

*“Pues el que viene a comer aquí luego compra fruta en el mercado, o que compra un par de zapatos aquí en frente, o que van a comprar perfumes con aromas de esos que preparan aquí por el Elektra, o que compran alguna vitamina, hay mucho beneficio de parte de ellos”. (Mariana, Dueña, Lonchería Oasis).*

Mapa 4.3 Número de empleados beneficiados directamente de la visita del tripulante.



Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).

Luisa, Mariana y David, argumentaron que un beneficio particular que obtienen distintos negocios de Cozumel a partir del tripulante, es la publicidad de boca en boca, ya que sin necesidad de que se realice propaganda específica para ellos, tienden a notificar a sus colegas de lugares que resultan de su agrado, generando con ello mayor cantidad de clientes para los gestores de los negocios donde tienen presencia.

*“Pues realmente no necesitamos mayor publicidad porque pues nos ubicamos en frente del muelle, entonces lo primero que ven saliendo es la plaza, y por lo mismo (SIC) de que ellos viven en el crucero nuestra mayor publicidad son ellos mismos, entonces, si damos un buen servicio y la comida es buena, si todo lo que ofrecemos es bueno, ellos llegan y regresan al barco, y obviamente le platican a sus amigos, y a sus conocidos y ellos mismos son los que empiezan a hacer como la cadena de publicidad... dando un buen servicio... realmente no invertimos en publicidad, no*

*hacemos nada de publicidad por lo regular, más que nada es el servicio que brindamos”. (Luisa, Gerente General, Wok on Roll).*

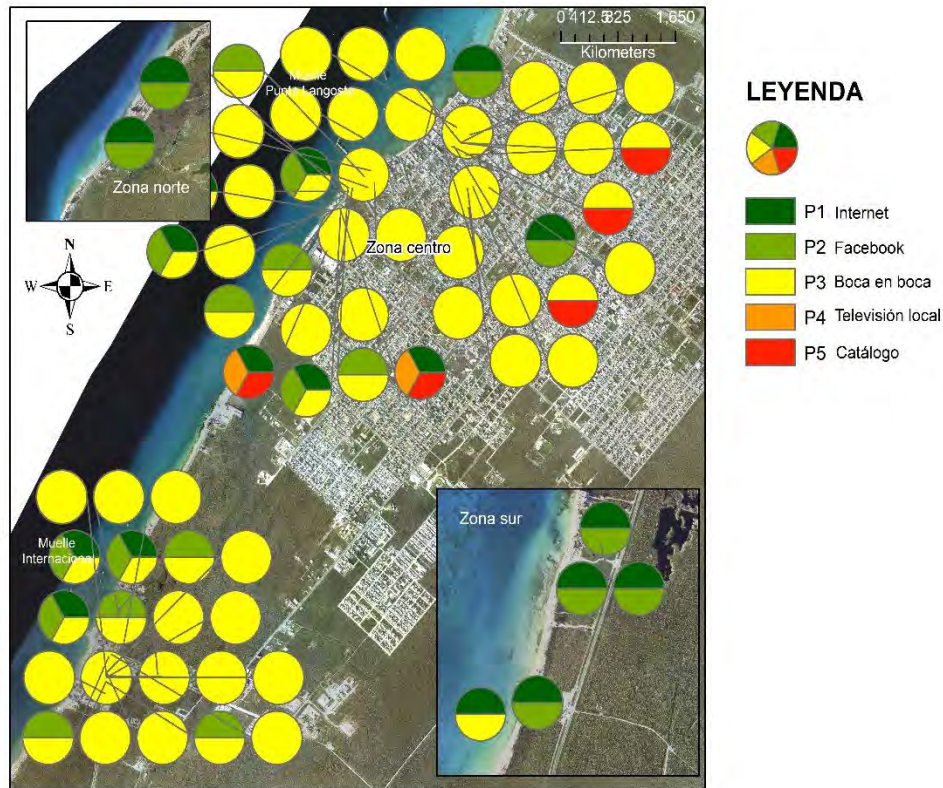
*“-¿No se promocionan ustedes de alguna forma?*

*-No, bueno, la promoción la hacen ellos mismos, por ejemplo, que el hermano viene en tal empresa y el otro viene en (SIC) la Carnival por decir, ellos se van pasando la información para localizarnos o sea, la información se la dan ellos mismos de tripulante a tripulante, ellos son los que nos recomiendan”. (Mariana, Dueña, Lonchería Oasis).*

*“Siempre que tienen un problema bucal vienen conmigo, por eso el negocio es exitoso, y no sólo eso... tan buen servicio se les da aquí, que el mismo crew te promociona con sus compañeros “No, es que tengo un dolor en la muela”... “ve al Advanced Dental Care”... “¿que cobran?”... “sí, pero te dejan bien”. (David, Dueño, Advanced Dental Care).*

El mapa 4.4, muestra el tipo de publicidad utilizada por los negocios, donde si bien algunos negocios utilizan páginas web, redes sociales (Facebook principalmente), catálogos y la televisión local para anunciarse, claramente se muestra que en su gran mayoría se promocionan de boca en boca entre los tripulantes.

Mapa 4.4 Promoción utilizada por los negocios.



Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).

#### 4.2.4 El tripulante ¿gasta?

Si bien ya se ha descrito dentro de los efectos económicos del turismo de cruceros la generación de empleos y negocios derivado de la oferta de bienes y servicios a cruceristas y tripulantes y que en muchas ocasiones quienes resultan mayormente beneficiadas económicamente son las navieras de cruceros y las agencias de viajes (Brida y Zapata, 2010; Klein, 2011; Papathanassis y Klein, 2015), los dueños de negocios dirigidos exclusivamente al tripulante, afirmaron que es un sector de mercado que ha sido menospreciado en la isla al pensar que no gasta en el destino cuando en realidad en muchos negocios resulta mejor cliente que el crucerista, pues al tripulante se le tiene en el puerto de manera constante y por su parte, el turista de cruceros no gasta en el puerto quizás porque ha contratado un servicio todo incluido con la naviera, o a que tal vez no regrese a la isla. Al respecto, Mariana y Luisa dijeron lo siguiente:

*“El crucerista tal vez alguna vez venga porque le salió económico el viaje en el crucero al pagarlo en cómodas mensualidades, pero sólo va a venir una vez en su vida [...] Lo que es el tripulante, yo siempre he dicho, “¡Están matando a la gallina de los huevos de oro!” porque el tripulante es fijo, lo tienen ocho meses cada semana consumiendo”. (Mariana, Dueña, Lonchería Oasis).*

*“Te repito que son clientes repetitivos, o sea, puede ser que el crucero... no sé ... no tengo la exactitud, pero si un crucero tiene la capacidad para mil turistas, pero esa ocasión únicamente hayan tenido el 50% de ocupación, los crew members siempre son los mismos, entonces son la misma cantidad de personas que pueden venir a la isla, o sea, independientemente que no esté lleno el crucero de turistas, los crew members siempre van a estar con su capacidad llena, entonces son clientes que también bajan, que también consumen, que muchos no se enfocan en ellos porque piensan que no traen dinero pero realmente son clientes”. (Luisa, Gerente General, Wok on Roll).*

Ninguno de los entrevistados, ni tampoco ninguno de los gestores y empleados con los que se entablaron conversaciones, mencionaron percibir algún efecto negativo de la visita del tripulante. Contrariamente a ello, diversos dueños comentaron que sería buena idea abrir más negocios dirigidos al sector, ya que los perciben como muy buenos clientes que requieren en ocasiones satisfacer ciertas necesidades que muchas veces no son tomadas en cuenta debido a que mucha gente tiene la idea de que al ser trabajadores del barco no van a gastar en la isla. Luisa y Karina manifestaron lo siguiente respecto de ello:

*“Ellos pueden tener las necesidades que puede tener cualquier otra persona; también hay muchos crew members que bajan y que si tienen unas horas... bueno... más horas libres que algunos otros... también quieren ir a la playa, también quieren tomar un tour, también quieren conocer, o sea, realmente también son turistas entre comillas, o sea, son también clientes que muchos pueden aprovechar, pero muchos se van más que nada con... piensan que no les van a dejar por ejemplo propinas, o que no van a*

*pagar un buen servicio, pero la verdad es que muchos de ellos tienen la capacidad para hacerlo”. (Luisa, Gerente General, Wok on Rol).*

*“Creo que sí podrían abrirse más espacios para el crew member, yo siempre he creído que puede haber un lugar como el nuestro que esté alejado de los turistas, que ofrezca buena comida a buen precio que tenga buen sabor, pero además que tenga un centro de masajes, también a un precio real, no de turista, valla, esa gente trabaja muy fuerte, y de igual manera traen dólares, entonces eso siempre es bueno que nos los dejen”. (Karina, Dueña, Restaurante 10 con 15).*

Incluso, el director de turismo de la isla, considera al tripulante de crucero como “un área de oportunidad” al percibir que están constantemente en la isla, y que a su modo de ver, se podrían abrir más negocios dirigidos a ellos, ya que la derrama económica que generan puede llegar a ser similar a la de un crucerista:

*“Es un área de oportunidad que quizás se pudiera explotar hasta más, es como una comunidad que viene, si son muy arraigados a los lugares a donde van puesto a que tienen poco tiempo para descubrir y encuentran algo y es ahí a donde van y van ahí cada vez que vienen a Cozumel [...] no he visto una racha de negocios que no han funcionado o negocios que no han sobresalido por darle atención al crew member los lugares a donde he visto que hay crew members los ves completamente llenos y es un muy buen negocio y les va bastante bien, entonces yo les diría que es como algo arraigado hasta cierto punto [...] Yo te diría que el crew member debe de gastar, si el turista de crucero gana unos ochenta dólares, yo te diría que ha de estar muy similar, debe de estar consumiendo entre sesenta u ochenta dólares”. (Nayib, Gestor gubernamental, Director de Turismo de Cozumel).*

De hecho, los mismos tripulantes consideran que gastan en el destino igual o más que el turista de crucero, con la diferencia de que desde su percepción, la derrama económica que dejan es más directa a los residentes locales al no poner como intermediarios a las navieras



o a las agencias de viajes para adquirir un bien o servicio. (Brida y Zapata, 2010; Kerswill y Mair, 2015). Sobre ello Christian comentó:

*“Te voy a decir algo, el tripulante cada que baja del barco en Cozumel, es seguro que va a gastar dinero, va a comer, a comprar ropa, a tomar con sus amigos, no sé... pero sí te aseguro que muchas veces el tripulante gasta más que el turista, pregúntales, y seguro te dirán que cada que bajan, gastan más de 50 dólares, además de que no vamos porque las navieras o las agencias de viajes nos dicen que vayamos ahí, ¡no!, al menos en mi caso, siempre busco algo más local, más típico, a lugares más auténticos, donde está el México real, tú sabes...”. (Christian, técnico de sistemas, Jamaica).<sup>28</sup>*

Así como existen diversas consecuencias económicas a partir del comportamiento del tripulante de crucero en Cozumel, el contacto constante con diversos gestores y empleados de los negocios ha generado diversos efectos sociales, mismos que serán mencionados a continuación.

### **4.3 Efectos sociales del tripulante de crucero en Cozumel**

Tal y como lo indican Brida y Zapata (2010), muy poco es lo que se ha abordado sobre los efectos sociales del turismo de cruceros en los destinos que visitan; por ende, los efectos derivados de la visita del tripulante en este ámbito son escasamente conocidos. Por ello, en este apartado se pretende abordar los efectos sociales del tripulante identificados en Cozumel.

