

A map of the state of Jalisco, Mexico, is shown in the background. The map is color-coded in shades of tan and brown, with county boundaries indicated by thin lines. A large, dark red circle is superimposed over the center of the map. Inside this circle, the title and author information are written in white and yellow text. The title 'Políticas Públicas y Territorio' is in a large, bold, white sans-serif font. Below it, the subtitle 'Diseño e implementación de programas gubernamentales en Jalisco' is in a smaller, bold, white sans-serif font. The author's name 'Alberto Arellano Ríos' is in a yellow sans-serif font, and his title 'Coordinador' is in a white sans-serif font below it. Various cities are labeled on the map, including Colotlán, Encina de D..., Los Lagos, Vallarta, Autlán de Navarro, Ciudad Guzmán, Tecalitlán, and Degollado.

Políticas Públicas y Territorio

**Diseño e implementación de programas
gubernamentales en Jalisco**

Alberto Arellano Ríos
Coordinador

LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS EN MÉXICO Y SU APLICACIÓN EN LA ZONA METROPOLITANA DE PUERTO VALLARTA

Erika Patricia Cárdenas Gómez
El Colegio de Jalisco

INTRODUCCIÓN

El presente capítulo tiene como objetivo hacer un recuento de las políticas turísticas implementadas en México en los últimos 65 años, así como mencionar su aplicación en un territorio específico, la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta.¹ El método que se utilizó para la elaboración de este documento fue el deductivo, es decir, se partió de lo general para llegar a lo particular para lo cual se hizo una revisión bibliográfica y documental. El texto se divide en dos grandes apartados, en el primero se da cuenta de las distintas fases que ha travesado el desarrollo del turismo en el país, así como las políticas turísticas que se impulsaron en cada una de las mismas. En el segundo se menciona la aplicación de dichas políticas turísticas en la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta.

Por principio de cuenta se debe señalar que en la actualidad el turismo² es considerado, por los diferentes gobiernos, como una de las actividades más importantes de una economía, pues ejerce un papel considerable en la balanza de pagos con el ingreso de divisas. Asimismo, es generador de empleos directos e indirectos (Jiménez, 1992). Por lo anterior, el turismo es visto como una palanca de desarrollo en las comunidades donde se incentiva; no

1. Por fines heurísticos este documento retoma la definición de zona metropolitana propuesta por la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol), Consejo Nacional de Población (Conapo) y el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). Ellos consideran a una zona metropolitana: “como un conjunto de dos o más municipios donde se localiza un ciudad con más de cincuenta mil habitantes, cuya área urbana, funciones y actividades rebasan el límite que originalmente lo contenía, incorporando como parte de sí misma o su área de influencia directa a municipios vecinos” (2004: 14). La Zona Metropolitana de Puerto Vallarta se integra por los municipios de Puerto Vallarta, Jalisco y Bahía de Banderas, Nayarit.

2. Es importante destacar que para algunos autores “el turismo en sí no es una actividad económica, solamente es un potente inductor de cambios en la estructura económica, que se asocian con los desplazamientos masivos de población en algunas temporadas del año” (Hiernaux y Rodríguez, 1991: 14).

obstante, cabe hacer mención que no todo es una panacea, debido a que varios trabajos académicos han señalado que el turismo trae impactos negativos en los territorios donde se impulsa Bringas (1999), Castellanos y Machuca (2008), León, Canabal y Pimienta (2005), Marín (2008), Oehmichen (2013), Osorio (1994), París y Pombo (2005) y Pérez (2010).

De igual manera, se debe advertir que el turismo ha pasado por varias etapas, ha transitado de una actividad que disfrutaban solamente unos pocos a ser hoy día una práctica multitudinaria. Algunos investigadores han identificado que el desarrollo del turismo internacional tiene tres fases: la primera comprende el periodo de 1945 a 1958, cuando finalizó la Segunda Guerra Mundial y se observan los avances de la transportación aérea con la introducción del *Jet* (Jiménez, 1992: XVIII). Así pues, en esta primera fase se desarrollaron las condiciones que permitieron el nacimiento del turismo moderno (Jiménez, 1992: XVIII).

La segunda fase abarca de 1959 a 1973 y es en ésta donde se desarrolló el turismo internacional propiamente masivo. Cabe mencionar que esta etapa evolucionó en un contexto de guerra fría donde Estados Unidos trató de establecer aliados y su manera de proceder fue la creación de varios espacios de alojamiento en diferentes países y así promocionar el “estilo de vida norteamericano” (Jiménez, 1992: XVIII). En esta estrategia tuvieron un papel importante algunas de estrellas de cine, por citar dos ejemplos: “Elizabeth Taylor y Richard Burton en Puerto Vallarta y Johnny Weissmuller en Acapulco” (Machuca y Ramírez, 1994: 4).

La tercera y última etapa inició a partir de 1973 cuando se dieron modificaciones a los negocios turísticos internacionales, con la introducción de varios sistemas, los cuales modernizaron los trámites de reservación. Ello amplió las posibilidades de influencia y control de la demanda de turismo (Jiménez, 1992: XVIII).

Además, hoy día se observa cómo el proceso de globalización ha contribuido, en gran medida, con los desplazamientos de las personas que están ávidas de conocer otras culturas y distintos territorios. No obstante, la principal crítica recae en que “el sector privado transnacional, ha intentado en el contexto del neoliberalismo, explotar el máximo este patrimonio, asignándole un papel semejante al consumo de insumos industriales” (Machuca y Ramírez, 1994: 4). Es decir, que los destinos turísticos no son únicamente

lugares para consumir, sino que ellos mismos se han convertido en objeto de consumo (Nogué y Rufi, 2004: 7).

Ahora bien, no se debe perder de vista que en este proceso de origen y consolidación de la actividad turística internacional han estado presentes los avatares políticos, económicos, climáticos, de seguridad pública y de sanidad. Así pues, la actividad turística es muy sensible a resentir las diversas situaciones que lo envuelven. Cabe mencionar que dentro de los acontecimientos positivos, se encuentra el hecho de que en los países industrializados se ha socializado la capacidad de disponer de un tiempo libre para viajar a otros territorios (Machuca, 2008: 51).

Desde este contexto internacional se ha desarrollado la actividad turística en México. Sin embargo, el ingrediente extra para el caso nacional ha sido la fuerte participación del gobierno federal debido a que ha actuado como empresario, terrateniente, inversionista, hotelero y banquero (Oehmichen, 2013: 20), como se verá en párrafos posteriores.

EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN MÉXICO: APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS

Antes de hacer un recuento sobre las distintas políticas turísticas aplicadas en México es conveniente señalar qué se entiende por políticas turísticas.

UNA BREVE INTRODUCCIÓN A LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS

Para fines de este trabajo la política pública se entiende como una intervención planeada por el Estado con el objetivo de cumplir con algunas metas específicas. Sin embargo, dicha acción no debe ser vista como un proceso que tiene sus alcances de forma lineal, sino que:

La intervención nunca es un proyecto con límites claros en tiempo y espacio, como es definido por el aparato institucional del Estado o por la entidad implementadora. Las intervenciones siempre forman parte de una cadena o flujo de eventos localizados en una estructura más amplia de actividades de los cuerpos estatales y/o internacionales y las acciones de diferentes grupos de interés que operan en la sociedad civil (Long, 2007: 78).

Las razones de una intervención, en buena medida, responden con la finalidad de hacer ajustes o reacomodos en una economía, la cual tiene como peculiaridad la desigualdad entre sus partes. En el caso de la economía mexicana con grandes desequilibrios, la puesta en marcha de varias políticas para subsanar dichos desajustes se justifican ampliamente. A lo largo de este documento se dará cuenta de los discursos y las acciones implementadas por parte del gobierno federal para impulsar el turismo y detonar el “desarrollo” en algunas comunidades.

