

Artículos

El turismo de cruceros y la transformación del paisaje: Majahual, México

Cruise liner tourism and landscape transformation: Majahual, México

Ana Pricila Sosa Ferreira*, Claudia Inés Martínez*

*Profesora Investigadora de Tiempo Completo. Departamento de Turismo Sustentable, Gastronomía y Hotelería de Universidad del Caribe, México

Correspondencia

Ana Pricila Sosa Ferrerira

psosa@ucaribe.edu.mx

Recibido el 19 de noviembre del 2014

Aceptado el 29 de marzo de 2016

Resumen

El presente estudio analiza la transformación del paisaje en destinos de cruceros, específicamente el caso de Majahual en Quintana Roo, Mexico, como un destino planificado y desarrollado en torno a la actividad de cruceros. El estudio se realizó a través del análisis deductivo y transversal, donde se revisa el contexto de la expansión de la actividad de cruceros y algunas de sus implicaciones; también se aborda el concepto de paisaje y su

relación con la construcción social del espacio y se discute éstos para el caso de Mahahual, algunas de sus características y su naturaleza con respecto a espacio turístico y paisajístico, y finalmente se concluye sobre la construcción social no de uno, sino de varios paisajes.

Palabras claves: líneas de cruceros, paisaje, Majahual y Caribe Mexicano.

Abstract

The present work analyzes the transformation of the landscape in cruising destinations, specifically referring to the case of Majahual, Quintana Roo, as a planned and developed destination around the cruise liner activity. In order to do this, through the deductive and transversal analysis we review the context of the ongoing expansion of the cruising activities and some of its implications; we also address the concept of landscape and its relationship with the social construction of space and discuss the case of Mahahual, some of its characteristics and its nature regarding tourist space and landscape, and finally concluding about the social construction of not one, but several landscapes.

Keywords: Cruise liner, landscape, Majahual, Mexican Caribbean.

Introducción

Los cruceros constituyen un fenómeno turístico en expansión, su crecimiento promedio anual cercano al 8% anual (OMT, 2008: 11) ha sido igual o mayor al de las cifras globales de turismo durante el primer decenio del siglo XXI, reportando en 2014 un volumen de pasajeros de 22.1 millones (Cruise Lines International Association (CLIA), 2015: 1 y CLIA, 2015a: 6), y una cifra de 22.2 millones de pasajeros transportados en 2015 (Cruise Market Watch,

2015). La oferta y demanda se han incrementado significativamente, así como el número de países que incorporan esta modalidad a su actividad turística.

En el Caribe y en México, la actividad de cruceros tiene un peso significativo en el mercado turístico y, particularmente, la política del gobierno mexicano en el último decenio se ha dirigido a impulsar esta modalidad. Sin embargo, algunos análisis afirman que los visitantes de cruceros y el tipo de viaje implican un interés superficial respecto a los destinos visitados, así como para la interacción con las comunidades locales (Berger, 2004). Por el contrario, conlleva una tendencia a homogenizar no solamente la oferta de productos en venta en todos los *destinos* (puertos de escala de los cruceros); sino a montar escenografías a costa de la autenticidad del patrimonio que es proyectado (Jaakson, 2004).

El paisaje, como porción del espacio geográfico caracterizada por una combinación dinámica de elementos físicos biológicos y antrópicos, “es la forma de percepción territorial más generalizada entre la población” (García y Muñoz, 2002); se relaciona con la construcción social de espacios y no solamente con la definición del espacio geográfico físico; el paisaje es la suma de diversos momentos históricos. No obstante, la mirada superficial, de los visitantes de crucero durante las escasas horas de desembarco, sobre puertos o destinos de escala, el tipo de oferta que se genera para su consumo durante sus breves visitas y la adaptación de la comunidad local a las condiciones derivadas de estos visitantes, tienen implicaciones para la construcción del paisaje por parte de los turistas y de la propia comunidad.

El presente trabajo analiza la transformación del paisaje de los *destinos de cruceros*, refiriendo el caso de Majahual,^[1] Quintana Roo, México; por ser un destino planeado y desarrollado en torno a la actividad de cruceros. Para ello se revisan la expansión actual de la actividad de cruceros y algunas implicaciones; se discute el concepto de paisaje y su vinculación con la construcción social del espacio (Santos, 2000) y a partir de éstos se aborda el caso de Majahual, sus características y condiciones relativas al espacio turístico y el paisaje, encontrando que son tres los paisajes construidos, a través de análisis bibliográfico, documental, estadístico y de reconocimiento en campo.

Cruceros, visitantes de cruceros y destinos

Aunque los viajes en barco tienen largos antecedentes, el inicio de la etapa actual de la industria de cruceros surge a mediados de los años sesenta a partir del puerto de Miami y

orientado fundamentalmente al mercado norteamericano (OMT, 2008). A través del tiempo, su demanda incrementó rápidamente y se convirtió en una de las modalidades de viaje de mayor crecimiento en los últimos veinte años. Asimismo, el número de países que incorporaron esta actividad a su oferta turística ha aumentado significativamente. Se espera que este crecimiento se mantenga en el mediano y largo plazo, de acuerdo con lo que proyecta la dinámica de su oferta y demanda, ya que su mercado se ubica en una fase de plena expansión o en la etapa inicial del ciclo del producto (OMT, 2008; Universidad del Caribe, 2009; Dickinson, 2007).

Actualmente, los viajes por cruceros representan menos del 10% de los viajes turísticos y tienen aún un gran potencial de desarrollo. Los ingresos obtenidos por las navieras se ubican como beneficios récord en el ámbito del turismo, por lo que también por esta razón puede esperarse que el impulso a su expansión se mantenga (Clancy, 2008). Es importante revisar este tema por su peso significativo en las cifras mundiales del turismo, por su gran relevancia en la región del Caribe y especialmente para el Caribe Mexicano y porque sus características, tendencias e influencia se encuentran vinculadas al modelo de desarrollo turístico de sol y playa, dominante en esta última (Wood, 2004a).

En 2006, la demanda mundial de cruceros alcanzó los 15 000 millones de personas, y diez años después, en 2016 la expectativa es de un movimiento de 24 000 millones (CLIA, 2015). En la actualidad, los estadounidenses representan el mayor porcentaje de la demanda (63%), los europeos ocupan el segundo lugar, aunque con gran distancia, con 28%. El resto del mundo integra el tercer sitio aportando 13% de los pasajeros, de los cuales la cifra más alta es de quienes provienen de Asia. Respecto a la oferta, Estados Unidos también ocupa el primer lugar, al concentrar en sus dos principales grupos navieros (*Carnival Corporation* y *Royal Caribbean International*) 71.7% de la cuota de pasajeros transportados a nivel mundial (Cruise Market Watch, 2013).

En relación con las zonas de operación, desde el origen del turismo de cruceros moderno, el Caribe ha constituido la región preferencial, al concentrar más de la tercera parte (36%) de toda la capacidad global (CLIA, 2015a). Esta preferencia se refleja en las estadísticas portuarias, donde los puertos de embarque de la península de Florida (Miami, Cañaveral y Everglades) movilizan la mayor cantidad de pasajeros de cruceros (más de 3 000 millones de pasajeros al año por puerto), seguido por los diversos puertos del archipiélago de Bahamas y Cozumel (México), los cuales operan como puertos de escalas en el Caribe (Caribbean News, 2012). La segunda zona con mayor cuota de mercado mundial es el Mediterráneo (20% de

capacidad de camas/día), seguida por el resto de Europa (su litoral Atlántico y del Mar Báltico) que concentra 11% del mercado global de los cruceros en el mundo (cuadro 1). Luego de estas tres regiones preferenciales, existen zonas de operación de segundo orden, que poseen menos del 6% de la capacidad mundial de oferta de camas/día, entre éstos se encuentra Australia y N. Zelanda, Asia-Pacífico, Alaska y Sudamérica.

Cuadro 1. Principales zonas de operación del turismo de cruceros mundial, según capacidad de camas

<i>Zonas/regiones</i>	<i>% capacidad camas/día</i>
Caribe	36%
Mediterráneo	20%
Europa	11%
Australia y N. Zelanda	6%
Asia	6%
Alaska	5%
Sudamérica	3%
Otras	15%

Fuente: CLIA, 2015^a.

