LA POLÍTICA TURÍSTICA, UNA BÁSICA APROXIMACIÓN CONCEPTUAL Y SU RELACIÓN CON LA ESTRATEGIA "HIDALGO MAGICO"

Edgar Manuel Castillo Flores[1]

RESUMEN

La política turística es un tema muy escasamente abordado desde el análisis de políticas públicas. En el presente texto se busca dar una aproximación relacionada con el concepto de política turística la finalidad de contribuir al cuerpo académico de este objeto de estudio. Para ello, se realizará una revisión de los limitados trabajos que se han efectuado en este tipo de acción pública, buscando advertir porque el análisis de la política turística se realiza más desde el campo de economía que desde la ciencia política. También, se describe una propuesta de definición de política turística que permite interpretar este tipo de actividades gubernamentales, se describen algunas de las tipologías de política turística, las capacidades de los gobiernos en este sector, los objetivos comunes que los gobiernos han perseguido en materia turística y los principales instrumentos que utilizan para su efecto y, por último, se compara este cuerpo teórico básico con la nueva estrategia del Gobierno del Estado de Hidalgo denominada "Hidalgo Mágico".

Palabras Clave: Política turística, análisis de políticas, turismo, Hidalgo.

[1] Doctor por la Universidad Complutense de Madrid, Profesor Investigador del Área Académica de Ciencias Políticas y Administración Pública del ICSHu, Coordinador de la Lic. en Ciencias Políticas y Administración Pública

Introducción

El sector turístico es una de las actividades más importantes que desarrollan en México, tan solo en 2017, la Organización Mundial de Turismo (OMT) señalo que nuestro país ocupa el 8 lugar en este rubro.[2] La importancia del turismo se basa en su aportación monetaria directa a la economía nacional, la capacidad de equilibrar las balanzas de pagos, su efecto multiplicador que incide en las actividades del sector servicios con la generación de empleo directo e indirecto, la atracción de capital extranjero, la inversión en infraestructuras públicas, etc.

Desde los años sesenta y hasta la Segunda Guerra Mundial, la actividad turística ya estaba presente dentro de las agendas de los gobiernos de países como Estados Unidos, Inglaterra, Francia, Italia o Suiza, entre otros. Posteriormente, en gran parte de los países occidentales, se crearon organismos destinados a atender el sector turístico dentro de los aparatos gubernamentales. Y de forma inicial pero limitada, en algunas áreas de conocimiento, el turismo comienza a desarrollar una línea de investigación.

Sin embargo, a pesar de la importancia del turismo como fenómeno político, económico, social y cultural, durante más de cincuenta años, no exista ni se desarrolló una amplia literatura académica que haya analizado este fenómeno. En el presente texto se busca abordar una aproximación del concepto de política turística con el objeto de contribuir al estudio de este cuerpo académico. Para ello, se realizará una revisión de los trabajos que se han efectuado en este tipo de acción pública. Después se menciona una propuesta de definición de política turística que permite interpretar las actividades gubernamentales de este fenómeno, se describen las tipologías de política turística, los objetivos comunes que los gobiernos y los principales instrumentos para

---

[2] Información vista en el portal de la Organización Mundial de Turismo (OMT) en: http://www2.unwto.org/es/node/22884, consultado el día 10de septiembre de 2017.

alcanzarlos y por último, se compara este cuerpo teórico con la nueva estrategia del Gobierno local denominada “Hidalgo Mágico”.

1. El desinterés y dificultades del Turismo desde el análisis de políticas

La ausencia de interés de los investigadores sociales en la política turística se debe a tres factores (Velasco, 2004). En primer lugar, la propia disciplina de análisis de políticas, pues aunque debería ser un cuerpo plenamente estudiado y desarrollado, es un hecho que los análisis de políticas sectoriales se han centrado en las políticas relacionadas con elementos relacionados con el Estado del Bienestar, es decir, las políticas sociales y económicas.

En segundo lugar, el concepto del turismo que comúnmente se ha utilizado, pues este solo lo considera un bien de consumo producido por el sector económico. Lo cual, tiene como consecuencia que esta área sea la responsable de gestionar todo lo relacionado con el turismo y que la participación del gobierno se reduzca a corregir las posibles fallas que se produzcan.

