



# Apropiación, funcionalización y homogenización del espacio para el desarrollo turístico de Quintana Roo, México

*Apropriação, funcionalização e homogeneização do espaço para o desenvolvimento do turismo em Quintana Roo, México*

*Appropriation, functionalization and homogenization of space for tourism development in Quintana Roo, Mexico*

**Alejandro Palafox Muñoz** < palafox@uqroo.mx >

Professor e pesquisador da Divisão de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Quintana Roo (UQRoo), Cozumel, México.

**Delfino Madrigal Uribe** < dmadrigalu@uaemex.mx >

Professor e pesquisador da Faculdade de Geografia da Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex), Toluca, México.

**Lilia Zizumbo Villarreal** < lilia.zizumbo@gmail.com >

Professora e pesquisadora da Faculdade de Turismo y Gastronomía da Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMex), Toluca, México.

## CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 07-set-2010

Aceite: 16-mar-2011

## FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

MUÑOZ, A.P.; URIBE, D.M. e VILLARREAL, L.Z. Apropiación, funcionalización y homogenización del espacio para el desarrollo turístico de Quintana Roo, México. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2., p.282-293, ago. 2011.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



**Resumen:** El paisaje está constituido por los recursos naturales y culturales, los mismos que juegan el papel de materia prima para el desarrollo del turismo. Para ello, la actividad turística necesita de apropiarse del territorio y de sus recursos para posteriormente funcionalizarlos mediante la dotación de infraestructura de acceso y servicios. Finalmente, se trata de homogenizarlos a fin de que el turista encuentre en la oferta turística los servicios con que cuenta en su país de origen. En México, el turismo es la tercera fuente de ingresos y el Estado, mediante los procesos de planificación del espacio, ha construido los Centros Integralmente Planeados y Megaproyectos Turísticos para entrar en el mercado turístico global. El artículo analiza los cambios que se han dado en el espacio destinado al desarrollo turístico en el estado de Quintana Roo.

**Palabras clave:** Turismo, desarrollo, Quintana Roo, apropiación..

**Resumo:** A paisagem é constituída de recursos naturais e culturais, que desempenham o papel de matéria-prima para o desenvolvimento do turismo. Para este fim, o turismo necessita de se apropriar da terra e seus recursos para ser posteriormente funcionalizados através da disponibilização de infra-estrutura de acesso e de serviços. Finalmente homogeneizada para que o turista está em serviços do turista que tem no seu país de origem. No México, o turismo é a terceira maior fonte de receitas e do estado através do processo de ordenamento do território tem construído Megaprojectos Integralmente Planejada para entrar no mercado global de turismo. O artigo analisa as mudanças que ocorreram no espaço para o desenvolvimento do turismo no estado de Quintana Roo.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento do turismo, Quintana Roo, apropriação.

**Abstract:** The landscape consists of natural and cultural resources, that play the role of raw material for tourism development. To this end, tourism needs to appropriate the land and its resources to subsequently be functionalized through the provision of access infrastructure and services. Finally homogenized so that the tourist is in the tourist's services it has in their country of origin. In Mexico, tourism is the third largest source of revenue and the state through the spatial planning process has built Megaprojects Integrally Planned to enter the global tourism market. The article analyzes the changes that have occurred in the space for the development of tourism in the state of Quintana Roo.

**Keywords:** Tourism, development, Quintana Roo, appropriation.

## México en el contexto turístico

De acuerdo con las cifras de la Secretaría de Turismo (SECTUR; 2010), 21.4 millones de turistas internacionales entraron en el país y pernoctaron en él durante el año 2009. Sin embargo, el número de arribos ha ido en detrimento un 5.2% en comparación con las cifras registradas en el año 2008. Así mismo, la institución asegura que el gasto promedio por persona que arriba a México es de \$429.80 dólares estadounidenses por estadía, teniendo una derrama económica total de \$9,197.72 millones de dólares. Aun cuando los resultados van en retroceso, el *World Travel and Tourism Council* (WTTC; 2010) pronostica para el año 2020 que México contará con una planta trabajadora de 7.2 millones de empleos directos en el sector, ínfimo crecimiento del empleo y la calidad del mismo queda en duda, ya que actualmente existen 6.6 millones de trabajadores en el sector turístico de los cuales únicamente el 33% tiene acceso a seguridad social provista por el Estado (Cfr. WTTC; 2009 y SECTUR; 2009).