La región del Caribe está configurada por tres rutas de operaciones: Caribe este (las terminales de los Cayos de Bahamas), Caribe sur en cuyo itinerario destacan Isla Vírgenes (EUA), Saint Maarten y Puerto Rico; y Caribe Occidental. Esta última constituye la de mayor importancia dada la cercanía a los puertos de origen de las rutas de las navieras que operan en el Caribe (figura 1). El área del Caribe Occidental está integrado por puertos y terminales en Belice, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, así como los destinos del Caribe Mexicano: Cozumel y Majahual, y Puerto Progreso en la costa norte de la Península de Yucatán.

De acuerdo con el número de pasajeros transportados por cruceros, Cozumel ocupa el segundo lugar del Caribe, después de Bahamas, cuyas terminales concentran más de 4 000 millones de pasajeros. Los otros destinos mexicanos en esta área se ubican en los lugares 12 y 13 (cuadro 2).

Cuadro 2. Principales destinos de cruceros en el Caribe, 2014

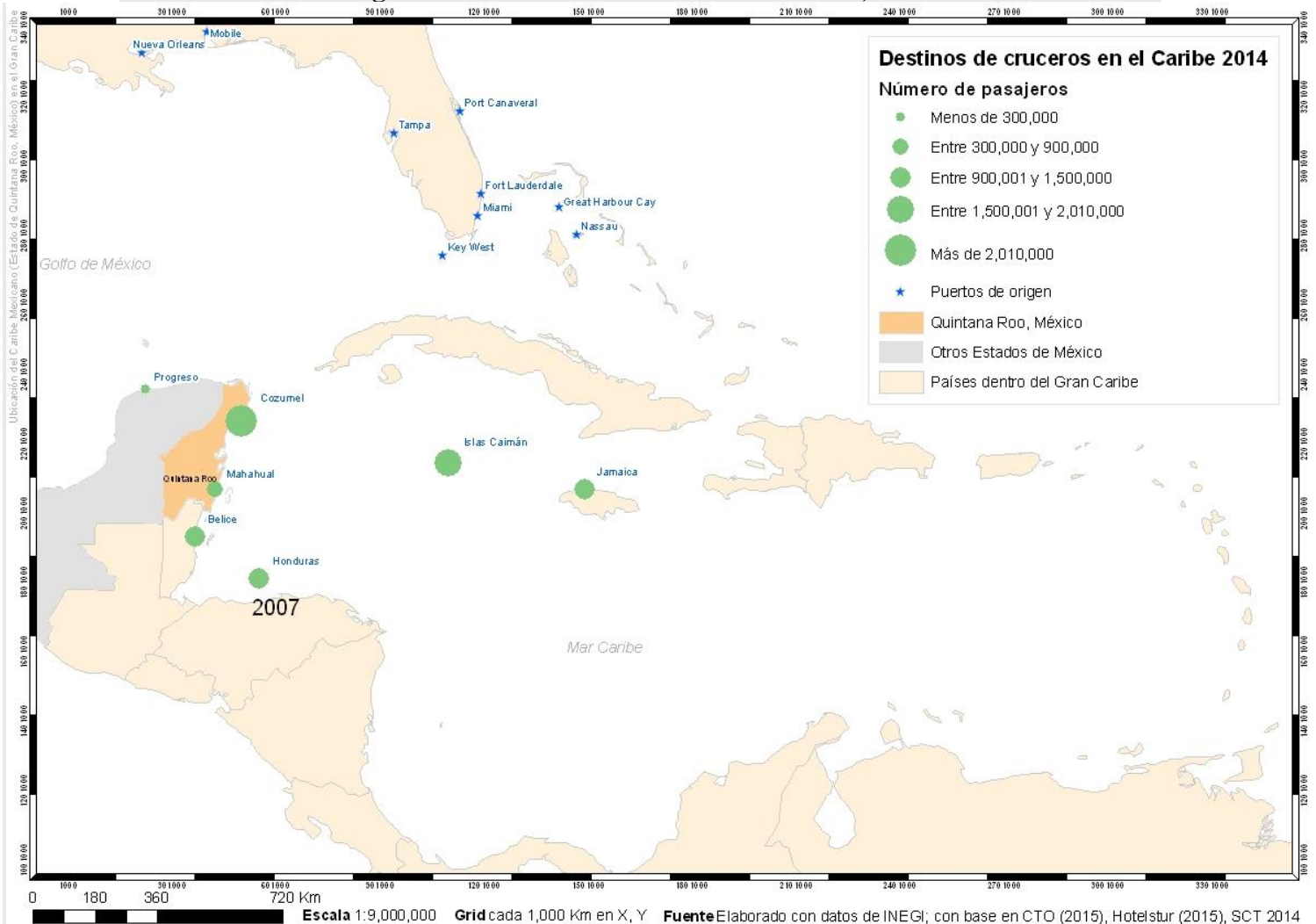
	<i>Destinos</i>	<i>Pasajeros</i>
1	Bahamas	4,804,701
2	Cozumel	3,404,858
3	Islas Vírgenes (EUA)	2,083,890
4	St. Maarten	2,001,996
5	Islas Caimán	1,609,555
6	Jamaica	1,423,797
7	Puerto Rico	1,356,822
8	Islas Turcas y Caicos	971,838
9	Belice	968,131
10	Honduras	942,720
11	Aruba	667,095
12	Majahual	415,367
13	Progreso*	283,608

Fuente: elaborado con base en CTO (2015), Hotelstur (2015), SCT 2014.

En negritas destinos correspondientes al Caribe Occidental

*Localizado en el Golfo de México, pero inserto en la dinámica de las rutas del Caribe Occidental.

Figura 1. Destinos de cruceros en el Caribe, 2014



Fuente: Elaborado con datos de INEGI; con base en CTO (2015), Hotelstur (2015), SCT 2014

Los usuarios de cruceros no son considerados *turistas* en las estadísticas, en los estudios sobre el tema ni en los registros de los múltiples destinos en donde atracan las embarcaciones y en las que los visitantes de crucero pasan algunas horas. Esto deriva del concepto de turista y de su definición más aceptada: es quien viaja por motivos de descanso, recreación o negocios fuera del sitio habitual de residencia, permaneciendo al menos una noche en el destino (OMT, 2008). Puesto que los pasajeros de crucero no pernoctan en el destino, se los clasifica como *visitantes de cruceros o excursionista*. Estos visitantes viajan fuera de su lugar de residencia (con fines de recreación, descanso) por más de 24 horas; sólo que su *destino*

turístico, el lugar de pernocta y su servicio de hospedaje es el propio crucero. “Los actuales cruceros no son un medio de transporte marítimo, sino que son un destino en sí, un hotel y un centro de recreación, un resort marino” (OMT, 2008: 13).

Lo anterior resulta relevante porque los puertos de escala y las visitas por el día que se realizan a lo largo de la ruta del crucero, constituyen solamente actividades *complementarias* al viaje turístico. Y ciertamente, en la realidad estas actividades se ajustan a las necesidades (tiempos y condiciones) del crucero.

