

Treinta Años de Transformaciones en Cozumel. El Turismo como Eje de Acumulación

Alejandro Palafox Muñoz
Universidad de Quintana Roo

Resumen

Antes de convertirse en un destino turístico, la isla de Cozumel basaba su economía en las actividades primarias, sobre todo en el intercambio y autoconsumo de las mercancías cosechadas o producidas. Con la llegada del turismo como actividad económica con fuerte generación de ingresos económicos y fuentes de empleo, la comunidad tornó su quehacer al tercer sector, ya que la actividad turística se convertía en el pilar para el desarrollo de la localidad. La hotelería y el turismo de cruceros son los segmentos más importantes para la localidad, lo cual ha llevado a la conformación de Grupos Turísticos Locales, los cuales prestan una diversidad de servicios propios de la actividad turística, llegando en algunos casos a monopolizar la actividad. El presente artículo tiene como finalidad analizar al turismo como eje de acumulación económica a partir de la entrada del neoliberalismo como estrategia capitalista, así como las modificaciones que dicha actividad conlleva.

Palabras Clave: Cozumel, Turismo, Transformaciones, Eje de Acumulación.

Clasificación JEL: P1, P16.

Abstract

Before becoming a tourist destiny, the island of Cozumel based its economy on the primary activities, mainly in the interchange and own consumption of the harvested or produced merchandise. With the arrival of the tourism like economic activity with strong generation of economic income and employment, the community returned its task to the third sector, since the tourist activity became the source for the development of the locality. The hospitality and the tourism of cruises are the most important segments for the locality, which has taken to the conformation of Local Tourist Groups, which lend a diversity of own services of the tourist activity, arriving in some cases to monopolize the activity. The present article has like purpose of analyzing to the tourism like axis of economic accumulation from the entrance of the neoliberalism like capitalist strategy, as well as the modifications that this activity entails.

Key Words: Cozumel, Tourism, Transformations, Axis of Accumulation.

JEL Classification: P1, P16.

Artículo recibido mayo de 2010 y aceptado en septiembre de 2010.

1. INTRODUCCIÓN

Con el modelo neoliberal y la globalización económica como instrumento que ha ido permeando en las economías con diversas carencias infraestructurales y de servicios, la competencia ha desplazado las iniciativas locales y generado amplias desigualdades que han ido en detrimento de la pobreza y el enriquecimiento de un sector pequeño de la población. En este sentido, el sector servicios ha tenido un amplio crecimiento a partir de ello, y el turismo especialmente ha contribuido a la expansión del modelo a fin de reproducir el capital, a través de la globalización apoyada por el Estado mediante la construcción de infraestructura que ha facilitado la llegada de transnacionales que se ubican principalmente en las ciudades con alta demanda de servicios.

En el caso del sector turismo, la actividad enlaza cierto número de empresas entre las que destaca el alojamiento, la transportación, las tour operadoras, los servicios de restauración, entre otros (Clancy; 1998 y 2002), mismos que conforman la oferta turística complementaria dando lugar a la formación de las Global Commodity Chains (GCC), en el ámbito comercial, al cual el turismo no está exento.

En la actividad turística, las GCC buscan satisfacer las necesidades de los viajeros internacionales, mismos que han ido en crecimiento y a través de su gasto, hoy en día contribuyen con el 9.2% del Producto Interno Bruto Mundial y la creación de 1 de cada 12.3 empleos globales (WTTC; 2010). Sin embargo, gracias a la globalización, el turismo no es ajeno al impacto de los problemas internacionales, y la afluencia turística ha ido en detrimento un 6% en comparación con el año anterior, teniendo como resultado el movimiento de 880 millones de turistas internacionales en el 2009 (OMT; 2010), ésta actividad se ha visto altamente desarrollada en Latinoamérica y el Caribe, presentando alta dependencia del sector para el desarrollo económico del país.

Las GCC se presentan claramente en el sector hotelero, y a fin de particularizarlos se les ha denominado Grupos Turísticos Internacionales (GTI), ya que dichos GTI tienen presencia mundial al amalgamar una diversidad de empresas prestadoras de servicios, aunque a nivel local, su presencia y desenvolvimiento se ha replicado formando los Grupos Turísticos Locales (GTL), mismos que son empresas de capitales locales que han agrupado una variedad de servicios relacionados directamente con el sector turismo y para el caso de Cozumel enlazados con el poder político.

De acuerdo con Cordero (2004), en el marco de la globalización, el turismo se ha convertido en una fuente de ganancias extraordinarias, dado que los capitales se mueven hacia territorios donde se pueden multiplicar, mediante el aprovechamiento de las desigualdades y la centralización de los capitales a través de la «integración vertical de grandes compañías, transnacionales y conglomerados» (p. 22).