Esta acepción es susceptible de cuestionarse, pues si bien el sector turístico y sus productos son bienes de consumo privado, entre sus componentes se encuentren bienes públicos. Así como también lo es la importancia del territorio, la cultura o el medio ambiente. De esta forma, cuando una persona realiza un viaje sin motivo de lucro, requiere de múltiples servicios que van desde transporte, hospedaje y alimentos hasta distracciones, esparcimiento, o compras. Así que, el turismo engloba un conjunto de actividades que producen los bienes y servicios que demandan los turistas. Frente a esto, el uso de los bienes públicos para el turismo supone también la estancia temporal de ciudadanos que utilizan los servicios públicos.

De esta forma, los problemas derivados del aumento de habitantes en determinados territorios y en diversos periodos del año afectan directamente los niveles de gobierno. Esto

debido a que evidentemente hay saturación de los servicios sanitarios, aumento de basura, u otros servicios de limpieza, incremento de responsables de la seguridad ciudadana, entre otros.

Finalmente, en tercer lugar, la poca atención prestada por los analistas e investigadores sociales a la política turística debido a que la escasa reflexión de este concepto no resulta adecuada para el análisis de política turística.

Ahora bien, dada la polisemia del concepto y debido a las múltiples actividades que enmarca, el concepto de turismo ha evolucionado derivando dificultades para definirlo integralmente. No obstante, los conceptos de organismos internacionales han logrado mayor consenso. Por ejemplo, desde Naciones Unidas y la OMT, se menciona que el turismo son "*las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos*" (ONU, 1993, citado por Secretaria de Turismo, 2001:31). Por su parte, Finalmente, La Cuenta Satélite del Turismo de México lo define como "*el desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual*" (INEGI/SECTUR, 2003:11).

Resulta improbable contar con una definición consensuada de turismo más allá de la que existe y quizá tampoco sea necesario. Empero, lo único imperativo en la complejidad del fenómeno turístico es que las características que se elijan para el diseño de una investigación son aquellas que resulten coherentes para el marco teórico de referencia. Por ejemplo, en la economía el problema es aislar las informaciones necesarias para poder observar la naturaleza del turismo con herramientas diseñadas para analizar sectores más cercanos. A partir de ahí, se tienen cuestionamientos del tipo cómo calcular la participación del subsector cafeterías que dan servicio a residentes y no residentes en la economía turística, entre otros ejemplos (Cárdenas, 2002).

En otro caso, en la sociología del turismo, el objeto de investigación son los impactos sociales de la actividad. Asimismo, se parte de la hipótesis de que el turismo provoca cambios en las comunidades sociales que se convierten en receptoras de la actividad, o en las sociedades emisoras, puede analizarse haciendo uso de las definiciones de turismo para fines estadísticos, suficientes para diferenciar un turista de quién no lo es (Cohen, 1984).

En cambio, desde el campo de análisis de políticas públicas, no existe una tradición de investigaciones que hayan analizado este tipo de acción pública. Por lo tanto, carece de una crítica suficiente. Y tampoco es posible utilizar las definiciones de turismo antes mencionadas, pues están basadas en la actividad del turista y eso complica relacionar con ella el cuerpo teórico de esta disciplina política. De hecho, Velasco (2004) encuentra en los escasos estudios de análisis de políticas del turismo los siguientes errores conceptuales.

Primero, se describe un conjunto acciones, que los gobiernos implantan para intervenir en esta actividad socioeconómica, que engloba un número casi ilimitado de aspectos, por lo que resulta imposible un análisis estricto de la política turística. Segundo, la amplitud del concepto de turismo lleva a construir discursos de la evolución histórica de la acción de los gobiernos, en relación con el turismo, que llevan sus raíces en los orígenes de la civilización occidental. Y por último, ante el predominio del concepto de turismo como bien de consumo dentro de la disciplina económica, se asume que esta perspectiva absorbe cualquier otra realidad que pueda participar en él y, negando otras implicaciones sociales tales como la función política.

Como sea el caso, las dificultades existentes hasta la fecha, no impide que los expertos en turismo, reclamen la necesidad de estudiar este aspecto pues "*un estudio del turismo que se defiende como multidisciplinar no puede ser completo sin la aportación del análisis de uno de los factores relevantes que lo integran, las políticas turísticas*" (Kosters, 1984:612).