Los viajes en crucero constituyen una modalidad de viaje en donde el espacio producido tiene una dimensión diferente a la de los viajes turísticos, debido a que ese espacio implica a la propia embarcación y sus servicios, así como a la travesía, itinerario y a los puertos de origen y de escala. Esto es aún más complejo porque ni la trayectoria ni los sitios por visitarse son definitivos y pueden variar de acuerdo con las exigencias del clima o a condiciones o incidentes en los puertos. Al mismo tiempo, el concepto de *viaje* es diferente al viaje turístico porque el crucerista elige un destino-embarcación y sitios de visita, es decir, *lugares* por los que *transita* (Augé, 1998). Se trata de una entonces de modalidad deslocalizada y que, sin embargo, se relaciona e impacta de diversas formas al sistema turístico y sus componentes, así como a los propios sitios de arribo y su entorno. Al respecto, Wood (2000, 2004a y 2004b), Clancy (2008) y Klein (2002) señalan que si bien el turismo se conecta estrechamente con el proceso de globalización, los cruceros constituyen la forma más globalizada del turismo: son propiedad de compañías globales, éstas mismas u otras compañías transnacionales realizan las ventas de los viajes en crucero bajo el mismo carácter que las compañías financieras globales, además de emplear embarcaciones con banderas de conveniencia, cuya nacionalidad es ajena en lo absoluto a su gestión y su lógica de operación. Las navieras no tienen ataduras al cumplimiento de normas laborales, sanitarias y regulaciones aplicables a otros servicios turísticos; mientras que tienen un mercado cautivo a partir de su gran ventaja de movilidad, con posibilidades de trasladar su capacidad de alojamiento hacia cualquier región de acuerdo con temporadas, intereses o situaciones coyunturales. La incorporación de megabarcos al Caribe ha implicado un proceso el reforzamiento de este proceso de *destinización* (Weaver, 2005a). Su naturaleza desterritorializada es un reto no solamente para el turismo sino para las sociedades (Ludson y Page, 2004; Dowling, 2006).

No obstante, el visitante y sus búsquedas pueden ser revisados desde otra óptica, la del *posturismo* (Molina, 2006) como nuevo paradigma que analiza la realidad actual de las

relaciones turísticas, en donde las características tradicionales del modelo industrial ya no son vigentes y por tanto no pueden ser explicadas a través de sus componentes de desplazamiento, objetivos y tiempos. Los cruceros pueden ser estudiados como parte de esta nueva realidad en donde el espacio, que es factor fundamental en el turismo (“...relación de las personas en el espacio y con el espacio...”, Shaw y Williams, 2002) es visto de manera diferente, puesto que el motivo principal no es desplazarse hacia un lugar-objetivo (destino), sino sólo desplazarse, “no estar” en un lugar más que por momentos y sin estarlo en interés y atención; es decir, sin “ser” (Yory, 2007). En este sentido, se requiere examinar el fenómeno bajo una perspectiva (Ramírez, 2003) diferente al que estudia el turismo masivo fordista (Jiménez, 2006) o posfordista (Hiernaux-Nicolas, 2006).

El visitante de cruceros, en general, no está preocupado por la autenticidad en la experiencia ni por el conocimiento o el respeto hacia la comunidad local. Esto está relacionado con el impacto social de la visita de cruceros, que es masiva, en horas definidas del día, afectando las actividades de la dinámica de la sociedad, apropiándose de los espacios, generando una sensación de invasión y propiciando el histrionismo de los habitantes, de acuerdo con los estereotipos, para promover el consumo (Luck *et al.*, 2010; Wood, 2004a).

Desde la perspectiva cultural, según Berger (2004), los cruceros representan para el crucerista una forma de utopía donde todas las necesidades están satisfechas, dentro de una estructura y organización bien establecida que le dan seguridad; éste es un consumidor hedonista que en el crucero y en su imaginario tiene el placer a su alcance. Es una forma de consumo en donde el ego puede permitirse satisfacciones sin temer contravenir los límites (superego), lo que en psicología sería una regresión. Yarnal y Kersteter (2005) encuentran que los cruceristas se sienten seguros y confortables conviviendo principalmente entre ellos mismos. Para Weaver (2005), los cruceros son cada vez más un espacio de contención (mantiene cautivos, seguros a los visitantes), o lo que Jaakson (2004) refiere como una *burbuja*.

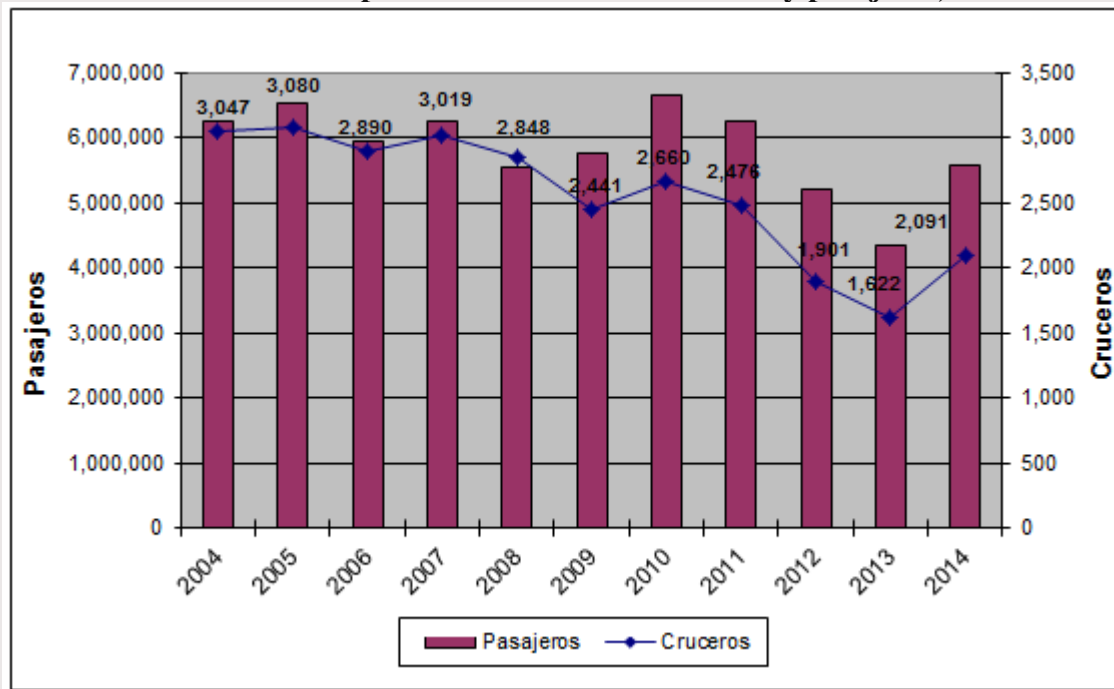
Es de hecho un ambiente de edén (comida abundante y placeres) por la que ya pagó, lo que le permite sentirse seguro, pero que también limita o evita su interés y el consumo en los destinos de escala. Esta actitud de quienes viajan en cruceros es parte de lo que explica su comportamiento en los puertos intermedios: superficial y con un interés mínimo en el sitio, lo que tiene una repercusión, un impacto social. Esta forma de comportamiento puede ser examinada bajo la perspectiva del modelo masivo en el que el visitante juega el rol de *realeza* o hedonista, siendo servido y atendido y con una necesidad simple de *souvenirs* y fotografías para hacerlo constar (Yianakis and Gibson, 1992; Clancy, 2008). Mientras que el

tipo de viaje en crucero implica un interés superficial respecto de los puertos de escala, esa rápida visita conlleva una tendencia a homogenizar no solamente la oferta de productos en venta en todos los “destinos”: joyería y *souvenirs*, por ejemplo; sino a montar escenografías que literalmente permitan en un “flashazo” llevar la imagen del lugar (Cunnin, 2006). La forma de operación y ventas de los cruceros, hacen prácticamente imposible desarrollar cadenas productivas en los puertos de escala; donde el gasto tiende a ser mínimo y a realizarse en grandes comercios que no son de capital local (Clancy, 2008; Clayton and Karagiannis, 2008). En el caso de México, en particular, el gasto promedio de los visitantes de crucero es en general bajo (Kido-Cruz y Cuéllar-Río, 2010).

Majahual como destino de cruceros

El “éxito” de Cozumel como puerto de escala cruceros, que lo ha situado en primer lugar como puerto de arribo en Caribe Occidental (sin contar los Home Port norteamericanos en Florida y Bahamas), llevó al gobierno mexicano a apostar por el impulso a los cruceros. Desde 2004 existe una política de cruceros publicada que es mencionada como ejemplar por la OMT (2008). La Secretaría de Turismo (SECTUR) realizó un análisis posteriormente (Universidad del Caribe, 2009) con base en la que se diseña una nueva política, se definen las estrategias y se establecen las rutas de cruceros (Martínez, 2011). No obstante, esa mención positiva de la OMT y a pesar de los objetivos marcados para las nuevas rutas, los resultados de los últimos diez años están lejos de lo esperado. De acuerdo con las cifras de pasajeros transportados y arribos de cruceros a México (ver gráfico 1), tanto los problemas puntuales derivados de los huracanes Wilma (2005) que afectó el arribo especialmente Cozumel en 2006 y el huracán Dean (2007) afectando Majahual, así como la crisis inmobiliaria (2008) y la contingencia sanitaria por la influenza (2009); los problemas de seguridad, así como la falta de competitividad de los puertos mexicanos frente a una creciente competencia han impedido el logro de las metas, mostrando, al contrario, una disminución en los arribos de embarcaciones a partir de 2006.