2. PANORAMA GENERAL DEL TURISMO COMO EJE DE ACUMULACIÓN

El turismo se presenta como un tema cada vez con mayor presencia en los países Latinoamericanos. La actividad turística se ha establecido como un eje de acumulación mediante el aprovechamiento de las debilidades de las economías menos desarrolladas en diversos ámbitos, entre ellas: la infraestructura de apoyo al turismo y servicios básicos, la cual es aprovechada por los Estados desarrollados a fin de establecer en las localidades receptoras, los servicios y condiciones que el visitante extranjero tiene en sus lugares de origen. Para ello, el turismo se convierte en el objeto que provoca la sinergia para que la economía de libre mercado desarrolle la incesante compra y venta de mercancías a través de la explotación directa de la naturaleza (Cordero; 2004).

En este sentido, la organización del turismo en el marco del capitalismo subraya algunas características que permi-

tirán desarrollar el análisis con respecto a su funcionamiento y expansión en las localidades capitalistas emergentes. En primera instancia está la formación de encadenamientos productivos, entre ellos se destaca la integración de los GTI, los cuales se han expandido con éxito en Latinoamérica, Asia y África, principalmente mediante la prestación del servicio de hospedaje, ampliando y diversificando su accionar en otras áreas de la oferta turística complementaria como restaurantes, consultoras, agencias de viajes, entre otros.

Al turismo se le visualiza como una actividad económica que contribuye en la captación de divisas, generador de empleos y contribuye en el desarrollo de otros sectores productivos. Así mismo basa su existencia a través del uso de los recursos naturales y culturales de forma simultánea o separada, así como de la influencia que éstos tienen en las personas por dicho escenario, lo que origina un desplazamiento y por ende una estancia. Para la satisfacción de dichas necesidades se tiene como resultado la creación de infraestructura básica y de apoyo a la actividad, con el fin de resolver los requerimientos de alojamiento, alimentación, transportación y recreación; mismos que son atendidos por empresas trasnacionales estructuradas para tal fin y en algunos casos por inversionistas locales y nacionales. En el ámbito global, el crecimiento de las cadenas hoteleras ha sido acelerado, dando lugar a dos tipos de oferta: la de hospedaje y bienes raíces (ver Tabla 1).

TABLA 1. CRECIMIENTO DE LOS GTI EN EL MUNDO

GTI	PRINCIPALES MARCAS	HOTELES EN 1995	HOTELES EN 2009
Accor International Hotels	Ibis, Formule 1, Novotel, Sofitel, Ticket Restaurant y Ticket Alimentación	2 378	4 031
Best Western International	Best Western	3 462	4 200
Carlson Hospitality Worldwide	Radisson, Regent, Country Inn, T.G.I. Fridays, Pick Up Stix, Carlson Wagonlit Travel, Carlson Marketing y Carlson Real State.	383	548
Choice Hotels International	Clarion, Comfort Inn, Comfort Suites, Econo Lodge, Quality, Rodeway Inn.	2 984	5 827

Grupo Posadas	Fiesta Inn, Fiesta Americana, One Hotels, Global Go, Cesar Park, Cesar Bussines, Conectum, Konexo, Mexicana.	35	111
Hilton Hotels Corporation	Hilton, Conrad, Embassy, Hampton, Waldorf—Astoria.	219	514
Hyatt Hotels Corporation	Hyatt y Aldaz.	172	207
Intercontinental Hotels Group	Intercontinental Hotels, Crowne Plaza, Holiday Inn, Priority Club Rewards, Índigo.	2275	4 186
Marriot International	Courtyard, J.W. Marriott, Marriott Hotels and Resorts, Ritz Carlton.	976	3 178
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	Sheraton, Four Points, W Hotels, Meridien, Westin, St. Regis.	590	968
Wyndham Corporation	Days Inn, Howard Johnson, Ramada, RCI, Landal.	N.D.	7 043

Fuente: elaboración propia con información de Clancy (1998), Accor (2009), Best Western Inc. (2009), Carlson Hospitality Worldwide (2009), Hilton Hotels Corporation (2009), Choice Hotels International (2009), Intercontinental Hotel Group (2009), Hyatt Hotels Corporation (2009), Intercontinental Hotels Group (2009), Marriot International (2009), Starwood Hotels & Resort Worldwide (2009) y Windham Worldwide Corporation (2009).

Las empresas internacionales de la tabla anterior son en su mayoría de origen Norteamericano [Best Western, Carlson Hospitality Worldwide, Choice Hotels International, Hilton Hotels Corporation, Hyatt Hotels, Marriot International, y Starwood Hotels & Resorts Worldwide (72%)], Inglés [Intercontinental Hotels Group y Wyndham Corporation (18%)], Francés [Accor (9%)] y Mexicano¹¹ [Grupo Posadas (9%)]. Lo anterior, evidencia la estructura del modo de producción capitalista, el cual se establece en localidades con desigualdades y que dichas empresas solventan mediante la inversión promovida por la superestructura turística y económica, es decir, la Organización Mundial del Turismo, Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional, entre otros (Cfr. Lanfant, 1980).

