

Aspectos de cultura turística en Tulum, Quintana Roo

Wendy Marilú Sánchez Casanova *

Resumen

Aspectos de cultura turística en Tulum, Quintana Roo. *Fruto de un marco teórico y referencial novedoso y de la investigación cualitativa, este trabajo presenta y explica los alcances de la cultura turística en Tulum, Quintana Roo. Si cultura turística es la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico, que busca la satisfacción de los turistas y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas, entonces en Tulum la cultura turística se presenta de modo incompleto, pues únicamente se detectan escasos conocimientos y amabilidad enfocada a intereses económicos, así como procesos instructivos superficiales orientados a quienes se emplean en la actividad turística, lo que se denomina capacitación turística. Ese estado de cosas encuentra su origen en la falta de identidad y arraigo de los habitantes de Tulum, agravándose con una situación económica que les es adversa, resultado de una administración capitalista del turismo.*

Palabras clave: Capacitación turística, comunidad anfitriona, comunidad local, comunidad receptora, destino turístico.

Abstract

Some aspects of tourism culture in Tulum, Quintana Roo. *From a new theoretical and referential framework and by means of qualitative research, this paper presents and explains the scope of the tourism culture in Tulum, Quintana Roo. If tourism culture is part of a culture and a society orientated toward offering knowledge and something of value to the tourist industry looking to satisfy tourists and obtain the best qualitative and quantitative benefits for the host community, then Tulum is inadequate in doing so. Those who work in tourism in Tulum are poorly trained and not very knowledgeable. Also, their kindness is a response to economic interests. This situation is due to the fact that the inhabitants of Tulum lack a sense of identity and are losing knowledge of their ancestry. This is more serious due to the adverse economical situation resulting from a capitalist administration of tourism.*

Key words: Host community, local community, reception community, tourist destination, training in tourism.

Résumé

Aspects de la culture touristique à Tulum, Quintana Roo. *Fruit d'un nouvel encadrement théorique et référentiel et d'une recherche qualitative, ce travail présente et explique la portée de la culture touristique à Tulum, Quintana Roo. Si la culture touristique fait partie de la culture intégrale d'une société orientée vers la connaissance et la mise en valeur du phénomène touristique, qui vise la satisfaction des touristes et les meilleurs bénéfices qualitatifs et quantitatifs pour les communautés hôtes, alors à Tulum la culture touristique est insuffisante. En effet, il n'y a que très peu de connaissance et la gentillesse est surtout guidée par des intérêts économiques. Les processus de formation de ceux qui travaillent dans une activité touristique sont superficiels. Cet état de fait est dû à un manque d'identité et d'enracinement chez les habitants de Tulum. Une situation économique adverse, résultat d'une administration capitaliste du tourisme, aggrave cette situation.*

Mots clefs: Communauté hôte, communauté locale, communauté d'accueil, destination touristique, formation touristique.

*Universidad del Istmo, campus Ixtepec, Ciudad Ixtepec, 70110, Oaxaca, México
Correos electrónicos: wcasanova@bianni.unistmo.edu.mx

Introducción

Este trabajo consigna algunos resultados de la tesis titulada "Alcances de la cultura turística en Tulum, Solidaridad, Quintana Roo", concluida por la autora de este artículo en septiembre de 2006. La tesis de referencia tuvo como objetivo la identificación y explicación de los alcances de la cultura turística en la localidad de Tulum, municipio de Solidaridad, estado de Quintana Roo, en vista de que el turismo tiene el carácter de actividad económica preponderante.

Partiendo del carácter sociocultural del turismo, se integró un marco teórico y referencial sobre la cultura turística, debido a que las menciones sobre el tema son escasas y aisladas. Una vez en posesión del marco teórico, se realizó la investigación de campo en la localidad de Tulum, Quintana Roo. Esta fase incluyó la observación participante y no participante, las historias de vida de habitantes originarios y las entrevistas a habitantes avecindados y a turistas.

