

## Relación entre el turismo alternativo y el turismo de masas. Tipologías para el análisis de la apropiación territorial del Traspais de Cancún-Riviera Maya

Manuel Francisco Lemas\* Ana García de Fuentes\*\*  
Cinvestav (México)

**Resumen:** El Traspais de Cancún-Riviera Maya (TPCRM) es la región adyacente al corredor de turismo masivo del litoral del Caribe mexicano de condiciones rurales y campesinas, en la que el turismo se instala como un eje de acumulación de capital. En ésta coexisten empresas sociales, privadas y estatales del turismo alternativo, que ofrecen experiencias basadas en el acercamiento a la exuberante selva tropical y el descubrimiento de la cultura maya. El artículo tiene como objetivo analizar las diferentes pautas con las que este espacio se incorpora a las dinámicas del turismo desde un análisis geográfico regional, que permite observar las especificidades de los procesos en una porción de territorio delimitada. Se analizaron las dinámicas turísticas mediante la cartografía temática. Las tipologías presentadas visualizan la complementariedad y la subordinación del turismo alternativo que se transforma en un mecanismo de apropiación territorial en el proceso de expansión del capital sobre el espacio geográfico.

**Palabras clave:** Apropiación territorial; Análisis regional del turismo; Flujos del turismo; Subordinación del turismo alternativo; Turismo de experiencias.

### Relation between alternative tourism and mass tourism. Typologies for the analysis of the territorial appropriation in the Cancun-Riviera Maya hinterlands.

**Abstract:** The Cancun-Riviera Maya hinterland is the inland rural region contiguous to the Mexican Caribbean mass-tourism corridor where tourism has been installed as the driver of capital accumulation. Social, private and state alternative tourism enterprises coexist offering experiences based on the access to the exuberant tropical jungle and the Mayan culture. The aim of this paper is to analyse the different stages over which this space has been integrated into the tourism dynamics form a regional geographical analysis, that affords an appreciation of the specificities of the process in a delimited portion of territory. Tourism dynamics were analysed using thematic cartography. The typologies presented offer a visual of the complementary nature or subordination of alternative tourism used as a mechanism of territorial appropriation in the process of expansion of capital over geographical space.

**Keywords:** Territorial appropriation; Regional analysis of tourism; Tourism flows; Subordination of alternative tourism; Experience tourism.

### 1. Introducción

En la actualidad el turismo se ha consolidado como uno de los principales ejes de acumulación de capital bajo el discurso de que éste genera empleos y desarrollo económico (Hiernaux, 2021). También es considerado como una estrategia fácil y rápida para el desarrollo y la lucha contra la pobreza, utilizando como principal elemento de atracción a la naturaleza y la cultura (Gascón, 2011). Bajo estas ideas, el

\* <https://orcid.org/0000-0002-2648-423X>; E-mail: manuel.lemas@cinvestav.mx

\*\* <https://orcid.org/0000-0001-5085-2349>; E-mail: ana.garcia@cinvestav.mx

**Cite:** Lemas, M. F. & García de Fuentes, A. (2025). Relación entre el turismo alternativo y el turismo de masas. Tipologías para el análisis de la apropiación territorial del Traspais de Cancún-Riviera Maya. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 23(3), 755-774. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2025.23.048>.

turismo se expande sobre el territorio revalorizándolo e imponiendo nuevas lógicas de acumulación mediante la turistificación de nuevos espacios (Jouault, 2022).

Desde inicios del siglo XX el turismo adquiere relevancia como una forma de satisfacer la necesidad de descanso y recreación de un sector de la población, principalmente la clase trabajadora, a partir de las leyes que les brindan el derecho a vacaciones pagadas (Gyr, 2010), en este contexto aspectos relacionados con el ocio, la aventura, así como el interés por conocer nuevas latitudes y culturas se convierten en la principal motivación para incorporar al turismo a un número creciente de población (Lash y Urry, 2002). Sin embargo, en las últimas décadas el turismo adquiere un sentido diferente, ya que se transforma en uno de los ejes predominantes en los procesos de acumulación de capital reescalando lugares, recursos naturales, y prácticas sociales hacia bienes de consumo (Córdoba-Azcárate, 2020). De este modo el despliegue de esta actividad implica la movilidad de personas y capitales, su impulso mediante políticas de Estado, la interacción de una diversidad de actores presentes en las diferentes escalas geográficas que interconectados de diversas maneras, buscan en el turismo una oportunidad para generar ganancias económicas. Esto sucede naturalizando lógicas de sociabilidad y ocupación territorial que muchas veces amplían procesos de distribución desigual de recursos (Córdoba Azcárate, 2020; 2019).

Una de las dinámicas intrínsecas de la acumulación de capital es el ciclo recurrente de crisis y la expansión geográfica como su solución. La concentración del capital y las fuerzas productivas en un espacio específico origina de forma contradictoria una crisis que impide su reproducción, por lo que la expansión hacia otros espacios y su incorporación en las dinámicas de acumulación se plantea como una forma para superar a ésta. A partir de este proceso el capital busca desarrollarse reordenando el espacio de manera que le permita su dispersión y flujo. Esto tiene como consecuencia la apropiación de nuevos territorios para la construcción de nuevos centros de trabajo, así como la incorporación de nuevos recursos naturales y sociales (Harvey, 2004; 2010; 1982).

La incorporación del territorio rural a los procesos de acumulación de capital ha sido ampliamente documentada en relación al acaparamiento de tierras para fines extractivistas: la producción de alimentos a gran escala, la minería, o su uso en la especulación financiera (Borras *et al.*, 2011). Autores como Fairhead *et al.*, (2012); y Ojeda, (2012; 2016) han documentado la apropiación de tierras a partir del discurso ecológico, para destinarlas a la conservación del medio ambiente y el desarrollo sustentable y vinculándolos a la generación de bonos de carbono y el ecoturismo. Así, la expansión de la acumulación por el territorio rural impacta de manera directa en la vida de la población rural generando un cambio en las actividades productivas, en el uso del suelo y los recursos naturales (Borras *et al.*, 2011).

El turismo construye un espacio para su adecuado funcionamiento, que permite asegurar su reproducción en los territorios donde se establece como el eje rector de la economía (Hiernaux y González, 2016). La incorporación de nuevos espacios significa un cambio en las formas de organizar, y aprovechar los espacios y sus recursos disponibles a partir de las cuales se originan nuevas relaciones productivas de poder, y significaciones territoriales orientadas por y hacia el turismo (Gillen y Mostafanezhad, 2019; Büscher y Fletcher, 2017).

Cancún y la Riviera Maya se han consolidado como los principales destinos turísticos de sol y playa de América Latina (Oehmichen, 2023); de acuerdo con cifras de la Secretaría de Turismo de México, en 2023 arribaron al aeropuerto de Cancún más de 10 millones de turistas (SECTUR, 2024). Como complemento al turismo de masas del litoral del mar Caribe, existe una vasta oferta de actividades tierra adentro en una modalidad de turismo basada en vivir experiencias en contacto con la naturaleza *prístina* y la verdadera cultura indígena, mediante excursiones de pasadía, que se concentran en el Traspais de Cancún-Riviera Maya, región definida por Jouault y Jiménez (2015), como el espacio tierra adentro que colinda con el corredor del litoral del Caribe mexicano, y delimitada mediante tres nodos: Cancún al norte, Tulum al sur y la zona arqueológica de Chichén Itzá hacia el occidente.

Con el despegue de Cancún como uno de los principales destinos turísticos a nivel internacional y su posterior expansión hacia el sur a lo largo del litoral, comienzan a surgir empresas del turismo alternativo en espacios de tierra adentro que son aprovechados por el capital en la necesidad de expansión para incorporar nuevos espacios a las dinámicas turísticas. Es así que a inicios de la década del 2000 en la región del Traspais comienzan a otorgarse financiamientos y capacitaciones, impulsados por el Estado mexicano y Organismos no Gubernamentales (ONG), a emprendimientos integrados por campesinos mayas organizados principalmente en cooperativas (Autor *et al.*, 2015). La operación de estas empresas tiene una fuerte vinculación a esquemas propios de los modos de vida del territorio rural de la Península de Yucatán, como la tenencia colectiva de la tierra, el trabajo no remunerado, y la familia como núcleo de trabajo (Autor *et al.*, 2023).

Las diferentes interacciones que se dan con relación al turismo están determinando el devenir de esta región, que hasta hace muy poco se mantenía como territorio de los mayas cruzo'ob, eminentemente rural, de producción milpera, y con un aislamiento relativo: lo que autores como Jessop *et al.*, (2008); More (2015); Peluso, (2012; 2017); Serje, (2005); Spíndola-Zago, (2016) denominan un territorio de frontera.

El turismo alternativo en la región surge en respuesta al modelo de sol y playa de los grandes enclaves hoteleros, en el discurso éste busca distinguirse mediante una oferta que genere un bajo impacto ambiental y conciencia entre los visitantes. Asimismo, plantea que mediante el turismo comunidades rurales pueden mejorar sus condiciones de vida, mediante la generación de ingresos económicos, y capacidades; así como la conservación de los diferentes patrimonios ecológicos y culturales con las que se cuenta en el territorio (Autor *et al.*, 2015).

Las empresas del turismo alternativo del Traspais apelan a actividades basadas en experiencias en donde el contacto con una naturaleza tropical exótica, y el descubrimiento de la cultura maya *auténtica* se convierte en el principal atractivo para los turistas que las visitan. Este tipo de turismo funciona como un complemento a las actividades comúnmente basadas en el ocio, donde se brindan nuevas motivaciones a los turistas y satisfacer sus intereses (Priestely, 2007). Desde el punto de vista de la planeación turística estas formas complementarias pretenden consolidar la actividad a un nivel territorial mediante su integración en términos de competitividad y sostenibilidad. Aunado a esto el escenario rural adquiere un énfasis importante como producto, considerado a éste como un espacio viable para la reducción de la saturación de turistas en destinos consolidados (Cánoves Valiente *et al.*, 2016; Cánoves Valiente *et al.*, 2020). Sin embargo, la realidad marca que la reducción de la saturación es muy relativa, ya que, en la práctica, el turismo basado en experiencias opera como complemento en función del turismo masivo.

