

DERRAMA ECONÓMICA DEL TURISTA DE CRUCEROS EN EL MUNICIPIO DE JOSÉ AZUETA, GUERRERO

Dr. Antonio Kido Cruz*
Dra. Ma. Teresa Kido Cruz**

Resumen

El presente trabajo tiene como objetivo identificar el impacto económico que generan los turistas de cruceros en el puerto de desembarque, para este caso en el municipio de José Azueta, Guerrero. El turismo de cruceros es una actividad incipiente, pero que está cobrando importancia y por tanto se vislumbra como una oportunidad de desarrollo. La metodología utilizada fue la de base de exportación, efecto multiplicador e impacto económico. La información se obtuvo a través de entrevistas directas a una muestra representativa de turistas de cruceros y negocios en el área de estudio en la temporada octubre 2005 – febrero 2006. Los resultados indican que los turistas de cruceros generan un impacto positivo en el puerto de desembarque.

Palabras clave: turista de crucero, efecto multiplicador e impacto económico local.

Abstract

The objective of this paper is to estimate the economic impact of cruise tourist expenditures in José Azueta county. Although cruise tourism only recently arrived in this región, it is considered to hold important potential for economic development in the región. The research methods employed include regional

* Profesor Investigador del Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

** Profesor Investigador de la Universidad del Mar, campus Huatulco.

economic tools of base analysis, multiplier effects, and economic impact analysis. Interviews of tourists and tourism related businesses were conducted in 2005 and were extrapolated to the level of total cruise tourist visits and to the relevant business sectors of the county. Results show a substantial economic impact of cruise tourists on the county and identify opportunities to reduce the amount of leakage and increase the local drop from cruise visitors to Azueta county, México.

Keywords: cruise tourist, multiplier effect and local economic impact

Clasificación JEL: E12, R15

Derrama económica del turista de cruceros en el binomio turístico Zihuatanejo-Ixtapa, Guerrero.¹

Introducción

Aunque existe diversa y variada literatura sobre oportunidades de desarrollo del turismo en general, muy poca información ha sido desarrollada sobre turismo de cruceros y su impacto económico en México. El turismo de cruceros representa una actividad incipiente pero que cobra cada día mayor importancia. Este tipo de turismo es de particular importancia en las comunidades portuarias y ha sido señalada como una oportunidad de desarrollo desde la perspectiva de estas. El turismo en general, al igual que cualquier otra actividad económica presenta características deseables y no deseables como factor de desarrollo. Entre las preocupaciones que el desarrollo de esta industria genera, se pueden señalar que las comunidades y los negocios locales relacionados a la industria de cruceros deben de competir en una ambiente dominado por unas cuantas empresas multinacionales y además, las economías locales se vuelven dependientes de las condiciones económicas de los consumidores internacionales (Patullo, 1996).

¹ Este trabajo tuvo financiamiento de CONACYT en su programa de consolidación de cuerpos académicos / investigación en su modalidad de retención.

Por otro lado, el mayor atractivo de la industria de turismo de cruceros lo representa el gasto que este tipo de turistas tiene dentro de las comunidades portuarias y su impacto económico vía el efecto multiplicador de este gasto. Es en este contexto, que se presenta como objetivo de esta investigación el calcular el impacto económico del turista de cruceros en el municipio de José Azueta, Guerrero.

Panorama de la actividad turística de cruceros mundial, nacional y regional

El transporte marítimo de pasajeros, enfrenta un nuevo ciclo de vida, después de ser desplazado por el transporte aéreo. En este nuevo ciclo el barco se convierte en el hotel y acompaña al pasajero en su travesía, evitándole las molestias de viajar de ciudad en ciudad a través de otros modos de transporte más comunes; esto es a lo que llamamos turismo de cruceros. La industria de turismo de cruceros a nivel mundial es uno de los sectores económicos más dinámicos, con tasas de crecimiento constante desde 1980 a un 8% anual. En 1998, los 223 buques en servicio transportaron a casi 10 millones de turistas, y para el año 2001 registraron ventas por 15.4 millones de dólares y su tasa de ocupación fue del 90.6 %. Para el año 2004, la capacidad total de los cruceros había aumentado un 35% (Seidl et al., 2006).