Expuesto lo anterior se debe precisar que una política turística es una política sectorial. Por lo tanto es una política que se enfoca a atender una parcela concreta de la actividad económica aplicada, en este caso, a la actividad turística (Monfort, 2000: 8). De igual manera, es importante enfatizar que las particularidades del sector turístico lo hacen especialmente receptivo a numerosas políticas instrumentales (Monfort, 2000: 14). Asimismo, es conveniente reconocer que los objetivos de la política turística son:

[...] bastantes y divergentes para cada zona, región o país, además, de que van a depender de los productos turísticos existentes y de las motivaciones y directrices de las autoridades responsables de institucionalizar la política turística (Monfort, 2000: 15).

Ahora bien, en el caso específico de México la realidad se complejiza aún más, pues quienes intervienen en la orientación de la política turística son tres órdenes de gobierno: federal, estatal y municipal. Además, de que en algunas ocasiones participa la iniciativa privada. Se ha identificado que los principales objetivos que busca alcanzar la política turística son:

- a) la promoción de la imagen nacional,
- b) alcanzar fines de interés general por medio de la integración y conversión de la política *turística*,
- c) garantizar la seguridad y protección al *turista*,
- d) la cooperación internacional,

e) el desarrollo sostenible de las regiones,

f) y cambios desde la cantidad hacia la calidad (Monfort, 2000: 24).

No obstante, el objetivo central de cualquier política turística es lograr el desarrollo de los habitantes de las regiones donde se impulsa e incentiva el turismo. En el caso de México, los gobiernos han centrado su atención en apoyar algunos territorios del litoral.³

LAS FASES DEL TURISMO EN MÉXICO Y SUS POLÍTICAS TURÍSTICAS

Como se señaló en párrafos anteriores México desarrolló su actividad turística a la par de los acontecimientos que sacudieron a la arena internacional. Por dicha razón los cortes temporales que explican su evolución son idénticos, aunque el presente ejercicio los actualiza, al identificar un total de siete etapas.

Asimismo se debe advertir que los cortes temporales no deben ser vistos de manera tajante, pues años previos a 1945 el presidente Manuel Ávila Camacho ya había considerado al turismo como una fuente de ingresos económicos y como medio para el desarrollo del espíritu de cooperación (Jiménez, 1992: 19 y 20). Los objetivos de su política turística se centraron en la publicidad para atraer turistas y es por eso que en 1941 abrió cuatro delegaciones en Estados Unidos: Nueva York, San Antonio, Los Ángeles y Tucson. De igual manera, llevó a cabo la campaña llamada “peso contra peso”, por medio de la cual el gobierno federal aportaba un peso por cada peso obtenido por la iniciativa privada, destinándolo a la publicidad turística (Jiménez, 1992: 19 y 20).

En cuanto a la primera etapa del desarrollo del turismo en México se debe señalar que también comprende el periodo de 1945 a 1958 y en ella se observa que los entonces presidentes del país, Miguel Alemán Valdés y Adolfo Ruiz Cortines, impulsaron la creación de los primeros centros turísticos de la nación; muchos de los cuales se ubican en la costa debido a la institucionalización del programa “Marcha al Mar”.⁴ Asimismo, ambos mandatarios

3. México cuenta con más de diez mil kilómetros de playa distribuidos en el océano Pacífico y en la costa Atlántica (Baños, 2012: 41).

4. El programa “Marcha del Mar” fue creado en el periodo de Adolfo Ruiz Cortines y tenía como finalidad la de impulsar el desarrollo de las zonas costeras del país para redireccionar los flujos migratorios.

constituyeron las primeras instituciones encargadas de velar por la actividad turística. Pero sobre todo, la importancia de sus acciones radica en impulsar la construcción del sistema carretero, el cual es indispensable para el arribo de turistas tanto nacionales como internacionales (Jiménez, 1992).

En la segunda etapa, que abarca de 1959 a 1973, las administraciones de Adolfo López Mateos y Gustavo Díaz Ordaz pusieron especial énfasis en la elaboración de un plan rector que guiara la actividad turística del país. En dicho documento se estipuló continuar con la modernización de la infraestructura de los transportes terrestres y aéreos. Así como de dotar de varios servicios públicos urbanos en los destinos turísticos y agilizar los créditos bancarios a la iniciativa privada. En otras palabras, estas acciones tuvieron como principal objetivo poner al alcance de los mexicanos y extranjeros los recursos históricos, culturales y artísticos del país (Zúñiga, 2013: 200).

En la tercera etapa, que comprende el periodo que va de 1973 a 1982, se elaboraron más planes con el objetivo de impulsar al turismo. En éstos se reconoció que: “la actividad turística era estratégica para el desarrollo socioeconómico nacional por su dinamismo” (Jiménez, 1992: 109). En la exposición de motivos de dichos planes se argumentan las razones de fomentar el turismo: a) explotar recursos renovables; b) crece más rápido que las demás ramas de la economía consideradas en su conjunto; c) es una importante línea de exportación; d) tiene un bajo contenido importado; e) es intensivo en mano de obra; f) coadyuva al desarrollo regional más equilibrado; g) genera múltiples oportunidades de inversión para el sector privado; y h) presenta una menor dependencia tecnológica del exterior (Jiménez, 1992: 109). Ello es cierto, pero si la actividad turística no es guiada, planeada y cuidada traerá algunos impactos negativos.

En esta etapa se aprecia que el turismo claramente correspondió con el discurso y formalmente a una política de Estado por lo siguiente: 1) se creó la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo; 2) en 1974, se estableció la fusión del Fideicomiso de Crédito (Fogatur) y el Fideicomiso de Inversión en Infraestructura (Infratur) en el Fondo Nacional de Fomento de Turismo (Fonatur), “el cual opera como un espacio de supersecretaría que lo mismo otorga créditos que planifica el desarrollo urbano en las ciudades turísticas” (Oehmichen, 2013: 21); y 3) para el año de 1975 el Departamento de Turismo se convirtió en Secretaría de Estado, la cual tiene bajo su responsabilidad la

planeación y la coordinación de las políticas públicas para el desarrollo de la actividad turística en el país (Oehmichen, 2013: 21).

Otras dos políticas turísticas sumamente importantes, que también se implementaron en esta tercera etapa, fueron las siguientes: la primera, la construcción de los cinco Centros Integralmente Planeados, cip a finales de la década de los sesenta. Para ello se escogieron cinco destinos de playa, hasta entonces desconocidos, que serían dirigidos y operados por Fonatur. Estos centros fueron Cancún, Quintana Roo; Ixtapa, Guerrero; Loreto y Los Cabos en Baja California Sur; y Bahías Huatulco, Oaxaca. La edificación y construcción de estos centros fue posible gracias a los créditos que ofreció el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) al gobierno mexicano (Bringas, 1999: 9).

La principal crítica a esta acción radica en el deterioro irreversible de los destinos de playa seleccionados, así como al fomento de procesos de especulación y corrupción que se han visto involucrados (Machuca y Ramírez, 1994: 4). La segunda política turística implementada fue la constitución de los Fideicomisos. No se debe olvidar que por disposiciones constitucionales al inversionista extranjero no se le podía concesionar la tierra, ya no se diga llegar a ser dueño, por lo que para afrontar estos obstáculos se formularon varios mecanismos jurídicos y políticas gubernamentales, entre las cuales destaca: la creación de fideicomisos, así como la expropiación y regularizaron tierras ejidales (Martínez, 2002: 96).

Ahora bien, una de las políticas turísticas presentes en estas tres fases es la publicidad que se hace en el extranjero, con la presencia de varias delegaciones en distintos países. Sin embargo, a principios de los años ochenta se da un cambio, pues el Ejecutivo decide integrar dichas delegaciones en un solo aparato promocional de turismo que es dirigido por el Consejo Nacional de Turismo en coordinación con la Secretaría de Turismo (Jiménez, 1992: 134).

En un entorno de crisis económicas, la cuarta fase del desarrollo del turismo en México abarca el periodo de 1982 a 1986, bajo la administración de Miguel de la Madrid. En esta etapa todavía existe una fuerte presencia del Estado en la conducción de la actividad turística (Jiménez, 1992). No obstante, se empiezan a gestar procesos de la liberación de la economía, al entrar México al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) antecedente de la actual Organización Mundial de Comercio.