En este sentido, este trabajo se propone construir una serie de tipologías de las empresas dedicadas al turismo alternativo en la región que nos permitan observar y analizar cuáles son las diferentes pautas geográficas con las que este espacio se incorpora a las dinámicas de acumulación de capital ligadas a la expansión del turismo en el territorio rural, mediante el estudio de la configuración espacial de la misma, las dinámicas turísticas, las relaciones entre distintos actores, y las formas de acceso a la tenencia de la tierra.

## 2. Metodología

El artículo se enmarca en un análisis geográfico regional que busca profundizar en la expresión territorial de las interacciones entre los actores involucrados en el turismo<sup>1</sup>. La ventaja de la región como marco del análisis es que interrelaciona un conjunto de casos específicos y que al integrarlos muestra el funcionamiento de la actividad en ese territorio concreto. García Álvarez (2016), destaca, además, que el enfoque regional permite distinguir las profundas complejidades en las relaciones sociales y territoriales de cada contexto geográfico, frente a la homogeneización en que la escala global las suele encasillar. En este sentido la región es útil para entender la forma en que interactúan los diferentes actores involucrados en los procesos turísticos, al diferenciarlos, agruparlos y organizarlos en tipologías para el análisis de los flujos, jerarquías, magnitudes, y relaciones interescales.

La región del TPCRM adquiere relevancia por el número creciente de empresas de turismo alternativo que ahí se establecen. En el año 2013 se contabilizaron 37 empresas, de ellas 17 eran empresas sociales, 17 privadas y 3 estatales (Autor *et al.*, 2015). Este número ha variado en los diez años transcurridos, con el surgimiento de nuevas empresas, pero también la extinción de otras. Así, para 2023, se contabilizaron 85 empresas, 34 sociales, 47 privadas, además de 4 de carácter estatal o municipal.

Para la realización de la investigación se levantó un censo de las empresas de turismo alternativo ubicadas en esta región el cual está organizado en 13 apartados y un total de 32 temas. El trabajo de campo se realizó entre marzo y octubre de 2023, visitando las empresas de la región. Los resultados de este instrumento aunados a la observación en campo y a la aplicación de entrevistas para profundizar en temas específicos, constituyen la fuente de información para establecer las diferentes tipologías y con ellas elaborar un análisis cartográfico.

Para la elaboración de las tipologías presentadas en este artículo se utilizaron los siguientes indicadores: a) tipo de empresa, b) oferta turística, c) número de visitantes en 2022, d) procedencia de los turistas, e) vinculación con empresas turoperadoras o guías turísticos independientes; así como, f) tenencia de la tierra sobre la que operan las empresas. Las diferentes tipologías se presentan mediante

mapas temáticos que nos exponen los diferentes hallazgos en torno a la incorporación del territorio rural de la región del Traspais a las dinámicas de acumulación de capital del turismo.

### 3. Resultados

La región del Traspais de Cancún-Riviera Maya constituye un escenario importante para la oferta turística de la Península de Yucatán, en ella destacan una serie de nodos y líneas de flujo entre los cuales las empresas del turismo alternativo tienen presencia como parte de la oferta de la región. Los principales nodos son: las ciudades de Cancún, Playa del Carmen y Tulum de donde parten los turistas, y Valladolid, segunda ciudad del estado de Yucatán con 85,000 habitantes (INEGI, 2020) que, junto con la zona arqueológica de Chichén Itzá, constituyen los puntos de convergencia sobre los que gravitan los flujos turísticos proveniente del litoral caribeño o de Mérida. Otros sitios de interés turístico, son las zonas arqueológicas de Chichén Itzá, Cobá, Ek-Balam, y Tulum, así como dos áreas naturales protegidas: la Reserva de la Biósfera de Sian Ka'an y el Área de Protección de Flora y Fauna Ootuch Maax Yetel Koh.

Los turistas avanzan y penetran este territorio siguiendo las carreteras, varias de ellas brechas rurales, a lo largo de las cuales se desarrolla la infraestructura de la mayor parte de la oferta turística alternativa inmersa entre comunidades que aún dependen en gran medida de la milpa tradicional maya, cuya vida cotidiana y paisaje se ven atravesados por la turistificación. A continuación, se presentan siete mapas que muestran la distribución territorial de las variables seleccionadas.

En la figura 1 se aprecia claramente la concentración de las empresas en torno a los nodos ya mencionados y a lo largo de ciertas vialidades, lo que facilita el acceso a los turistas convirtiéndose en un elemento clave para el éxito económico de la empresa. Sin embargo, es claro que esa localización es la que rige en las empresas privadas, con muy pocas excepciones. Las empresas sociales presentan una distribución más dispersa, ya que se establecen en los terrenos de las comunidades de donde son originarios sus integrantes, en este sentido, las empresas sociales no pueden incorporar a su funcionamiento los factores de localización y movilidad geográfica que constituyen una de las claves de la actual competitividad capitalista.

Las empresas privadas comienzan a predominar dentro del territorio, en éstas el capital juega un papel relevante en la representación de la oferta turística y su infraestructura por lo que podemos señalar tres categorías de empresas privadas. Primero se encuentran las empresas que se insertan dentro de los circuitos del turismo masivo como oferta alternativa orientándose hacia turistas extranjeros, con una alteración intensiva del paisaje, alta inversión en infraestructura, y una representación *folklorizada* de la cultura y la naturaleza, tales como el Cenote Tsukan, Cenote Hubiku, Cenote Ik-kil ubicados en el entorno de Chichén Itzá y Kin-ha, a 30 km de Puerto Morelos. En segundo lugar, se encuentran empresas privadas con menor capital, en las que la infraestructura es rústica y el paisaje está mínimamente modificado caracterizadas más como balnearios, que al igual buscan insertarse en los flujos del turismo masivo.

Para las empresas sociales podemos establecer tres tipos, las empresas sociales que han acumulado experiencia en el turismo y que se han orientado en mayor medida hacia mercados internacionales motivados por viajes solidarios. Para estas empresas sus vínculos con actores de múltiples escalas los posicionan en un segmento relevante en la región donde los grupos locales tienen mayor control de la actividad en sus comunidades. El segundo tipo corresponde a empresas con una menor experiencia estas empresas complementan la oferta de las empresas privadas, pero compiten entre ellas por la captación de los turistas. El tercer tipo de las empresas sociales corresponde a las que quedan territorialmente marginadas de los flujos turísticos, con poca experiencia acumulada y severas dificultades en su operación, traducidas en la recepción muy esporádica de turistas, problemas en la atención de sus visitantes, y el deterioro de la infraestructura turística.

Las cuatro empresas del sector gubernamental (estatales y municipales), se agrupan en dos tipos muy diferentes: el primero, que corresponde al caso del cenote Zací, administrado por el gobierno municipal de Valladolid, es un balneario de gran afluencia con infraestructura rústica que juega un rol importante como centros de turismo masivo. Por otro lado, encontramos empresas que quedan al margen de los flujos masivos por su difícil acceso, que están administradas por las autoridades mediante la creación de un comité para ese fin, por lo que los cambios en las administraciones locales impactan en su operación.

En relación a los atractivos que ofertan las empresas del Traspais (ver figura 2), el 65% se centra en el cenote complementado en ocasiones con actividades de aventura como el rappel y tirolesa; por otro lado se encuentra la oferta basada en actividades rurales como visitas a la milpa, huertos agroecológicos,