Una de las características de la industria de cruceros es que presenta un alto grado de concentración en la oferta, como se muestra en la tabla 1, los cuatro mayores grupos de armadores controlan el 64.3% de la capacidad de la industria y el 75.5% de ventas anuales. Destaca *Carnival Corporation* quien obtuvo beneficios de US \$1.02 billones de dólares para el 2002. Por su parte *Royal Caribbean Cruise Line* obtuvo en el mismo año beneficios por 254 millones de dólares sobre ingresos de US \$3.15 billones representando el 9% de recuperación. La compañía *Star Cruises* que incluye: *Star*, *Norwegian Cruises* y, *Orient Cruise Line*, obtuvo beneficios de 82 millones de dólares sobre ingresos de 1.57 billones de dólares, representando el 6 % de su inversión. La compañía *P&O Princess* contó con beneficios de 301 millones de dólares sobre un ingreso de 2.45 billones de dólares para el mismo año (*Business research and economic advisors*, 2004).

Tabla 1

Principales Armadores de cruceros en el mundo		
Grupo Armador	Capacidad	Ventas
<i>Carnival Corp.</i>	24,4%	30,5%
<i>Royal Caribbean Int. & Celebrity.</i>	17,5%	23,3%
<i>Star Cruises plc.</i>	11,5%	12,0%
<i>P&O Princess Cruises plc.</i>	10,8%	9,7%

Fuente: *Business research and economic advisors*, 2004.

Las rutas atendidas por las naves también están concentradas, siendo la ruta Caribe la más importante con el 44,3%, seguida del Mediterráneo y Asia / Pacífico Sur, representando entre las tres el 73% del total mundial. Ver tabla 2.

Tabla 2

Principales rutas	
Ruta	Participación
Caribe / Bahamas / México Golfo	44,30%
Mediterráneo	17,0%
Asia / Pacífico Sur	11,7%
Alaska	6,6%
México Costa Pacífico	5,0%
Norte de Europa	4,0%

Fuente: *Business research and economic advisors*, 2004.

Actualmente, México ocupa uno de los primeros lugares en preferencia de destino internacional en el sector turístico de cruceros. En 2005, el país recibió cerca de 21.9 millones de turistas extranjeros, o lo que es lo mismo, 6.5% más que la cifra registrada en 2004. De acuerdo a cifras de la Secretaría de Turismo (Boletín trimestral, 2005, 2006) de este total de turistas, al menos 6 millones lo hicieron en crucero. Durante el 2003 en nuestro país se realizaron más de 2,500 escalas en 21 puertos, lo que constituye elevados ingresos en los emplazamientos. De acuerdo a las mismas fuentes el gasto promedio de turista

de crucero en el año 2004 fue de 64 dólares, incrementándose a 66.8 y 67.8 dólares para los años 2005 y 2006.

Tabla 3

Gasto medio de visitantes en cruceros	
Año	Gasto medio de visitantes (dólares)
2004	64.29
2005	66.87
2006	67.82

Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR. Boletines cuatrimestrales. Varios años

El municipio de José Azueta es comúnmente referenciado como el puerto de Zihuatanejo. Este municipio cuenta con una población de alrededor de 38,000 habitantes y esta localizado a 448 Km. al norte del puerto de Acapulco sobre la costa del océano pacifico en México. Este puerto recibe, principalmente cruceros que vienen de Los Ángeles, California y de Miami y Fort Lauderdale en Florida. Estos últimos viajan a través del canal de Panamá (Jaakson, 2004). Para la temporada de cruceros 2005 – 2006 arribaron 57 barcos en el puerto de Zihuatanejo, Guerrero.