Asimismo, se muestra la expansión que tienen los GTI en el mundo, lo anterior bajo el fortalecimiento de una política económica de apertura de mercados y preferencia a las

11 Se incluye el Grupo Posadas de México por su presencia en el territorio nacional, el cual ha ampliado su mercado en Latinoamérica, específicamente en Brasil, Argentina y Chile.

inversiones extranjeras, las cuales han acaparado el territorio costero para satisfacer una demanda en crecimiento, misma que es motivada por el modelo económico en vigor. Entre los GTI con mayor crecimiento en los últimos catorce años destacan: Marriot International (69.3%), Hilton Hotels Corporation (59.1%) y Choice Hotel International (48.8%).

En este sentido, Mandel (1979) afirma que la expansión de servicios capitalistas responde a la propagación de las fuerzas sociotécnicas y científicas de la producción, así como el crecimiento de las necesidades culturales y civilizadoras de los productores, con el propósito de establecer una ideología de consumo propia de los países capitalistas desarrollados, la cual tiene en consecuencia un creciente desperdicio de bienes materiales y una enajenación por adquirir bienes y servicios propios de las esferas de consumo capitalistas. Para ello, los GTI aprovechan los desniveles entre los países desarrollados y aquellos con un capitalismo tardío, con el objetivo de funcionalizar los espacios para el desarrollo de la actividad turística mediante la construcción de infraestructura de acceso, equipamiento para la estadía y servicios alternos. De esta forma, América Latina se constituye en el escenario propicio para la expansión de las fuerzas productivas a través del turismo como eje de acumulación económica (ver Tabla 2).

TABLA 2. LOS GTI EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

GTI	PAÍS	HOTELES EN 2009	HOTELES DE PLAYA
Accor International Hotels	Argentina, Brasil, Chile, México, Uruguay.	184	22
Best Western International	Argentina, Bahamas, Belice, Brasil, Costa Rica, Chile, Ecuador, Guatemala, Guayana Francesa, México, Nicaragua, Perú, Puerto Rico, Saint Thomas, Surinam, Uruguay, y Venezuela	120	14
Carlson Hospitality Worldwide	Argentina, Bahamas, Belice, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, El Salvador, Islas Turcas y Caicos, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, St. Martin y Uruguay.	43	6

Choice Hotels International	Antillas Holandesas, Bahamas, Brasil, Costa Rica, y Caicos, El Salvador, Guatemala, Honduras, Islas Caimán, Islas Turcas, México, Puerto Rico y República Dominicana,	95	9
Grupo Posadas	Argentina, Brasil, Chile, Estados Unidos de Norteamérica y México.	111	28
Hilton Hotels	Antillas Holandesas, Argentina, Bahamas, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Perú, Puerto Rico, Trinidad y Tobago, Uruguay, y Venezuela.	47	10
Hyatt Hotels Corporation	Antillas Holandesas, Argentina, Aruba, Brasil, Chile, México, Puerto Rico y Trinidad y Tobago.	13	7
Intercontinental Hotels Group	Argentina, Aruba, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, El Salvador, Guatemala, Ecuador, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Trinidad y Tobago, Uruguay, y Venezuela.	250	25
Marriott International	Argentina, Aruba, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, Islas Caimán, México, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, St. Kitts, St. Thomas y Venezuela,	59	20
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	Argentina, Aruba, Bahamas, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, Guatemala, Gran Caimán, México, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, St. Martin y Uruguay.	76	20
Wyndham Corporations	Antillas Holandesas, Argentina, Bahamas, Brasil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Islas Caimán, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, St. Thomas, Uruguay, y Venezuela,	123	27

Fuente: elaboración propia con información de Accor (2009), Best Western Inc. (2009), Carlson Hospitality Worldwide (2009), Hilton Hotels Corporation (2009), Choice Hotels International (2009), Intercontinental Hotel Group (2009), Hyatt Hotels Corporation (2009), Intercontinental Hotels Group (2009), Marriott International (2009), Starwood Hotels & Resort Worldwide (2009) y Windham Worldwide Corporation (2009).