2. El concepto de política turística

El interés del análisis de políticas públicas es muy amplio pues atiende, entre otras cosas, a problemáticas relacionadas con la legitimidad del sistema, la participación ciudadana en la elaboración, proceso o efectividad de acciones políticas o aspectos de la formación de la agenda. Estos elementos aplicados a la política turística, destacan la necesidad de investigar su origen.

A fin de realizar la construcción de una definición de política turística, se retoma el trabajo de Velasco (2004) que propuso, de entre las múltiples definiciones de política pública, aquella que la describe como "*un conjunto de decisiones interrelacionadas (...) que tienen por objeto la selección de objetivos y de los cauces para alcanzarlos en una situación específica*" (Jenkins, 1978:15). Esta elección se basó en que la definición no utiliza como elemento central y básico el concepto de problema social, ni alude al conflicto social para determinar la pertinencia de la intervención del estado. Dichos aspectos no son necesarios dentro del estudio del turismo.

De hecho, la acción pública de turismo sobresale cuando esta actividad resulta de interés a los gobiernos. En este caso, un interés es meramente económico, derivado del efecto positivo que genera. Así, la política turística no resulta ser un problema, sino una oportunidad. La anterior definición de política pública debe complementarse con la referencia hacia un sector concreto de la sociedad o un espacio geográfico dado (Meny y Thoenig, 1999).

Por su parte, la definición más adecuada de turismo que toma Velasco (2004) proviene del estudio de McIntosh y Goeldner (1984), al mencionar que "*el turismo puede ser definido como el conjunto de los fenómenos y las relaciones que tienen lugar debido a la interacción de los turistas, empresas, gobiernos y comunidades anfitrionas en el proceso de atracción y hospedaje de tales turistas y otros visitantes*" (McIntosh y Goeldner, 1984, citado por Velasco 2011).

La elección se debió a que esta definición se distancia de la perspectiva basada en las

características del turista, no toma en cuenta la duración de la estancia, la motivación del viaje o el lugar de alojamiento. De forma tal que, presenta un enfoque amplio de la actividad turística. Además, propone la idea de un fenómeno dinámico que relaciona diferentes actores y diversos objetivos, por lo que responde al análisis de políticas.

Por lo anterior, (Velasco, 2011:580) propone como definición de política turística al "*conjunto de acciones que impulsan actores públicos, en ocasiones en colaboración con actores no públicos, con la intención de alcanzar objetivos diversos relacionados con la variedad de fenómenos y relaciones que supone el proceso de atracción, estancia o residencia ocasional de ciudadanos en un territorio determinado*". Posteriormente, en un trabajo más reciente la misma autora acota la definición a "*un conjunto de actividades, decisiones y procesos que impulsan los actores gubernamentales, en ocasiones con colaboración de otros actores, con la intención de alcanzar objetivos relacionados con el turismo*" (Velasco 2016:580).

En este sentido, para que dicho conjunto de decisiones y actuaciones sean consideradas una política turística, es necesario que exista una concepción común, cuyo objetivo sea el turismo atendido de forma global. No es suficiente con planes para subsectores turísticos específicos o productos turísticos determinados. Todos o gran mayoría de los gobiernos en sus distintos niveles cuentan con una política o alguna iniciativa turística. De hecho desde las campañas electorales o al inicio de las gestiones gubernamentales se destaca la importancia del turismo. Empero, muchos de estos gobiernos implementan decisiones aisladas en relación con al sector turístico, enfocándose básicamente en acciones de promoción. Sólo algunos, cuentan con una política turística real. De acuerdo a Velasco (2011), la existencia de este tipo de política no depende de la decisión de un funcionario público, sino que depende de otros elementos que son:

a) **Una curso de acción coherente**. El conjunto de acciones debe ser articulado y relacionado, es decir que es necesaria una idea sobre el turismo, sus problemáticas y cómo debe ser su desarrollo. Las decisiones únicas no se configuran como una política, ni la adición de decisiones aisladas que afecten directa o indirectamente al turismo.

b) **Un diseño de las acciones sustentado en un adecuado presupuesto**. Una política con un presupuesto suficiente e implementado adecuadamente son medidas eficaces. Las declaraciones políticas o la retórica del discurso, no son una política. Es necesario sobrepasar la voluntad política expresada y comenzar a efectuar lo planeado.