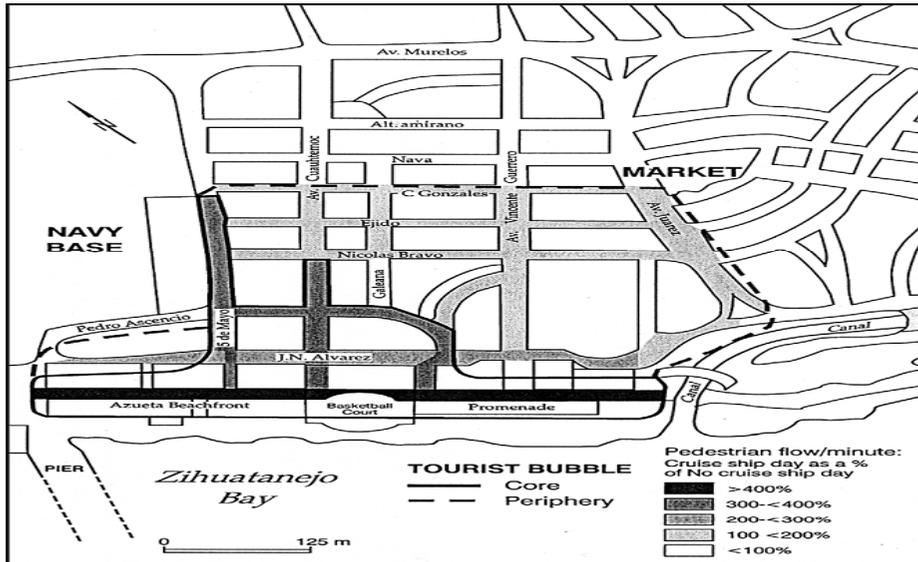
Como se observa en la figura 1, un número importante de los turistas de cruceros que desembarcan del crucero suelen explorar el puerto de Zihuatanejo con recorridos más o menos definidos, en donde los límites están delimitados por el perímetro de las calles Azueta, Juárez, C. González y cinco de Mayo. En esta zona destacan restaurantes con asientos al aire libre, negocios de artesanías y *souvenir*, tiendas de ropa y abarrotes, y algunos hoteles.

Las calles aledañas al mercado son una fuerte señal de los límites que la mayoría de los turistas reconocen y que muy pocos suelen aventurarse mas allá de esta zona. Los cruceros arriban a Zihuatanejo por la mañana, entre las 7 y 8 hrs. y parten hacia las 14 o 15 hrs.

En cuanto a la capacidad de pasajeros de los cruceros, destacan: el *Cristal Symphony* con espacio para 1,010 pasajeros de 5 estrellas; el *Queen Elizabeth 2* con capacidad para 1,906 pasajeros clasificado como de 5 estrellas y; el *Ámsterdam* con 1,653 pasajeros considerado de 4 estrellas.

Figura 1

Croquis de recorrido del grueso de turistas de cruceros en el puerto de Zihuatanejo, Guerrero



Fuente: Jaakson, Reiner (2004).

Metodología y métodos

El modelo de base de exportación, en el cual, el mayor determinante del crecimiento económico son las exportaciones, se construye a través del modelo macroeconómico keynesiano más simple con una economía cerrada. La idea principal en el modelo keynesiano es explicar que el desempleo en una economía deprimida era el resultado de que el nivel de inversión planeada resultaba ser menor a la inversión requerida para obtener el pleno empleo. Y esto, era causa de falta de confianza en los agentes económicos para invertir en los diferentes mercados. La variable endógena (dependiente) era el consumo, que es, a través de la cual, los flujos de ingreso se materializan y a su vez, estos flujos interfieren en el camino trazado entre ahorro e inversión.

Definiciones o identidades del modelo simple keynesiano

$$\text{Gasto planeado} = \text{consumo} + \text{inversión: } G = C + I \quad (1)$$

$$\text{Ingreso real (producto)} = \text{consumo} + \text{ahorro: } Y = C + A \quad (2)$$

Supuestos técnicos

$$\text{Consumo} = \text{es una función lineal del ingreso: } C = a + cY \quad (3)$$

$$\text{Inversión} = \text{inversión planeada (variable exógeno determinada): } I = I' \quad (4)$$

Condición de equilibrio

$$\text{Ingreso (producto)} = \text{gasto o ingreso real: } Y = G \quad (5)$$

Solución por sustitución

$$Y = C + I$$

$$Y = ((1/ 1- c)) * (a + I') \quad (6)$$

$$dY / dI = 1 / (1 - C) \quad (7)$$

En el modelo de base de exportación, la variable consumo sigue siendo la variable endógena (dependiente), la cual se define ahora como gasto doméstico (ya que no se trata de explicar la depresión de toda una economía sino solo de explicar cambios en el ingreso regional). En este modelo se ignora la variable de ahorro y la variable de inversión se convierte en la exportación (que puede estar representada por ventas), que es la variable que dinamiza la economía.