Figura 1: Tipo de empresas y su distribución en la región

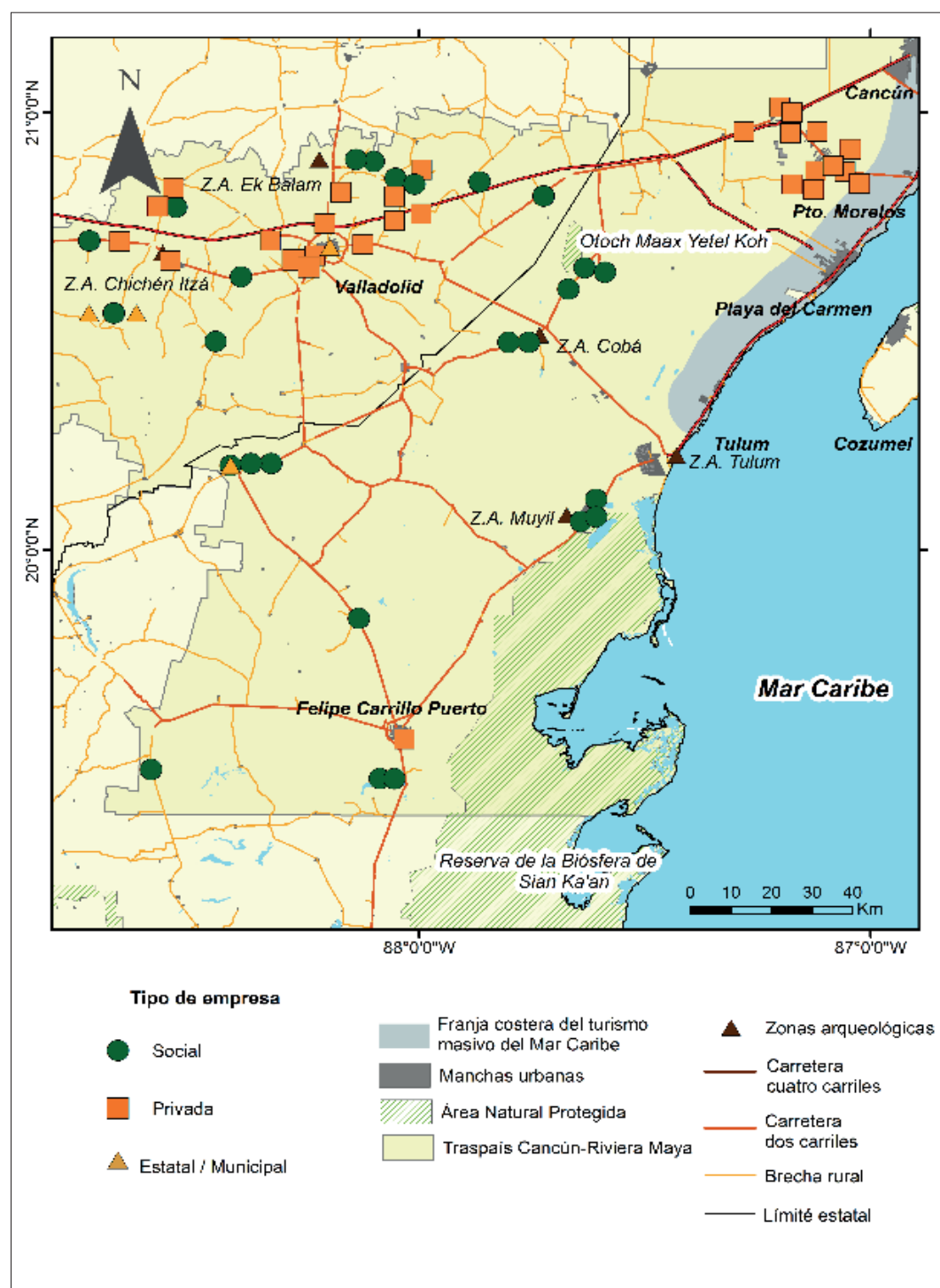
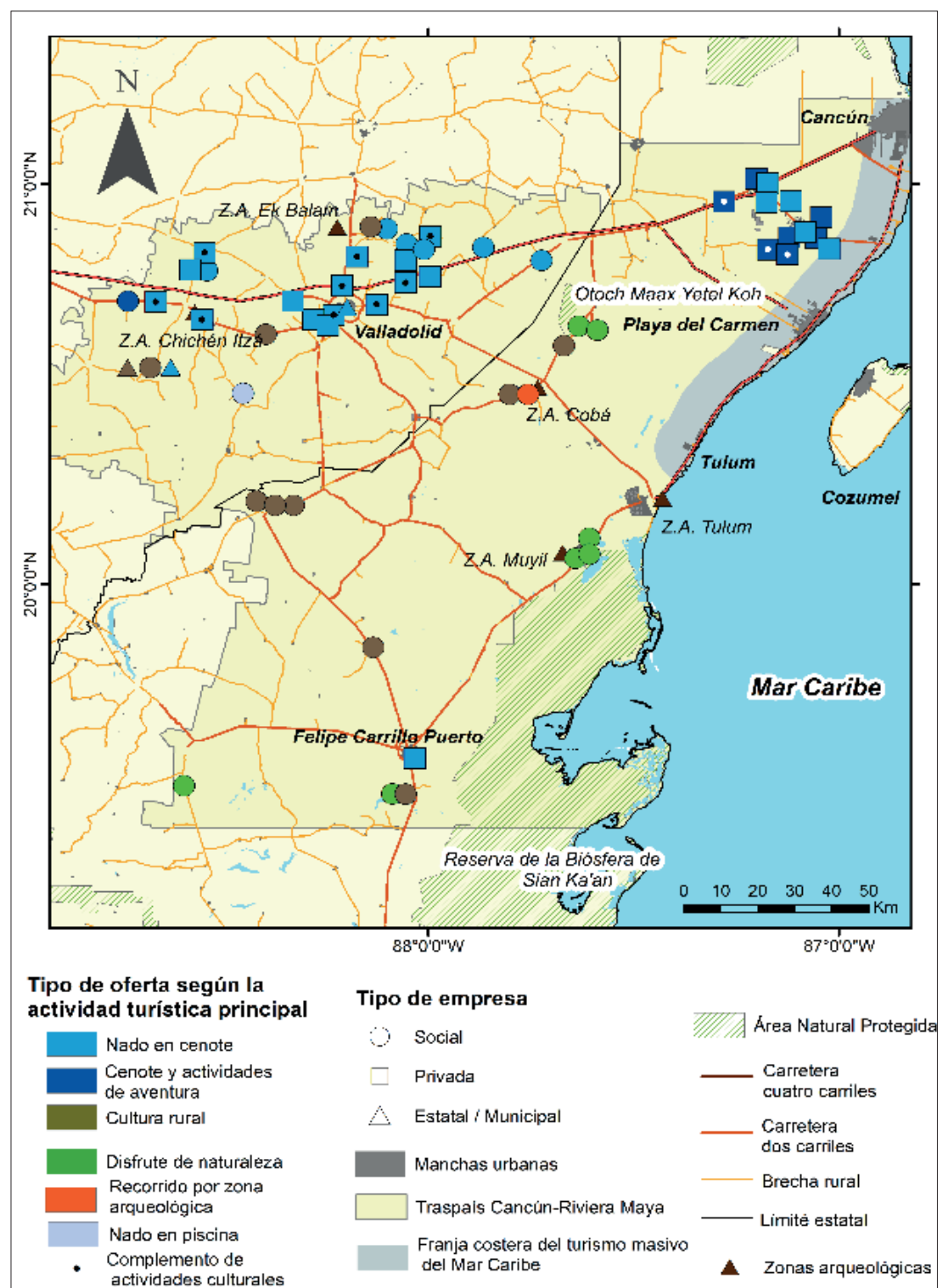


Figura 2: Oferta turística de las empresas del TPCRM





preparación tradicional de alimentos, y talleres sobre actividades tradicionales, que corresponde al 23% de las empresas; asimismo, están las actividades de contacto y contemplación de la naturaleza en lagunas y senderos en áreas naturales protegidas, correspondiente al 11% restante. Cabe señalar la clara diferencia de la oferta entre los tipos de empresas, las empresas sociales tienen una oferta más variada basada en el uso tradicional de los recursos naturales y en su cultura. En contraparte destaca que en la totalidad de las empresas privadas y estatales utilizan los cenotes como el atractivo turístico en el que basan su oferta.

La figura 3 nos muestra en términos territoriales la distribución de los flujos turísticos dentro de la región, podemos establecer un gradiente entre las empresas en función del número de turistas que recibieron durante el año 2022, el cual va de empresas con menos de 10,000 visitantes, dos categorías intermedias entre los 10,000 a 30,000 turistas, así como de 30,000 a 100,000 y las que recibieron más de 100,000. Podemos observar en esta distinción que las empresas privadas concentran la mayoría de visitantes, aunque en esta categoría también destacan algunas empresas sociales, como el grupo de ejidatarios que controlan el acceso de la zona arqueológica de Cobá o la cooperativa Zaaz Koolen Haá, cenote ubicado en las inmediaciones de Chichén Itzá.

A la par de esta concentración encontramos una dispersión yuxtapuesta de empresas sociales a lo largo del territorio rural. Estas son empresas que se sitúan dentro de sus localidades y se encuentran más aisladas de los centros de interés turístico, donde el mal estado de las vías de comunicación juega un papel importante para su acceso, quedando al margen de los flujos turísticos. Entre estos casos podemos encontrar empresas en localidades como Yaxcabáh, Muxucuchca, Chemax, Punta Laguna y Tihosuco.

Este patrón nos muestra la importancia de este corredor que interconecta los nodos de interés turístico y se constituye en la vía de comunicación predominante para el flujo de turistas, el cual funciona como un eje donde se agrupa el capital turístico. Asimismo, mientras se observa la competencia de empresas privadas y el acaparamiento de espacios para la actividad turística, la dispersión de las empresas sociales se vincula con la ubicación de las localidades donde surgen los grupos que las operan. No obstante, éste no es el único factor que incide en la captación de turistas, ya que factores como la promoción, y el vínculo con actores externos como touroperadoras y guías independientes son relevantes en este caso.

Cabe señalar la magnitud que alcanza el turismo tiene en esta región, en su conjunto las 60 empresas concentraron un total de 1,970,000 turistas en 2022, lo que se traduce en un total aproximado de 582 millones pesos mexicanos. Si bien es una suma importante en términos de visitantes e ingresos, éstos se distribuyen de manera asimétrica entre empresas, en donde predominan las empresas privadas con un promedio de 50,900 turistas anuales y la captación del 87% de los ingresos totales, en contraposición a las empresas sociales que recibieron en promedio 12,200 turistas durante el año, concentrando sólo el 13% de los ingresos totales.

El flujo de turistas en la región del Traspais está determinado por la forma en que los visitantes acceden a las empresas. En ese sentido, además de elementos como los mecanismos de promoción, y las vías de comunicación, es primordial la relación que los emprendimientos turísticos tienen con actores externos como touroperadoras y guías independientes de turismo quienes son los encargados de transportar a la mayoría de los turistas por este espacio.

Estos actores externos pueden categorizarse por cuatro niveles jerárquicos de acuerdo a su papel en el mercado, independiente del número de visitantes transportados (tabla 1): 1) touroperadoras de gran escala: se refiere a empresas dedicadas a hacer recorridos por el Traspais desde los grandes centros turísticos apelando a la masividad y exclusividad, el más importante sería el Grupo Xcarét, estas empresas tienen presencia en varias ciudades y una vinculación directa con los grandes hoteles de Cancún-Riviera Maya; 2) agencias de viaje solidarias: éstas se caracterizan por ser touroperadoras en diversas escalas (internacional, nacional, regional, local) que orientan su captación de turistas promocionando el mercado justo, el respeto a la naturaleza y la cultura local. Este tipo de agencias establecen un vínculo directo con empresas sociales organizadas en grupos regionales como la *Alianza Peninsular para el Turismo Comunitario (APTC)* para la promoción y la captación de turistas. 3) touroperadoras de escala intermedia entendidas como empresas que, asimismo buscan el transporte masivo de turistas, pero que se insertan desde el mercado nacional y regional; 4) guías de turistas independientes: entendidos como actores que trabajan por su propia cuenta insertos entre las escalas regional y local, captando turistas en los principales centros de interés turístico y/o las ciudades del Traspais, a quienes ofrecen recorridos por las diferentes empresas.

Figura 3: Distribución y concentración de turistas.