#### *4.3.1 Horario de los negocios*

Tal y como indica Palafox et al. (2015), los negocios de Cozumel se han acoplado al horario de los cruceros para atender al turista. En el caso de los negocios dirigidos al tripulante ocurre

---

<sup>28</sup> Extracto original: “I’ll tell you something, everytime a crewmembers goes off of the ship in Cozumel, they are going to spend money that’s for sure!, he’s gonna eat, buying clothes, go to drink with friends, I don’t know...but I assure you that many times the crew members spend more money than tourists, ask them!, and I’m sure that they must tell you that they spend more that 50 dollars everytime, and also, we don’t go to places just because cruise firms or travel agencies tell us to go there, no!, at least, in my case, I always look for more local places, something more typical, to more authentic places, just where the real Mexico is, you know...”. (Christian, systems technician, Jamaica).

una situación similar. Muchos entrevistados comentaron que abren y cierran sus negocios en función del horario de arribo y partida que tienen los cruceros, para atender al tripulante. Incluso, si se llega a dar el caso de que el crucero pernocte, algunos negocios permanecen abiertos para atenderlos incluso por la noche, siendo en muchos casos que los mismos tripulantes notifican a los dueños o gestores de los negocios que su barco pasará la noche en el puerto. Al preguntarles sobre el horario de atención a los entrevistados Ana, Gilberto y Luisa, esto es lo que respondieron:

*“De Lunes a Sábado estamos aquí, y sí, de hecho los estamos esperando, llegan a más tardar a la una, depende del tiempo que están anclados, a veces bajan a las 10:00, 10:30, 11:00, pero pues tenemos los días cuando tenemos gente y cuando no, hoy es Miércoles y está un poquito bajo, pero los días que tenemos mucha gente son los Lunes, Jueves, los Martes, los Viernes y los Sábados sobre todo”. (Ana, Encargada, Restaurante el Calamar).*

*“De 8 a 4 de la tarde, en sí el horario varía un poco porque trabajamos conforme al horario de los cruceros, a veces si el crucero pernocta aquí ellos mismos me solicitan que yo abra en la noche que por lo regular no lo hago, entonces si yo tengo ya la garantía de que me dicen que sí van a venir a cenar yo abro y les brindo el servicio”. (Gilberto, Dueño, Lonchería Oasis).*

*“Pues nosotros tenemos abierto, tanto la plaza como el Chi del centro, desde las 8 de la mañana, hasta que se va el último crucero, generalmente cerramos a las 5 o 6 de la tarde, que es cuando más o menos el último crucero se va, pero si por X o Y razón... no sé, que el barco atracó y tienen que resolver un problema de maquinaria y se van a quedar sin que lo tengan esperado, o simplemente se van a quedar en el puerto porque así estaba estipulado en su itinerario, muchos tripulantes vienen a comer aquí. Luego nosotros mismos nos damos cuenta que se van a quedar o nos notifican ellos mismos, nos llegan a preguntar “¿Oye a qué horas vas a cerrar?” No pues que ya vamos a cerrar, “!No cómo crees!, no seas malita, ya vienen mis amigos y vienen a comer aquí... esque nos vamos a quedar a pernoctar” y pues les abrimos toda la noche, eso ocurre tanto aquí (refiriéndose a Punta Langosta) como en Puerta Maya, de hecho ocurre en Puerta Maya más seguido, y ya sabemos que vamos a*

*cerrar tarde, como a las dos de la mañana, pero ya estamos acostumbrados a eso y los atendemos con mucho gusto”. (Luisa, Gerente, Wok on Roll).*

#### 4.3.2 Exclusión y apoyo

Varios informantes comentaron percibir un abuso hacia el tripulante de crucero de parte de muchos negocios de Cozumel debido a que les cobran más de lo debido por un bien o servicio. Esto fue muy notorio sobretodo en el sector de transporte público. De hecho, de acuerdo con ellos, los mismos informantes se quejan de que es una realidad que en muchas ocasiones se abusa de ellos y no tienen a quién acudir.

*“Hay mucho beneficio de parte de ellos que la gente no lo valora porque cuando ven a un embarcado piensan que tiene mucho dinero y pues no todos ganan bien el los cruceros, o sea, la gente cataloga que es embarcado y dan por hecho que traen dinero y no, así como ellos tienen sus necesidades nosotros igual pero la mayoría de la gente local piensa que es embarcado trae dinero, taxistas siempre tratan de venderles más caro, por ejemplo, si quieren comprar una playera que posiblemente a ti o a mi nos las den en 60 pesos, a ellos se las van a dar en 100 pesos simplemente por ser embarcado y siempre ha sucedido así [...] Ellos son los más desprotegidos en ese sentido porque ¿Con quién se acusan? Con nadie, luego vienen conmigo que tienen mucha confianza, se quejan, yo puedo ver quien les puede ayudar pero nadie hace nada por ellos... ha habido muchas situaciones con los taxistas, su tarifa es de 8 dólares, les cobran 10, que si son más de 8 les cobran más de 16 dólares para ir al muelle internacional, o sea, hay muchas cosas que les hacen y pues nadie los puede defender, no hay una ruta de colectivo que traiga del muelle internacional a lo que es Chedraui, la Mega, el mercado que son los lugares que ellos visitan[...] La tarifa de taxis que esté visible porque me ha tocado ver hasta pleitos a golpes con los embarcados por el abuso”. (Gilberto, Dueño, Lonchería Oasis).*

*“Son gente noble y trabajadora, no están fuera de sus casas por gusto, lo que sí que muchas ocasiones se les discrimina porque pensamos que son muy baratos, que son “piojos” que no quieren pagar y la cultura de ellos se da mucho el regateo, entonces*

*ellos tratan de bajar el precio lo más que se pueda y por ese lado hay gente que donde llegan prefieren no atenderlos o atenderlos de mala gana, el taxista se queja mucho de ellos pero también depende de ellos”. (Mariana, Dueña, Lonchería Oasis).*

En sentido de lo anteriormente mencionado, las personas entrevistadas comentaron que sería una buena iniciativa por parte de las autoridades de Cozumel apoyarlos con descuentos en el transporte público y otros negocios vinculados con el tripulante, ya que lo consideran de muy alto costo para el tripulante y que debe entenderse que si bien dejan dinero en la isla, también es una realidad que tienen que ahorrar dinero para poder enviárselo a sus seres queridos. En específico, Gilberto considera que de tomarse esta medida, tanto el tripulante como más negocios de Cozumel, podrían beneficiarse a largo plazo.

*“No darles las mismas tarifas a ellos como por ejemplo el servicio del taxi, ellos a final de cuentas son trabajadores, vienen a distraerse un poco acá pero también guardan para darlo a sus casas, o sea, no vienen con la mentalidad de gastarse todo lo que traen en el bolsillo, entonces si nos pudiéramos en ese plan yo creo que en ese sentido un mayor número de ellos optaría por salir cada vez que pegan en este puerto, muchos no salen porque se ponen a pensar en lo que te comentaba, tienen que pagar taxi para salir al centro, tienen que pagar taxi para regresar mas a los lugares que vayan lo que tienen qué consumir, no sé... sí... hay lugares en los que sí se les da un descuento al tripulante, pero mayormente son joyerías y ellos no salen a comprar oro o cosas así tan caras, ellos salen a los restaurantes, a los bares, compran una que otra artesanía, un recuerdo... si todas esas tiendas ofrecieran un descuento para los tripulantes de cruceros, creo que ellos lo agradecerían bastante”. (Gilberto, Dueño, Lonchería Santa María).*

Esto coincide con los comentarios de tres tripulantes entrevistados que dijeron que el costo del desplazamiento por taxi en la isla es muy caro, manifestando ellos mismos que las autoridades deberían implementar un descuento especial para el tripulante debido a que constantemente usan este tipo de transporte.

*“Lo que siempre he podido observar es que, un ejemplo, en los taxis. Yo recuerdo que cuando venía al principio pagaba uno o dos dólares, ahora pagamos ocho dólares por una persona. A veces lo que hacemos nosotros es ir de a cinco, cuatro, para poder pagar dos dólares cada uno [...] Yo pienso que deberían las autoridades... porque aunque no creas, el tripulante también deja un ingreso en la isla y mucho porque no solamente es una compañía, son muchas y a veces vienen, hasta ocho diez, he contado hasta doce barcos entonces debería de alguna manera dar apoyo al tripulante, no es porque trabaje en una línea de crucero esté ganando un dineral, creo que algunas personas en Cozumel tienen esa idea y no es así, pienso que de alguna manera las autoridades deben buscar una alternativa de ayuda al tripulante”. (Santiago, Capitán de maniobras, Guatemala).*

*“La verdad se me hizo algo muy caro (refiriéndose al costo de los taxis), igual a mi familia, recuerdo que estábamos en el centro y del centro a Puerta Maya nos cobraron ocho dólares, que la verdad si era bárbaro el costo, recuerdo que hasta le dije: ¡oye somos mexicanos!, ¿Por qué me cobras eso?, Pero pues bueno dices ¡que le haces ya estás arriba del taxi!”. (Uriel, Pastelero, México).*

*“Las tarifas de los taxis son muy costosas para lo que gana un tripulante, porque ya sabes, somos diferentes y ellos quieren sacar dinero de nosotros, sin embargo, estamos también aquí para trabajar, por lo que sería genial tener otro tipo de enfoque, o sea, no estoy diciendo que no hagan nada, es solo que en cosas como el internet, el transporte o la renta (refiriéndose a renta de vehículos)... sería Bueno si obtuviéramos algún tipo de ayuda”. (Mary, Trabajadora de spa, Croacia).<sup>29</sup>*

Al mencionar con el director de turismo la percepción de los dueños de negocios y de los tripulantes sobre el precio del transporte en los taxis, comentó lo siguiente:

---

<sup>29</sup>Extracto original: “Taxi fees are so expensive for crew member’s salary, cuz you know, we are different and they want to get money from the crews, however we are here for work too so it would be great to have a different kind of approach, I mean I’m not saying it is not happening but is just that things like internet and transport or rentals... that will be good if we had some kind of help”. (Mary, Spa worker, Croatia).

*“Esto sí es algo que se podría trabajar de alguna manera, el transporte siempre es algo que siempre se puede mejorar y siempre hay nuevas áreas de oportunidades desde luego”. (Nayib, Gestor gubernamental, Director de Turismo de Cozumel).*

Así mismo, al preguntarle sobre si el sector gobierno apoya o reconoce de algún modo al tripulante de crucero, comentó que es la iniciativa privada la que primordialmente se ha involucrado con el tripulante, pero que no obstante, como tomadores de decisiones están abiertos a escucharlos y trabajar en conjunto con ellos y el sector privado.