Definiciones e identidades del modelo base de exportación

$$\text{Gastos totales} = \text{producción doméstica} + \text{exportaciones: } GT = D + X \quad (8)$$

Ingresos = venta producción doméstica + importaciones:

$$I = D + M \quad \text{o; } D = I - M \quad (9)$$

Supuestos técnicos:

Importaciones = función lineal del ingreso

$$M = mI \quad \text{donde } (m < 1) \quad (10)$$

Exportaciones = valor exógenamente determinado fuera de la región

$$X = X' \quad (11)$$

Condición de equilibrio

$$\text{Ingreso} = \text{gastos totales: } I = GT \quad (12)$$

Solución por sustitución $D+M = D+X$

$$I - M + M = I - M + X \quad (13)$$

$$I = I - mI + X' \quad (14)$$

$$I - I + mI = X' \quad (15)$$

$$I = (1/m) X' \quad (16)$$

Derivando el ingreso con relación a las exportaciones se obtiene el multiplicador de la base de exportación:

$$dI / dX' = 1/m. \quad (17)$$

Williamson (2001) presenta la derivación del multiplicador del ingreso a partir de la siguiente expresión:

$$Y = [I / 1 - (b - I)] X \quad (18)$$

Donde el ingreso (Y) es una función del gasto autónomo (X), la propensión marginal al consumo (b), y la propensión marginal a la importación (I). Existen muchas versiones del multiplicador del ingreso de Keynes para contabilizar el comercio interregional, la inversión inducida y el gasto gubernamental. Una simple variante que mide el multiplicador como la propensión al consumo dentro de la región del ingreso disponible es:

$$M = 1 / [1 - (b - I)] \quad (19)$$

Reemplazando (b-1) por NB/T, es posible expresar la misma relación como:

$$M = 1 / [1 - (NB/T)] \quad \text{o} \quad M = T/B \quad (20)$$

Donde M= multiplicador, NB = empleo, ingreso y/o ventas en la actividad no básico, B= empleo, ingreso y/o ventas en la actividad básica; y T = el empleo, ingreso y/o ventas en el municipio o localidad. La expresión (20) es equivalente a la expresión (17).

Medición de la base económica

Existen tres procedimientos para identificar la actividad base o de exportación en la región de estudio. Estos son: el análisis de coeficiente local, el de requerimientos mínimos y el de encuesta. El método de la encuesta censal es el más apropiado cuando las región es pequeña y donde los vínculos inter industriales son muy débiles. Este método busca especificar la proporción de los ingresos de los establecimientos locales generados por gastos provenientes de afuera de la región (Gibson y Marshall, 1980). Este método es el que se utilizó en el presente estudio.

El gasto de turistas es considerado como exportaciones, ya que ingresa dinero de fuera de la localidad para la compra de bienes y servicios generados dentro de la localidad. Las industrias de exportación, también conocidas como industrias básicas son esenciales para el crecimiento y desarrollo de una región debido a que incrementa la actividad económica, en tanto que las industrias de no exportación sólo incrementan la tasa de circulación de bienes y servicios dentro de la región sin generar nueva riqueza.

Obtención de información

Para el interés de este estudio se puede destacar a dos tipos de agentes económicos de análisis: a) los negocios dentro de las comunidades portuarias y, b) los turistas de cruceros. Entre el 25 de febrero y el 28 de abril de 2006 se aplicaron 200 encuestas a los turistas de cruceros en Zihuatanejo Guerrero. La entrevista se realizó personalmente. Aunque una parte importante de la información sobre el impacto del gasto del turista de crucero en las comunidades se obtuvo a través de las entrevistas a turistas, fue importante conocer la contribución económica de este gasto turístico desde la perspectiva de los negocios locales, ya que el efecto multiplicador depende de la cantidad directa e indirecta de las compras locales de los turistas y empleados. Por lo anterior, esta propuesta de estudio implicó categorizar y entrevistar a un grupo de negocios locales dentro de un rango de distancia específico que además fuera

representativo del total de establecimientos comerciales y de servicios dentro de la comunidad portuaria. Se realizaron 40 entrevistas en persona durante el mes de junio del 2006.