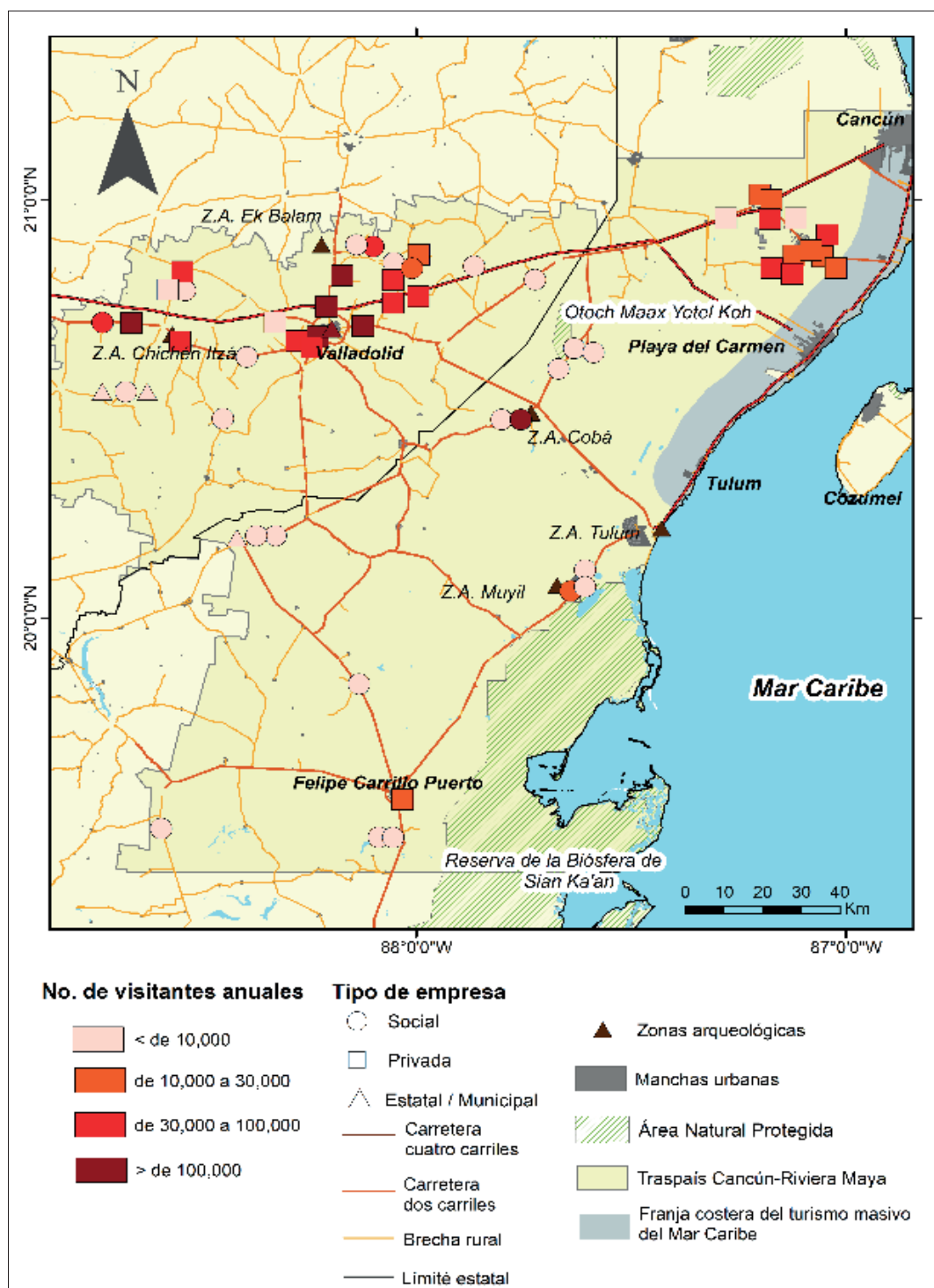


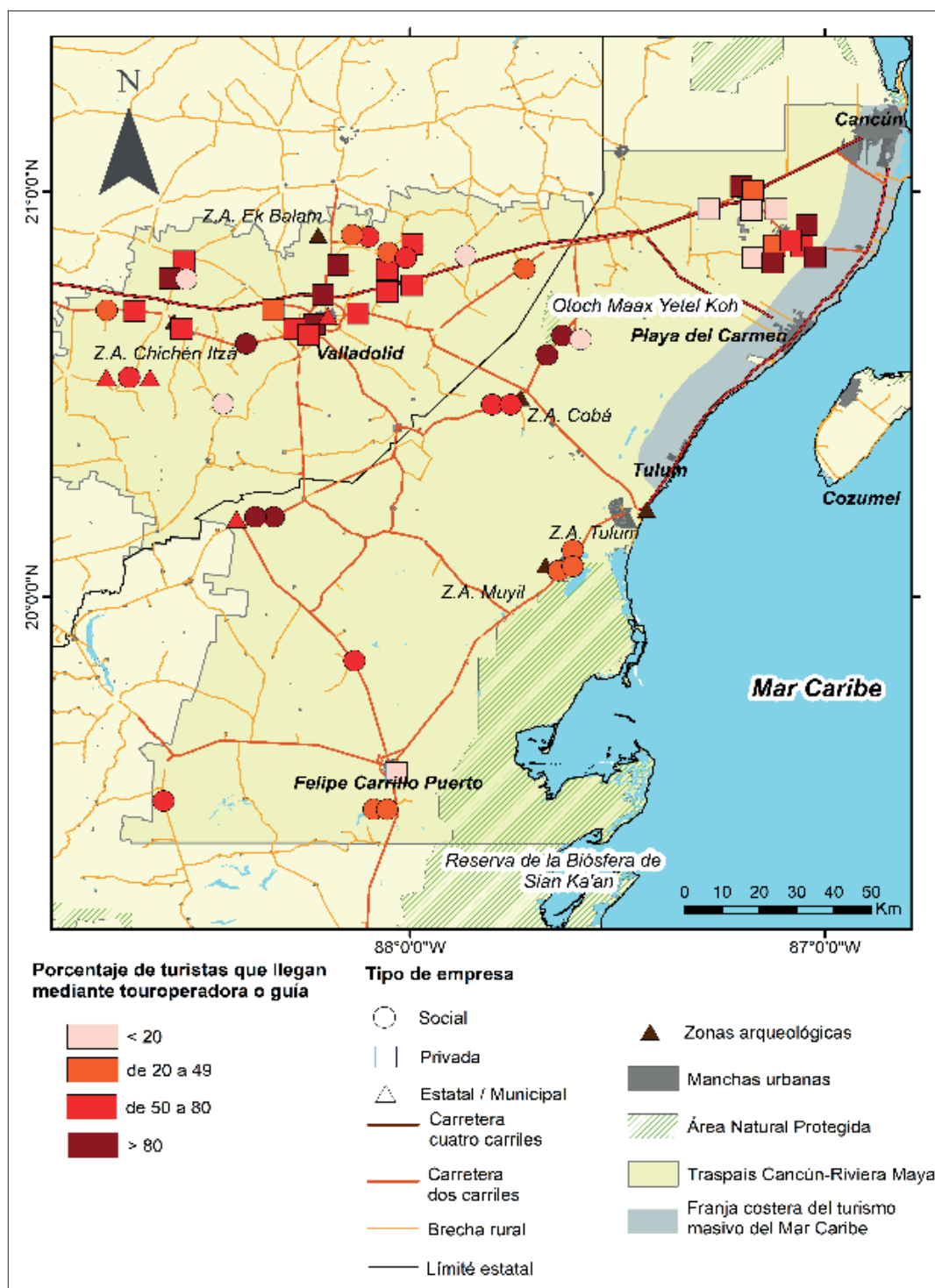


Tabla 1: Clasificación de touroperadores y guías independientes reportados en campo.

Clasificación	Escala de operación	Nombre de la empresa	Tipo de infraestructura	Tipo de mercado y puntos de origen del tour
Touroperadoras	Nacional y regional	Grupo Xcaret	Camiones para grupos grandes y camionetas para grupos reducidos	Turismo internacional, y nacional.  Cancún, Playa del Carmen, Tulum.
		Cancún Adventures		
		AM Tours		
		RPM Caribbean Tours		
		Cancún Nava Tours		
		Paradise Tours		
		Kun Travel		
		Selva Maya Tours		
		Catherwood's Travel		
Agencias de Viaje Solidarias	Internacional, nacional, regional	Econecta	Camionetas para grupos reducidos	Turismo internacional y nacional (menor medida).  Mérida, Cancún, Tulum.
		Rutopia		
		Expediciones Mundo Maya		
		Coox Mayab		
		Maya Kaan		
Touroperadoras de escala intermedia	Regional	Jumbo Tours	Camiones y camionetas para grupos reducidos	Turismo nacional y regional.  Mérida, Valladolid, Cancún, Playa del Carmen, Tulum.
		Changuito Tours		
		Novelo Vacations		
		Cancún Tours Económicos		
		TuCancún		
		Nómada del Caribe		
		Tours Mérida		
		Cancún 360 Tours		
		Tour Plus Cancún		
		Goni Tours		
		Rosalinda Tours Riviera Maya		
		Ashe Tours		
		Tours Yucatán		
		Secretos Tours Valladolid		
		Viajes Colibrí		
		Excursiones día de aventura		
		Xenotours		
		Ecoexpeditions México		
		Community Tours Sian Ka'an		
Guías independientes escala local	Local	Grupo de Taxistas de Pisté	Camionetas para grupos reducidos o autos tipo sedan	Internacional, nacional, local.  Chichén Itzá, Pisté, Valladolid, Tulum.
		Guías independientes de Chichén Itzá		
		Guías independientes de Tulum		

**Nota:** Se enlistan 32 touroperadoras que corresponden a los que las empresas lograron identificar, se reconoce que el mercado puede ser más extenso. En el caso de los guías independientes no se identificó el número exacto por lo que se agrupan por zona de trabajo.

Figura 4: Vinculación de las empresas con touroperadoras y guías



La figura 4 nos muestra que independientemente del número de visitantes recibidos, tanto empresas sociales, privadas y estatales tienen una alta dependencia hacia los actores externos. En su conjunto en las empresas del Traspais el 64.3% de los visitantes llegaron por vía de las touroperadoras y/o guías independientes. Esta vinculación está presente en toda la región destacando el papel de los actores externos como agentes encargados de distribuir el flujo de turistas entre las empresas, otro elemento a destacar es que la dependencia disminuye en torno a los nodos de Cancún y Tulum, centros urbanos de concentración de turistas, lo que sugiere un mayor uso del transporte propio o alquilado para acceder a esta oferta desde esas ciudades.