A continuación, se exponen los aspectos más relevantes derivados del acercamiento a la comunidad local, es decir, el conglomerado de hombres y mujeres residentes en el destino turístico de estudio, por nacimiento o por avecindamiento, que presentan un grado mínimo o nulo de cultura turística, dependiendo de su participación en el sector y la calidad de vida que esa participación implica.

Cultura turística

Todo ciudadano debe ser promotor de turismo (Aleman-Valdés 1983). Por ello, no sólo quienes trabajan específicamente en ese sector tienen la obligación de poseer una cultura turística, pues ésta va más allá de la simple capacitación turística, que es la preparación técnica para un empleo en el ramo.

La cultura turística es la parte de la cultura íntegra de una sociedad orientada al conocimiento y valoración del fenómeno turístico, que busca la satisfacción de los

turistas y los mayores beneficios cualitativos y cuantitativos para las comunidades anfitrionas.

La cultura turística encuentra su sustento en la toma de conciencia por parte de la comunidad anfitriona sobre la importancia del turismo como actividad socioeconómica primordial, y en la actuación en consecuencia, es decir, la adquisición de conocimientos, valores y actitudes a manifestarse en su proceder ante la diaria recepción de turistas, por lo que esa situación, más que atención interesada y calculada, o afectación y servilismo, signifique una ocasión de contacto con la otredad, lo que facilita el conocimiento y aprecio intercultural.

Ubicación geográfica y potencial turístico de la localidad de Tulum

La localidad de Tulum se ubica en el extremo sur del territorio municipal de Solidaridad, estado de Quintana Roo, México, a los 20°12'19"N y 87°27'59"O, a una altitud de 10 m sobre el nivel del mar, sobre la carretera federal 307, a 123 kilómetros al sur de la ciudad de Cancún, municipio de Benito Juárez, y a 224 kilómetros al norte de la ciudad de Chetumal, municipio de Othón P. Blanco, capital del estado.

Tulum constituye un espacio competitivo para la industria turística, en virtud de su potencial turístico natural y cultural. Ofrece sol, arena y mar, elementos atractivos para el turismo de masas, pero también cuenta con la zona arqueológica y la proximidad a la Reserva Ecológica de Sian Ka'an, lo cual favorece la práctica de formas alternativas de turismo, por ejemplo, el cultural o de aventura.

Universos paralelos

La cultura turística requiere del contacto entre turistas y anfitriones, de un acercamiento en el que se pongan de manifiesto la motivación de los primeros y la disposición de los segundos, a fin de posibilitar una experiencia de viaje satisfactoria que favorezca el conocimiento y

aprecio intercultural. Sin embargo, debido a la manera en que se gestiona la actividad turística, resulta difícil que se entable una relación entre iguales, pues predominan las diferencias de naturaleza económica y el imaginario respecto de los locales que los turistas han preconcebido con base en falsas nociones, erróneas referencias o engañosa publicidad.

De ahí la existencia de "universos paralelos" en un destino turístico, es decir, espacios específicos en los que se desenvuelve la actividad turística, separados de los espacios de cotidianidad de los locales. Las relaciones sociales que se entablan son las estrictamente necesarias para la satisfacción de las expectativas de los turistas.

En Tulum, se observa lo anterior en la clara división de espacios: la avenida Tulum, las playas, el sitio arqueológico, los cenotes, Sian Ka'an y el entronque para los turistas, y el espacio restante para la comunidad receptora. Es raro ver a un turista concurrir en un espacio propio de los locales, por ejemplo, el parque, que se ubica sólo a una calle de la avenida principal.

En general, Tulum refleja la imagen de una pequeña ciudad en construcción. No obstante, los espacios de afluencia turística presentan mejores condiciones que los espacios de los locales, es decir, se encuentran limpios y poseen todos los servicios públicos (salvo el caso de las cabañas ecológicas), pues basta hacer un recorrido por la localidad para advertir infinidad de edificios en construcción, obras negras, calles sucias, ausencia de servicios públicos y hacinamiento.