Resultados

Para el caso de Zihuatanejo se detectó que en promedio un turista paga por el servicio de crucero un total de 944.28 dólares. Por el transporte de su hogar al crucero se estimó que el turista gasta un promedio de 298.39 dólares y en relación a los gastos adicionales que el turista realiza dentro del barco en promedio alcanzan los 76.95 dólares por persona. Además se estimó que el gasto por turista en el puerto de desembarque (en este caso Zihuatanejo) fue de 60 dólares por turista durante su estancia.

Table 4

Gastos totales de turistas de cruceros en Zihuatanejo	
Concepto	Costo (dólares)
Gasto total promedio por turista	1378
Gasto por servicio de crucero	944
Gasto promedio de traslado desde el origen hasta el crucero	298
Gastos adicionales a bordo del barco	76
Gasto por turista en el puerto de desembarque: (medida de tendencia central utilizada: mediana)	60

Fuente: Elaboración propia

Del total de turistas entrevistados, el 48.27% manifestó haber participado en un *tour* y el 47.78% manifestó no haber participado ese día en algún *tour*, el 3.94% restante de los encuestados no respondieron a esta pregunta. Del total que adquirieron un *tour*, su costo promedio fue de 75.13 dólares. El 38.77% lo adquirió en el barco y 1.02% lo compró el *tour* en el puerto. El resto (55.10%) no especificó el lugar de adquisición. Los principales tours que se especificaron se muestran en la tabla 5:

Tabla 5

Gasto de turistas de cruceros por tipo de <i>tour</i>	
Tipo de <i>tour</i>	% de personas
Ciudad	20.61
Delfines	14.43
<i>Snorkeling</i>	9.27
Cabalgata	7.21
Playa	14.43

Fuente: Elaboración propia

Los destinos de la tabla 5 son los que se identificaron como los principales y representan el 65.95% de las personas que tomaron un *tour*, algunos otros que se observaron son *tours* con guía, privados, *Shopping & resort*, *Fun & Sun*, paseos con bicicleta, a pie y en *kayak*. Los gastos realizados por los turistas de cruceros en el puerto de desembarque pero excluyendo el costo del *tour* se detallan en la tabla 6.

Tabla 6

Gasto promedio del turista de cruceros	
Concepto	Monto promedio (dólares)
Monto total promedio	60.00
Artes locales y manualidades	26.00
Otros regalos/recuerdos	4.00
Bebidas y alimentos	30.00

Fuente: Elaboración propia

Giros comerciales

Teniendo como referencia el perímetro de paseo de los turistas de cruceros mostrado en el croquis de la figura 1, se definieron los giros comerciales de la localidad a entrevistar. En primer lugar, se encontró que la principal actividad comercial en esta área es la venta de ropa típica y de playa y establecimientos

de artes locales y manualidades, representando el 38.57 %. Los establecimientos dedicados a la venta de alimentos, bebidas y otros (abarrotes y vinos) representaron un 30.41% del total de los negocios. De esta manera, el porcentaje de establecimientos entrevistados conjuntamente para estas dos actividades fue del 50% aproximadamente. Para poder identificar el gasto específico del gasto de turista de cruceros, se preguntó a los establecimientos cual era el porcentaje de ventas anuales adquiridas por tipo de cliente. La pregunta clave para identificar el gasto de cruceros fue la repreguntar si conocían la temporada en que arribaban los cruceros al puerto. El 99% detalló con precisión la temporada de turistas de cruceros así como también identificaron la proporción de ventas realizada por turistas internacionales, nacionales y locales. En este sentido, los establecimientos comerciales estimaron que el 34% de sus ventas se debió a los turistas internacionales, el 56.43% a turistas nacionales y el 9.28% a personas de la localidad. Del 34% de ventas a turistas internacionales, los establecimientos ubicaron que el 28.61% fueron ventas hacia turistas de cruceros.

