

Opiniones y Ensayos

Turismo, negocio o desarrollo: el caso de Huasca, México

Anna Maria Fernandez Poncela*

Universidad Autónoma Metropolitana (México)

Resumen: El objetivo de este trabajo es una reflexión en torno al fenómeno turístico como negocio o como parte del desarrollo. En primer lugar se realiza una revisión sobre los debates, la información y cifras del turismo. En segundo lugar se analiza la aplicación de un programa turístico en México para observar si es parte de un negocio o si contribuye al desarrollo social.

Palabras clave: turismo, negocio, desarrollo, México, Pueblos Mágicos.

Tourism, business or development: the case of Huasca, México

Abstract: The objective of this work is a reflection on the phenomenon of tourism as a business or as part of the development. First is a review of the discussions, information and tourism numbers. Second application of a tourism program in Mexico is analyzed to see if it is part of a business or if it contributes to social development.

Key words: tourism, business, development, Mexico, Pueblos Mágicos.

1. Introducción

El turismo es un fenómeno mundial en crecimiento. Sobre el mismo la opinión está dividida entre quienes lo consideran la panacea del crecimiento económico y el desarrollo social, hasta la convivencia intercultural, véase organismos internacionales, gobiernos de países y el sector turístico; y entre aquellos que lo señalan como una lacra social en el sentido no sólo de no producir desarrollo, sino de explotación social y depredación del medio ambiente, especialmente este discurso se encuentra en algunos ámbitos académicos. Como apunta Agustín Santana el respecto: “Dos estampas, dos puntos de vista, de ensueño unas, de pesadilla otras ¿Cuál es cierta?” (1997:27).

Aquí se considera que el turismo no es ni positivo ni negativo, es un resultado de la sociedad en la cual estamos, un subsistema del sistema en el cual vivimos. En palabras de Jafari (2005:55): “el turismo de hoy se ha convertido en una metáfora de la comunidad global, en una vara de medir en asuntos nacionales e internacionales, cuyo estancamiento o aceleración se convierten en indicadores de realización socioeconómicos más amplios”. El turismo en sí no es malo, su voracidad es lo peligroso y destructivo. Si hay turismo sexual o turismo negro, si se pone en peligro el equilibrio ecológico, si se explota mano de obra, si se deterioran monumentos históricos y desdibujan costumbres, o si se despojan y marginan poblaciones enteras, esto mismo es lo que se hace en otros ámbitos de la sociedad,

* Departamento de Política y Cultura, División de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Autónoma Metropolitana-Plantel Xochimilco; E-mail: fpam1721@correo.xoc.uam.mx

no es exclusivo del turismo, si bien en el marco de esta actividad quizás todo esto cobre una especial visibilidad; pues como se ha dicho el turismo es una metáfora social, y añadimos ahora, proyección mental y emocional, psicológica y cultural.

En todo caso, tampoco el turismo es la solución para el desarrollo como los discursos oficiales anuncian. Ni es el encuentro con lo auténtico o la cumbre de los sueños estéticos y de descanso y diversión, como la publicidad ofrece y promete. Una vez dicho lo que no es, aquí veremos algo de lo que sí es, según una amplia mirada basada en la práctica de la investigación social, a través de diversidad de métodos –cuantitativo y cualitativo– y técnicas de investigación aplicadas –encuesta, entrevistas, observación– (Fernández Poncela, 2009), de la información, opinión, experiencias, reflexiones, emociones y testimonios de diversos actores sociales, implicados directa o indirectamente, parte de la industria turística, autoridades, turistas y residentes de una pequeña localidad en el corazón de México. Aunque hay que añadir que se trata, eso sí, de percepciones, opiniones, creencias, valoraciones y actitudes sociales de cada quien, mismas que por supuesto se encuentran imbricadas en urdimbres magmáticas de un imaginario social instituido (Castoriadis, 1983), no obstante se trata de un acercamiento que multiplica las miradas y ofrece una polifonía de voces en la medida de lo posible, sin negar la intervención de quien investiga (Haraway, 1995; Haber, 2011).

El objetivo de este texto es un acercamiento al tema del turismo y la búsqueda de la respuesta ¿negocio o desarrollo? Pero más que llegar a la misma lo que importa es el camino de reflexión que ofrece, tanto sobre el turismo como y sobre la vida misma. Para ahondar en el tema en algunos puntos se acompañan las ideas de obras y autores, con las experiencias de un estudio de caso que ilustra y borda posibles respuestas del interrogante inicial y diversos acercamientos al mismo.¹

2. Los debates del turismo: una reflexión

Hoy se discute qué es el turismo, fenómeno, actividad, industria, negocio, deseo, necesidad, imaginario, etc. Polémica que también despierta su valoración social y ética, crecimiento *versus* desarrollo, derrama económica *versus* exclusión social, conservación del patrimonio *versus* destrucción, revalorización identitaria *versus* espectacularización y mercantilización cultural, etc.

Una perspectiva institucional a favor del turismo con el discurso del desarrollo y la derrama económica es la del gobierno de México que es posible consultar desde las legislaciones de turismo hasta los programas de desarrollo, planes sectoriales de turismo, programas estatales y municipales, informes de gobierno, etc. Por supuesto, es también la de la Organización Mundial de Turismo y otros organismos internacionales. Traemos aquí el reciente discurso del Secretario de la OMT, Taleb Rifai, en el Día Mundial del Turismo celebrado en Guadalajara en 2014²: “Programas como pueblos mexicanos (sic), bueno, públicos (sic) mágicos porque México es mágico son importantes, el turismo sirve para promover el desarrollo, pero también para preservar la cultura y las tradiciones” –se refiere el programa Pueblos Mágicos sobre el que volveremos más adelante–. Por su parte la Secretaria de Turismo Claudia Ruíz Massieu –en ese momento– ante el anuncio de algunos nuevos replanteamientos del Programa Pueblos Mágicos afirmó: “Trabajamos para que los Pueblos Mágicos sean destinos turísticos competitivos, pero que a la vez preserven su esencia y sus valores” (Ramírez, 2014). Como se observa conservación de tradición y desarrollo quedan unidos. También los discursos internacionales y nacionales coinciden, sin sombra de duda o disidencia posible.

La mirada crítica es importante también en varios espacios, desde la academia a las ONG, si bien ésta es matizada según desde dónde surja, ya que en últimas fechas hay todo un discurso sobre el turismo sustentable y el turismo alternativo, que se ofrece según ciertas corrientes como la solución, mientras otras apuntan a que esto es lo mismo de siempre presentado bajo otro discurso.

Sobre el turismo alternativo:

A pesar de que la mayoría de los impactos del turismo han sido negativos tanto para el medio ambiente como para importantes sectores de la población, entendemos que es resultado más de los modelos a partir de los cuales se ha llevado a cabo, que de la propia naturaleza de la actividad. En determinadas condiciones y contextos, un tipo de gestión más vinculada a los intereses de la mayoría de la población puede ser un aporte a la sostenibilidad de las economías locales, de su medio ambiente y de sus características culturales (Gascón y Cañada, 2005:6).

En resumen, sobre las dos visiones enfrentadas entre turismo *versus* desarrollo, anteriormente señaladas:

Algunos estudios destacan el poder del turismo para contribuir con el crecimiento económico, mientras que otros enfatizan en los efectos negativos sobre los ecosistemas, las sociedades indígenas y el patrimonio cultural. Está claro entonces que el turismo puede tener impactos positivos o negativos, según la manera en que sea planificado, desarrollado y gestionado (Grupo Internacional, 2009:2).

Como apunta Néstor García Canclini al respecto centrándose más bien en el patrimonio y el turismo:

Siguen enfrentándose dos posiciones al hablar de turismo y cultura. La visión paranoica del tradicionalismo, que ve las transformaciones como amenaza: los turistas culminarán los procesos de masificación, mercantilización y frivolidad del patrimonio histórico. Del otro lado, la visión utilitarista: ¿cómo oponerse al turismo si genera riqueza y empleos, atrae inversiones que revitalizan ciudades y pueblos aislados en playas o montañas, e impulsan la producción artesana e industrial locales? ¿Es posible salirse de este antagonismo? (2007:1).

En esta breve revisión de posiciones, no hay que olvidar la postura de Llorenç Prats en torno al turismo, el patrimonio y el desarrollo. “Turismo y patrimonio se necesitan, pues, mutuamente para cualquier tipo de cosa que pueda ubicarse en esa nebulosa conceptual que denominamos desarrollo sostenible” (2003:135). Todo lo cual tiene lugar en un contexto socio político determinado en donde se desenvuelve un juego de fuerzas, intereses y expectativas locales más que complejo. Por lo que se hace necesario la creación de productos turísticos que beneficien, evitando lo que perjudique, tanto al patrimonio y al turismo, toda vez que contribuyan al desarrollo, y esto está en la planificación local integral (Prats, 2003).

Es en este sentido que hoy se habla de gobernanza. Entendida ésta “como los procesos de decisión público-privados que van a mejorar la gestión de los conflictos que inevitablemente provoca la actividad en el destino” (Velasco, 2008). Se habla de la participación de todos los agentes implicados en el destino turístico en procesos para la toma de decisiones y gestión local (Velasco, 2008; Pulido y Pulido, 2014). También se menciona la importancia del capital social como relaciones y estructuras sociales, que conllevan actitudes de confianza, reciprocidad y cooperación (Drunston, 2000). Todo ello con relación a la satisfactoria gestión en los destinos turísticos que colaboren en el camino hacia el desarrollo social y no quede el turismo en cierto crecimiento económico y el beneficio reducido a determinados sectores o grupos sociales.

