

El turismo como eje de acumulación: caso del sector hotelero en México

Alejandro Palafox Muñoz¹, Lilia Zizumbo Villarreal¹ y Emilio Arriaga Álvarez²

¹ *Universidad de Quintana Roo.*

palafox@uqroo.mx; lzv04@yahoo.com

² *Universidad Autónoma del Estado de México.*

egearriaga@hotmail.com

Resumen

El sistema capitalista se encuentra sustentado en la incesante competencia y consumo de bienes y servicios dentro de un mercado sin barreras. En este sentido, el sector servicios, sobre todo el turismo se ha consolidado como una actividad que se apropia, funcionaliza y homogeniza el territorio para la expansión de la economía de libre mercado, con el propósito de que el modelo de producción y reproducción vinculado al capital continúe, convirtiendo a la actividad turística en un eje de acumulación aprovechando las desigualdades de las comunidades menos desarrolladas. Latinoamérica y el Caribe han dado muestras de la expansión de los Grupos Turísticos Internacionales (GTI) representados en el sector hotelero. El caso de México sirve de estudio de caso para estudiar el proceso de acumulación y expansión del modelo por medio de la actividad turística, analizando la expansión y constitución de los GTI. Para ello, se toma como base la propuesta teórico-metodológica de Cordero (2004), la cual enfatiza en la expansión del turismo en territorios con marcadas desigualdades económicas.

Palabras clave: Turismo, eje de acumulación, apropiación.

Tourism as an Axis for Accumulation: Case of the Hotel Industry in Mexico

Abstract

The capitalist system is underpinned by relentless competition and consumption of goods and services in a market without barriers. In this sense, the services sector, especially tourism, has established itself as an activity that takes over, functionalizes and homogenizes territory for expansion of the free market economy, so that the production and reproduction model linked to capital continues, turning tourism into an axis for accumulation and taking advantage of disparities in less developed communities. Latin America and the Caribbean have given examples of the expansion of International Tourism Groups (ITGs) represented in the hotel sector. Mexico provides a case to study the process of accumulation and expansion of the model through tourist activity, analyzing the expansion and establishment of the ITGs. The study used the work of Cordero (2004) as a basis for the theoretical-methodological proposal, emphasizing the expansion of tourism in areas with marked economic inequalities.

Key words: Tourism, axis of accumulation, appropriation.

Estructura del turismo en el modelo neoliberal

El sistema capitalista, se manifiesta mediante la incesante compra y venta de mercancías por medio de los mecanismos de libre mercado, dichos productos provienen de la explotación directa de la naturaleza. Para Aguirre (2005:37), es el papel desmesurado de las organizaciones trasnacionales en la difusión mundial de patrones culturales o del movimiento global de mercancías a la par del flujo informativo.

Stonich (1998) afirma que este régimen económico fija las directrices de la economía política y de la economía local, utilizando la globalización de mercancías como estrategia para la expansión del modo de producción como pauta dominante del crecimiento económico y su encadenamiento, a pesar de las implicaciones negativas sociales, económicas y ambientales del mismo, que tratan de ser solventadas -discursivamente- a través del paradigma de la sustentabilidad como pilar de la economía política, aun cuando los desafíos de la globalización muestra disfunciones de carácter político y social, tal como también lo expresan Guimarães (2003), Alimonda (2002), Lipietz (2002) y O'Connor (2002).

En este tenor, la economía capitalista está sustentada en el proceso de competencia incesante, verse forzada a innovar

para permanecer en el mercado. Así, el capital no puede existir sin revolucionar los medios de producción, las relaciones de producción y con ello las relaciones sociales. De esta manera, Berman (1988) asegura que el pensamiento moderno se sustenta en la ampliación del mercado, mismo que al expandirse absorbe y destruye los mercados locales, ya que estos no son capaces de competir con la producción en serie. La producción y el consumo se tornan internacionales y cosmopolitas, en consecuencia los capitales se concentran en pocas manos, debido a la necesidad de desarrollar rápidamente la industria y el sector servicios; sin embargo, en los países subdesarrollados lo anterior era una empresa difícil por la limitante económica.