Los habitantes de la localidad, exceptuando aquéllos que cuentan con un empleo en la actividad turística, se autoexcluyen de los espacios turísticos y se confinan en los espacios que sienten suyos como el parque, la cancha, la iglesia o la escuela.

Cohen asevera que el valor del turismo tiene estrecha relación con el grado de inserción y participación de la comunidad anfitriona (cit. pos. Aime 2005). Mientras más posibilidades existan para gestionar el propio

territorio y, por consiguiente, el propio desarrollo, mayor será el nivel de aprecio por el turismo, aunque sea considerado únicamente como fuente económica. Pero, si las reglas de gestión y "desarrollo" son establecidas por agentes externos, entonces se trata de un desarrollo inducido que no representa ventaja alguna para la comunidad local. Ese es el caso de Tulum.

No se omite manifestar que son los inmigrantes extranjeros quienes comparten espacios con los turistas, pues son, en general, los propietarios de pequeñas o medianas empresas turísticas como hoteles, restaurantes o centros de diversión en los que concurren los turistas. Un aspecto importante es el conocimiento de idiomas, lo cual hace menos difícil la comunicación entre ellos; de ahí que los turistas busquen con frecuencia a sus connacionales más que a los locales.

Otro factor que influye en la separación de espacios es la naturaleza del turismo que se practica en Tulum: se visita la zona arqueológica, la playa o se utilizan los servicios que se ofrecen en la avenida Tulum. Se puede decir que la localidad de estudio representa un punto de enlace con otros destinos turísticos, por lo que la estancia en ella no resulta duradera. Esa falta de tiempo obstaculiza el establecimiento de un contacto que pueda favorecer la expresión de la cultura turística.

Si existen espacios diferenciados no es posible la consolidación de una cultura turística, la cual presupone el contacto entre turistas y locales en los espacios de la cotidianidad de los segundos, en aras de un auténtico conocimiento del destino turístico y su comunidad receptora.

Nosotros

La expresión por excelencia de la cultura turística es una actitud de sano interés por los seres humanos que bajo la calidad de turistas se encuentran en un ambiente distinto al de su cotidianidad y requieren de comprensión y ayuda hasta en las situaciones que pueden

parecer insignificantes.

Sin embargo, las diferencias económicas y culturales entre visitantes y visitados dificultan la consolidación de esa empatía. Resulta una paradoja que esas diferencias sean las que la hagan prácticamente imposible a pesar de que, según el sustento teórico de la cultura turística, constituyan el motor para un contacto que motivaría el entendimiento y el aprecio intercultural.

Al respecto, Aime (2005) señala que cuando el flujo de extranjeros es constante, la identidad individual del visitante desaparece para los locales, se convierte en un turista y nada más. Con frecuencia, el turista termina por ser víctima de estereotipos sobre su nacionalidad; en otros casos, su origen pierde importancia porque, a fin de cuentas, la única sociedad capaz de generar un turismo exótico es la occidental cuyos miembros aparecen culturalmente homogéneos. En cuanto huésped, el turista corre el riesgo de ser deshumanizado y tolerado sólo porque trae dinero.

Varios habitantes de Tulum, incluidos inmigrantes nacionales y extranjeros, expresaron que la única motivación para una actitud amable y disponible hacia los turistas es la recompensa económica que ello conlleva: la adquisición de un producto, el consumo de un bien o una propina. El turista puede procurarse un trato digno porque "tiene dinero", "el turista es rico", y "el cliente siempre tiene la razón".

En realidad, resulta casi imposible que el contacto entre turista y anfitrión pueda basarse en un auténtico interés por los seres humanos. No puede ignorarse la desigualdad entre un turista, que puede acceder a un viaje de vacaciones, y un local, cuyos ingresos son insuficientes incluso para la satisfacción de necesidades primarias. Toda disposición al conocimiento y aprecio mutuos y al servicio desinteresado es superada por la ostentación, en ocasiones inconsciente, de una riqueza relativa que no resulta indiferente a los ojos de los locales, pues refiere a un estilo de vida occidental que estimula la ambición, alimenta

la frustración y propaga el efecto demostración en aquéllos que Serge Latouche llama "los naufragos del desarrollo" (cit. pos. Aime 2005). De ahí que el sano interés que requiere la cultura turística tenga pocas posibilidades de concretarse mientras las diferencias basadas en las capacidades económicas subsistan.