Ahora bien, al hacer un balance sobre estas cuatro primeras fases se observa que los objetivos básicos de la política turística de México fueron tres: 1) hacer realidad el derecho a la recreación para todos los seres humanos, particularmente para los trabajadores; 2) consolidar la actividad turística como creadora de empleos y generadora de divisas; y 3) tomar a esta actividad como un instrumento que propicie el desarrollo regional orientado y equilibrado (Jiménez, 1992: 142).

Los dos últimos objetivos van a persistir, pero no tanto el primero pues, los esfuerzos de planeación turística, en los últimos cuarenta años, se han orientado al mercado internacional por su importancia en la generación de divisas. Mientras que para el mercado nacional se han diseñado pocos programas (Bringas, 1999: 7). En otras palabras, el gobierno federal ha puesto especial énfasis en el mercado internacional, específicamente en el norteamericano de altos ingresos. La razón de su proceder se debe a que busca afanosamente “recuperar las enormes sumas invertidas por el sector público en su proyecto de modernizar la planta turística” (Bringas, 1999: 7). Sin embargo, dicho argumento se debe tomar con recelo debido a que Brenner recalca la importancia del turismo interno (2007: 14).

La quinta etapa del desarrollo del turismo en México comprende el periodo que va de 1986 al 2000 (bajo las administraciones de Carlos Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo Ponce de León) y se caracteriza por la privatización de varias empresas paraestatales fundamentales en el ramo del turismo, como son: aeropuertos, líneas aéreas, hoteles, campos de golf, entre otras. Asimismo, en esta etapa se reconoce que el país perdió competitividad en el mercado del turismo, por lo que en la administración de Ernesto Zedillo se fortalecieron los centros turísticos más importantes del país.

En esta etapa también se aprecia que en los discursos oficiales es recurrente el tema sobre el cuidado de los recursos naturales en los destinos turísticos. Aunque como lo señalan algunos expertos: “Existe una profunda contradicción entre los principios que han regido la actividad turística en México y las políticas de conservación y protección de la cultura y ambiente” (Machuca y Ramírez, 1994: 4).

La sexta fase abarca el periodo que va del año 2000 al 2012 y corresponde a los gobiernos panistas (Vicente Fox Quezada y Felipe Calderón Hinojosa) y en la cual se enfatizó que el turismo era una actividad importante para la economía. Las políticas turísticas que se aplicaron fueron cuatro: la primera y en continuación con la etapa anterior la Sectur y “la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) presentaron la Política y Estrategia Nacional para el Desarrollo Turístico Sustentable, formalizando con ello una postura gubernamental respecto del turismo acorde al cuidado del ambiente” (Castro y Fonseca, 2015: 189).

La segunda, la creación, en el 2001, del programa “Pueblos Mágicos”. Éste representó una buena medida para incentivar el turismo en varios poblados que se ubican en la cercanía de los destinos turísticos ya consolidados. Uno de los requisitos que debían tener estos pueblos es el de poseer ciertas representaciones culturales peculiares.

Dicho programa ha sido interesante y ha rendido frutos. Al grado que se ha exportado a otros países como una medida para diversificar los destinos turísticos. En nuestro país con dicha estrategia se apoyó a otro tipo de turismo distinto al convencional (sol y playa). Quizá por ello en el 2004 la Sectur estableció el concepto de turismo alternativo, lo cual es útil para operativizar dicho concepto (Castro y Fonseca, 2015: 189).⁵

Sin embargo, una de las críticas al programa de “Pueblos Mágicos” es que con el paso del tiempo no se han cuidado los mecanismos para certificar a los pueblos que concursan por dicha categoría y es que el incentivo para participar en él resulta atractivo porque están en juego importantes inversiones de orden federal.

La tercera política turística que se aplicó en materia de turismo fue la de impulsar el Acuerdo Nacional por el turismo, con base en la coordinación de acciones con varios actores, para la implementación de 101 acciones (Sexto Informe de Gobierno Felipe Calderón Hinojosa, 2012: 307). Pareciera que dicho Acuerdo es el antecedente de la transversalidad de las políticas turísticas que pregona la actual administración de Enrique Peña Nieto.

5. Por turismo alternativo se entiende por “los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (Castro y Fonseca, 2015: 189).

La cuarta política que los gobiernos panistas impulsaron fue la selección y creación de otros CIP en el país: el de Nayarit, Sinaloa y Chiapas. Con estas tres medidas se buscó que México fuera líder en materia turística. Ahora bien, antes de pasar a la última fase del desarrollo del turismo en México se debe señalar que en el año 2013 el turismo aportó 8.4% del PIB nacional y fue el tercer generador de divisas en el país (Sectur: 8/09/2013). De igual manera, se informó que México ocupó el segundo lugar de América en llegada de turistas internacionales con 23.4 millones y obtuvo la primera posición en América Latina en la visita de Patrimonio Mundial (Sectur, 2014).

La séptima etapa del desarrollo del turismo en México abarca la actual administración federal de Enrique Peña Nieto en adelante. En ésta se observa, como en la anterior, que el turismo es considerado como un eje motor del desarrollo. Asimismo, continúa la construcción y edificación de los nuevos cip pero con la participación de la iniciativa privada.⁶

Además, como ya se indicó, una de las características de la política turística impulsada en la actual administración es su carácter de transversalidad y la cual se acompaña de 23 líneas de acción, cuyo objeto recae en impulsar el crecimiento, el empleo, el fomento a las micro, pequeñas y medianas empresas. Con el objetivo de generar opciones de futuro en las regiones receptoras de turismo (Sectur, 2013). En esta misma tesitura operan los programas regionales, tales como: a) Programa de Pueblos Mágicos; b) Programa México Norte; c) Programa Mundo Maya; d) Programa Ruta de los Dioses; e) Programa Tesoros Coloniales; f) Programa en el Corazón de México; y g) Centros de playa (Castro y Fonseca, 2015: 205). Otra de las acciones que se ha promovido es la integración del turismo al Programa Nacional de Infraestructura, como uno de los seis sectores estratégicos, con una inversión superior a los 181 000 000 000 de pesos (Sectur: 2014). Con lo anterior, y como ya se indicó, se observa que:

6. A principios del mes de junio de 2014, el presidente Enrique Peña Nieto, en compañía de la secretaria de Turismo Claudia Ruiz Massieu, concretó un acuerdo con el conglomerado portugués Mota-Engil para desarrollar el proyecto CostaCapomo en la Riviera Nayarit. La inversión es del orden de 28 mil millones de pesos (Arce, 2014).

[...] todos los objetivos de la política turística desencadenan en un macroobjetivo, que es la mejora de la calidad de vida y el bienestar de los ciudadanos residentes en los espacios distinguidos por la consideración prestada al turismo (Monfort, 2000: 15).

Ahora bien, se debe reconocer que una de las particularidades del desarrollo de la actividad turística en México es la amplia participación que ha tenido el Estado, al grado que se menciona:

Al Estado le ha correspondido cargar con el peso principal del equipamiento del país para el desarrollo del turismo. A través de medidas financieras, de estímulos fiscales y administrativos, de una capacidad constructoras [*sic*] que no deja dudas y hasta la laxitud en la vigilancia de tarifas, precios y calidades del servicio, el Estado ha actuado como socio de los empresarios turísticos, quienes trabajan cuando la cosecha está madura (cit. por Ramírez, 1986: 489).

Para un análisis puntual sobre las distintas políticas turísticas implementadas en el desarrollo de la actividad turística en México se puede consultar el anexo que se adjunta a este documento.

LA APLICACIÓN DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS EN LA ZONA METROPOLITANA DE PUERTO VALLARTA

Uno de los territorios⁷ donde se puede apreciar el impacto de las políticas turísticas implementadas, sobre todo por el gobierno federal, es el de Puerto Vallarta, Jalisco, debido a que en pocas décadas pasó de ser un pueblo de pescadores a un destino turístico de carácter internacional. Asimismo, se debe destacar el hecho de que hoy día Puerto Vallarta es una ciudad central y ha dado origen a una zona metropolitana interestatal con vocación turística de sol y playa. Así pues, el dinamismo económico de Puerto Vallarta, por la actividad turística, se ha extendido a territorio nayarita.

