

## Un modelo regional de turismo alternativo y economía social en la Península de Yucatán, México

A regional model of alternative tourism and social economy in the Yucatan Peninsula, Mexico

**Samuel Jouault<sup>1</sup>**

samuel\_jouault@hotmail.com

**Ana Garcia de Fuentes<sup>2</sup>**

ag\_silberman@yahoo.com.mx

**Tlacaelel Rivera<sup>2</sup>**

tlacaelelrivera@gmail.com

---

**Resumen.** Para la elaboración de un Atlas de Turismo Alternativo se aplicó un cuestionario de tipo censal integrado por 162 preguntas, en donde se obtuvo información de carácter social, cultural, ambiental y económico de las 153 empresas sociales dedicadas a la actividad en la Península de Yucatán, México. La heterogeneidad de los resultados encontrados, aunada a la previa identificación de falta de enfoques dialécticos y unidades analíticas amplias en los estudios sobre turismo alternativo, nos llevó a presentar en este trabajo un modelo regional que busca explicar los procesos de desarrollo que pueden seguir las empresas estudiadas, en relación a los rasgos que subyacerían a un ideal utópico de economía social. El modelo plantea los siguientes cuatro escenarios de evolución de las empresas: fracaso, paternalismo, privatización y economía social.

**Palabras clave:** turismo alternativo, economía social, modelo, región, México.

**Abstract.** The development of an Atlas of Alternative Tourism required us to apply a census type questionnaire composed of 162 questions, where social, cultural, environmental and economic information was obtained from the 153 social tourism companies operating in the Yucatan Peninsula, Mexico. The heterogeneity of the results found, coupled with a prior identification of the lack of dialectical approaches and broad analytical units in studies on alternative tourism, led us to present in this paper a regional model that seeks to explain the development processes that those companies might pursue in relation to the features underlying a utopian ideal of social economy. The model raises the following four scenarios for the evolution of the companies: failure, paternalism, privatization and social economy.

**Keywords:** alternative tourism, social economy, model, region, Mexico.

---

<sup>1</sup> UMR ESO6590 / Université d'Angers, Maison de la Recherche Germaine Tillon, 5bis bd Lavoisier – 49045 Angers Cedex 01, Francia y Centro de Estudios Mexicanos y Centroamericano / CEMCA – UMIFRE n°16 – USR Amérique Latine n°3337, Sierra Leone 330, Lomas de Chapultepec, 11000, México DF, México.

<sup>2</sup> Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional, CINVESTAV-Unidad Mérida. Antigua Carretera a Progreso Km. 6, C.P. 97310, Mérida, Yucatán, México.

## Planteamientos teóricos iniciales

En la actualidad, existen amplios debates en torno a los alcances reales de todas aquellas propuestas que, discursivamente, se erigen como alternativas a los valores, significados, relaciones e instituciones emanadas del modelo hegemónico de desarrollo (Escobar, 2003). Dichas ‘alteridades discursivas’ surgen y se reproducen en una gran diversidad de medios como son las atmósferas académicas, las redes de organizaciones no gubernamentales, los movimientos sociales e incluso las propias instancias gubernamentales –incluyendo sus grandes agendas internacionales– (Bringas y González, 2004); a su vez, éstas trastocan dimensiones económicas, ambientales, políticas y socioculturales (Santos, 2009).

En este contexto, desde que el turismo se consolida como uno de los sectores de mayor importancia para la economía mundial y, por lo tanto, como un fenómeno con una incidencia notable en las relaciones socioculturales alrededor del globo, comenzaron a manar las prácticas discursivas en torno a éste (Meethan, 2001; Urry, 2002; García y Xool, 2012). Sin lugar a dudas, una de las emanaciones discursivas que ha alcanzado mayor resonancia en el sentido anteriormente señalado tiene que ver con los alcances transformadores de una modalidad turística alternativa en premisas

al gran turismo corporativo o de masas dominante (Tabla 1).

Así, partiendo de experiencias puntuales de grupos étnicos y comunidades rurales en diversos parajes de África, Asia y Latinoamérica que estaban desarrollando una incipiente actividad turística basada en escenarios de aprendizaje, a partir de la interacción sutil de los visitantes con sus entornos naturales y culturales (Ceballos-Lascurain, 1998; Miroglio, 2008), y en gran medida influidos por los amplios movimientos de cambio paradigmático antagónicos a la noción desarrollista neoliberal, en primera instancia grupos académicos y posteriormente organizaciones civiles e incluso agendas internacionales comenzaron a vislumbrar alteridades al modelo clásico de turismo, sobre todo en términos de nuevas relaciones sociales y económicas entre los oferentes y los turistas, así como en reconocimiento de una serie de prácticas ambientales más benignas (Weaver, 2006; Schéou, 2009; Jouault y Pulido-Madariaga, 2014).

Desde la apropiación formal del concepto de turismo alternativo –a finales de la década de los 90’s– hasta la fecha, la mayoría de los esfuerzos académicos en la materia se han centrado en establecer plataformas tipológicas, proponer metodologías instrumentales, evaluar el impacto de políticas públicas específicas, así como en analizar los alcances y

**Tabla 1.** Premisas diferenciales entre el turismo alternativo y el turismo convencional.

**Table 1.** Differential premises between alternative tourism and conventional tourism.

<b>Turismo alternativo</b>	<b>Turismo convencional</b>
No masivo. Oferta de escenarios naturales y culturales e infraestructura rústica.	Masivo. Oferta de sol y playa, servicios altamente especializados y gran infraestructura corporativa.
Motivación turística de aprendizaje y beneficio local.  Bajo impacto ambiental. Fuerza de trabajo y medios de producción locales.  Lógica económica endógena.	Motivación turística de placer, descanso o trabajo.  Alto impacto ambiental. Fuerza de trabajo generalmente migrante y medios de producción transnacionales.  Lógica económica exógena.
Toma de decisiones comunitarias.	Toma de decisiones gerenciales.
Plataforma tipológica: eco, rural, aventura, ritual, agro, gastronómico, artesanal, etc.	Plataforma tipológica: sol y playa, negocios, académico, convenciones, compras, médico, deportivo, etc.

las limitantes de dicha modalidad turística en materia económica, ambiental o social, de manera aislada y en estudios de caso puntuales (Clarke, 1997) Giampiccoli y Saayman, 2014). En este sentido, existen pocos –sino nulos– avances respecto a aproximaciones dialécticas y abordajes regionales, que permitan complejizar y construir análisis más amplios y críticos sobre el turismo alternativo.

Uno de los programas de investigación científica<sup>3</sup> que precisamente ofrece nuevas posibilidades para analizar crítica y dialécticamente las concretitudes reales en torno a las prácticas discursivas del turismo alternativo es la economía social. Si bien existen diferentes circunscripciones y perspectivas teóricas en este campo de generación y aplicación del conocimiento (Tabla 2), en la economía social se manifiestan considera-

bles pautas para analizar a la actividad turística en términos de verdaderas alteridades en su reproducción de relaciones sociales, económicas, políticas y ambientales con respecto a las lógicas voraces del capital.