Las economías en desarrollo cuentan con una gran variedad de recursos naturales y culturales que de acuerdo con Sauer (1925) dan forma al paisaje, los cuales son útiles para sostener el modo de producción, mediante procesos de apropiación, homogenización y funcionalización del mismo que para efectos del desarrollo turístico son la materia prima para el progreso de la actividad, así como para la conformación de una amplia gama de productos y servicios para el consumidor. A tal efecto, y con la finalidad de insertarse en el mercado turístico internacional, los países latinoamericanos requieren de crear la infraestructura de acceso y servicios necesaria para la instauración de empre-

sas dedicadas a la prestación de servicios, y de acuerdo con Lanfant (1980), Getino (1991) y Schlüter (2008), ello se logró a través del endeudamiento de las naciones con el Banco Mundial (BM), la Organización de los Estados Americanos (OEA), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), así como la dependencia de los capitales turísticos extranjeros. En este sentido, Osorio (2004) afirma que de esta forma se apoya la hegemonía de los intereses económicos, políticos y militares, particularmente estadounidenses.

Así, Rodríguez (2008:1) explica que “La expansión de los viajes es una fuerza de primer orden en el proceso de globalización”, lo cual ha generado una fuerte dependencia aunada a marcadas desigualdades por la “concentración del capital y la generación de tecnología en los países desarrollados, y su fuerte gravitación en el comercio de bienes y servicios” (Guimarães, 2003: 10). Por lo anterior, el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA, 2003) asevera que el turismo está estrictamente vinculado con la sobreexplotación de las fuentes acuíferas, la contaminación de ríos y mares, la destrucción de los recursos naturales provocada por la construcción de infraestructura sobre el territorio costero. Igualmente, para ser (2004) la expansión del turismo transforma el paisaje para continuar con la productividad caracterizada por su nuevo rol económico, aunado a los impactos percibidos en el ámbito social, como el desplazamiento de comunidades fuera de su territorio, localización de asentamientos urbanos irregulares en la periferia de las zonas turísticas, así como el encarecimiento de la tenencia de la tierra, entre otros.

De acuerdo con la definición de Sauer (1925), el paisaje es el espacio integrado por una asociación de diversas formas físicas y culturales, es decir, “el contenido del paisaje se encuentra por tanto en las cualidades físicas del área que son significantes para el hombre y en las formas de uso del área, en hechos de sustento físico y hechos de la cultura humana” (Ídem, 23). Por tanto, los elementos naturales y culturales combinados o por separado son determinantes para el desarrollo del turismo.

Por tal razón, la actividad turística en Latinoamérica ha tenido un amplio crecimiento y se ha convertido en un eje económico -de acumulación- por su capacidad para la generación de divisas principalmente; sin embargo, el turismo también muestra el nivel de desarrollo de una comunidad y expone el subdesarrollo de otras, a través de las desigualdades internas que le caracterizan por la diferencia social en términos de acumulación de la riqueza, ya que según Cordero (2004, 104): “El capital se abre paso estructurando, bajo su funcionamiento, las nuevas formas de acti-

vidad económica”. Asimismo, las características técnicas y organizacionales propias del capital, han favorecido el abaratamiento del transporte, así como del alojamiento y la producción de comidas, facilitando que sectores sociales más amplios accedan a las actividades recreacionales. Por otro lado, han mejorado los ingresos de las familias trabajadoras del sector, sin embargo otros ven reducidos sus ingresos producto de los problemas estructurales de la economía como el desempleo, el subempleo, la flexibilización laboral y la disminución de salarios relativos, el encarecimiento de la propiedad, alza de precios, entre otros.

En el marco del turismo como eje de acumulación, y mediante la globalización como instrumento se ha desarrollado la formación de Cadenas Globales de Mercancías (Global Commodity Chains-GCC), las cuales según Clancy (1998) han tenido un crecimiento relevante, entre las que destacan los Grupos Turísticos Internacionales (GTI), configurados principalmente por empresas hoteleras con cierta diversificación en la prestación de servicios.

Los GTI han sido las GCC de mayor expansión y crecimiento en los países del tercer mundo, dada su capacidad para penetrar mercados con escasez de bienes y servicios, lo que presenta una oportunidad para la ampliación de la oferta y demanda, y para diversificar la producción a nivel mundial. En este sentido, la actividad turística sobresale por su capacidad para la generación de ingresos y empleos, así mismo señalan Texeira (2003), Ascanio (2005) y Schlüter (2008) quienes plantean que estos últimos se han deteriorado con el tiempo a fin de abaratar costos e incrementar las ganancias con mayor rapidez.