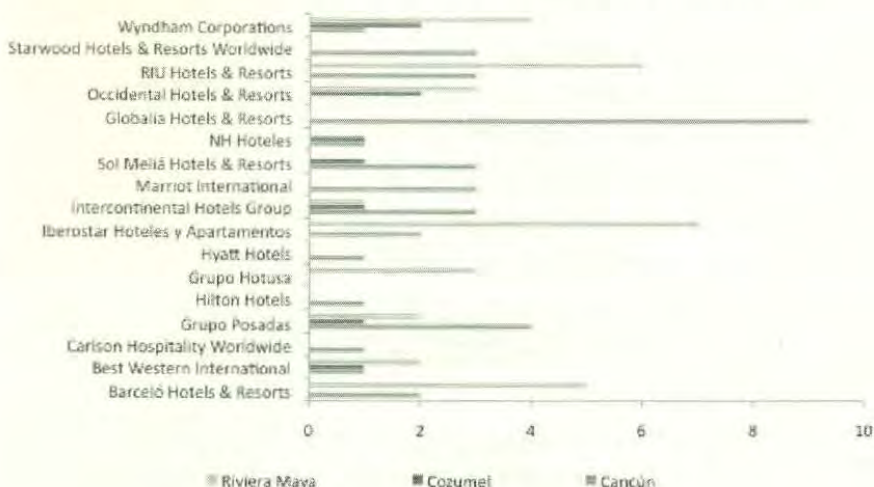
Los GTI se han instalado principalmente en las ciudades más importantes de América Latina, así como en el espacio costero para el desarrollo del turismo, y de esta manera proveer espacios recreativos principalmente para los tres mercados emisores de turismo internacional (Estados Unidos de Norteamérica, España y Francia), los cuales suman

en total 227.3 millones de turistas (SECTUR; 2009) equivalente al 22.8% del total del mercado turístico mundial.

De la demanda turística global, Latinoamérica y el Caribe captan el 4.9% del total, es decir 49.3 millones de turistas, los cuales se distribuyen de la siguiente manera según datos de la OMT (2009): El Caribe [20.2], América Central [8.3] y América del Sur [20.8]. En este mismo orden de ideas, en el año 2009, México recibió 21.4 millones de turistas internacionales, es decir 43.4% de la demanda en la región, de los cuales, el estado de Quintana Roo absorbió 9.97 millones de turistas, lo que representa el 46.5% de la demanda internacional que arriba al país y 20.2% del área comprendida en Latinoamérica y El Caribe. Conjuntamente, la entidad cuenta con una infraestructura de 80,840 habitaciones de hotel, lo que representa el 13.8% de la oferta hotelera nacional (Cfr. SEDETUR; 2010, CNT; 2008).

Sin embargo, el proceso de apropiación del espacio para el desarrollo turístico no ha tenido límites en el estado de Quintana Roo, en 1999 la infraestructura hotelera del estado era de 44,025 habitaciones repartidas en 542 establecimientos a la fecha la entidad suma 849 hoteles (Cfr. SEDETUR; 1999 y 2010), de los cuales el 4.4% pertenecen a los GTI, dichos hoteles se encuentran en los destinos de Cancún (18), Riviera Maya (8), Cozumel (5), Chetumal (3), Tulum (1) e Isla Mujeres (1). Su participación es menor en comparación a la realizada por las empresas españolas que se han posicionado en la región, lo anterior por el 43% de la inversión extranjera directa (675 millones de dólares) en el país proviene de España, sólo en el año 2008. De esta manera, las cadenas hoteleras españolas Iberostar Hoteles y Apartamentos, Barceló Hotels & Resorts, Sol Meliá Hotels & Resorts, NH Hoteles, RIU Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts, Globalia Hotels & Resorts y Grupo Hotusa dominan la oferta hotelera del estado de Quintana Roo con 48 establecimientos (Ver Gráfico 1) localizados en Cancún (20), Riviera Maya (25) y Cozumel (3).

GRÁFICO 1. DISTRIBUCIÓN DE HOTELES DE LOS GTI EN QUINTANA ROO



Fuente: elaboración propia.

Con los datos ofrecidos se plasma el rol que juega el turismo como eje de acumulación económica, mediante el uso de los recursos naturales y culturales como atractivo turístico. Lo anterior se afirma debido a que el desarrollo turístico de la entidad comenzó en 1969 con el desarrollo del Centro Integralmente Planeado de Cancún y se intensificó con los Megaproyectos Turísticos Riviera Maya y Costa Maya a principios del año 2000. Como resultado, la infraestructura hotelera del estado de Quintana Roo, está focalizada en tres sitios: la Riviera Maya tiene 37,607 habitaciones, Cancún 28,537 y Cozumel 4,355 cuartos de hotel, es decir 87.2% de la oferta hotelera de la entidad.

3. EL TURISMO COMO EJE DE ACUMULACIÓN EN LA ISLA DE COZUMEL... 30 AÑOS DE CAMBIOS

La isla de Cozumel antes de la década de los sesenta tenía una actividad económica vinculada a la sustracción y exportación de chicle, y la extracción de copra de coco, por lo que la población económicamente activa estaba vinculada al sector primario. Su relación con los recursos

naturales era prácticamente para el autoconsumo y el intercambio de productos.