c) **Actores públicos con interacción en el ámbito territorial de competencia**. La política turística debe ser el resultado de la acción conjunta de varios actores públicos y privados, interactuando en colaboración mutua por un acuerdo que dota de legitimidad democrática.

d) **Objetivos y acciones concretos con metas establecidas en plazos determinados**. Un estudio sobre la situación del turismo y una declaración de intenciones no son una política turística. Una propuesta de ideas y objetivos generales no permitirá la implantación de programas, ni ningún tipo de evaluación de lo realizado.

e) **Un programa de actuaciones de intervención global.** La política turística debe considerar los diferentes actores, productos, impactos, etc. Es decir, un programa centrado en una tipología concreta de turismo. O bien, impulsar una política turística a través de varios programas que cubran todos los ámbitos.

3. Tipologías de política turística

La propuesta teórica que diversos investigadores de turismo utilizan para categorizar los tipos de la política turística, según su naturaleza, la denominan como: política turística general y

específica. La primera, abarca áreas generales que tienen efectos y consecuencias significativas para el turismo de forma negativa o positiva. Mientras que la segunda, tienen relación directa con la industria turística, el desarrollo y regulación del ocio (Jeffries, 2001).

Desde un punto de vista subjetivo, esta categorización no parece significativa para el análisis, pues no cumple con las características del punto anterior. No obstante, es evidente que, por la propia naturaleza de la actividad, las decisiones adoptadas en otros ámbitos de competencia tienen impacto en el turismo. Por ejemplo, una política de protección al consumidor que establezca mecanismos de denuncia, beneficiará al grupo de consumidores que se denominan turistas. O una política de seguridad pública beneficia no sólo a los residentes sino a los visitantes. También, una política medioambiental genera indirectamente espacios que se convierten en productos turísticos. Por tanto, una política diseñada para intervenir en cualquier ámbito tiene efectos en otros espacios sociales. Es decir, en un mismo gobierno, políticas implantadas en ámbitos distintos pueden provocar efectos contradictorios. Sin embargo, esto no impide que en los análisis puedan diseñarse investigaciones que traten de encontrar sistemas de coordinación entre las políticas que afectan a diferentes aspectos del fenómeno turístico o de detectar los problemas turísticos de diferentes niveles de gobierno con objetivos diversos.

4. Las capacidades de los gobiernos en relación con el turismo

En el momento actual, las acciones de los gobiernos en materia turística suponen una amplia variedad de actividades. Entre ellas, Keller (1999:12, citado por Velasco 2016) menciona, en primer lugar, **de planificación**, pues buscan asegurar un óptimo nivel de desarrollo turístico. En segundo lugar, **de productor**, debido a que provee de bienes y servicios públicos al sector. Y, por

Por su parte, Lickoris (1991:131-32) advierte que las funciones del Estado son: formular la política y la estrategia para el desarrollo turístico; construcción de infraestructuras; regular el sector y generar sistemas de control, incluyendo la protección consumidor; crear sistemas de cooperación y coordinación; reglamentar el área fiscal; proveer ayudas financieras para construir oferta turística; establecer condiciones para las operaciones del sector privado; disponer de información, estadísticas e investigación del sector; realizar la promoción destinos; intervenir en el caso de fallos en el mercado por falta de interés del sector privado.

Por su parte, Velasco (2016) menciona cinco capacidades de los gobiernos en materia turística. En primer lugar, la capacidad de seleccionar y mantener prioridades frente a las demandas. Esto mediante el desarrollo de estrategias de conservación natural y urbana, compatibles con el turismo y apoyo a modelos de desarrollo basados en la economía social.

La segunda capacidad es decidir cómo se utilizan los recursos. Frente a los múltiples problemas y soluciones, los recursos siempre son limitados. Por eso la decisión sobre qué recursos se invertirán en cada prioridad del gobierno es un elemento básico para comprender cuáles son los objetivos que se persiguen. Por ejemplo en infraestructuras turísticas, recuperan patrimonio cultural, apoyo a empresas para que generen nuevo producto turístico, planes de formación para trabajadores del sector privado y promoción destino.

En tercer lugar, la capacidad del gobierno es coordinar los objetivos enfrentados para conformar un todo coherente. Incluso siendo capaz, un gobierno dado, determina cuáles serán las prioridades que guiarán sus acciones. Aquí se busca implementar el diseño de un modelo de desarrollo turístico integrando distintos objetivos, redactar planes estratégicos y coordinando objetivos de distintos subsectores (alojamiento, intermediación, transportes y receptivo).