Ellos

Otro aspecto a considerar es la disposición de los turistas para establecer los contactos necesarios para la expresión de la cultura turística. Esa disposición se encuentra condicionada por la motivación del viaje y el imaginario turístico.

En la mayoría de las ocasiones, el papel del turista se reduce a contemplar más que involucrarse: observa, se maravilla, toma fotografías o graba un video y comenta la experiencia con otros turistas. De ahí que el encuentro no coincida siempre con intercambio. Fuera de su casa, el turista necesita de alguien que lo auxilie, y si se exceptúan los casos de paquetes "all inclusive", que incluyen obviamente un contacto de su misma nacionalidad o idioma, quien puede prestar el auxilio es un local.

A decir de turistas entrevistados, ese encuentro no puede ser posible en Tulum, dada la gran desconfianza que perciben de los locales. Según refirieron, establecen contactos solamente con los locales que se dedican a la actividad turística, quienes ya saben cómo tratar, cómo persuadir, cómo obtener beneficios y cómo embellecer el destino turístico. No se omite manifestar que los turistas resaltaron el buen trato que brindan aquéllos, aunque están conscientes del interés que mueve esa actitud.

Además, para que se establezca un verdadero vínculo de intercambio se necesita tiempo, y este tiempo no lo poseen ni los turistas ni los locales. El turista tiene prisa; debe cubrir un itinerario en un tiempo breve, y los locales requieren del trato con el mayor número posible de turistas para obtener más ingresos; cantidad, no calidad, o calidad que se

traduce a números: más números, más calidad.

Los contactos más comunes son la solicitud de información, el regateo en las tiendas de artesanías, el contrato de un guía y las fotografías a cambio de una propina, como el caso de los "músicos mayas" o los Voladores de Papantla en el sitio arqueológico. Sin embargo, algunos turistas refirieron muestras de amabilidad y disposición por parte de los locales, manifiestos en alguna agradable plática, a pesar de los obstáculos del idioma.

Trabajar en turismo

En Tulum, siendo el turismo la actividad económica predominante en el área, la mayoría de los habitantes, en especial los más jóvenes, se emplea en empresas turísticas como hoteles, restaurantes, tiendas, centros de recreación y otros, sitios en la localidad o en otros destinos turísticos como Akumal, Puerto Aventuras, Playa del Carmen o Cancún.

La Tabla I refleja el notable incremento de la población empleada en el sector terciario, dentro del cual se ubica la actividad turística. No es coincidencia que ese incremento se haya verificado entre 1990 y 2000, período en el que Tulum se consolidó como destino turístico, debido al crecimiento de la actividad turística en la región denominada Riviera Maya, lo que llevó a la creación del municipio de Solidaridad.

Tabla 1. Datos económicos de Tulum. Fuente: XI y XII censos generales de población y vivienda (Anónimo 1991a-b, 2001).

Año	1990	2000
Población económicamente activa	660	2550
Población económicamente inactiva	647	1845
Población ocupada	642	2516
Sector primario	103	113
Sector secundario	104	460
Sector terciario	408	1873

Es común observar en diferentes momentos del día a las mujeres y a los hombres que forman parte de la gran mano de obra que mueve a la "industria sin chimeneas", vistiendo el uniforme que delata el puesto que desempeñan: recepcionista, animador, mesero, cocinero, etc., con los colores y logotipos de la empresa a la cual pertenecen, esperando los vehículos que habrán de transportarlos a los lugares de trabajo, donde desempeñan las funciones asignadas, raramente aprendidas en escuelas especializadas, pues ante la urgencia de personal se contratan personas a poner a prueba, la cual consiste en aprender lo más rápido posible las tareas y características del puesto en cuestión.