El crecimiento comercial atribuido a la exportación del chicle provocó el nacimiento de la hotelería en la localidad, la cual tiene sus inicios con el Gran Hotel Louvre (1924), el Hotel Yuri (1932) y el Hotel Playa (1938). Sin embargo, la crisis de la resina provocó el cierre de los mismos a principios de la década de los años cuarenta. Para la finales de la década de los 50's, el turismo es visto como detonante para el crecimiento económico de la isla, ya que el arribo de visitantes comenzó a intensificarse para el disfrute de los recursos naturales propios de la localidad (arrecifes, sol y arena). Lo anterior, motivó la inversión de capitales locales para reiniciar el desarrollo de la infraestructura hotelera que atendiera las demandas del turismo extranjero, por lo que en 1957 William Chamberlain abre el Hotel Maya Luum, Fernando Barbachano apertura el Hotel Caribe Isleño y, Miguel Joaquín reinaugura el Hotel Playa considerado el mejor hotel de la época por la variedad de servicios que prestaba (asoleadero, bar y alberca).

En la década de los sesenta se tiene un crecimiento importante de la oferta hotelera, particularmente con inversión local, por lo que aparecen en la escena comercial los hoteles: Martín, Candela, López, Marlín, Yoly, Aguilar, Coldwell, Linda Mar, Dorado, Pirata, Pepita, Cantarell, Las Cabañas del Caribe, Cozumel Isleño y Playa Azul, este último considerado el primer hotel orientado a la demanda turística. Paralelo al crecimiento de infraestructura para el hospedaje y la necesidad de alimentación para los visitantes comenzó la apertura de establecimientos de alimentos y bebidas tales como El Capitán Candela, Casa Denis, Restaurante Chichén-Itzá, Pepe's y Palmeras.

Para 1970, se apertura el Hotel Presidente Intercontinental Cozumel (en esa época firma paraestatal), así como los hoteles: Mara, Flores, El Cozumeleño, Barracuda, Antillano, Mayan Plaza, Vista del Mar, Bahía, Maya Cozumel, El Marqués, Marycarmen, El Galápagos Inn, Peregrino, Villa

Blanca, Paraíso Caribe y Saolima, así como Suites Elizabeth, y las posadas: Lety y Cozumel. En esta misma década, está en plena construcción Cancún, por lo que en la década de los 80's, Cozumel y Cancún agrupaban el 83% de la oferta hotelera del estado de Quintana Roo (Xacur; 1998 citado en Palafox y Zizumbo; 2009).

El desarrollo turístico de la década de los ochenta por parte del gobierno federal y estatal priorizaba la ampliación del Centro Integralmente Planeado de Cancún, y en la ínsula comienza una fuerte inversión no sólo de infraestructura básica [instalación del drenaje de desechos en toda la zona urbana] sino también de apoyo al turismo con el comienzo de las operaciones del Muelle Internacional y la construcción del pequeños embarcaderos para los tours de buceo, lo que daba una muestra de la nueva actividad predominante en la localidad. Esta década marca el comienzo de un nuevo segmento de turismo para la isla: los cruceros, a finales de este período, Cozumel tenía el primer lugar en el número de recepción de navíos, contabilizando de 1981 a 1989 un total de 3,312 cruceros turísticos (Palafox y Zizumbo; 2009).

Con el arribo de un mayor número de turistas a la isla, se condujo a la migración de personas a la localidad para insertarse en el sector laboral turístico, debido en gran medida a la construcción de infraestructura de comunicación para la recepción de cruceros, por lo que entre 1997 y 2002 inician operaciones los muelles de Puerta Maya y Punta Langosta; con ello, Cozumel tiene capacidad para recibir nueve cruceros y dar servicio a 2.3 millones de pasajeros en promedio al año (Ver Gráfico 2).

GRÁFICO 2. VISITANTES Y TURISTAS EN COZUMEL 2000-2009



Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo de Quintana Roo (2010).

A pesar del cambio de segmento de mercado, el sector hotelero continuo creciendo en lo referente a la recepción de turistas, y con la finalidad de mantenerse en el mercado caribeño modificó su servicio al modelo *all inclusive*, el cual contiene por una sola tarifa, el servicio de hospedaje, alimentos y bebidas, y servicios turísticos complementarios (González y Palafox; 2007), el cual de acuerdo con Alegre y Llorenç (2006), no es un producto nuevo sino la reorganización de uno ya existente.