La cuarta capacidad es imponer límites o pérdidas a los grupos poderosos, para contar con

un modelo más equilibrado. La sociedad no es un espacio de igualdad, ni el mercado un lugar de competencia e igualdad de condiciones. Para ello se utilizan acciones como limitación del crecimiento, eliminar negocios que provocan impactos negativos y la moratoria hotelera.

La última de las capacidades políticas es representar a los intereses difusos y no organizados, además de dar voz a los intereses concentrados y bien organizados. No todos los actores tienen la misma capacidad de generar estructuras de interlocución con los gobiernos. La estructuración de intereses conlleva un coste alto, en términos de recursos económicos y personales. En el caso del turismo es evidente que los intereses concentrados y bien organizados son los de la industria turística, en general. Para esto los gobiernos suelen impulsar nuevas redes de actores, creación de órganos de gestión turística, información a la sociedad y la incorporación a los espacios de discusión y decisión de actores de la comunidad no representados.

5. Objetivos e instrumentos de la política turística

La necesidad de intervención del gobierno en un sector que es básicamente privado, como lo es el turismo, surge por su aportación directa a la economía. Empero, la argumentación para justificar la intervención gubernamental en el campo del turismo se ha ido modificando lo largo del siglo XX. Esto, según crecía el volumen de la actividad y el turismo se convertía en un fenómeno más sofisticado. Por lo cual los argumentos de la intervención pública se modifican. Los indicadores que permiten observar esta evolución son los objetivos de la política turística.

De acuerdo a Velasco (2016) la política turística se combina cinco objetivos, todos relacionados con la propia naturaleza del fenómeno. Por supuesto existen diferencias notables según el sistema político, el desarrollo económico y el desarrollo turístico del país o nivel de gobierno estudiado. Empero todos aparecen en la práctica de las propuestas políticas.

El primer objetivo es conseguir el crecimiento de la actividad turística y su innovación para no perder competitividad. La idea es aumentar el ingreso de divisas, la actividad económica y el empleo. Pero también de apoyar el derecho a viajar libremente y la idea del turismo como instrumento para la paz. Para ello se promociona el destino, se trata de mejorar la oferta convenciendo a los empresarios de que el turismo es una actividad económica de interés, incluso convirtiéndose los gobiernos en empresarios turísticos y creando organismos e instituciones especializadas que prestarán servicios al sector turístico. En destinos consolidados los objetivos se adaptan para conservar el nivel de competitividad del destino a través de la promoción y, en su caso, con acciones que incorporan nuevos temas como la sostenibilidad y medioambiental.

El segundo objetivo es la idea de planificación. Por lo cual se trata de crear las condiciones adecuadas para que la actividad turística pueda desarrollarse generando los menores conflictos posibles en el territorio. Algunas de las metas más recurrentes son:

a) Formular una estrategia de desarrollo del turismo en su conjunto o de algún subsector concreto a través de Planes estratégicos u ordenación turística, etc.
b) Construir infraestructuras de movilidad, servicios públicos básicos en destino o infraestructuras turísticas específicas como parques de ocio.
c) Desarrollar recursos públicos para su utilización turística como las áreas de pesca, habilitación de zonas costeras o la recuperación de patrimonio cultural y natural. El turismo también contempla una experiencia o un servicio consumido, así que también son frecuentes objetivos relacionados con la protección del turista y con garantizar una buena experiencia.
d) Impulsar acciones que mejoren la calidad del producto turístico y la atención del cliente mediante la capacitación de los trabajadores del sector turístico.

El tercer objetivo del turismo es su carácter transversal, que implica el trabajo conjunto de varios actores. Por lo que la política turística tiene los objetivos de: coordinar actores por medio de la creación de instituciones con competencia en otros ámbitos tales como cultura, medio ambiente, infraestructuras, etc. La promoción de plataformas de gestión de destinos en las que participen todos los subsectores. El impulsar de plataformas de trabajo conjunto de los subsectores empresariales, como pueden ser los clusters turísticos.