Regresando a la reflexión en torno al turismo y sus perspectivas, cerramos este punto con la propuesta de Jafari (2005) al respecto. Apunta inicialmente cuatro enfoques, que pueden ser hasta seis si se cuentan los más amplios y actuales. Por un lado, la plataforma apologetica es el primero, la cual defiende que el turismo beneficia a todo el mundo, preserva el patrimonio natural y cultural, así como favorece el intercambio cultural e incluso la paz mundial. El segundo es la plataforma precautoria que subraya los perjuicios del turismo hacia la cultura y la naturaleza, la explotación social, la destrucción medioambiental, y los beneficios solo para ciertos grupos de financieros y empresarios. El tercero es la plataforma adaptativa que apunta hacia un posible desarrollo alternativo, si el turismo es respetuoso con el medio y la sociedad puede ser una opción viable hacia un desarrollo sostenible, no obstante esto es para cierto tipo de turismo a pequeña escala, hay que decirlo y subrayarlo. El cuarto enfoque es la plataforma científico-céntrica que pretende un posicionamiento objetivo ante la realidad de la industria turística global actual como un sistema en sí mismo al que hay que conocer como un todo (Santana, 1997). A esta clasificación se añade una nueva plataforma, de interés público, cuando instituciones y grupos nacionales se interrelacionan con organismos y empresas internacionales, todos los niveles de gobierno y del sector privado, que parecen interesados y participando activamente en el fenómeno turístico (Jafari, 2005), como ya se ha ilustrado con anterioridad. A lo que habría que añadir las llamadas del nuevo discurso de la gobernanza para la satisfactoria y justa planificación, gestión y desarrollo de la actividad turística (Velasco, 2008; Pulido y Pulido, 2014).

Llegados a este punto no se puede dar respuesta certera a estas polémicas, sin embargo, sí que sirvan de guía para trenzar reflexión alrededor, que es parte de lo que se pretende en estas páginas, junto a la presentación de una investigación empírica en particular. Como se dijo en un inicio el turismo es parte del sistema económico y político actual, su producto y reproductor del mismo, por lo que los problemas que conlleva son, más que responsabilidad del turismo, de todo el sistema. Por otra parte, si desde cierta

posición crítica se pueden señalar los perjuicios que conlleva, desde la experiencia de las personas y grupos sociales implicados –como veremos en este texto-, y reiteramos desde su percepción y vivencia, imaginario y realidad, significa empleo para subsistir o negocio para vivir mejor.

3. El turismo en cifras: una información

Tras los debates, pasamos a las cifras, según datos oficiales de la OMT, en el *mundo* el turismo crece, en 2013 llegaron a 1,087 millones de turistas, y en el primer semestre del 2014 crecieron 4.6% (UNWTO, 2014).

Sobre la importancia económica del turismo según la OMT:

2013 - International tourism exceeds expectations. After achieving an historic milestone in 2012 – of one billion people traveling the world in a single year – international tourism continued its momentum with a 5% growth in 2013, or an additional 52 million international tourists, bringing up the world total to a record 1,087 million arrivals. Despite the ongoing global economic challenges and geopolitical changes, international tourism results were above expectations and long term forecasts. Regions that showed the strongest demand for international tourism in 2013 were Asia and the Pacific (+6%), Africa (+6%) and Europe (+5%), while the leading sub-regions were Southeast Asia (+10%), Central and Eastern Europe (+7%), Southern and Mediterranean Europe (+6%) and North Africa (+6%). The Americas (+4%) saw an increase of six million arrivals, reaching a total of 169 million. Leading this growth were destinations in North and Central America (+4% each), while South America (+2%) and the Caribbean (+1%) showed some slowdown as compared to 2012 (UNWTO, 2013).

En cuanto a la consideración que le merece a esta organización el desarrollo:

Advancing tourism's contribution to poverty reduction and development. Poverty is one of the greatest challenges the world faces. Tourism provides one of the most effective tools in alleviating poverty as a viable and sustainable economic option and a main source of foreign revenue and employment in many of the developing and least developed countries. UNWTO works to harness tourism's immense contribution to development for the most vulnerable members of society. In 2013, several projects were developed in the framework of the UNWTO Sustainable Tourism – Eliminating Poverty Initiative, as well as through UNWTO's Technical Cooperation Programme (UNWTO, 2013).

En el caso de *México* y según un Boletín de prensa de la SECTUR “El primer semestre de 2014, el mejor en la historia del turismo en México”. Por ejemplo, en el caso de turistas internacionales se superó los 14.2 millones, en lo referente a ingreso de divisas los 8 mil millones de dólares. “Igualmente, la balanza turística presentó un saldo positivo de 4 mil 92 millones de dólares, monto récord registrado para un período enero-junio” (SECTUR, 2014).

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 se aborda el sector turístico en el apartado de “México próspero” y se afirma:

El turismo representa la posibilidad de crear trabajos, incrementar los mercados donde operan las pequeñas y medianas empresas, así como la posibilidad de preservar la riqueza natural y cultural de los países. Una evidencia al respecto es que 87% de la población en municipios turísticos en nuestro país tiene un nivel de marginación “muy bajo” de acuerdo con el CONEVAL, mientras que la cifra equivalente en los municipios no turísticos es de 90 por ciento...En lo que se refiere al mercado interno, éste explica el 82.3% del consumo turístico del país. El flujo de personas registrado durante 2012 fue de más de 68 millones de turistas nacionales en hoteles, cifra que representa un máximo histórico y un incremento de 6.6% en el 2011. Por otro lado, la tasa media anual de crecimiento de la oferta total de cuartos de alojamiento fue de 4% entre 2000 y 2012, para alcanzar un nivel de 677,000. Además, la oferta de alojamiento contribuyó a generar 2.5 millones de puestos de trabajo en 2010, lo que representaba el 6.9% del empleo total (SEGOB, 2013).

Siguiendo con la información oficial, según el 1er Informe de Labores del gobierno del presidente Enrique Peña Nieto en 2013 “El turismo representa el 5% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial con más de 1 billón de turistas en 2012 y generó ingresos por mil 75 billones de dólares en el mismo año” (SEGOB, 2013:15). En concreto sobre el turismo cultural y el turismo de naturaleza: “México es el cuarto lugar mundial en oferta cultural turística con 39 declaratorias de patrimonio cultural a nivel

mundial que fortalece una oferta turística rica y variada. El turismo cultural impacta en la actividad económica de 50 destinos en 23 entidades federativas” (SEGOB, 2013:39). Por otra parte, “México es el cuarto país con mayor diversidad biológica del mundo. Tiene ventajas competitivas por su riqueza de paisajes, especies y ecosistemas, sólo comparables con China, Indonesia y Colombia. Por esta riqueza, el turismo de naturaleza impacta en la actividad económica de 25 destinos en 8 estados del país” (SEGOB, 2013:40). Así las cosas el potencial turístico de cultura y naturaleza del país parece importante y a eso se le está apostando como veremos más adelante, sobre todo en circunstancias cuando otras industrias disminuyen su potencial, y la economía del país no pasa por su mejor momento.

El Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 afirma que:

Las características del mercado turístico marcan una tendencia hacia la diversificación de la oferta de destinos y productos del sector, lo cual abre espacios para una mayor competencia por la atracción de turistas internacionales...los destinos turísticos mexicanos han perdido competitividad. México bajó del séptimo lugar en recepción de turistas en el año 2000 al décimo lugar en 2009 y actualmente se encuentra fuera del grupo de la lista de los diez destinos más visitados...México es reconocido por el turismo de sol y playa pero existen señales de su agotamiento. Existen áreas de oportunidad para desarrollar productos turísticos atractivos y sustentables en el campo del turismo cultural, de negocios, ecoturismo y aventura, turismo de salud, deportivo y de lujo... México cuenta con un importante patrimonio natural, histórico y cultural que lo sitúa como un destino que ofrece una amplia gama de productos. A pesar de ello, uno de los factores que explica la baja competitividad turística, se asocia a la concentración de la actividad en distintas dimensiones. En los últimos 20 años, la oferta de alojamiento se duplicó en el país, sin embargo la distribución territorial de los cuartos disponibles para hospedaje se encuentra en destinos de litoral. Es decir, existe una alta concentración de la oferta en productos de sol y playa que centraliza buena parte de los servicios turísticos. Esta tendencia no sólo implica el desaprovechamiento del capital turístico, también se ve reflejada en la demanda y los mecanismos de promoción y comercialización (SEGOB, 2013:40).

El señalamiento de la ampliación y diversificación de productos va encaminado al turismo cultural de interior como se afirma y se aterriza en varias rutas y programas en el país, entre otros, en el Programa Pueblos Mágicos, en el cual nos centraremos en esas páginas.

Resumiendo algunas cifras, el turismo es hoy la quinta actividad económica de captación de divisas. En el año 2013 México fue el décimo tercer destino turístico más importante del mundo. Es el único país latinoamericano entre los 25 más visitados. En 2013 llegaron al país 14.2 millones de turistas internacionales. Los ingresos por dicho rubro fueron 13, 949 millones de dólares -8,435 los internacionales-. En general el sector turístico emplea de forma directa a 2, 474,000 de personas, que representa 6.8% de los empleos de México. El turismo contribuye con el 8.4% al PIB. En cuanto al turismo nacional, este es en la actualidad el mayoritario en términos de desplazamientos de personas no de gasto, representa el 82.3% por ciento del consumo total (INEGI, 2014).