*“Quien más se ha metido en eso es la iniciativa privada, y en el momento que no existiera, existiría el reclamo desde las navieras, pues a todos los puertos a donde van hay oferta para los crew members, unos más, unos menos, pero en Cozumel encuentran las condiciones no sé, de seguridad, de la gente que es tan abierta, tan amigable y hospitalaria, donde forjan relaciones, apoya mucho y pues buscan cosas que son como la comida el wi-fi y lugares donde puedan relajarse sin ningún compromiso de romper algún profesionalismo que tienen o algún compromiso con la naviera [...] no tenemos una alianza o un representante de los crew members con los que interactuemos todos los días, conocemos que están aquí y si tienen algún inconveniente se pueden acercar ellos y se les apoya de alguna manera si se les puede apoyar, siempre es la apertura que ha tenido esta administración [...] si sabemos qué más le gusta a los crew members, es invitarlos, si existe una, un gremio de ellos o un representante importante o alguna persona que tenga ganas de emprender algo y acercarlo con la iniciativa privada o la cámara de comercio y decirle “oye, fijate que los crew members están buscando esto, ¿quién le puede dar éste servicio?” ¡Eso es lo que el gobierno podría facilitar!, tener ese acercamiento de ambas partes. (Nayib, Gestor gubernamental, Director de Turismo de Cozumel).*

#### 4.3.3 Intercambio gastronómico

El intercambio cultural (Polat, 2015) también es evidente por la visita del tripulante en Cozumel, sobretodo en cuestiones culinarias. De acuerdo a lo que comentaron algunos informantes propietarios de restaurantes que actualmente se especializan en realizar platillos

para tripulantes de diferentes nacionalidades, se logró identificar que cuando recién abrieron sus negocios, los mismos tripulantes fueron los que enseñaron el modo de preparación de los alimentos que ellos gustan consumir en su país de origen. Los cocineros y dueños aprendieron poco a poco sus recetas con el objeto de que en próximas ocasiones, en vez de que el tripulante cocinara sus alimentos, pudiera tener un poco más de tiempo libre y poder brindar un mejor servicio por parte de los restaurantes, pudiendo evidenciar de esta manera, un intercambio cultural a través de la gastronomía. Esto ocurre principalmente con las loncherías del mercado municipal y restaurantes del centro especializados en comida asiática, sudamericana (ver fotografía 4.4) e internacional.

*“-Fíjate que ellos siempre fueron mis maestros*

*-¿Cómo?*

*-Sí, cuando yo inicié a trabajar en esto, en esa época hace 22 años se permitía entrar a las cocinas, o sea, se entraba a observar y ver como preparaban sus alimentos y ahí es donde yo aprendí a elaborarlos porque yo honestamente no sabía cómo elaborarlos, no sabía nada de ese tipo de comida”. (Mariana, Dueña, Lonchería Oasis).*

*“Baja mucho peruano del barco y buscan su comida, siempre quieren buscar un platillo igual al de su país, y pues tratamos de darles lo mejor que podamos, con los ingredientes adecuados y buscamos la forma de mejorar los platillos. La señora tengo entendido que lo tenía desde hace como 13 años atrás, y los mismos muchachos les fueron enseñando sus platillos, porque ella igual es mexicana, se le ocurrió abrir el restaurante, y como siempre pasaban los muchachos y vienen a buscar restaurantes y todo, pasaron con ella y se puso a atenderlos, los muchachos le hicieron plática y le dijeron que eran peruanos, y le preguntaron que si podían pasar a su cocina, y les dijo “Ahí está la cocina, pasen, ¿qué ingredientes necesitan?”, no que pues lo típico, lo que es cebolla, chile, papa, carne, y pues la señora fue consiguiendo sus ingredientes y ella misma fue aprendiendo poco a poco”. (Ana, Encargada, Restaurante El Calamar).*

Fotografía 4.4 Menú del Restaurante El Calamar.



Fuente: Fotografía propia.

*“-Ellos nos enseñaron, al igual que el hindú, ellos nos enseñaron... manejan mucho la yuca, y una mezcla de ajo con clara de huevo que al europeo ruso le encanta, con ruso me refiero a cuando Rusia se dividió en muchos países.*

*-¿Cómo es que ellos le enseñaron?*

*-Porque mucha gente venía o quería comer lo que a ellos les gusta, se metían a la cocina y veíamos qué les ponían, se ponían el mandil y el gorro, y les dabas su tabla y pues nosotros “¿en qué te ayudamos?, ¿te limpiamos el pescado?”, y bueno, es hasta el final que le ponen el ingrediente que va a dominar en los sabores, pues la limpieza del pescado es la misma aquí y en todos lados, entonces se maneja mucho el pescado, el berro, camarones... y eso es lo básico y es lo que prefieren, y cada que vienen pasan por acá”. (Genaro, Dueño, Restaurante El Abuelo).*

Aunado a la preocupación por el aprendizaje correcto de las recetas de los diversos platillos, el éxito de sus negocios también se ha debido al interés por conseguir los ingredientes indicados aunque en ocasiones sean difíciles de conseguir. En el caso específico de algunos



restaurantes de comida asiática, es necesario adquirirlos fuera de Cozumel, incluso teniendo que desplazarse cada cierto periodo de tiempo a la zona libre de Belice, o importando los productos necesarios. Si sucede que ciertos ingredientes no se consiguen por parte de los dueños del negocio, los mismos tripulantes traen los ingredientes necesarios de Miami o desde su país de origen al volver de vacaciones. Las respuestas de diversos gestores al preguntarles acerca de cómo consiguen los ingredientes, muestran lo descrito:

*“Pues nosotros importamos, la mayoría de ingredientes que necesitamos para salsas y eso lo importamos, traemos condimentos y eso y desde Estados Unidos importamos todos los ingredientes”.* (Luisa, Gerente, Wok on Roll),

*“Pues algunos los traen ellos mismos de Miami, otros tengo que viajar a la zona libre de Belice a conseguirlos, otros en Cancún, dependiendo donde los tengan  
¿Cada cuando tiene que trasladarse?*

*Pues cuando voy dos veces al año, me traigo bastante producto ara que me alcance y no tenga la necesidad de estar viajando a cada rato a conseguirlos”.* (Mariana, Dueña, Lonchería Oasis).

*“El mismo cliente a veces cuando ellos se van de vacaciones y regresan a trabajar ya traen condimentos de su lugar de origen”.* (Gilberto, Dueño, Lonchería Santa María).

Incluso, se pudo identificar en dos restaurantes de comida asiática que el tripulante procedente de ésta región ha encontrado gusto por el chile seco y el chile habanero, muchas veces intercambiándolo por los picantes que ellos suelen consumir debido a que les gusta su sabor y no causa tantas molestias en el estómago. Gilberto y Norberto lo ejemplifican con sus comentarios:

*-¿Y el picante es similar al que consume un mexicano?*

*-No, es diferente pero ellos se adaptan cuando vienen acá, utilizan mucho el habanero, les encanta el habanero porque es menos irritante para el estómago, a la gente de la india les gusta mucho lo que es el chile seco en su comida y el chile en*

*polvo que está hecho a base de chile seco”. (Gilberto, Dueño, Lonchería Santa María).*

*“Ellos también quieren probar el picante de aquí, porque a ellos les encanta lo picoso, pero un picante así como... no como el nuestro, un picante así que sientes como agujas en la lengua... pero luego en su salsa que quieren en vez del que les gusta, que chile seco, que chile habanero, entonces a veces tenemos de esa salsa aceitosa que les gusta hecha con sus chiles, lo cambian por los chiles secos, o con chile habanero y pues les gusta mucho”. (Norberto, Gerente, Restaurante Fu-Lin).*

#### *4.3.4 Más allá del tripulante como cliente*

La constante del tripulante como cliente de diversos negocios de la isla al paso de los años, ha generado que se halla establecido amistad tanto con colaboradores, como con gerentes, dueños negocios y residentes locales. Esto se puede demostrar a partir de los comentarios de Gilberto, quien asegura que la amistad se refleja en pláticas establecidas con los tripulantes acerca de cómo les ha ido en el trabajo, sobre su familia, o sobre como son otros lugares que han visitado. Incluso asegura recibir regalos que a veces los crew members le traen de su país de origen.

*“A veces vienen y te empiezan a contar de sus familias, quieren a alguien con quien platicar, hasta me platican “este es mi hijo”, “esta es mi esposa”, es un complemento no solamente es la venta de los alimentos, porque te vuelves una amistad para ellos.[...] Pues el trabajar con el tripulante, como son clientela repetitiva porque los tienes cada semana o cada dos semanas, pues llegas a hacer cierta amistad con ellos, entonces muchas veces te traen recuerdos, otras veces se toman fotos contigo y ya que tuvieron tiempo vinieron y la traen impresa en un marco y te la obsequian, te invitan de comer, pues llegas a tener cierto lazo con ellos ¿no?”. (Gilberto, Dueño, Lonchería Santa María).*

El director de turismo y el juez de registro civil, también manifestaron tener conocimiento de esta situación al comentar que el tripulante ha entablado amistad con residentes locales:

*“Hay gente (refiriéndose al tripulante de crucero) que tiene relaciones con gente de aquí de la isla, que los conocen, han venido muy seguido, pues ya conocen a familiares de aquí de la localidad y comen en sus casas, o sea, hay relación con gente local también, pues ellos mismos hacen esa amistad con gentes de aquí”. (Simón, Gestor Gubernamental, Juez de Registro Civil).*

*“Muchos de ellos tienen una libertad importante en Cozumel para hacer lo que buscan, pues muchos de ellos son de shores que bajan a hacer sus excursiones y tienen relaciones con diferentes tour operadores del destino entonces conviven con ellos, se agarran a platicar con ellos y ellos tienen sus amigos a la vez y se van a hacer la fiesta, digo, es como un mundo que han creado”. (Nayib, Gestor Gubernamental, Director de Turismo).*

Incluso hubo informantes que aseguraron que pueden pasar años sin que se vean debido al cambio de las rutas establecidas por las navieras, pero que si vuelven a Cozumel, los tripulantes vuelven a los mismos lugares solamente para poder saludar a conocidos.

*“Se hace una amistad con ellos por eso le digo que sí, a veces vienen y vuelven a venir en Diciembre los que se fueron a Europa porque los cruceros de Junio a Octubre están en Europa, regresan en Diciembre y vuelven a regresar”. (Yessica, Encargada, Mexatel).*

*“Hay gente que se va por mucho tiempo a otros lados, se pueden ir al mediterráneo, se pueden ir a la parte del caribe oriental, desaparecen cuatro, cinco años... y cuando regresan vienen otra vez a vernos, son los mismos empleados, la misma gente, y es bonito ¿no?, siempre se acuerdan de nosotros, y pues tenemos preferencia por ellos”. (Genaro, Dueño, Restaurante El Abuelo).*

Aunado a lo anterior, varios dueños y colaboradores de negocios manifestaron mantener un contacto constante por redes sociales con algunos tripulantes durante su ausencia en el puerto, tal como Ana lo describió.

*“Yo tengo a varios amigos tripulantes peruanos, por ejemplo en el face, son muy platicadores, de hecho luego están en su país natal, en Perú y me escriben “¡hola amiga como estás!, ¿Qué tal va todo en el Calamar?”... hace poquito pasó mi cumpleaños y se acordaron y me felicitaron, o sea, son amistades que aunque no nos veamos seguido ahí estamos en contacto en el internet”. (Ana, Encargada, Restaurante El Calamar).*

Lo anterior ha generado un beneficio para el tripulante en el sentido de que dueños de varios negocios, les realizan favores que van desde reservar un lugar en su restaurante, realizarles platillos especiales, hacerles descuentos especiales, entregar paquetes a tripulantes de otros barcos, hasta conseguirles mariscos que les solicitan o hacerles incluso la despensa (ver fotografía 4.5).