Gráfico 1. México: comparativo de arribo de cruceros y pasajeros, 2004-2014



Fuente: elaborado con base en DATATUR (2011) y SCT (2013, 2014 y 2015).

Adicionalmente, el descenso en la llegada de arribos en 2013 (gráfico 1) se debió al incendio del barco *Triumph* de Carnival Cruise en febrero de 2013, que provocó la cancelación de 18 arribos programados en destinos que integran los recorridos del Caribe Occidental Cozumel, Majahual y Progreso (*Excelsior*, 2013). Cabe señalar, que en el entorno competitivo para los próximos años se agregan los puertos cubanos que se insertarán paulatinamente en el mercado de cruceros del Caribe.

En la historia de Majahual, después de las etapas de producción coprera y posteriormente de pesca como principal actividad, se inicia la fase enfocada al turismo (Higuera Bonfil, 2002), que comienza en la segunda mitad de la década de los noventa, cuando se dotó de infraestructura a la localidad en materia de comunicación y conexión (con fondos federales y estatales) con el fin de convertirlo en un destino turístico y de cruceros:

- 1) La construcción de la carretera Cafetal-Majahual.
- 2) La construcción del aeropuerto de Mahahual, inaugurado en 1998 por el presidente Ernesto Zedillo y el gobernador del Estado, Mario Villanueva. El aeródromo se inauguró con una pista de 1 200 m de largo y con la capacidad de recibir entre 45 y 50 pasajeros por vuelo.

- 3) El inicio de la construcción del muelle de cruceros que se dio a partir de 1999; iniciando sus operaciones en 2002. Es una concesión directa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, siendo la única terminal de cruceros de México que se encuentra fuera de una API (Administración Portuario Integral); cuando desde 1996 en Quintana Roo la APIQROO (Administración Portuaria Integral de Quintana Roo) administra los puertos en el Estado.

Esto guarda relación con la decisión del gobierno estatal de lograr, a través del turismo, un detonante del desarrollo en el sur del estado (*El Periódico*, 2010 y 2010b). La declinación de la actividad comercial en el sur de Quintana Roo a partir de la apertura comercial de los noventa, el agotamiento forestal y la baja productividad agrícola integran el marco de la decisión de intentar replicar en el sur, la experiencia turística del norte del estado. No obstante, se optó por un esquema relativamente diferente, *turismo de baja densidad*, que complementara al masivo del norte. La Universidad de Quintana Roo (UQROO) realizó el Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial, POET, de Costa Maya (2000). También fue elaborado por la UQROO, Amigos de Sian Ka'an y la Universidad de Rhode Island, el Programa de Manejo Integrado de los Recursos Costeros en Majahual (Amigos de Sian Ka'an, 2003).

Paralelamente, el referente de Cozumel como primer destino de mundial de escala de cruceros llevó a agregar al proyecto la construcción de un muelle de cruceros, bajo concesión, para integrar un destino de cruceros junto con el esquema de turismo de baja densidad. Es decir, se pretendió integrar al sur a la lógica del turismo internacional y a los grandes capitales globales de las navieras.

Aunado a lo anterior, la participación del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, (FONATUR), se presentó como otro factor que impulsaría el crecimiento de Majahual, ya que asumió la planeación del desarrollo turístico del lugar, con lo que integró la marca *Grand Costa Maya*, proyectándola a nivel nacional (FONATUR, 2003).

No obstante, el POET original fue revisado y actualizado en 2006, incrementando las densidades establecidas inicialmente, con el fin de promover la inversión. El proyecto de FONATUR no se llevó a cabo por su contraposición con la Ley de protección a la vida silvestre, en lo relativo a la protección del manglar. Esta suspensión impidió el desarrollo del proyecto turístico, pero también de la infraestructura urbana que FONATUR tomaría a su cargo. Con ello, se tenía un muelle para recibir cruceros, pero un muy limitado desarrollo

urbano, frente a una creciente población local. Conviven en la actualidad, la actividad de cruceros y el turismo en pequeños hoteles del pueblo, siendo la playa el área de coincidencia de turistas y aquellos cruceristas que deciden bajar del barco y salir de la zona del muelle.

El paisaje en los destinos de cruceros

En el paisaje, la presencia y percepción humana son importantes. Está relacionado con la construcción social de espacios y no con la definición de espacios geográficos físicos. El paisaje es diferente a la configuración geográfica, puesto que el paisaje es “el conjunto de formas que [...] expresan las herencias que representan sucesivas relaciones localizadas del hombre y la naturaleza”, mientras que la configuración geográfica es el conjunto de elementos naturales y artificiales que caracterizan físicamente un área (Santos, 2000: 41). Aunque deriva de una construcción social, el paisaje es la suma de diversos momentos históricos; mientras que el espacio social es un espacio actual, con una función actual.

El desarrollo del concepto de paisaje tiene una historia larga que inicia en el siglo XIX, aunque la palabra misma haya sido usada desde el siglo XV, de acuerdo con Frolova y Bertrand (2006). Dichos autores definen este concepto como el “conjunto de objetos y de fenómenos que se repiten regularmente, sobre la superficie terrestre, ligado a la vez a hechos ‘visibles’ que se remontan a la experiencia común de la observación [...] y a la aprehensión de fenómenos [...] como la estructura del espacio geográfico”. El paisaje es social y natural, subjetivo y objetivo, espacial y temporal, real y simbólico; es un polisistema que agrupa sistemas complejos: sistema natural, social, económico, de representación cultural (Frolova y Bertrand, 2006: 265-266). Esto coincide con la perspectiva relacional del paisaje, de acuerdo con la cual los grupos reproducen patrones sociales y culturales de comunicación, pero en este caso con su entorno (Vigliani, 2011).

El concepto de paisaje, desde los distintos enfoques de su análisis, tendrá claramente un peso significativo para el estudio del turismo y especialmente para el tema que aquí ocupa; guarda relación tanto con Majahual y su costa como resultado de su historia, así como con el proceso actual de construcción del espacio urbano, social y turístico. El paisaje es parte del patrimonio, es construido y reconstruido por la comunidad, en una relación estrecha de su propia identidad y de la lectura e interpretación de su entorno (Vigliani, 2011); al mismo tiempo constituye el recurso turístico mejor identificado y es leído-construido por el turista, influido por la información, por su propia cultura y su búsqueda de la otredad. Los visitantes

de crucero en general tienen un interés superficial, buscan un estereotipo y tienden a no diferenciar entre los paisajes de su recorrido (Cunnin, 2006; Clancy, 2008). Para Subercaseaux-Ugarte (2012), el paisaje cultural tiende a ser transformado por la racionalidad económica, basada en conceptos como la competitividad; lo que lleva a procesos de artificialización, buscando mayor rentabilidad. Aunque este análisis revisa otras actividades económicas y no examina el caso del turismo, sus conclusiones guardan correspondencia con los impactos del turismo sobre el paisaje.

El paisaje de Majahual, en una perspectiva local, es resultado de sus rápidos cambios derivados de la construcción del espacio productivo –turístico–, del espacio social y de las mismas modificaciones medioambientales, elementos que se encuentran entrelazados (Meyer-Arendt, 2009; Sosa, 2011).