Sin pretender profundizar en el tema revisaremos también algunos datos del Programa turístico aquí estudiado. Se realizaron Convenios de Coordinación para la reasignación de recursos en áreas como infraestructura y servicios, mejoramiento de la imagen urbana, equipamiento turístico, mejora y rehabilitación o creación de sitios de interés turístico, apoyo a sistemas y materiales de información turística, excelencia y calidad de los servicios-productos turísticos, programas regionales, de apoyo a las estrategias y toma de decisiones, etc. Un documento que informa del monto apunta la inversión inicial de 6.6 millones de pesos en 2001 y de 217.69 millones en 2011, en total la inversión en esos 11 años asciende a 971.01 millones de pesos de recursos federales transferidos. A esto hay que sumar la inversión de los estados y municipios, de otras partidas federales, y la realizada por el sector privado por lo que se considera que en total de 2001 a 2011 la inversión sería alrededor de 2.370 millones de pesos. La población municipal impactada es de 2,776,384 millones de habitantes y los habitantes locales beneficiados son 837,447 millones (SECTUR, 2012), todo según cifras oficiales.

Se estima (2011) que en los 48 pueblos mágicos adheridos se contaba con una oferta superior a 700 hoteles con una oferta de habitaciones superior a las 13,000 habitaciones. Se estima que el gasto turístico en Pueblos Mágicos generado durante 2011 fue de 3,163 millones de pesos, con un gasto diario de 700 pesos por turista. la llegada de turistas alcanzó los 2.3 millones con una estadía promedio de 1.95 días, esto es 6.2% más que en 2010 (SECTUR, 2012:38).

Ello en el contexto, por ejemplo, de una inversión total en turismo de 2001 a 2006 de 577,547 y 1,779,904 millones de pesos en el periodo 2007 a 2011, con un total de 2,347,452 millones (SECTUR, 2012:37).

Todo este mar de números tiene por objeto contextualizar la importancia que el turismo tiene supuestamente para el país, así como los recursos económicos invertidos en programas concretos, de lo cual se deriva que en efecto si tanto dinero se mueve es que el turismo resulta ser no un buen, sino un excelente negocio. De esta selección y revisión de datos oficiales queda la impresión de una óptica poco menos que triunfalista, y sin desconocer que esta actividad genera inversión, negocios, empleos e ingresos, vamos también a ahondar sobre lo que significa concretamente y en la práctica en la cotidianidad real de un municipio y una población en particular, hombres y mujeres habitando una localidad turística: Huasca de Ocampo.

4. El programa Pueblos Mágicos en México: información, reflexión y un estudio de caso

Proseguimos la reflexión sobre el turismo como negocio o desarrollo, ahora centrándonos en el Programa Pueblos Mágicos, misma que entrelazamos con un estudio de caso.

En la zona noroeste de la Sierra de Pachuca y al oeste del Valle de Tulancingo, colindante con Veracruz, se encuentra Huasca de Ocampo -de 305.80 km², uno de los 84 municipios hidalguenses. Su distancia de la capital del estado de Hidalgo, Pachuca, es de 34 km y dista 150 Km de la ciudad de México. En la actualidad el municipio tiene 17,182 habitantes, cuenta con 63 localidades y es de baja densidad demográfica -56.8 habitantes por km². Su cabecera municipal del mismo nombre, Huasca de Ocampo, tiene 538 habitantes. Sobre los Sectores económicos de la población: 41.74% está en el terciario -comercio y sobre todo servicios-, 19.32% en el primario y 37.96% en el secundario (INEGI, 2010; “Perfiles Sociodemográficos Municipales”, 2010; *Enciclopedia de los Municipios de México*, 2013).

Para dar un breve panorama de sus riquezas patrimoniales diremos que éstas se centran en los paisajes naturales y culturales del lugar. En concreto con relación al patrimonio tangible inmueble arquitectónico, histórico y cultural destacan las ex haciendas de San Miguel Regla, Santa María Regla y San Juan Hueyapan, a las cuales puede añadirse la Parroquia de San Juan Bautista y el centro histórico de Huasca. Respecto al patrimonio tangible mueble, las artesanías y la gastronomía. Sobre el patrimonio cultural intangible hay que mencionar las festividades en torno a la Semana Santa, así como la Fiesta Patronal de San Juan Bautista, entre otras. En cuanto a eventos culturales el Festival Medieval y Cultural, así como el Festival de la Trucha y torneo de pesca. Finalmente, con relación al patrimonio natural, recreativo y paisajístico en primer lugar están los Prismas Basálticos, el Parque Ecoturístico y bosque de San Miguel Regla, Peña del Aire, y los bosques y centros recreativos El Zembo, El Huariche, El Arquito y Barranca de Aguacatlilla. A todo lo que hay que añadir el sentimiento de tranquilidad que residentes y turistas expresan y reiteran en entrevistas sobre el tema (Fernández Poncela, 2014).

Finalmente, un breve bosquejo metodológico de la investigación realizada en la localidad, misma que constó como ya se anunció de entrevistas, encuestas y observación, durante 2013 y 2014. Sobre la primera técnica traemos a estas páginas una selección de testimonios de 28 turistas que se encontraban de visita en el lugar -14 hombres y 14 mujeres-; también se consideran las entrevistas que tuvieron lugar a 28 habitantes -12 hombres y 16 mujeres- de entre 19 y 72 años; además se aplicaron entrevistas específicas a diversos grupos y personalidades sociales: autoridades municipales, empresarios, miembros del Comité Pueblos Mágicos, y varios trabajadores del sector turístico, entre otros. Otra fuente de información de primera mano fue la realización de una encuesta a residentes en la localidad, la cual contó con una muestra de la muestra de 175 casos, con una margen de error +6 (90% confianza); sobre el perfil de la población encuestada, hubo un 57% mujeres y un 43% de hombres; agrupados en tres grupos de edad: 21% de 18 a 34 años, 29% de 35 a 49 años y 34% de 50 años y más; respecto al nivel de estudios: 35% de primaria, 33% secundaria, 17% bachillerato, 9% universidad, 3% estudios técnicos y 2% sin estudios; en cuanto a ingresos, el 58% declaró medio y 42% bajo; se aplicó en la cabecera municipal y para habitantes de todo el municipio que en el momento ahí se encontraban.

4.1 Legislaciones y tendencias sobre el turismo

Con relación al Programa Pueblos Mágicos, dos son los orígenes e inspiración de este proyecto que nace a inicios del periodo de Vicente Fox del PAN como presidente de México (2000-2006), al calor de una política que pretendía dinamizar los servicios públicos con las iniciativas privadas¹. Veremos en primer lugar, los mandatos institucionales sobre el tema desde organismos internacionales hasta y especialmente, las *legislaciones y programas* nacionales con relación al turismo. En segundo lugar, los *nuevos gustos y tendencias del turismo* cultural en el mundo (Tabla n°1).

Tabla n.º 1 – Legislaciones, programas y tendencias del turismo

Tendencias instituciones internacionales, legislaciones y programas nacionales	Tendencias internacionales y nacionales de los gustos de los turistas culturales
Sus “ <i>Reglas de Operación</i> ” (SECTUR, 2006) se enmarcan y están en concordancia con la política y legislación turística del país, la Ley General de Turismo (2009) y sus reformas (2013), con los últimos tres Planes Generales de Desarrollo (2001-2006, 2007-2012, 2013-2018), lo mismo que con los Programas Sectoriales de Turismo (2001-2006; 2007-2012; 2013-2018) y los Programas Nacionales de Cultura (2001-2006; 2007-2012; 2013-2018).	Además hay que añadir que dichas “Reglas” también coinciden con las nuevas tendencias del turismo cultural en la actualidad, emociones, experiencias, historias, cultura, autenticidad, naturaleza (Santana, 1997; Jensen, 1999; Bordas, 2003; Álvarez Sousa, 2005, 2007; Aimar, 2009; García, 2012). Es más, son similares a otros programas de turismo cultural en el mundo y a los gustos de los nuevos viajeros. Con lo cual parece claro que “Esta demanda ha sido recogida por el mercado y cada vez abundan más los destinos que ofrecen productos supuestamente auténticos y singulares, mientras que, por otra parte, su potencialidad ha permitido reconvertir o crear ex novo una nueva oferta de productos y destinos, normalmente de interior o en todo caso en zonas no explotadas o explotadas muy tangencialmente por los grandes operadores turísticos. Esto es así porque la autenticidad y la singularidad, para manifestarse realmente como tales, deben vivirse in situ, intrínsecamente vinculadas al contexto en el que se producen y que las explica” (Prats y Santana, 2011:10).

Fuente: Elaboración propia con base en los documentos y bibliografía citados.

Respecto a lo primero ya se han citado documentos con anterioridad, más adelante se presentarán algunos textos estatales y municipales al respecto. En cuanto a lo segundo aportamos una selección de testimonios de algunos *turistas entrevistados*, que dejan claro sus intereses y necesidades (Tabla n.º2), en el estudio de caso que se presentará con más amplitud a continuación.