Las cifras anteriores permiten tener un escenario de la actividad turística en México, así mismo resaltan la importancia del turismo para el país como generador de divisas y empleos, dada la alta dependencia del país por la exportación de petróleo (\$10,448,347.00 millones de dólares) y la recepción de remesas (\$21,181.15 millones de dólares) de acuerdo con las cifras emitidas por el Banco Mundial (BM; 2010). Lo anterior con base en el uso y transformación de los recursos naturales y culturales para el desarrollo de la actividad bajo una política turística de masificación del turismo en el espacio costero nacional. Por ello, dicha estrategia inició en la década de los setenta con la creación de los Centros Integralmente Planeados (CIP) y los Megaproyectos Turísticos (MT), los mismos que se rigen bajo dicha premisa.

De acuerdo con la información del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR; 2010), el primer Centro Integralmente Planeado fue Cancún, el cual inició operaciones en 1974 y cuenta con una extensión de 12,700 hectáreas, de las cuales el 11% de la superficie corresponde a la zona turística. Simultáneamente, en la costa del Pacífico comienza a funcionar el Centro Integralmente Planeado Ixtapa, el cual consta de 2,016 hectáreas, de las cuales el 46.4% fue destinado para uso turístico. En 1976, Los Cabos fue elegido como el tercer CIP; dicho centro integra a los poblados de San José del Cabo y Cabo San Lucas; el proyecto maestro contempla un polígono de 915.7 hectáreas, de las cuales 76.9% del territorio están destinadas al uso turístico. En la década de los 80 nace el CIP Loreto con una extensión de 10,205 hectáreas, que integran un corredor turístico entre Loreto, Nopoló y Puerto Escondido. Posteriormente, en 1985 inició la construcción del CIP Huatulco en la costa del estado de Oaxaca con una extensión territorial de 20,972 hectáreas, de las cuales 6.3% es para uso turístico.

A diferencia de los CIP, los MT son desarrollos que vinculan a varias comunidades. Por ello, destacan las Escaleras Náuticas, que incluyen varios estados del noroeste del territorio nacional; la Riviera Maya, que incluye la costa norte y centro de Quintana Roo (Puerto Morelos, Isla Mujeres, Cozumel, Playa del Carmen, Akumal y Tulum) para enlazarse con el proyecto Costa Maya que va de Mahahual a Punta Pulticub en la costa sur del estado. Así mismo, se encuentra la Marina Cozumel, Proyecto Turístico Inmobiliario que busca la integración de la isla al circuito náutico del Caribe, en una superficie de 53.98ha, donde se desarrollarán 594 cuartos hoteleros, 411 viviendas en condominio, 55 viviendas turísticas residenciales y 266 posiciones (slips) dentro de la marina a través de una inversión de 170 MDP, sólo para el 2009 (FONATUR; 2009).

En la medida en que México cuenta con una diversidad natural y cultural importante para el desarrollo del turismo, el Estado promueve principalmente los CIP y MT en las zonas costeras del territorio nacional donde el turismo ha sido redituable para las empresas que se sitúan en dichos enclaves<sup>1</sup>. Por otro lado, están los centros turísticos tradicionales que, sin guía del gobierno pero con la orientación empresarial, han ido consolidándose dentro del mercado turístico nacional e internacional.

## Capitalismo, globalización y turismo como eje de acumulación.

Para entender el proceso de apropiación, funcionalización y homogenización del paisaje para el desarrollo turístico y, de esta manera, el hecho de que dicha actividad turística se haya tornado en eje de acumulación, es preciso tomar en cuenta dos conceptos: capitalismo y globalización, los cuales ayudarán a clarificar el proceso que transforma el paisaje para la reproducción del capital.

Considerado que el capitalismo es la organización de la sociedad en la cual los medios de producción y el capital pertenecen a un pequeño grupo de personas o capitalistas, en tanto el resto de la población debe alquilar su fuerza de trabajo, con la finalidad de sobrevivir y reproducir el capital (Lange; 1966), existe una producción en masa de bienes y servicios que serán adquiridos y se logra, de esta manera, una homogenización en los patrones de consumo de las personas. En el contexto internacional, lo anterior, supone desigualdades estructurales existentes entre los países capitalistas desarrollados y aquellos con un incipiente nivel de progreso (Cfr. Mandel; 1979), pero que cuentan para potenciar una oferta turística con “los recursos naturales prístinos, diversidad cultural, bienes y servicios baratos, así como su mano de obra, entre otros recursos” (Zhao y Li; 2006: 203).