Por el lado de las empresas sociales, el 66.1% de los turistas que las visitan llegaron por medio de actores externos, en donde destacan las empresas más aisladas en el territorio rural mostrando la importancia que tienen las touroperadoras y guías independientes como intermediarios. En este sentido, en las empresas sociales convergen todos los tipos de actores externos, donde sobresalen las agencias de viajes solidarios, estas empresas establecen un vínculo entre las cooperativas del Traspais y turistas principalmente internacionales que buscan consumir una experiencia más auténtica en el sentido de la oferta, con respeto a la naturaleza, y la cultura del grupo receptor. Asimismo, estos viajes buscan una relación económica con mayor simetría en las negociaciones entre partes. Destacan en este sentido dos iniciativas integradas en la región: *Coox Mayab* y *Maya Kaán (Caminos Sagrados)* agencias de viajes agrupadas por empresas sociales de Yucatán y Quintana Roo respectivamente y que a su vez se integran en la APTC las cuales tienen el control y administración de la comercialización de los viajes. A la par, en el flujo de turistas hacia las empresas sociales también participan agencias de gran escala como, Grupo Xcarét, Cancún Adventures, AM tours; así como intermedias y guías independientes.

En el caso de las empresas privadas, el 63.8% de sus visitantes llegaron mediante touroperadoras y guías, independientemente de la ubicación de éstas, salvo por un grupo de emprendimientos directamente conectados por el camino de Cancún y Puerto Morelos. Mientras que en las empresas estatales el 50 por ciento de sus turistas llegaron por estos medios.

En la composición de la procedencia de los visitantes que llegan a las empresas del Traspais de Cancún-Riviera Maya, destacamos la presencia de tres tipos de turistas: internacionales, nacionales y locales. Los primeros se refieren a visitantes provenientes de otros países, y el segundo caso se refiere a visitantes provenientes de otros estados de la República mexicana, para ambos tipos el principal destino es Cancún o la Riviera Maya desde donde parten para incursionar en los tours que los llevan a algunos de los sitios de interés. Los turistas locales son quienes provienen de la misma localidad o de su entorno cercano, incluyendo habitantes permanentes de las ciudades turísticas.

Las figuras 5 y 6 nos muestra los tipos de turistas que reciben las empresas del Traspais, de manera general podemos observar el predominio de los turistas internacionales que representa el 61.3% de los turistas del conjunto de empresas, los turistas nacionales representan el 26.3% y los turistas locales el 12.1%. Podemos señalar una vinculación estrecha entre el tipo de visitantes y la forma en que llegan a las empresas, ya que los turistas del ámbito internacional provienen de los centros urbanos del turismo, principalmente Cancún, Playa del Carmen y Tulum haciendo uso de la infraestructura y los servicios de los touroperadores de la región.

Figura 5: Tipo de visitantes en las empresas privadas

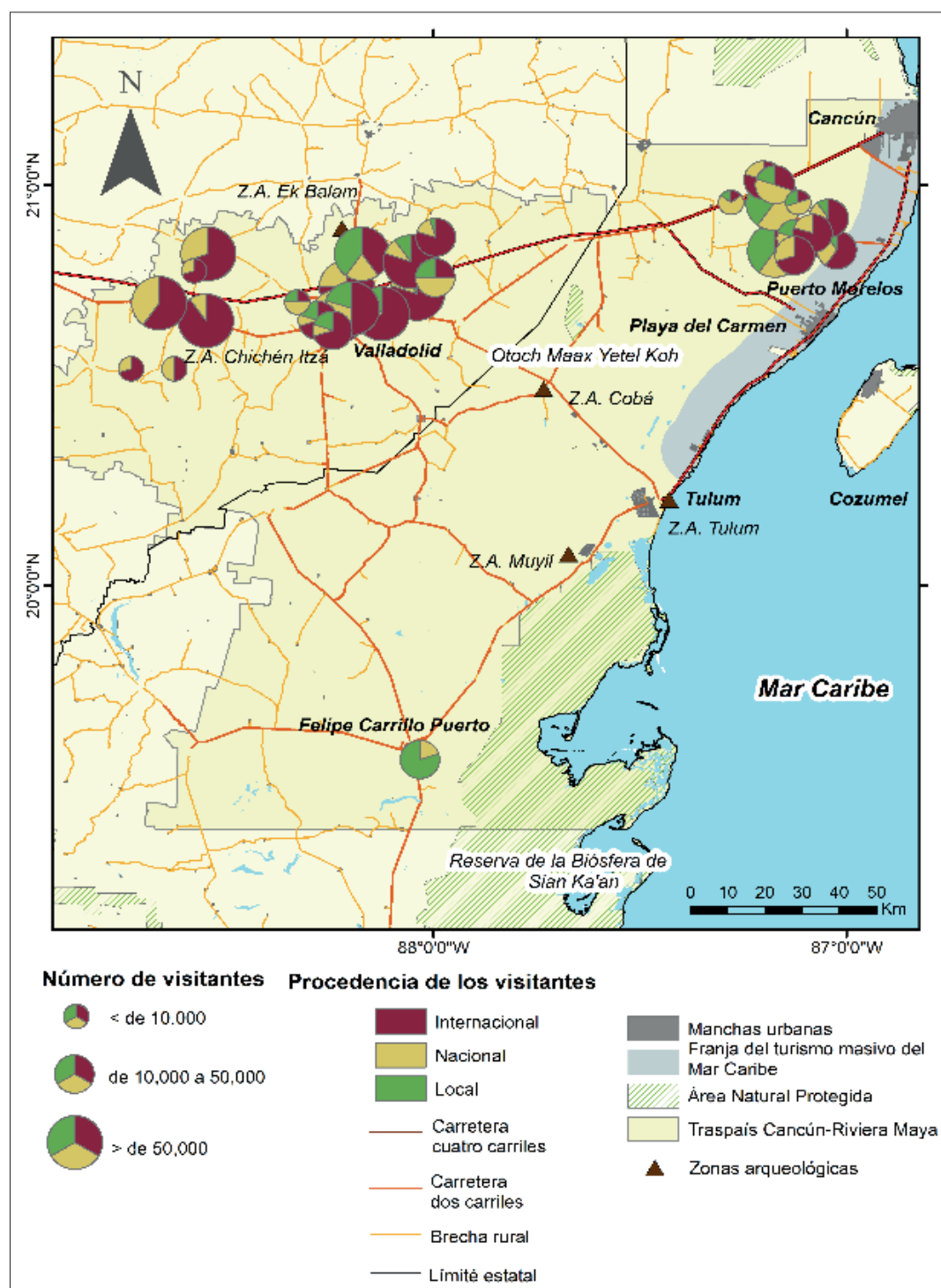


Figura 6: Tipo de visitantes en las empresas sociales

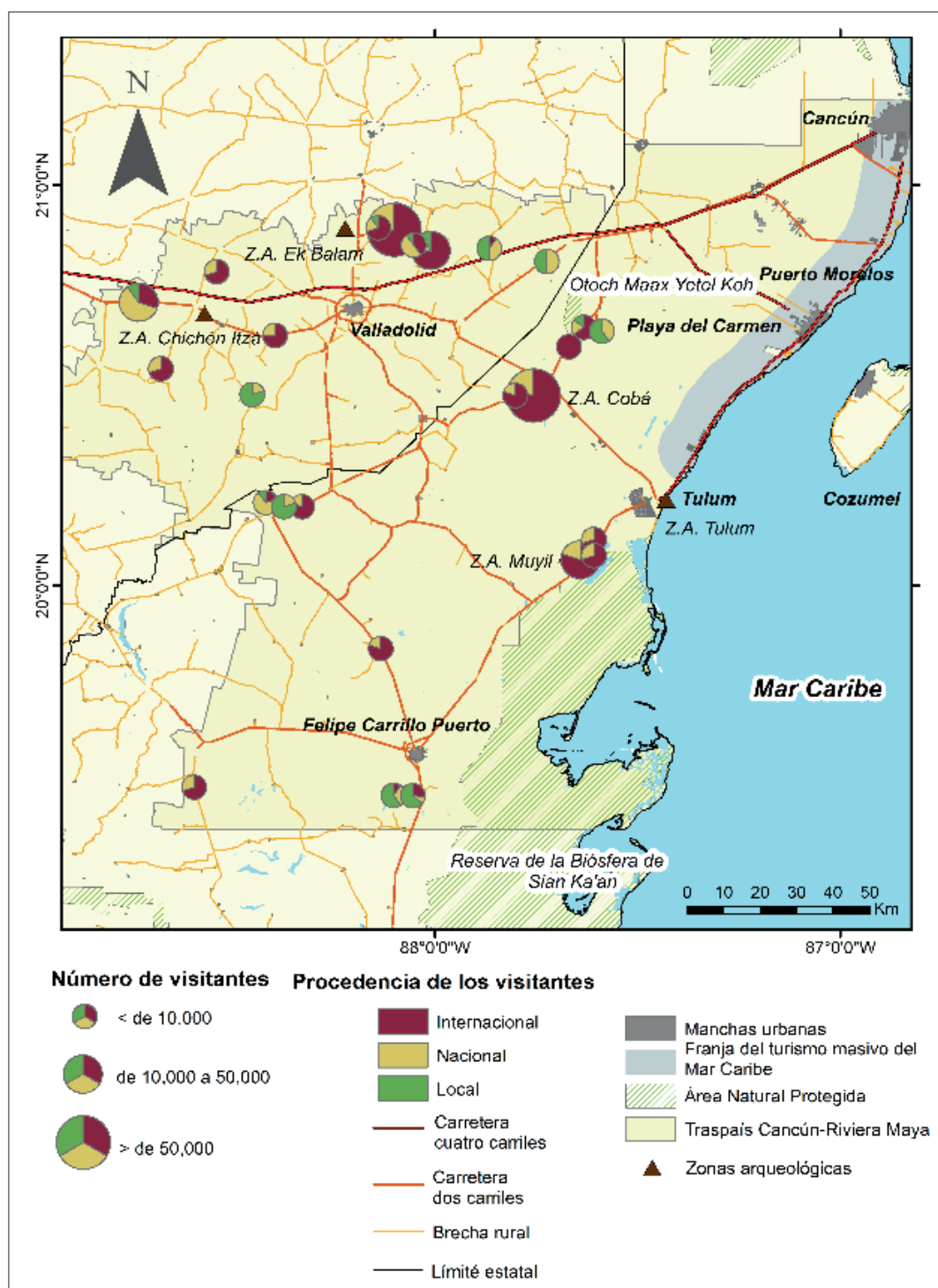
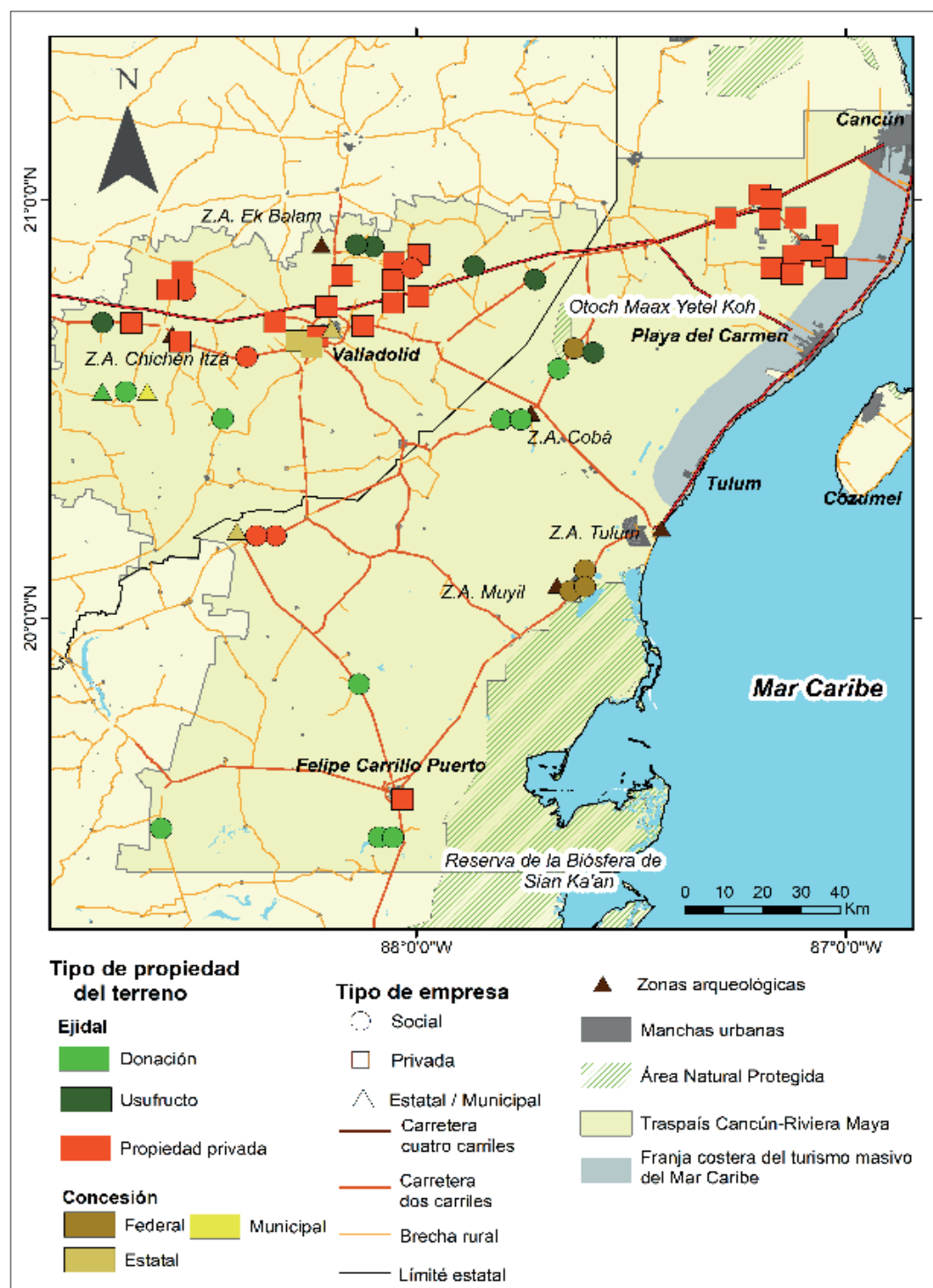