Por su parte, los enfoques regionales provenientes de la geografía posibilitan ahondar en el turismo alternativo más allá de las clásicas visiones tipológicas de la oferta, la demanda y el desplazamiento de turistas (Almirón, 2004). Por ejemplo, una visión regional permite analizar en y entre unidades espacio-temporales concretas procesos territoriales de turistificación, relaciones de poder, representaciones simbólicas, transformaciones paisajísticas, etc., en términos tanto de sus encuentros como de sus desencuentros (Harvey, 1996; Santos, 2006; Ramírez, 2007).

**Tabla 2.** Principales autores y sus enfoques teóricos sobre economía social.

**Table 2.** Main authors and theoretical approaches of social economy.

Autor	Enfoque	Rasgos descriptivos
Paul Singer	Economía cooperativa	Representa una visión restringida a la cooperativa, que conjuga la autogestión con una clara inserción en el mercado, en una postura emancipadora gradual.
Luis Razeto	Economía popular de reciprocidad	Comprende al conjunto de actividades llevadas a cabo por pequeños grupos familiares o barriales con conciencia de reciprocidad e identidad grupal, a fin de enfrentar la carencia de empleo e ingresos con una escasa dotación de recursos, baja productividad, una división simple del trabajo y una racionalidad económica no capitalista.
Aníbal Quijano	Economía popular	Se caracteriza por la igualdad social y la comunidad, presentando combinaciones diversas de patrones de mercado donde es importante considerar los balances globales hacia la reciprocidad.
José Luis Coraggio	Economía solidaria	Plantea como elementos comunes las relaciones sociales de producción, socialización de riesgos, resignificación del concepto de eficiencia y la coexistencia de valores de cambio y de uso (en donde las decisiones centrales del grupo emanan de la segunda orientación).
Boris Marañón Pimentel	Economía colectiva	Se produce en colectivo, no están orientados por la ganancia sino por la generación de trabajo e ingresos, negocian grupalmente con el mercado, y tienen como fin último la reproducción ampliada de la vida para el uso colectivo de su comunidad.

Fuente: Elaborada a partir de Coraggio (2004); Razeto (2007); Singer (2007); Marañón y López (2013).

<sup>3</sup> Entendidos en los términos planteados por Lakatos (1980) como unidades de análisis epistemológicas constituidas por secuencias teóricas con continuidad espacio-temporal que interrelaciona sus postulaciones.

De manera tal, en el presente trabajo buscamos contribuir precisamente a la generación de enfoques críticos y dialécticos en torno al turismo alternativo. Para ello, presentamos un modelo regional que busca explicar los escenarios de evolución, en relación a los rasgos subyacentes de la economía social, que pueden seguir actualmente las empresas sociales de turismo alternativo presentes en la Península de Yucatán, México.

## La región de estudio

La Península de Yucatán es la porción más oriental de la República Mexicana, está integrada por los estados de Campeche, Yucatán y Quintana Roo y abarca una superficie de 145 000 km<sup>2</sup>. Desde el punto de vista geológico y fisiográfico, la Península es una enorme planicie formada por rocas calizas, que se prolonga sobre Belize y el Petén guatemalteco. Su relieve kárstico está formado por ondulaciones, dolinas y cenotes<sup>4</sup> y sólo destaca la “Sierrita de Ticul” cuya elevación máxima no alcanza los 400 msnm. Por las características calizas de sus suelos, el agua se infiltra y prácticamente carece de drenaje superficial. Su clima es cálido con lluvias predominantes en verano, que se incrementan en dirección sur-sureste pasando de un tropical seco en el noroeste (promedios menores a 450 mm anuales) a uno bastante húmedo con precipitaciones de más de 1500 mm anuales en el sur. La vegetación natural dominante es de selva tropical, con variaciones relacionadas con el incremento de la precipitación, desde una selva baja caducifolia al noroeste hasta selvas medianas y altas subperenifolias y perenifolias; en las costas predominan formaciones de manglar y también hay vegetación de humedal en algunas zonas interiores.

La Península es también una región cultural, la de los mayas de tierras bajas, cuya impronta histórica y presencia actual, unida a su paisaje natural, confieren a este territorio una identidad claramente diferenciada de la del resto del país. Según el último censo (INEGI, 2010), en la península vivían 4 103 596 habitantes de los cuales el 22% eran maya hablan-

tes. La población se concentra en la porción noroeste del estado de Yucatán y en las costas, mientras que la densidad de población en las tierras interiores, particularmente en Campeche y Quintana Roo, es muy baja.

Desde el punto de vista económico, las actividades primarias de la península representan sólo el 1.25% del producto interno bruto peninsular (INEGI, 2014). El mundo rural de Yucatán se ha caracterizado por la persistencia de la economía tradicional de la milpa, complejo sistema de policultivo (maíz de diversas variedades, frijol y calabaza) que se siembra bajo el sistema de roza-tumba-quema, desmontando pequeñas parcelas en la selva que a los tres años quedan en barbecho dejando recuperar el monte. La milpa yucateca incluye también una diversidad de hortalizas y frutales, así como animales de corral, que se trabajan en el traspatio de las casas, aquí llamado solar (Terán y Rasmussen, 2009). Esta economía se encuentra en franco declive por la presión de producciones comerciales y la migración de los campesinos para emplearse en la construcción y en actividades terciarias en las ciudades. En la actualidad, en el sector primario peninsular<sup>5</sup> destaca la ganadería bovina al oriente del estado de Yucatán, que ha significado el desmonte de enormes superficies, así como la porcicultura y avicultura, éstas tres actividades representan el 57% del valor de la producción agropecuaria (INEGI, 2014). Destacan además los cultivos de caña de azúcar (en el sur de Quintana Roo y el oeste de Campeche) y muy recientemente de soya, sobre todo en Campeche, que representan otro 10.3% del valor de la producción (INEGI, 2014). A partir de la segunda mitad del siglo XX se desarrollaron en la costa importantes pesquerías: de camarón en Campeche (hoy en decaimiento como resultado de la explotación petrolera), de mero y pulpo en Yucatán y de langosta en Quintana Roo.

La actividad económica más importante de Campeche, desde la década de 1970, es la extracción de petróleo y gas en la plataforma marina, que representa el 87% del PIB estatal (INEGI, 2014). Yucatán es un estado terciario; su capital, Mérida, es el principal centro co-

<sup>4</sup> La palabra cenote proviene del maya ts'onot o d'zonot, que significa “caverna con depósito de agua”. Se trata de cavidades originalmente subterráneas, más o menos amplias y circulares, que se forman a partir de la disolución y carbonatación de estratos calcáreos del subsuelo, quedando la coraza calcárea exterior a manera de bóveda, que con el tiempo puede derrumbarse parcial o totalmente, dejando estas oquedades expuestas a cielo abierto (Duch Gary, 1991).