En este sentido, la economía neoliberal tiende a reproducir y a profundizar las desigualdades estructurales y en todo el planeta a través de políticas de financiamiento y desarrollo económico que se instrumentan e imponen mediante los organismos internacionales como el Banco Mundial (BM), Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), que imponen a los gobiernos locales sus principios de gobernancia (Lanfant; 1980, Getino; 1991, Bourdieu; 2008 y Schlüter; 2008). Estas políticas se disfrazan con un aparente sentido común económico y un individualismo pragmático - funcional como fundamento del pensamiento neoliberal. Así, el Estado “contribuye en todo momento a su existencia y persistencia, pero también a la estructura de las relaciones de fuerza que lo caracteriza [...] por medio de las diferentes políticas” (Bourdieu; 2008: 25) instrumentadas en los ámbitos locales pero definidas en los espacios transnacionales con intereses hegemónicas.

Así, la globalización se constituye como la estrategia de apertura de mercados y eliminación de barreras arancelarias, liberalización financiera y de capital, así como la protección de inversiones, construcción de bloques económicos para el comercio y flexibilización de intercambio monetario que, como sostiene Guimarães, “ha provocado la segmentación del mundo entre perdedores y ganadores” (2005: 10). Así, bajo esta estrategia que reproduce las desigualdades bajo diferentes mecanismos, los pobres son los que están financiando a los ricos y sostienen los costos de un consumo

---

<sup>1</sup> Los enclaves turísticos se ubican especialmente en economías subdesarrolladas, en áreas delimitadas donde se incluyen servicios complejos a un segmento de mercado elitista, que no entra en contacto con la población local (Diecko; 2010).

conspicuo generalizado entre las élites que además satisface el deseo de status y de diferenciación social, características propias de la superestructura del modo de producción capitalista. De este modo, millones de personas alrededor del mundo experimentan la globalización no como un agente de progreso sino como una fuerza disruptiva y hasta destructiva en tanto muchos millones de personas que componen la población actual del mundo son completamente excluidos de sus beneficios (Grumberg and Khan, 2000). Como resultado derivado de la dependencia generada entre las economías de los países pobres hacia los ricos, el sistema capitalista ha fortalecido una rígida división del trabajo ahora internacionalizada que de origen produce y reproduce una profunda desigualdad económica y social como Marx y Engels lo descubrieron en su momento a través de sus estudios bajo el enfoque materialista histórico y revelado en su crítica a la ideología alemana (Marx y Engels; 1956). Así, bajo esta división, los Estados subdesarrollados se convierten en proveedores de materia prima y mano de obra barata, receptores de tecnología obsoleta y por otro lado se convierten en mercado de bienes muebles de alto valor adquisitivo como respuesta a los intereses económicos de los países capitalistas desarrollados pues no necesariamente coinciden con las verdaderas necesidades de los países con un capitalismo incipiente.

De esta manera, el turismo en la era de la globalización se convierte en un eje de acumulación capitalista del mundo moderno, debido principalmente a que el turismo como actividad económica se considera como un mecanismo de exportación, que ha sido promovido por los gobiernos de los países subdesarrollados como una supuesta “estrategia de desarrollo” que se inserta en el mercado turístico internacional con el supuesto fin de atraer inversiones para contribuir al progreso de la región. Sin embargo, observamos que para el caso de nuestro país, que las empresas trasnacionales se han agrupado en Grupos Turísticos Internacionales [GTI] (Palafox, Zizumbo y Arriaga; 2010), los cuales se integran a través de alianzas monopólicas que controlan el hospedaje, la transportación, la restauración y la oferta complementaria, y crean así los denominados enclaves turísticos (Freitag; 1994, Shaw y Shaw; 1999, Mbaiwa; 2005), “focalizando [además] el consumo turístico en una economía totalmente extranjera, de la cual los destinos del tercer mundo difícilmente serán beneficiados” (Zhao y Li; 2006: 206). Así, las multinacionales pueden crear monopolios a través de la compra de las empresas locales o sacándolas del mercado a través de las variadas estrategias de comercialización que las trasnacionales pueden costear con ayuda de la flexibilidad de la política turística que sirven para que los GTI tomen ventaja en la promoción y organización de la actividad (Fortes y Mantovaneli; 2009, Mara Mazaro y Varzin; 2008).