De esta manera, a partir de la década de 1990, los hoteles de cadena Fiesta Americana Cozumel, El Cid La Ceiba, Park Royal Cozumel, Iberostar Cozumel, Occidental Grand Cozumel, Occidental Cozumel, Meliá Cozumel, Wyndham Cozumel, Palace Cozumel, así mismo algunos establecimientos de firmas locales tales como: El Cozumelleño, Reef Club Cozumel (ahora Wyndham) y Cozumel & Resort ofrecen la modalidad *all inclusive* y Plan Europeo.

A pesar del masivo arribo de llegadas a la ínsula a través de los cruceros, su derrama económica no es mayor a la contribuida por el turismo de pernocta, el cual con un porcentaje promedio de participación del 17.5% constituye en promedio el 58.1% de los ingresos económicos por este concepto (ver Tabla 3).

TABLA 3. INGRESOS ECONÓMICOS EN COZUMEL POR CONCEPTO DE TURISMO 2000–2009

AÑO	IN-FLA-CIÓN %	NO. DE TURIS-TAS	GAS-TO X TURIS-TA (\$)	DE-RRAMA (MDD)	NO. DE CRUCE-RISTAS	GASTO X CRU-CERIS-TA (\$)	DE-RRAMA (MDD)
2000	8.9	421,541	538.00	226.78	1,504,604	82.00	123.37
2001	4.4	455,620	561.67	255.92	1,595,362	85.60	136.56
2002	5.7	383,676	593.68	227.78	2,343,135	90.47	211.98
2003	3.9	332,829	616.84	205.30	2,709,613	94.00	254.70
2004	5.1	418,598	648.30	272.37	2,802,039	98.80	276.84
2005	3.3	396,734	669.69	265.68	2,519,179	102.06	257.10
2006	4.0	446,961	696.48	311.29	2,352,043	106.14	249.64
2007	3.7	553,327	722.25	399.64	2,488,190	110.07	273.87
2008	6.2	924,451	767.03	709.81	2,593,723	116.89	300.34
2009	6.4	572,153	816.11	466.93	2,265,021	124.37	322.58
Total		4,905,890		3,341.50	23,122,909		2,406.98

Fuente: elaboración propia con información de Banco de México (2010), SEDETUR (2000-2010), APIQRoo (2010).

Las cifras anteriores resultan contradictorias a la política turística tendiente a impulsar con mayor énfasis la llegada de cruceros en lugar de promocionar y difundir la estancia en la ínsula, principalmente porque es económicamente más favorable y la riqueza se distribuye mejor entre la población, que a diferencia del turismo de cruceros, el cual únicamente beneficia al sector del transporte público y al comercio establecido en el malecón costero de la Zona de Apropiación Turística Centro, además de poner en discusión el impacto ambiental del turismo de cruceros, ya que teniendo en cuenta que un buque con capacidad para tres mil pasajeros puede llegar a generar 1,000 toneladas de residuos, divididas principalmente en aguas grises, negras, oleosas de sentinas; basura, residuos sólidos y tóxicos (Nowlan e Kwan; 2001 citado por Palafox y Zizumbo, 2010: 281).

Se infiere que la política turística de promoción al turismo de cruceros está ligada a la conformación de los GTL (ver Tabla 4), los cuales han diversificado la gama de empresas con la finalidad de acaparar el mercado y de algún

modo han limitado la llegada de empresas trasnacionales. Así mismo, es notorio el cambio en las costumbres y la comercialización de las mismas, entre las que sobresalen el Carnaval de Cozumel y la Fiesta de El Cedral, mismas que son promovidas principalmente por las empresas cerveceras de la localidad.

TABLA 4. GRUPOS TURÍSTICOS LOCALES DE COZUMEL

FAMILIA	EMPRESA	TIPO DE EMPRESA
Joaquín	Comercial Joaquín	Perfumería y Regalos
	El Cozumeleño	Hospedaje
	Sol Cabañas del Caribe	Hospedaje
	Gasolineras	Combustible
	Pama	Perfumería y Joyería
	Hotel Playa Azul	Hospedaje
	Renta de locales comerciales	Joyerías y otros
Becerra	Palmeras	Alimentos y Bebidas
	Pepe's Grill	Alimentos y Bebidas
	T—Shirt Factory	Ropa y Artesanías
	Suites Bahía	Hospedaje
	Hotel Colonial	Hospedaje
	Hotel Casa Mexicana	Hospedaje
	Silver Emporium	Joyería y Artesanías
	Viva México Discoteque	Alimentos y Bebidas
	Viva México	Joyería y Artesanías
Renta de locales comerciales	Tapetes Turcos	
Molina	Transcribe	Transportadora Marítima de Pasajeros y Mercancías
	Barcos México	Transportación Marítima de Pasajeros
	Muelle Punta Langosta	Atraje de cruceros
	Pelicanos Tours	Tour Operadora
	Playa Mía	Club de Playa
	5 T.V.	Televisora
González	Fundación de Parques y Museos de Cozumel	Parques Eco-turísticos
	Hotel El Pirata	Hospedaje
	Hotel Meliá Cozumel	Hospedaje
	Subway	Comida rápida
Marrufo	Coca - Cola y Pepsi	Distribuidoras de refrescos
Villanueva	Cervecería Cuauhtémoc y Cervecería Modelo	Distribuidoras de bebidas alcohólicas

Fuente: elaboración propia.