<sup>5</sup> Durante más de 100 años (desde el último cuarto del siglo XIX y casi todo el siglo XX), la producción de henequén (fibra dura también conocida como sisal) fue el eje de la economía de la península, si bien territorialmente se concentraba en la porción noroeste (buena parte del estado de Yucatán y la porción norte de Campeche). Este cultivo actualmente está prácticamente desaparecido.

mercial y de servicios educativos y médicos del sur y sureste de México; también tiene cierto desarrollo industrial, mínimo a escala nacional, pero significativo en el entorno del sur, destaca la industria alimenticia y las maquiladoras extranjeras en los ramos del vestido, joyería y muebles. Su patrimonio arqueológico y cultural es aprovechado turísticamente, destacando las visitas a la zona arqueológica de Chichen Itza, patrimonio cultural de la humanidad, y a Mérida. Por su parte, Quintana Roo es la única entidad del país bañada por el mar Caribe; en la década de 1970 se construye por el estado, en un lugar deshabitado, la ciudad de Cancún, que en pocos años se convierte en el primer centro turístico no sólo de México, sino de América Latina, con 4.4 millones de visitantes anuales (INEGI, 2014). La oferta turística de Cancún se expande de manera lineal por la costa, creando el corredor Riviera Maya que hoy llega hasta Tulum, con enclaves hoteleros y nuevas ciudades turísticas como Playa del Carmen y la propia Tulum.

El turismo del sector social que analizamos en este trabajo responde a una política de diversificación de la oferta turística que, en el caso de la Península, se promueve como complemento al turismo de masas, ofreciendo al turista la oportunidad de entrar en contacto con “la exuberante selva tropical” y con el “mundo maya profundo”. Como muestra la Figura 2, en la península hay 39 Áreas Naturales Protegidas (ANP), que abarcan una buena parte de su territorio; el 78% de las empresas sociales se ubican en estas áreas. En la misma figura indicamos también la localización de las empresas utilizadas como estudios de caso en este trabajo.

## El modelo regional

El modelo regional de turismo alternativo de economía social surge a partir de los resultados preliminares del proyecto “Atlas de Turismo Alternativo en la Península de Yucatán” (García *et al.*, 2015). El Atlas se elaboró a partir de información primaria recabada directamente en campo, lo que brinda una base única de información para visualizar el fenómeno a escala de una gran región como lo es la Península de Yucatán, donde este tipo de turismo adquiere gran importancia entre otros factores por su vinculación con el mercado turístico de masas del Caribe mexicano.

Se aplicó un cuestionario de tipo censal integrado por 162 preguntas, del que se obtuvo

información de carácter social, cultural, ambiental y económico de las 153 empresas turísticas en la Península de Yucatán que operan bajo una lógica de funcionamiento colectivo en escenarios comunitarios. La heterogeneidad de los resultados encontrados nos llevó a plantear un modelo explicativo, a partir de un ideal utópico que ayude a entender el proceso de desarrollo de estas empresas en términos de su avance hacia esquemas de sustentabilidad, donde el carácter social y solidario de la dimensión económica se erija como un eje transversal y verdaderamente alternativo al modelo hegemónico prescrito por el turismo corporativo.

Es importante señalar que el modelo se plantea como resultado del trabajo del Atlas, a partir de hipótesis que se desprenden del análisis y la reflexión de los resultados cuantitativos, así como de la observación empírica de casos específicos sobre los que se ha profundizado el análisis cualitativo (principalmente trabajos de tesis de maestría y doctorado).

Partimos de una premisa que parece obvia, pero no opera como tal: para que una empresa de turismo alternativo sea sustentable en términos sociales y ambientales debe ser viable en términos económicos, es decir, debe poder sostenerse en el largo plazo a partir de los ingresos que genere. Es necesario considerar, además, que el turismo es una actividad de temporada, con grandes fluctuaciones a lo largo del año, por lo que la mayor parte de las empresas sociales operan de manera discontinua, como un trabajo que complementa los ingresos obtenidos en otras actividades, y sólo en los casos de ubicación en centros de gran afluencia turística puede convertirse en la única actividad de los socios de la empresa. De las 153 empresas en operación analizadas, sólo 16 tienen al turismo como su principal actividad.

Se trabajó con una muestra de 196 empresas, 153 en operación y 43 que ya no operan. Con estos datos se establecieron cuatro escenarios de ubicación de las empresas, así como las posibles rutas de paso de un escenario a otro en función de su evolución. Estos escenarios como se muestran en la figura 1 son:

- (i) *Economía social*, empresas que van consolidando simultáneamente criterios de viabilidad económica y de la economía solidaria, donde una distribución justa y equitativa de los ingresos generados contribuye al mejoramiento de las condiciones de vida de los socios trabajadores.
- (ii) *Privatización*, empresas que nacen o evolucionan hacia criterios de operación



más corporativos que cooperativos. La privatización puede ser formal, por venta o transformación de la empresa, o encubierta, donde se mantiene por conveniencia la figura organizativa de economía social, sin responder ya a esta forma organizacional y de funcionamiento.

- (iii) *Paternalismo o clientelismo*, empresas cuya operación a largo plazo está basada en la obtención de nuevos subsidios.
- (iv) *Fracaso*, empresas que surgieron bajo formas organizacionales cooperativas, generalmente apoyadas por algún financiamiento, y que dejaron de operar.

El modelo se representa mediante ejes cartesianos, donde cada uno de los escenarios corresponde a un cuadrante, figura 1. La posición de las empresas en los cuadrantes I y II se determina a partir de dos grupos de indicadores referidos a estos ejes del modelo:

*Indicadores de viabilidad económica:*

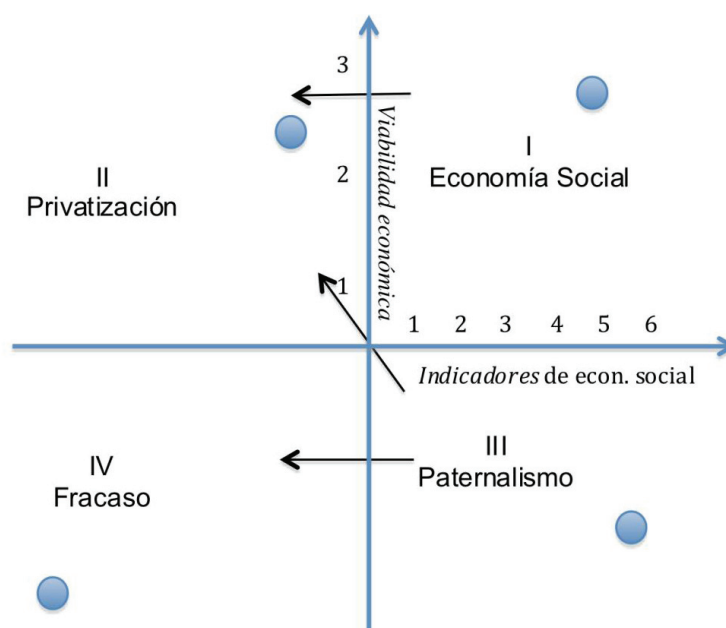
- (i) Oferta competitiva medida en términos de la afluencia turística.
- (ii) Ingreso per cápita viable (para los socios), en términos de mantener su interés y participación. Se midió el ingreso promedio del grupo nodal de cada empresa; la distribución de este ingreso per cápita va de cero pesos o sólo propinas a más de 25,000 pesos mensuales.

- (iii) Sostenibilidad en el tiempo, lo que implica que el ingreso bruto permita cubrir los salarios, así como los insumos, el mantenimiento, la capacitación y promoción, y la reinversión.

