



ARTÍCULO DE OPINIÓN

Saber para construir

El Fomento y la promoción del Sector Turístico en México

Dr. Mario Alberto Velázquez García

El Colegio del Estado de Hidalgo.

El Colegio del Estado de Hidalgo acaba de publicarme, junto al Dr. Hugo Nathanael Lara Figueroa, el libro titulado: *El fomento y la promoción del sector turístico en México. Estudios de caso y recomendaciones de Política*. El presente libro es el resultado de una revisión de referentes teóricos y conceptuales que han abordado el tema turístico. Adicionalmente, son presentados casos de estudio exitosos en el ámbito internacional, así como algunos destinos turísticos nacionales con especificidades que han generado procesos de consolidación, estancamiento o declive turístico. Lo anterior se realiza con la finalidad de desarrollar un conjunto de sugerencias que permitan implementar líneas de acción en las políticas públicas de fomento y promoción al turismo para el gobierno federal mexicano. A este respecto algunas de las tareas fundamentales del gobierno son: la identificación de problemas sociales que merecen ser atendidos, seleccionar trenes de acción para lograr sus objetivos referentes a los problemas detectados, instrumentar dichos medios de acción y posteriormente evaluar los resultados que se obtuvieron para corregir o mantener las estrategias vigentes.

Unas de las líneas centrales que organiza este documento es la existencia de 5 áreas de acción de las políticas públicas que deben ser atendidas para generar una transformación en las áreas de planeación y fomento al turismo: 1) Estrategias de acción generales para el diseño de las políticas de fomento y promoción de turismo. Estas son las medidas que tanto en el área de fomento como en la de promoción buscan transformar el diseño y la identificación de problemas sociales mediante la propuesta de nuevos esquemas de toma de decisiones mediante la participación, sugerir formas de trabajo entre instancias de

gobierno y convertir en una preocupación central el tema de la sustentabilidad (ambiental y social) del modelo actual de turismo. 2) Estrategias de acción para el diseño de las políticas de fomento al turismo. Estas medidas proponen que es importante una conceptualización precisa del fomento al turismo, la necesidad de estandarizar la calidad de las instalaciones turísticas, poner atención al tema de la seguridad e higiene y los servicios de transporte como medidas centrales. 3) Estrategias de acción para el diseño de las políticas de promoción al turismo. Estas medidas proponen que es importante una conceptualización precisa de la promoción al turismo, generar un modelo institucionalizado de planeación regional, circuitos turísticos inter-estatales e inter-municipales, producir una “marca” para cada uno de los destinos, considerar la promoción (e investigación) del turismo religioso y el turismo gastronómico. 4) Estrategias de acción para para la operación de las políticas de fomento y promoción de turismo. Estas medidas buscan proponer cambios en la instrumentalización de las políticas de fomento y promoción mediante un esquema de participación interactiva y la inclusión de las comunidades y la cultura como bases centrales en la planeación, desarrollo y redistribución de los beneficios del turismo. 5) Líneas de acción para el análisis de las políticas de fomento y promoción de turismo. La evaluación sobre los resultados deseados y no deseados de una política pública constituye una herramienta fundamental para la continua reformulación y mejoramiento de los programas de gobierno. Estos trabajos no necesariamente tienen que ser coordinados por la misma entidad responsable de la ejecución de los programas, esto puede dotar de una mayor dosis de objetividad y libertad a esta labor.

Este documento propone que la cultura y las comunidades deben ser integrados como partes centrales de las estrategias de acción en materia de fomento y promoción del turismo. Como buscamos explicar en el texto, la cultura ya no es un elemento complementario al turismo, sino uno de sus elementos centrales. Los (nuevos) turistas, buscan consumir mucho más que una playa; quieren tener una experiencia que cuente



con tradiciones, comidas, arquitectura, bailes, en general, entrar en contacto con culturas distintas a la propia. El fomento y la promoción al turismo requieren incluir a las personas, las prácticas, los objetos y los lugares donde se re-producen experiencias culturales como uno de los grupos que deben ser apoyados, financiados y promocionados. Es decir, debe de pasarse de un enfoque de uso de la cultura, a un enfoque de apoyo y financiamiento



El Colegio del
Estado de Hidalgo



@elcolegiohgo