Majahual y la transformación del paisaje

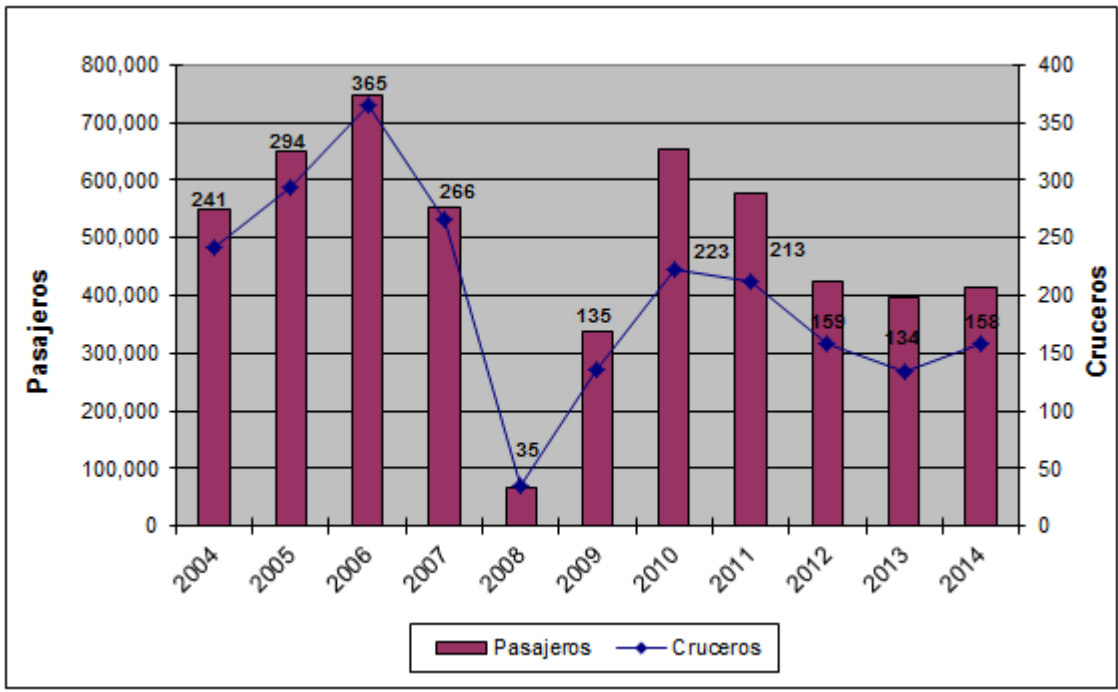
Majahual, como había sucedido en los otros destinos turísticos, empezó a captar un gran número de inmigrantes que llegaron al lugar para atender los requerimientos de personal, primero para la etapa de construcción del muelle, de la plaza comercial y el fraccionamiento aledaño, y posteriormente para operar los servicios turísticos que empezaron a ofertarse. En este sentido, de acuerdo con el INEGI (2010), la población de Majahual se incrementó de 149 habitantes en el 2000 a 282 habitantes en el conteo de población de 2005. En 2007, cuando impacta el huracán Dean, se calcula que había más de 700 habitantes.

En relación con la participación de Majahual en el sector turístico estatal y nacional, debe señalarse que el muelle lo convirtió en un puerto de cruceros de importancia nacional y mundial; recibiendo en su primer año de operación a 142 cruceros, que significaron una afluencia de 305 776 pasajeros (SECTUR, 2008).

Con la culminación del muelle de cruceros, se inició el acelerado crecimiento en Majahual. En tan sólo cuatro años (2002-2006),^[2] la llegada de cruceros a Majahual aumentó en un 145%; teniendo un incremento promedio anual de 25% de llegadas de cruceros al puerto. De igual forma, el crecimiento en la afluencia turística presentó un incremento en el mismo periodo de 165%. Para 2006, después de varios años de operación del muelle, el puerto ocupaba el segundo lugar a nivel nacional, recibía de cinco a siete cruceros a la semana en temporada alta y de tres a cuatro cruceros a la semana en temporada baja (junio, septiembre-

octubre), lo que implicaba aproximadamente 14 000 visitantes de cruceros por semana en el primer caso y 6 000 visitantes de cruceros semanalmente en temporada baja (gráfico 2). De acuerdo con las estadísticas de la Secretaría de Desarrollo Turístico de Quintana Roo, SEDETUR (2012), durante 2006 arribaron 811 287 visitantes de cruceros al muelle Costa Maya de Majahual. El impacto del huracán Dean en 2007, el tiempo requerido para la reconstrucción, los efectos de la crisis inmobiliaria en 2008 y de la influenza en 2009, la crisis de seguridad, así como la fuerte competencia y negociaciones poco exitosas impidieron la recuperación del número de los arribos de embarcaciones y del volumen de visitantes de cruceros, no solamente del ritmo de crecimiento que había mantenido hasta el 2006.

Gráfico 2. Majahual: comparativo de arribo de cruceros y pasajeros, 2004-2014



Fuente: elaborado con base en DATATUR (2011) y SCT (2013, 2014 y 2015).

En los últimos años, Majahual ha recibido a 655 189 cruce-ristas en 2010; 576 958 cruce-ristas en 2011; 426 009 cruce-ristas en 2012 con un ligero repunte en 2014 (SEDETUR, 2012 y SCT, 2013 y 2014). El contexto de la intensa competencia dentro del Caribe Occidental representa un panorama difícil. Honduras con su puerto de Roatán concesionado a Carnival desde 2009 y su reciente muelle en Trujillo, Departamento de Colón (*El Heraldo*, 2014), junto con Belice han incidido en la reorganización de los flujos de las navieras que operan en la zona afectando los arribos a Majahual (gráfico 2).

Con el proyecto de FONATUR (2003), presentado en 2004 y la revisión del POET (2006), se *corregía* la perspectiva de baja densidad y se definió el esquema de *pueblo de apoyo* para Majahual. El proyecto de FONATUR no se llevó a cabo y tampoco se desarrolló la infraestructura urbana para la creciente población.

En 2007, tras el paso del huracán Dean, la zona de playa quedó afectada. Sin embargo, ésta fue una oportunidad para que el gobierno estatal retomara su control. Aunque el proyecto de remodelación urbana del Plan de Desarrollo Urbano no se llevó a cabo por la cancelación del proyecto de FONATUR, el paso del huracán Dean y sus efectos llevaron al gobierno estatal a recuperar la Zona Federal Marítimo Terrestre, (ZFMT), invadida y ocupada hasta entonces por diversas instalaciones y usos, y a construir un malecón que incidiera positivamente en la imagen de Majahual. La fase posterior al huracán, con poca actividad, tanto turística como de cruceros, fue propicia para una relativa apropiación de la población local de este malecón como área de encuentro, que recreaba un paisaje del paso del huracán y de la reconstrucción. Una vez recuperada la infraestructura, la actividad del turismo de estadía y parte de los arribos de cruceros, la playa también recuperó su actividad de paisajes diferenciados. Sin embargo, la comunidad local siguió manteniendo su presencia –apropiación– del malecón.

La lógica, tanto en el Plan de FONATUR, como en el Plan de Desarrollo Urbano, era propiciar una imagen de *pueblo de pescadores*, atractivo para turistas y para los visitantes de cruceros. Sin embargo, habría algunos elementos incidiendo para la construcción de un *paisaje* diferenciado entre las zonas de playa y alojamiento para turistas, por un lado, y la zona del muelle y sus servicios por el otro.