*Indicadores de economía social o solidaria:*

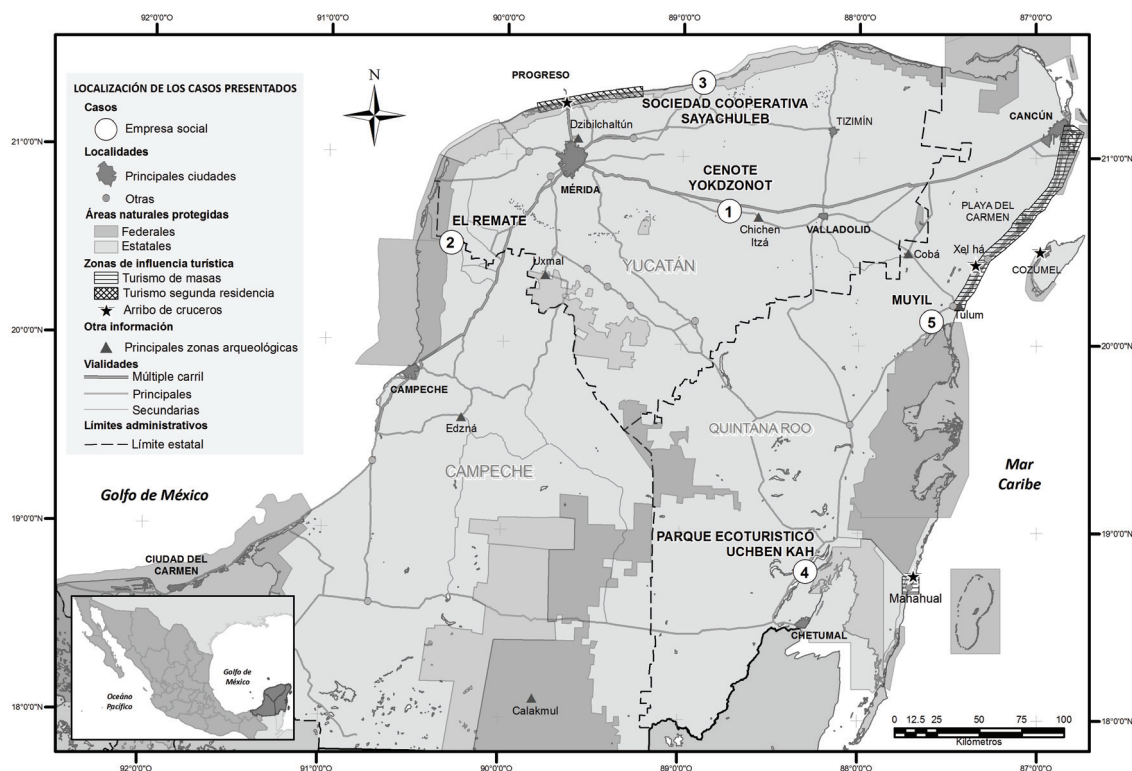
- (i) Propiedad colectiva de los medios de producción: tierra, infraestructura y equipamiento.
- (ii) Toma de decisiones colectiva (Ostrom, 1990, 2005).
- (iii) Adecuación del número de participantes en relación al trabajo requerido por la empresa (Ostrom, 1990, 2005).
- (iv) Distribución equitativa del trabajo e ingresos entre los miembros de la empresa social (Marañón y López Córdoba 2013).
- (v) Reproducción ampliada de la vida (Bartra, 2014).
- (vi) Responsabilidad ambiental.

Con la base de datos del Atlas y la información de diversos estudios de caso realizados en la región, se determinó una ubicación preliminar de las empresas en los escenarios planteados: 53 empresas en el escenario de economía social, 63 en el de paternalismo, 31 en una posición de transición entre estos dos escenarios, en cualquiera de los dos sentidos,



**Figura 1.** Escenarios de evolución de las empresas sociales de turismo alternativo.

**Figure 1.** Development stages of alternative tourism social enterprises.



**Figura 2.** Localización de los casos presentados y otra información relevante sobre la región de estudio.

**Figure 2.** Location of the cases submitted and other relevant information about the study region.

un caso confirmado de privatización (y varios en que se vislumbra este proceso) y 48 fracasos. Posteriormente se seleccionaron empresas para profundizar mediante un análisis de corte cualitativo el comportamiento de los indicadores de economía social, lo que nos permitió confirmar la validez de su ubicación en el modelo.

La Figura 1 muestra gráficamente el modelo donde el valor de los indicadores es acumulativo y nos permite ejemplificar como se ubican las empresas y los posibles desplazamientos entre escenarios.

Para este trabajo presentamos como ejemplo cuatro de estos casos, uno por cada escenario, para mostrar los factores que están incidiendo en su evolución (Figura 1).

## El análisis de los casos

### *Economía social: Cenote Yokdzonot, Yucatán*

El proyecto de turistificación del cenote de Yokdzonot inició en 2005. Los habitantes del pueblo fueron invitados a participar en el Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas (PTAZI) promovido por la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI). A partir del reconocimiento de que el cenote era literalmente un basurero, cincuenta personas de Yokdzonot<sup>6</sup> se organizaron para iniciar un proyecto de recuperación, limpieza y adecuación del cenote, con el objetivo de ofrecer servicios ecoturísticos. El terreno donde se ubica el cenote es ejidal, por lo que se requirió que la asamblea ejidal otorgara la concesión para el usufructo del cenote por treinta años, con opción a ampliación. A cambio, la sociedad cooperativa destina el 10% de sus ingresos a la comunidad.

El primer paso fue la organización del grupo para lograr la limpieza del terreno. A lo largo de este proceso muchos interesados desertaron debido a que no querían colaborar en los trabajos de limpieza, con lo cual el gru-

<sup>6</sup> Yokdzonot es una comisaria del municipio de Yaxcabá ubicado a 10 kilómetros de la Zona Arqueológica de Chichén Itzá. Según el último censo (INEGI, 2010), Yokdzonot cuenta con 772 habitantes y 203 viviendas.

po se redujo a 25 personas. En el año 2006 se aprobó el primer proyecto financiado por la CDI para la construcción de la infraestructura que facilitara el acceso al espejo de agua. Los trabajos requerían invertir mucho tiempo de los socios, razón por la cual desistieron en ese año otros ocho compañeros, quedando únicamente 16 socios que son los que actualmente operan el proyecto ecoturístico: diez mujeres y seis hombres. En el año 2009 se constituyó legalmente la Sociedad Cooperativa *Zaaz Koolen Ha* SC de RL, Agua Clara en lengua maya, con la misión de crear una fuente de empleos alternativos para los socios de la cooperativa, a través de la operación de un parador ecoturístico en el cenote. De 2006 a 2012, la empresa social recibió 3,6 millones de pesos (aproximadamente 275 000 US dólares) para la construcción, el equipamiento de la infraestructura y la capacitación a los socios y trabajadores por parte de la CDI. Con ese apoyo han logrado consolidar una oferta que incluye diversos servicios.<sup>7</sup>

El grupo ha logrado una organización eficiente en la que la toma de decisiones es colectiva y democrática. El cambio de directiva, ahora asumida por una mujer, no afectó el funcionamiento de la empresa, pues el número de visitantes mantiene un crecimiento constante. En 2014 recibieron 26,500 turistas, y los ingresos brutos generados fueron de más de 1.2 millones de pesos (92 000 US dólares aproximadamente), con un ingreso per cápita mensual promedio de 4,700 pesos (360 USD), logrando que la actividad turística represente una alternativa viable de empleo para los socios, particularmente para las mujeres, antes amas de casa.