Tabla n.º 2 – Tendencias del turismo

hombre 50 años	<i>“Mucha emoción siempre descubro algo nuevo”</i>
mujer 61	<i>“Una tranquilidad y una paz hermosa”</i>
mujer 22	<i>“Las casitas con techos rojos, las calles empedradas”</i>
mujer 40	<i>“Es rústico y pintoresco”</i>
hombre 25	<i>“Lo de los duendes”</i>
hombre 30	<i>“Las caminatas nocturnas”</i>
hombre 35	<i>“Los bosques, la naturaleza, mucha vegetación”</i>

Fuente: Entrevistas realizadas a turistas en Huasca, 2014.

El Programa se centra en:

...revalorar a un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo de la nación en su conjunto y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros. Más que un rescate, es un reconocimiento a quienes habitan esos lugares de la geografía mexicana y han sabido guardar para todos, la riqueza cultural e histórica que encierran (SECTUR, 2006).

Acto seguido define:

Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin MAGIA que emana en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico, para lo cual serán consideradas aquellas localidades que cuenten con una población base de 20,000 habitantes (SECTUR, 2006).

Como se observa, el documento básico del programa sigue las nuevas tendencias del turismo cultural. Y como se vio en las entrevistas, está en consonancia con el sentir y la opinión de las personas que visitan el lugar. Una vez revisado esto nos centraremos en su aplicación en el sentido de las repercusiones que hay en el lugar y entre su población, con especial énfasis en el objetivo de este trabajo, el desarrollo o negocio turístico, así como también se toma en cuenta la gobernanza y su aplicación o no en el destino. En cierto modo se realiza una suerte de evaluación más que nada a modo de revisión de los impactos del turismo –económicos, físicos, socioculturales- (Santana, 1997), ello con base a la diversidad de voces y miradas recabadas, desde el discurso argumentativo y el sentimiento en palabras, hasta por supuesto donde se pueda, dentro del marco de este artículo.

4.2 Las políticas públicas y la gobernanza

“Es innegable que el turismo es objeto de política pública por los beneficios económicos, sociales, políticos y culturales que reporta, especialmente para los sectores dominantes” (Capanegra cit. Corbo y Bardini, 2011:2). En general, las políticas públicas municipales en México y en concreto en el caso de estudio que nos ocupa el Programa Pueblos Mágicos, bajan del ámbito federal. Los gobiernos locales pocas veces toman la iniciativa y se limitan a responder a acciones concretas y prácticas que han de resolver en torno a los servicios públicos o cuestiones específicas a corto plazo (Cabrero y Gil, 2010).

La letra del Programa sostiene el “*Compromiso con la sociedad*”. De hecho, éste sería un ideal “*La participación de la sociedad en cada etapa de las políticas*” (Canto Chac, 2002:73).

Que la sociedad local en su conjunto o a través de una representación civil haya solicitado su incorporación al programa ante las autoridades estatales y/o federales. Indispensable el Compromiso de constituir un Comité Turístico Pueblo Mágico...que los represente como la voz de la comunidad ante autoridades e instancias gubernamentales...El Programa Pueblos Mágicos basa su estrategia en la participación comunitaria, su inclusión y permanencia, sus avances y logros serán resultado del nivel de trabajo que la propia comunidad realice (SECTUR, 2006).

No obstante, algunos estudios sobre gobernanza en otros Pueblos Mágicos, concluyen que si bien el Programa potencializa en la letra la participación colectiva de varios sectores y una red de política pública, en la práctica prevalece la jerarquía entre los actores. Si bien se dice que de una “perspectiva, estado, mercado y sociocéntrica que en el proceso de políticas públicas dan primacía a un conjunto de actores en detrimento de otros, pareciera reemplazarse, paulatinamente, por formas de gobierno más interactivas e integrativas” (Vázquez, 2014:174). También parece cierto, que otros estudios (Hoyos y Hernández, 2008; Fernández Poncela, 2016), como el presente, concluyen que el programa –con sus luces y sombras- no colabora en la gobernanza ni en el desarrollo social en sentido pleno, como veremos a continuación. Como se comprueba en estas páginas la primera es nula, y el segundo, cuestionable. Si bien solo cuestionable, pues como adelanto del hallazgo realizado en esta investigación se remarca el amplio consenso favorable al turismo y al programa en Huasca. Pero dejemos hablar a los datos y a los relatos.

En concreto sobre Huasca, señalar que según una *encuesta* aplicada a los *habitantes*, 96% saben que es Pueblo Mágico, pero sólo 27% afirma conocer en qué consiste el Programa. El Comité Pueblo Mágico se compone de 10 miembros, y como declara un restaurantero entrevistado (2014), actualmente “sólo es informativo” –ha habido varios comités supuestamente funcionando o sesionando con más o menos suerte-. De hecho, la comunidad a la que se refiere el programa es en este caso: un hotelero, restaurantero, artesano, comerciante, líder de opinión, ingeniero, transportista, uno del INAH, uno de la SECTUR Estatal y el Director de Turismo municipal que es el presidente.

Por otra parte, en Huasca el tema de la participación social y la gobernanza entraña problemas más allá de la concepción misma del programa y su aplicación. Ello debido a un conflicto poselectoral en 2012 que todavía no cicatriza sus heridas. Marcelo Soto del Partido Nueva Alianza no reconoció el

triumfo de la priista Blanca Juárez y ocupó la Presidencia Municipal, mientras ésta tomaba protesta en otro lugar, la fuerza pública tuvo que desalojar tras la intervención del Tribunal Electoral Federal (*Independiente de Hidalgo*, 2012; *El Sol de Hidalgo*, 2012).³

La población entrevistada está muy sensible al tema, cuando los testimonios provienen de la Presidenta Municipal (PRI) y de sus allegados, justifican su postura y desacreditan al que fuera candidato del PANAL. Sin embargo, varias personas de la población y también incluso del sector turístico apoyaron el triunfo del maestro y no sólo presentan descontento con la cuestión electoral, sino y sobre todo, por cómo está funcionando el gobierno en el sentido de falta de información sobre el rubro en el cual trabajan, o por discrecionalidad en la obras públicas que realizan, entre otras cosas.

Por lo que a la *gobernanza* se refiere, entendida como la colaboración del sector público, privado y la sociedad civil en proyectos municipales, no aplica. Y esto no solo por la centralidad política existente, o la incapacidad de recursos –económicos y humanos– de los municipios en general (Cabrero y Gil, 2010). Los procesos de toma de decisiones con la contemplación de la pluralidad de actores e intereses diversos que tendría que coordinarse en torno a la gestión y desarrollo (Velasco, 2008) no tiene lugar en el caso estudiado, no existe visión compartida, capacidades institucionales, ni participación ciudadana, todo ello por lo ya mencionado con anterioridad, y lo mismo ocurre en el tema turístico en particular. Eso sin mencionar las características de la cultura política de desconfianza que reina en el país, o los problemas de conflicto político e inseguridad pública, de los cuales no está exenta esta entidad.

Sobre el *capital social*, éste concebido como confianza, negociación, cooperación y compromiso cívico entre diferentes grupos y actores sociales (Bourdieu, 1986; Durston, 2000; Putnam, 2001) tiene lugar únicamente, como se ha comprobado a lo largo de las entrevistas realizadas y algunos documentos municipales revisados, entre una red de familias de grupos con poder político y económico, o ambos, una red intergeneracional y coetánea que regenta negocios y centros turísticos, públicos y ejidales; y para ello solo hay que revisar los apellidos de empresarios turísticos y esfera política, con lo cual es posible establecer una red de este sector social -sobre esto volveremos más adelante-.

4.3 El desarrollo local y el programa turístico

Tres de los seis objetivos del Programa se relacionan directamente con negocio, trabajo, ingreso y *desarrollo sustentable local* (Tabla n°3).

Tabla n° 3 – Objetivos del Programa Pueblos Mágicos

-
4. Poner en valor, consolidar y/o reforzar los atractivos de las localidades con potencial y atraktividad turística, fomentando así flujos turísticos que generen:
- Mayor gasto en beneficio de la comunidad receptora (artesanías, gastronomía, amenidades y el comercio en general), así como,
 - La creación y/o modernización de los negocios turísticos locales.
-
5. Que el turismo local se constituya como una herramienta del desarrollo sustentable de las localidades incorporadas al programa, así como en un programa de apoyo a la gestión municipal.
-
6. Que las comunidades receptoras de las localidades participantes aprovechen y se beneficie del turismo como actividad redituable como opción de negocio, de trabajo y de forma de vida.
-

Fuente: “Reglas de Operación” (SECTUR, 2006).

Este programa federal en teoría apunta a la gobernanza, el capital social y el desarrollo, como ya se vio. Sin embargo, algunos estudios concretos sobre el tema señalan que “aunque en principio tienen como objetivo alcanzar un desarrollo sostenible, se apartan del mismo a la hora de gestionar el turismo en las distintas localidades, dando mayor importancia al crecimiento que al desarrollo, por lo que no cumplen muchos de los principios de la buena gobernanza” (Pulido y Pulido, 2014:700). Dicha afirmación también aplica al caso que nos ocupa, como se probará en su momento al mostrar datos del desarrollo municipal (Cuadro, n°5).