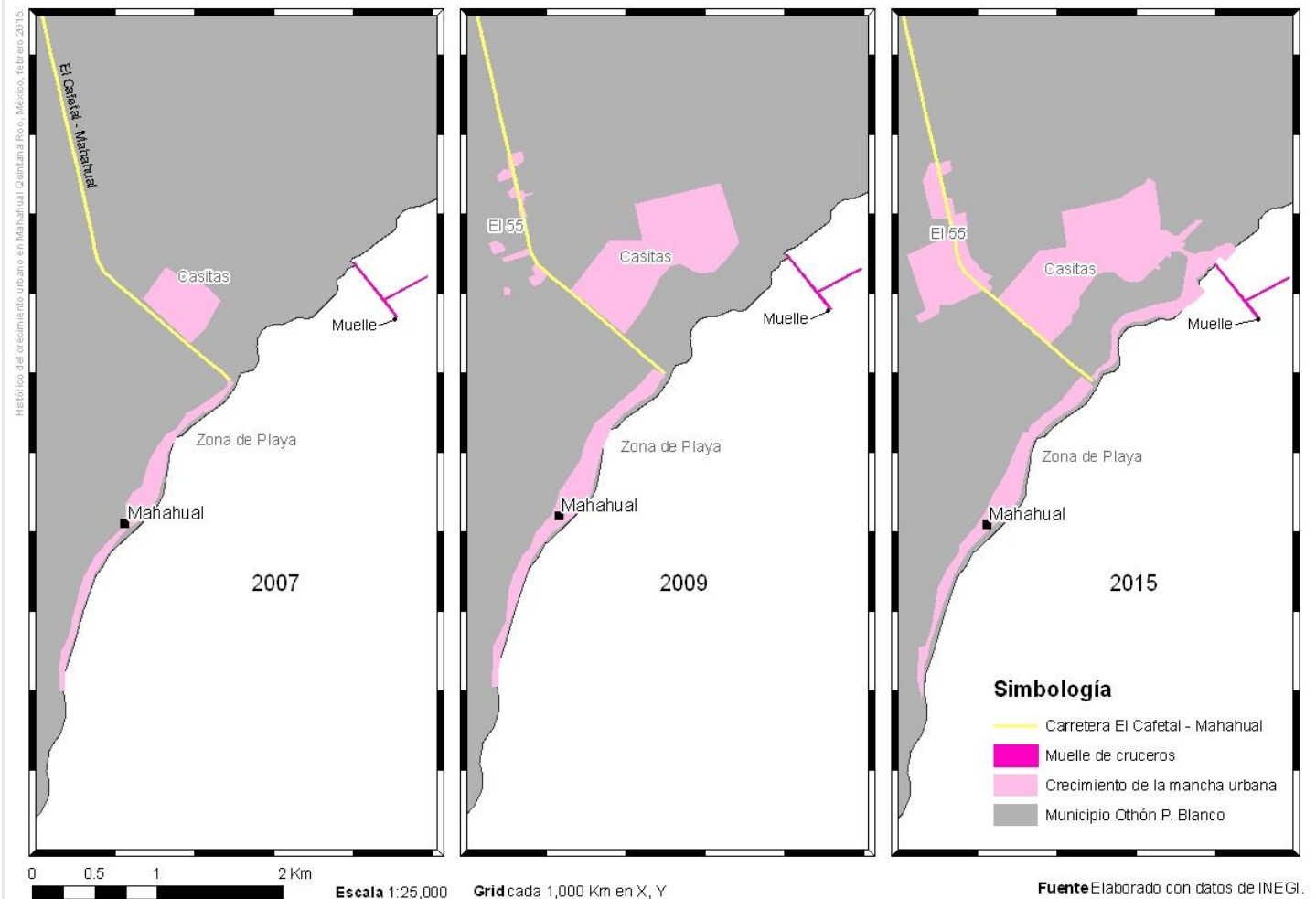
- a) En *el pueblo*, en la zona de playa que alberga pequeños hoteles, se observa la creación de una oferta afín a la demanda de los visitantes de crucero: *souvenirs*, *artesanías* y masajes; alimentos y bebidas en la playa y paseos en motos acuáticas, cuatrimotos y buceo, cuya venta se instala exclusivamente en los días y horarios de arribos de cruceros. Es una oferta paralela, no integrada a la oferta de hospedaje para turistas en la playa. El tiempo y el espacio sujeto a las necesidades de los visitantes de cruceros se percibe en este paisaje cambiante y volátil no solamente para los habitantes, sino también para los turistas alojados en los pequeños hoteles, quienes atestiguan la dinámica del lugar. Esto sucede igualmente en otros destinos de cruceros (Arnold *et al.*, 2012), como Cozumel, con un ritmo de la actividad comercial y de servicios sujeta a los días de arribo y horarios de los cruceros; sin relación alguna con días y horarios laborales convencionales o con las expectativas de los turistas respecto de su estancia. Es un paisaje que recuerda a la comunidad su condición individual y colectiva, de sujetarse a las condiciones y necesidades de los arribos de cruceros y temporadas de turismo. Algunas actividades resultan incompatibles con el turismo, como los paseos en motos acuáticas o las de cuatrimotos, en la zona de pequeños hoteles, donde los turistas buscan tranquilidad. Éste constituye un núcleo turístico-urbano,

puesto que es el área del asentamiento original del pueblo donde los pescadores llegados décadas atrás tenían sus viviendas y en donde ahora predominan los pequeños hoteles, aunque existen otras dos zonas de habitacionales o de vivienda.^[3]

- b) La zona del muelle es un área aislada, resguardada, con acceso controlado. Dentro de las instalaciones del muelle de cruceros se encuentran tiendas y restaurantes, además de espacios para distribución de visitantes hacia los tours que les fueron vendidos en el interior del mismo crucero, antes del desembarco hacia Majahual. Los vendedores de productos y servicios al interior del muelle se esfuerzan por desalentar con diversos argumentos la visita al pueblo y el consumo fuera del muelle (NOTICARIBE, 2013). El acceso a la zona del muelle está restringido *por motivos de seguridad* siendo exclusivo para quienes trabajan ahí y para los cruceristas (NOTICARIBE, 2013). Al concesionario se le permite restringir el acceso y movimientos al interior y tiene cobros establecidos a las empresas prestadoras de servicios turísticos por estar dentro del muelle y por la renta del local que utilizan, si es el caso; además, las empresas pagan una comisión por tour vendido y una cuota por cada crucerista que llega a bordo del barco, compre o no compre los servicios. Este esquema se aplica también a las tiendas de artesanías y expendios de alimentos y bebidas. Estas instalaciones, originalmente ambientadas con imagen y materiales del lugar (techos de palma, abiertos), son otro ejemplo no solamente de la transformación del paisaje, sino de la homogenización del mismo, puesto que se han agregado al área de tiendas de *artesanías, souvenirs* y restaurantes, justo en la colindancia con la zona habitacional, instalaciones de grandes negocios de franquicias (Hard Rock y cadenas de joyerías), igual que los que pueden encontrarse en Cozumel y en cualquier isla del Caribe. Esta imagen no guarda relación alguna con la de un *pueblo de pescadores*, o con las características del destino; es un centro comercial y una pequeña playa. Para los cruceristas ciertamente el paisaje no constituye la motivación principal del viaje; como consecuencia, si no recibe elementos que le transmitan la imagen distintiva y de identidad del destino, no construirá su propio concepto del paisaje, no se motivará a visitarlo y si lo hace, no lo registrará ni recomendará.^[4] Para la comunidad, incluso para quienes tienen acceso al muelle para realizar sus actividades laborales o de negocios, este es un espacio ajeno, una isla a pesar que ante el crecimiento de la zona habitacional urbanizada y las construcciones de la zona turística, ya

en 2015 se convierten en colindantes el área de “Las Casitas”, el muelle y la zona (figura 2).

Figura 2: Crecimiento de la zona turística y urbanizada en Mahahual, 2007, 2009 y 2015



Consideraciones finales

El dinamismo de los viajes en cruceros y su perspectiva de crecimiento, así como la política del gobierno mexicano dirigida a impulsarlo, hace necesario el análisis de la actividad en toda su complejidad, especialmente para el Caribe Mexicano por su peso específico en el tema; tanto para su comprensión, como para la toma de decisiones. Las características y formas de operación y comercialización globalizada, la intensa competencia y la lógica territorial deslocalizada, así como la concentración que la actividad de cruceros representa

en el Caribe y para el Caribe Mexicano en particular, exigen la aplicación de políticas y estrategias para asegurar un impacto positivo real en la comunidad receptora.

El visitante de cruceros tiene un interés secundario en los puertos de desembarque, dada su mirada superficial; lo que se acompaña de una homogenización de la oferta y de la imagen de los puertos, especialmente en el Caribe, que refuerza esa mirada.