Asimismo, al aceptar un empleo en un sector que funciona las 24 horas del día todos los días del año, los trabajadores se convierten prácticamente en propiedad de la empresa. La cuestión de la disponibilidad de horario constituye una de las violaciones más recurrentes a la Ley Federal del Trabajo (Anónimo 2006), pues los turnos, por lo general, se dividen en tres de ocho horas cada uno: matutino, vespertino y nocturno, contraviniendo de esta manera el artículo 61 de la legislación ya referida, el cual estipula que la duración máxima de la jornada de trabajo será de ocho horas la diurna, siete la nocturna y siete horas y media la mixta, porque se uniformiza la duración de las jornadas y son pagadas sin considerar horas extras.

Por lo general, el turno matutino puede ser de 7:00 a 15:00 ó de 8:00 a 16:00; el vespertino, de 15:00 a 23:00 ó de 16:00 a 24:00, y el nocturno, de 23:00 a 7:00 ó de 24:00 a 8:00, aunque el artículo 60 de la ya citada ley establece que la jornada diurna es la comprendida entre las seis y las veinte horas; la jornada nocturna es la comprendida entre las veinte y las seis horas, y la jornada mixta es la que comprende períodos de las jornadas diurna y nocturna, siempre que el período nocturno sea menor de tres horas y media, pues si comprende tres horas y media o más, se

reputará jornada nocturna.

Por otro lado, el salario representa siempre una de las cuestiones más controversiales en toda relación de trabajo. El salario que percibe la mayoría de los trabajadores locales del sector turismo es el mínimo, que, a decir de los trabajadores entrevistados, alcanza solamente para la satisfacción de las necesidades de alimentación y vestido, y para cubrir el monto de los alquileres de vivienda y cuentas de agua y electricidad.

A mayor abundamiento, los trabajadores entrevistados señalaron que una de las injusticias más evidentes es la diferencia de salarios entre ellos y trabajadores extranjeros que desempeñan los mismos puestos, pues los contratos de estos últimos se rigen por las legislaciones laborales del país de la multinacional, por lo que la diferencia resulta notoria. "Hasta les pagan en dólares", expresan.

Además, como ya se ha señalado, el turismo es un sector inestable debido a los acontecimientos políticos y naturales (como los huracanes, comunes en el área), lo que se traduce en inestabilidad laboral y, por consiguiente, económica, de la población, lo que lleva a la insatisfacción individual y familiar.

"Tengo que hacer bien mi trabajo... si no... me corren... hay mucha gente que me puede sustituir en un dos por tres". Esa es la idea de la calidad: hacer bien el trabajo, no por vocación o por convicción, hacer bien el trabajo porque es el medio que les permite subsistir. La cultura turística no tiene lugar.

De igual manera, los trabajadores entrevistados refieren su paso por diversas empresas turísticas, situación que forma parte de la cotidianidad: "los de recursos humanos son los que más trabajan", agrega irónicamente uno de ellos.

Como se puede apreciar, en ese estado de cosas la cultura turística no es susceptible de desarrollarse. La comunidad local se involucra en ella porque le proporciona un empleo que le permite proveer a su subsistencia, lo que deja de lado la expectativa de conocimiento y

valoración del fenómeno turístico.

¿Cultura o capacitación?

Es necesario enfatizar la distinción entre cultura turística y capacitación turística. La cultura turística precede a la capacitación turística, dado que la primera es un proceso educativo y la segunda se refiere a una preparación técnica.

Si la cultura turística es inherente a la comunidad receptora y precede a la capacitación turística, entonces la primera es condición indispensable para la segunda, pues para aspirar a la calidad, a la profesionalización y a la competitividad, que son procesos instructivos, se requiere de una base educativa, que en este caso sería la cultura turística.