Tabla 7

Participación porcentual por tipo de turista	
Tipo de turista	2005%
Internacional	34.28
Nacional	56.43
local	9.28

Fuente: Elaboración propia

Efecto multiplicador

El multiplicador indica que ante cualquier incremento en el empleo o las ventas en la industria considerada como básica o de exportación, generará un incremento de M veces en el empleo o las ventas de la industria no básica o de soporte en toda la comunidad. Por lo tanto, es posible definir el multiplicador de ventas como el cociente entre las ventas totales de la industria y las ventas generadas por la industria básica. Debido a la imposibilidad de conocer el

impacto específico del turista de cruceros en las ventas totales de los establecimientos entrevistados, se utilizó el porcentaje de ventas generadas por el total de los turistas, que al final representan las ventas generadas por la industria básica o de exportación y utilizar el resultado de este cociente como el efecto multiplicador. Es importante destacar que el cálculo del multiplicador estaría subvaluado, ya que el área de influencia sobre toda la actividad de la economía se circunscribió al área de mayor presencia turística. Por lo tanto, los valores generados, representarían un límite inferior del multiplicador de ventas turísticas. Por otra parte, también es importante señalar que el gasto del turista de cruceros podría estar sobre representado en la estimación del impacto económico, ya que se generó el supuesto de que todos los turistas de cruceros desembarcaban en el puerto de visita. De esta manera, el multiplicador de ventas fue de 1.10 (porcentaje de ventas anuales de establecimientos comerciales dividido entre el porcentaje de ventas generados por los turistas en la zona).

Impacto económico

Una vez obtenido el gasto promedio del turista de crucero y el multiplicador de ventas, se estimó el impacto económico en el área de estudio. Este impacto económico se calculó utilizando el total de turistas de cruceros en la temporada, multiplicado por el gasto promedio por turista de crucero, que a su vez, se multiplica por el multiplicador de ventas. La derrama económica generada por el turista de cruceros en el municipio de José Azueta se estimó en 5, 643,000 dólares como impacto en la localidad.

Conclusiones

Según la capacidad de pasajeros que tienen los cruceros se reciben alrededor de 1500 pasajeros por embarcación en el puerto, los datos nos mostraron que los turistas de cruceros en promedio gastan US \$944.28 por el viaje y que este incluye todos los servicios (hospedaje, alimentación, etc.) por lo que, actividades fuera de los paquetes ofrecidos por el crucero corren por cuenta de los turista.

En este sentido, los gastos que realizan fuera del barco, principalmente son en artes locales, manualidades, artesanías y alimentos y bebidas. Los comercios locales estimaron que la mayoría de sus ventas durante el 2005 fueron realizadas por los turistas nacionales y que la derrama económica generada por el gasto del turista de cruceros fue de alrededor de 5 millones de dólares.

Referencias

- Patullo, Polly, 1996, "Mailing into the sunset: The cruise ship industry", en: Last resorts: The costs of tourism in the Caribbean. London: Casell and Latin-American bureau.
- Andy Seidl, Giuliano, Fiorella, y Pratt, Lawrence, 2006, "Cruise tourism and community development in central América and the Caribbean: The case of Costa Rica". *PASOS revista de turismo y patrimonio cultural*. Vol. 4, num. 2. Pp. 213-224.
- Business research and economic advisors, 2004, "The contribution of the North American cruise industry to the US economy in 2003", International council of cruise lines. August 2004.
- Secretaria de turismo 2005,2006, "Boletín cuatrimestral. Dirección General de Información y análisis de la Secretaria de Turismo", México, D.F.
- Jaakson, Reiner, 2004, "Beyond the tourist bubble? Cruiseship passengers in port, *Annals of tourism research*. Vol 31, No 1. Pp: 46-60.
- Pfouts, R., 1957, "An Empirical Testing of the Economic Base Theory". *Journal of the American Institute for Planners* (23):Pp: 64-69
- Gibson, L. J. and A.W. Marshall, 1980, "Estimating the Economic Base Multiplier: A test of Alternative Procedures" Division of Economic and Business Research. College of Business and Public Administration. The University of Arizona.
- Williamson, R.B, 2001, "Predictive Power of the Export Base Theory". *Growth and Change*: Pp: 1-25.