En la Tabla anterior se puede observar la diversidad de

empresas que han agrupado los GTL, los cuales están directamente vinculados con la actividad turística, no sólo en la prestación del servicio de hospedaje sino a través de tour operadoras, servicios de transportación, restauración y comercio en general. Con lo anterior, se revelan las características del modo de producción capitalista, en donde los medios de producción son propiedad de cierto sector de la sociedad y el resto de la población trabaja como asalariados y utilizan los medios de producción propiedad de los capitalistas, empleando un gran número de trabajadores con acentuada cooperación y división del trabajo. De esta manera, la propiedad capitalista «favorece la acumulación... y presta poderosos incentivos al progreso técnico» (Lange; 1966: 29).

Igualmente, el poder económico está estrechamente vinculado al poder político, el cual, en territorios tan limitados en extensión y población son perceptibles, tal es el caso de Cozumel, ya que los GTL tienen representantes que detentan cargos públicos a nivel federal, estatal y municipal (ver Tabla 5).

TABLA 5. RELACIÓN DE LOS GTL CON LA POLÍTICA NACIONAL

GRUPO TURÍSTICO LOCAL	CARGO PÚBLICO	NOMBRE
Joaquín	Senador	Pedro Joaquín Coldwell
	Diputado Federal	Gustavo Ortega Joaquín
	Diputado Federal	Carlos Manuel Joaquín González
	Diputado Local aspirante a Presidente Municipal	Aurelio Joaquín González
González	Gobernador	Félix González Canto
	Presidente Municipal	Juan Carlos González Hernández
Marrufo	Aspirante a Diputado Local	Freddy Marrufo Martín

Fuente: elaboración propia.

Finalmente, podemos asegurar que el turismo se ha posicionado en Cozumel como un eje de acumulación económica, y de acuerdo con las características del modo de producción capitalista y utilizando a la globalización como instrumento para su reproducción, la propiedad de

los medios de producción se encuentra en la minoría de la población. Así mismo, la monopolización de los medios de producción tienen un impacto directo en la estructura, ya que la economía local y nacional apuesta al crecimiento turístico como única vía de desarrollo en las zonas costeras del Estado.

4. CONCLUSIONES

A partir del neoliberalismo, el sector servicios de la mano de la globalización ha incrementado los ingresos económicos, principalmente en el sector turístico, en donde las empresas trasnacionales de origen norteamericano llegan a monopolizar la oferta hotelera de la región Latinoamericana y el Caribe.

Los GTI tienen una alta presencia en la región de América Latina mediante las empresas que han constituido para el desarrollo del sector turismo, las cuales van desde hoteles hasta agencias de viajes, lo que tiende a consolidar al turismo como un eje de acumulación, además de provocar la fuga de ingresos económicos debido a que estos no permanecen en los países de la región dado el origen de las empresas. Como resultado y premio de consolación, es la generación de empleos de mala calidad, dado que al menos en México, el 67% de los puestos de trabajo no cuentan con servicios de salud.

México es sin duda el principal promotor del turismo como eje de acumulación, debido a que cuenta con la mayor infraestructura hotelera de la región, así mismo recibe el 59.6% de la demanda turística internacional y el estado de Quintana Roo concentra el 39% del total de turistas que ingresan al país.

En Quintana Roo, los GTI no cuentan con una presencia tan importante como las empresas turísticas españolas, debido a que la mayor parte de la inversión extranjera directa por turismo proviene de España, por ello los GTI han minimizado su impacto, sin embargo, las cadenas hoteleras

españolas han consolidado su permanencia al edificar 48 hoteles de categoría superior.

El encadenamiento empresarial ha sido la estrategia que han seguido los GTI, misma táctica que han empleado los GTL en la isla, lo cual ha permeado en la creación de empresas turísticas y de servicio de todo tipo: hoteles, restaurantes, transportadoras, arrendadoras, entre otros.