*“Algunos los tengo agregados hasta en Facebook, otros por whatsapp, cuando llegan a venir igual me solicitan algunas cosas que saben ellos que yo no manejo, me hacen sus servicios especiales como por ejemplo me dicen “¿Sabes qué?... consígueme cangrejo o langosta” o cosas por el estilo”. (Gilberto, Dueño, Lonchería Santa María).*

*“Pues tengo muchos clientes que por ejemplo nos dicen “Vamos a ir tal fecha” y hacen reservaciones, o hay muchas veces que llegan y te dicen “Oigan, necesito un favor, necesito recoger tal cosa de tal paquetería, ¿pueden ir por ella? O sea, ese tipo de cosas, o también te dicen que si le puedes dar una cosa a un amigo que viene en otro barco, entonces hay esa como confianza entre los tripulantes y los que trabajamos aquí, o sea, no solamente yo, sino todos los que trabajamos aquí”. (Luisa, Gerente, Wok on Roll).*

*“Nosotros les podemos hacer sus compras en el súper para que ellos puedan aprovechar su día, me la mandan por mail un día antes, yo voy al súper, me encargan sus cosas y se las tengo aquí listas para que se las puedan llevar, pueden hacer intercambio de cosas entre ellos, entre barcos... muchas veces uno deja una cosa de un barco y tiene un amigo y le quiere dar algo, no sé, y pueden dejar un paquete para la persona que venga en el barco de mañana o así, y también tenemos un servicio en el que si ellos me mandan su receta y la lista o la cantidad de gentes que van a venir a comer nosotros les preparamos su comida, por ejemplo, si fueran de la india o filipinos o algo así”.* (Karina, Dueña, Restaurante 10 con 15).

Fotografía 4.5 En el restaurante 10 con 15, el personal ofrece hacer la despensa y otros servicios a los tripulantes.

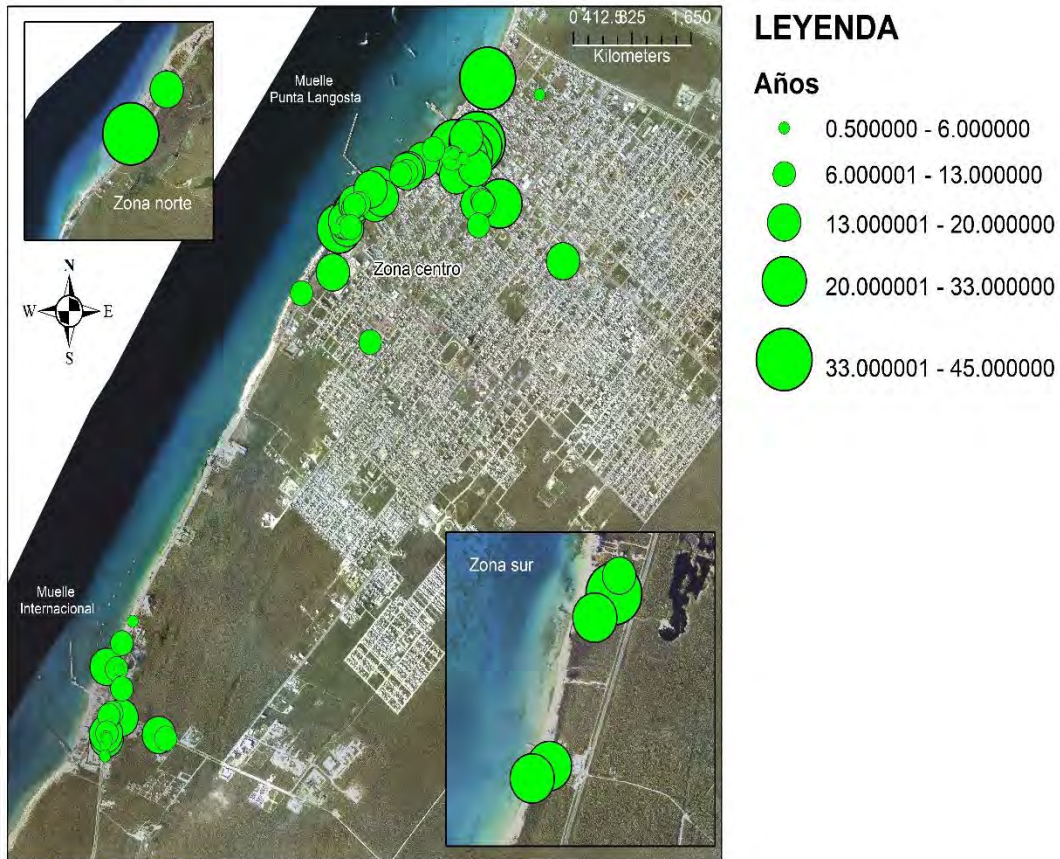


Fuente: <http://www.diezconquince.com/#crew>.

Los sucesos mencionados pueden explicarse debido a que la mayoría de los negocios que atienden al tripulante de crucero, tienen en promedio quince años abiertos al público. De hecho hay negocios (principalmente clubes de playa) que cuentan con más de treinta años dando servicio; así mismo, el tiempo que tienen abiertos muchos de estos negocios (sobre todo restaurantes de comida asiática, italiana, rumana, centroamericana y sudamericana),

coincide con los inicios del turismo de cruceros en Cozumel. El mapa 4.5 ilustra de mejor manera la longevidad de los negocios en los que existe presencia del tripulante.

Mapa 4.5 Años en operación de los negocios.



Fuente: Elaboración propia, SIG Distribución y Segregación del Tripulante (2016).

#### 4.3.5 Festividades del tripulante en el puerto de escala

También se pudo identificar un grupo de tripulantes que reservan con tiempo para pasar juntos días festivos importantes para ellos. En el restaurante Rock n' Java, se identificó el caso particular de tripulantes europeos y norteamericanos, quienes de acuerdo con los gestores, reservan con tiempo cenas para el día de acción de gracias (*thanksgiving day* por su denominación en el idioma inglés) y en navidad, mismos días en los que se les prepara un menú especial año tras año (*ver fotografía 4.6*).

*“-Cuando son días festivos vienen mucho.*

*-¿Por ejemplo?*

*-Cuando es navidad o acción de gracias*

*-¿Cómo es eso?*

*-Por ejemplo, en el thanksgiving vienen a comer aquí*

*-¿Y qué se les ofrece?*

*-Se les ofrece una comida buffet, y luego nos encargan especiales como pavos rellenos y se los hacemos*

*-¿Y Cómo realizan la reservación?*

*-Por correo electrónico, reservan por correo electrónico”. (Jorge, Encargado, Restaurante Rock n’ Java).*

*“Ellos normalmente vienen de E.E.U.U., Europa, Serbios, Croatas, Noruegos... de muchos países diferentes (refiriéndose a los tripulantes)... a los Americanos y también a los Europeos les gusta venir aquí cuando son sus días festivos.*

*-¿A qué se refiere?*

*-Por ejemplo, cuando es navidad, Halloween o día de acción de gracias, ellos siempre reservan y les encanta venir a comer aquí... especialmente cuando es día de acción de gracias, les hacemos pavo relleno... todos los bailarines y cantantes del barco están aquí durante el día de acción de gracias, y también ya es una tradición para nosotros porque lo hacemos año tras año”. (Melissa, Dueña, Restaurant Rock n’ Java).<sup>30</sup>*

---

<sup>30</sup> Extracto original: “They usually come from the US, Europe, Serbians, Croatians, Norwegians... form many different countries (referring to crew members)... Americans and Europeans as well like to spend time here when they have holydays.

-What do you mean?

-For example, when it’s Christmas, Halloween or Thanksgiving day, they always make a reservation and they love to eat here... specially when is Thanksgiving, we make them pavo relleno... all the dancers and singers form the boat are here during Thanksgiving, and it is also a tradition for us because we do it year after year”. (Melissa, Owner, Rock n’ Java Restaurant).



Fotografía 4.6. *Tripulantes pasando fiestas decembrinas en Rock n' Java.*



Fuente: Fotografía propia.

#### *4.3.6 Atender al tripulante, un negocio generacional*

Los comentarios del dueño de una lonchería del Mercado municipal de Cozumel, permitieron identificar que de madre a hijo se han transmitido los conocimientos necesarios para el atender al tripulante de crucero asiático en el sector restauranero. Gilberto declaró durante la entrevista que de pequeño ayudaba a su madre como mesero en el restaurante y que al paso de los años, decidió abrir su propio negocio dirigido al tripulante, siendo apoyado siempre por ella, quien de hecho tiene su negocio a lado.

*“Mi mamá se dedica igual a esto, mi mamá está aquí a lado, yo empecé trabajando con ella como mesero y ya un día ella me dijo “¿Sabes qué, voy a abrir un local en el mercado”, me vine a trabajar con ella y posteriormente me independicé, claro que cuando yo me independicé yo no sabía nada de cocina en lo absoluto, ella me prestó a una persona que ya lleva bastante tiempo trabajando con ella y fue el que básicamente me empezó a enseñar”. (Gilberto, Dueño, Lonchería Oasis).*



#### *4.3.7 El Tripulante como residente de Cozumel*

Al igual que se menciona en el estudio de Van Broeck y Dierckx (2011), se pudo identificar tanto por gestores, dueños de negocios, y por los propios tripulantes, que Cozumel es uno de sus puertos de escala en los que a largo plazo el tripulante decide residir. De hecho, de acuerdo con la informante Yessica, muchos tripulantes han preguntado qué tan costoso resulta vivir en la isla.

*“¿No les han platicado qué piensan de Cozumel?*

*Les gusta mucho, muchos hasta me preguntan que qué tal está en cuestión de comprar casa y todo eso, a veces les comento que para vivir Cozumel es caro*

*¿Comprar casa?*

*Sí, luego algunos quieren saber cuánto cuesta una casa o rentarla, hay algunos que piensan venir con su familia en vacaciones, algunos ya quieren comprar una casa, algunos quieren ya venirse para acá, les gusta mucho la isla”. (Yessica, Encargada, Mexatel).*

Los comentarios mencionados por la informante anterior, pudieron confirmarse por medio de otras tres entrevistas, ya que el juez de registro civil, comentó tener conocimiento de tripulantes que se quedan a vivir en la isla. Aunado a ello, Luis, quien dijo ser un tripulante jubilado, tiene 29 años viviendo en Cozumel, está casado y tiene un hijo producto de su matrimonio (*ver fotografías 4.7 y 4.8*). La entrevistada Karina por su parte, tiene cuatro años viviendo en la isla, es casada, tiene un hijo y actualmente es propietaria del restaurant 10 con 15.

*“A veces son gente de los cruceros que dejó de trabajar en los cruceros, se quedó aquí en Cozumel, y pusieron un negocio de comida de su lugar de origen”. (Simón, Gestor Gubernamental, Juez de registro civil).*

*“Estoy casado, ¿conoces a mi esposa?... hemos estado casados desde 1987, aún tengo mi acta de matrimonio [...] Bueno, esa fué la primera vez que estuve en Cozumel, eso fué en Julio de 1987 y era mi cumpleaños y dije (moviéndolo su cabeza y riéndose viéndolo a su esposa) ¡sí! [...] Y en ese momento empezamos nuestra*

relación, y yo llegaba aquí cada Lunes, y el barco en ese entonces se iba a la media noche, así que durante el día venía aquí (refiriéndose a su casa), y a las once en punto, tenía que regresar al barco”. (Luis, Jefe de meseros, Filipinas).<sup>31</sup>

Fotografía 4.7 Nota periodística sobre tripulante Filipino viviendo en Cozumel.