Ahora y como ejemplo de cómo todos los órdenes de gobierno están en sintonía sobre el tema, traemos a estas páginas una cita del Programa Sectorial de Turismo y Cultura 2011-2016 del estado de Hidalgo.

Consolidar al turismo como motor de la dinámica del Desarrollo Regional Sustentable, a través del fortalecimiento y modernización institucional que fortalezca la profesionalización del sector e impulse la adopción de una cultura de la calidad para ofrecer servicios y productos certificados, una mayor y mejor oferta turística, así como la configuración de mecanismos eficaces de fomento a la inversión y el financiamiento requerido para aprovechar de forma sustentable el patrimonio natural, histórico y cultural de la entidad (Gobierno Estado Hidalgo, 2011:12).

En el caso de Huasca y según el Plan de Desarrollo Municipal (Tabla n°4) se subraya también la importancia del turismo para la generación de empleos e ingresos, toda vez que para el desarrollo:

El turismo es una actividad integradora de servicios para la promoción y el aprovechamiento del patrimonio, la riqueza cultural y el medio ambiente, destacando como una actividad económica, dinámica, fuertemente generadora de ingresos y de empleos permanentes y bien remunerados. En nuestro Municipio ha sido de particular importancia para el crecimiento de las actividades asociadas con el desarrollo, ello ha permitido el aprovechamiento sustentable de importantes recursos naturales, así como la incorporación de capital humano a proyectos de desarrollo del sector (Gobierno Municipal, 2012: 37).

Tabla n.º 4 – Plan de Desarrollo Municipal

Objetivo estratégico	Posicionar al municipio como un importante destino turístico a nivel nacional aprovechando las riquezas naturales y los patrimonios culturales, históricos y arquitectónicos, asegurando la calidad de los prestadores de servicios y centros de entretenimiento, logrando así una importante activación de la economía y del desarrollo regional
Estrategias de acción	<p>Impulsar el sector mediante la promoción resaltando su infraestructura turística, riqueza natural y el patrimonio cultural que posee el municipio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementar el programa agenda 21 para preservar las riquezas naturales del lugar y lograr un mayor desarrollo sustentable. • Acrecentar la estructura de oferta turística e innovadora en el reconocimiento de “Pueblos Mágicos” para continuar como una alternativa original al turismo nacional. • Implementar el programa de capacitación y certificación como: M, H, Bandera Blanca y Punto Limpio en coordinación con instancias Federales y Estatales para lograr productos y servicios turísticos de calidad. • Fomentar la inversión privada en el desarrollo de proyectos de turismo sustentable de una manera innovadora. • Medir de manera constante las necesidades de la población turística para mantener una competitividad a nivel nacional e internacional.

Fuente: Elaboración propia con base al PDM (Gobierno Municipal, 2012).

Así queda clara la concordancia del discurso sobre el turismo desde los organismos internacionales –señalados con anterioridad-, hasta los planes municipales –aquí mostrados-, pasando por los señalamientos como país –también ya apuntados-, en torno al desarrollo. Y cómo los documentos oficiales y discursos gubernamentales concuerdan además de los tres órdenes de gobierno: federal, estatal y municipal. Ahora hay que acercarse a la opinión pública sobre el tema, especialmente las personas que habitan Huasca, para obtener sus percepciones, ideas, experiencias y sentires.

4.4 Beneficios y perjuicios del turismo

Mucho se habla de los impactos del turismo –socioeconómicos, socioculturales y en el medio ambiente- (Santana, 1997), aquí vamos a investigar y analizar qué significa esto en nuestro estudio de caso, con especial énfasis en el desarrollo, y a partir de las voces y miradas en primer lugar de la población, y también de autoridades políticas, empresarios y trabajadores del sector turístico incluidos.

Una pregunta formulada al Director de turismo (2014): -“¿A quiénes ha beneficiado el turismo?”. Dio como respuesta clarividente para el tema que nos ocupa: -“Pues yo creo que a todos los que se dedican

a él". “¿A alguien lo ha perjudicado?-Yo creo que no, bueno más que un poquito el ambiente...y a los que están lejanos porque sí ya son áreas más marginadas”.

Así que beneficia a los que integran el sector turístico –como negocio- y perjudica al medio ambiente, por otra parte sus beneficios no llegan a toda la población por lo que de entrada el desarrollo ya se pone en cuestión, o por lo menos un desarrollo social amplio y satisfactorio, y es que como se dijo desde las primeras páginas turismo no es igual a desarrollo, pese a ciertos discursos que insisten en ello..

Con relación a la opinión de los habitantes presentamos otras respuestas a la ya mencionada encuesta (Cuadro n°1, 2, 3 y 4).

Cuadro n.º 1 – Según usted ¿qué tan importante es el turismo para Huasca? (porcentajes)

Muy importante	75%
Importante	22%
Nada importante	2%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia con base Encuesta sobre Huasca, 2014.

Cuadro n.º 2 – ¿Usted cree que el turismo beneficia o perjudica a Huasca? (porcentajes)

Beneficia	87%
Perjudica	4%
Ninguna	1%
Ambas	7%
No sabe	1%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia con base Encuesta sobre Huasca, 2014.

Cuadro n.º 3 – ¿A su consideración beneficia o perjudica el nombramiento de Pueblo Mágico a Huasca? (porcentajes)

Beneficia	83%
Perjudica	5%
Ninguna	1%
Ambos	8%
No sabe/No contestó	4%

Fuente: Elaboración propia con base Encuesta sobre Huasca, 2014.

Cuadro n.º 4 – ¿Por qué? (Beneficia o perjudica)

Beneficia	Perjudica
Atrae turismo y viene más gente	Contaminación
Más trabajo, más ventas	Se pierde vegetación
Más dinero, ingresos, derrama económica	Aumento de precios
Más recursos, apoyo	Cobro de entradas
Más servicios, eventos	No existe orden
Más atractivo, renombre, lugar importante	Llega gente con malas intenciones
Mejora del pueblo	

Fuente: Elaboración propia con base Encuesta sobre Huasca, 2014. Enumeración realizada con base al análisis semántico de la respuesta abierta cualitativa, debido a que se trata de narraciones explicativas no ha podido cerrarse de forma cuantitativa.

Como se observa y con base a los resultados de la encuesta realizada, el turismo es muy importante (75%) y beneficia a la población (87%) según las percepciones directas de ésta, lo mismo que el nombra-

miento de Pueblo Mágico (83%). Hay una mirada hegemónica imperante hacia el mismo que aglutina a gobiernos, empresarios y ciudadanía. Un imaginario social instituido de fuerte raigambre y amplio consenso (Castoriadis, 1983). Si bien hay quien percibe también, y al mismo tiempo o en paralelo, los impactos negativos de este fenómeno, y esto básicamente, y como seguiremos profundizando en las entrevistas, en el medio ambiente y en el bolsillo de la ciudadanía. Lo primero, como se vio ya, por el responsable de turismo municipal. Lo segundo, reiterado por las y los residentes consultados al respecto.

Así las cosas, la autoridad turística municipal y la opinión de la población consultada comparten los problemas en torno al medio y que el turismo irremediablemente provoca por un lado, de otro, cómo este fenómeno no sólo no resuelve los problemas de la pobreza municipal sino que perjudica con el aumento del costo de la vida.

Si bien estas declaraciones y observaciones contrastan con la realidad de los resultados del estudio, el imaginario favorable mayoritariamente ya mencionado.

Ahora pasamos revista a las visiones y expresiones que existen sobre el tema entre los diferentes sectores y grupos sociales implicados directamente en el turismo.

En primer lugar, las *autoridades municipales* presentan un discurso homogéneo en el tema de la “*derrama económica*”, el “*desarrollo local*”, el “*giro de actividad laboral*” y la “*vocación turística de las comunidades*”, según declaraciones del Director de Turismo Municipal y del Secretario General del Municipio, además de la Presidenta Municipal.

Por su parte, el *empresariado* del sector turístico apunta hacia el “*crecimiento impresionante de la economía tras el nombramiento*” como Pueblo Mágico, tanto en “la cabecera como en las comunidades” y remarcan el “*impacto positivo en muchas familias*” (Comerciante, ejidatario de centro turístico y ex Presidente Municipal). Y es que “*Pues claro que me gusta que haya gente, claro, en Huasca dependemos obviamente del turismo. Entonces, hay que apoyarlo mucho... Precisamente por la denominación de Pueblo Mágico se le ha dado mayor auge, pues sí le falta más publicidad...pero sí vienen muchos turistas a visitarnos*” (Dueña de bar). “*Pues cosas positivas para la economía, llegan varias personas de toda la República, del estado e incluso extranjeros y pues toda esa economía que llega sería una de las cosas positivas...Y pues en aspectos negativos yo no vería muchos porque nosotros como prestadores de servicios vivimos del turismo entonces a nosotros nos importa que haya más turismo y pues no realmente no vería ningún problema con el turismo*” (Dueño de restaurante y miembro Comité Pueblos Mágicos).

No obstante, también se reconoce que: “*Han encarecido Huasca, la plusvalía ha sido brutalmente... en incremento... por la oferta y la demanda. Tenemos en Huasca, tenemos tantas habitaciones o más que en la capital del estado que es Pachuca, Hidalgo*” (Dueño de hotel, hijo de ex Presidente Municipal).