La organización permite una distribución equitativa del trabajo, considerando días libres para todos. Los socios, en particular las mujeres, reconocen que esta empresa les ha permitido mejorar sus condiciones de vida, por ejemplo, más estudios para los hijos (la presidenta actual, que es madre soltera, destaca que ya logró incorporar a sus hijos a la secundaria). También está incentivando el retorno de migrantes laborales (dos encargados de la cocina fueron chefs en la Riviera Maya), así como

otras inversiones productivas (un socio puso un café Internet en su casa).

### ***Paternalismo: El Remate, Campeche***

En las proximidades de la pequeña localidad de Tankunché (Municipio de Calkiní, Campeche) sobre la carretera a Isla Arena, justo en la colindancia de las Reservas de la Biosfera Ría Celestún y Los Petenes, se ubica el centro ecoturístico conocido como El Remate<sup>8</sup> (Pat *et al.*, 2006). El Remate es un balneario que oferta a sus visitantes los servicios de baño en ojos de agua y cenotes, senderos interpretativos, práctica de tirolesa, rapel y kayak. Surgió como parte de una iniciativa ejidal hace poco más de 20 años y, desde 1993 a la fecha, el centro ecoturístico ha funcionado a través de un 'comité anual' encargado de la operación del sitio. El comité se conforma con tres de los 280 ejidatarios asociados<sup>9</sup> y se renueva cada año vía la postulación voluntaria para participar y la votación en la asamblea ejidal. Los miembros elegidos quedan a cargo del cobro de derechos, la vigilancia y la limpieza del centro.

El Remate se había mantenido sobre una base financiera propia (con mínimos apoyos del gobierno municipal), hasta que en el año 2011 recibió un apoyo económico tripartita: la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), la CDI y el Gobierno del Estado de Campeche, por un monto de 8,270,080 pesos (aproximadamente 635 000 USD), para el desarrollo de infraestructura, adquisición de equipamiento, asistencia a cursos de capacitación e implementación de mecanismos de promoción<sup>10</sup>. Se construyeron entonces palapas, baños-vestidores, muelles y miradores, se adquirieron 5 kayaks y se instaló un sistema de tirolesa y otro de rapel. Falta la construcción de una tienda de *souvenirs*, un restaurante, otro complejo de baños-vestidores, así como la compra de más kayaks. En materia de capacitación y promoción, el centro no ha recibido más que un taller de primeros auxilios impartido en forma gratuita por la Cruz Roja, un curso de atención turística igualmente gratuito por parte de la CONANP, así como la divulgación del

<sup>7</sup> Renta de bicicletas, hamacas y chalecos salvavidas para el baño en el cenote, un área de acampado con mesas para picnic y la posibilidad de rentar casas de campaña, rapel en el cenote, paseos en bicicleta para conocer otro cenote, recorridos para la observación de flora y fauna, servicio de restaurante y baños.

<sup>8</sup> Nombre asignado en alusión a su antecedente como punto de remate para los pescadores de Isla Arena.

<sup>9</sup> Con la denominación étnica de mayas peninsulares.

<sup>10</sup> Este financiamiento fue gestionado por un técnico vinculado a este centro turístico.



sitio en medios de difusión turística locales-regionales sin costo alguno.

Consideramos El Remate un ejemplo de paternalismo, ya que, a pesar del poco tiempo transcurrido a raíz del substancioso apoyo económico recibido, se observan indicios de que el funcionamiento y la permanencia del centro se encuentran ahora condicionados a financiamientos exógenos que, por los antecedentes observados, muy probablemente no serán administrados de manera óptima. Por su ubicación, se trata de una oferta destinada al turismo local que paga precios bajos<sup>11</sup>; y en términos económicos, solamente durante la temporada de Semana Santa –cuando, además de los turistas locales, los nacionales y algunos extranjeros visitan el sitio– se logran cubrir los sueldos de 1,050 pesos semanales (80 USD) estipulados para cada uno de los tres miembros del comité anual (por un aproximado de 10-12 horas de trabajo diario). Por ello, difícilmente los ejidatarios asociados se interesan en formar parte del comité y optan mejor por la actividad pesquera y agropecuaria o el empleo en la industria de la construcción. Hasta el día de hoy, la asociación ejidal no cuenta con mecanismos para atender las necesidades de mantenimiento del centro ecoturístico, por lo que continúa dependiendo para ello de donativos.

### ***Privatización: Sociedad Cooperativa Sayachuleb, Yucatán***

La sociedad cooperativa Sayachuleb SC de RL empezó a organizarse en 1998 por un grupo de pescadores de la localidad de Dzilam de Bravo, ubicada en los límites de la Reserva Estatal de las Bocas de Dzilam, en un primer intento que no logró cristalizar. En el 2003 retomaron la idea a partir de la participación en talleres de intercambio de experiencias que organizó el Corredor Biológico Mesoamericano; y en febrero de 2004 se constituyeron jurídicamente como sociedad cooperativa. Inicialmente eran 12 socios, en 2006 se incorporaron 8 más y posteriormente se fueron saliendo varios, quedando 15 socios en 2014.

La empresa se constituyó con el propósito de ofrecer paseos en lancha por el mar para adentrarse en distintas zonas del manglar, con sus manantiales, petenes y fauna asociada;

todo en una amplia zona dentro de la Reserva Estatal “Bocas de Dzilam”. Para estos fines integraron una importante infraestructura: un parador turístico de grandes dimensiones –usado inclusive para eventos y actividades del municipio–, un restaurante, varias lanchas y motores de cuatro tiempos (para evitar la contaminación y cumplir con la normativa), además de muelles y senderos elevados en las zonas de visita del manglar.

Según Pulido (2014), la cooperativa contaba con una estructura organizacional adecuada y una participación democrática de los socios en la toma de decisiones, también con buena capacitación en materia ambiental, siendo una de las pocas empresas sociales que incluyen en cada paseo un capitán de lancha y un guía capacitado (Barragán, 2015).

En el año 2011, recibieron 5,418 turistas, repartidos en 687 grupos, que generaron un ingreso bruto anual de más de 600,000 pesos (46 000 USD). Los socios de la cooperativa percibieron sueldos mensuales de entre 727.83 y 2,547.41 pesos (entre 56 y 195 USD), según el número de días trabajados en la semana. El pago de los salarios de los socios representó el 49% de los ingresos; los gastos de mantenimiento sólo el 28%, con el que no pudieron cubrir las necesidades reales, específicamente la reparación y reposición de motores; y los gastos operativos el 21%, dejando a los socios solamente el 3% de utilidades (Pulido, 2014).