Expansión de los GTI en América Latina y el Caribe

De acuerdo con la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2008) y la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008), el flujo global de turistas internacionales en el año 2008 fue de 924 millones de personas, 2% más que en 2007 (OMT, 2009), del total el 24.6% por encima de los países de Estados Unidos de Norteamérica, España y Francia (países desarrollados), los cuales captan el 24.3% de las divisas por este concepto. En este mismo sentido, el WTTC (2007) afirma que la participación económica de los países latinoamericanos en el sector turístico sólo alcanza el 7.3% del total mundial. Se plantea la hipótesis de que los países no desarrollados obtienen una mínima participación por la falta de infraestructura para la actividad, por ello, los países capitalistas desarrollados invierten en las naciones subdesarrolladas, generando una dependencia de carácter primordialmente económico.

Al respecto, Sessa (1970) mantiene la idea de que las sociedades en vías de desarrollo están obligadas a evaluar ciertas opciones en su economía para responder a las exigencias del mercado que han formado mediante una política adecuada del consumo privado y del tiempo libre, así como mantener y aumentar la demanda turística de los países industrializados. Así mismo, Altés (2006) afirma que en los países no desarrollados que promovieron al turismo como estrategia para el desarrollo, se construyeron grandes centros turísticos que se beneficiaron de inversiones públicas en infraestructura e incentivos para la inversión privada, principalmente extranjera mediante un modelo donde dominan las empresas transnacionales y se da prioridad a los resultados cuantitativos de la actividad –número de visitantes, gasto promedio, entre otros, con el propósito de difundir la idea de que el turismo es un elemento catalizador del desarrollo a través de la administración privada y las fuerzas del mercado, otorgando preferencia a las empresas de capital extranjero (Tabla 1), a fin de garantizar a sus clientes las mismas comodidades y servicios que en sus países de origen expresado también por Propín, López y Sánchez (2004). Dichas empresas han formado los GTI, estructura que a su vez se han instalado en

Latinoamérica, Asia, y África principalmente, y en donde han encontrado la oportunidad de reproducir sus capitales y facilitar la permanencia del modelo en espacios naturales y culturales idóneos para tal fin.

En la Tabla 1, se distingue la diversidad de marcas y servicios que prestan los GTI, entre los que destacan las marcas hoteleras de diversas categorías y segmentos de mercado, así como de servicios tales como: agencia de viajes y restaurantes (Carlson Hospitality Worldwide); y los servicios de alimentación prepagados (Accord). Además de aquellos que cuentan con gran presencia en América Latina y el Caribe como los casos de Starwood Hotels & Resorts Worldwide e Intercontinental Hotels Group, que del total de sus establecimientos de hospedaje, el 7.7% y 5.9% se encuentran en esta región.

Con base en lo anterior, la actividad turística se ha convertido en un eje de acumulación, por su capacidad para ampliar los capitales y la atracción de los mismos para su reproducción, ya que sostienen el aumento de las desigualdades en las comunidades para el bienestar económico mediante la centralización del capital a través de la integración vertical de las empresas prestadoras de servicios, con una creciente división del trabajo y la homogenización

Tabla 1. GTI y su participación en América Latina y el Caribe.

GTI	Capital	Principales Marcas	Hoteles en el Mundo	Hoteles en ALyC
Accor International Hotels	Francés	Ibis, Formule 1, Novotel, Sofitel, Ticket Restaurant y Ticket Alimentación (serviciosprepagados)	4 031	184
Best Western International	Norteamericano	Best Western	4 200	120
Carlson Hospitality Worldwide	Norteamericano	Radisson, Regent, Country Inn, T.G.I. Fridays, Pick Up Stix, Carlson Wagonlit Travel	548	47
Choice Hotels International	Norteamericano	Clarion, Comfort Inn, Comfort Suites, Econo Lodge, Quality, Rodeway Inn	5 827	95
Hilton Hotels Corporation	Norteamericano e Inglés	Hilton, Conrad, Embassy, Hampton, Waldorf-Astoria	514	43
Hyatt Hotels Corporation	Norteamericano	Hyatt y Aldaz	207	13
Intercontinental Hotels Group	Norteamericano	Intercontinental Hotels, Crowne Plaza, Holiday Inn, Priority Club Rewards, Índigo	4 186	250
Marriot International	Norteamericano	Courtyard, J.W. Marriott, Marriott Hotels and Resorts, Ritz Carlton	3 178	59
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	Norteamericano	Sheraton, Four Points, W Hotels, Meridien, Westin, St. Regis	968	76
Wyndham Worldwide Corporation	Norteamericano	Days Inn, Howard Johnson, Ramada, RCI, Landal.	7 043	123