Finalmente, el cuarto objetivo del turismo es que es un fenómeno que está en un proceso de cambio constante. A fin de participar en el sector turístico con una visión estratégica, resulta necesario tener información actualizada y tener conocimiento experto que pueda ser aplicado por diversos actores. En sí, sector turístico está compuesto, en su mayoría, por pequeñas y medianas empresas que no pueden asumir el coste de investigar el fenómeno. Por lo cual, uno de los objetivos en la política turística es invertir en investigación, así como ayudar a que se difundan mecanismos que permitan la innovación del sector. Este tipo de objetivos se concreta en: crear institutos de investigación para tener un conocimiento sobre fenómeno turístico. Generar conocimiento que ayude a la toma de decisiones. Es decir difundir información que ayude a la toma de decisiones.

Todos los objetivos antes mencionados se articulan a través de instrumentos que los gobiernos tienen modificar una situación actual, enfrentar un problema o aprovechar una oportunidad (Howlett, 2011, Velasco, 2004, 2011). Dichos instrumentos son:

- Organizativos. El entramado institucional es un elemento clave en cualquier política y en este caso encontramos las estructuras político administrativas, las estructuras ejecutivas dependientes, y los organismos de cooperación público – privada.
- Normativos. Son las normas que dan derechos y obligaciones en materia turística.

- Fomento e inversión. Son los apoyos que buscan estimular a que otros actores se sumen a los objetivos que persigue la política, generalmente mediante estímulos económicos que se articulan a través de subvenciones, créditos, ayudas, etc.
- Mejora del conocimiento. Relacionados con la generación de información sobre el turismo a través de investigaciones. Por ejemplo con planes o programas que tratan de potenciar la innovación o de sistemas de información de apoyo a la toma de decisiones.
- De comunicación. Se basa en la promoción de los destinos.

7. La estrategia estatal "Hidalgo Mágico"

A finales de agosto del presente año, el gobierno del estado de Hidalgo presentó su nueva marca turística denominada "Hidalgo Mágico", con la cual busca, en primer término, posicionarse como uno de los destinos favoritos de los mexicanos para disfrutar del turismo denominado alternativo. El principal objetivo del rediseño de la marca trata de dar a conocer a todos aquellos turistas que buscan emociones nuevas y diferentes, que no recayeran únicamente en las clásicas opciones de playa. Pues, el estado de Hidalgo ofrece destinos para vivir experiencias diferentes.

Entre sus principales números respecto al turismo, en 2016 Hidalgo recibió a 7,744,643 turistas nacionales y extranjeros, lo cual produjo una ocupación del 66% de sus servicios hoteleros y representó una derrama económica de 2,054 millones de pesos. Esta cifra busca ser superada con la implementación de la estrategia de promoción turística.

La campaña que es meramente de promoción, consta de una inversión de 15 millones de pesos para la difusión, por un año, de spots en canales de televisión nacionales, anuncios espectaculares en la zona centro, medios impresos y redes sociales de forma trimestral. La empresa HG Comunicación con sede en Pachuca se encargará de elaborar el proyecto de

difusión. De los 15 millones de pesos invertidos, 7.5 provienen del Gobierno estatal y el resto de la federación. La campaña está enfocada en la generación "milenial" mexicana que según estudios va de los 24 a 34 años. De acuerdo a las autoridades estatales, la inspiración para esta marca nació de los platillos tradicionales, de la oferta que surge del turismo de montaña, de lugares específicos como Huasca de Ocampo y de artesanías con múltiples colores como el Tenango. De hecho esta artesanía es el nuevo símbolo turístico del estado, una típica expresión artística impresa en manta. Mediante la promoción se busca atraer un mayor número de visitantes que el año pasado, cuando la entidad recibió a 7 millones 644 mil 644 turistas nacionales y extranjeros; pero la ocupación hotelera apenas alcanzó 66 por ciento, y la derrama económica fue de 2 mil 54 millones de pesos, de acuerdo con datos de Turismo.

Como ya es conocido, Hidalgo se encuentra a tan sólo una hora de la Ciudad de México, lo que la ha caracterizado en un destino para hacer viajes cortos en la zona centro del país, además, cuenta con una amplia oferta para disfrutar de ecoturismo, turismo de aventura, turismo gastronómico y turismo rural. En específico, cuenta con cinco Pueblos Mágicos: Huasca de Ocampo, Real del Monte, Mineral del Chico, Huichapan y Tecozautla. Fue en el pueblo mágico de Real del Monte donde se llevó a cabo el primer partido de fútbol en México.