Figura 7: Forma de tenencia de la tierra de las empresas





Es importante destacar la presencia del turismo local que muestra el surgimiento de un nuevo sector que demanda recreación y tiene acceso a los servicios en su expresión turística. En este caso el patrón observado es, de igual manera, que las empresas donde están presentes este tipo de turistas se concentran en torno a los centros urbanos, predominando relativamente las empresas privadas. No obstante, cabe destacar que para las empresas sociales esto significa la penetración a un nuevo mercado, el cual forma parte de su localidad o proviene de comunidades vecinas en contextos campesinos, para quienes el turismo empieza a formar parte de su tiempo libre.

Por último, analizamos las formas de tenencia de la tierra, en las que operan las empresas del Traspais Cancún-Riviera Maya. En la figura 7 observamos la gama de mecanismos para el acceso al uso de tierra con las que operan las empresas.

En las tierras ejidales el acceso y aprovechamiento es colectivo, y legalmente los propietarios son los ejidatarios de cada comunidad con quienes se deben de establecer acuerdos para el uso de los espacios donde operan. Así, para entender la forma en que el turismo está incidiendo en la propiedad de la tierra debemos retomar el antecedente ejidal en el que ésta era administrada y el cuál a partir de la década de 1990, con la modificación al artículo 27 de la constitución mexicana permite el paso a la propiedad privada.

El usufructo es un acuerdo complejo establecido entre ejido y cooperativa que conlleva una negociación en la que los primeros ceden el acceso y aprovechamiento del terreno por un lapso, por lo general entre 20 o 30 años, a cambio de un porcentaje de las ganancias de la actividad turística. En los casos identificados la iniciativa de establecer este tipo de convenios se dio por parte de autoridades externas al ejido y la cooperativa. No obstante, en algunos casos han derivado en conflictos por el control de la actividad turística. Tales son los casos de Punta Laguna, donde han querido revocar el usufructo en asamblea ejidal debido a la polarización de los ejidatarios; así como en Yokdzonot, donde derivado del éxito del cenote las autoridades ejidales han buscado en distintas ocasiones modificar el porcentaje de las ganancias que obtienen por el usufructo. Por su parte la donación ejidal se refiere a un acuerdo ya sea informal o propiamente establecido en asamblea, en donde sin mayor requisito los ejidatarios acuerdan ceder a la cooperativa el espacio donde opera la empresa social.

La propiedad privada implica que previo a la incorporación del terreno al turismo existió un proceso de enajenación, y posteriormente el ingreso de las tierras al mercado para su compra y explotación turística, lo que nos muestra la presión del turismo para incorporar estos espacios a la dinámica de acumulación. Es importante señalar que la propiedad privada se ubica principalmente en torno a los centros urbanos, lo que muestra la presión del turismo en el acaparamiento de tierras. Las empresas sociales que acceden mediante esta forma son casos en los que algún socio de la cooperativa es directamente propietario del terreno y lo dispone para el desarrollo de la actividad turística.

La propiedad estatal puede ser de los tres niveles: federal, estatal y municipal, en donde el mecanismo identificado es la concesión. La concesión federal se da en torno a las áreas naturales protegidas y se rige por los planes de manejo con los que se opera dentro de las reservas. Los casos de concesión de nivel estatal opera principalmente en Yucatán, donde se identificaron dos casos que tienen un peso significativo: los cenotes X'Kekén y Samulá, estos espacios previamente fueron expropiados por autoridades del estado de Yucatán, para ser gestionados por la Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Yucatán. Esta operación duró desde 2007 hasta 2023 en que fueron concesionadas a una empresa privada bajo el argumento de buscar una mejor gestión de los centros. La concesión municipal se da hacia comités organizados por las autoridades en turno.

#### 4. Discusión

En el Traspais de Cancún-Riviera Maya compiten directamente dos sectores, el privado y el social. Si bien, este último fue el precursor del turismo en esta región, la cercanía al mercado del corredor del caribe mexicano y la creciente demanda de actividades complementarias enmarcadas en experiencias turísticas, motivó al sector privado del turismo a incursionar en su modalidad alternativa. La competencia entre empresas ha configurado un espacio en el que turismo impone como actividad económica en un territorio campesino e indígena que anteriormente se mantuvo al margen y en el que ahora se integra el turismo con las actividades tradicionales como la milpa. En este sentido, el capital turístico penetra de manera directa a través de sus empresas y de manera indirecta incorporando el territorio rural y las empresas campesinas a sus procesos de acumulación.

La oferta del turismo alternativo del Traspais utiliza de manera directa los recursos naturales y culturales de este territorio, los cuales son resignificados como un *producto auténtico* atribuyéndoles valor para su explotación económica mediante la llegada de visitantes (Frígole, 2014). Es así como en términos de Peluso y Watts (2001), la naturaleza y la cultura se mercantilizan a partir de una categoría *verde* en la que su uso no está basado en su explotación como materia prima, sino, como un producto de consumo del cual se extrae su rentabilidad.

Lo anterior se evidencia en el uso del cenote como la principal oferta de las empresas del turismo alternativo. Estos cuerpos de agua son altamente demandados por los turistas que buscan refrescarse y nadar en un paisaje endémico y aparentemente prístino de la Península de Yucatán. La explotación de los cenotes adquiere una carga importante en las dinámicas de acumulación de capital del turismo, como se pudo observar las empresas privadas en su totalidad basan su oferta en este recurso, con una marcada tendencia a su acaparamiento, para su explotación turística. Las empresas sociales constituyen una oferta más variada, donde su aprovechamiento se imbrica con modelos tradicionales del uso de recursos localmente establecidos, no obstante, también se insertan dentro de los procesos de acumulación, su disposición adquiere un interés en la gama de actividades que implica el turismo en la región, apropiándose de manera indirecta al margen de la privatización pero en la que las actividades rurales como la manufactura artesanal, la agricultura tradicional, y la gastronomía local son a su vez utilizadas como atractivo cultural, replicándose como complemento por las empresas privadas.

Espacialmente se identificaron patrones de concentración y también de dispersión de las empresas turísticas en el territorio, configurando una distribución territorial de las empresas. En la concentración influyen dos elementos: los centros de interés turístico en la región, también llamados *hotspots*, en términos de Williams (2009); Williams y Lew (2014), así como las vías de comunicación que los conectan. La dispersión se explica mediante el surgimiento de empresas sociales ubicadas dentro de las localidades en muchos casos el acceso a estos lugares es más complicado debido al estado de las vías de comunicación que las conectan.