Lo anterior permite entender que gran parte de la fragilidad de los modelos turísticos en economías emergentes reside en la dependencia económica hacia el mercado turístico internacional y por ello resulta imprescindible e impostergable impulsar y potenciar el turismo interno, a fin de evitar la sistemática reproducción de la desigualdad que se opera bajo la fuga permanente de capitales y la sostenida evasión de tarifas arancelarias, entre otros mecanismos, que normalmente se justifican con discursos fervientes pero totalmente ilusos sobre la captación de divisas y la generación de fuentes de trabajo supuestamente estables y con salarios superiores a la media nacional.

## Apropiación, funcionalización y homogeneización del paisaje en Quintana Roo.

Desde la óptica de Sauer (1925), el paisaje está constituido por el conjunto de recursos naturales y culturales, que para el desarrollo de la actividad turística juegan el rol de materia prima. En este sentido, la apropiación del paisaje por parte del Estado se logra a través de una estrategia socioeconómica que permite la modificación de los usos del suelo y normalmente se acompaña de un discurso que destaca la posibilidad del desarrollo regional a partir del aprovechamiento de los recursos naturales y culturales bajo un modo de producción capitalista. Tal y como lo mencionan Morales y García (2002), mediante la contrarreforma al artículo 27 constitucional que abre la puerta a la privatización y, a la consiguiente desaparición del ejido, fue como se concretó la modificación del uso del suelo y, con ello, parte importante de la apropiación del paisaje en manos de grupos turísticos mayoritariamente del extranjero.

De esta manera, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) se convierte en un importante organismo coercitivo que, a través de su función como agencia de bienes raíces, al dotar de infraestructura y equipamiento, se apropia y transfiere el espacio físico para el desarrollo inmobiliario bajo hotelero, residencial y de tiempo compartido creando la figura de doble residencia para el visitante extranjero. Todo con el supuesto fin de funcionalizar el espacio para el uso y desarrollo de actividades económicas turísticas convirtiéndolo así en mercancía capaz de ser utilizada y, posteriormente, ofertada a la iniciativa privada para que ésta implante la oferta turística básica y complementaria a fin de homogeneizar el destino para proporcionar a los turistas extranjeros los servicios y comodidades que suelen encontrar en sus países de origen (Ver Foto 1).

Foto 1. Cancún 1960 - 2010.



Fuente: Elaboración propia con imágenes de [www.revistapioneros.com](http://www.revistapioneros.com) y [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)

Lo anterior responde a las tendencias neoliberales de la economía, a través de instrumentos de libre compra y venta de mercancías en cualquier parte del planeta. Benko (2000) afirma que el proceso de globalización no contribuye a la homogeneización del espacio, sino que favorece la diferenciación y especialización del territorio. El desacuerdo con Benko es debido a que la diversificación del territorio está determinada por las características del paisaje (recursos naturales y culturales), lo que va a incidir directamente en la especialización de las localidades que cuentan con escenarios de

valor paisajístico que se han transformado en zonas turísticas, como por ejemplo, Cancún, Riviera Maya, Costa Maya, Los Cabos, Loreto, Huatulco, Ixtapa, entre otros, que han aprovechado los insumos que provee el territorio para la creación de bienes y servicios dando lugar a un paisaje de tipo económico.

Así, el proceso de globalización es una herramienta del modo de producción capitalista, el cual tiene como premisa fundamental la reproducción del capital, y para ello es necesaria la apropiación, funcionalización y homogenización del paisaje para convertirlo en mercancía y que los propietarios de los medios de producción lleven a todas las regiones sus artículos, mercancías y servicios a fin de que sean adquiridos en cualquier espacio. Por ello, la homogenización se genera a fin de que los productos y servicios del turismo se conviertan en elementos que den forma al capital cultural de las personas; así mismo, son indicadores del estilo de vida y del gusto (MacCanell; 1976). En este sentido, el precio determina la categoría y clase de los establecimientos, al mismo tiempo que las empresas de servicios turísticos aprovechan las ventajas locales y regionales, a la vez que los consumidores demandan estándares globales (Meethan; 2004).