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 (2009), Intercontinental Hotels Group (2009), Marriot International (2009), Starwood Hotels & Resort Worldwide (2009) y Windham Worldwide Corporation (2009).

del espacio. Así, la expansión del sector de servicios (...) refleja la enorme expansión de las fuerzas sociotécnicas y científicas de la producción y el correspondiente crecimiento de las necesidades culturales y civilizadoras de los productores (Mandel, 1979 citado por Cordero, 2004: 23).

En este sentido, el crecimiento de los Grupos Turísticos Internacionales en el mundo (Ver Tabla 2) ha sido vertiginoso, dado que se han diversificado en dos tipos de servicio: el primero dedicado al hospedaje y el segundo al de bienes raíces, principalmente vinculado al mercado de venta de tiempos compartidos, donde destaca RCI (Resorts Condominiums International) con 3,700 establecimientos disponibles en 100 países (RCI, 2007).

La Tabla 2 muestra la expansión de los GTI en los últimos catorce años, lo anterior bajo el fortalecimiento de una política turística de apertura de mercados y de preferencia a inversiones extranjeras, las cuales han acaparado el territorio costero, aeropuertos, principales ciudades y espacios con atractivos naturales y culturales, a fin de dotar de bienes y servicios una demanda en crecimiento, la cual es motivada por el modelo económico en vigor. Los grupos con mayor expansión en este periodo de tiempo destacan: Marriot International (69.3%), Hilton Hotels Coporation (59.1%) y Choice Hotel International (48.8%).

En la Tabla 3, se integra la información con respecto a la incidencia de los GTI en territorio costero latinoamericano, así como los países de la región en donde incursionan, por ejemplo Argentina, Brasil, Aruba, Costa Rica, Jamaica, Puerto Rico, República Dominicana, Chile, Colombia, El Salvador, Guatemala, Ecuador, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela, entre otros. Así mismo, se adhiere la par-

ticipación del Grupo Posadas (GTI de capitales mexicanos), el cual no solamente ha diversificado el tipo de servicio de alojamiento, y participa en el mercado de viajes mediante la conformación de empresas de tipo: aéreo, agencia de viajes, consultoría, entre otras, las cuales no solo se encuentran en territorio latinoamericano sino también en los Estados Unidos de Norteamérica.

México: agente promotor del turismo como eje de acumulación

Los recursos naturales y culturales juegan un papel determinante en la atracción de inversionistas para el sector turístico y de bienes raíces, así como la llegada masiva de turistas, dando lugar a la creación de destinos aptos para el desarrollo de ésta práctica. Ejemplo de lo anterior, en la región de América Latina y el Caribe se han originado espacios idóneos para el turismo de sol y playa como Varadero, San Juan, Punta Cana, Isla Margarita, St. Kits, Ciudad de Panamá, Haití, Acapulco, Cancún, entre otros; en donde se construye la infraestructura propia para la actividad (hoteles, aeropuertos, restaurantes, entre otros), así como servicios complementarios para el desenvolvimiento de las mismas (hospitales, servicios bancarios, de transporte, tour operadoras especializadas, entre otras).

En este sentido, México destaca como el país con mayor número de infraestructura hotelera en la región Latinoamericana, cuenta con 583,731 cuartos en 14,963 establecimientos de hospedaje esto según CNT (2008), de acuerdo con la SECTUR (2009) al país se internaron 22.6 millones de turistas internacionales en 2008, quienes tuvieron una derrama económica de 13,289 millones de dólares.

Tabla 2. Crecimiento de los GTI en el Mundo.

GTI	Hoteles en 1995	Hoteles en 2009	Variación
Accor International Hotels	2 378	4 031	41.1%
Best Western International	3 462	4 200	17.6%
Carlson Hospitality Worldwide	383	548	30.1%
Choice Hotels International	2 984	5 827	48.8%
Hilton Hotels Corporation	219	514	59.1%
Hyatt Hotels Corporation	172	207	16.9%
Intercontinental Hotels Group	2275	4 186	45.6%
Marriot International	976	3 178	69.3%
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	590	968	39.1%
Wyndham Corporation	N.D.	7 043	N.D.