7. Por territorio se entiende como: “una unidad de relaciones que se transforma conjuntamente con los procesos y agentes que se vinculan con él en escalas diferenciales, en las cuales las diferencias internas de agentes y procesos se conjuntan para generar, a veces, visiones diversas del transitar en el mundo que coexisten entre ellos” (Ramírez, 2011: 558).

Se debe reconocer que al desarrollo de Puerto Vallarta –como símbolo del éxito de las políticas turísticas– colaboraron los vecinos, ejidatarios, al participar como albañiles, ayudantes de carpinteros, jardineros, sirvientes en la construcción del destino turístico (Alcalá, 1994: 31). De igual manera, tuvieron una amplia participación los inmigrantes extranjeros así como la empresa Mexicana de Aviación y otras más. Así pues, lo que se pretende enfatizar es que existen diferencias en la construcción de los destinos turísticos mexicanos con base a ciudades preexistentes, como Puerto Vallarta, y los CIP, donde Cancún es su máxima expresión, pues en pocos años pasó de un lugar inhóspito a también a un complejo turístico de altura (Cárdenas, 2014).

PUERTO VALLARTA Y SU ORIGEN

Como centro poblacional Puerto Vallarta se fundó el 12 de diciembre de 1851 cuando don Guadalupe Sánchez junto con familiares y amigos se instalaron a orillas del río Cuale y constituyeron el poblado Las Peñas de Santa María de Guadalupe (Munguía, 1997: 100). Para el 31 de mayo de 1918 se instituyó jurídicamente como municipio, adoptando el actual nombre. Sus principales características eran: población escasa y las principales actividades económicas que realizaban sus moradores eran la agricultura y la pesca.

No obstante, la dinámica económica, política y social de Puerto Vallarta empezó a cambiar en la década de los años sesenta cuando se dio una serie de acontecimientos, tales como:

1. En 1951 la conmemoración del centenario de la fundación de Puerto Vallarta;
2. En 1963 la filmación de la película *La noche de la iguana*;
3. En 1968 Francisco Medina eleva a Puerto Vallarta al rango de ciudad;
4. En 1970 se realizó en Puerto Vallarta la reunión de los presidentes Richard Nixon y Gustavo Díaz Ordaz;

5. En 1970 se creó el Fideicomiso Bahía de Banderas, con el objeto de regularizar la tierra y dar certidumbre a los inversionistas (Montes de Oca; 2001: 225-314).

Aunque sin lugar a dudas un hecho fundamental fue la construcción del actual Aeropuerto Internacional “Gustavo Díaz Ordaz” que facilitó en gran medida el arribo de turistas (Cárdenas, 2014a: 60). Sin embargo, los eventos anteriormente enunciados se enmarcan dentro de las políticas turísticas impulsadas por las distintas administraciones que han conducido al país, como se verá a continuación.

LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS IMPLEMENTADAS EN PUERTO VALLARTA Y SU ZONA METROPOLITANA

El desarrollo turístico de Puerto Vallarta tiene como fecha inicial la década de los años sesenta, cuando entró en operación el proyecto de poblamiento para la Costa de Jalisco. El plan fue implementado por el entonces gobernador de Jalisco, Marcelino García Barragán. Después le siguieron los trabajos de la Comisión de Planeación de la Costa de Jalisco que tuvieron lugar a fines de 1950 y principios de 1960. Ambos procesos se dieron en el marco del proyecto nacional denominado “Marcha al Mar”, creado por el gobierno federal de Adolfo Ruiz Cortinez (Rodríguez, 1994: 28). Acción que se ubica en la primera etapa del desarrollo del turismo, como ya se indicó.

Los estudios de la Comisión de Planeación determinaron que la vocación del litoral de Jalisco era turística; y la máxima expresión de ella la representó Puerto Vallarta. Como resultado de este proceso los servicios relacionados con el turismo fueron desarrollándose y adquirieron mayor importancia, hasta convertirse en las principales fuentes de empleo y de ingreso. A tal punto que las demás actividades productivas quedaron subordinadas al turismo (Rodríguez, 1994: 28).

Otras de las políticas turísticas implementadas en la primera fase y su relación con el territorio de Puerto Vallarta son las siguientes: primera, el favorecimiento que tuvo Puerto Vallarta con la creación de los primeros centros turísticos del país, tales como: Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Cabo San Lucas, Cozumel, Isla Mujeres, Veracruz, Mérida, Guadalajara y la Ciudad de

México (CESOP, 2006). Como se puede observar muchos de ellos se encuentran en las costas y la manera de proceder para hacer realidad el modelo de desarrollo turístico fue la siguiente:

- Escoger un trozo de litoral paradisíaco, es decir, surcado por bahías, lagunas costeras, esteros y lo desembocaduras de ríos;
- Hacer de cuenta que el susodicho paraíso natural está escasamente habitado o mejor aún, que carece de habitantes nativos;
- Construir hoteles, canchas de tenis, campos de golf, discotecas, restaurantes de comida internacional, etc., es decir, paraísos artificiales sobre el antiguo paraíso natural; y
- Poner a la venta estos servicios a extranjeros capaces de pagar todos los "lujos" que se les ofrecen. (Los mexicanos que paguen como ellos también están cordialmente invitados) (Alcalá, 1995: 40).

Segunda, Puerto Vallarta se vio favorecido con la introducción de varios servicios y equipamiento urbano: se instaló una nueva planta termoeléctrica, se constituyó la unida forestal La Palapa, la construcción de un aeropuerto (Munguía, 1997: 182).

En cuanto a la aplicación de las políticas turísticas en Puerto Vallarta, en la segunda etapa se encuentra la construcción del actual aeropuerto internacional acaecido en 1966 cuando el entonces presidente de la República, Gustavo Díaz Ordaz, ordenó su edificación con una inversión de 45 millones de pesos y el cual fue inaugurado el 20 de agosto de 1970 (Cárdenas, 2014a: 61). Este hecho fue trascendental porque Puerto Vallarta se hizo accesible tanto a turistas nacionales como internacionales, como ya se indicó.

Otras de las acciones que emprendió Gustavo Díaz Ordaz en Puerto Vallarta, pero que resultaron para beneficio de la región Bahía de Banderas, fueron: la construcción del puente sobre el río Ameca, el cual era y es indispensable para la comunicación de la zona. De igual manera, el mandatario aprobó los proyectos de la carretera Compostela-Puerto Vallarta, el puerto marítimo, los servicios de energía eléctrica, el teléfono y el camino a Barra de

Navidad. Ello a petición del entonces gobernador de Jalisco, Francisco Medina Ascencio (Medina, 1997: 90).⁸

En términos de las políticas promocionales se deben destacar dos hechos: el primero fue la filmación en 1963 de la película *La noche de la iguana*, donde actores de reparto internacional se dieron cita en las paradisíacas playas de Puerto Vallarta.⁹ El segundo, fue la visita en 1970 de los presidentes Gustavo Díaz Ordaz y Richard Nixon. Dicha reunión se debió a la fuerte participación que tuvo el entonces gobernador de Jalisco Francisco Medina Ascencio (Medina, 1997: 93). Por dichas razones se considera que tanto él como Gustavo Díaz Ordaz fueron los artificios de lo que hoy es Puerto Vallarta y su zona metropolitana.

Además, como lo expone Carlos Munguía Fregoso, para finales de la década de los años sesenta y principios de los años setenta: “La iniciativa privada, alentada por las obras que estaban en construcción, empezó a poner los ojos en el potencial económico que tenían las playas y paisajes vallartenses y se levantaban casas, hoteles y departamentos al sur de la ciudad” (Munguía, 1997: 198). Al respecto también coincide Gauna quien comenta que para esas fechas tanto en “Puerto Vallarta como en Nayarit se comienza a mostrar el crecimiento de la demanda, con tasas sostenidas y una alta rentabilidad de la inversión” (2005: 20).

Con estas acciones se empezó a generar dinamismo económico en la zona. Se impulsaría el arribo de personas de diferentes estados de la república mexicana que andaban en busca de mejores oportunidades de vida. Así pues, Puerto Vallarta y su zona se convertirían tanto en un destino turístico como uno de los polos de desarrollo del país. Pero en esta lógica económica hacía falta un mecanismo jurídico que diera certeza al inversionista, como se verá a continuación.