Ejemplo de lo anterior son la formación de las *Global Commodity Chains* (Clancy, 1998), dentro de las cuales los Grupos Turísticos Internacionales (GTI), como las cadenas hoteleras Marriot International, Hilton Hotels Coporation y Choice Hotel International, que crecieron en número de hoteles a nivel global (69.3%, 59.1% y 48.8%, respectivamente en los últimos catorce años), sobre todo en países con un desarrollo capitalista incipiente y con grandes desigualdades (Palafox, Zizumbo y Arriaga; 2010). casos como el anterior hacen de la actividad turística un eje de acumulación y para ello necesita apropiarse, funcionalizar y homogeneizar el paisaje; y como afirma D'Hautserre (2004), el desarrollo turístico en los destinos del tercer mundo (por ejemplo, resorts, enclaves y hoteles de estándares internacionales) perpetúan la dominación colonial de las medidas internacionales que tratan lo exótico como inferior.

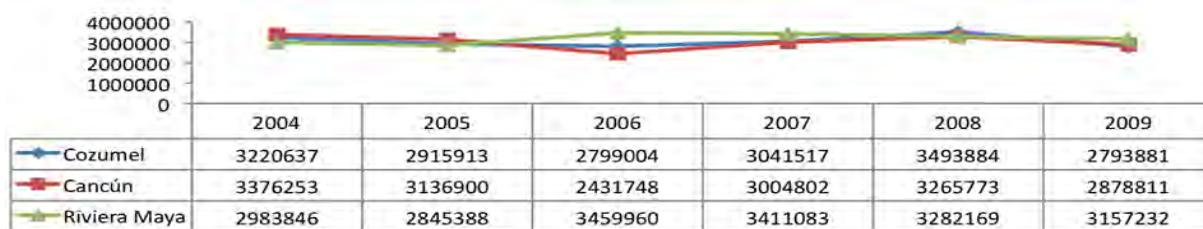
Por lo anterior, el turismo en México se ha desarrollado principalmente en zonas litorales, en las que resalta la anarquía en las construcciones y la especulación inmobiliaria, por lo que la destrucción del paisaje se volvió intrascendente (Bringas; 2002). Por otro lado, la inserción del turismo en las localidades rurales que fue impulsada mediante el endeudamiento con el Banco Interamericano de Desarrollo y otros organismos internacionales, como el Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, contribuyeron a la creación de una identidad en los pueblos a través de la occidentalización del espacio y una funcionalización del territorio mediante la construcción de vías de acceso, establecimiento de transporte público, dotación de servicios públicos, entre otros beneficios que son necesarios para el establecimiento de la infraestructura turística indispensable para la actividad y que fortalece la política económica; política que “que soslaya las implicaciones socioculturales que la actividad turística conlleva” (Ídem; 1997: p. 11). Lo anterior puede ser considerado un postcolonialismo en la medida en que supone comunidades que están condenadas a vivir en la dependencia y son normalmente estigmatizadas como subdesarrolladas y manipuladas por un colonizador o Estado desarrollado (D'Hautserre; 2004).

El proceso que lleva acabo el turismo con respecto a la apropiación, funcionalización y homogenización del paisaje para ser un eje de acumulación, está basado en la estrategia globalizadora de posicionar el pensamiento económico de apertura de mercado en el sistema identitario cultural y los patrones de consumo. Así, el turismo reordena la visión del mundo a través de imágenes, palabras y prácticas (Ídem: 242). De ahí, el discurso del Estado para colocar al turismo como prioridad nacional, con la finalidad de potenciar la llegada de empresas trasnacionales que traerán consigo el desarrollo

de las regiones y localidades apartadas. Para ello, “el territorio es organizado mediante iniciativas de desarrollo para el consumo turístico” (Terkenli; 2004: 340). Sin embargo, las consecuencias son observables en la periferia de los destinos turísticos en la pauperización de las comunidades.

El Programa Nacional de Turismo 2001 – 2006 con su visión al 2025 continúa con la estrategia de masificación de la actividad mediante la apropiación, funcionalización y homogenización del espacio, ya que a mayor número de demandantes se necesitarán más espacios propicios para el desarrollo de la actividad turística con las características que el visitante exige. En el caso de Quintana Roo, lo anterior se llevará a cabo a través del Megaproyecto Turístico de Costa Maya mediante la construcción de 68,000 habitaciones para consolidar una oferta hotelera de 113,000 cuartos de hotel, construcción de una base de cruceros<sup>2</sup>, un nuevo aeropuerto y un sistema de transporte ferroviario para la atracción de 11 millones de nuevos turistas (SECTUR; 2001). De esta manera, en 2009 el estado de Quintana Roo contaba con 80,840 habitaciones distribuidas en 851 establecimientos, es decir, 71.5% de la meta planteada por el Estado para el año 2025. Así mismo recibió 9.9 millones de turistas, 13.1% menos que el año anterior. Los turistas y visitantes a la entidad se distribuyen principalmente en tres destinos (Ver Gráfica 1). En los últimos cinco años, la distribución promedio es de la siguiente forma: Riviera Maya (30.24%), Cozumel (28.86%) y Cancún (28.59%).