Desde su inicio hasta el 2012, la cooperativa ha recibido financiamientos por un total de 6.537,000 pesos (500 000 USD) que ha utilizado para construcción de infraestructura, capacitación y mantenimiento. Entre los organismos financiadores se encuentran: la CDI, la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), el Programa de pequeños donativos (PPD) del PNUD, la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) por medio del Programa de Empleo Temporal (PET), el Ayuntamiento de Dzilam de Bravo, la Secretaría de Desarrollo Rural, Rainforest Alliance y la CONANP.

Como lo muestran sus egresos, la actividad no es rentable; tuvieron un monto de utilidades de sólo 15,962.51 pesos (1150 USD) en un año de operación. A esto se añade que el monto del ingreso per cápita no resulta lo suficientemente atractivo, por lo que los socios priorizan

<sup>11</sup> La entrada cuesta 20 pesos, por la tirolesa cobran 10 pesos y por la renta de un kayak 20 pesos. Se estimó una afluencia anual de menos de 6,000 turistas y si su gasto es de 30 a 40 pesos, el ingreso bruto no llega a 200,000 pesos anuales, un dólar EU equivalía aproximadamente a 13 pesos en la fecha de obtención de los datos).

sus otras actividades por sobre la del turismo; algunos socios trabajan en el sector terciario en Mérida y sólo participan los fines de semana, pero sobre todo la pesca legal e ilegal, que genera ingresos muy superiores al turismo, provoca que se deje sin servicio a los turistas incluso en temporadas de alta afluencia<sup>12</sup>.

Por las razones mencionadas y por otras diversas, en el segundo semestre del año 2014, los socios de la cooperativa decidieron de manera colegiada ceder la infraestructura y el equipo del parador turístico a empresarios privados sin disolver la sociedad cooperativa, en una especie de venta encubierta, pues cada socio cedió sus derechos a una nueva persona, permaneciendo la cooperativa como tal, sólo que con nuevos miembros, prestanombres del o los empresarios. El monto de esta transacción fue de 4 millones de pesos (300 000 USD aproximadamente), apenas 60% del subsidio recibido, que repartidos entre los 15 socios representaron para cada uno 280,000 pesos (aproximadamente 21 000 USD), como resultado de 16 años de esfuerzo y 10 años de trabajo efectivo.<sup>13</sup>

### ***Fracaso: Parque Ecoturístico Uchben Kah, Quintana Roo***

El Parque Ecoturístico Uchben Kah (Pueblo Viejo), en el estado de Quintana Roo, se encuentra estratégicamente localizado a orillas de la Laguna de Bacalar en su extremo norte, a unos 45 minutos de distancia del muelle turístico de Costa Maya, ubicado en Majahual, a una hora de la Ciudad de Chetumal, capital del estado, y a tan sólo 14 kilómetros del sitio arqueológico de Chacchoben. El Parque Ecoturístico Uchben Kah<sup>14</sup> tuvo su origen en una propuesta a los ejidatarios de Pedro Antonio de los Santos, quienes buscaban nuevas formas de aprovechar los recursos naturales de su localidad y al mismo

tiempo diversificar la actividad económica<sup>15</sup>. La comunidad está formada por una variedad de pobladores provenientes de diferentes estados del país: Oaxaca, Puebla, Chiapas, Yucatán, Hidalgo, Veracruz, Quintana Roo y otros. El ejido de Pedro A. Santos fue una dotación de tierra para fines agrícolas, como parte de las políticas de colonización de mediados del siglo pasado, aunque casi el 80% del territorio ejidal mantiene su cubierta forestal y sobre esta base se propuso el proyecto de desarrollo comunitario Uchben Kah.

Desde sus inicios, el proyecto integral comunitario fue apoyado por los diversos niveles gubernamentales mediante programas municipales, estatales y federales enfocados al cuidado del medio ambiente, al desarrollo turístico y al desarrollo social impulsado, que le otorgaron un monto aproximado de 8 millones de pesos entre 2004 y 2006 (más de 600 000 USD).

Al concluir las inversiones con subsidios gubernamentales, se planteó el objetivo de crear un sitio para el turismo internacional de cruceros que arriba a Majahual, con la proyección de generar 53 empleos directos permanentes y 100 indirectos y una derrama económica en números conservadores de 3 millones de pesos anuales (230 000 USD) en beneficio de los socios operadores. Sin embargo, desde su inicio hasta el 2010, el proyecto sufrió el embate de una serie de contingencias externas, entre las que destacan el huracán Dean en agosto de 2007, la aparición de brotes de influenza AH1N1 con la consecuente suspensión del arribo de cruceros en abril de 2009, y el efecto de la crisis económica mundial, a las que se añade que la relación socios/gerente externo contratado por los socios/naviera no funcionó, de tal manera que la empresa sólo recibió unos cuantos grupos de cruceristas en 2011.

<sup>12</sup> Esto sucede con la pesca de pulpo y, sobre todo, con la de pepino de mar. Como ejemplo concreto, durante la Semana Santa 2014, después de la temporada de pesca de pepino de mar, varias de las lanchas turísticas no contaban con motores a causa del uso intensivo que sufrieron).

<sup>13</sup> Información obtenida en entrevistas a socios de la cooperativa.

<sup>14</sup> Uchben Kah posee poco más de 90 hectáreas en su extensión total, donde se encuentra un viejo asentamiento de acopio de chicle, maderas preciosas y palo de tinte que data de inicios del siglo pasado y conserva su sabor caribeño y forestal, de donde nació la idea de rescatar este pintoresco sitio para convertirlo en un desarrollo ecoturístico sustentable que ayudaría a mejorar la economía de la comunidad dedicada al cultivo de piña.

<sup>15</sup> A inicios del siglo pasado surge el pueblo de Santa Cruz Chico, como puerto de acceso a mercancías del mundo y de México para la gente que explotaba los valiosos recursos naturales requeridos: primero el palo de tinte y las maderas preciosas y por último el chicle. Cerca de dos tercios de las áreas productivas locales encaminaban su producción hacia este pequeño poblado con casas de madera estilo romántico colonial inglés, con servicios de agua y drenaje integrados, áreas de recepción y de servicios religiosos y municipales. El pueblo fue abandonado al crearse la carretera Chetumal-Felipe Carrillo Puerto en el año de 1973, pues la gente decidió, por comodidad en la comunicación con el resto de localidades, colonizar los alrededores de dicha vía a la altura del kilómetro 70, cambiando el nombre del poblado a "Pedro Antonio de los Santos".

En nuestra visita a mediados de 2013, sólo permanecía en el lugar un socio a cargo de dar un mínimo mantenimiento a la infraestructura, quien se refirió a “un derroche de subsidios” para caracterizar el proyecto.

## Discusiones y reflexiones finales

Sin lugar a dudas, México es un país que por sus rasgos fisiográficos y culturales presenta un gran potencial para el desarrollo de la actividad turística alternativa. Lo anterior ha sido identificado por una diversidad de actores alrededor del territorio nacional, de tal manera que actualmente en México existen 2,866 empresas sociales dedicadas al turismo alternativo, dentro de las cuales la gran mayoría tienen escasos años operando (López Pardo y Palomino, 2013). Esta reciente explosión de emprendimientos turísticos alternativos ha llamado la atención de académicos por identificar aquellos factores de éxito y/o fracaso que subyacen a dichos proyectos. Sin embargo, la gran mayoría de los esfuerzos en la materia se han limitado a abordar estudios de caso, existiendo un gran vacío de aproximaciones más amplias como son los estudios regionales<sup>16</sup>.