Cabe aclarar que educación no es lo mismo que instrucción. La instrucción se refiere a simple transmisión y memorística de conocimientos, a diferencia de la educación, que consiste en asimilar diversas perspectivas, adquirir un sentido crítico y estructurar una cosmovisión que sirva como base para acoger, valorar y organizar los datos y situaciones que se presentan en la realidad.

Es así que la educación alude al desarrollo y perfección del ser humano a lo largo de toda su vida, y la instrucción es un esfuerzo de habilitación cuya duración se reduce a la del curso, programa o seminario que le da lugar.

La cultura turística, como proceso educativo, forma parte de la cultura íntegra de las comunidades anfitrionas dada la inserción del turismo como actividad preponderante, por lo que resulta un aspecto de la cotidianidad, algo que les pertenece y a lo cual pertenecen. De ahí la diferencia con la capacitación turística, pues ésta es específica y se limita a la habilitación de una función, y la cultura turística es parte del imaginario colectivo, que favorece la identidad y el arraigo en relación al destino turístico.

La capacitación turística se refiere a la habilitación para un empleo en la actividad turística, lo que limita la difusión de una

auténtica cultura turística, porque está enfocada únicamente a trabajadores del sector y no a la comunidad anfitriona como tal.

En Tulum, esa capacitación turística consiste en diversos cursos, por lo general, impartidos en los lugares de trabajo y de corta duración, a los que se asiste en calidad de trabajador, es decir, como parte de las funciones a desempeñar, lo que hace a un lado la orientación autónoma hacia una auténtica cultura turística.

Es por ello que esta capacitación aparece como un proceso forzado, pues en opinión de trabajadores entrevistados, la aportación de los cursos es limitada, los distraen de sus funciones cotidianas y, peor aún, los constriñen a permanecer horas adicionales que no les son remuneradas. Sin embargo, el negarse a participar en estas actividades implicaría desde sanciones de carácter económico hasta la pérdida del puesto de trabajo.

Dadas las condiciones económicas en las que se desenvuelve la actividad turística, el conocimiento del destino turístico se reduce a información elemental, es decir, "el lugar estuvo habitado por los mayas", "las ruinas y la playa están cerca", o "en la calle principal (avenida Tulum) encuentra todo lo que necesite".

A pregunta expresa sobre fechas y circunstancias del asentamiento de los mayas o pormenores de la Guerra de Castas, los entrevistados no supieron responder. De igual manera, al requerir información sobre distancias y tiempos entre la localidad y otros destinos turísticos como Valladolid, Chichén Itzá, Mérida o Palenque, no aportaron o no supieron aportar información certera. "Es que no soy de aquí, acabo de llegar para trabajar y no conozco todavía", agregó uno.

Respuestas en el mismo sentido fueron obtenidas en los diversos lugares en los que se hicieron esos cuestionamientos: hoteles, restaurantes, tiendas de artesanías y puntos de Internet. La mayoría de las personas entrevistadas aseguró no ser originaria de Tulum, a modo de justificación ante su falta de

conocimiento sobre el lugar y sus alrededores. Sin embargo, ni siquiera los entrevistados originarios supieron responder a las preguntas ya indicadas.

No se omite manifestar que todos los entrevistados demostraron una actitud amable y abierta. Esa actitud favorecería la forja de una actividad turística si no es del todo interesada, pues, en ocasiones, esa disposición se encuentra motivada por la posibilidad de obtener un beneficio económico todavía mayor por parte del turista.

Conclusión

En Tulum, la cultura turística es un proceso instructivo motivado por la competencia entre destinos turísticos. Ese proceso tiene su mayor alcance, aunque de manera superficial, en los trabajadores del sector y no en la comunidad anfitriona, por lo que bien podría denominarse capacitación turística.

Es así que lo que se desarrolla, aunque de modo escueto, es la capacitación turística, es decir, la habilitación para la competitividad, y no la cultura turística, la cual implica mucho más. Lo anterior se origina en la falta de identidad y arraigo de los habitantes, agravándose con una situación económica que les es adversa, resultado de una administración capitalista del turismo.