En cuanto a *los sectores empresariales* de la zona, que están hoy por hoy invirtiendo y laborando en el sector turístico al calor del nombramiento como Pueblo Mágico y del auge de la afluencia turística en últimas fechas, es posible establecer una red de relaciones de parentesco entre ellos, así como su presencia en la política local en otra época, además de ser algunos de los descendientes de antiguas familias originarias y de aboengo del lugar. Sólo hay que revisar los apellidos de los dueños de negocios, hoteles, ejidatarios de centros turísticos y el listado de ex presidentes municipales o de familias principales siglos ha. Lo cual ya anotamos cuando hablamos de gobernanza y capital social en el ámbito de la política turística como parte de las políticas públicas.

En tercer lugar, los *empleados/as* del sector turístico, y sobre *la creación de empleo* es claro como en Huasca se ha dado trabajo a varias personas o ellas mismas se han autoempleado como consecuencia del aumento del turismo. Esto es, sí ha involucrado a grupos sociales en el sector servicios alrededor de centros públicos y privados, hoteles y restaurantes. Desde familias que con dinero de las remesas de parientes migrantes a los Estados Unidos adquirieron propiedades o las ampliaron y pusieron en funcionamiento servicios; hasta grupos de ejidatarios que cambiaron de giro su actividad, y sus terrenos pasaron a centrarse en la atracción de un turismo rural y ecológico. Y por supuesto, todo mundo que se emplea en las diversas actividades alrededor del turismo, desde labores permanentes hasta las que tienen lugar los fines de semana y épocas vacacionales. Incluso localidades separadas por motivos religiosos llegan a acuerdos para activas y gestionar sus recursos turísticos; lo mismo que grupos políticos enfrentados parecen acercar algunas posiciones en el quehacer del trabajo turístico en la región.

En general la mirada de este grupo también es muy favorable al turismo: “*El turismo pues me parece bueno, porque este, es un medio que utiliza la gente aquí pues para subsistir, mayormente el empleo aquí es por el turismo*” (Administradora de hotel). “*¿Qué opino del turismo? Pues está bien porque nos llega más trabajo, tenemos más empleo... Los llevamos a pasear a conocer los lugares...Muchos empleos, más recursos económicos...Después de ser Pueblo Mágico pues le digo el comercio ha crecido, todos los empleos además o sea ha mejorado nuestra economía, sí*” (Taxista).

Si bien hay quien avizora y reconoce los *problemas ecológicos*: “*Ha sido favorable en cuanto a la economía pero pues con eso trae sus consecuencias también, por ejemplo los fines de semana, los domingos en la tarde se ve mucha basura... Todo aumentó bastante, el doble, la gente del pueblo ya no puede disfrutar como antes... todo es muy caro ahora*” (Chofer de camión). En todo caso el impacto es valorado positiva y negativamente: “*Yo digo que el turismo beneficia porque hay mucho empleo, y asimismo también este perjudica porque también a lo mejor deja mucha contaminación, ya sea en los bosques, en los parques, en las aguas*” (Locatario).

Los testimonios recabados, algunos transcritos en estas páginas, reconocen impactos negativos y positivos, y entre los primeros destacan los socioeconómicos y medioambientales. Aún así, tanto los habitantes, como autoridades y sector involucrado en el turismo priorizan una visión positiva –como se ha visto– que tiene que ver con el imaginario hegemónico discursivo, así como con el negocio y empleo real producto del turismo. Otra cosa, por supuesto, es el supuesto desarrollo social, sobre el cual volvemos a continuación.

4.5 Datos socioeconómicos municipales

De los testimonios de varios grupos sociales a los datos duros oficiales del municipio. Pero no del impacto del turismo sino del desarrollo local o mejor dicho de su ausencia. En Huasca hay un Grado de Marginación Municipal *Medio* (2010) y era cinco años antes (2005) considerado alto, indicio de mejora en este punto. Ocupando el puesto 40 entre los 84 municipios del estado y el 1,315 en el contexto federal. En cuanto al Índice de Desarrollo Humano con datos del año 2005 éste era *Medio Alto*. Mientras que el Grado de Rezago Social Municipal *Bajo* (2010) –en 2005 también fue bajo– (“Perfiles Sociodemográficos Municipales”, 2013). Como una cifra vale más que mil palabras, se resumen en el siguiente cuadro (nº5) una selección de las más significativas.

Cuadro n.º 5 – Datos sociodemográfico y de desarrollo (en %)

<i>Vivienda</i>	
Vivienda con piso de tierra	7
Sin agua entubada	57.9
Sin drenaje	28.8
Sin servicio sanitario	72.2
Sin energía eléctrica	8.7
Sin teléfono	84.5
Sin teléfono celular	41.5
Sin computadora	90.1
Sin internet	95.1
Hogares encabezados por mujeres	0.6
Viviendas de un solo cuarto	95.5
Viviendas de mala calidad	9.7
<i>Educación</i>	
Analfabetismo de 15 años y más	8
Población de 6 a 14 años que no asiste a la escuela	3
Educación básica incompleta	40
Rezago educativo	26.1
Grado de escolaridad	6.7
Escuelas primarias, secundarias y bachilleratos	84

<i>Salud</i>	
Sin derechohabencia servicios salud	91.7
Sin acceso servicios salud	25.5
Unidades médicas	6
Total personal médico	11
<i>Empleo</i>	
Población económicamente activa	43.5
Ocupada	92.1
No ocupada	7.9
Ingreso inferior a la línea de bienestar mínimo	26.2
Ingreso inferior a la línea de bienestar	58.1
<i>Otros datos</i>	
<i>Religión</i>	
Católica	88.7
<i>Población indígena</i>	
Hablante lengua indígena	1
<i>Pobreza</i>	
Moderada	45.1
Extrema	12.4
<i>Vulnerabilidad</i>	
Por carencias sociales	39.5
Por ingreso	0.7
Pobreza alimentaria	27.6
<i>Pobreza patrimonial</i>	57.8

Fuente: Elaboración propia con base a CONEVAL, 2010; 2015; SEDESOL, 2013; INEGI, 2010, 2014; “Perfiles Sociodemográficos Municipales”, 2013; *Panorama Sociodemográfico del estado de Hidalgo, 2010*).

Obviamente el turismo no ha creado, ni mucho menos responsable de este panorama social, se trata de situaciones históricas de larga data, coyunturas económicas de crisis y también del sistema neoliberal global en nuestros días. Sin embargo, como se ha visto en los discursos oficiales del turismo, se afirma que éste produce desarrollo, solventa la pobreza y mejora la calidad de vida de las poblaciones, lo cual debería matizarse y contextualizarse, para lo cual presentamos las cifras anteriores.

Arocena (2001) apunta al escenario local como lugar privilegiado para el desarrollo. Remarca la importancia de las cuestiones culturales en el marco del desarrollo local, además del mejoramiento económico y la calidad de vida a través de la creación de actividades económicas para la satisfacción de necesidades. En el caso que nos ocupa, no se ha podido hacer que converjan los diferentes intereses, no sólo económicos, sino y también, políticos. Por lo que si bien en la cabecera municipal y en algunas localidades cercanas y turísticas se desarrollan proyectos y servicios que generan empleo –y esto tanto para priistas como panalistas, volviendo al conflicto electoral-, en el resto del municipio no les llega ingreso alguno por dicho rubro, es más, presentan índices de marginalidad y pobreza considerables, como se ha visto, y como ya el director de turismo señaló en su entrevista, lo cual parece lógico si en estos lugares no se realiza actividad turística alguna.

Incluso, hay quien bromea diciendo que Huasca es un Municipio “mágico y marginado”. Y es que éste, como otros lugares de la república mexicana, presenta un bello centro histórico, una naturaleza

boscosa, acuática, con barrancas y paisajes incomparables, formaciones geológicas únicas en el mundo, hermosas ex haciendas coloniales bien conservadas, todo ello rodeado de poblaciones en pobreza y rezago sociohistórico. La magia, la pobreza y la marginación parece que no son asuntos contrapuestos o excluyentes.

5. Conclusiones

Al iniciar el texto se presentaron los debates del turismo y una reflexión sobre los mismos, así como una breve información del sector y su importancia actual y en últimas fechas en cuanto a cifras, todo ello como marco de fondo de este estudio. Ahora se llega a algunas conclusiones que interrelacionan el turismo en general con un caso particular, mismas que nos regresan a la afirmación que también en un inicio tuvo lugar: el turismo no es bueno ni malo, el turismo es. Es parte de un sistema social más amplio, que aumenta en números de viajantes y económicamente hablado, en el mundo y en Huasca. Y que sigue levantando debate entre posturas críticas y complacientes, y toda la gama intermedia que entre éstas se encuentra. Lo cual tiene lugar entre gobiernos y empresarios, empleados y habitantes de los destinos. Si bien y como se ha visto a lo largo de estas páginas, y sin desconsiderar algunas críticas o los problemas que entraña el turismo en este municipio y localidad investigada, el peso cae hacia una opinión favorable hacia el mismo. Esto es, en primer lugar, el turismo que ha ido en aumento parece haber hecho aumentar negocios y empleos, ante la satisfacción de estos. En segundo lugar, aquí no hay debate –solo algunos reconocimientos y señalamientos problemáticos-, pues en general se observa de una manera mayoritaria una opinión más que favorable.