La concentración que se presenta entorno a los *hotspots* puede establecerse en dos niveles, primero se encuentran los espacios más visitados: Valladolid, Chichén Itzá y Puerto Morelos, los cuales se conectan directamente con el corredor Cancún-Riviera Maya. Segundo se encuentran los centros de interés turístico que en comparación reciben un menor número de turistas, entre los que se encuentran las zonas arqueológicas de Ek-Balam, Cobá, y el área natural protegida de Sian Ka'an, vinculados de manera menos directa con el corredor del turismo masivo del mar Caribe. Alrededor de dichos núcleos se agrupan las empresas con mayor número de visitantes, coexistiendo los tres tipos de empresas, mostrando la estrecha relación que guardan los flujos turísticos hacia la región con los intereses del capital turístico, así como la vinculación del turismo alternativo con los centros de interés turístico.

Por su parte la dispersión, como se muestra en los mapas, es una característica que está presente principalmente entre las empresas sociales, resultado del surgimiento de emprendimientos en comunidades rurales. Estas localidades eminentemente campesinas mayas, quedan aisladas de los centros de interés turístico debido a la dificultad de acceso por la distancia y el mal estado de las vías de comunicación, supeditando la actividad turística a condiciones de competencia asimétricas y a la dependencia de actores intermediarios. Este patrón relacionado con el sector social, a su vez tiene su explicación en las políticas de fomento de la actividad turística, ya que como señalan Autor y Cervera (2020), la promoción y entrega de subsidios a grupos de campesinos para emprendimientos turísticos en la Península de Yucatán, se hizo sin seguir una lógica espacial o económica en la que se previeran aspectos como la vinculación de estas cooperativas con centros de interés turístico, y las condiciones que esto implica para la competencia en el mercado.

La configuración jerárquica del flujo de turistas tiene un tercer componente que lo determina, el cual se refiere a la dependencia que las empresas, sociales, privadas y estatales tienen con los actores externos: touroperadoras y guías de turismo independientes. Como se señaló, los actores externos juegan un papel preponderante en la distribución de los turistas en la región, los vínculos que las empresas turísticas mantienen con éstos, establecen dos elementos primordiales para el funcionamiento y el éxito del turismo alternativo. Por un lado, es la principal vía mediante la cual las empresas captan turistas, independientemente de los mecanismos de promoción, ya que en general la mayoría de los visitantes llegan de esta forma; por el otro las touroperadoras y los guías independientes son los agentes intermediarios entre los centros de turismo masivo y las empresas del turismo alternativo, éstos entrelazan las relaciones interescales que operan en las dinámicas turísticas interviniendo entre el turismo de masas y el turismo alternativo. De esta forma, abren el territorio rural al gran capital turístico, estableciendo

el canal mediante el cual éste puede incorporar a sus dinámicas de acumulación diferentes espacios diversificando la oferta mientras aprovecha el territorio rural.

Además de incidir en los flujos turísticos, los cuatro tipos de actores externos mantienen un papel importante en la configuración del espacio turístico y las tipologías de las empresas mediante la diferenciación espacial en la que éstas operan. Las touroperadoras de gran escala, las de mediana escala y los guías independientes operan transitando en mayor medida entre los *hotspots* anteriormente señalados, distribuyendo a los turistas entre la variedad de empresas disponibles. Así las empresas tanto las sociales, como las privadas y estatales deben competir por atraer a los visitantes orientando sus servicios a la satisfacción de la demanda del pasadía, y en algunos casos complementándose, formando un pequeño grupo de varios lugares visitados en una misma excursión a manera de paquete turístico, aunque en la práctica no establezcan acuerdos entre ellas. Por otro lado, las agencias solidarias especializadas en la vinculación con empresas sociales independientemente de su ubicación, se encargan de hacer llegar a los turistas hasta las cooperativas, en las que los grupos receptores se encargan de brindar los servicios turísticos de manera específica para éstos. Los flujos son pequeños y esporádicos pues corresponden a excursiones de jóvenes con intereses cooperantes, organizadas directamente desde Europa; lo anterior establece hasta cierto punto una contradicción en la que dichas dinámicas llevan a las empresas a elevar los costos de sus servicios para lograr mantenerse en el mercado, transformándose en un turismo de cierta exclusividad.

La configuración de los espacios turísticos mediada por las relaciones interescales entre actores externos, conlleva además la relación con los diferentes sectores de turistas que visitan las empresas. Observamos que las diferentes clases de touroperadoras y guías interactúan con los distintos tipos de visitantes simultáneamente, y que predomina el turista internacional, complementándose con los turistas nacionales. La conjugación de estos dos mercados con las formas de movilidad establecidas por los actores externos, implica que las empresas del turismo alternativo organicen su oferta en una experiencia corta, de pasadía, en la medida de que puedan permitir el flujo constante de visitantes. Esto contradice al discurso del turismo alternativo señalado por Duncan (2013), basado en el bajo impacto y las experiencias profundas.

Cabe destacar el creciente surgimiento de turistas locales entre las empresas ubicadas en el entorno de las ciudades del Traspais, el cual, si bien en comparación con el mercado internacional no es tan alto, si tiene una amplia representatividad. En comparación con los datos de 2013, en la región del Traspais, únicamente el dos por ciento de los visitantes de las empresas en su conjunto eran locales (Jouault y Jiménez, 2015). Su emergencia implica la inclusión de nuevas relaciones entre actores en las diferentes escalas de las dinámicas turísticas, en las que lo local ya no únicamente funge como receptor de turistas, sino también como generador de los mismos. Su crecimiento señala la importancia que tiene el turismo en las localidades ya que no solamente se inserta como una actividad económica que se realiza por sus habitantes, sino que ahora también existe una demanda de este tipo de actividades de recreación por parte de la población local. En este sentido, el turismo ya se incorpora en la cotidianidad de los sujetos, resignificando el tiempo libre y la forma en que este se utiliza en el territorio rural.

Las formas de tenencia de la tierra en el Traspais nos muestran una gama diversa de mecanismos con los que las empresas acceden de manera directa a los terrenos donde se llevan a cabo las actividades turísticas. En los diferentes mecanismos identificados en el estudio, podemos señalar tres distintos tipos de actores que llevan a cabo un proceso de negociaciones y acuerdos para el uso de estos espacios: las empresas (sociales, privadas y estatales), las autoridades gubernamentales y los diversos grupos de ejidatarios propietarios del territorio rural. Entre estos tres se establecen relaciones específicas dependiendo del tipo de mecanismo con el que las empresas se hicieron de los terrenos. Este proceso abre la puerta al turismo desplegando bajo diferentes formas un reordenamiento social y espacial para su instalación y reproducción como uno de los ejes de acumulación.

Es importante destacar las diferencias entre los mecanismos concernientes a los tipos de actores. Mientras que en las formas en las que intervienen las relaciones ejido-cooperativa el usufructo y aprovechamiento es cedido por parte de los primeros a las empresas turísticas, no obstante, la propiedad jurídica sigue siendo ejidal. Este aspecto puede señalarse directamente como una reducción de la propiedad colectiva de la tierra que no implica una privatización, pero sí el control de facto de un grupo que hasta cierto punto se deslinda del ejido. Por otro lado, en la propiedad privada los actores pueden ser diversos, ya que este tipo de terrenos pasaron de propiedad colectiva a individual para posteriormente ser incorporados en las actividades turísticas. Así se identifican dos mecanismos diferenciados, la compra-venta del terreno específicamente para empresas privadas y la aportación del terreno privado de uno de los miembros del grupo en el caso de las cooperativas.

Respecto a las concesiones también es importante identificar las diferencias a partir del nivel de las instancias de gobierno que las otorgan. En el caso federal, las concesiones se otorgan para el aprovechamiento de las Áreas Naturales Protegidas administradas por este tipo de autoridades, los mecanismos para este tipo de concesión están establecidos en los planes de manejo, documentos normativos con los que se rigen las ANP y se establece que solo pueden ser a grupos locales organizados en empresas sociales, lo que no implica que se otorguen varias concesiones en un mismo sitio induciendo la competencia por el control de la actividad turística en las ANP. Por otro lado, las concesiones estatales han derivado en un mecanismo transitorio hacia la privatización, como lo observado en los casos de Yucatán donde las autoridades dejaron en manos de privados la administración y operación de paradores anteriormente expropiados. Mientras que en los casos municipales los comités para operar los centros turísticos generan ingresos que son aprovechados por el municipio.

## 5. Conclusiones

La región del Traspais de Cancún-Riviera Maya adquiere una configuración espacial que se caracteriza por la complejidad que se da entre las múltiples interacciones que tienen los diversos actores y el papel que juegan en las dinámicas turísticas. A su vez es clara la contradicción que se da entre la complementariedad, pero a su vez la subordinación que tiene el turismo alternativo con el turismo de masas.

Esta configuración conlleva el anclaje del turismo en nodos de interés en los que se concentra, vías de comunicación por donde se distribuye, y actores que simultáneamente se involucran en la incorporación del territorio al turismo. Las tipologías de las empresas del turismo alternativo nos permitieron observar las diferentes formas y mecanismos con los que el territorio rural, anteriormente considerado vacío, improductivo y ocioso, es revalorizado e incorporado en los procesos de acumulación de capital desplegados por el turismo. Podemos así establecer dos formas en las que el territorio rural está siendo apropiado a medida que el turismo se expande sobre éste.

Primero una apropiación directa mediante los mecanismos que implican el uso del territorio y sus recursos en el turismo, ésta puede entenderse a partir de la relevancia que los cenotes, lagunas, y la selva adquieren en la oferta en la región. Así como en los diferentes mecanismos con los que el turismo penetra en el territorio reconvirtiendo espacios ya sea mediante la reducción de la propiedad colectiva de la tierra, la concesión a empresas sociales o privadas y de manera más concreta la misma privatización. Si bien como ya se señaló esta es una gama diversa, estos mecanismos implican las formas fácticas y jurídicas con las que el turismo se apropia del espacio rural.

Segundo, señalamos la apropiación indirecta del territorio por parte del turismo, mediante la revaloración de prácticas, tradiciones y formas de vida, las cuales adquieren relevancia en la oferta y los productos turísticos de empresas tanto sociales como privadas.