**Gráfica 1. Turistas en Quintana Roo 2004 - 2009**



Fuente: Elaboración propia con datos de SEDETUR (2005 - 2010).

Quintana Roo se ha ubicado como la entidad con mayor captación de turismo internacional en el país. Recibe 46.26% del total de turistas, aunque su contribución económica no coincide con las cifras de SEDETUR (2010), debido a que el territorio contribuye con el 31.1% de las divisas por concepto de turismo, aun cuando las cifras emitidas por el organismo federal y estatal no coinciden, existiendo una diferencia de 30.9% en los datos reportados (Ver Tabla 1), lo cual indica la nula comunicación entre las instancias gubernamentales para el desarrollo de indicadores básicos de la actividad turística.

<sup>2</sup> Costa Maya es el puerto de arribo de cruceros de la Costa Sur del estado de Quintana Roo, localizado en la comunidad rural de Mahahual, el cual inició operaciones a inicios del año 2001. El destino captó 328,703 cruceristas en 2009. Sin embargo tuvo un descenso en las llegadas del 59.5% en comparación con 2006, ya que en el mes de agosto de 2007, el muelle fue destruido por el huracán Dean.



**Tabla 1. Ingresos por concepto de turismo en Quintana Roo 2009.**

Organismo	Secretaría de Turismo (SECTUR)	Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo (SEDETUR)
Divisas MDD	\$ 9,197.72	\$ 13,289.00
Diferencia	<b>30.9%</b>	

Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR (2010) y SEDETUR (2010)

En los últimos cinco años, Quintana Roo ha sido funcionalizado para el desarrollo turístico del país mediante la creación de infraestructura de acceso y servicios, la dotación de equipamiento, así mismo para el desarrollo inmobiliario y hotelero, principalmente en el CIP de Cancún, y los MT's Riviera Maya y Costa Maya mediante la inversión de \$4,295.15 millones de dólares para dichos rubros, así como el inicio de otros proyectos que no han sido concretados en Cozumel y Bacalar por su impacto ambiental en la zona de humedales por lo que se busca la flexibilidad y reforma de la Ley General de Vida Silvestre (Cfr. Palafox y Zizumbo; 2009 y Noticaribe; 2008).

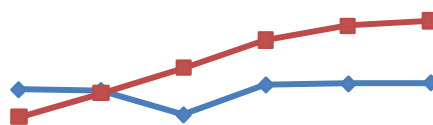
**Tabla 2. Inversión privada en Quintana Roo 2004 – 2009.**

Rubro / Año	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Inversión turística MDD	427.62	818.13	393.5	1024.9	1575.4	550.6
Total	<b>4295.15 = 22.37%</b>					

Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR (2004 – 2009).

Con base en los datos anteriores se puede observar que el crecimiento de la infraestructura hotelera de la entidad ha ido en constante crecimiento, principalmente en las zonas de interés turístico para el gobierno Federal y Estatal, es decir, Cancún y Riviera Maya (Ver Gráfica 2).

**Gráfica 2. Crecimiento de habitaciones en Cancún y Riviera Maya**



	2004	2005	2006	2007	2008	2009
—◆— Cancun	27522	27406	23854	28218	28371	28537
—■— Riviera Maya	23512	26980	30705	34765	36846	37607

Fuente: Elaboración propia con datos de SEDETUR (2004 – 2010).

Cancún y la Riviera Maya han tenido el auspicio del Estado tanto en la promoción como en el destino de las inversiones, tal y como se demuestra en la gráfica anterior mediante el crecimiento de la infraestructura hotelera en los últimos cinco años, llegando a consolidar una oferta de 66,144 habitaciones. A pesar de la reducción en la afluencia turística que tuvo Cancún por los daños ocasionados

nados por el huracán Wilma en octubre de 2005, lo cual impactó directamente en una disminución del 12.9% mientras que la Riviera Maya creció en promedio un 8.2%.

## Reflexiones finales

México ha orientado la política turística hacia la captación de divisas, por ello la creación de los Centros Integralmente Planeados y Megaproyectos Turísticos, que han creado nuevas ciudades con cinturones de miseria de gran tamaño.