Fuente: El semanario de Cozumel.

<sup>31</sup> Extracto original: “I’m married! Do you know my wife?... he have been married since 1987, I’m still having my marriage contract [...] well, that was the first time I was in Cozumel that was in July 1987, and it was my birthday and I said (nodding his head and laughing looking to his wife) yes! [...] And at that time we developed our relationship, and I arrived here every Monday, and the ship left at that time at midnight, so during daytime I come here (referring to his house), and at eleven O’clock I had to go back to the ship”. (Luis, Head waiter, Philipines).

Fotografía 4.8 Familia formada en Cozumel por tripulante.



Fuente: Fotografía propia.

*“¿Estuviste un tiempo trabajando antes para los cruceros?”*

*-Sí, yo hace diez años trabajé para Royal Caribbean, como youth staff cuidando niños dentro de las navieras por tres años y medio*

*-¿Y cómo fue que decidiste quedarte aquí en Cozumel?*

*-Mi marido vive aquí desde hace ocho años y nos reencontramos vía Facebook hace cuatro, y poco tiempo después decidí casarme y venirme para acá a vivir con él*

*-¿Entonces más o menos cuánto tiempo tiene que estás aquí?*

*Cuatro años [...] Cuando tuvimos la oportunidad de comprar el restaurante, pues es una oportunidad que se nos dio para también poder estar con nuestra hija, para poder pasar tiempo en familia, trabajamos juntos mi marido y yo, entonces eso nos da chance de marcar nuestro propio horario y... alargarlo a los crew members es sólo una oportunidad más de obtener clientes”. (Karina, Dueña, Restaurante 10 con 15).*

Así mismo, Karina dejó en claro que no son el único caso de matrimonio entre tripulantes en Cozumel, ya que ella sabe de al menos una pareja de tripulantes de diferente nacionalidad que se han casado que actualmente viven en la isla.

*“De hecho tenemos una chica que trabajó en cruceros y que de hecho su marido sigue trabajando en el crucero, pero pues como viven aquí en Cozumel [...] él es el único que todavía sube y baja en barcos, él es de Ucrania y ella es de Sudáfrica*

*-¿Y ya viven aquí?*

*-Ya viven aquí, acaban de tener un bebé ayer, ¡mexicano claro!”. (Karina, Dueña, Restaurante 10 con 15).*

De hecho, Luisa mencionó que muchos tripulantes asiáticos se casan y realizan tanto la ceremonia de bodas, como la celebración del matrimonio en los restaurantes que ella gestiona (ver fotografía 4.9).

*“Hay veces que luego hasta les ayudamos a que se casen, nos dejan sus papeles y nosotros les ayudamos con toda la documentación*

*-¿Cómo?*

*-Sí, muchos tripulantes se casan aquí en Cozumel, entonces nos piden de favor que les ayudemos con lo de los trámites y el papeleo en lo que ellos se encuentran trabajando fuera del Puerto, así agilizan su trámite... hasta les conseguimos el juez y todo, de hecho muchas veces ocurre que ya sea en el Chi de aquí o en el de Puerta Maya les organicemos la boda*

*-¿Cómo que les organicen la boda?*

*-Sí, o sea la ceremonia y todo se hace aquí en el Chi, les traemos el juez y la fiesta y todo es aquí, de hecho el chavo Filipino con el que estabas platicando (refiriéndose a un comensal), su hermana hace poco hizo su boda aquí (refiriéndose al Chi Asian Cuisine del Centro)”. (Luisa, Gerente, Wok on Roll).*

Fotografía 4.9 Acta de matrimonio con sede en Cozumel entre filipino y mexicana.

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS  
REGISTRO CIVIL

No. DE CONTROL  
Q.R. 29795

EN NOMBRE DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE QUINTANA ROO  
Y COMO OFICIAL DEL REGISTRO CIVIL, CERTIFICO QUE EN EL LIBRO DE MATRIMONIOS DEL  
ARCHIVO MUNICIPAL SE ENCUENTRA ASENTADA EL ACTA QUE CONTIENE LOS SIGUIENTES DATOS.

**ACTA DE MATRIMONIO**

01 03 418 07177 COZUMEL ENTIDAD FEDERATIVA QUINTANA ROO  
MUNICIPIO COZUMEL COZUMEL

**DATOS DEL CONTRAYENTE**

LEONARDO S. MIRANDA  
NOMBRE(S) PRIMERO APELLIDO  
LUGAR DE NACIMIENTO PANCASINAN MUNICIPIO  
FILIPINAS FILIPINAS NACIONALIDAD  
ENTIDAD PAIS FECHA DE NACIMIENTO

**DATOS DE LA CONTRAYENTE**

ROSAMBA DUSH... RODRIGUEZ  
NOMBRE(S) PRIMERO APELLIDO  
LUGAR DE NACIMIENTO POSOLICA MUNICIPIO  
VERACRUZ MEXICO MEXICANA NACIONALIDAD  
ENTIDAD PAIS FECHA DE NACIMIENTO

ESTE CONTRATO DE MATRIMONIO ESTA SUJETO AL REGIMEN DE: SEPARACION DE BIENES

SE EXTIENDE ESTA CERTIFICACION EN CUMPLIMIENTO DEL ARTICULO 635 DE  
CODIGO CIVIL VIGENTE EN EL ESTADO EN COZUMEL  
QUINTANA ROO, A LOS 16 DIAS DEL MES DE FEBRERO DEL 2000 DE 199

DOY FE

EL C. OFICIAL 01 DEL REGISTRO CIVIL  
C. BERNARDO ALONSO MARRUFO (NOMBRE)  
( FIRMA )

MUNICIPIO  
REGISTRO  
CIVIL  
COZUMEL, Q.

NOTA: TESTADO DE 199 NO VALE.

Fuente: Fotografía propia.

#### 4.3.8 Labor social del tripulante

Además de identificar que ciertos tripulantes realizan reservación con anticipación en restaurantes específicos durante días festivos y significativos para ellos, la observación de campo permitió descubrir que durante las fiestas decembrinas y desde hace diez años a la fecha, las navieras de cruceros realizan labor social en conjunto con instituciones de asistencia de la isla como el Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (SNDIF) a fin de beneficiar a menores de edad necesitados. Durante dichas fechas, tripulantes participan de manera voluntaria dando obsequios a los niños y organizando para ellos distintas actividades lúdico-recreativas relacionadas con la navidad (*ver fotografía 4.10*). Si bien se quiso profundizar sobre el tema, los colaboradores no tuvieron permitido dar entrevistas, ya que referenciaron que la información solicitada era de carácter confidencial.

Fotografía 4.10 Tripulante disfrazado de Santa Claus y directora del DIF Cozumel entregando regalos a niños.



Fuente: <http://thisiscozumel.com>

Aunado a los efectos mencionados, se suman los identificados en el ámbito ambiental, los cuales se incluirán en el siguiente apartado.

#### 4.4 Efectos ambientales del tripulante

Si bien Johnson (2002), Brida y Zapata (2010), Klein (2011) y Polat (2015) describen los efectos ambientales negativos a partir de la dinámica del turismo de cruceros, durante el trabajo de campo, ninguno de los gestores o dueños de negocios mencionó percibir algún efecto ambiental generado directamente por la visita del tripulante.

Sin embargo, algunos consideran que los barcos en sí mismos, pueden generar contaminación por la basura que los cruceros generan, confirmando lo académicamente identificado. Ejemplo de ellos es lo mencionado por Norberto:

*“Pues de ellos directamente no, es decir, a lo mejor de las empresas de cruceros [...] igual toda la pinche basura que ha de generar un crucero... pero de ellos directamente... no, al contrario, son personas muy buenas, trabajan mucho y como tú o como yo, buscan ganar buenos ingresos en su trabajo para poder darle una mejor vida a sus familiares”. (Norberto, Gerente, Restaurante Fu-Lin).*

#### *4.4.1 Participación ambiental del tripulante*

Por otro lado, el tripulante Uriel afirmó durante la entrevista que los tripulantes reciben constantemente cursos sobre el manejo de agua y desperdicios sólidos a fin de reducir la contaminación generada por los cruceros, asegurando que muchos tripulantes ponen en práctica lo aprendido en ellos, confirmando lo mencionado por Lois *et al.*, (2004) y Caric (2016). Sin embargo se pudo identificar que esto sucede no sólo dentro del barco, sino también durante su visita en los puertos de escala, contribuyendo así en al cuidado ambiental de los destinos de crucero.

*“-Uno de los entrenamientos que nos dieron pues sobre el medio ambiente, también tenía mucho que ver con este rollo del agua, pues a veces muchos se preguntan: “¿cómo se bañan?, ¿dónde toman agua?”, y pues también hay una persona que se llamaba “El ambiental” que era el encargado de todo ese rollo de la sostenibilidad del barco, y pues en el barco incluso hay tres tipos diferentes de agua, no recuerdo el nombre de todas en inglés, pero había agua para lavar la ropa, para bañarse, para tomar y la que le decían black water, y pues bueno siempre en el crucero se es cuidadoso con el uso del agua. También estaba mucho esta onda de la basura, porque pues obviamente un crucero genera mucha basura, hay un desperdicio de comida impresionante, y en parte es porque todos los productos tienen cierta fecha de caducidad y la vida de los productos, recuerdo que había un garbage room que tenía procesadoras de los desperdicios, recuerdo también que había mucho de la separación de los productos orgánicos e inorgánicos, y pues nos hacen*



*mucho hincapié en la cuestión del cuidado del agua, y del medio ambiente, ya que vivimos prácticamente en el encierro y las medidas son muy cuidadosas.*

*-¿Y ustedes lo aplican durante su tiempo libre en los puertos de escala?*

*-Sí, la verdad sí, pues es un tipo de coco wash para nosotros, y pues aprendes a no desperdiciar tanto. Entonces a la larga pues si vas aprendiendo algo, te haces más consiente, y pues estando afuera tiras la basura en los lugares correspondientes, y buscas no hacer tanto impacto. Y pues sí hay cosas que cambian, y el chip cuando ya está en casa pues es diferente, Y ves como después de que te hacen todo ese coco wash cambia tu forma de ser". (Uriel, Pastelero, México).*

Aunado a lo anterior, el director de CONANP y del Parque Nacional de Arrecifes de Cozumel, confirmó que en diversas ocasiones el tripulante en conjunto con las navieras, hace entrega de donativos para apoyo en la protección de los arrecifes y las áreas protegidas de la isla.