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).

Tabla 3. Presencia de los GTI en América Latina y el Caribe

GTI	País	Hoteles 2009	Hoteles de Playa
Accor International Hotels	Argentina, Brasil, Chile, México, Uruguay.	184	22
Best Western International	Bahamas, Saint Thomas, Puerto Rico, Argentina, Costa Rica, Belice, Ecuador, Perú, Guayana Francesa, Surinam, Brasil, Guatemala, Uruguay, Chile, Nicaragua, Venezuela, México.	120	14
Carlson Hospitality Worldwide	Islas Turcas y Caicos, Puerto Rico, St. Martin, Bahamas, Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, México, Panamá, Perú y Uruguay.	43	6
Choice Hotels International	Bahamas, Islas Caimán, República Dominicana, Antillas Holandesas, Puerto Rico, Islas Turcas y Caicos, Brasil, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y México.	95	9
Hilton Hotels	Argentina, Bahamas, Brazil, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, Jamaica, México, Antillas Holandesas, Nicaragua, Perú, Puerto Rico, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela.	47	10
Hyatt Hotels Corporation	Argentina, Brazil, Chile, México, Antillas Holandesas, Trinidad y Tobago, Aruba y Puerto Rico.	13	7
Intercontinental Hotels Group	Argentina, Brasil, Aruba, Costa Rica, Jamaica, Puerto Rico, República Dominicana, Chile, Colombia, El Salvador, Guatemala, Ecuador, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela	250	25
Marriot International	Argentina, Brasil, Aruba, Islas Caimán, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, México, Perú, Puerto Rico, St. Kitts, Venezuela, St. Thomas, St. Kitts.	59	20
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	Aruba, Bahamas, Gran Caimán, México, República Dominicana, St. Martin, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Panamá, Paraguay, Perú, Uruguay.	76	20
Wyndham Corporations	Argentina, Bahamas, Brasil, Islas Caimán, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, Guatemala, México, Antillas Holandesas, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela, St. Thomas.	123	27
Grupo Posadas	México, Brazil, Argentina, Chile, Estados Unidos de Norteamérica	111	28

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), Marriot International (2009), Posadas (2009), Starwood Hotels & Resort Worldwide (2009) y Windham Worldwide Corporation (2009).

México cuenta con una gran variedad de recursos naturales, y sobre todo un extenso territorio costero, el cual ha sido utilizado para el establecimiento de infraestructura para el desarrollo de la actividad, destacando los destinos turísticos de: Cancún, Los Cabos, Loreto, Huatulco, Ixtapa Zihuatanejo, Riviera Maya (Puerto Morelos, Playa del Carmen, Akumal y Tulum), Puerto Vallarta, Manzanillo, Acapulco, entre otros. En este sentido, los GTI han incurrido en el territorio nacional debido a las facilidades que se presentan para la inversión extranjera, con el sustento de la creación de empleos y generación de divisas, pero no se tiene certeza de la calidad de los primeros ni el destino de lo segundo, ya que de acuerdo con Pleumaron: “más

de dos tercios de los ingresos por turismo internacional nunca llegan a la economía local por la gran fuga de divisas” (1999: 4).

Es importante resaltar que a los destinos de playa mexicanos llegaron 18.5 millones de turistas internacionales, por lo que se necesita de una amplia infraestructura hotelera para atender la demanda, y la presencia de los GTI en México de acuerdo con datos de la Confederación Nacional Turística (CNT, 2008) es de 363 hoteles de categoría superior de los 886 existentes, es decir, 40.9% de la oferta de hospedaje de cinco estrellas y gran turismo, de los cuales el 22.3% están en espacios costeros (Ver Tabla 4).

Tabla 4. Hoteles de los GTI en México

GTI	Hoteles en México	Hoteles de Playa
Accor International Hotels	9	0
Best Western International	51	4
Carlson Hospitality Worldwide	21	1
Choice Hotels International	18	0
Hilton Hotels Corporation	22	2
Hyatt Hotels	4	1
Intercontinental Hotel Group	59	18
Marriot International	15	3
Starwood Hotels & Resorts Worldwide	23	9
Wyndham Worldwide Corporation	12	8
Grupo Posadas	95	28
Total	329	74

Fuente: Elaboración propia con información de los sitios web de los GTI 2009.