El turismo ha sido para el país una fuente importante de ingresos, sin embargo el destino de estos no es claro dada la flexibilización de las políticas en torno a la inversión para el desarrollo.

Los resultados en cuanto al empleo se ponen en tela de juicio por la calidad del mismo, pues se estima que el sector turístico tiene un 67% de personal empleado sin estabilidad laboral y sistema de seguridad social, el cual no sólo cubre los servicios de salud sino todo el aparato para las pensiones.

El sistema capitalista ha aprovechado las carencias económicas de los países pobres, y normalmente los mecanismos de financiamiento para desarrollo turístico han provenido de préstamos con los organismos internacionales y han “justificado” la llegada de los Grupos Turísticos Internacionales para proveer los servicios que la sociedad capitalista desarrollada exige y verifica mediante los estándares de calidad.

Para el sistema capitalista, el paisaje es materia prima y como tal debe ser aprovechado para la generación de riqueza. Por ello, Quintana Roo, con litoral de valor paisajístico, es el espacio idóneo para el desarrollo del turismo en esta zona del país, y se ha convertido en el pilar de la oferta turística de México. Lo anterior se ve reflejado en el destino de la inversión, que para el caso de esta zona ha sido de 22.3% del total de inversión en turismo en los últimos seis años; asimismo esto ha derivado en el arribo de los GTI a la zona.

La diversidad del paisaje debería traer consigo la especialización de las comunidades y regiones. Sin embargo, para el caso costero de Quintana Roo, el paisaje ha sido utilizado como materia prima para el desarrollo de proyectos turísticos de gran tamaño y la homogenización de los destinos obedece principalmente a la satisfacción de las necesidades de la demanda norteamericana.

El Estado ha funcionado como elemento articulador del proceso de apropiación, funcionalización y homogenización del paisaje, ya que éste facilita la llegada de capitales extranjeros. De esta manera, los Grupos Turísticos Internacional y Locales a través del Estado, se apropian del espacio turístico, funcionaliza el territorio dotándole de infraestructura básica y de servicios y, después de esto los transfiere a los GTI y a otros consorcios internacionales para que funcionalicen el paisaje, el cual ahora tiene un rol económico para la apertura comercial y permanencia del modo de producción capitalista.

## Referencias bibliográficas

CLANCY, M. (1998). Commodity chains, services and developments, theory and preliminar evidence from tourism industry. **Review of International Political Economy** , 5 (1), 122-148.

- LANFANT, M. F. (1980). **Introducción:** El turismo en el proceso de internacionalización. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, XXXII (1), 14-45.
- LANGE, O. (1966). **Economía Política I.** Distrito Federal: Fondo de Cultura Económica.
- BENKO, G. (2000). **La recomposición de los espacios.** *Geographicalia*, 5-12.
- BHABHA, H. K. (1994). **The Location of Culture.** Londres: Routledge.
- BM. (2010). **Banco de México.** Retrieved Agosto 2010, 2010 from <http://www.banxico.org.mx/SielInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarSeries>
- BOURDIEU, P. (2008). **Las estructuras sociales de la economía.** Buenos Aires: Manantial.
- BRINGAS RÁBAGO, N. (1997). **Las dos caras del turismo en México:** beneficios económicos contra costos sociales, culturales y ecológicos. *Fermentum*, 89-116.
- BRINGAS RÁBAGO, N. (2002). Desarrollo turístico y dinámica de evolución de usos de suelo en el corredor costero Tijuana - Rosarito - Ensenada (COCOTREN). **IV Congreso Nacional de Investigación Turística.** Veracruz: Secretaría de Turismo.
- D'HAUTSERRE, A. M. (2004). Postcolonialism, Colonialism, and Tourism. In A. Lew, M. Hall, & A. Williams, **A Companion to Tourism** (pp. 235-245). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- DIECKOW, L. M. (2010). **Turismo. Un abordaje micro y macro económico,** Edición electrónica gratuita. Texto completo en: [www.eumend.net/libros/2010b/678](http://www.eumend.net/libros/2010b/678)
- FONATUR. (2010). Centro Integralmente Planeado Cancún. Retrieved Junio 21, 2010 from **Fondo Nacional de Fomento al Turismo:** [http://www.fonatur.gob.mx/es/Des\\_Cancun/des-cancun.asp](http://www.fonatur.gob.mx/es/Des_Cancun/des-cancun.asp)
- FONATUR. (2009, Enero 8). Fondo Nacional de Fomento al Turismo. Retrieved Julio 2010, 1 from **Comunicación Social / Boletín No. 1:** [http://www.fonatur.gob.mx/es/index\\_comunicacion.asp](http://www.fonatur.gob.mx/es/index_comunicacion.asp)
- FORTES, S., & O. MANTOVANELI (2009). **Desarrollo regional y turismo en Brasil:** políticas en el Valle Europeo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 8 (6), 655-671.
- FREITAG, T. G. (1994). Enclave tourism development: for whom the benefits roll? **Annals of Tourism Research**, 21 (3), 538-554.
- GETINO, O. (1991). **El desarrollo del turismo en América Latina.** D.F., México: Limusa.
- GRUMBERG, I., & S. KHAN (2000). *Globalization: The United Nations Development Dialogue; Finance, Trade, Poverty, Peace-Building.* New York: **United Nations University Press.**
- GUIMARÃES, R. (2005). Las perspectivas de desarrollo social ante una globalización asimétrica y con crecientes desigualdades sociales. In **ONU, The Inequality Predicament** (pp. 1-30). New York: ONU.
- MacCANELL, D. (1976). **The Tourist.** A new Theory of the Leisure Class. New York: Schocken Books.
- MANDEL, E. (1979). **El capitalismo tardío.** D.F., México: Editorial Era.
- MARA MAZARO, R., & G. VARZIN (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. **Revista de Administración Contemporánea**, 12 (3), 789-809.
- MARX, K. y F. ENGELS (1956). **La ideología alemana,** Grijalbo, México.
- MBAIWA, J. E. (2005). Enclave tourism and its socio-economic impacts in the Okavango Delta, Botswana. **Tourisma Management**, 26 (2), 157-172.