*"Hemos trabajado una vez un crucero por ejemplo, que fue, hijole, no me acuerdo de que línea, hizo una donación precisamente a la actividad de tortugas marinas, y lo que hicieron fue comprar una computadora, un cañón, y es para uso exclusivo del programa de tortugas marinas, eso fue una participación de los cruceros [...]*

*-Respecto al donativo del cañón y la computadora, ¿Recuerda quién hizo entrega del donativo?*

*-Fue el capitán directamente del barco, entonces el capitán lo entregó directamente a una asociación civil "Amigos de Sian Kaan" y ellos hablaron con los administradores, hicieron las compras y donaron los equipos". (Adrián, Gestor Gubernamental, Director de CONANP y del Parque Nacional Arrecifes de Cozumel).*

Así mismo, ya que la CONANP ha desarrollado diversos proyectos ambientales en Cozumel, considera que se podría incitar al tripulante a participar en otras actividades voluntarias a fin de apoyar en la conservación del destino, ya que al preguntarle sobre si existe la posibilidad de que el tripulante se involucre en otros proyectos, esto fue lo que respondió:



*“Hay que considerarlo, es una población que está ahí y que muchas veces tienen las ganas e intención de apoyar, y pues no estaría mal empezar a dirigir, definir a lo mejor los proyectos, no todos son viables con la tripulación, pero a lo mejor de alguna otra manera podríamos empezar a trabajarlo con las tripulaciones, sí es buena idea, fíjate que vamos a pensar y a ver de qué manera podemos aprovechar a este sector de la tripulación para involucrarlos en programas de conservación”* (Adrián, Gestor Gubernamental, Director de CONANP y del Parque Nacional Arrecifes de Cozumel).

#### **4.5 Reflexiones finales**

El comportamiento del tripulante durante su tiempo libre en puertos de escala puede variar en función de la cultura de su país de origen (Gibson, 2006; 2008; Van Broeck y Dierckx, 2011), así como de su jerarquía, ingreso y tiempo libre disponible.

El tripulante de crucero, al visitar frecuentemente los puertos de escala, realiza actividades en las que se benefician diversos tipos de negocios, como bien ha sido indicado por Brida y Zapata (2010), sin embargo, éstos no necesariamente están vinculados con el turismo de manera directa.

Si bien muchos residentes locales se benefician de manera directa del tripulante de crucero (Klein, 2003), es notorio que también han creado con los tripulantes lazos de amistad que van más allá de una mera relación empresa-cliente.

El tripulante durante sus horas laborales en el barco recibe capacitaciones relacionadas con el cuidado ambiental (Lois *et al.*, 2004) que aún durante su tiempo libre en los puertos de escala ponen en práctica. También es necesario mencionar que las firmas de cruceros que realizan donativos para cuidado y protección de los recursos locales (Johnson, 2002; Brida y Zapata, 2010), lo hacen mediante la participación de los tripulantes del barco.

## **CAPÍTULO 5: DISCUSIÓN.**

En este apartado, se pretende realizar una comparación de los trabajos académicos con los hallazgos obtenidos durante la etapa de campo, para con ello reflejar la importancia económica, social y ambiental que tiene el tripulante de crucero como actor de un sistema turístico. Así mismo, se resalta la ausencia de acciones concretas por parte la gestión de Cozumel para con los tripulantes de crucero y se mencionan las futuras líneas de investigación que pueden surgir a partir de los alcances y limitantes del estudio.

### **5.1 Sobre el comportamiento del tripulante**

Conocer el comportamiento actual del tripulante, como bien indica Pearce (2005), puede ayudar a las autoridades de los distintos puertos de escala (tanto consolidados como emergentes) en cuestión de saber qué ofertar al tripulante de crucero, así como alentar a más residentes locales en ver oportunidades de desarrollo al abrir negocios dirigidos a este sector.

Tal y como lo indica Van Broeck y Dierckx en su estudio (2011), un tripulante no debe ser considerado como turista por el simple hecho de visitar Cozumel, ya que aunque algunos crew members realicen actividades dirigidas a los turistas, ellos mismos lo consideran como un tiempo en el que pueden relajarse antes de volver al trabajo; además como se ha demostrado, los trabajadores de crucero también realizan actividades que un turista generalmente no haría, como el hecho de ir de compras a los autoservicios y al mercado municipal, comprar ropa y calzado, o sentarse a platicar por horas con su familia por internet, y aunque en este estudio se le ha delimitado como visitante en función de lo planteado por Mason (2008) y Sancho (2008), el término empleado resulta limitado en función de las consideraciones anteriores, por lo que es necesario profundizar en la clasificación que se puede dar al tripulante durante su tiempo libre en los puertos de escala.

Así mismo, conocer el comportamiento del tripulante de crucero otros destinos de cruceros nacionales como internacionales, ayudaría a identificar cuál es la percepción que tienen los residentes locales no sólo del crucerista (Brida y Zapata; 2010), sino también del tripulante de crucero; lo cual a su vez alentaría a conocer de mejor manera su influencia en los destinos que visitan.

## **5.2 Sobre la distribución y segregación del tripulante.**

Si bien en el trabajo de Van Broeck y Dierckx (2011), se lograron identificar negocios específicos a los que el tripulante acude con regularidad en Cozumel, y se arguye que las actividades que un tripulante realiza están muy ligadas al ingreso, jerarquía y nacionalidad a la que pertenecen, el discurso de la teoría de la segregación espacial (Pérez-Campuzano, 2011) y el uso del SIG (Hall y Page, 2009), permitieron mediante descripciones, cuadros y representaciones cartográficas, evidenciar la distribución y segregación del tripulante, lo que permitió mostrar a mayor detalle el desplazamiento y las preferencias del tripulante en Cozumel en función de las características mencionadas.

Así mismo, se pudo dar muestra de la variedad en los giros y una mayor cantidad de los negocios que suelen visitar, así como del porcentaje de tripulantes que acuden a dichos negocios, y la cantidad de residentes locales que se benefician de manera directa de la visita del tripulante en la isla, permitiendo con ello una mejor visualización de su heterogeneidad de este tipo de trabajadores (Castillo, 2011). Por lo anterior, se considera que el replicar esta metodología en otros destinos de cruceros, permitiría conocer de mejor forma la influencia del tripulante de crucero en función de su distribución y segregación espacial.

## **5.2 Sobre la influencia económica del tripulante**

Cabe destacar que si bien las navieras de cruceros y agencias de viajes son quienes principalmente se benefician a partir del turismo de cruceros (Brida y Zapata, 2010; Klein, 2011; Papathanassis & Klein, 2015) se pudo identificar una mayor cantidad de negocios que atienden al tripulante con relación al 2009, así como el giro al que pertenecen (arrendadoras de vehículos, tiendas de telas y ropa, zapaterías, tiendas de tatuajes, clínicas dentales y de rejuvenecimiento facial, tiendas de artesanías y suvenires, joyerías e incluso compra de diversos artículos en el mercado municipal); demostrando con ello que un porcentaje de los residentes locales se benefician de manera directa de la visita del tripulante.

La falta mayor profundidad en estudios relacionados con la derrama económica generada por el tripulante en los destinos de cruceros ha sido señalada por Klein, (2003), en específico, se obtuvo evidencia de negocios con distintos giros (restaurantes, spas, tiendas de autoservicio, clubes de playa, entre otros) se orientan al sector de tripulantes

(exclusivamente), donde la FCCA (2015) ha calculado que el tripulante gasta aproximadamente \$96.98 dólares. Sin embargo, se hace necesario profundizar en el cálculo de gasto promedio por estancia del tripulante.

### **5.3 Sobre la influencia social**

Las repercusiones socioculturales que el turismo de cruceros puede ocasionar en los puertos de escala han sido destacados por Gibson y Bentley, (2006); Brida y Zapata, (2010). Sin embargo, los efectos socioculturales del tripulante en los puertos se ha centrado en el estudio del contacto social entre tripulante y población local (Van Broeck & Dierckx, 2011; Klein, 2003). Respecto a lo anterior, la visita constante del tripulante a Cozumel ha permitido un notorio intercambio gastronómico. Si bien como lo mencionan Van Broeck y Dierckx (2011), ocurre que en varios negocios los dueños son del mismo origen que los tripulantes, también es una realidad que existen residentes locales que se empeñaron en conocer y aprender recetas de comida asiática del tripulante, en primer instancia, como un cliente potencial y posteriormente, en muchos casos, como personas con las que se han establecido lazos de amistad. Por ende, en materia de aculturación y globalización, es necesario profundizar en el tema.

Los negocios atienden a sus clientes en función de las horas de demanda, principalmente en el sector turístico de cruceros se ha señalado que manejan su horario de atención en función del arribo y partida de los cruceros (Palafox *et al.*, 2015). Al respecto, es importante remarcar que en este estudio se identificaron algunos negocios, principalmente restaurantes, que permanecen abiertos durante la noche para atender al tripulante cuando el crucero pernocta en el puerto, situación que debe profundizarse con el fin de conocer el tipo, actividad e ingreso generado.

El hecho de que existen tripulantes que han optado por ver a Cozumel como un lugar para casarse, vivir y formar una familia (independientemente de su país de origen), evidencia un intercambio étnico y cultural que no solo ocurre dentro del barco (Wood, 2000; Gibson, 2008), ni únicamente derivado de la relación entre turistas y locales (Polat, 2015), sino también derivado de la presencia de tripulantes en los puertos de escala que visitan, lo que

da pie a otra línea de investigación relacionada con los efectos sociales del tripulante de crucero.

#### **5.4 Sobre la influencia ambiental**

El estudio confirma la percepción que tienen los residentes locales sobre el turismo de cruceros con relación a este apartado al mencionar que los barcos generan diversos contaminantes (Brida y Zapata, 2010; Klein, 2011; Polat, 2015) y que existen navieras que participan en la recuperación de arrecifes (Johnson, 2002; Brida y Zapata, 2010); así mismo, se pudo identificar que los tripulantes constantemente se encuentran en capacitaciones relacionadas con el cuidado ambiental a través de comentarios realizados por ellos mismos (Lois *et al.*, 2004; Klein, 2011; Caric, 2016). Si bien en el contexto de Cozumel se logró corroborar que el tripulante participa en el cuidado ambiental del destino, se desconoce hasta qué punto influyen las capacitaciones proporcionadas por las navieras en éste comportamiento. Así mismo, se cuestiona si los tripulantes del barco participan en la entrega de donativos para protección y conservación de arrecifes y áreas protegidas de manera auto determinada o si son condicionados de algún modo por las navieras, de lo cual pueden surgir futuras investigaciones.

Finalmente, los efectos económicos, sociales y ambientales derivados de la visita del tripulante, se han sistematizado en la siguiente tabla (*tabla 5.1*). De esta forma, se contribuye en el conocimiento del tema y se demuestra que los tripulantes provocan efectos específicos en los destinos al descender del barco durante su tiempo libre.

Tabla 5.1 Efectos económicos, sociales y ambientales derivados de la visita del tripulante de crucero en Cozumel.

Tipo de efecto	Contribución
<b>Económico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derrama en diversos giros comerciales</li> <li>• Beneficio a partir de la visita frecuente a negocios gestionados por locales</li> </ul>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contacto directo entre tripulante y local</li> <li>• Intercambio cultural</li> <li>• Intercambio gastronómico</li> <li>• Labor social</li> <li>• Matrimonios y familias interraciales</li> </ul>
<b>Ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidado del medio ambiente durante su visita</li> <li>• Apoyo en donativos y logística del destino</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia.

### 5.5 Sobre la influencia del tripulante en la gestión sustentable del turismo en Cozumel

La teoría general de sistemas (Bertalanffy, 1973) ha sido de utilidad para entender que los actores del turismo se encuentran relacionados entre sí, y que para que exista una gestión adecuada del destino, es necesaria una visión holística tanto de los elementos involucrados, como de los efectos de éstas interacciones (Beni, 2001; Jiménez, 2005).