En este contexto, el presente trabajo adquiere particular importancia, ya que, a partir de los datos previamente recabados para la elaboración de un atlas de turismo alternativo, se planteó el modelo regional desplegado que permitió analizar la casi totalidad de empresas sociales de turismo alternativo identificadas en la Península de Yucatán, en términos de sus tendencias evolutivas hacia escenarios de economía social, paternalismo, privatización o fracaso.

En primera instancia, resulta importante destacar el hecho de que, sin ser uno de los objetivos establecidos en el estudio censal que se realizó para conocer el número y las características de las empresas sociales de turismo alternativo operando en la Península de Yucatán (véase García *et al.*, 2015), se detectaron 48 casos que habían finiquitado su actividad, lo que representó un 25% de las 196 empresas registradas en totalidad. Precisamente por lo considerable de la cifra, se decidió crear el escenario denominado de fracaso. Dos de las constantes que prevalecieron en lo poco que logramos ahondar sobre los casos enmarcados en este escenario, fueron los bajos ingresos que

las empresas sociales generaban para sus socios, así como la obtención de subsidios.

Por su parte, las 63 empresas sociales catalogadas propiamente dentro del escenario paternalista, a diferencia de los casos de fracaso, han logrado sostener relaciones clientelistas con las políticas públicas u otras fuentes de financiamiento, para mantener, aunque mínimamente, cierta actividad y generación de ingresos para sus socios, o bien, debido al otorgamiento de grandes subsidios que las mantiene en operación al margen de los intereses del propio grupo. Tal es el caso ejemplificado del centro ecoturístico El Remate, en Campeche.

Las 53 empresas identificadas en el escenario de economía social compartieron el hecho de generar ingresos que representan una alternativa laboral viable para sus socios. En materia de relación con fuentes de financiamiento externas, pudieron o no existir tales sinergias, sólo que en los casos en los que se presentaron, y a diferencia de los escenarios de fracaso y paternalismo, estas inyecciones monetarias se tradujeron en rubros catalizadores de los emprendimientos, como la difusión y capacitación, y no sólo la construcción de infraestructura.

Dos de las características generales en los casos tendientes a consolidarse dentro del campo de la economía social, fueron la propiedad colectiva de los medios de producción y el reparto colectivo –no necesariamente simétrico– del trabajo y el ingreso (Marañón Pimentel y López Córdova, 2013). Observamos de igual manera cierto avance en materia de formas de autoridad colectiva en la toma de decisiones de estas empresas, algunas de ellas sustentadas en sus propios rasgos culturales, mientras que otras incitadas o adoptadas desde afuera.

Una verdadera responsabilidad ambiental y la reproducción ampliada de la vida fueron rasgos difíciles de observar incluso dentro de los casos que avanzan hacia la economía social. Si bien existen diversas empresas que desarrollan la actividad turística sobre una lógica del mínimo impacto ambiental, son contados los que conjugan esta tarea con acciones reales de restauración, ecotecnia y educación ambiental. Respecto a la reproducción ampliada de la vida, precisamente se decidió ejemplificar el caso del Cenote Yokdzonot, debido a que el sentido que le está otorgando la presencia

<sup>16</sup> Destacamos como excepción el propio trabajo de López Pardo y Palomino a escala nacional.

femenina a la empresa resulta emblemático; la rentabilidad del emprendimiento se ha logrado traducir en mejoras en los niveles educativos de las nuevas generaciones, acceso a servicios médicos e incluso en el surgimiento de pequeños negocios en la comunidad.

Un rasgo que captó nuestra atención en las empresas que avanzan hacia una economía social es la constitución familiar de algunas de ellas. Observamos que una parte de estas empresas están constituidas mayoritariamente o en su totalidad por integrantes de una misma familia extensa, lo que nos plantea la interrogante de si dichos casos realmente representan empresas de la economía social o son microempresas familiares, más tendientes a un nuevo rubro de la economía privada. Uno de los ejemplos que describiremos a continuación es el caso de Muyil, en el municipio de Felipe Carrillo Puerto (representado en la Figura 2 con el número 5). En Muyil operan dos sociedades cooperativas: Uyochel Maya y Sian Ka'an Community Tours. Ambas ofrecen un recorrido en las lagunas de Muyil, que incluye la visita a una construcción prehispánica y a dos canales, uno construido por mayas prehispánicos y uno natural que se recorre nadando. Como antecedente la empresa Los Aluxes surgió en el año 2000, tras la constitución de una Sociedad de Producción Rural conformada por seis hermanos, uno de los cuales tuvo el contacto inicial con la CONANP. Después de algunos años de trabajo, hubo un conflicto entre los socios, se separaron en dos Sociedades de Producción Rural. Uyochel Maya quedó constituida por cinco socios: el fundador de Los Aluxes y cuatro de sus hijos. Sian Ka'an Community Tours se conformó por 13 socios: los cinco hermanos que dejaron Los Aluxes y algunos de sus hijos. Ambas empresas mantienen convenios de trabajo con agencias y guías de turistas de Cancún, Playa del Carmen y Tulum, y cada una tiene sus propios mecanismos para captar turistas. En lo referente a los turistas que llegan por su cuenta a la laguna de Muyil para hacer el recorrido, estas empresas han acordado un sistema de rol de salidas, en el cual se turnan para atenderlos, de manera que estos casos se dividen de manera equitativa entre las dos. Cada empresa recibe alrededor de 5,000 turistas anualmente.

Las dos empresas mantienen una organización basada en la estructura familiar, en la cual se respetan ciertas jerarquías tácitas. En el caso de Uyochel Maya, hay dos líderes: el fundador y uno de sus hijos. En Sian Ka'an Community

Tours, el liderazgo lo tienen los cinco hermanos que antes formaron parte de Los Aluxes. Estas empresas tienen una rentabilidad considerable, así como importantes avances organizativos.

La tendencia a la privatización es otro de los rasgos que hemos observado a lo largo de este estudio. Algunas empresas suelen enfrentar fuertes presiones privatizadoras de los grandes intereses corporativos, sobre todo en materia de apropiación de tierras ejidales. Además del caso de privatización encubierta descrito anteriormente, podemos agregar los casos de expropiación por parte del Estado como los cenotes X-Keken y Samula en la localidad de Dzitinup en el municipio de Valladolid donde el patronato CULTUR administró durante varios años los cenotes antes de cederlos últimamente a una operadora turística proveniente de la ciudad de Mérida.

Finalmente, este primer acercamiento para valorar las posibilidades reales de una economía social como parte de las plataformas adaptativas que surgen en el proceso de turistificación de los medios rurales en la Península de Yucatán genera nuevas betas para seguir investigando a fin de incidir en la consolidación de un turismo alternativo que propugne un verdadero desarrollo endógeno en las comunidades locales.