MEETHAN, K. (2004). Transnational Corporations, Globalization, and Tourism. In A. Lew, M. Hall, & A. Williams, **A Companion to Tourism** (pp. 110-121). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.

MORALES, J., & A. GARCÍA DE FUENTES (2002). Dimensión regional de la recesión. In R. Delgado Wise, C. Galindo, L. González Souza, A. Guillén, J. Merced González, J. Morales, et al., **México en el primer año del gobierno de Vicente Fox** (pp. 85-120). D.F.: Miguel Ángel Porrúa - Universidad Autónoma de Zacatecas.

NOTICARIBE (2008, Noviembre 30). **Costa Maya Magazine**. Retrieved Junio 29, 2010 from Costa Maya Magazine: <http://www.costamayamagazine.com/mahahual-majahual/magazine/news-noticias/112-mantendra-fonatur-suspendido-proyecto-grand-costa-maya.html>

PALAFX MUÑOZ, A., & L. ZIZUMBO VILLARREAL (2009). **Distribución territorial y turismo en Cozumel, estado de Quintana Roo, México**. Gestión Turística, (11), 69-88.

PALAFX MUÑOZ, A., L. ZIZUMBO VILLARREAL & E. ARRIAGA ÁLVAREZ (2010). **El turismo como eje de acumulación: el caso del sector hotelero de México**. Multiciencias, 10 (2).

SCHLÜTER, R. (2008). **Turismo: una visión integradora**. Buenos Aires: CIET.

SAUER, C. (1925). **The Morphology of Landscape**. Publications in Geography, 19-54.

SECTUR. (2009). Resultados de la actividad turística Enero - Diciembre 2008. Distrito Federal: **Secretaría de Turismo**.

SECTUR. (2010). Resultados de la actividad turística Enero - Diciembre 2009. Distrito Federal: **Secretaría de Turismo**.

SEDETUR. (2010). Indicadores Turísticos 2009. Chetumal: **Secretaría de Turismo del estado de Quintana Roo**.

SHAW, B. J., & G. SHAW (1999). Sun, sand and sales: enclave tourism and local entrepreneurs in Indonesia. **Current Issues in Tourism**, 2 (1), 68-81.

TERKENLI, T. (2004). Tourism and Landscape. In A. Lew, M. Hall, & A. Williams, **A Companion to Tourism** (pp. 339-348). Oxford: Blackwell Publishing Ltd.

WTTC. (2010). Progress and Priorities 2009 - 2010. Londres: **World Travel and Tourism Council**.

WTTC. (2009). Travel and Tourism Economic Impact. Londres: **World Travel and Tourism Council**.