Majahual, *pueblo de pescadores*, fue objeto de una planeación como destino de turismo y de cruceros. No obstante, la planeación no fue ejecutada; el POET sufrió cambios, el Plan Costa Maya de FONATUR no fue autorizado y por ello el Plan de Desarrollo Urbano tampoco se ha desarrollado. Sin un marco de planeación el arribo de cruceros inició entonces en 2002 con un rápido crecimiento y el turismo de estadía también creció, en una proporción menor, pero con mayor estabilidad.

La construcción social del paisaje ha tenido como insumo, por un lado, una zona de muelle, cerrada y aislada. Es inaccesible como espacio físico, pero también como espacio producido, cuyos beneficios son reservados y acaparados por la administración del muelle, en donde su imagen física y operación replica cada vez más la de otros destinos de cruceros (franquicias de restaurantes y joyerías con visitantes de crucero semi-cautivos). Para los visitantes de crucero, que dejaron el barco y se atrevieron a salir del muelle, éste y el paisaje de playa con los vendedores de servicios, también se va acercando a una imagen homogénea a lo largo de los diversos destinos del itinerario que podrían desalentar aún más, el desembarco.

En la playa se presenta una oferta de servicios para visitantes de crucero que desaparece fuera de los horarios de arribos de los barcos, hecho que los turistas de estadía observan como una imagen volátil, al mismo tiempo que compiten con los primeros por el espacio (tranquilidad vs acción). El paisaje de “pueblo de pescadores” es parcialmente cancelado cuando comparte el espacio con los visitantes de cruceros; es un paisaje dual derivado de la confluencia de las actividades turística y de visitantes de crucero.

La comunidad local se ve a sí misma sometida a la dinámica (tiempos, espacios y necesidades) de turistas y visitantes de crucero; el paisaje de Majahual hace patente su condición colectiva (*destino* de –para los– cruceros). No obstante, en condiciones coyunturales, fue capaz de cierta apropiación del nuevo malecón, construido tras el huracán, como espacio público que le recuerda su historia reciente, y su recuperación individual y colectiva. El paisaje se fue transformando entonces para mostrar la historia reciente y para

ser recordatorio de su condición y función ante turistas y cruceros. Así, el *pueblo de pescadores* es en realidad, diversos paisajes contruidos. Así, el *pueblo de pescadores* es en realidad, al menos tres paisajes contruidos.

Referencias

- Amigos de Sian Kaan (2003). Manejo integrado de recursos costeros en Majahual, Reporte final.
- Arnold, A., Arnold, B. & Chapman, J. (2012). Alaskan Communities' Responses Regarding the Economic, Sociocultural, and Environmental Impact of the Cruise Ship Tourism Industry. *Insights To A Changing World Journal*, (2), 29-42.
- Augé, M. (1998). *Los "no lugares", espacios del anonimato*. Barcelona: Gedisa.
- Berger, A. (2004). *Ocean Travel and Cruising: A Cultural Analysis*. New York, USA: The Haworth Hospitality Press.
- Caribbean News Digital (2012). *Miami se mantiene como el puerto de cruceros con más tráfico*, 02.05.2013. Disponible en <http://www.caribbeannewsdigital.com/node/58817>, [2 de julio de 2013].
- Clancy, M. (2008). Cruisin' To Exclusion: Commodity Chains, the Cruise Industry, and Development in the Caribbean, *Globalizations*, 5(3), 405-418. doi:10.1080/14747730802252560
- Clayton, A., & Karagiannis, N. (2008). Sustainable Tourism in the Caribbean: Alternative Policy Considerations. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 5(3), 185-201. doi:10.1080/14790530802550344.
- CLIA (2013). *The global economic contribution of cruise tourism 2013*. Disponible en http://www.cruising.org/docs/defaultsource/research/global_cruise_impact_analysis_2013.pdf?sfvrsn=2, [mayo 2013].
- CLIA (2015). *State of the cruise industry: 2015 to see robust growth*. Cruise Lines International Association (CLIA) Unveils Seven Cruise Industry Outlooks for 2015 [enero 2016].
- CLIA (2015a). *Cruise Industry Outlook*. Cruise Line International Association (CLIA) Disponible en: <http://www.cruising.org/docs/defaultsource/research/2015-cruise-industry-outlook.pdf?sfvrsn=2>, [enero 2016].
- Cruise Market Watch (2013). Disponible en <http://www.cruisemarketwatch.com/growth/> [20 de enero de 2013].

- Cruise Market Watch (2015). Disponible en <http://www.cruisemarketwatch.com/market-share/> [12 de enero de 2016].
- CTO (2015). *Latest Statistics 2014*. Caribbean Tourism Organization (CTO), 19/06/2015 Disponible en <http://www.onecaribbean.org/wp-content/uploads/22June2015Lattab14Final.pdf>, [28 de enero de 2016].
- Cunnin, E. (2006). 'Escápate a un mundo...fuera de este mundo': turismo, globalización y alteridad. Los cruceros por el Caribe en Cartagena de Indias (Colombia), *Boletín de Antropología*, 20 (37), 131-151, Universidad de Antioquía.
- DATATUR (2011). *Indicadores relevantes de la actividad*. Base de datos. Secretaría de Turismo. Disponible en <http://datatur.sectur.gob.mx/wb>, [24 de marzo de 2011].
- DATATUR (2013). Compendio estadístico. Disponible en http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/estadistica_nuevo/comp_2012/21.zip [20 de enero de 2013].
- Dickinson, B. (2007). *Selling the sea*. New Jersey/Canada: John Wiley and Sons, Inc.
- Dowling, R. (2006). *Cruise ship tourism*. United Kingdom: Cabi Publishers.
- El Heraldo (2014). Inauguran primera etapa de muelle en Trujillo, 7 de abril de 2014. Disponible en <http://www.elheraldo.hn/pais/581702-214/inauguran-primer-etapa-de-muelle-en-trujillo>, [22 de enero de 2016].
- El Periódico (2010). Invertirán 300 mdp en el sur del estado, 15 de enero 2010, Cancún, Quintana Roo, México, 4.
- El Periódico (2010b). La meta, un solo destino: Carlos Joaquín, 16 de enero 2010, Cancún, Quintana Roo, México, 4.
- Excelsior (2013). Sufre nueva anomalía crucero averiado en Golfo de México. 14 de febrero de 2013. Disponible en <http://www.excelsior.com.mx/2013/02/14/884379> [18 de febrero de 2016].
- FONATUR (2003). *Planeación de Centros Turísticos. La experiencia y Práctica de FONATUR*. México.
- Frolova, M. y Bertrand, G. (2006). Geografía y Paisaje. En Hiernaux, D. y Lindon, A. (dirs.) (2006). *Tratado de Geografía Humana*. (254-269). México: Antrophos-UAM.
- García, A. y Muñoz, J. (2002). *El paisaje en el ámbito de la geografía*. UNAM-Instituto de Geografía, colección Temas Selectos de Geografía de México.
- Hiernaux -Nicolas D. (2006). Geografía del turismo. En Hiernaux, D. y Lindon, A. (dirs.), *Tratado de Geografía Humana*. (401-432). México: Antrophos-Universidad Autónoma de México.