8. Respecto de la terminal marítima de Puerto Vallarta se debe recalcar que hoy día funge un papel fundamental, pues varios cruceros importantes requieren de su servicio. Es por ello que se han hecho algunas remodelaciones, “ha pasado de recibir un crucero por turno a tres cruceros por turno” (Chavoya, García y Pérez, 2010: 80).

9. Quienes participaron en el film fueron: John Huston, Emilio Fernández, Gabriel Figueroa, Richard Burton, Deborah Kerr, Ava Gardner y Sue Lyon (Munguía, 1997: 195). Cabe agregar que para algunos investigadores la filmación de la película “La noche de la iguana” fue importante porque con ella Puerto Vallarta nació (Alcalá, 1995: 30).

En la tercera etapa del desarrollo del turismo destaca la creación del Fideicomiso Bahía de Banderas cuando el 10 de noviembre de 1970 se expropiaron 5 161 hectáreas localizadas en el litoral de Jalisco y Nayarit. Pero fue hasta el 25 de marzo de 1973 cuando se publicó en el *Diario Oficial* el contrato de Fideicomiso de Bahía de Banderas para los ejidatarios de Puerto Vallarta y Bucerías (Jiménez, 1992: 126). No cabe duda que la constitución de este mecanismo impulsó fuertemente el crecimiento de la cabecera de Puerto Vallarta y con el paso del tiempo también abarcaría al territorio de Nayarit.

Ahora bien, se debe enfatizar que la intención del entonces presidente de México, Luis Echeverría, de crear el fideicomiso de Bahía de Banderas fue

Motivar que un fideicomiso, que es prácticamente una alianza del Gobierno Estatal del Estado de Nayarit y de los campesinos que cultivan precariamente la tierra y desarrollan en pequeña escala la ganadería junto al mar, pues esto lo hacen más bien tierra adentro, puedan –como lo están haciendo– ceder sus tierras a este fideicomiso que, a precio comercial, venderá a intereses turísticos –y esto es muy importante para (quienes) se dedican al negocio del turismo en Puerto Vallarta– para que conozcan un poco mejor esas hermosísimas costas aledañas a Puerto Vallarta, a la que servirá una excelente carretera y un espléndido aeropuerto –el que ha sido para Puerto Vallarta– como obras de infraestructura y que permitirá, también, que los propios campesinos, debidamente aconsejados, establezcan negocios, accesorias, pequeños hoteles, o participen como accionistas con la plusvalía de los terrenos manejados, vendidos por el Fideicomiso, y eleven su forma de vida, en forma directa e indirecta, proveyendo a los visitantes, a los negocios hoteleros, de los productos agropecuarios que ellos diversificarán, sin duda, en la mayor parte de los terrenos que, como es tradición allí, seguirán dedicados a la agricultura y a la ganadería (Jiménez, 1992: 113).

Aunque dicha medida surtió efecto en el territorio nayarita hasta la década de los noventa cuando se empezaron a construir varios hoteles en Nuevo Vallarta, tales como: Paradise Village, Mayan Palace, Marival, entre otros. Asimismo, en otra localidad de Bahía de Banderas, Punta Mita, se edificaron el

hotel Four Seasons, Casa Velas y las cadenas hoteleras Palladium y Saint Regis. Algunos de estos establecimientos son exclusivos, pues prestan sus servicios solamente a turistas extranjeros de altos ingresos. No se debe perder de vista que dicho dinamismo económico en el territorio nayarita se explica por la cercanía que guarda con Puerto Vallarta, lo cual aprovecha ampliamente su infraestructura urbana. Además, se encuentra el hecho de que la reserva territorial de Puerto Vallarta se ha agotado y la poca que queda tiene un alto valor (Márquez y Ocampo, 2009: s. p.). Por estas razones los empresarios redireccionan sus inversiones.¹⁰

Sobre la aplicación de las políticas turísticas, en la cuarta etapa del desarrollo del turismo, en Puerto Vallarta se debe señalar que “la preocupación de las autoridades no era ya impulsar el desarrollo de la ciudad, sino de planearlo, en tal forma que no fuera a romper el equilibrio entre los servicios existentes y la demanda de éstos, del entorno ecológico y del bienestar social” (Munguía, 1997: 206).

Dentro de este contexto el entonces presidente de México José López Portillo decretó en 1978 la creación de la Comisión de Conurbación de la Desembocadura del Río Ameca con la meta de prever y adelantarse a los problemas que podrían surgir en el futuro provocados por el acelerado crecimiento de Puerto Vallarta (César y Arnaiz, 2006: 140). Con lo anterior se puede apreciar cómo la actividad turística trae consigo varios impactos y uno de ellos es el crecimiento poblacional. Por dicha razón, para esos años ya se vislumbraba la conformación de una zona metropolitana. Así pues, en el decreto el presidente José López Portillo, señaló:

Que la región costera Puerto Vallarta-Costa Alegre integrada por los municipios de Puerto Vallarta-Costa Alegre integrada por los municipios de Puerto Vallarta del Estado de Jalisco y Compostela del Estado de Nayarit, respectivamente cuenta con un crecimiento demográfico y flujos migratorios turísticos, que de acuerdo con las previsiones a corto plazo, trascenderá los límites geográficos de dichos municipios, integrando una unidad física, económica y social (*Diario Oficial de la Federación*, 9 de enero de 1978: 108).

10. Fue en la década de los ochenta cuando a Puerto Vallarta llegaron los primeros ejemplos de cadenas hoteleras transnacionales como el Sheraton Bugambillas (Chavoya García y Pérez, 2010: 74).

En esta misma cuarta etapa también se dieron inversiones para: 1) la perforación y equipamiento de dos pozos, 2) para la construcción de un libramiento, 3) para tender el puente sobre el río Cuale y 4) la construcción de colectores en la zona norte (Munguía, 1997: 213 y 214). Es decir, que los distintos órdenes de gobiernos centraron su atención en resolver las necesidades urbanas de la población nativa.

En la quinta etapa se dio la devaluación del peso, lo cual favoreció por algún tiempo a Puerto Vallarta, pues el turismo internacional arribó a dicho destino turístico aprovechando la situación económica. Sin embargo, algunos sectores económicos que se relacionan con el turismo se vieron fuertemente afectados, como el de la construcción (Munguía, 1997: 218).

La recesión económica en el sector de la construcción duró poco tiempo, pues Munguía comenta que en el año de 1986 se edificó la Marina Vallarta, la cual se asienta en una superficie de 180 hectáreas. Sin embargo, ésta quedó totalmente concluida en el año de 1993 cuando se construyeron varios hoteles y condominios tales como: *Westin Regina*, Club Regina, Condominiums, *Mayan Palace*, Marriot Casa Magna, Meliá, Puerto Vallarta, Velas Vallarta, Villas Pacífico y Embarcadero Pacífico, Nautilus, así como un muelle para cuatrocientas embarcaciones (Munguía, 1997: 223; Gauna, 2005: 21).

Además se debe señalar que en un entorno de liberalización económica una de las medidas que tuvieron un alto impacto en esta zona fue la creación en 1989 del municipio de Bahía de Banderas, de la escisión territorial que se le hizo a Compostela. Dicha medida respondió para satisfacer la demanda de los intereses de diversos actores regionales, nacionales e internacionales (Villaseñor, 1997).

De igual manera, cabe señalar que en esta fase se motivaron los desplazamientos de nativos, como el de la comunidad de pescadores de Corral del Risco. Ellos fueron reubicados a causa del proyecto ecológico Costa de Banderas, pues sus tierras y aguas eran atractivas para los inversionistas japoneses y canadienses (Villaseñor, 1997: 114).