Otro aspecto a destacar en los significados ambivalentes del turismo para la población, es la creciente demanda de actividades recreativas para la población local en su forma de servicios turísticos, éste ya no solamente es una actividad productiva para los habitantes de esta región en la que hasta hace poco se insertaban principalmente como mano de obra barata, o como emprendedores bajo tutela de organismos externos, y ahora también participan como turistas. El turismo penetra así en la vida cotidiana de los habitantes para los que la presencia de esta actividad se vuelve importante para la satisfacción de sus necesidades de recreación, y se instala y fluye a través de las distintas escalas en las que se entrelaza el territorio. Cabe destacar la presencia de dos diferentes tipos de turistas locales, ya que en torno a los nodos turísticos del traspais predomina una clase media trabajadora habitante de los centros urbanos locales: Cancún, Playa del Carmen, Valladolid; mientras que en el territorio rural observamos la incorporación a las dinámicas de consumo turístico de un sector campesino, el cual nunca había sido contemplado en estos términos.

Por último, es importante mencionar al Tren Maya, obra insignia del gobierno federal. Si bien el objetivo del trabajo no contempló su análisis, su importancia no puede ignorarse en esta discusión. La ubicación de sus paraderos y derroteros, que en el traspais corresponden a: Chichén Itzá, Valladolid, Nuevo Xcán, Leona Vicario, Cancún, Puerto Morelos, Playa del Carmen, Tulum y Felipe Carrillo Puerto; sugiere que su lógica está encaminada a reforzar los distintos nodos y ejes del turismo identificados y estudiados en este trabajo; sin embargo será importante evaluar a futuro el papel que desempeñe en el traslado de turistas locales y regionales, ya que sus precios dan preferencia a los habitantes de la Península de Yucatán, lo que sugiere la hipótesis de que en un mediano plazo contribuirá a incrementar el

turismo local de proximidad, cuya presencia destacamos en el trabajo, y que es uno de los ejes del debate sobre el futuro del turismo que surge a partir de la pandemia en el ámbito académico internacional.

## Bibliografía

- Borras, S M., Jr, Hall, R., Scoones, I., White, B., y Wolford, W. (2011). "Towards a better understanding of global land grabbing: an editorial introduction". *The journal of peasant studies*. 38 (2): 209–16. <https://doi.org/10.1080/03066150.2011.559005>.
- Büscher, B., y Fletcher, R. (2017). "Destructive Creation: Capital Accumulation and the Structural Violence of Tourism". *Journal of Sustainable Tourism* 25 (5): 651–67. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1159214>.
- Cànoves Valiente, G., Blanco-Romero, A., y Díaz Soria, I. (2020). "Turismo de interior en España. Del overtourism al undertourism. En: Guillen X. Pons, Asunción Blanco-Romero, Libertad Troitiño Torralba, y Màcia Blàzques Salom Eds. Sostenibilidad Turística. Overtourism vs undertourism. Mon. Soc. Hist. Balears: 471- 482.
- Cànoves Valiente, Gemma, Josep Prat Forga, y Asunción Blanco-Romero. (2016). "Turismo en España, más allá del sol y la playa. Evolución reciente y cambios en los destinos de litoral hacia un turismo cultural" *Boletín de la asociación de geógrafos españoles*. (71) 431-454.
- Córdoba Azcárate, M. (2019). "Fueling Ecological Neglect in a Manufactured Tourist City: Planning, Disaster Mapping, and Environmental Art in Cancun, Mexico". *Journal of Sustainable Tourism*. 27 (4): 503–21. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1478839>.
- Cordoba Azcarate, M. (2020). *Stuck with tourism: Space, power, and labor in contemporary Yucatan*. Berkeley, CA, Estados Unidos de América: University of California Press.
- Fairhead, J., Leach, M., y Scoones, I. (2012). "Green Grabbing: A New Appropriation of Nature?" *The Journal of Peasant Studies*. 39 (2): 237–61. <https://doi.org/10.1080/03066150.2012.671770>.
- Frigolé, J. (2014). "Retóricas de la autenticidad en el capitalismo avanzado". *ÉNDOXA: Series Filosóficas*, n. 33, 2014, pp. 37-60. UNED, Madrid
- García Álvarez, J. (2016). Geografía Regional. En: Daniel Hiernaux y Alicia Lindón. Ed. Tratado de Geografía. Anthopos y UAM Iztapalapa: 25-71
- García de Fuentes, A., y Jouault, J. (2015). Introducción. En: Ana García de Fuentes, Samuel Jouault y David Romero Eds. *Atlas de Turismo Alternativo de la Península de Yucatán*. Mérida Yucatán: CINVESTAV-Mérida.
- García de Fuentes, A., y Cervera Montejano, M. D. (2020). "Turismo alternativo y localización territorial: el caso de la Península de Yucatán, México". *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 18(3), 371–383. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.026>
- Gillen, J., y Mostafanezhad, M. (2019). "Geopolitical Encounters of Tourism: A Conceptual Approach". *Annals of Tourism Research*. 75: 70–78. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.015>.
- Gyr, U. (2010). The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity, in: European History Online (EGO), Institute of European History (IEG). URL: <http://www.ieg-ego.eu/gyru-2010-en>
- Harvey, D. (1982). *The Limits to Capital*. Londres, Inglaterra: Blackwell.
- Harvey, D. (2004). *El Nuevo Imperialismo*. Akal Ediciones.
- Harvey, D. (2010). *Enigma of capital and the crises of capitalism*. Cary, NC, Estados Unidos de América: Oxford University Press.
- Hiernaux, D. (2016). Globalización, Patrimonio, Turismo: una aproximación desde la renovación urbana. En: Carlos M. Yory-García. Ed. *Renovación Urbana. Globalización y Patrimonio*. Universidad Católica de Colombia. 75-91.
- Hiernaux, D. (2021). La conflictividad entorno al turismo no es un tema que preocupe a las autoridades y las ciencias sociales en algunos países latinoamericanos. En: Sergi, Yáñez. (2021) *La cuestión turística. Trece entrevistas para repensar el turismo*. Pasos, Barcelona.
- INEGI. (2020). Censo de población y vivienda 2020. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>. consultado el 12 de febrero de 2024.
- Jessop, B., Brenner, N., & Jones, M. (2008). "Theorizing Sociospatial Relations". *Environment and Planning D: Society and Space*, 26(3), 389-401. <https://doi.org/10.1068/d9107>
- Jouault, S., y Jiménez, M. (2015). Región Cancún – Riviera Maya y su traspas. En: Ana García de Fuentes, Samuel Jouault y David Romero Eds., *Atlas de Turismo Alternativo de la Península de Yucatán*. Mérida, Yucatán: CINVESTAV-Mérida.



- Jouault, S. (2022). *El Traspas de Cancún-Riviera Maya*. Universidad del Estado de México.
- Lash, S., y Urry, J. (2002). *Economies of sins and space*. Sage Publications.
- Lemas, M. F., Cervera Montejano, M.D., García de Fuentes, A., y Jouault, S. (2023). “Expresiones locales en el turismo rural comunitario de la península de Yucatán, México”. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 21(4), 713–726. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.049>
- Moore, J. W. (2015). *Capitalism in the web of life: Ecology and the accumulation of capital*. Londres, Inglaterra: Verso Books.
- Oehmichen, C. (2023). “Empleos atípicos y cultura laboral en el mundo del turismo en Cancún, México”. *Revista sobre acceso a justicia e derechos nas américas*. 7 (1): 120-146.
- Ojeda, D. (2016). “Los paisajes del despojo: propuestas para un análisis de las reconfiguraciones socioespaciales”. *Revista colombiana de antropología*. Vol 52. No. 2.
- Ojeda, D. (2012). “Green Pretexts: ecotourism, neoliberal conservation and land grabbing in Tayrona National Natural Park, Colombia”. *Journal of Peasant studies*. 39(2).
- Peluso, N. L. (2017). “Entagled territories in small scale gold mining frontiers: Labour practices, property and secrets in Indonesian gold country. World development. 20. 1-17. <http://dx.doi.org/10.1016/j.worlddev.2016.11.003>
- Peluso, N. L. (2012). “What’s Nature Got to Do with It? A Situated Historical Perspective on Socio-Natural Commodities: Socio-Natural Commodities: Situated Histories”. *Development and Change*. 43 (1): 79–104. <https://doi.org/10.1111/j.1467-7660.2012.01755.x>.
- Peluso, N. L., y Watts, M. (2001). *Violent Environments*. Ithaca, NY, Estados Unidos de América: Cornell University Press.
- Pristley, G. (2007). Sostenibilidad, ciclo de vida y desarrollo de los destinos turísticos: hacia un nuevo modelo del turismo español, en Pristley, Greda. y Joan Carles Llurdés (dir.) *Estrategia y gestión del turismo en el municipio*. Bellaterra. Escola Universitària de Turisme i Direcció Hotelera - UAB, 29-42.
- SECTUR. (2024). Comunicado de prensa. 05 de febrero de 2024. <https://www.gob.mx/sector/prensa/mexico-registro-la-llegada-de-mas-de-21-millones-de-turistas-internacionales-via-aerea-segun-su-nacionalidad-en-2023?idiom=es#:~:text=Expuso%20que%2C%20durante%202023%2C%20al,esto%20es%206.2%25%20m%C3%A1s%20a> Consultado el 01 de marzo de 2024.
- Serje, M. (2005). *El revés de la nación. Territorios salvajes, fronteras y tierra de nadie*. Bogotá: Universidad de Los Andes.
- Spindola-Zago, O. (2016). “Espacio, territorio y territorialidad. Una aproximación teórica de la frontera. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*. 61 (228). 27-56.
- Viken, A. (2013). *Tourism destination development: Turns and tactics*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315550756>
- Williams, S. (2009). *Tourism geography. A new synthesis*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203877555>.
- Williams, S., y Lew, A. (2015). *Tourism geography*. Tercera edición. Routledge, Taylor & Francis group. London & New York.

## Notes

- <sup>1</sup> Este artículo presenta resultados parciales de una tesis doctoral en proceso titulada “El papel de la cooperativa turística en la apropiación del territorio rural del Traspas de Cancún-Riviera Maya, dónde se busca analizar las diferentes interacciones socioespaciales en torno al turismo alternativo en la región.
- <sup>2</sup> Un caso paradigmático es el Parque Xibalbá propiedad de Grupo Xcarét, éste buscó interconectar un circuito de cenotes para crear un parque de atracciones a gran escala. Sin embargo, actualmente su operación esta clausurada como sanción por el alto impacto ambiental que significó su construcción. Si bien es probable que vuelva a operar.

*Recibido:* 11/06/2024  
*Reenviado:* 17/10/2024  
*Aceptado:* 17/10/2024  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*