Por ende, para que la gestión de un destino turístico pueda ser considerada como sustentable, además de tener que contemplar a todos los actores involucrados, debe considerar los efectos derivados de su presencia (Getz, 1986; Marchena, 1999).

Tomando en consideración lo anterior, la identificación del comportamiento del tripulante (Van Broeck y Dierck, 2011), su distribución y segregación socioespacial en el destino (Hall y Page, 2009; Pérez-Campuzano, 2011; Castillo, 2011) y el contraste de los efectos económicos, sociales y ambientales del turismo de cruceros (Johnson, 2002; Lois *et al.*, 2004; Gibson y Bentley, 2006; Martínez, 2008; Brida y Zapata, 2010; Klein, 2011; Kerswill y Mair, 2015; Polat, 2015) permitieron dar la siguiente respuesta sobre cuál es la influencia del

comportamiento de los tripulantes de cruceros en el ámbito social, económico y ambiental en la gestión sustentable de un destino turístico como Cozumel.

El comportamiento del tripulante influye en el ámbito económico, social y ambiental; este comportamiento resulta parcialmente reconocido por los gestores del destino, ya que si bien los residentes locales, tomadores de decisiones y dueños de negocios se percatan de la presencia del tripulante, no se les contempla como actores relevantes del subsistema turístico al no existir líneas de acción que hagan mención de dicho actor en documentos oficiales relacionados con la planificación del desarrollo local y sustentable del destino.

Klein, desde el año 2003, ha enunciado la falta de interés por el tripulante tanto en el ámbito académico como de gestión en el apartado denominado “no olviden al tripulante” (*don't forget the crew como título original*); a la fecha, existen avances donde el tripulante es el sujeto de estudio principal (Weaver, 2005; Wu, 2005; Gibson, 2008; Lloyd *et al.*, 2011; Van Broeck y Dierckx, 2011) y aunque se han realizado planes de gestión en los que se mencionan líneas de acción específicas en pro del reconocimiento del tripulante como parte del subsistema (WACSSP, 2012-2020; NTCSAP, 2015-2020), aún son mayoría los planes de gestión de los destinos en los que no se hace mención a la influencia del comportamiento del tripulante. Al respecto, se debe hacer énfasis en que debe contemplarse su presencia no sólo en los puertos base (como en el caso de los planes de gestión australianos), sino también en aquellos que son de escala; principalmente, en el caribe, al ser la región de mayor afluencia de cruceros en el mundo (FCCA, 2015).

Si bien Cozumel se ha catalogado como un sitio a favor del desarrollo sustentable por la UNESCO ([www.unesco.org](http://www.unesco.org)), la exclusión del tripulante como actor relevante en los destinos de cruceros invita a pensar en la problemática como una oportunidad de mejora (Marchena, 1999), con el propósito de cumplir con el objetivo número 8, en cuestión de la formación de sitios inclusivos, fijado en la Cumbre para el Desarrollo Sustentable por la Organización de la Naciones Unidas ([www.undp.org](http://www.undp.org)).

## **5.6. Limitaciones del estudio**

Si bien es cierto que el estudio ha contribuido a conocer cómo influye el comportamiento del tripulante de crucero en el ámbito económico, social y ambiental en la gestión sustentable de Cozumel, también es una realidad que el trabajo de investigación presenta ciertas limitantes.

En primer instancia, por el número de informantes entrevistados (tanto tripulantes como gestores), los resultados no pueden ni pretenden ser considerados como generalizables, por lo que se propone un estudio longitudinal con el fin de profundizar en patrones de comportamiento del tripulante y así obtener un mejor conocimiento de sus efectos.

Otra limitante del estudio, fue el poder comunicarse fluidamente con los informantes para obtener una mayor cantidad de entrevistas, ya que el investigador, al solo poder interactuar con los tripulantes en inglés o español, no pudo obtener información de aquellos que hablaran otro idioma, razón por la que se recomiendan estudios futuros en los que se pueda entrevistar a tripulantes que hablen otros idiomas para con ello profundizar en la influencia de la nacionalidad en su comportamiento en puertos de cruceros.

Aunado a lo anterior, el poder entrevistar a más gestores de negocios locales y autoridades gubernamentales relacionadas con el comportamiento del tripulante, lo cual hubiese enriquecido los hallazgos del trabajo en cuestión de la percepción de los tomadores de decisiones sobre el tripulante. Sin embargo, muchos dueños de negocios se rehusaron a ser entrevistados y grabados y representantes de varias instituciones clave no desearon cooperar.

## **5.7 Conclusiones**

La influencia del comportamiento del tripulante de crucero en el puerto de escala de Cozumel, puede evidenciarse a través de los diversos efectos que generan. En el ámbito económico, se pudo demostrar que el tripulante representa un beneficio para distintos comercios de la isla con giros muy variados. Si bien, en algunos de ellos la clientela principal son los turistas o la gente local, también hay presencia de negocios que se concibieron exclusivamente para atender al tripulante, lo que demuestra que son la principal fuente de ingresos para diversos residentes y puede verse como una fuente de ingresos potencial para muchos otros.



Respecto a los efectos sociales, debido a la constante visita del tripulante al puerto, existe un notable contacto e intercambio cultural con los residentes de Cozumel, lo cual puede ser constatado a través de los distintos favores que hacen los dueños de negocios al trabajador, el intercambio gastronómico, las relaciones de amistad y matrimonios entre tripulantes y locales. Así mismo, el tripulante realiza diversas actividades voluntarias de labor social, aportando con ello beneficios a la comunidad local de manera desinteresada.

Existe evidencia de la influencia que tienen los tripulantes en el ámbito ambiental, ya que en Cozumel ponen en práctica los conocimientos adquiridos en los cursos sobre el cuidado ambiental y al ser partícipes en la entrega de recursos a favor del cuidado y protección de las áreas naturales protegidas de la isla.

A pesar de los hechos mencionados, se reconoce parcialmente la influencia del tripulante de crucero en la gestión del destino, pues aunque se sabe de su presencia y los efectos que pueden generar, hasta la fecha se requieren de líneas de acción concretas en los planes de gestión que consideren y den seguimiento a su comportamiento con el fin de contribuir en el alcance del objetivo que tiene el sitio al denominarse como destino incluyente. Para ello, es necesaria la participación y colaboración de las partes involucradas, si bien por medio de los hallazgos se muestra que la parte gubernamental está dispuesta a colaborar con los actores implicados, se sugiere definir de qué forma se podrá entablar diálogo con los tripulantes (o en su defecto, representantes de los tripulantes de crucero) en el destino.

A través de la teoría general de sistemas, se demuestra la interrelación que guarda el tripulante con el subsistema, principalmente, con los residentes locales al tener contacto cercano y constante. En este sentido, el tripulante requiere ser considerado como un actor relevante de los destinos en los que tiene presencia, ya que si bien Jiménez (2004) indica que existen relaciones entre turistas y locales que no han sido consideradas, en este estudio se demuestra que algunas interacciones entre visitante-local y visitante-visitante (como ocurre en el caso de los tripulantes) también repercuten en el subsistema.

Ya que el turismo en su complejidad puede ser estudiado desde distintas perspectivas, la aplicación de diversas herramientas y técnicas sociales, antropológicas y geográficas de investigación, permitieron obtener una visión interdisciplinaria sobre la influencia del

comportamiento del tripulante, lo cual enriqueció la comprensión de los efectos que genera el actor en el subsistema turístico.

La elaboración de un sistema de información geográfica, permitió tener un mejor conocimiento de la distribución y desplazamientos de los tripulantes, así como de la cantidad (79 negocios en total), ubicación, giro, promociones, horario y número de empleados de los negocios a los que suelen acudir mediante diversas representaciones cartográficas de la isla. Además, permitió identificar que existe segregación entre los trabajadores de crucero en función de su jerarquía y nacionalidad, puesto que su ingreso y tiempo libre están sujetos al rango que tienen en el barco, los sitios que suelen frecuentar los tripulantes de altos rangos, no son los mismos que aquellos a los que acuden los de mediana y baja jerarquía.

A partir de los distintos alcances de la investigación, surgen nuevas preguntas que quedan abiertas a resolver. En cuestión de la influencia económica del tripulante, se requieren de estudios a mayor profundidad sobre la derrama económica y gasto promedio anual del tripulante de crucero en los puertos de escala, así como de información más detallada sobre el tipo de bienes y servicios que adquieren, además del giro y tipo de negocios donde suelen comprar a fin de evidenciar la relevancia del tripulante en la economía local de los diversos destinos donde tienen presencia.

En el ámbito social, surgieron diversas interrogantes relacionadas con el intercambio cultural entre el tripulante y la comunidad local. Al respecto, se puede profundizar en la modificación que han sufrido los platillos (principalmente asiáticos) al fusionar ingredientes de diferentes regiones, así como en cuestión de los efectos derivados las uniones interraciales de la comunidad local con los tripulantes del barco. Aunado ello, sería valioso conocer más sobre las labores de ayuda voluntaria del tripulante en los diversos puertos de cruceros, lo anterior con el fin de dar a conocer la participación social que tiene el tripulante en los puertos a escala global.

En cuanto a la influencia ambiental del tripulante en los destinos turísticos, se requiere mayor conocimiento sobre el tripulante y su contribución al cuidado de los recursos locales, así como conocer si las capacitaciones que reciben en los barcos influyen en ello.

Es necesario realizar una reflexión sobre la clasificación de la tripulación (tanto marítima como aérea) en el sistema turístico, ya que si bien se puede definir al tripulante durante su tiempo libre como visitante, esto puede resultar limitado debido a que sus actividades tienen ciertas peculiaridades que pueden confundirse con aquellas realizadas por los turistas y residentes locales.

Se requiere de un mayor conocimiento del comportamiento del tripulante, así como de su influencia en los destinos de cruceros tanto base como de escala, ya que esto puede permitir una mejora en los planes de gestión de los puertos al contemplar a un actor que resulta relevante en el turismo de cruceros.

## REFERENCIAS

20 sites added to UNESCO's World Network of Biosphere Reserves. Disponible en: [http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-view/news/20\\_sites\\_added\\_to\\_unescos\\_world\\_network\\_of\\_biosphere\\_reserve/#.V4P7Nbh97IU](http://www.unesco.org/new/en/media-services/single-view/news/20_sites_added_to_unescos_world_network_of_biosphere_reserve/#.V4P7Nbh97IU). Consultado el: 13/06/2016.

Administración Portuaria Integral de Quintana Roo. (2015). *APIQROO, Estadísticas*. Disponible en: <http://www.apiqroo.com.mx/estadistica/>. Consultado el: 05/03/2015.

Albelda, M. (2004). Cortesía en diferentes situaciones comunicativas. La conversación coloquial y la entrevista sociológica semiformal. En: Bravo, D. y Briz, A. (eds.): *Pragmática sociocultural. Estudios sobre cortesía en español*, Ariel, Barcelona, pp. 109-134.

Andriotis, K. (2004). The perceived impact of tourism development by Cretan residents. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 1, (2): 1-22.

Archer, B., Cooper, C., Ruhanen, L. (2005). The positive and negative impacts of tourism, En: Theobald, W. (3<sup>rd</sup>. Ed.), *Global Tourism*. Elsevier, Burlington.

Atteslander, P. (2008). *Methoden der Empirischen Sozialforschung*. Erich Schmidt Verlag, Berlin.

Barrado, D. (2004). El Concepto de Destino Turístico. Una Aproximación Geográfico-Territorial. *Estudios Turísticos*. 160: 45-68.