Entre sus rasgos principales, Hidalgo es considerado cuna de deportes como la charrería, el fútbol y el golf, asimismo, de actividades como la aeronáutica. Por la riqueza cultural, histórica, geológica, de flora y fauna, la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco) nombró a la Comarca Minera de Hidalgo geoparque mundial, primero en su tipo en México. Sus haciendas, conventos del siglo XVI, pueblos mineros, reservas naturales y su desierto han servido como locaciones de producciones nacionales e internacionales como La Máscara del Zorro, Gringo Viejo, Santitos, El Señor de los Cielos, entre otras.

Notas Finales

A lo largo de este corto texto se ha buscado abordar una aproximación básica sobre la política turística. De entrada el principal problema que enfrenta es la limitada literatura académica al respecto. En gran parte, esto se debe a que el tema es mayormente estudiado desde el ámbito económico que desde la ciencia política. Sin embargo es necesario consolidar una línea de investigación politológica sobre el sector turístico, pues los resultados colaborarían en muchas reflexiones y servirían como guías para acciones y políticas públicas a futuro.

Ahora bien, la definición de turismo que ha sido presentada es un gran avance en este campo de estudio. Los trabajos de Velasco (2002, 2004, 2001, 2016) se configuran como referentes para avanzar hacía una mejor comprensión de la acción pública turística. Pues su definición operativa contiene los elementos para conformarse como tal, al definirla como el conjunto de acciones que impulsan actores públicos, muchas veces también privados, con la finalidad de alcanzar objetivos diversos relacionados con la variedad de fenómenos y relaciones que supone el proceso de atracción, estancia o residencia ocasional de ciudadanos en un territorio determinado. Sin embargo, en cuanto a su tipología aún se encuentra en pleno desarrollo y este ámbito puede ser mejora sustancialmente.

Por otro lado en cuanto a las capacidades de los gobierno en materia turística, una política pública responde a una serie decisiones o acciones concretos. Pues, no cualquier tipo de acción de política que realice un son políticas públicas. En este sentido, para conformarse como una política turística se requiere un conjunto de acciones coherentes, debe superar la mera intención política y consolidarse en un programa de acciones reales que incluyan imperativamente recursos para su implementación; debe establecer acciones que muestren niveles de reflexión teórica y posteriormente dar vertientes de mejora e innovación concreta; y finalmente, la política turística

debe considerar en el diseño de las acciones el conjunto de todos los actores.

Para lograr lo anterior, los gobiernos tiene que buscar sus objetivos sustantivos que son conseguir el crecimiento de la actividad turística y su innovación para no perder competitividad; la planificación de acciones; transversalidad y participación directa en el accionar de todos los actores que intervienen en el fenómeno; contemplar que el turismo es un fenómeno que está en proceso de cambio constante; y finalmente contar con una visión estratégica, que implica tener información actualizada y tener conocimiento experto.

En este sentido, para llevar a cabo estos objetivos, los responsables de la política turística pueden utilizar seis instrumentos que son organizativos, programáticos, normativos, financieros, de investigación y de comunicación. No es imperativo que sean utilizados todos, ni que sean utilizados en un mismo momento, aunque sería un escenario ideal. Empero, cada uno de estos instrumentos tiene características específicas que se relacionan directamente con los objetivos antes mencionados.

Ahora bien, en el caso de la estrategia que comenzó a implementar el gobierno del estado de Hidalgo denominada “Hidalgo mágico”, al contrastarla con el marco presentado se encuentra que la estrategia intenta configurarse como una política turística de carácter global con efectos positivos, ya que hay partes desconocidas del estado que pueden ser oportunidades para el sector. Aunque no hay políticas o acciones específicas en otros sectores de la economía hidalguense que complementen la estrategia turística local.

Por otro lado, en este caso la actividad que realizan las autoridades gubernamentales lo configuran con un papel de catalizador, al hacer uso del potencial turístico. Sin embargo, el gobierno no está atendiendo la capacidad de seleccionar y mantener prioridades frente a las demandas. Tampoco coordina los objetivos turísticos para conformar un todo coherente, ya que

no hay el diseño de un modelo de desarrollo turístico. Del mismo modo no imponer límite a los grupos poderosos para contar con un modelo más equilibrado y por ende no da capacidades políticas a grupos no organizados que participan activamente en el turismo.