El análisis de los ingresos económicos del turismo de cruceros en la isla de Cozumel ha revelado que éste tipo de turismo no es el que más conviene a la localidad, principalmente porque aportan un porcentaje menor al turismo de pernocta de la ínsula. La llegada masiva de cruceristas impacta únicamente a los comercios de la región costera, sin embargo aquellos que vienen a disfrutar de una estancia más larga contribuyen con el 57% de las divisas que ingresan por esta actividad a través de un 17% del total de visitantes, por lo que sería pertinente intensificar la promoción de la estancia en Cozumel, además de repensar la dirección del turismo en la localidad, así como diversificar la economía del lugar a fin de no depender totalmente del turismo.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Accor (2009): *Accor is on Course: 2008 Annual Report*. Paris: Accor.
- Alegre, J., & Llorenç, P. (2006): «El Paquete Turístico de Todo Incluido: Un Análisis de sus Implicaciones para el Caso de las Islas Baleares. *DEA Working Paper* (17), pp. 1-33.
- APIQRoo. (2010): *Administración Portuaria Integral de Quintana Roo*. Recuperado el 16 de Abril de 2010, de Estadísticas: <http://www.apiqroo.com.mx/CGI-BIN/espanol/estadisticas.php>
- Banco de México (2010): *Banco de México*. Recuperado el 16 de Abril de 2010, de Portal Especializado de Inflación: <http://www.banxico.org.mx/PortalesEspecializados/inflacion/inflacion.html>

- Best Western International Inc. (2009): *Best Western 2008 Annual Report*. Phoenix: Best Western International Inc.
- Carlson (2009): *Global Portfolio Information*. Minneapolis. Carlson Hospitality Worldwide.
- Choice Hotels International. (2009): *Choice Hotels International 2008 Annual Review*. Silver Spring: Choice Hotels International.
- Clancy, M. (1998): «Commodity Chains, Services and Developments, Theory and Preliminar Evidence from Tourism Industry. En *Review of International Political Economy*, 5 (1), pp. 122-148.
- Clancy, M. (2002): «The Globalization of Sex Tourism and Cuba: A Commodity Chains Approach». En *Studies in Comparative International Development*, pp. 63-88.
- CNT (2008): *La industria del hospedaje en México 2007*. D.F., México: Confederación Nacional Turística.
- Cordero, A. (2004): *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: el caso del turismo*. San José, Costa Rica: FLACSO.
- González Herrera, M. y Palafox Muñoz, A. (2007): «Hoteles Todo Incluido en Cozumel: Aproximación a la Sustentabilidad como Elementos Competitivo del Destino». En *Turismo em Análise*, 18 (2), pp. 220-244.
- Hilton Hotels Corporation (2009): *Growing Brand Globally 2008 Annual Report*. Beverly Hills. Hilton Hotels Corporation.
- Hyatt Hotels Corporation (2009): *2009 Annual Report*. Chicago. Hyatt Hotels.
- International Hotel Group (2009): *IHG Annual Report and Financial Statements 2008*. Denham: International Hotel Group.
- Lanfant, M. F. (1980): «Introducción. El Turismo en el Proceso de Internacionalización». En *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, Vol. XXXII, No. 1, pp. 14-45, UNESCO, Francia.

- Lange, O. (1966): *Economía Política I*. Distrito Federal: Fondo de Cultura Económica.
- Mandel, E. (1979): *El Capitalismo Tardío*. D.F., México: Editorial Era.
- Marriot International Inc. (2009): *Marriot International Inc. 2008 Annual Report*. Bethesda: Marriot International Inc.
- OMT (2009): Barómetro turístico. *Barómetro OMT*, 7 (1), pp. 1-7.
- OMT (2010): Barómetro turístico. *Barómetro OMT*, 8 (1), pp. 1-8.
- Palafox Muñoz, A. y Zizumbo Villarreal, L. (2009): «Distribución Territorial y Turismo en Cozumel, Estado de Quintana Roo, México». En *Gestión Turística* (11), pp. 69-88.
- Palafox Muñoz, A. y Zizumbo Villarreal, L. (2009): «Reflexiones en Torno al Cambio Climático y el Turismo en México», en E. Fayos Solà, & J. Jafari, *Cambio climático y turismo: realidad y ficción* (pp. 279-282). Valencia: Universitat de València-Organización Mundial del Turismo.
- Posadas (2009): *Grupo Posadas 2009*. Distrito Federal: Grupo Posadas.
- SECTUR (2009): *Tercer Informe de Labores*. Distrito Federal: Secretaría de Turismo.
- SEDETUR (2010): *Estadísticas del sector turismo 2000-2009*, Secretaria de Turismo del Estado de Quintana Roo, México.
- Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc. (2009): *Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc. 2008 Annual Report*. New York: Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc.
- Wyndham World Wide Corporation (2009): *Wyndham Worldwide Corporation 2008 Annual Report*. Persippany: Wyndham World Wide Corporation.
- Xacur Maiza, J. A. (1998). *Enciclopedia de Quintana Roo*. Chetumal, México: Gobierno del Estado de Quintana Roo.