En la sexta etapa llama la atención que los gobiernos panistas impulsaron los CIP de Nayarit: Litibú y Capomo. En el 2012, en el primero se ejercieron 5 000 000 de pesos para el mantenimiento de áreas verdes, vialidades, alumbrado público y para la operación de la planta de tratamiento de aguas residuales. En el segundo se destinó una inversión de 44.7 millones de pesos

para continuar con la segunda etapa de la vialidad de acceso y basamento de escultura en el polígono. Asimismo, se realizaron trabajos de pavimentos, banquetas, agua potable, drenaje y alumbrado público, para generar una oferta inmobiliaria de 16.4 hectáreas (Sexto Informe de Gobierno Felipe Calderón Hinojosa, 2012: 311).

En esta etapa habría que señalar que tres administraciones estatales panistas estuvieron a cargo tanto de construir como de inaugurar el Centro de Convenciones en el estero de El Salado. Ello pesar de las protestas de grupos ambientalistas y empresarios debido a que dicho inmueble invade un área protegida, costó el triple de lo presupuestado además de que no contaba con un operador (Infante, 27 de abril de 2009). A cuatro años de su inauguración el secretario de turismo del estado, Enrique Ramos Flores, lamentó que éste se encontrará totalmente desaprovechado, pues solamente en el año solamente se habían realizado dos eventos de gran magnitud (García, 23 de agosto de 2013).

Sobre la aplicación de las políticas turísticas implementadas en la séptima fase en Puerto Vallarta y su zona metropolitana, se puede señalar lo siguiente: 1) continúa la edificación de los centros integralmente planeados, pero se busca el apoyo de la iniciativa privada internacional, como ya se indicó; 2) se creó, por iniciativa del gobierno federal, una bolsa de diez millones de dólares, para publicitar a Puerto Vallarta y la Riviera Nayarit de manera conjunta; y 3) el gobierno federal destinó 500 000 000 de pesos para remodelar el centro histórico de Puerto Vallarta, bajo el Programa Nacional de Infraestructura (*Vallarta Opina*, 9 de julio de 2014:). Así pues, las políticas turísticas implementadas en Puerto Vallarta han dado lugar al desarrollo de un destino turístico y a una ciudad central, la cual ha dado origen a una zona metropolitana de carácter interestatal con vocación turística de sol y playa.

Otros de los impactos de las políticas turísticas en Puerto Vallarta y su zona son el crecimiento demográfico, como se puede observar en el cuadro 1. Llama la atención que en dos décadas la zona en estudio duplicó su población. Ello se explica en gran medida por la migración que ha recibido (Cárdenas, 2012). Así pues, se concuerda con Hiernaux y Rodríguez cuando exponen que las ciudades turísticas constituyen centros de atracción regional de las migraciones (1991: 21).

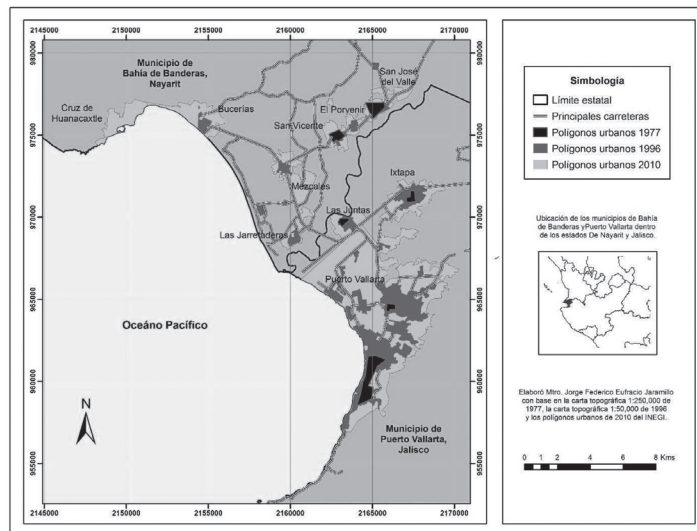
Cuadro 1. Población en la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta, 1990-2010

	1990	1995	2000	2005	2010
Puerto Vallarta	111 457	149 876	184 728	220 368	255 681
Bahía de Banderas	39 834	47 077	59 808	83 739	124 205
Zona Metropolitana	151 288	196 953	244 536	304 107	379 886

Fuente: INEGI (1990, 1995, 2000, 2005 y 2010).

Ahora bien, este crecimiento demográfico “inmediatamente se plasma en el urbanismo e imprime una expresión espacial de las relaciones sociales” (Gilabert, 2014: 147). El siguiente mapa ilustra el crecimiento urbano que ha registrado la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta en los últimos treinta años.

Mapa 1. Crecimiento urbano de la Zona Metropolitana de Puerto Vallarta



Con la puesta en marcha del turismo se han modificado las actividades que realiza la mayoría de la población de la zona. En el 2010 la población ocupada se empleaba principalmente en el sector servicios, comercio y en el secundario, como se puede observar en el cuadro 2.

Cuadro 2. Población empleada en los sectores productivos, 2010

	Población ocupada	Primario	Secundario	Comercio	Servicios	No específico
Zona Metropolitana de Puerto Vallarta	167 929	4 065.61 2.42%	28 353.05 16.88%	34 284.45 20.41%	98 175.06 58.46%	3 050.79 1.81%

Fuente: Elaboración propia con base en INEGI, 2010.

CONCLUSIONES

A lo largo de este documento se pudieron observar las siete fases que ha pasado el turismo en México, así como la aplicación de las distintas políticas turísticas que se han promovido. En la mayoría llama la atención la amplia participación que ha tenido el Estado para impulsar e incentivar el turismo, pues éste se considera como un motor de desarrollo.

Otra cuestión interesante es que en los últimos años el gobierno ha centrado su atención y sus esfuerzos en captar al turista extranjero y de altos ingresos, pues pretende recuperar parte de la inversión realizada. Aunque uno de los cambios es que hoy día busca la participación de la iniciativa privada para desarrollar los nuevos centros integralmente planeados. Asimismo, es interesante observar la transversalidad de las políticas turísticas que intentan lograr las últimas dos administraciones presidenciales. Hoy día el turismo forma parte de un programa más ambicioso que es el Programa Nacional de Infraestructura, donde los sistemas de transporte terrestre y aéreo se modernizarán con el objetivo de impulsar a México como líder en materia turística.

De igual manera, el texto dio cuenta de la aplicación de las distintas políticas turísticas en Puerto Vallarta y su zona metropolitana: 1) al edificar la infraestructura urbana para recibir al turista; 2) al crear el marco jurídico para dar certeza al inversionista; 3) la constitución jurídica del municipio de Bahía de Banderas, como estrategia para modernizar la administración pública; 4) la creación de dos CIP, Litibú y Capomo; y 5) la inversión en publicidad, donde actualmente se promocionan Puerto Vallarta y la Riviera Nayarit en conjunto. Con estas acciones se observa la participación del gobierno para dar origen, consolidación y continuación de un destino turístico que con el paso del tiempo se amplía. Aunque en esta dinámica están inmersos varios actores.

Dichas acciones han tenido impacto en el territorio, pues ha modificado su paisaje. La franja costera muestra la presencia del capital privado nacional e internacional. Asimismo, con esta pujanza económica ha arribado mano de obra de otras latitudes del país, los cuales se instalan como pueden en algunas localidades de la zona.

Por el crecimiento demográfico y urbano que ha registrado la zona en las últimas décadas, en el año de 2000 organismos institucionales la delimitaron como una zona metropolitana, la cual se compone por los municipios de Puerto Vallarta, Jalisco y Bahía de Banderas, Nayarit. Otras de las características de esta zona es que es interestatal, tiene una vocación turística de sol y playa y cuenta con una población de más de trescientos mil habitantes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcalá, Graciela. (mayo, 1995). "Los pescadores del litoral del Occidente de México y el turismo". *Estudios Jaliscienses*. Zapopan: El Colegio de Jalisco, 20.
- Arce, Juan. (6 de junio, 2014). "Inversión portuguesa para el proyecto Costacapomo". *Vallarta Opina*. Puerto Vallarta (<http://www.vallartaopina.net>).
- Baños, José Alfonso. (2012). "Ocupación del territorio litoral en ciudades turísticas de México". *Bitácora Urbano Territorial*. Bogotá, Universidad Nacional de Colombia, 20(1), pp. 44-52.
- Brenner Ludger. (2007). "La política turística mexicana y su impacto en el desarrollo nacional y urbano-regional". Bonnie Lucía Campos. *Urbanización y turismo*. México: Universidad de Quintana Roo.