El turismo es un fenómeno que existe y va a seguir creciendo, lo que hace falta es tomar conciencia que es reflejo y producto de la sociedad en su conjunto. Si el turismo depreda y los turistas son hordas, es que el ser humano es una plaga para la naturaleza y el planeta. Gracias al turismo y su estudio podemos tomar distancia y proyectarnos, vernos y analizarnos. Sería bueno aprovechar y reconciliarnos con la vida y con la tierra. Con ello cambiaría no solo la cara perjudicial de hacer turismo en nuestros días, sino y también de vivir nuestra existencia.

Otro aspecto en que el estudio del turismo nos ilumina es sobre cómo estamos emocionalmente hablando, los discursos políticos y la publicidad mediática (Bordas, 2003; Aimar, 2013) exaltan el deseo que ya la gente tiene sobre sus necesidades psicológicas y de trascendencia (Maslow, 1982), así buscan satisfacerlas mediante un viaje, persiguen la paz y la felicidad, y se trasladan para encontrarlas y encontrarse, ver para auto observarse, desconociendo que la verdadera tranquilidad y alegría sólo está dentro de cada una o uno de nosotros. Añadir que si bien no se ha abordado el tema en estas páginas, algo que expresan los visitantes de Huasca así como y también los locales, es la tranquilidad que les proporciona el lugar (Fernández Poncela, 2014).

Ya focalizando el tema del artículo, otra reflexión apunta como parece claro, por los datos expuestos a lo largo de este trabajo, que el turismo puede producir crecimiento económico sobre todo para ciertos grupos sociales y políticos, pero es más difícil que contribuya al desarrollo social local o lo hace de forma muy exigua como hay quien defiende desde un replanteamiento del mismo (Gascón y Cañada, 2005). El problema de nuevo no es del turismo sino la sociedad contemporánea y el discurso en torno al desarrollo y su equiparación al turismo. En todo caso lo que habría que preguntarse es si ¿otro turismo es posible? O sea ¿otro desarrollo es posible? Lo cual no es posible –valga la redundancia- desarrollar –siguiendo con la redundancia- en estas páginas. Sin embargo, sí decir que hay dos corrientes actuales sobre el tema: los discursos sobre el desarrollo alternativo (Manfred, 1994; Nussbaum, 2002) –donde cabrían quienes creen en el turismo solidario, histórico, cultural, étnico, comunitario, medioambiental, sustentable, etc.-, como y también los discursos sobre la alternativa al desarrollo (Unceta, 2009; Escobar, 2012). Por lo que más que pensar en otro turismo hay que focalizarse en otra sociedad, ya que como defendemos en este texto el turismo es producto o subsistema social; incluso un sistema en sí mismo (Jafari, 2005), pero enmarcado en un tipo determinado de sociedad general, a la cual está inexorablemente ligado.

Así el turismo cubre el hambre de viajar, el apetito de conocer, la necesidad de descansar y divertirse, el deseo de evadirse, como una suerte de medicina alópata que ataca el síntoma de un órgano o tejido y no profundiza en el desequilibrio orgánico y emocional. Pero eso es ya otra historia. Como otra cosa es también el hecho que el turismo no va a colaborar con el desarrollo, ya que esto parece poco menos que imposible en nuestros días, se trata también de proyectos que intentan cubrir necesidades sociales apremiantes, que tapan baches en vez de reparar toda la carretera. Todo ello alarga la sobrevivencia, no sana. Enriquece a unos pocos, otros pocos sobreviven, margina y excluye a la mayoría. En el caso

concreto de Huasca, es negocio sobre todo, da empleo a cierto número de gente, no desarrolla gobernanza, ni tampoco colabora en el desarrollo social de la región, contamina y excluye. No obstante, y pese a la información especializada sobre esto último y los datos duros socioeconómicos de la región, hay que remarcar lo ya probado y comprobado en esta investigación, y reiterando a lo largo de este redactado: la opinión pública y la opinión política y empresarial, favorable hacia el turismo, además de los propios turistas.

Regresando y reiterando el título que relaciona turismo con negocio y desarrollo, parece claro que según el estudio expuesto, así como otros del Programa Pueblos Mágicos, se trata de un negocio, para determinado grupo de actores locales, y si bien sí hay que reconocer mejoras en imagen urbana e infraestructura, así como creación de puestos de trabajo, también hay que ver la especulación inmobiliaria y la subida de precios, así como los problemas en cuanto a servicios, la contaminación en todos los aspectos y la depredación natural, por lo que el desarrollo social brilla por su inexistencia. Si bien esto es quizás la opinión de quien escribe, ya que si concluimos el texto según la encuesta y entrevistas como técnica de investigación social aplicada de primera mano (Fernández Poncela, 2009) realizada *in situ* -o sea no es especulación mental o pensamiento de fuentes secundarias-, y en alguna medida presentada a lo largo de estas páginas, hay que decir que en general los actores sociales implicados en la industria turística y la población general consultada al respecto, parecen conformes y favorables al programa turístico y a la incidencia del turismo en Huasca.

Hay un imaginario instituido hegemónico (Castoriadis, 1983) entre discursos políticos y percepciones sociales en torno a los beneficios del turismo –como ya se comentó-. Es el gran negocio para algunos, la fuente de empleo para otros, así como el reconocimiento de su insostenibilidad ecológica para unos pocos. Y es que entre los discursos e intereses estratégicos que visionan la imposibilidad del desarrollo y las necesidades prácticas de quienes necesitan un trabajo e ingreso, también parece haber distancias. Varios entrevistados –trabajadores y empresarios- repiten que “no hay que matar a la gallina de los huevos de oro” en el doble sentido de no aumentar precios sólo por ganar más y la posibilidad que el turismo no llegue, toda vez que y también se refiere, a que hay que cuidar Huasca del impacto negativo del turismo, como se observa no sólo de los turistas sino y también del sector turístico local y su crecimiento desorganizado y excesivo, la capacidad de carga ya lo resiente, como algunos testimonios apuntan y la observación realizada constata.

Un texto sobre turismo sostenible de Naciones Unidas concluye: “El turismo puede coadyuvar al crecimiento económico y a la reducción de la pobreza, en particular en los países en desarrollo de bajos ingresos. La capacidad del sector para generar empleo e ingresos, debido a sus eslabonamientos hacia atrás y hacia delante, hace de él un importante factor de diversificación económica y crecimiento. Sin embargo, no hay que pasar por alto las repercusiones negativas que puede acarrear para el medio ambiente y las culturas. A fin de asegurarse de que el turismo genere oportunidades de empleo e ingresos en el largo plazo y contribuya al desarrollo sostenible, también debe ser sostenible su explotación, incluidas las actividades que están vinculadas con el sector” (Naciones Unidas, 2013:21-2). Si regresamos a las plataformas de Jafari (2008) enunciadas con anterioridad, esta posición reconocería beneficios y costos, desde una mirada adaptativa en parte, y en parte también remarcando su importancia global en nuestros días, a lo cual se añadiría el interés público, cuyas visicitudes de este último –y como se ha visto a lo largo de estas páginas- son diversas y más que complejas.

Para finalizar, reiterar la imagen del turismo como un espejo, sería bueno mirarnos en él y ver nuestro reflejo como invitación a la reflexión de cómo somos y dónde estamos como sociedad, en vez de perder el tiempo alabándolo o denigrándolo desde un filtro mental desconectado del planeta tierra y del corazón humano.

Bibliografía

- Aimar, V. 2013 “Turismo y Neuromarketing. Innovar generando emoción” en <http://www.prestigiaonline.com/blog> (22/09/2013).
- Álvarez Sousa, A. 2005 “La contribución del turismo al desarrollo integral de las sociedades receptoras. Aspectos teórico-metodológicos” en *Política y sociedad*, v42, n°1, UCM, Madrid
- 2007 “Desarrollo local e innovación. El sector turístico” en García Docampo, M. (Ed.) *Perspectivas teóricas de desarrollo local*. Madrid: Netbiblo.
- Arocena, J.