Los GTI en México se han establecido en importantes espacios comerciales de la entidad, ejemplo de ello es la presencia de Best Western International en los 31 estados del territorio nacional y el Distrito Federal con 51 hoteles, el Grupo Posadas tiene 95 establecimientos de hospedaje distribuidos en 28 estados de la república y cuenta con la mayor infraestructura de los GTI con representación en el país. Una similitud de los GTI, es que se han establecido en los proyectos y desarrollos turísticos promovidos por el Estado (Cancún, Los Cabos, Loreto, Huatulco, Ixtapa, Riviera Maya, Costa Maya, Nayarit, Escalas Náuticas, Palenque y Barrancas del Cobre).

Por lo anterior Yory (2006) plantea que el proceso de homogenización del consumo se ven fortalecidos por la globalización económica, aunado al aprovechamiento de las desigualdades producidas por el despliegue del modelo como la falta de servicios básicos a la población y la insuficiencia de empleos, ya que según Mandel (1969: 336) "Sin la existencia de estas diferencias... el sistema tendería rápidamente al estancamiento con la ayuda de la concentración y los monopolios" (1969:336), por ello, Mandel (1979) afirma que el capitalismo es un incesante proceso de búsqueda de ganancias extraordinarias a partir del aprovechamiento de las desigualdades.

Asimismo la dinámica privatizadora se ha visto reforzada por el Estado a través de la contrarreforma al artículo 27 constitucional, el cual abre "la puerta a la privatización y consiguiente desaparición del ejido" (Morales y García,

2002: 87), como resultado de esa expansión, la inversión turística en el año 2008 fue de 4,461.16 millones de dólares, de los cuales el 77.2% se dirigió a destinos de playa, en diversos rubros, de los cuáles 2,771.44 millones de dólares fueron utilizados para la construcción de hoteles y desarrollos inmobiliarios. De ahí el masivo arribo de turistas apoyado por una política turística impulsada por la SECTUR (2007: 12) que promueve la intensificación de la actividad por medio de establecer las condiciones para que los turistas consuman la oferta existente porque esta tiene un valor para los mercados, por lo que bajo el modelo económico precedente, el mercado es la pauta y el fin de las actividades económicas.

Sin embargo, el hecho de que un país cuente con un sector de servicios de gran magnitud, no necesariamente indica su grado de avance económico, es decir, el sector servicios de un país pobre podría ser grande, pero la calidad de su empleo baja, como es el caso de México, en donde las condiciones laborales continúan en detrimento tanto en el ámbito turístico como a nivel general. El World Travel and Tourism Council (WTTC, 2008) y la SECTUR (2009a) plantean que en México se encuentran registrados 6.63 millones de trabajadores del sector turismo, de los cuales solamente 2.22 millones (30.3%) cuentan con la prestación de servicios médicos por parte del Estado. En el ámbito laboral nacional, la situación es similar, ya que los datos del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL, 2007) aseguran que el 49.8% de la población trabajadora no tiene derechohabencia a servicios de salud. Por tanto, las desigualdades en los sectores socioeconómicos de los países en vías de desarrollo, son las que dinamizan el modelo, por ello, donde se presenten tales divergencias, es donde se orientarán los capitales.

Consideraciones Finales

A partir de la entrada del neoliberalismo en los países en vías de desarrollo, las economías se han visto provistas de divisas y generación de empleo, cambio motivado por la apertura de mercados. Sin embargo, las desigualdades han sido marcadas por un incremento en los índices de pobreza, así como condiciones de empleo desiguales y un desarrollo social disminuido. Las desigualdades existentes entre países desarrollados y aquellos del tercer mundo han provocado que el modo de producción capitalista continúe con la reproducción de ganancias. El sector turismo y en especial el hotelero ha servido de ejemplo para demostrar el rol que juega el turismo como nuevo eje de acumulación.

Específicamente en México, es el país que se coloca como punta de lanza en la generación de infraestructura e inversión extranjera directa para el sector turístico en América Latina, provocando una disminución de los recursos naturales principalmente de las comunidades rurales donde se han establecido los desarrollos y proyectos turísticos.