Con respecto a los objetivos del gobierno del estado en materia turística, si bien la estrategia "Hidalgo Mágico" busca conseguir el crecimiento de la actividad turística y su innovación y su idea es aumentar el ingreso de divisas, la actividad económica y el empleo. La estrategia carece de una planificación global, pues no se trata de crear las condiciones adecuadas para que la actividad turística pueda desarrollarse al no formular una estrategia de desarrollo en su conjunto o de algún subsector concreto por medio de un plan o planes estratégicos. Tampoco se destina a construir infraestructuras de movilidad, servicios públicos, la conservación de bienes o la capacitación del sector que acogerá la nueva oferta turística. Un aspecto que se echa de menos es la investigación del sector turístico local, lo cual daría una visión estratégica al contar con información actualizada. Y un ejemplo de esto, se puede percibir al mencionar que la campaña está destinada a grupos "milenial". Pero el gobierno de Hidalgo no menciona su intención de mejorar la cobertura de internet en las nuevas zonas de turismo que ahora está ofreciendo. Valga la pena mencionar que la generación en cuestión tiene un gran apego al uso de las tics, lo que limita su llegada turística al estado al no contar con la infraestructura y servicios adecuados.

Al ser reducidos los objetivos, la estrategia solo implementa como único instrumento el de comunicación, pues la campaña se basa solo en la promoción de los destinos. Esto deja de lado instrumentos que dan mayor fuerza al turismo como son los Organizativos, pues no se crean ninguna dependencia, ya que la estrategia la realizará una empresa particular; instrumentos normativos pues se sigue bajo el mismo marco jurídico; tampoco se planea crear infraestructuras

ni inversiones en el sector específico y mucho menos se contempla la mejora del conocimiento a través la línea de investigación turístico.

Por lo anterior, la estrategia "Hidalgo Mágico" no puede considerarse como una política turística, ya que no es un conjunto de decisiones y actuaciones en donde exista una concepción común, cuyo objetivo sea el turismo atendido de forma global. Sino que se está ante un buen esfuerzo de comunicación que dará resultados austeros.

Bibliografía

- CÁRDENAS, G. (2002) *Diccionario de Ciencias Económico-Administrativas*, Centro Universitario de Ciencias Económicas–Administrativas, Universidad de Guadalajara, México.
- COHEN, E. (1984) "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings", en: *Annual Review of Sociology*, Vol. 10, pp. 3732-392.
- DE LA TORRE, O. (1980) *Turismo, fenómeno social*, Fondo de Cultura Económica, México.
- INEGI-SECTUR (2003) *Cuenta Satélite del Turismo de México 1998-2003*, México: INEGI.
- JENKINS, W. (1978) *Policy analysis: A political and organizational perspective*. Londres: Martin Robertson.
- JEFFRIES, D (2001) *Governments and Tourism*, Oxford: Butterworth –Heinemann.
- KOSTERS, M. (1984) "The Deficiencies of Tourism Science without Political Science: Comment on Richter", en: Annals of Tourism Research, N°11, pp. 610-612.

- LICKORISH, J. (1991) “Developing a single European Tourism Policy”, en: *Tourism manages*, Vol.12, N°3, pp.178-184.
- MCINTOSH R. y C. GOELDNER (2006) *Turismo: planeación administración y perspectivas*, Limusa, México.
- MENY, I. y J. THOERING (1999) *Las Políticas Públicas*, Barcelona: Ariel.
- MOLINA, S. (2000) *Conceptualización del turismo*, Limusa, México.
- RAMÍREZ, M. (1992) *Teoría General del Turismo*, Diana, México.
- SECRETARÍA DE TURISMO (2001) *Programa Nacional de Turismo 2001-2006*, México.
- VELASCO, M. (2002) *La política turística: objeto, contenido e instrumentos. Evolución de la política turística en la Organización Central del Estado: 1951-2000*, Tesis Doctoral España, Universidad Complutense.
- VELASCO, M. (2004) *La Política Turística. Gobierno y Administración turística en España (1952-2003)*, Valencia: Tirant lo Blanch.
- VELASCO, M. (2011) “La política turística. Una arena de acción autónoma”, en: *Cuadernos de Turismo*, N°27, pp. 953-969.
- VELASCO, M. (2016) “Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo”, en: Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio cultural*, Vol. 14, N°3, pp.577-594.