- 2001 “Globalización, integración y desarrollo local” en Madoery, O. y A. Vázquez (Eds.) *Transformaciones globales. Instituciones y Políticas de desarrollo local*. Rosario: Homo Sapiens.
- Bordas, E.
- 2003 “Hacia el turismo de la sociedad de ensueño: nuevas necesidades de mercado” *Conferencia UOC*, Barcelona.
- Bourdieu, P.
- 1986 “The forms of capital” en Richardsdson, J. (Ed.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood, en <http://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/fr/bourdieu-forms-capital.htm> (11/12/13).
- Cabrero Mendoza, E. y C. Gil García
- 2010 “La agenda de políticas públicas en ciudades mexicanas durante el siglo XX: ¿cien años de soledad municipal” en *Estudios Demográficos y Urbanos*, v 25, n° 1, COLMEX, México.
- Canto Chac, M.
- 2002 “Introducción a las políticas públicas” en M. Canto Chac y O. Castro Soto (Coords.) *Participación ciudadana y políticas públicas*. México: MCD.
- Castoriadis, C.
- 1983 *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets.
- Consejo Nacional de la Política de Desarrollo Social 2010 “Grado de rezago social municipal, 2010” en <http://www.coneval.gob.mx/coordinacion/entidades/Paginas/Hidalgo/principal.aspx> (24/02/2015)
- 2010 “Porcentaje de población en situación de pobreza, 2010” en http://www.coneval.gob.mx/coordinacion/entidades/Paginas/Hidalgo/pob_municipal.aspx (24/02/2015)
- 2015 en “Pobreza estatal” <http://www.coneval.gob.mx/coordinacion/entidades/Paginas/Hidalgo/pobreza.aspx> (24/02/2015)
- Corbo, Y.A. y B. Bardini
- 2011 “Turismo y políticas públicas locales: el caso del municipio de General Pueyrredón” en Encuentro Internacional de Turismo, Mar del Plata, en <http://nulan.mdp.edu.ar/1512/1/01306.pdf> (12/12/2013).
- Durston, J.
- 2000 “¿Qué es el capital social comunitario?” en *Políticas Sociales*, n° 38, CEPAL, Santiago de Chile, 2000.
- El Sol de Hidalgo* 2012 “Los políticos. Desavenencias del PRI y Panal” en <http://www.oem.com.mx/elsoldehidalgo/notas/n2392200.htm> (12/11/13).
- Enciclopedia de los Municipios de México* 2013 “Huasca de Ocampo” en <http://intranet.e-hidalgo.gob.mx> (11/11/13).
- Escobar, A.
- 2012 “Más allá del desarrollo: postdesarrollo y transiciones hacia el pluriverso” *Revista de Antropología Social*, n.° 21, UCM, Madrid.
- Fernández Poncela, A.M.
- 2009 *La investigación social. Caminos, recursos, acercamientos y consejos*. México: Trillas/UAM.
- 2014 “Emociones, identidad, turismo y vida en Huasca (México)” *Investigaciones Turísticas*, n°8, julio-diciembre, Universitat d’Alacant, en: <http://www.investigacionesturisticas.es/iuit/article/view/145/169> (23/05/2015).
- 2016 “Una revisión del Programa Pueblos Mágicos” *CULTUR*, a 10, n.°1, Universidade Estadual de Santa Cruz, Bahía, Brasil.
- García, F.
- 2012 “5 claves para desarrollar marketing experiencial” en <http://www.merca20.com/5-claves-para-desarrollar-marketing-experiencial/> (21/09/13)
- García Canclini, N.
- 2007 “Paranoicos versus utilitaristas” en <http://ceas.files.wordpress.com/2007/03/2-canclini.pdf> (10/10/10)
- Gascón, J. y E. Cañada
- 2005 *Viajar a todo tren. Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona: Icaria.
- Gobierno Estado Hidalgo
- 2011 “Programa Sectorial de Turismo y Cultura 2011-2016” en www.iih.hidalgo.gob.mx/ProgramasSectoriales/files/programa_sectorial_turismo_y_cultura.pdf (11/12/2013).
- Gobierno Municipal
- 2012 “Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015”, Huasca de Ocampo.
- Grupo Internacional de trabajo para el Desarrollo del Turismo Sustentable
- 2009 “Recomendaciones en cuanto a Políticas para el Desarrollo del Turismo Sostenible” en http://esa.un.org/marrakechprocess/pdf/tf_tourism_Policy_Recommendations_S.pdf (11/10/10).

- Haber, A.
2011. "Nometodología payanesa" en *Revista Chilena de Antropología*. N° 23. 1er. Semestre, Santiago de Chile.
- Haraway, D.
1995. *Ciencia, cyborgs y mujeres*. Valencia: Cátedra.
- Hoyos Castillo, G. y Ó. Hernández Lara
2008 "Localidades con recursos turísticos y el Programa Pueblos Mágicos en medio del proceso de la nueva ruralidad. Los casos de Tepetzotlán y Valle de Bravo en el Estado de México" *Quivera*, v10, n°2, UAEM, Toluca, en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=40113196008> (13/12/2013).
- Independiente de Hidalgo* 2012 "Cuestiona Nueva Alianza Legalidad en Investidura de Blanca Juárez" en <http://www.elindependientede Hidalgo.com.mx/hemeroteca/2012/01/40521> (12/11/13).
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)
2010 *Censo de Población y Vivienda*, Aguascalientes.
2014 "Turismo" en <http://www.inegi.org.mx/inegi/default> (14/10/14)
"Informe de gobierno 2013-2014" (2do) 2014 en <http://www.presidencia.gob.mx/segundoinforme/> (14/10/14).
- Jafari, J.
2005 "El turismo como disciplina científica" *Política y sociedad*, v 42, n°1, Universidad Complutense de Madrid, en www.revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/24139 (22/12/2015).
- Jensen, R.
1999 *The Dream Society: How the Coming Shift from Information to Imagination Will Transform Your Business*. New York: McGraw-Hill.
- Manfred A. M-N.
1994 *Desarrollo a escala humana*. Barcelona: Icaria.
- Maslow, A.
1982 *La amplitud potencial de la naturaleza humana*. Trillas: México.
- Naciones Unidas
2013 "Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible" GE.13-50062 Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo en http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ciem5d2_sp.pdf (22/12/2015).
- Nussbaum, M.C.
2002 *Las mujeres y el desarrollo*. Barcelona: Herder.
Panorama Sociodemográfico del estado de Hidalgo 2010 Aguascalientes, INEGI.
"Perfiles Sociodemográficos Municipales" 2010 en <http://siieh.hidalgo.gob.mx> (11/11/13).
- Prats, Ll.
2003 "Patrimonio + turismo = ¿desarrollo?" en *PASOS*, n°2, Universidad de La Laguna, en <http://www.pasonline.org/Publicados/1203/PS000603.pdf>
- Prats, Ll. y A. Santana
2011 "Turismo, identidad y patrimonio, las reglas de juego" en Ll. Prats y A. Santana (Coords.) *Turismo y patrimonio entramados narrativos*. Tenerife: PASOS.
- Pulido-Fernández, M.C. y J.I. Pulido-Fernández
"¿Existe gobernanza en la actual gestión de los destinos turísticos? Estudio de casos" *PASOS*, v 12 n°4, Universidad de la Laguna, en http://www.pasonline.org/Publicados/12414/PS0414_03.pdf (12/12/2015).
- Ramírez, Z.
2014 "Un acierto, política de Pueblos Mágicos en México: OMT" en *Informador.mx* 27 septiembre, Guadalajara, en <http://www.informador.com.mx/economia/2014/550990/6/un-acierto-politica-de-pueblos-magicos-en-mexico-omt.htm> (14/10/14).
- Putnam, R.D.
2001 *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American, Community*. New York: Simon & Schuster.
- Santana, A.
1997 *Antropología y turismo ¿Nuevas hordas, viejas culturas?* Barcelona: Ariel.
Secretaría de Gobernación (SEGOB) "Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018"
2013 en <http://pnd.gob.mx/> (11/01/2013).
2013 "Primer Informe de labores" 2013 en http://www.desarrollopolitico.gob.mx/es/Desarrollo_Politico/Planeacion_y_rendicion_de_cuentas (14/01/2014).
- Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)
2013 "Catálogo de Localidades" en <http://www.microrregiones.gob.mx> (11/11/2013).
- Secretaría de Turismo (SECTUR)

- 2006 “Reglas de Operación Pueblos Mágicos” en <http://www.sectur.gob.mx/> (11/09/11).
- 2012 “Aprendiendo de los Pueblos Mágicos” en <http://www.sined.mx/sined/content/micrositios/50/file/PresentacionConfMagistral.pdf> (11/12/13)
- 2014 “Boletín 185. El primer semestre de 2014, el mejor en la historia del turismo en México” en <http://www.sectur.gob.mx/> (14/10/14).
- Unceta, K.
- 2009 “Desarrollo, subdesarrollo, maldesarrollo y postdesarrollo. Una mirada transdisciplinar sobre el debate y sus implicaciones” *Carta Latinoamericana*, n°7, Montevideo.
- UNWTO (Organización Mundial del Turismo)
- 2014 “World Tourism Barometer” en <http://www.e-unwto.org/content/w73413n0870p/> (15/10/14).
- 2014 “Annual Report 2013” en http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2013_0.pdf (15/10/14).
- Vázquez Ceballos, C.A.
- 2014 “Gobernanza y redes de política pública: un estudio de la vinculación entre gobierno, actores público-sociales y privados en un área local turística” *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública*, vIII, n°1, Universidad de Guanajuato, en <http://www.remap.ugto.mx/index.php/remap/article/viewFile/73/67>
- Velasco González, M.
- 2008 “Gestión de destinos: ¿gobernabilidad del turismo o gobernanza del destino?” Ponencia XV Simposio Internacional de Turismo y Ocio, ESADE, en www.esada.edu (12/11/13).

Notas

- ¹ Comunicación telefónica personal con quien introdujo la idea en los inicios del gobierno del presidente Vicente Fox.
- ² El caso elegido es Huasca de Ocampo, y parte del trabajo de campo se realizó dentro del proyecto “Los imaginarios del turismo, el caso de los Pueblos Mágicos”, CONACYT.
- ³ El discurso tuvo lugar el 27 de septiembre de 2014, México fue el país anfitrión en la conmemoración del Día Mundial del Turismo en la ciudad de Guadalajara.
- ⁴ De hecho, si bien las preguntas de las entrevistas no mencionaban el conflicto político, éste afloró una y otra vez durante la aplicación de las mismas durante el año 2014, lo cual muestra su importancia e impacto en la convivencia social y su repercusión en el caso de la gobernanza y capital social de las políticas públicas, en este caso los programas turísticos.

Recibido:	16/12/2016
Reenviado:	28/03/2017
Aceptado:	02/04/2017