La comunidad receptora se ha adaptado al modelo impuesto, situación que ha impedido la configuración de una auténtica cultura turística. Sin embargo, esa cuestión podría enmendarse mediante el incremento del turismo comunitario, es decir, la intervención de los locales en la planeación y administración de la actividad turística, es decir, apoyando al gobierno y/o constituyéndose en empresaria del turismo.

De esa manera, tal y como apunta el ya citado Cohen, el valor del turismo crecerá en relación con el grado de inserción y participación de la comunidad anfitriona. No se trata de excluir lo económico, pero es fundamental incluir lo humano. Ese es el

llamado que hacen documentos internacionales como el Código Ético Mundial para el Turismo (Anónimo 1999), el cual propugna por el turismo como actividad favorable para los países y comunidades de destino en mérito de la participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporte.

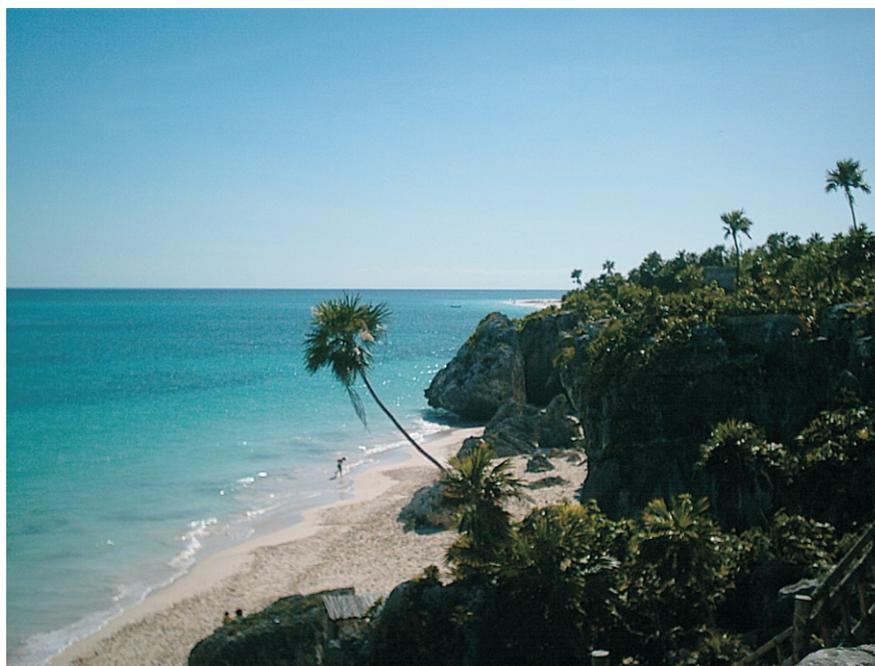
Agradecimientos

A Marie Odette Nicole Mercier Cleroux, por la traducción al inglés y al francés del resumen de este trabajo.

Referencias

- Aime, M. 2005. L'incontro mancato. Turisti, nativi, immagini. Bollati Boringhieri, Turín, 181 pp.
- Alemán-Valdés, M. 1983. Quince lecciones de turismo. Diana, México, 115 pp.
- Anónimo. 1991a. Quintana Roo. Resultados definitivos.

- Datos por localidad (integración territorial). XI censo general de población y vivienda 1990. INEGI, Aguascalientes, 60 pp.
- Anónimo. 1991b. Quintana Roo. Resultados definitivos. Tabulados básicos. XI censo general de población y vivienda 1990. INEGI, Aguascalientes, 224 pp.
- Anónimo. 1999. Código ético mundial para el turismo. Organización Mundial del Turismo, Santiago de Chile, 8 pp.
- Anónimo. 2001. Tabulados básicos Quintana Roo. XII censo general de población y vivienda 2000. INEGI, Aguascalientes, 483 pp.
- Anónimo. 2006. Ley federal del trabajo. Porrúa, México, 372 pp.



Tulum. Foto tomada por Wendy Marilú Sánchez Casanova