## Referencias

- ALMIRÓN, A. 2004. Turismo y espacio: Aportes para otra geografía del turismo. *Espaço e Tempo*, 16:166-180. <http://dx.doi.org/10.11606/issn.2179-0892.geousp.2004.73963>
- BARRAGÁN, J. 2015. *Prácticas ambientales de los emprendimientos ecoturísticos en la costa de Yucatán: Un estudio regional*. Mérida. Tesis de maestría. Mérida, México. Departamento de Ecología Humana, CINVESTAV-Unidad Mérida.
- BARTRA, A. 2014. Por un cambio de paradigmas. In: A. BARTRA; R. COBO; M. MEZA; L. PAZ PAREDES; V.M. QUINTANA; L. RUDIÑO, *Haciendo Milpa: Diversificar y especializar: estrategias de organizaciones campesinas*. México, D.F., Editorial Itaca, p. 15-39.
- BRINGAS, N.; GONZÁLEZ, J. 2004. El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California. *Economía, Sociedad y Territorio*, IV(15):551-588.
- CEBALLOS LASCURÁIN, H. 1998. *Ecoturismo, naturaleza y desarrollo*. México, Editorial Diana, 212 p.
- CLARKE, J. 1997. A Framework of Approaches to Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(3):224-233. <http://dx.doi.org/10.1080/09669589708667287>
- CORAGGIO, J. 2004. Economía del Trabajo. In: A. CATTANI (Comp.), *La Otra Economía*. Buenos



- Aires, Universidad Nacional General Sarmiento-Altamira, s.p.
- ESCOBAR, A. 2003. Mundos y conocimientos de otro modo. *Tabula Rasa*, 1:51-86.
- DUCH GARY, J. 1991. *Fisiografía del estado de Yucatán*. México, Universidad Autónoma de Chapingo, 229 p.
- GARCÍA DE F., A.; XOOL, M. 2012. Turismo alternativo y desarrollo en la costa de Yucatán. In: G. MARÍN GUARDADO; A. GARCÍA DE F.; M. DALTABUIT, *Turismo, globalización y sociedades locales en la península de Yucatán, México*. México, Colección Pasos edita núm. 7, p. 173-196.
- GARCÍA DE F., A.; JOUAULT, A.; ROMERO, D. 2015. *Atlas de turismo alternativo de la Península de Yucatán*. Mérida, México, Cinvestav Mérida – Facultad de Antropología UADY, 170 p.
- GARCÍA DE F., A.; RIVERA, T.; JOUAULT, S.; BALLADARES, C. 2015. Turismo alternativo y economía social. In: A. GARCÍA DE F.; S. JOUAULT; D. ROMERO, D. (Coord.), *Atlas de turismo alternativo de la Península de Yucatán*. Mérida, Cinvestav Mérida – Facultad de Antropología UADY, p. 21-61.
- GIAMPICCOLI, A.; SAAYMAN, M. 2014. A Conceptualisation of Alternative Forms of Tourism in Relation to Community Development. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(27):1667-1677. <http://dx.doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n27p1667>
- HARVEY, D. 1996. *Justice, Nature and the Geography of Difference*. Cambridge, Blackwell, 468 p.
- INEGI. 2010. Censo Nacional de Población y Vivienda, 2010. Aguascalientes, México, INEGI. Disponible en: <http://www.censo2010.org.mx>. Acceso el: 12/05/2015.
- INEGI. 2014. Anuario estadístico de los Estados Unidos Mexicanos, 2014. Aguascalientes, México, INEGI, 774 p.
- JOUAULT, S.; PULIDO-MADARIAGA, E. 2014. Turismo solidario y empoderamiento: el caso de Ek Balam, Yucatán, México. *Agroproductividad*, 7(4):23-29.
- LAKATOS, A. 1980. *The methodology of scientific research*. Programones, UK. Cambridge University Press, 260 p.
- LÓPEZ PARDO, G.; PALOMINO, B. 2013. *Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito y fracaso*. Ponencia presentada en el Congreso de Investigación Turística. Campeche.
- MARAÑÓN PIMENTEL, B.; LÓPEZ CORDOVA, D. 2013. Una propuesta teórico-metodológica crítica para el análisis de las experiencias populares colectivas de trabajo e ingresos: Hacia una alternativa societal basada en la reciprocidad. In: B. MARAÑÓN PIMENTEL (coord.), *La economía solidaria en México*. México, UNAM, p. 25-78.
- MEETHAN, K. 2001. *Tourism in global society: place, culture, consumption*. New York, Palgrave, 214 p.
- MIROGLIO, M. 2008. *Promouvoir le tourisme solidaire en France: l'émergence d'une nouvelle offre de voyages éthiques dans le secteur touristique face à ses défis*. Paris, Sorbonne Nouvelle, 109 p.
- OSTROM, E. 1990. *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge MA, Cambridge University Press, 298 p. <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511807763>
- OSTROM, E. 2005. *Understanding Institutional Diversity*. Princeton NJ, Princeton University Press, 376 p.
- PAT-FERNÁNDEZ, J.M.; HERNÁNDEZ-BAHENA, P.; SÁNCHEZ-PÉREZ, L.C.; VILLALOBOS-ZAPATA, G.J. 2006. *Memoria del Taller Participativo "el contexto demográfico, económico y social en comunidades aledañas a la Reserva de la Biósfera de los Petenes (RBLP), Hecelchekán, Campeche, México"*. El Colegio de la Frontera Sur, 90 p.
- PULIDO-MADARIAGA, E. 2014. *Diagnóstico de la problemática administrativa en empresas de turismo alternativo a partir de tres estudios de caso en Yucatán*. Mérida. Tesis de maestría. Departamento de Ecología Humana, CINVESTAV-Unidad Mérida, 141 p.
- RAMÍREZ, B. 2007. La geografía regional: tradiciones y perspectivas contemporáneas. *Investigaciones Geográficas*, 64:116-133.
- RAZETO, L. 2007. La economía de la solidaridad: Concepto, realidad y proyecto. In: J. CORAGGIO (Coord.), *La economía social desde la periferia: Contribuciones latinoamericanas*. Buenos Aires, Universidad Nacional General Sarmiento-Altamira, p. 317-338.
- SANTOS, B. 2009. *Una epistemología del sur*. Buenos Aires, CLACSO, 368 p.
- SANTOS, M. 2006. *A natureza do espaço: Técnica e tempo: Razão e emoção*. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 308 p.
- SCHÉOU, B. 2009. *Du tourisme durable au tourisme équitable: quelle éthique pour le tourisme de demain?* De Boeck Supérieur, 312 p. <http://dx.doi.org/10.3917/dbu.scheo.2009.01>
- SINGER, P. 2007. Economía solidaria: Un modo de producción y distribución. In: J. CORAGGIO (coord.), *La economía social desde la periferia: Contribuciones latinoamericanas*. Buenos Aires, Universidad Nacional General Sarmiento-Altamira, p. 59-77
- TERÁN, S.; RASMUSSEN, C. 2009. *La milpa de los mayas*. México, UNAM-UNO, 395 p.
- URRY, J. 2002. *The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies*. London, Sage Publications, 183 p.
- WEAVER, D.B. 2006. *Sustainable Tourism*. New York, Routledge, 233 p.

Submetido: 05/06/2015  
Acepto: 04/09/2015