Sin duda la generación de empleos e infraestructura es un aporte importante de la promoción del sector turismo, sin embargo la calidad del empleo va en detrimento mediante la eliminación de servicios de salud, situación que se desarrolla a nivel nacional en todos los sectores de la economía del país.

El empleo de los elementos teórico-metodológicos de Cordero (2004) contribuyen al desarrollo del tema, aunque éste puede ser más extenso para futuras investigaciones al indagar el rol que desempeñan las cadenas de restaurantes, así como las líneas aéreas y las tour operadoras, entre otros servicios propios de la actividad turística, y que han contribuido en la consolidación del turismo como eje de acumulación. Aun cuando la hotelería probablemente sea el ejemplo más contundente, sería pertinente abordar los diversos grupos de poder que han hecho del turismo su instrumento para la reproducción de la riqueza.

Agradecimientos

A la Universidad de Quintana Roo y al Programa de Fortalecimiento del Profesorado (Promep) por el apoyo económico para el desarrollo de este trabajo, mismo que forma parte del proyecto de investigación: *El turismo como eje de acumulación y transformación del paisaje en Cozumel*. Así mismo a los dictaminadores quienes aportaron sugerencias y cambios para la mejora de este documento.

Referencias

- ACCOR (2009). *Accor is on Course: 2008 Annual Report*. Paris: Accor.
- AGUIRRE ROJAS, Carlos Antonio (2005). Prefacio. Immanuel Wallerstein y la perspectiva del análisis de los sistemas - mundo. En W. Immanuel, *La crisis estructural del capitalismo* (págs. 5-56). D.F., México: Editorial Contrahistorias.
- ALIMONDA, Héctor (2002). Introducción: política, utopía, naturaleza. En H. Alimonda, *Ecología política, naturaleza, sociedad y utopía* (págs. 7-14). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- ALTÉS MARCHIN, Carmen (2006). *El turismo en América Latina y el Caribe y la experiencia del BID*. Washington, EUA: Banco Interamericano de Desarrollo.
- ASCANIO, Alfredo (2005). El espacio turístico en países emergentes: la morada disgregada del hombre. *Pasos*, III (1), 79-86.
- BECERRA MORENO, Antonio (1998). Conservación de suelos y desarrollo sustentable, ¿utopía o posibilidad en México? *Terra*, 16 (2), 173-179.
- BERMAN, Marshall (1988). *Todo lo sólido se desvanece en el aire*. D.F., México: Siglo XXI.
- 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, Michael (1998). Commodity chains, services and developments, theory and preliminar evidence from tourism industry. *Review of International Political Economy*, 5 (1), 122-148.
- CNT (2008). *La industria del hospedaje en México 2007*. D.F., México: Confederación Nacional Turística.
- CONEVAL (2007). *Los mapas de la pobreza en México*. D.F.: Consejo Nacional para la Evaluación de la Política de Desarrollo Social.
- CORDERO, Allen (2004). *Nuevos ejes de acumulación y naturaleza: el caso del turismo*. San José, Costa Rica: FLACSO.
- GETINO, Octavio (1991). *El desarrollo del turismo en América Latina*. D.F., México: Limusa.
- GUIMARÃES, Roberto (2003). *Tierra de sombras: desafíos de la sustentabilidad y el desarrollo territorial y local ante la globalización corporativa*. Santiago, Chile: Comisión Económica para América Latina y el Caribe.
- HABERMAS, Jürgen (1986). *Ciencia y técnica como ideología*. Madrid, España: Tecnos.
- 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.
- LEFF, Enrique (2004). *Racionalidad ambiental*. D.F., México: Siglo XXI.
- LIPIETZ, Alain (2002). A Ecología Política, solución para a crise da instancia política? In H. Alimonda, *Ecología política, naturaleza, sociedad y utopía* (pp. 15-26). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- MANDEL, Ernest (1969). *Tratado de economía marxista*. D.F.: Editorial Era.
- MANDEL, Ernest (1979). *El capitalismo tardío*. D.F., México: Editorial Era.
- MARCUSE, Herbert (1972). *Industrialization and capitalism in the work of Max Weber*. Londres, EUA: Penguin.