Beni, M. (2001). *Análise estrutural do turismo*. Senac, São Paulo.

Boy, C. y Neumann, S. (2012). Regulatory Frameworks of the Cruise Industry. En: Vogel, M., Pathanassis, A. Y Wolber, B. *The Business and Management of Ocean Cruises*. Wallingford, UK, CAB International.

Brida, J., y Zapata, S. (2010). Cruise Tourism: Economic, Socio-Cultural and Environmental Impacts. *International Journal of Leisure and Tourism Marketing*. 1, (3): 205-226.

Bryman, A. (2004). *Social Research Methods*. Oxford, New York.

- Business Research & Economic Advisors. (2007). *Aportación Económica del Turismo de Cruceros en México*. BREA. Exton, USA,
- Business Research & Economic Advisors. (2015). *Economic Contribution of Cruise Tourism to the Destination Economies, Vol.I & II*. BREA. Exton, USA,
- Caric, H. (2016). Challenges and Prospects of Valuation, Cruise Ship Pollution Case. *Journal of Cleaner Production*: 1-12.
- Castillo, O. (2011). Segregación Socioespacial en Cancún: 1990-2010, Tres Ciudades en una Misma. *Provincia*, 26: 11-31.
- Chadwick, G. (1971). *A systems' View of Planning*. Pergamon Press, Oxford.
- Cruise Lines International Association Inc. (2015). *The State of The Cruise Industry in 2014: Global Growth in Passenger Numbers and Product Offerings*. Disponible en: [http://www.cruising.org/vacation/news/press\\_releases/2014/01/state-cruise-industry-2014-global-growth-passenger-numbers-and-product-o](http://www.cruising.org/vacation/news/press_releases/2014/01/state-cruise-industry-2014-global-growth-passenger-numbers-and-product-o). Consultado el: 02/07/15.
- Diekmann, A., (2007). *Empirische Sozialforschung, Grundlagen Methoden Anwendungen*. Rowohltsenzyklopädie, Hamburg.
- Emerson, M., Fretz, R., y Shaw, L. (1995). *Writing Ethnographic Fieldnotes*. The University of Chicago Press, Chicago, USA.
- Florida-Caribbean Cruise Association. (2015). *Cruise Industry Overview, State of the Cruise Industry*. Pembroke Pines, Florida, FCCA.
- Getz, D. (1986). Models in Tourism Planning: Towards Integration of Theory and Practice. *Tourism Management*, 21-32.
- Gibson, P. (2008). Cruising in the 21st century, who works while others play? *International Journal of Hospitality Management*, 27, (1): 42-52.
- Gibson, P., y Bentley, M. (2006). A Study of Impacts: Cruise Tourism and the South West of England. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 20: 63-77.

- H. Ayuntamiento de Cozumel. Plan Municipal de Desarrollo 2013-2016. Disponible en: <http://www.cozumel.gob.mx/2016/index.php/plan-municipal-de-desarrollo/plan-municipal-de-desarrollo-2013-2016-resumen-ejecutivo>. Consultado el: 20/05/2016.
- Hall, C. y Page, S. (2006). *The Geography of Tourism and Recreation, Environment, Place and Space*. Routledge, London.
- Hall, C. y Page, S. (2009). Progress in Tourism Management, from the Geography of Tourism to Geographies of Tourism – A Review. *Tourism Management*, 30: 3-16.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2015). Disponible en: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/tabuladosbasicos/default.aspx?c=33725&s=est:2/09/2016>
- Jennings, G. (2001). *Tourism Research*. John Wiley & Sons, Milton.
- Jiménez, A. (2004). *Una aproximación a la conceptualización del turismo desde la teoría general de sistemas*. Universidad del Caribe, México.
- Johnson, D. (2002). Environmentally Sustainable Cruise Tourism: A Reality Check. *Marine Policy*, 26: 261-270.
- Kates, R., Parris, T., y Leiserowitz, A. (2005). What is sustainable development? *Environment Science and Policy for Sustainable Development*, 47, (3): 8-21.
- Kerswill, M., y Mair, H. (2015). Big Ships, Small Towns: Understanding Cruise Port Development in Falmouth, Jamaica. *Tourism in Marine Environments*, 10, (3-4): 189-199.
- Klein, R. (2003). “Cruising-Out of Control: The Cruise Industry, The environment, Workers, and the Maritimes”. *Canadian Centre for Policy Alternatives*. 27pp.
- Klein, R. (2011). Responsible Cruise Tourism: Issues of Cruise Tourism and Sustainability. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 18: 107-116.

- Lloyd, N., Henry, J. y Thyne, M. (2011). Do Passengers Listen to their Crew? The Use of Word-of-Mouth Recommendations on Board a Cruise Ship. *Journal of Hospitality and Tourism Management*. 18: 88-94.
- Lois, P., Wang, J., Wall, A. y Ruxton, T. (2004). Formal Safety Assessment of cruise ships. *Tourism Management*, 25: 93-109
- Marchena, M., Vera, F., Fernández. A., y Santos, E. (1999). *Agenda para Planificadores Locales: Turismo Sostenible y Gestión Municipal*. Organización Mundial del Turismo, Madrid, España.
- Martínez. C. (2008). Configuración Territorial del Turismo en las Costas de la Isla de Cozumel. *Teoría y Práxis*, 5: 343-357.
- Mason, P. (2008). *Tourism: Impacts, planning and management*. Butterworth-Heinemann, Oxford, UK.
- McDougall, G., y Munro, H. (1994). Scaling and attitude measurement in travel and tourism research. En Goeldner, C., Ritchie, J. R. (2<sup>nd</sup>. Ed.). *Travel, tourism and hospitality research: A handbook for managers and researchers* (pp. 115-129). John Wiley & Sons Inc, Hoboken, NJ.
- Northern Territory Government. (2015-2020). *Northern Territory Cruise Sector Activation Plan*. Tourism NT, Australia.
- Osorio, M. (2006). La Planificación Turística, Enfoques y Modelos. *Quivera*, 8, (1): 291-314.
- Palafox, A. y Zizumbo, L. (2009). Distribución Territorial y Turismo en Cozumel, Estado de Quintana Roo, México. *Gestión Turística*, 11: 69-88.
- Palafox, A., Aguilar, A., y Anaya, J. (2015). Cozumel y la Transformación de su Paisaje por el Turismo de Cruceros. *Revista de Ciencias Sociales*, 149: 103-115.
- Panosso, A. (2008). *Filosofía del Turismo, Teoría y Epistemología*. Trillas. México.

- Papathanassis, A., y Klein, R. (2015). Long Tail or Fairy Tale? The Case for Scientific Publishing on Cruise Tourism. *Tourism in Marine Environments*, 10, (3-4): 141-147.
- Pearce, P. (2005). *Tourist Behaviour, Themes and conceptual schemes*. Channel View Publications, Clevedon.
- Perez-Campuzano, E. (2011). Segregación Socioespacial Urbana, Debates Contemporáneos e Implicaciones para las Ciudades Mexicanas. *Estudios Demográficos y Urbanos*. 26, (2): 403-432.
- Petrick, J., y Durko, A. (2015). Segmenting Luxury Cruise Tourists Based on their Motivations. *Tourism in Marine Environments*, 10, (3-4): 149-157.
- Piñuel, J. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, 3, (1): 1-42.
- Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018. Disponible en: [http://www.sev.gob.mx/educacion-tecnologica/files/2013/05/PND\\_2013\\_2018.pdf](http://www.sev.gob.mx/educacion-tecnologica/files/2013/05/PND_2013_2018.pdf). Consultado el: 18/05/2016.
- Polat, N. (2015). Technical Innovations in Cruise Tourism and Results of Sustainability. *Procedia, Social and Behavioral Sciences*, 195: 438-445.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2016). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Disponible en: <http://www.undp.org/content/undp/es/home/sdgoverview/post-2015-development-agenda.html>. Consultado el: 20/06/2016.
- Reservas de la biosfera. Disponible en: <http://www.unesco.org/new/es/natural-sciences/environment/ecological-sciences/biosphere-reserves/>. Consultado el: 15/06/2016
- Sánchez, A. y Propin, E. (2003). Dependencias Regionales del Turismo en la Isla de Cozumel, México. *Cuadernos de Turismo*, 11: 169-180.
- Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo, Madrid, España.



- Santander, L. y Ramos, M. (2011). El nacimiento de un destino turístico en el Caribe Mexicano. Cozumel, de Isla abandonada a puerto de cruceros. *El Periplo Sustentable*, 21: 5-30.
- Secretaría de Turismo, Gobierno del Estado de Quintana Roo, Universidad de Quintana Roo. (2013). *Estudio de Competitividad Turística del Destino Cozumel*. Grupo Empresarial Estrategia, México.
- The Government of Western Australia. (2012-2020). *Western Australian Cruise Shipping Strategic Plan*, Australia.
- Thyne, M., James, H., y Lloyd, N. (2015). Land Ahoy, How Cruise Passengers Decide on Their Shore Experience. *Tourism in Marine Environments*, 10, (3-4): 177-187.
- UNEP y UNWTO, (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*, Paris-Madrid, UNEP y UNWTO.
- Valdés, V. (2008). *Travesía por la historia de Cozumel*. Gobierno Municipal de Cozumel, México.
- Van Broeck, A. (2005). Desarrollo Sustentable, turismo, costas y educación (Introducción) En: Frausto, O. *Desarrollo Sustentable, turismo, costas y educación*. Universidad de Quintana Roo, México.
- Van Broeck, A., y Dierckx, G. (2011). Activities of cruise ship employees in Cozumel, Mexico. *ÉtudesCaribéennes*, Disponible en: [http:// etudescaribeennes.revues.org/5133?lang=es](http://etudescaribeennes.revues.org/5133?lang=es). Consultado el: 06/01/15.
- Véronneau, S., y Roy, J. (2012): Cruise Lines' Purchasing and Logistics Management. En: Vogel, M., Pathanassis, A. Y Wolber, B. *The Business and Management of Ocean Cruises*. Wallingford, UK, CAB International.
- Weaver, A. (2005). Interactive service work and performativemethaphors: The case of the Cruise Industry. *Tourist Studies*, 5, (1): 5-27.
- Williams, S. (2004). *Tourism Geography*. Routledge, Staffordshire, UK.

- Williams, S. y Lew, A. (2015). *Tourism Geography, Critical Understandings of Place, Space and Experience*. Routledge, London.
- Wong, S., y Lau, E. (2008). Understanding the Behavior of Hong Kong Chinese Tourists on Group Tour Packages. *Journal of Travel Research*, 40: 57-67.
- Wood, R. (2000). Caribbean Cruise Tourism, Gobalization at sea. *Annals of Tourism Research*, 27, (2): 345-370.
- Wu, B. (2005). *The world Cruise Industry: Aprofile of the Global Labour Market*. Seafarers International Research Centre. Cardiff, UK.
- Zhao, M. (2002). *Emotional Labour in a Globalized Labour Market: Seafarers on Cruise Ships*. Seafarers International Research Centre. Cardiff, UK.

Queda prohibida la reproducción parcial o total del contenido de la presente tesis sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de la autora, en términos de la Ley Federal de Derechos de Autor, y en su caso de los tratados internacionales aplicables. La persona que infrinja esta disposición se hará acreedora a las sanciones legales correspondientes.