- Bringas, Nora. (1999). "Políticas de desarrollo turístico en dos zonas costeras del pacífico mexicano". *Región y Sociedad*. Hermosillo: El Colegio de Sonora, XI (17): 4-51.
- Cárdenas, Erika. (2012). "Migración interna en la zona metropolitana de Puerto Vallarta. El caso de los chiapanecos en Las Jarretaderas, 1960-2010". Guadalajara: Universidad de Guadalajara (Tesis de doctorado).
- (2014a) "El aeropuerto de Puerto Vallarta: Factor de impulso nacional e internacional". *Cuadernos del Turismo*. Universidad de Murcia, (34): 53-68.
- (2014b). "Dinámicas demográficas en tres zonas metropolitanas de México: Acapulco, Cancún y Puerto Vallarta". *Espacios Públicos*. Toluca, Universidad Autónoma del Estado de México.
- Castellano, Alicia y Jesús Antonio Machuca. (comps.) (2008). *Turismo, identidades y exclusión*. México: UAM, Unidad Iztapalapa y Casa Juan Pablos.
- y María Dolores París Pombo (2005). "Inmigración, identidad y exclusión socioétnica y regional en la ciudad de Cancún". Arturo León López, Beatriz Canabal Cristiani y Rodrigo Pimienta Lastra (coords). *Migración, poder y procesos rurales*. México: UAM-Plaza Valdés.
- Castro Ulises y María Alicia Fonseca. (2015). "Turismo alternativo y políticas públicas en México". Mónica Velarde, Ana Virginia del Carmen Maldonado y Salvador Gómez (coords.). *Referentes teóricos del turismo alternativo*. México: Universidad de Guadalajara-Universidad de Occidente-Juan Pablos Editor.
- Chavoya, Jorge, Joel García y María Teresa Pérez. (2010). "Puerto Vallarta: de ciudad turística a destino de segunda residencia. Procesos e implicaciones con el sector inmobiliario". Daniel González (coord.). *Puerto Vallarta en el imaginario. Procesos de su desarrollo*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública. (17 de julio, 2014). "Políticas públicas y gestión gubernamental de la administración vigente". *Turismo*, 25 (<http://www.diputados.gob.mx/cesop>).
- García, Maru. (2013). "Desaprovechado, Centro de Convenciones de Puerto Vallarta". *El Informador* (<http://www.informador.com.mx>).
- Gauna, Carlos. (2005). *Estudios sobre la satisfacción de los usuarios de los servicios turísticos en la terminal marítima de Puerto Vallarta. Cruceros y embarcaciones locales. Nuevos segmentos, nuevos productos del turismo*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Gilabert, César. (2011). *Del paraíso a las puertas del infierno. Evolución biopolítica y sociocultural de Puerto Vallarta*. Zapopan: El Colegio de Jalisco.

- Hiernaux, Daniel y Manuel Rodríguez. (1994). "Las ciudades del turismo". *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, XXXVI, nueva época. Julio-septiembre.
- Infante, Miguel. (27 de abril, 2009). "Mala política, peores negocios". *Proceso*. Ciudad de México (1688) (<http://www.proceso.com.mx>).
- León, Arturo, Beatriz Canabal y Rodrigo Pimienta. (coords.) (2005). *Migración, poder y procesos rurales*. México: UAM-Plaza Valdés.
- Long, Norman. (2007). "La desmitificación de la intervención planeada y el Estado". *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. San Luis Potosí-México: El Colegio de San Luis-CIESAS.
- Machuca, Jesús y Marco Aurelio Ramírez. (julio-septiembre, 1994). "El turismo como cultura transnacional". *Ciudades*. México, RNIU (23).
- (2008). "Estrategias turísticas y segregación socioterritorial en regiones indígenas". Alicia Castellanos y Jesús Machuca (comps.). *Turismo, identidades y exclusión*. México: UAM.
- Márquez, A. y J. Ocampo. (1 de abril, 2009). "La Riviera Nayarit: una vista general sobre su desarrollo". *Topofilia. Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales*. Hermosillo: Centro de Estudios de América del Norte-El Colegio de Sonora, 1(3).
- Marín, Gustavo. (2008). "Territorios de resistencia, integración mercantil y producción del espacio turístico en Quintana Roo: trayectorias y transformaciones del mundo maya". Alicia Castellanos y Jesús Antonio Machuca (comp.). *Turismo, identidades y exclusión*. México: UAM-Iztapalapa y Casa Juan Pablos.
- Martínez, Virginia. (2002). "El fideicomiso de Puerto Vallarta: un caso de intermediación política". Zapopan: El Colegio de Jalisco.
- Monfort, Vicente (2000). "La política turística: una aproximación". *Cuadernos de Turismo*. España (6).
- Montes de Oca, Catalina. (2001). *Puerto Vallarta en mis recuerdos*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Munguía, Carlos. (1997). *Panorama histórico de Puerto Vallarta y de la Bahía de Banderas*. México: Secretaría de Cultura de Gobierno de Jalisco-Ayuntamiento de Puerto Vallarta.
- Nogue Joan y Joan Rufi. (2004). "Introducción: globalización, identidad y escala. La aportación del posmodernismo y de la geopolítica crítica". *Geopolítica, identidad y globalización*. España: Ariel.

- Oehmichen, Cristina. (2013). "Una mirada antropológica al fenómeno del turismo". Cristina Oehmichen Bazán (edit.). *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*, México: IIA-UNAM.
- Osorio, Isabel. [julio-septiembre, 1994]. "Impactos del turismo sobre la desigualdad social". *Ciudades*. Puebla, RNIU (3).
- Pérez, Enrique. (2010). "Segregación socioespacial en ciudades turísticas, el caso de Puerto Vallarta". *Región y Sociedad*. Hermosillo: El Colegio de Sonora, XXIII(49).
- Ramírez, Blanca. (2014). "Espacio y política en el desarrollo territorial". *Economía, sociedad y territorio*. México, El Colegio Mexiquense, XI (37), pp. 553-573.
- Ramírez, Juan Manuel. (1986). "Turismo y medio ambiente: El caso de Acapulco". *Revista de Estudios Demográficos y Urbanos*. México: El Colegio de México.
- Rodríguez, Roberto. (1994). "Interacción entre la pesca y el turismo en Bahía de Banderas". *Estudios Jaliscienses*. Zapopan, El Colegio de Jalisco (16). Mayo, Secretaría de Turismo. (2013). "Sectur impulsa el desarrollo del sector turístico con bases sólidas, sanas y responsables". *Boletín Informativo*. México (205). 8 de septiembre.
- (2014). "La estabilidad económica de México genera confianza en el mundo: Ruiz Massieu". *Boletín Informativo*. Madrid (166). 28 de julio.
- Sedesol-INEGI (2004). *Delimitación de las zonas metropolitanas en México*. México: Sedesol-Conapo-INEGI.
- Vallarta Opina. (14 de julio, 2014). "Preparan proyectos ejecutivos para aplicar 500 mdp al centro". *Vallarta Opina*. Puerto Vallarta (<http://www.vallartaopina.net>).
- Villaseñor, Bertha Alicia. (1997). "Turismo y desarrollo regional. El acontecer en la costa sur nayarita". Jaime Olveda (ed.). *Una aproximación a Puerto Vallarta*. Zapopan: El Colegio de Jalisco-Ayuntamiento Constitucional de Puerto Vallarta Fundación Jalisco Cambio XXI.
- Zúñiga, Federico. (2013). "Los nuevos usos de la cultura y el patrimonio cultural en el contexto turístico de México. El caso del Totonacapan veracruzanos". Cristina Oehmichen Bazán (edit.). *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo*. México: IIA-UNAM.