- Higuera-Bonfil, A. (2002). *Quintana Roo entre tiempos. Política, poblamiento y explotación forestal 1872-1925*. México: Universidad de Quintana Roo/Instituto Quintanarroense de la Cultura.
- Hosteltur (2015). *Honduras será sede de la Reunión Centroamericana de Cruceros* Hosteltur Caribe y Centroamérica. Disponible en http://www.hosteltur.com.do/110990_honduras-sera-sede-reunion-centroamericana-cruceros.html, [25 de enero de 2016].
- INEGI (2010). Censo de Población y Vivienda 2010. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), México.
- Jaakson, R. (2004). Beyond the tourist bubble? Cruise ship Passengers in Port, *Annals of Tourism Research*, 31 (1) 44-60. Disponible en <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0160738303001063>. doi: 10.1016/j.annals.2003.08.003, [20 de enero de 2011].
- Jiménez Martínez, A. (2006). *Desarrollo Turístico y sustentabilidad. El caso de México*. México: Ed. Miguel Ángel Porrúa, Universidad del Caribe.
- Kido-Cruz, M. T. y Cuéllar-Río, M. (2010). Impacto económico por el pago de pasajeros de crucero para la conservación de los recursos naturales: el caso de las Bahías de Huatulco, *Economía, Sociedad y Territorio*, X (32), 81-97, México.
- Klein, R. (2002), *Cruise ship blues: the underside of the cruise ship industry*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers.
- Luck, M., Maher, P. & Steward, E. (eds.) (2010). *Cruise Tourism in polar regions, Promoting Enviromental and social sustainability?* UK-US: Earthscan.
- Lundson, L. & Page, S. (2004). Cruise Ships. Deterritorialized destinations. En Lundson, L. y Page, S. *Tourism and Transport, Issues and agenda for the new millennium*. Netherlands-USA-UK: Advances in tourism research series. Elsevier.
- Macías, C. (2006). *El Caribe Mexicano. Origen y Conformación, siglos XVI y XVII*. México, D.F: Universidad de Quintana Roo-Porrúa.
- Martínez, C. (2011). Organización espacial del turismo de cruceros en México, *Études Caribéennes* [En línea]. Disponible en <http://etudescaribeennes.revues.org/5077> DOI: 10.4000/etudescaribeennes.5077, [18 de marzo de 2011].
- Meyer-Arendt, K. (2009). The Costa Maya; Evolution of a tourist landscape, *Études Caribéennes*, 3867. Disponible en <http://etudescaribeennes.revues.org/3867>. doi:10.4000/etudescaribeennes.3867, [diciembre de 2009].
- Molina, S. (2006). *El posturismo. Turismo y posmodernidad*. México: Trillas.

NOTICARIBE (2013), “Programan siete cruceros para Mahahual esta semana”, 20 de enero de 2013. Disponible en <http://noticaribe.com.mx/2013/01/20/programan-7-cruceros-para-mahahual-esta-semana/>, [13 de agosto de 2013].

OMT (2008). *Turismo de cruceros, situación actual y tendencias*. Madrid, España: OMT.

Ramírez, B. (2003). *Modernidad, Posmodernidad, Globalidad y Territorio*. México: UAM Unidad Xochimilco.

Santos, M. (2000). *La naturaleza del espacio*, Barcelona: Ariel.

SCT (2013). Estadísticas Semanales de Arribo de Cruceros. Disponible en <http://www.sct.gob.mx/puertos-y-marina/estadisticas/>, [30 de agosto de 2012].

SCT (2014). *Estadísticas suministradas por la Subdirección de Estadística e Informática de la Dirección General de Puertos*. Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

SCT (2015). *Estadísticas suministradas por la Subdirección de Estadística e Informática de la Dirección General de Puertos*. Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

SECTUR (2008). *Compendio estadístico*. México, Secretaría de Turismo (SECTUR).

SEDETUR (2012). *Estadísticas por mes*. Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (SEDETUR), México. Disponible en <http://sedetur.qroo.gob.mx/estadisticas/indicadores/Indicadores%20Turisticos%200%202008.pdf>, [18 de febrero de 2013].

Shaw, G. y Williams, A. (2002). *Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective*. Oxford, United Kingdom: Blackwell Publishers.

Sosa, P. (2011). *Características sociodemográficas de poblaciones en centros turísticos de rápido crecimiento: Majahual*, Tesis de Doctorado, Instituto de Geografía, Universidad Nacional Autónoma de México.

Subercaseaux-Ugarte, D. (2013). Implicancias ecológicas de la priorización económica del paisaje cultural. Determinante de orden y sustentabilidad, *Economía Sociedad y Territorio*, XIII (41), 181-225.

Universidad del Caribe (2009). *Diseño de estrategias para el impulso a la competitividad de la industria de cruceros en México*. Estudio realizado para Secretaría de Turismo. (SECTUR), México.

Vigliani, S. (2011), Paisaje como seguridad ontológica. En Iwanizewaki, S. y Vigliani, S. (coord.) *Identidad, Paisaje y Patrimonio*, México, INAH, 36-59.

Weaver, A. (2005). Spaces of Containment and Revenue Capture: “Super-Sized” Cruise Ships as Mobile Tourism Enclaves, *Tourism Geographies*, 165-184. doi:10.1080/14616680500072398

Weaver, A. (2005b). The Mcdonaldization thesis and cruise tourism, *Annals of Tourism Research*, 32 (2), 346-366. doi:10.1016/j.annals.2004.07.005

- Wood, R. (2004a). Cruise ships in the caribbean sea. En Duval, D. (Ed), *Tourism in the Caribbean. Trends, development, prospects* Rutledge (152-171). London.
- Wood, R. (2004b). Cruise Ships. Deterritorialized destinations. En Lumsdom, L. and Page, S. *Tourism and Transport. Issues and agenda for the new millennium*. Netherlands-USA-UK-Tokyo: Advances in tourism research series, Elsevier, 133-146.
- Wood, R. E. (2000). Caribbean Cruise Tourism. Globalization at sea, *Annals of Tourism Research*, 27(2), 345-370. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00073-0
- Yarnal, C. M. & Kerstetter, D. (2005). Casting Off: An Exploration of Cruise Ship Space, Group Tour Behavior, and Social Interaction, *Journal of Travel Research*. May 2005 43: 368-379. Disponible en <http://jtr.sagepub.com/content/43/4/368.full.pdf>. doi: 10.1177/0047287505274650.
- Yiannakis, A., Gibson, H. (1992). Roles tourist play. *Annals of tourism Research*. Vol. 19, 287-303. doi: 10.1016/0160-7383(92)90082-Z.
- Yory, C. (2007). *Topofilia o la dimensión poética del habitar*, San José de Bogotá, Editorial Pontificia Universidad Javeriana, Colección Biblioteca Personal.

^[1] Majagual o Majahual, según la real academia española, significa “terreno poblado por Majaguas”. La Majagua (*Hibiscus elatus*) es un árbol que se da de manera natural al sur de Cuba y al norte de Jamaica y se ha extendido a Centroamérica y en la Costa Maya entre 18° N y 22° N aproximadamente, también se le conoce como *Majo* o *Mahoe*. Con el nombre de Majahual, aparentemente con el sentido de abundancia de la planta del mismo nombre, existen otros sitios costeros en Centroamérica y Colombia (Diccionario de la Real Academia Española). Mapas del siglo XVI de la costa de Quintana Roo registran el nombre de Majahual (Macías-Richard, 2006:233). De acuerdo con los registros de INEGI, el nombre oficial es Mahahual, sin embargo, la página oficial del municipio de Othón P. Blanco, al que pertenece esta localidad, lo refiere como Majahual, que es el nombre utilizado en este trabajo. De acuerdo con el Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial, POET (2000), la delimitación de Costa Maya tiene como centro el poblado de Majahual, cuyas coordenadas son 18°42'58" de latitud Norte y 87°42'28" de longitud Oeste.

^[2] Se menciona el 2006 como el punto máximo del desarrollo de Majahual; mientras que la caída en las cifras para 2007 y 2008 es considerada como coyuntural, al derivar de la llegada del huracán Dean. Sin embargo, como se verá más adelante, el crecimiento inicial no se ha recuperado hasta 2014.

^[3] En Majahual existen tres zonas de vivienda: *Las casitas*, que es una zona urbanizada y desarrollada como parte de la infraestructura para la instalación del muelle, a poco más de un km de la playa. Las otras dos zonas de viviendas son la segunda y tercera líneas de playa, donde permanecen, entre hoteles y negocios, algunas viviendas que son o fueron de los pescadores que migraron a Majahual, principalmente de X'Calac y de Veracruz en los setentas y *El 55*, una zona irregular, la más poblada, sin servicios públicos (Sosa, 2011).

^[4] Aun cuando no se tienen datos precisos sobre el porcentaje o número de cruceristas que elige desembarcar y visitar el lugar, sino que se conoce solamente el número de pasajeros de cruceros transportados, es claro que un número importante de éstos no desembarca, permaneciendo en el crucero mientras está atracado. Los visitantes que desembarcan, lo hacen para realizar los tours contratados, o permanecen en la zona comercial del muelle y solamente un segmento, acude a la playa del pueblo.