- MARRIOTT INTERNATIONAL INC (2009). **Marriott International Inc. 2008 Annual Report**. Bethesda: Marriott International Inc.
- MORALES, Josefina & GARCÍA de FUENTES, Ana (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.
- O'CONNOR, James (2002). **¿Es posible el capitalismo sostenible?** In H. Alimonda, **Ecología política, naturaleza, sociedad y utopía** (pp. 27-52). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- OMT (2008). Barómetro turístico. **Barómetro OMT**, 6 (2), 1-2.
- OMT (2009). Barómetro turístico. **Barómetro OMT**, 7 (1), 1-7.
- OSORIO GARCÍA, Maribel (2005). Hacia la construcción del objeto de estudio del turismo desde la perspectiva materialista crítica. **Pasos**, III (1), 41-62.
- PÉREZ VILLEGAS, Graciela & CARRASCAL, Eurosia (2000). El desarrollo turístico en Cancún, Quintana Roo y sus consecuencias sobre la cubierta vegetal. En **Investigaciones Geográficas** (43), 145-156.
- PLEUMARON, Anita (1999). Turismo, globalización y desarrollo sustentable. En **Revista del Sur** (91), 1-9.
- PNUMA (2003). **Estado actual de las Áreas Naturales Protegidas de América Latina y el Caribe**. D.F.: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.
- PNUMA (2006). **Iniciativa Latinoamericana y Caribeña para el Desarrollo Sostenible, Indicadores de seguimiento: México 2005**. D.F., México: PNUMA - SEMARNAT - INEGI - PNUD.
- POSADAS (2009). **Grupo Posadas 2009**. Distrito Federal: Grupo Posadas.
- PROPÍN FREJOMIL, Enrique, LÓPEZ LÓPEZ, Álvaro, & SÁNCHEZ CRISPÍN, Álvaro (2004). Territorios preferenciales de los grupos hoteleros internacionales en América Latina y el Caribe a principios del Siglo XXI. **Investigaciones Geográficas** (53), 122-140.
- RCI (2007). **RCI Directory Be There 2007**. D.F.: Resort Condominiums International.
- RODRÍGUEZ ARAMBERRI, Julio (2008). Turismo y globalización: reflexiones críticas. **II Jornadas sobre Turismo y Sociedad** (pp. 1-15). Córdoba: Instituto de Estudios Sociales Avanzados - Ministerio de Educación y Ciencia.
- SAUER, Carl (1925). The Morphology of Landscape. **Publications in Geography**, III (2), 19-54.
- SCHLÜTER, Regina (2008). **Turismo: una visión integradora**. Buenos Aires: CIET.
- SECTUR (2007). **Programa Sectorial de Turismo 2007-2012**. D.F., México: Secretaría de Turismo.
- SECTUR (2009). **Boletín Cuatrimestral de Turismo** No. 24. Boletín Cuatrimestral de Turismo (24), 1-40.
- SECTUR (2009a). **El turismo en México 2008**. D.F.: Secretaría de Turismo.
- SECTUR (2009). **Resultados de la actividad turística 2008**. Distrito Federal: Secretaría de Turismo.
- SEDETUR (2009). **Indicadores turísticos 2008**. Chetumal: Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo.
- SEMARNAT (2005). **Indicadores básicos de desempeño ambiental de México**. D.F., México: Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- SER (2004). **The SER International Primer on Ecological Restoration**. Tucson, EUA: Society for Ecological Restoration International Science & Policy Working Group.
- SESSA, Alberto (1970). **Tourism in developing countries**. Paris, Francia: UNESCO.
- STARWOOD HOTELS & RESORTS WORLDWIDE INC. (2009). **Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc. 2008 Annual Report**. New York: Starwood Hotels & Resorts Worldwide Inc.
- STONICH, Susan (1998). Political Ecology of Tourism. **Annals of Tourism Research**, 25 (1), 25-54.
- TEXEIRA COROLIANO, Luzia Neide (2003). Os limites do desenvolvimento e do turismo. **Pasos**, I (2), 161-171.
- WTTC (2007). **The 2007 Travel & Tourism Economic Research**. Londres: World Travel and Tourism Council.
- WTTC (2008). **WTTC 2008 Travel & Tourism Economic Research: México**. Londres: World Travel and Tourism Council.
- WYNDHAM WORLDWIDE CORPORATION (2009). **Wyndham Worldwide Corporation 2008 Annual Report**. Persippany: Wyndham World Wide Corporation.