ANEXO

Cuadro 1. Etapas de desarrollo del turismo en México

Periodo	Administraciones presidenciales	Acciones implementadas en materia turística
Primera etapa (1945-1958)	Miguel Alemán Valdés y Adolfo Ruiz Cortines	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se impulsó la creación de los primeros destinos turísticos del país, como: Acapulco, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta, Cabo San Lucas, Cozumel, Isla Mujeres, Veracruz, Mérida, Guadalajara y la Ciudad de México. 2. En 1949 se promulgó la primera Ley Federal de Turismo, creó la Dirección General de Turismo, que posteriormente se convertiría en el Departamento de Estado de Turismo. 3. Asimismo, se instituyó la Comisión Nacional de Turismo. 4. Se fomentó la actividad turística de los nacionales y se impulsó la construcción del sistema carretero. 5. En 1957 se constituyó el Fideicomiso de Crédito (Fogatur), encargado de impulsar la infraestructura turística. 6. Se creó el programa Marcha al Mar.
Segunda etapa (1959-1973)	Adolfo López Mateos y Gustavo Díaz Ordaz	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se fortaleció la identidad nacional incorporando a los atractivos turísticos la historia y cultura de México. 2. En 1959 se crearon las Cámaras Nacionales de Turismo y la Confederación de Cámaras Nacionales de Turismo. 3. En 1962 se dio a conocer el primer Plan Nacional de Desarrollo Turístico, pionero de su género en el mundo. Los programas específicos de dicho plan se enmarcaban dentro de la filosofía gubernamental que tenía por objetivos mostrar las tradiciones y la historia principalmente, mejorar los medios que

		<p>posibiliten al turista el viaje, así como tratar de crear una impresión favorable de lo que se observa en el lugar visitado.⁴</p>
<p>Tercera etapa (1973-1982)</p>	<p>Luis Echeverría Álvarez y José López Portillo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Las políticas turísticas se reorientaron hacia el mercado nacional para lo cual se apoyó la creación de organizaciones de turismo que promovieran la demanda interna. 2. Se crearon polos de desarrollo en varios puntos de las costas mexicanas y se constituyeron los fideicomisos, los cuales dieron certeza al inversionista extranjero. 3. En 1974 se expidió la Ley Federal de Fomento al Turismo, la cual establecía la fusión del Fideicomiso de Crédito (Fogatur) y el Fideicomiso de Inversión en Infraestructura (Infratur) en el Fondo Nacional de Fomento de Turismo (Fonatur). 4. Se creó la Comisión Intersecretarial Ejecutiva de Turismo para coordinar las dependencias del Ejecutivo que se relacionen con la actividad y constituir empresas ejidales y comunales en zonas de desarrollo turístico. 5. En 1975 se creó la Secretaría de Turismo, como órgano del poder Ejecutivo para aglutinar las acciones del sector y mejorar la coordinación de la actividad. 6. En 1980 se expidió una nueva Ley Federal de Turismo donde se contemplaron las zonas de interés de desarrollo turístico.

Cuarta etapa (1982-1986)	Miguel de la Madrid Hurtado	<ol style="list-style-type: none"> 1. La política turística de México en la década de los ochenta estuvo definida por la crisis económica del país. 2. En este periodo el Estado continúa siendo el principal responsable del desarrollo de la actividad turística. 3. El 31 de mayo de 1983 se publicó el Plan Nacional de Desarrollo, cuyos lineamientos creaban las condiciones para el establecimiento de las políticas sectoriales.²
Quinta etapa (1986-2000)	Carlos Salinas de Gortari y Ernesto Zedillo Ponce de León	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Estado pone a la venta varios de sus activos como: líneas aéreas, aeropuertos, campos de golf, hoteles entre otros. 2. Con Ernesto Zedillo se fortalecieron los centros turísticos más importantes del país. 3. Se reconoció la pérdida de posicionamiento que tenía el país en relación con los principales competidores del Caribe. 4. Se promovieron prácticas de cuidado de los recursos naturales y del medio ambiente. 5. Se diversificó la oferta articulando circuitos y corredores a partir de los destinos principales y se mejora la infraestructura y los servicios existentes.

1. Los programas específicos que se contemplan en el Plan Nacional de Desarrollo Turístico, fueron: “a) ampliar la red nacional de caminos; b) mejorar y construir obras públicas en algunas ciudades receptoras de turismo; c) remodelación, estudio y recuperación de zonas arqueológicas, así como de monumentos arquitectónicos coloniales; y d) establecer una política hacendaria que incluya a la industria hotelera en las actividades de fomento” (Jiménez, 1992: 74).

Sexta etapa (2000-2012)	Vicente Fox Quezada y Felipe Calderón Hinojosa	<p>1. El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, señala que uno de los objetivos de la actividad turística es fortalecer la oferta turística para consolidar los destinos nacionales; y diversificar el producto turístico nacional, con los recursos naturales y culturales que se cuentan. También contempló incrementar las corrientes de visitantes extranjeros para aprovechar al máximo los acuerdos comerciales y de inversión, y promover una inserción del país en el entorno internacional y en la economía mundial. En el documento se reconoce la contribución de la actividad turística en el desarrollo regional mediante el uso eficiente de los recursos naturales locales. Asimismo, se busca que México sea líder en la actividad turística.</p> <p>2. Se crea el programa de "Pueblos Mágicos".</p> <p>3. El Gobierno Federal en 2012 fortaleció la política turística con la operación del Acuerdo Nacional por el Turismo, con base en la coordinación de acciones con gobernadores, legisladores, empresarios, sindicatos y académicos, para la implementación de las 101 acciones específicas agrupadas en los 10 ejes estratégicos.</p> <p>4. Fonatur promueve los CIP en Nayarit, Quintana Roo y Sinaloa.</p>
-------------------------	--	---

2. Los objetivos de la política turística tenían como propósito de corto plazo, la captación de divisas y la generación de empleos, siendo otros seis, de más largo plazo, los cuales son: 1) promover el ejercicio del derecho al descanso de las mayorías del país; 2) contribuir al desarrollo equilibrado entre regiones y al fortalecimiento de la identidad nacional, promoviendo la cultura y los valores del país; 3) ampliación, diversificación y consolidación de la demanda externa, incluyendo nuevos mercados y segmentos; 4) el fortalecimiento del turismo interno y en especial del turismo social; 5) fomento de un mejor y más amplio aprovechamiento del potencial turístico nacional; y 6) la ampliación, diversificación y elevación de la calidad de la oferta turística del país (Jiménez, 1992: 242).

Sexta etapa (2013 en adelante)	Enrique Peña Nieto	<p>1. El 13 de febrero de 2013, el presidente de la república dio a conocer la Política Nacional Turística (PNT) y las directrices que guiarán el sector durante los siguientes años.</p> <p>2. La PNT establece cuatro ejes estratégicos enfocados a: <i>i)</i> ordenar y transformar el sector para hacerlo más eficiente y eficaz; <i>ii)</i> avanzar en la innovación y en la competitividad de la oferta turística; <i>iii)</i> dar un nuevo impulso al fomento de la inversión turística y la promoción de los productos y destinos mexicanos hacia adentro y fuera del país; así como <i>iv)</i> garantizar la sustentabilidad económica, ambiental y social del sector.</p> <p>-Objetivo: Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.³</p> <p>3. El turismo se integró en el Programa Nacional de Infraestructura como uno de los seis sectores estratégicos con una inversión superior a los 181 millones de pesos.</p> <p>4. Continúa la construcción de los nuevos CIP, pero se establece colaboración con la iniciativa privada extranjera.</p>
--------------------------------	--------------------	---

Fuente: Elaboración propia con base en cesop (2006); Jiménez (1992); *Sexto Informe de Gobierno Felipe Calderón Hinojosa. Primer Informe de labores 2012-2013* (2013).

3. La Política Nacional Turística promueve cuatro estrategias: 1) impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico; 2) impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico; 3) fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos; y 4) impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social. Estas estrategias se acompañan de 23 líneas de acción, cuyo objeto recae en el establecimiento de una transversalidad con las políticas económicas y sociales para impulsar el crecimiento, el empleo, el fomento a las micro, pequeñas y medianas empresas, así para la generación de opciones de futuro para las regiones receptoras de turismo con un alto contenido de inclusión social, al tiempo que se preserve la riqueza natural y cultural de México.